

Sondage après sondage, FUN RADIO affiche des hausses spectaculaires. Présente partout, la radio dancefloor n'a certainement pas fini de nous surprendre. Pour évoquer les clés de cette réussite, Jérôme Fouqueray, le directeur général de FUN RADIO, est notre invité.



## Jérôme Fouqueray

« Mon objectif, c'est de nous rapprocher le plus possible de NRJ »

## Jérôme Fouqueray

« Personne ne fait comme nous sur ce marché. »

**Couliissémédias :** Depuis plusieurs saisons, FUN RADIO enregistre des records sur les différentes vagues de sondages Médiamétrie. En prenant la tête de la station, imaginiez-vous un si beau scénario ?

Jérôme Fouqueray : C'est une excellente question. Non, ce n'est pas quelque chose que l'on imaginait au départ. Ce qui est certain, c'est qu'en 2006, la radio n'était pas dans l'état où elle est aujourd'hui et je pense qu'il y a un bon travail collectif qui a été fait pour la positionner sur un territoire qui soit clair, puissant et qui corresponde bien aux aspirations du moment. Ce travail a permis de s'associer aux artistes les plus modernes et les plus puissants. Je pense à Lady Gaga, David Guetta, LMFAO. Et puis, je pense que FUN RADIO a été la radio qui a le plus tiré profit de l'émergence de nouveaux supports d'écoute (baladeurs mobiles, iPod, iTouch, tablettes, télévisions connectées...). Aujourd'hui, 15% de notre audience se fait hors du poste traditionnel. Nous n'avons pas fait de blogs ou de webradios. Nous avons tout à écrire dans le domaine du numérique et nous avons réussi à être plus présents et plus actifs pour exposer nos programmes et notre marque. Je n'oublie pas Facebook où FUN RADIO est la première marque radio au monde ! C'est assez spectaculaire et autant vous dire qu'on se donne les moyens de continuer.

**Couliissémédias :** Avant cette « reconstruction », quelles étaient les faiblesses de FUN ?

Jérôme Fouqueray : FUN RADIO a réussi à se reconstruire un territoire de marque qui était beaucoup plus flou il y a six ans. Notre mission a été de clarifier son positionnement sur un territoire de valeurs positives, de musique de fêtes. Il n'existait pas sur le marché. On s'est créé notre propre territoire, notre histoire pour se positionner sur les meilleures

musiques mais aussi pour susciter de la passion, de l'engagement auprès de nos auditeurs. En 5 ans, on a gagné environ un million d'auditeurs. Dans le même temps, les musicales ont perdu 800 000 auditeurs. La dernière saison, FUN RADIO a réalisé ses 4 meilleures audiences historiques. Nous sommes 1ère radio musicale dans 38 villes de France.

**Couliissémédias :** La différence, chez vous, c'est quoi ?

Jérôme Fouqueray : Nous essayons surtout de faire le mieux possible avec nos valeurs et notre positionnement musical qui est clair, puissant et unique. Personne ne fait comme nous sur ce marché. Il y a une vraie proposition. Nous ne sommes pas une radio urbaine, ni une radio de hits, ni de rock... FUN, c'est la radio de la fête, des musiques qui bougent et la radio des grandes stars, des grands événements. Son positionnement unique et puissant est capable de susciter de l'audience mais surtout de générer de la passion et de l'engagement auprès de nos auditeurs. Et c'est aussi pour cette raison que FUN RADIO est un succès sur les réseaux sociaux. C'est sans doute l'identité la plus forte du marché et peut-

être aussi la plus claire. Nous avons remis la marque en avant. La star, c'est la marque ou les artistes. Les animateurs-stars, on leur a fait quitter le navire ! Pour nous, la seule star qui compte, c'est la musique sans oublier la marque. L'univers de la radio s'est beaucoup fragmenté, il est de plus en plus concurrentiel. Du coup, il vaut mieux savoir clarifier sa proposition qui donnera aux auditeurs la raison de vous préférer.

**Couliissémédias :** Votre ambition à plus ou moins long terme, ce serait... de devenir numéro 1 ou faire le mieux possible ce que vous savez faire ?

