

Rosenblatt : « Notre position reste forte »

Par rapport à l'an dernier, les audiences du groupe RTL ont progressé. Même si la concurrence est rude...

● **Marc UYTTERHAEGHE**

Après la RTBF, mardi, c'était au tour de RTL TVI de présenter ses programmes d'été. Nous y reviendrons en détail prochainement. Mais comme nous vous l'avions annoncé samedi dernier, la chaîne privée misera surtout sur le divertissement. Avec deux nouveaux rendez-vous : *Qui est la taupe ?*, sorte de Cluedo géant en Afrique du Sud présenté par Stéphane Rottenberg, tous les mercredis soir à partir du 1^{er} juillet à 21 h 05 ; *Got to dance*, «talent show» présenté par Sandrine Corman (NDLR : qui est enceinte d'un petit garçon et qui accouchera en octobre) qui sera diffusée dès le dimanche 28 juin.

Stéphane Rosenblatt a profité du rendez-vous pour dresser un bilan de la saison écoulée, qu'il a qualifiée de saison «à haut challenge dans le domaine de la production.» Et à la fin de celle-ci, le directeur de la télévision est plutôt satisfait. «Le public a répondu présent. Que ce soit pour Face au juge, Vu à la télé ou même l'accès du dimanche, où nous avons pris le risque de réinvestir dans un genre (NDLR : le magazine animalier) que nous avons un peu laissé

tomber avec Docteur Cath et Expédition Pairi Daiza... Un autre challenge était l'arrivée de Jean-Claude Defossé et les deux émissions qu'il a proposées ont été bien suivies.»

Stéphane Rosenblatt est également revenu sur l'info, qui a inauguré un nouveau studio et mis en place un nouveau mode de production et d'écriture en janvier. «Le rapport de force entre nous et la RTBF est inchangé (NDLR : l'écart se réduit, mais les JT de RTL restent leaders) et je pense qu'avec notre nouveau studio, nous avons encore du potentiel.»

Le directeur de la télévision ne regrette pas non plus d'avoir investi dans une programmation spécifique l'après-midi, où la chaîne est redevenue leader devant la RTBF et TF1.

Plug RTL a également connu une saison historique en atteignant une audience moyenne de 5,7 % sur les 15-34 ans, son public cible, grâce à des marques fortes comme *Touche pas à mon poste* ou la télé-réalité (Nabilla, *Les Anges*, *Les Marseillais*...). «Et en matière de foot, que ce soit en *Champion's League* ou en *UEFA*, nous sommes en progression.»

Au final, le groupe RTL atteint les 25,7 % d'audience, en progression par rapport à l'an dernier. «Ce n'est pas notre meilleure année, mais nous sommes confrontés à une fragmentation de l'audience. Mais si vous comparez notre position à celle d'autres leaders en Europe, elle reste extrêmement forte. Les légères variations que nous rencontrons se font désormais au profit des chaînes belges plutôt que des chaînes françaises.» ■