

La RTBF consolide son audience

BILAN En 2015, le service public continue à réduire l'écart avec RTL

► Les paris innovants tels que « Les héros du gazon » ou « Le grand cactus » ont trouvé leur public.
► On ne peut pas réellement parler de « flop », mais

de quelques déceptions.

Contrairement à la rentrée 2014, marquée par les flops de « Duels en cuisine » ou « Esprits de famille », la RTBF a attiré le public avec des nouveaux concepts comme « Les héros du gazon » et « Le grand cactus » en 2015. De quoi mettre

François Tron, le directeur des programmes, de très bonne humeur : « C'est la conséquence de nos efforts en matière de réactivité et de créativité. L'écart avec le groupe RTL a été réduit de moitié. Il était de 6,7 % de parts de marché en 2009, il n'est plus que de 3,2 % en 2015. RTL reste leader mais ils descendent et nous montons. » En plus des programmes

phares comme « The Voice » et « On n'est pas des pigeons », d'autres plus discrets comme « Un gars un chef » ou encore « 7 à La Une » affichent des audiences records, sans être toutefois leaders de leur tranche horaire. Des chiffres qui motivent la RTBF à développer d'autres nouveautés dont certaines seront déjà à l'antenne début 2016. ■

MAXIME BIERMÉ

ENTRETIEN

« Je n'ai pas de déception »

François Tron est le directeur des programmes de la RTBF.

Votre plus grande fierté en 2015 ?

Difficile de ne choisir qu'une seule chose. « Les héros du gazon » et « Le grand cactus » sont des belles réussites. Il y a aussi la tranche du matin sur La Une. On était inattendus et on répond à un vrai besoin de public.

Une déception ?

Sans être présomptueux, je n'ai pas de déception. Mais par exemple, un programme comme « 7 à La Une » le samedi est en train de décoller. Je pense qu'il y a un capital de développement possible.

Même chose pour « Un gars, un chef » qui flirte régulièrement avec les 100.000 téléspectateurs. Pour une chaîne comme La Deux à cette heure-là, c'est très bien. On n'est pas loin de « De quoi je me mêle » sur RTL...

Le principal défi pour 2016 ?

Les séries belges. J'ai vu « La Trêve » qui arrivera à la rentrée de janvier. Qualitativement c'est très réussi. L'image est superbe, les acteurs très bons et l'écriture tient en haleine. L'univers est un peu surprenant car il est ancré dans les Fagnes. On est vraiment en train de développer une spécificité d'écriture et filmique de la série belge avec des univers qui sont singuliers. Quel que soit l'accueil, nous miserons sur la durée. Cela montre à quel point on tient à une production originale entièrement fabriquée ici et qui va marquer les esprits, du moins je l'espère. Après, l'objectif est de faire mieux en 2016 qu'en 2015 et de marquer cette progression un peu plus fermement que l'année passée.

M.B.

LES SUCCÈS DE 2015

Les nouveautés trouvent leur public

La RTBF a été particulièrement ambitieuse en cette rentrée en lançant plusieurs nouveautés sur La Une et sur La Deux qui ont pu trouver facilement leur public.

Les héros du gazon (photo ci-contre) cartonnent le dimanche soir. Après un démarrage raté devant 180.000 téléspectateurs, le programme a vu son audience doubler. Les séries de RTL « Under the Dome » et « Zoo » sont toutefois toujours leaders de la tranche horaire. Autre motif de satisfaction, « Les héros » sont devenus des stars sur les réseaux sociaux. Avec 51 % de femmes qui plébiscitent

le programme, tous les voyants sont au vert pour une saison deux ou un dérivé partant du même principe.

Le grand cactus Le talk-show satirique de Jérôme de Warzée avec Adrien Devyver à la présentation a instantanément réalisé des audiences largement au-des-

sus des espérances montant jusqu'à plus de 200.000 téléspectateurs. Des scores rarement vus pour ce type de programme sur la chaîne.

La tranche matinale C'était la tentative la plus expérimentale de la rentrée 2015, la RTBF a lancé le « 6/8 » avec Sara De Paduwa. Une première en Belgique francophone où la télévision du matin se résumait à de la

radio filmée. La formule est toujours hybride (avec les journaux parlés de Vivacité diffusés à l'antenne par exemple), mais elle a boosté les matinées de La Une avec plus de 20 % de parts de marché. Les décrochages télévisés du « 8/9 » et de « C'est vous qui le dites », diffusés jusqu'à 11 heures, réalisent des scores inespérés, parfois au-dessus des

30 % de parts de marché. **Les ambassadeurs** Remplaçant à la fois de « La clé des champs » et de « Télétrouisme », ce nouveau programme, axé sur le patrimoine et proposé le samedi après le « 13 heures » sur La Une, remplit son contrat avec environ 150.000 téléspectateurs.

M.B.

LES DÉCEPTIONS

Une audience à (re)conquérir

Les décodeurs RTBF (photo ci-dessous) D'un point de vue qualitatif, la RTBF a clairement réussi le pari de redynamiser sa tranche politique du dimanche midi en mettant Florence Hainaut aux commandes et en organisant un redécoupage en

plusieurs séquences. D'un point de vue quantitatif par contre, RTL-TVI a clairement repris le dessus durant l'automne, malgré un démarrage

catastrophique. Christophe Deborsu a même creusé l'écart ces dernières semaines sur RTL-TVI.

Le banquet Annoncé comme « le » nouveau concept culinaire 100 % belge, le programme n'a pas attiré les foules en prime time. Avec moins de 300.000 téléspectateurs pour le pilote, aucun nouveau numéro n'a été commandé pour l'instant. « Le banquet » pourrait toutefois revenir sous une nouvelle forme, mais pas avant de nombreux mois puisqu'il se veut un divertissement estival. Et ce ne sera

pas pour l'été 2016...

La vie des Belges Ce nom ne vous dit probablement rien parce que ce qui devait être une prolongation du JT n'a jamais vu le jour. Projet de l'ex-rédacteur en chef, Christian Dauriac, « La vie des Belges » a été mis au placard par manque de moyens. La RTBF assure toutefois continuer à travailler sur l'incrustation de reportages « longs formats » à la fin de son JT. Elle est motivée par les très bonnes audiences de « Jeudi en prime » qui dépasse parfois les 600.000 téléspectateurs.

M.B.