Jérôme Fouqueray : D'abord, faire le mieux possible et je pense que FUN RADIO en a encore sous le pied. Quant à la position de numéro 1, elle se décide par le réseau de diffusion que vous avez. Aujourd'hui, sur son territoire de diffusion, FUN RADIO est déjà numéro 1. Pour qu'elle puisse devenir la première radio musicale, il faudrait être à armes égales avec notre principale concurrente dont nous sommes le challenger. Il faudrait que le CSA nous donne les fréquences dont nous manquons encore pour que la compétition soit réellement équitable.



# Jérôme Fouqueray

« Bruno Guillon est LE ou l'un des meilleurs talents de ce marché et il était le mieux placé pour répondre aux objectifs que nous avons pour poursuivre la progression des audiences et de l'image le matin. »

**Coulissesmédi**as : Comment définissez-vous le savoir-faire de FUN RADIO ?

Jérôme Fouqueray : C'est faire de FUN RADIO une vraie marque numéro 1 sur le territoire de la musique Dancefloor. Cette marque se décline sur tous les supports. C'est aussi les émissions, les animateurs et c'est aussi le fait d'avoir réussi à profiter des opportunités offertes par le numérique pour se développer et gagner tous les nouveaux supports ainsi que les réseaux sociaux. Et puis, c'est aussi le fait d'avoir investi de nouveaux secteurs, le développement de notre activité de diversification comme des compils, des

spectacles avec Starfloor ou du service pour nos auditeurs (BEMIX, un service financier avec le Crédit Mutuel). Cela nous donne beaucoup d'ambitions notamment dans le cadre de notre développement international.

**Coulissesmédi**as : Quelle est votre préoccupation majeure pour séduire la population aussi exigeante et instable que représente la jeunesse ?

Jérôme Fouqueray : Mettre la marque au cœur de nos actions, offrir à tout instant des tubes ou un mix musical et les meilleurs tubes qu'ils puissent espérer

sur l'antenne de FUN RADIO. Et puis, il faut être capable de générer de la passion pour que les auditeurs aient des raisons de s'engager auprès de la radio. Il faut bien leur préciser en quoi consiste le territoire de la marque FUN RADIO et de les solliciter en permanence.

**Coulissesmédi**as : La relation avec l'auditeur ne s'arrête donc jamais ?

Jérôme Fouqueray : Le cœur du contrat pour une radio qui marche c'est de faire des choses compréhensibles en étant capable de générer de la passion pour avoir un lien permanent et qui s'entretienne de façon permanente et continue. C'est valable sur l'antenne mais aussi sur les réseaux sociaux, les applis etc...

**Coulissesmédi**as : Un véritable univers en quelque sorte ?

Jérôme Fouqueray : Exactement. C'est une espèce d'écosystème de marque qui fait que l'on est en permanence en lien.

**Coulissesmédi**as : Evoquons la nouvelle saison. Depuis la rentrée, vous proposez un nouveau morning avec Bruno Guillon. Que pensez-vous de ses débuts ?

Jérôme Fouqueray : Je les trouve excellents et prometteurs. Bruno Guillon est un garçon qui correspond parfaitement aux valeurs de FUN RADIO. C'est LE ou l'un des meilleurs talents de ce marché et il était le mieux placé pour répondre aux objectifs que nous avons pour poursuivre la progression des audiences et de l'image le matin. Je suis plutôt content de ce que fournit l'équipe qui est elle-même solide. Il y a une structure qui est claire et une vraie proximité avec les auditeurs. Bruno met beaucoup de chaleur dans son émission. C'est très positif pour la suite des opérations.



# Jérôme Fouqueray

« Karel n'a pas besoin du label « vu à la télé » ou de faire du one man-show pour être une star le soir. »

**Coulissesmédi**as : Peut-on dire que le morning est installé ?

Jérôme Fouqueray : C'est beaucoup dire mais disons que le lancement est prometteur. Je suis très content des premières semaines. La rapidité de l'installation de l'équipe et la façon dont les auditeurs accueillent ce programme me permettent d'être confiant.

