

# Pendant l'Euro, la RTBF a triomphé, mais RTL a résisté

**L'Euro terminé, l'heure est aux bilans audimétriques. Le foot sur la RTBF a presque tout balayé, mais l'info sur RTL a progressé**

C'est un nouveau bilan triomphaliste qu'a présenté RMB, régie publicitaire de la RTBF, à l'issue de l'Euro. Sur les «cibles commerciales», les 15-54 ans, la compétition a permis à la RTBF de presque doubler son audience en juin dernier (+ 92%) par rapport à juin 2015, passant à 32% de parts de marché.

L'intérêt des téléspectateurs pour le ballon rond ne cesse d'ailleurs de croître au fil des compétitions. Et ceci que les Diables Rouges y soient présents ou non. Lors de la Coupe du Monde 2002, à laquelle la Belgique avait pris part, 5,9% des francophones avaient regardé les matchs. Un chiffre passé à 10,2% au Mondial 2014 et à 12% lors de l'Euro.

## Féminisation

Evidemment, la présence de l'équipe nationale belge influence considérablement ces chiffres. C'est simple: quand les Diables sont sur le terrain,

l'audience est trois fois plus élevée. Près d'un francophone sur trois (30,8%) a regardé les 5 matchs des Belges contre un sur dix pour les autres matchs. Ce rapport de un à trois n'est pas neuf: en 20102, 5,3% des francophones avaient regardé les matchs de la Coupe du Monde mais 15,6% ceux joués par les Belges. Depuis, ces chiffres ont explosé, grâce notamment à la féminisation de l'audience: les matchs des Diables ont en effet attiré plus de 3 téléspectatrices sur 4. Mieux: 51% des téléspectateurs étaient des femmes. La tornade marketing autour des Diables a en effet transformé le foot en un spectacle familial. *«C'est étonnant mais c'est sans doute dû au fait que les hommes ont davantage regardé les matchs en groupe dans des bars ou des fans zones où l'audience n'est pas mesurée, alors que les femmes étaient plus sédentaires»*, indique Yves Gérard patron de RMB

Résultat: la RTBF a battu son record d'audience à l'Euro avec 1.675.518 téléspectateurs lors de Belgique-Italie, meilleure audience de

la télévision en Belgique francophone. En termes de parts de marché, le record reste détenu par Belgique-USA en 2014 (85,1%).

Le foot a-t-il pour autant tout écrasé sur son passage? En gardant l'essentiel de sa programmation traditionnelle, RTL a en tout cas bien mieux résisté que durant la Coupe du Monde. Entre 17 et 23 h, ses audiences ont augmenté de près de 20% par rapport à la période correspondante de 2014. Mieux: son JT a grimpé de 35%. Il a même légèrement progressé (+ 3%) pendant l'Euro par rapport aux six premiers mois de l'année. **J.-F. S.**

# 51%

**Plus de la moitié des téléspectateurs des matchs des Diables Rouges à l'Euro étaient des femmes.**