

Frédéric Herbays

Media Radio Director

“L'ADN de radio Contact ne change pas”

« Divertir, rassembler, informer et accompagner les Belges francophones dans leur quotidien : ce sont les valeurs de Radio Contact depuis sa création en 1980.

Suite à une réflexion qui a nécessité plusieurs mois de travail, c'est aujourd'hui l'ensemble de l'identité de Radio Contact qui évolue : le site web, l'application, les radios digitales, la communication externe, les spots en télé, la radio-vision, etc.

L'ADN de Radio Contact ne change pas : elle reste celle que 478.000 auditeurs plébiscitent chaque jour, grâce au dynamisme de ses animateurs et journalistes et de toute son équipe. On reste tel qu'on est : proche des auditeurs, sans prétention et avec l'esprit feel good.

Ce rebranding continuera à porter cet esprit feel good cher au public mais il dotera la station d'une identité plus moderne, parfaitement dans l'air du temps. Il s'agit d'un important travail réalisé par nos équipes internes (marketing, communication, IT et antenne).

De mon côté, j'ai suivi la mise en place de cette nouvelle identité avec beaucoup d'attention, de réflexion, mais aussi de bienveillance. Car je n'oublie pas que c'est Radio Contact qui m'a permis d'apprendre la radio et la base de mon métier lorsque j'avais 16 ans...

À quelques heures de ce lancement, je ressens de l'excitation d'une part et de l'appréhension d'autre part. Le moment que nous vivons est historique pour Radio Contact car l'affect entre le public et la station est puissant. Je pense ne pas me tromper en affirmant que les Belges vont très vite apprivoiser notre nouveau dauphin et se sentir bien avec lui.

Je suis très confiant pour le futur, ne serait-ce qu'en regardant les récentes audiences de Radio Contact qui restent très positives. Ce succès ne nous empêchera pas de toujours innover, de toujours surprendre, de toujours faire plaisir aux auditeurs avec toute la passion qui anime chaque membre de l'équipe.

Nos ambitions sont élevées et notre volonté est de conforter Radio Contact à sa place de « radio n°1 » en Belgique francophone en lui assurant un leadership sur la cible 18-54 ans, mais aussi sur celle des 12+. »