**Coulissesmédi**as : Il se retrouve en concurrence avec un certain Manu, ex-FUN RADIO. Existe-t-il une rivalité entre les deux ?

Jérôme Fouqueray : Je crois qu'ils sont amis dans la vie ! Ils sont forcément en compétition à la radio. Mais, au-delà de cette compétition qui est normale et saine, il y a plutôt des liens d'amitié entre eux. Je trouve ça très bien.

**Coulissesmédi**as : Son départ a été une surprise ?

Jérôme Fouqueray : Non. On était préparé à son départ. Je n'ai aucune amertume. Manu est un excellent animateur radio avec qui nous avons passé trois belles années. Il a bien travaillé. Maintenant, il vit une autre aventure et je lui souhaite le meilleur.

**Coulissesmédi**as : La consigne cette saison, c'est « on passe à autre chose » ou « on essaie de jouer la continuité avec une nouvelle équipe » ?

Jérôme Fouqueray : Il y a des rubriques et des séquences que nous poursuivons comme « la ligne anti-relous », « FUN RADIO paie tes factures » etc... Il n'y avait pas vocation à les arrêter parce qu'elles marchent bien. Ce sont des piliers qui constituent des repères forts pour les auditeurs.

**Coulissesmédi**as : Vous avez écouté Manu sur NRJ ?

Jérôme Fouqueray : Je n'ai pas suffisamment écouté pour vous dire ce que j'en pense. Mais, vous savez, il a beaucoup de talent, il connaît bien son métier, je n'ai pas beaucoup d'inquiétude pour lui.

**Coulissesmédi**as : L'autre temps fort de la grille, c'est Karel le soir entre 21h et minuit. Un « talent maison » à qui tout réussit. Peut-on parler de phénomène ?

Jérôme Fouqueray : On peut parler de phénomène parce que sur quatre sondages l'année dernière, il a battu deux fois Cauet. Ce n'est pas rien quand on pense à l'investissement marketing qui a été fait sur NRJ pour accueillir Cauet. Karel est un enfant de FUN RADIO qui a beaucoup de talent. Il est là pour durer.

**Coulissesmédi**as : Qu'est-ce qui est différent parce que finalement, on est encore dans de l'interactivité ?

Jérôme Fouqueray : Il est jeune, il est moderne et vraiment en phase avec cette nouvelle génération FUN RADIO. Et le soir, c'est une libre-antenne de divertissement. Ce n'est plus la libre-antenne traditionnelle où les auditeurs appellent les uns après les autres pour exposer leurs problèmes. Il y a plus de rythme, plus de séquences de parodies, de canulars... C'est très divertissant, on rit beaucoup, on s'amuse avec une petite équipe qui a beaucoup de talent. Et, Karel est positif, festif et il est au service de la marque et des stars de FUN RADIO. Je mise beaucoup sur lui à l'avenir pour faire une émission le soir qui soit forte, puissante et qui soit l'émission de référence. On a le temps mais j'observe quand



# Jérôme Fouqueray

« Nous n'avons copié personne et nous ne devons rien à personne. »



même qu'en deux ans, il a quand même réussi à installer une humeur, un ton, une équipe et il fait mieux que des concurrents très installés en terme de notoriété et qui sont quand même des big stars !

**Coulissémédias :** Finalement, pas besoin d'être une star pour faire de la libre-antenne ?

Jérôme Fouqueray : Pas besoin d'être une super star ! En tout cas, pas besoin d'être une star de télévision. Je pense que Karel est une star pour nos auditeurs. Au près des jeunes de 15 ou 20 ans, il veut dire quelque chose. Il n'a pas besoin du label « vu à la télé » ou de faire du one man-show pour être une star le soir. Certainement pas.

**Coulissémédias :** FUN RADIO a aussi popularisé le phénomène des DJ qui ont eux-mêmes modifié l'univers musical. Vous êtes fier d'avoir réussi ce pari ?

