

RTL-TVI nouveau vainqueur de l'après-midi

AUDIENCES La contre-programmation de La Deux déçoit

► Avec ses programmes inédits l'après-midi, RTL-TVI booste son audience et affiche 14,7 % de parts de marché.

► A l'inverse, le pari de la contre-programmation effectué par la RTBF sur La Deux depuis la rentrée est un échec.

► La Une se maintient bien grâce au « Renard », qui peut compter jusqu'à 100.000 fidèles.

A l'heure où les chaumières tremblent au rythme des ronflements de tonton André, les chaînes de télévisions francophones sont embourbées dans une nouvelle guerre.

Depuis le 21 avril dernier, RTL-TVI propose à ses téléspectateurs des rendez-vous inédits entre 14 h et 17 h. Avec succès. Auparavant, la chaîne privée

abandonnait l'antenne aux programmes « concédés », à savoir *La Boutique*, la voyance et anciennement la call-tv. Le pari ambitieux de Stéphane Rosenblatt, directeur de la télévision chez RTL Belgium, s'est avéré payant : « Nous avons réalisé qu'il nous fallait une offre complète en journée. La volonté de capter l'audience qui était sur les autres chaînes par défaut durant l'après-midi est atteinte, tout comme le fait de compenser la perte des revenus des programmes concédés. » Il concède cependant que l'offre n'est pas encore rentable financièrement mais qu'il ne s'agissait pas de la

Le pari de RTL s'est avéré payant en termes d'audience et d'image mais il n'est pas encore rentable

priorité lors de son lancement. En misant sur des téléfilms et des jeux comme *Les Reines du Shopping*, RTL-TVI gagne de nouveaux fidèles et ses programmes historiques comme *Un dîner presque parfait* et *Septante et un*, diffusés avant le journal,

sont en progression.

Le nombre de téléspectateurs n'étant pas élastique, les principales victimes sont les chaînes concurrentes. TF1, France 2 et France 3 perdent des plumes tout au long de l'après-midi et les téléfilms d'AB3 (proposés en confrontation directe avec celui de RTL-TVI à 14 h) ont vu leurs audiences divisées par deux.

Du côté de la RTBF, La Une fait preuve de stabilité, à l'inverse de La Deux. Un échec qui n'est pas dû à la réussite de RTL mais plutôt à la nouvelle grille proposée depuis la rentrée. En voulant attirer un public différent l'après-midi avec *Les Vacances de l'amour*, feuilleton qui recycle le casting d'*Hélène et les Garçons* et *C à Vous*, le talk d'Anne-Sophie Lapix, la RTBF s'est tiré une balle dans le pied. Ils sont rarement plus de 3.000 à suivre ces programmes entre 14 h et 16 h alors que plus de 100.000 personnes regardent encore les enquêtes du vieux *Renard* sur La Une. ■

MAXIME BIERMÉ

PROFIL

Les plus de 55 ans majoritaires l'après-midi

Il n'y a pas que des pensionnés devant la télé l'après-midi mais il y en a tout de même pas mal. 57 % des téléspectateurs des journaux télévisés de 13 heures ont plus de 55 ans. La proportion de « jeunes » (c'est-à-dire ceux dont l'âge est inférieur à 55 ans) augmente au fil de la journée. C'est à partir de 17 h que la tendance s'inverse. Il y a alors une majorité de téléspectateurs « jeunes » (55 %) devant la télé. Ces chiffres expliquent le choix des chaînes généralistes de miser sur des programmes censés plaire aux seniors durant la journée. Une manière de toucher la plus large audience possible.

M.B.

LES PROGRAMMES LES PLUS SUIVIS L'APRÈS-MIDI

LES TOPS

« **Un dîner presque parfait** ». Le jeu diffusé vers 17 h 15 sur RTL-TVI a retrouvé des couleurs grâce à la nouvelle stratégie de la chaîne qui programme désormais des émissions toute la journée. Même si M6, qui produit l'émission, a annulé le concours culinaire, RTL assure avoir assez d'inédits pour tenir jusqu'à la fin du mois de juin. De quoi laisser le temps d'envisager l'avenir et d'étudier les performances des *Reines du shopping* diffusées juste avant.

« **Le Renard** ». Seule épine dans le pied de

RTL, l'infatigable *Renard*. Le successeur de *Derrick* a déjà 36 ans mais il affiche une santé insolente. L'animal est régulièrement leader de sa tranche horaire (14 h-15 h). Depuis la rentrée, *Le Vieux* (titre de la série en allemand) a même permis à la Une d'augmenter ses parts de marché de 3,3 %.

Les téléfilms. *L'esprit d'une autre*, *Plus fort que le silence* ou *Un amour inattendu*. Peu importe la chaîne, les téléfilms de l'après-midi ne se démodent pas. Le leadership en la matière revient à RTL-TVI qui propose une production récente. Et les téléspectateurs en redemandent.

M.B.

CE QUI NE FONCTIONNE PAS OU PLUS

LES FLOPS

« **C à vous** ». Le charme d'Anne-Sophie Lapix laisserait-il les Belges insensibles ? Ou est-ce parce que le talk-show diffusé sur La Deux vers 15 h est une rediffusion de France 5 (en direct à 19 h) ? Seuls les zappeurs ont la réponse même si les chiffres indiquent clairement un rejet. Alors que certaines séries peu connues parvenaient à rassembler 25.000

personnes sur La Deux l'après-midi, la chaîne ne peut plus compter que sur 3.000 fidèles.

« **Des chiffres et des lettres** ». Le jeu dont l'âge se rapproche de celui de ses téléspectateurs (52 ans) est à la peine. 30.000 belges s'y intéressent encore contre 80.000 pour *Slam* diffusé un peu plus tard. De là à envisager un départ à la prépension pour le jeu, il n'y a qu'un pas que l'on n'oserait franchir.

M.B.