

Succès & dérapage

Casa FM Sur de bonnes ondes

Depuis leur libéralisation, c'est l'effervescence sur les ondes marocaines. Parmi les nouvelles stations, Casa FM (103.1) s'est imposée en moins de quatre mois comme la radio la plus écoutée du Grand Casablanca. Retour sur une success-story.



L'une des émissions-phares de la station reste le Kotbi Show animé par Imad Kotbi.

Il est 6h30 et Casablanca s'éveille sur la douce mélodie de son habituel concert de klaxons. La radio, un drôle de tandem, Nab et Bouchra, bouscule les habitudes et les auditeurs. Cela parle à 200 à l'heure, ça rigole, ça chambre... ça raconte parfois n'importe quoi, en darija comme en français. Que ce soit dans les taxis, dans les commer-

ces ou à domicile, impossible d'échapper à la déferlante. Un ton et une gaieté nouveaux se sont emparés des ondes depuis cet été. Les auditeurs ont rapidement été conquis, si l'on en juge par l'enquête d'audience réalisée par la société Créargie en septembre dernier. Celle-ci désignait Casa FM comme la radio leader dans la ville blanche et ses envi-

rons, soit un ensemble comprenant Benslimane, Mohammedia, Bouznika, Berrechid, Settat, El Jadida et regroupant 5,8 millions d'auditeurs. 20,4% des sondés ont ainsi écouté la station la veille de l'enquête, ce qui la place en première position devant Radio 2M (18,9%), Médi 1 (15,8%) et Radio Sawa (10,4%). Un audiorat à la fois nombreux

et fidèle, si l'on en croit une autre étude, menée cette fois par le cabinet LMS-CSA. 45% des personnes interrogées et qui connaissent Casa FM s'y déclarent «fidèles», soit le meilleur résultat de la région, à égalité avec Radio 2M. Parmi l'ensemble des auditeurs, 58% citent Casa FM comme leur radio préférée, devant Radio 2M (55%).

Proximité et interactivité

La transition a donc été réussie entre l'ancienne mouture de la station, jadis exploitée par l'Ofec (Office des Foires de Casablanca) et l'agence New Publicity appartenant à Kamal Lahlou, le patron de la Gazette du Maroc, le tout en partenariat avec la RTM. Pour passer le cap, New Publicity a procédé à une refonte presque générale: nouvelle grille, nouveaux animateurs et bientôt nouveaux studios dans la Tour des Habous, prévus pour janvier. Et surtout une nouvelle politique. «La recette de notre succès? De la proximité, de la proximité et encore de la proximité!», clame Kamal Lahlou, son directeur. «Plus précisément, nous misons sur le divertissement, la proximité et l'interactivité avec les auditeurs».