

# Euro 2016 : la RTBF s'envole, RTL résiste

## AUDIENCES Pluie de records pour le service public

- Les performances des Diables rouges ont permis à la RTBF d'atteindre des chiffres jamais vu.
- La bonne forme des rendez-vous d'information de RTL impressionne.

### LES MATCHS

#### Belgique-Italie reste le plus vu

##### Top 5 des plus fortes audiences

	Nombre de téléspectateurs
<b>BELGIQUE/ITALIE</b>	<b>1.691.618</b>
SUEDE/ <b>BELGIQUE</b>	<b>1.634.603</b>
HONGRIE/ <b>BELGIQUE</b>	<b>1.603.136</b>
P. DE GALLES/ <b>BELGIQUE</b>	<b>1.467.919</b>
<b>BELGIQUE/RÉP. D'IRLANDE</b>	<b>1.366.688</b>

Cela restera gravé dans l'histoire du paysage audiovisuel belge. Le lundi 13 juin, 1.675.518 personnes étaient branchés sur La Une pour Belgique-Italie. Le premier match des Diables rouges récolte une part de marché de 77,6 %. Le précédent record remontait à Belgique/USA lors de la Coupe du monde au Brésil en 2010 (1.655.000 téléspectateurs). Au total, en ajoutant les chiffres du nord du pays, ce sont 3.911.000 Belges qui ont regardé le duel. Logiquement, les cinq matchs les plus regardés sont donc ceux de la Belgique. On constatera toutefois que le quart de finale face au pays de Galles n'a attiré « que » 1.468.000 téléspectateurs soit la quatrième meilleure audience de cet Euro. On peut se dire que la communauté italienne a plus gonflé les scores que la galloise.

M.B.

### EN GÉNÉRAL

#### La RTBF passe devant RTL

**33,9 %**  
pour la RTBF  
contre 21,7 %  
il y a un an

**22,9 %**  
pour RTL  
contre 25,6 %  
il y a 1 an

L'Euro 2016 aura permis à la RTBF d'être leader en parts de marché sur l'ensemble de la journée avec 33,9 % contre 22,9 % pour les chaînes de RTL (TVI, Club RTL et Plug RTL) sur l'ensemble du public.

On notera toutefois que le groupe privé résiste mieux que lors de la Coupe du monde 2014. Les audiences de RTL-TVI sont même en hausse de 19 % en comparaison de la même période, il y a deux ans.

La stratégie d'avoir conservé les magazines après le JT du soir et de mettre des séries américaines plutôt féminines a fonctionné.

« *Même si on sait que certaines auraient pu réaliser des audiences bien supérieures dans d'autres circonstances* », reconnaît le porte-parole de RTL.

A noter que les chaînes françaises et AB3 voient aussi leurs parts d'audiences reculer.

M.B.

## L'INFO

### L'écart avec le « 19 h 30 » de la RTBF doublé pour RTL

RTL n'a pas baissé les bras malgré la difficulté d'obtenir des images de l'Euro (lire ci-dessous). Pari gagnant car, et c'est une surprise, les JT de la chaîne privée ont obtenu des audiences records. Le 5 juillet, le « RTL Info 19 heures » a réalisé une part de marché de 55,4 %. Du jamais-vu depuis 2011. Plus étonnant encore, l'écart entre le JT de RTL-TVI et le « 19 h 30 » de La Une s'est même largement renforcé en faveur de la chaîne privée. Il est deux fois plus important depuis le début de la compétition. En moyenne, 588.000 personnes ont regardé les JT de RTL contre 458.000 pour le service public.