Jérôme Fouqueray : Il y a beaucoup de personnalités qui, sans doute, ne seraient

pas au stade de leur carrière sans le soutien et le support de FUN RADIO. C'est un développement gagnant/gagnant parce que toutes ces stars et cette production musicale font le succès de FUN RADIO. On a une scène française qui est extrêmement dynamique sur le segment dancefloor. Il y a beaucoup de nouveaux dj ou de marques nouvelles qui ont émergé et permis à notre station de construire le succès actuel. Nous sommes très heureux d'avoir construit ces succès et toutes ces stars. C'est ce qui nous rend unique et qui nous a permis de développer de la proximité avec le public et d'être une personnalité bien identifiée.

**Coulissémédias :** Dans le mensuel CAPITAL, Laurent Bouneau de SKY-ROCK vous accusait d'avoir copié la stratégie de SKY. Que répondez-vous ?

Jérôme Fouqueray : On a juste essayé de déterminer un positionnement qui soit le plus efficace possible. Quand on a réfléchi au meilleur mix musical possible pour essayer de reconstruire une identité qui soit forte pour FUN RADIO, on a retenu le segment du dancefloor comme celui ayant le meilleur potentiel. Nous n'avons copié personne et nous ne devons rien à personne. Et les autres pouvaient très bien le faire ! Quant à cette petite phrase, venant de la part d'un aussi grand professionnel que Laurent Bouneau, j'y vois plutôt un hommage ! Je trouve que c'est plutôt sympathique de sa part d'avoir ce genre de remarque.

**Coulissémédias :** Vous, vous avez le sentiment d'avoir été imité ?

Jérôme Fouqueray : Je ne sais pas trop. Si on l'a été, je considère que c'est la rançon du succès. Je préfère être celui qui inspire les autres plutôt que de m'inspirer d'éventuels concurrents. C'est aussi le jeu du marché. Les gens qui pro-

gressent et qui marchent bien ont eu des idées qui rencontrent des succès et l'adhésion du public donc il est normal que ceux qui marchent moins bien les regardent. Ce qui compte, c'est de réussir à faire aux auditeurs une proposition qui soit la plus convaincante et la plus originale possible.

**Coulissémédias :** Dans les derniers sondages, NRJ a repris des couleurs. Est-ce que cela durcit un peu la bataille ?

Jérôme Fouqueray : Il y a de la place pour tout le monde et les succès ne sont pas exclusifs. N'oublions pas que les saisons 2008 à 2011 sont les trois pires saisons de leur histoire en terme d'audience. Dire qu'il y a eu un fort rebond de NRJ en 2011 me semble un peu exagéré. Qu'ils montent ou qu'ils descendent, nous réduisons de plus en plus notre écart par rapport à ce concurrent depuis cinq ans ! Sur la part de marché sur les 13 ans et plus, on a réduit l'écart de 72% par rapport à NRJ et sur les moins de 40 ans, on a réduit l'écart de 85%. Mon objectif, c'est donc de nous rapprocher le plus possible de NRJ. L'écart se réduit de façon irrésistible chaque saison. Et ça va continuer !

**Coulissémédias :** Et sur quoi va se jouer principalement la guerre qui vous oppose ?

Jérôme Fouqueray : Sur tous les plans : le matin, sur la musique, sur les événements mais aussi sur le rayonnement de la marque. Mais, nous ne sommes pas deux. Il y a d'autres acteurs, des centaines de radios et le monde numérique aussi. Ce qui m'intéresse, c'est de faire le mieux possible en général et de rester deuxième radio musicale tout en se rapprochant du leader.

# Jérôme Fouqueray

« Ce qui m'intéresse, c'est de faire le mieux possible en général et de rester deuxième radio musicale tout en se rapprochant du leader. »

**Coulissémédias :** Vous avez une grille musclée, une grille qui est bonne. Qu'est-ce qu'on travaille d'autre quand la santé est aussi bonne ? On travaille davantage les événements ?

