

EUROPE1.FR : LE SITE DE RADIO N'EST PLUS

LE 1 FÉVRIER 2010 *MEDIACRATIE (LUI)*

Sorti des cartons ce week-end, le nouveau site Internet d'Europe 1 marque clairement la fin d'une stratégie webradiophonique pour la station de la rue François 1er, au profit d'une stratégie online d'information et de fidélisation autour de la marque "Europe 1"

...

Sorti des cartons ce week-end, le nouveau site Internet d'Europe 1 marque clairement la fin d'une stratégie webradiophonique pour la station de la rue François 1er, au profit d'une stratégie online d'information et de fidélisation autour de la marque "Europe 1", notamment par la production de contenus propres. D'où ce titre, légèrement et volontairement provoc'.

Page d'accueil d'Europe1.fr



Le défi

Europe1.fr n'est donc plus un site de radio mais un portail d'information, comme l'a expliqué son créateur dans un **article élogieux du JDD** (Groupe Lagardère, sic). Ce changement majeur intervient au moment où la radio accède au podium de Médiamétrie, face à un **leader luxembourgeois** encore très fort sur les ondes et sur le web avec 2,4 visiteurs uniques, contre 1,8 pour Europe 1 (chiffres Nielsen/Netratings, octobre 2009). Ce qui est finalement très peu par rapport au nombre d'auditeurs de ces mêmes radios et aux autres sites d'informations en ligne comme LeMonde.fr et LeFigaro.fr, qui oscillent entre 5 et 6 millions de visiteurs. Le défi est de taille, mais avec ces bouleversements (et des moyens constants), il n'est pas risqué de parier qu'Europe 1 dépassera RTL... sur Internet. L'objectif est clairement annoncé : **"dépasser les 3 millions de visiteurs uniques mensuels en 2010"** (voir **interview**). L'opportunité est d'autant plus grande que **RTL assume** ne pas avoir de contenus propres au web. Pour Tristan Jurgensen, directeur général de RTL Net « ma porte d'entrée, ça reste la radio [...] d'ailleurs, mon meilleur vecteur de publicité, c'est l'antenne ».

Les risques

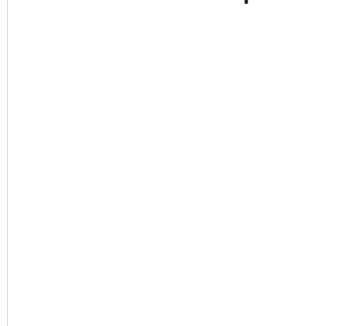
Cette nouvelle stratégie n'est pas sans risque vis-à-vis des investissements consentis (embauche d'une trentaine de personnes !). A titre d'exemple, France Info qui joue légitimement la carte de l'actualité sur le web ne compte que 900.000 visiteurs uniques par mois (nov. 09) contre 4,5 millions d'auditeurs par jour. **Le plus gros risque serait de trop s'éloigner de l'esprit radiophonique, élément clé de la marque Europe 1.** Avec ce nouveau site, la station a relégué au second plan tout ce qui fait la valeur d'une radio : **le son**. Contrairement aux précédentes versions, les articles d'actualité en format texte représentent près de 75% des pages, il n'y a plus de player rapide pour écouter le dernier flash et, comble du comble, même pas d'intégration de reportages audio dans les articles d'actualité. En clair, l'actualité est coupée de l'antenne. **Où est la valeur ajoutée par rapport aux nombreux concurrents ?** Les possibilités de se démarquer sont donc faibles.

Les seuls contenus d'antennes disponibles sont des contenus de rattrapage ("catch-up radio" ?), des vidéos bonus, et des pages spéciales sur certains animateurs, dont on se demande comment ils vont réussir à **les actualiser à long terme**. La solution miracle semble être les sondages, on en compte près d'un par page !

Les incohérences

Cette nouvelle logique de portail comporte à mon sens quelques failles dans l'environnement web actuel. Je vous passerai les remarques de pinailleurs, comme les **mauvais détourages** de photos ou les **pages blanches**. Le plus grave est qu'**Europe 1 ne semble pas croire aux médias sociaux** et à leur puissance de drainage et fidélisation des internautes. Pas de Facebook Connect, pas de liens avec Twitter, pas de live-feed, suppression des blogs de la rédaction... L'aspect communautaire est réduit à un **"Club Europe 1"**, sorte de carte de fidélité 2.0, copie-conforme du **Club France Télévisions**, avec tout juste une page fan Facebook (Ouf !) qui plafonne déjà à 794 fans. Europe 1 mise sur une participation cadrée des internautes, à travers des fonctions classiques de commentaires et de sondages.

Vidéos fixes sur Europe1.fr



Autre absurdité, celle que j'appellerai les "vidéos fixes" : la

grande marque de fabrique d'Europe 1. Elle consiste à proposer la réécoute d'émissions avec un player vidéo, mais sans vidéo, avec simplement une image fixe de l'animateur. Certes la vraie vidéo est présente par ailleurs dans certains cas, mais reste minoritaire. Alors pourquoi pas proposer un simple player de son ? Qui peut le plus, peut le moins. Cela permettrait au moins d'alléger visuellement la redondance de certaines pages (voir ci-contre).

