

L'ancrage local conforte le leadership de RTL

BILAN (1/3) Les productions propres sont à la fête

- ▶ La majorité des nouveaux magazines ont connu un beau succès.
- ▶ « De quoi je me mêle ! » s'installe doucement.
- ▶ Il y a eu aussi quelques déceptions.

La toute grande majorité des nouvelles émissions lancées par RTL-TVI ces vingt-quatre derniers mois sont assurées de revenir la saison prochaine. De quoi rendre Stéphane Rosenblatt, le directeur de la Télévision, très satisfait : « Nous sommes parvenus à renforcer notre ancrage et la production locale en augmentant le nombre de cases disponibles. Certains programmes comme "Vu à la télé" sont devenus des vrais phénomènes de société. Notre stratégie dans ce domaine a porté ses fruits. » L'autre immense pari, c'était celui d'installer un talk-show l'après-midi pour remplacer « Un dîner presque parfait ». « "De quoi je me mêle !" a trouvé son public, mais elle n'est pas encore arrivée à maturité. On va encore la faire évoluer », commente Rosenblatt. Malgré une réduction de l'écart avec la RTBF, les « RTL Info » ont tout de même été leaders 95 % du temps. Le succès de la nouvelle marque

« C'est pas tous les jours dimanche » est aussi à mettre du côté des réussites.

En septembre, RTL lancera encore de nouveaux magazines et réinvestira dans le divertissement mais pour un talent-show façon « Belgium's Got Talent ».

Rien n'est prévu avant 2017. ■

MAXIME BIERMÉ

Les nouveaux magazines fédèrent toujours plus

RTL surfe depuis deux ans sur la carte du « local » et, pratiquement à chaque fois, cela cartonne. Par rapport à la saison dernière, « Face au juge » présenté par Julie Denayer gagne 40.000 téléspectateurs. Avec 567.200 fidèles et une part de marché de 34 %, il s'agit du magazine le plus suivi à la télévision belge, et de loin. Suivent « Vu à la télé », avec près de 500.000 téléspectateurs en moyenne, et, plus tôt dans l'après-midi, « Docteur Cath » et « Expédition Paire Daiza » qui tournent autour des 300.000 habitués dans une case longtemps abandonnée à la rediffusion d'épisodes des « Experts ». Même les « anciens » diffusés en semaine à 19h45 continuent à réaliser des audiences insolentes, avec jusqu'à près de 600.000 téléspectateurs pour « Images à l'appui ». Seul « Dossiers tabous » manque à l'appel. L'émission reviendra la saison prochaine sans Jean-Claude Defossé.

M.B.

La télé « Bisounours » déçoit

Au rayon des déceptions, on retiendra l'échec de « Jobs sans frontières ». Alors qu'il cartonne en Flandre, ce format qui suit des Belges qui vont travailler au bout du monde a réalisé un score très décevant lors de son

lancement, avec à peine 200.000 téléspectateurs. Le deuxième numéro n'a pas fait beaucoup mieux, avec 287.000 téléspectateurs. Le programme ne reviendra pas à la rentrée. Plus récemment, « Mieux vaut tard que jamais » qui réalisait le rêve de grands-parents a égale-

ment fait un flop, avec 260.000 téléspectateurs. Sandrine Corman continuera pourtant à surfer sur la vague des émissions « positives » à la rentrée. Elle vient de tourner « L'arbre à souhaits ». Même concept, mais avec des enfants. Au regard des audiences canons d'« Esprits criminels », « Scorpion » et autres « NCIS » dont on ne compte plus le nombre de morts par épisode, RTL déduit que le téléspectateur francophone est plutôt du genre à préférer l'action et les frissons plutôt que les programmes « rose bonbon ».

M.B.

« De quoi je me mêle ! » doit encore progresser

L'accueil réservé au nouveau talk-show de RTL-TVI a été glacial. Beaucoup y voyaient déjà une catastrophe industrielle à la manière de ce que vit actuellement Arthur avec son « 5 à 7 » sur TF1. Mais RTL a encaissé et remis le travail cent fois sur le métier. Au final, Michaël Miraglia et sa bande peuvent se targuer de terminer la saison sur un mois record, avec 18 % de parts de marché en moyenne en mai. Sur l'ensemble de la saison, le talk-show aura rassemblé 141.700 téléspectateurs. C'est mieux que les derniers numéros du « Dîner presque parfait ». Mais c'est tout de même insuffisant pour parler d'une véritable réussite. Pour perdurer il faudra se stabiliser durablement au-dessus des 20 % de parts de marché. Des changements au sein de la bande de chroniqueurs sont attendus. Elle devrait continuer à s'élargir. Au niveau du contenu, l'ambition de faire « plus dans la légèreté » devrait être confortée.

M.B.