

# Les vrais défis des chaînes belges

## TÉLÉVISION Pour s'imposer, elles vont devoir rivaliser d'ingéniosité

► Les chaînes belges s'apprentent à dévoiler leurs grilles et leurs stratégies pour la saison 2014/2015.

► « Le Soir » pointe les vrais défis à relever.

**R**TL-TVI ouvre le bal ce mardi matin. AB3 le fera le 11 septembre. Be TV et la RTBF dégaineront la semaine prochaine. L'une après l'autre, les chaînes vont dévoiler

les programmes qui rempliront leurs grilles dès septembre.

En prélude de cette rentrée télé, et après avoir dressé le bilan de la saison écoulée, *Le Soir* a déterminé pour chaque chaîne l'enjeu sur lequel repose en grande partie la réussite de cette nouvelle saison. Pour chaque chaîne, nous avons défini le principal défi à relever au cours des prochains mois. Ce n'est sans doute pas le seul qui se présentera mais c'est le plus crucial et le plus urgent à relever.

RTL-TVI devra se trouver un nouveau télécrochet, digne de sa réputation de chaîne de divertissement. La RTBF doit travailler sur le nouveau positionnement de *La Deux*, si elle veut poursuivre sa cure de rajeunissement. Il faudra que Be TV redouble d'imagination pour résister à l'arrivée de Netflix. Tandis que le salut d'AB3 passera par davantage de qualité dans le choix des programmes. ■

NOËLLE JORIS  
MAXIME BIERMÉ

### RTL-TVI

#### Défi : se trouver un vrai concours de talents

Ce n'est pas qu'une question d'audience mais aussi d'image. RTL-TVI doit se retrouver, pour cette nouvelle saison, une émission de recherche de talents qui colle avec son identité de chaîne numéro 1 sur le divertissement. Un programme familial, innovant, fédérateur et léger. Avec l'arrêt (pour cette saison en tout cas) de *Belgium's Got talent*, la chaîne privée doit convaincre avec un nouveau grand divertissement diffusé en prime time. D'autant que du côté de la concurrence, la RTBF a prouvé qu'elle pouvait être aussi redoutable sur ce terrain, avec *The Voice* qui captive toujours plus de téléspectateurs au fil des saisons. RTL-TVI éprouvera en tout cas certainement toutes les difficultés à relever le défi, avec sa première cartouche : *Rising Star*, ce jeu interactif où les candidats chanteurs sont sélectionnés ou éliminés sur base des votes effectués en direct par les téléspectateurs sur leurs tablettes et smartphones. Diffusé aux États-Unis depuis le mois de juin, on voit difficilement comment le programme séduira les différentes générations. Mais RTL-TVI ne peut plus faire marche arrière : elle a déjà acquis (avec M6) les droits de diffusion. Il sera diffusé dès septembre. Jusqu'à quand ? Mystère. Mais il pourrait ne pas faire long feu...

NOËLLE JORIS

### RTBF

#### Défi : maintenir le cap des audiences

Elle n'a pas arrêté de le clamer : sa saison 2013-2014 a frôlé l'excellence. Avec d'abord une progression au niveau des audiences sur la Une et la Trois qui s'explique notamment par la série de records enregistrés lors de la Coupe du monde de football. Et puis par un rajeunissement de l'âge moyen de ses téléspectateurs. En 2013, il s'élève ainsi à 54,2 ans contre 54,8 ans en 2012 et 55,8 ans en 2011. Le défi de la RTBF pour cette nouvelle saison sera donc d'au moins garder le cap, voire de faire encore mieux. Point de vue audiences, on voit difficilement quel événement de cette saison 2014-2015 sera autant fédérateur que la Coupe du monde. Le défi s'annonce donc difficile à relever sur ce plan-là. Quant à sa cure de rajeunissement, elle ne se poursuivra pas si la RTBF mise uniquement sur *The Voice*. Cela ne suffira plus. Le nouveau positionnement « *lifestyle* et féminin » de la Deux voulu et annoncé par la direction, par contre, pourrait certainement aider en ce sens. Et le travail a déjà été amorcé lors de la dernière saison, avec des programmes flirtant avec des concepts de télé-réalité comme *Bienvenue chez nous* ou *Panique pas papa* qui ont fait leur entrée dans les grilles de la chaîne et qui attirent certainement les plus jeunes téléspectateurs. Il devra être renforcé lors de la prochaine saison, sans pour autant perdre la patte « service public ».

NOËLLE JORIS

**BE TV****Défi : résister au géant américain Netflix**

Dans un mois, Netflix aura été lancé en Belgique. La plateforme américaine proposera des films et des séries - à volonté - pour moins de dix euros par mois. Un nouvel adversaire de poids pour BeTV. La chaîne payante va devoir, plus que jamais, justifier ses tarifs. On sait qu'elle gardera, dans un premier temps, l'exclusivité qu'elle a négociée en amont sur de nombreuses séries. C'est d'ailleurs elle qui possède les droits de *House of Cards*, série créée par Netflix. La fiction avec Kevin Spacey ne sera donc pas disponible dans son catalogue de départ. Un comble. Grâce à la chronologie des médias qui régit l'ordre de diffusion des œuvres audiovisuelles, BeTV est protégée. Mais, pour combien de temps ? Cela dépendra du succès de Netflix mais aussi de la capacité de la chaîne à se réinventer. Canal+ France a déjà dégainé son « CanalPlay » à 7,99 euros par mois. Chez nous, il faut obligatoirement posséder un VOOCorder et être abonné chez BeTV pour avoir accès à « Be à la demande ». A moins d'une contre-attaque surprise la semaine prochaine ?

MAXIME BIERMÉ

**AB3****Défi : Construire une image de qualité**

Début octobre, AB3 fêtera ses 13 ans. La troisième chaîne du pays en profitera-t-elle pour élargir son public ? Les combats de catch, les films de Disney et les séries comme *Gossip Girl* ne plaisent qu'à un public particulier. C'était le but aux débuts de la chaîne mais, depuis son tournant « généraliste », la confusion règne. AB3 n'a pas d'image. Pire, quand elle en a une, elle est mauvaise. Sa stratégie de non-communication (ou du moins très rare) n'aide pas à se faire une idée de la ligne éditoriale. Pour rameuter un public plus large, la chaîne sait qu'elle doit améliorer la qualité de son offre. Abandonner la multidiffusion des séries comme *Monk*, ou *7 à la maison*, par exemple. Les seules audiences correctes de la chaîne reposent sur des films vus et revus ou des magazines récupérés sur les chaînes françaises comme *90 Minutes d'enquêtes*. Qui se souvient du retour de la *Star Academy* en 2012 ou de *Popstar* en 2013 ? N'en parlez surtout pas aux finalistes du Concours Miss Belgique, passé inaperçu depuis deux ans.

MAXIME BIERMÉ