Rumeur et malice

Pour finir sur une note positive : une astuce de conception très maligne, celle du **diaporama** avec chargement d'une nouvelle page à chaque changement de photos (au lieu d'un slideshow sous flash sans rechargement)... et Dieu créa la multiplication des clics et des pages vues. Toute dernière observation, cette nouvelle version d'Europe 1.fr renforcerait-elle la **rumeur** de disgrâce de Jean-Marc Morandini. En effet, le site est pourvu d'une rubrique **"médias"** ET d'une rubrique **"Télé"** et pourtant il n'est aucunement mention de l'animateur-vedette-expert du petit écran. CQFD.

» Article initialement publié sur [Mediacratie 2.0](#)

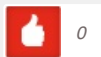
DOVE

le 24 février 2010 - 19:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Vraiment inutile cet article

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

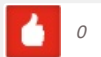
EUROPE1FAN

le 24 février 2010 - 19:24 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Essayer d'avoir un site aussi intuitif pour commencer

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

OLIVIER T.

le 24 février 2010 - 19:29 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne pense pas que la présence de liens facebook / twitter soient gage de qualité / bonheur. Il y a effectivement de magnifiques liens vers facebook sur owni.fr et je ne pense pas que ça ajoute quelque chose en "cohérence". Je crois au contraire qu'il

s'agit d'un pauvre gadget marketing. Par ailleurs j'émetts quelques doutes sur l'embauche de 30 personnes dans le cadre de la création de ce site (elles étaient déjà là).

Cet article casse un peu le travail fourni pour pas grand chose.

Et la personne qui a fait les détournages se serait bien passée des remarques de pinailleurs dont vous vous êtes abstenu. !!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

NICOLAS VOISIN

le 24 février 2010 - 21:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



mais d'où venez-vous chez commentateurs ? enchanté et merci de ce "gras" si élégant dans vos remarques si constructives :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MORGIANE

le 25 février 2010 - 0:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Que dire... Je suis subjuguée par la richesse et la pertinence des commentaires de Dove, et Europe1Fan (j'espère que ce n'est pas le community manager du site d'Europe 1 sinon il faut s'inquiéter). Alors pour répondre :

cher Europe!Fan, merci pour cette critique constructive. Je vous propose de la développer directement avec moi. Vous trouverez dans mon site pas intuitif <http://mediacratie2.0.free.fr> des petites icônes qui vous permettront de trouver très rapidement mon email.

cher Dove (je ne se sais pas pourquoi mais j'ai l'impression qu'il s'agit de la même personne ou de son voisin de bureau), merci pour l'inutilité aussi de votre commentaire.

cher Olivier T. (encore un voisin de bureau ?), Difficile de considérer un site de média aujourd'hui sans prendre en compte l'usage des médias sociaux et sa force. Europe 1 se veut être proche de ses auditeurs et internautes. Encore faut-il comprendre et analyser leurs usages. Et ne nous dites pas qu'Europe 1 n'est pas une radio marketing quand on voit notamment la répétition de l'adresse du site à l'antenne et le classement des podcasts à la fin de la matinale de Fogiel (anecdotique mais tellement édifiant). Quant à l'embauche des 30 personnes source -> l'article du JDD (groupe Lagardère) <http://www.lejdd.fr/Medias/Internet/Actualite/Europe-1-fait-sa-revolution-numerique-166886/>. "Cet article casse un peu le travail fourni pour pas grand chose", dites-vous. Ahh ben si on ne peut plus donner son opinion de peur de froisser l'équipe... Je pense pouvoir affirmer qu'il y a des critiques constructives dans ce papier. Quand à nos remarques de pinailleurs, nous sommes sur le site d'Europe 1, pas sur le blog de Madame Michu. Nos excuses à "la personne qui a fait les détournages" mais ça n'a pas du la toucher parce que rien n'a changé.

Bien cordialement

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

NICOLAS VOISIN

le 25 février 2010 - 0:30 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Morgiane +1 :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

OLIVIER T.

le 26 février 2010 - 12:43 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Alors si on est voisins de bureau ça change tout effectivement. Donc je fais court : les 30 personnes embauchées pour la venue de ce site je pense que c'est du pipeau.

On peut donner son avis bien entendu, on peut également ne pas trop se prendre au

sérieux.

"Nos excuses à 'la personne qui a fait les détourages' mais ça n'a pas du la toucher parce que rien n'a changé."

-> excuses acceptées je pense

mais si, ça a du la toucher. Si rien n'a changé c'est juste qu'elle a autre chose à faire et qu'on lui a pas demandé de refaire les détourages parce qu'on en a dit du mal sur owni.fr.

à bientôt autour de la machine à café

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SWEENEYCYNTHIA34

le 26 juillet 2010 - 0:10 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Lots of specialists tell that home loans help people to live the way they want, because they can feel free to buy necessary stuff. Moreover, a lot of banks give college loan for different persons.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Les tweets qui mentionnent Europe1.fr : le site de radio n'est plus | Owni.fr -- Topsy.com le 4 février 2010 - 8:28

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par alphenix, damien douani, Donjipez, Aurélien Viers, Guillaume Ledit et des autres. Guillaume Ledit a dit: Bienvenue à bord! RT @LaurentCab: Baptême de Médiacratie 2.0 sur #owni / Europe1.fr : le site de radio n'est plus – <http://bit.ly/ddMrxG> [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's actual post text did not contain your blog url (<http://owni.fr/2010/02/01/europe1fr-le-site-de-radio-n%e2%80%99est-plus>) and so is spam.