Jérôme Fouqueray : Par exemple, Starfloor. Il fallait un événement pour donner à FUN RADIO un relais de terrain qui soit visible et puissant. Cet événement est né en coproduction avec M6 et Universal. Cette soirée, largement médiatisée avec W9, permet de rayonner sur toutes les plateformes avec des dispositifs numériques originaux et puissants. Il y a un modèle économique, les places sont payantes, il y a des compils qui sont en vente. Et c'est quelque chose de très important en terme de communication et de valeur. C'est l'événement musical majeur de chaque rentrée.

**Coulissémédias :** Une fois par an, ça suffit quand on voit le succès de la soirée ?

Jérôme Fouqueray : Il faut garder ce caractère unique, exceptionnel et géant. Il faut entretenir la rareté. A nous de communiquer dessus de façon massive.

**Coulissémédias :** Si on devait résumer, le meilleur indicateur de l'image de FUN RADIO, est ce que ce serait son audience ?

Jérôme Fouqueray : C'est forcément son audience car c'est le critère numéro 1. Mais je trouve que la capacité des auditeurs à s'engager et à nous consommer sur tous les supports, c'est quand même très sympa aussi.

**Coulissémédias :** Comment allez-vous encore développer votre présence sur Internet et sur les réseaux sociaux où vous avez déjà une force de frappe assez incroyable ?

Jérôme Fouqueray : Il y a beaucoup de choses à inventer, notamment sur Facebook pour animer la base que nous avons déjà et recruter des nouveaux fans. Au delà d'une réflexion sur la présence de la musique sur Facebook, nous travaillons sur des nouvelles offres avec de l'image. Il y aura plus de vidéos en flux streaming. Avec Starfloor, nous proposerons un dispositif assez original avec des vidéos, des animations pour les gens qui nous suivent. Il y aura des choses très intéres-

santes, sur la diffusion de l'événement et de ses coulisses. La communauté Facebook pourra vivre l'événement de façon un peu spéciale. Très récemment, nous avons été inspirés par toutes les opérations qui pouvaient se faire sur Facebook autour des défilés de mode de la Fashion Week. La diffusion en streaming des défilés nous a donné pas mal d'idées pour les événements FUN RADIO.

**Coulissémédias :** On peut donc dire que tous ces nouveaux modes de consommation n'ont finalement pas canibalisé la radio ?

Jérôme Fouqueray : Je pense que tous ces nouveaux modes d'accès à la marque et aux programmes sont des opportunités nouvelles pour nous d'accéder aux programmes FUN RADIO, de consommer la musique FUN RADIO et de participer à la vie de la communauté FUN RADIO avec des valeurs, des artistes et des événements qui permettent de créer des aspérités. Ce qui fait notre différence avec toutes sortes de flux présents sur Internet, c'est la marque. Ce n'est pas la même chose de consommer de la dance sur FUN RADIO que sur je ne sais quelle autre radio ou webradio spécialisée dans ce courant musical ! La marque ne rayonne pas autant que la nôtre. La marque FUN RADIO apporte une légitimité, une histoire, un pouvoir de prescription, une passion. Et le fait de créer une image autour de cette marque, cela fait beaucoup aujourd'hui dans notre succès.

**Coulissémédias :** Malgré les craintes que l'on pouvait avoir il y a quelques années, la radio musicale fidélise encore ?

Jérôme Fouqueray : Je considère même que le numérique est un relais de croissance formidable. 15% de l'audience de FUN RADIO n'est pas sur le poste traditionnel. Notre audience est de 4 millions



# Jérôme Fouqueray

« La marque FUN RADIO apporte une légitimité, une histoire, un pouvoir de prescription, une passion. »

d'auditeurs par jour. Je vous laisse calculer la part de gens qui viennent de supports comme les iPhone, les smartphones, tous les nouveaux modèles de téléphone, la télévision connectée ou sur les tablettes... N'oublions pas les applications téléchargées à hauteur de deux millions actuellement. C'est considérable.

