



JEAN-ERIC VALLI, PRÉSIDENT DES INDÉS RADIOS
VEUT FAIRE "ENCORE MIEUX"

INDÉPENDANTS

Nous sommes à un tournant

La dernière Convention des Indés Radios se tenait à Marseille fin juin. Le groupement n'en finit plus de crever des plafonds d'audience : la proximité paye, surtout lorsqu'elle est défendue par des radios qui n'ont souvent plus rien à envier, en termes de professionnalisme, aux offres nationales concurrentes. Mais forcément, les défis à relever sont de plus en plus pointus. La Lettre Pro était invitée dans les coulisses de la plénière.

Le président Jean-Éric Valli fait face à une salle bondée et attentive. Y sont représentées une bonne partie des radios indépendantes commerciales de France, "Les Indés". La plénière, c'est pour elles l'occasion de prendre le pouls du groupement. De sentir le marché et ses évolutions. Les audiences sont fortes, on a même encore crevé un plafond pendant la saison. Mais comment va le commerce ? Quelles sont les grandes tendances du média ? Où va-t-on ?

Debout face à la salle, affichant la "Steve Jobs touch" (oreillette, cool attitude et formules choc), le président Valli donne le ton : "Nous devons tenir notre rang !" Car le succès des Indés condamne le groupement... à faire encore mieux. "Nous sommes à un tournant, notamment celui du digital. Notre taille critique est un paramètre déterminant : nous sommes puissants sur le marché national, nous pouvons l'être aussi sur le digital". Car la radio est désormais multiplateforme, comme tous les médias. Chez les Indés comme pour toutes les autres radios, aujourd'hui, près de 15% des auditeurs écoutent via Internet, avec leur ordinateur ou leur smartphone, utilisent les applis, visitent les sites web... Et ce n'est encore qu'un début.

LE DIGITAL EST UN RISQUE, MAIS SURTOUT UNE TRÈS GROSSE OPPORTUNITÉ

L'avenir est dans ces évolutions, encore plus mobiles, encore plus sociales, encore plus connectées. Et le groupement entend largement y accompagner ses membres. L'énorme succès de l'appli des Indés Radios en témoigne : plus d'un million et demi de Français l'ont téléchargée. La nouvelle version proposera de nouvelles fonctionnalités dont la "social radio" : pour réagir

instantanément aux posts Facebook et Twitter des radios et les commenter en direct. "L'audience de la radio est de plus en plus digitale. Nous devons accompagner ce mouvement. Nous devons aller là où se trouvent nos auditeurs. Le digital est un risque, oui, mais surtout... une très grosse opportunité !"

Sur les chiffres d'affaires, malgré l'attente du marché, TF1 publicité a réussi à largement sortir son épingle du jeu. "Entre 2008 et 2013, là où l'ensemble des radios a perdu 49 millions d'euros de recettes, les Indés ont gagné 23 millions". L'offre est pertinente, la flexibilité demandée aux opérateurs locaux paye, et les annonceurs sont très satisfaits des performances obtenues. L'année 2014 s'annonce stable en termes de recettes par rapport à 2013, et c'est une vraie bonne nouvelle dans un contexte de sinistrose.

PESER DANS LE DÉBAT PUBLIC

Le groupement continue d'affûter ses armes anticrise. Notamment par un véritable activisme en termes de lobbying politique. La question des plafonds de concentration en est un parfait exemple : aujourd'hui, le groupement est crédible et peut peser dans le débat public en sensibilisant, région par région, les parlementaires aux enjeux de ce débat pour les radios indépendantes. À Paris, Les Indés Radios se sont hissées dans la cour des grands, grâce à "L'invité des Indés Radios", présenté par Hélène Risser, et relayé par Métro et LCI. Une autre façon de matérialiser la puissance du groupement devant des personnalités qui n'en avaient parfois jamais entendu parler. Ce rendez-vous est désormais très couru.

Sur le dossier de la RNT, aussi, Les Indés Radios ont montré leur implication : "Aujourd'hui... nous y sommes seuls ! C'est aussi finalement une excellente exposition !"

Travailler sur la puissance de la marque "Les Indés Radios", faire évoluer l'offre et les produits qui la composent, anticiper les tendances du marché, défendre les intérêts des radios indépendantes en prenant part au jeu politique... tels sont les fondamentaux défendus par le groupement depuis l'origine. Et ce n'est pas fini. "Le mouvement, c'est la vie ! La dynamique de succès, ça s'entretient !" •