**Coulissémédias : La période à venir qui va être très chargée en actualités, risque de vous pénaliser au profit d'émissions de contenu sur la concurrence. Vous êtes inquiet pour les prochains sondages ?**

Jérôme Fouqueray : Non. Consommer de la musique et se faire du bien pour se détendre en écoutant 15 minutes ou une heure de musique dancefloor, je pense que c'est éternel quelle que soit l'actualité et surtout dans une période qui est de plus en plus difficile avec une crise qui est de plus en plus présente. Les radios positives ont forcément une place importante à tenir parce que justement, elles font une proposition en terme de détente qui est utile. Le début de la montée de FUN RADIO, nous les avons vécus en 2007. Nous étions en pleine période présidentielle. Il y a beaucoup d'actu mais elle est la même pour tout le monde. Même s'il va y avoir un attrait pour l'actualité, le besoin de se détendre va demeurer. Je suis optimiste.

**Coulissémédias : Pas question de recevoir des politiques dans vos émissions parlées ?**

Jérôme Fouqueray : On l'a déjà fait ces deux ou trois dernières années quand il y avait une actu, une envie de part et d'autre de dialoguer sur FUN. Je considère que ce sont des moments exceptionnels, ce n'est pas prioritaire. Mais, pourquoi pas ? On ne s'interdit rien en la matière.

**Coulissémédias : Pour terminer, il y a ce développement à l'international...**

Jérôme Fouqueray : On voit très bien que le marché de la radio évolue et mûrit dans beaucoup de pays. Il y a des marques mondiales qui sont en train d'émerger en matière de radio. Je pense qu'au vu du travail que nous avons fait et avec la puissance de notre marque, nous avons les moyens de faire entrer FUN RADIO dans cette compétition là. Aujourd'hui, FUN RADIO cartonne en Belgique. La filiale belge a vraiment fait un travail fabuleux en termes de programmes et de performances d'audiences puisque nous sommes passés devant NRJ. Notre filiale Slovaque fonctionne très bien aussi. Il y a donc d'autres opportunités. Ce sujet devient important et je pense que nous serons dans trois ou cinq pays dans un avenir proche.

**Coulissémédias : Un mot sur la radio numérique...**

Jérôme Fouqueray : Quelque chose se passe actuellement en Allemagne puisque ce pays a lancé les expérimentations et une vraie offre en matière de radio numérique. C'est un pays qu'on connaît bien dans notre groupe. Nous allons donc être attentifs à ce qui se passe. On sera pragmatique. Je pense qu'il y aura beaucoup d'enseignements qui seront tirés de leur expérience. Ma conviction, c'est qu'il faut prendre son temps. Rien ne presse. Attendons de voir ce qui se passe pour en tirer des enseignements pour la France pour les prochaines semaines ou les prochains mois.

**Coulissémédias : A propos de radio numérique, le groupe RTL envisageait le lancement d'une radio 128. Ce projet est mort avant de naître ?**

Jérôme Fouqueray : C'est un projet qui existe. Il est d'actualité comme l'est la radio numérique. A ce stade, on ne peut pas dire qu'on soit à la veille du lancement de la RNT. Dès que l'on connaîtra un calendrier et surtout un déploiement planifié d'offres de radios numériques sur l'ensemble du territoire, nous verrons bien les questions que l'on peut se poser en matière de nouvelles offres au sein du groupe. Nous sommes, pour l'instant, très en amont de ce débat. Nous sommes plutôt en train de nous demander quel est le meilleur modèle pour la radio numérique, comment installer les récepteurs du public et comment financer tout cela.

**Coulissémédias : 128 reste en course ?**

Jérôme Fouqueray : Le projet est encore dans mon bureau et il pourrait se relancer si un jour la RNT se relançait. Actuellement, nous sommes trop dans une phase de questionnement et d'observations d'un lancement grandeur nature sur le territoire allemand. Pourrons-nous en tirer profit ? L'avenir nous le dira.

A suivre, notre entretien consacré à RTL2 :  
Ne manquez pas nos prochains rendez-vous « interviews », vous pourrez découvrir les déclarations de Jérôme Fouqueray à propos de la radio au son pop-rock...

Propos recueillis par Mickaël ROIX.  
Photos : Matthieu MUNOZ  
Maquette : Raphaël Caillias.

octobre 2011 - coulissémédias **07**

# JÉRÔME FOUQUERAY

