

« Nous avons maintenu le cap »

Stéphane Rosenblatt,
directeur de la
télévision chez RTL,
dresse son bilan 2016.
Malgré l'Euro, la chaîne
privée a résisté.

• **Marc UYTTERHAEGHE**

Après quelques jours agités, le calme est revenu chez RTL. L'occasion de rencontrer Stéphane Rosenblatt pour un bilan de l'année 2016. Malgré la diffusion de l'Euro sur la chaîne publique, RTL s'en sort plutôt bien.

1. Bilan général positif « Le cap est maintenu. Nous avons encore renforcé notre différenciation par la production locale et en multipliant les émissions nouvelles. Et ce quel que soit le genre d'émission : la saison 8 de L'Amour est dans le pré a cartonné (36,3 % de parts de marché sur les 18-64 ans), Votez pour moi est au-dessus des 400 000 téléspectateurs (27 %), Le meilleur pâtissier termine une saison historique (36,3 %), le retour de Dossiers tabous avec Christophe Deborsu est un vrai succès (34 %), tout comme le documentaire Niveau 4 (30 %)... On est chaque fois au-dessus de la moyenne de l'année précédente. C'est aussi vrai pour les spéciales infos. Nous sommes aussi référentiels le dimanche midi »

2. Audiences moyennes stables Malgré l'Euro et les J.O. diffusés sur la RTBF, la Famille RTL présente des audiences stables par rapport à l'an dernier. Petite précision : RTL présente des chiffres d'audiences calculés entre 12h et minuit, et non sur 24h comme la RTBF. « C'est plus logique, déclare Stéphane Rosenblatt. Nous prenons en compte la période où toutes les

chaînes ont des programmes. »

Le groupe RTL termine l'année à 30,6 % (contre 23,6 % pour la RTBF). RTL TVI totalise 23,1 % (16,2 % pour La Une), Club RTL 4,2 % (contre 6,4 % pour La Deux) et Plug à 3,3 % (contre 1 % pour La Trois).

« Dans ce contexte de fragmentation et de concurrence très forte, s'en sortir avec des audiences stables par rapport à l'année dernière et en progression par rapport à il y a deux ans, c'est une très grande satisfaction. Le leadership de RTL n'est pas contesté. »

3. Déceptions Elles ne sont pas nombreuses. Elles concernent deux programmes présentés par Sandrine Corman, Mieux vaut tard que jamais et The Wishing Tree (qui est toujours diffusé le dimanche à 18 h).

« Mais Mieux vaut tard que jamais, ce n'en est pas vraiment une, car il s'agissait d'un pilote dans lequel on n'a pas beaucoup investi. Wishing Tree par contre, c'est plus vrai. Le programme est peut-être trop gentil, trop lisse... »

4. Les Diables de retour en 2018 En octobre, RTL a annoncé avoir acheté les droits de diffusion de la Nations League, nouvelle compétition où figureront les Diables rouges. « C'est très important. C'est un signal à long terme. Les Diables seront confrontés aux meilleures équipes d'Europe et cela correspond à notre stratégie qui est de proposer le meilleur du foot. » Une année sur deux, RTL diffusera les matches de qualification et une année sur deux la compétition. RTL a aussi signé un accord avec Eleven Sports pour proposer un match par mois du Calcio. « Jamais l'offre de foot n'aura été aussi forte en gratuit. C'est unique en Europe. »

5. Des chaînes jeunes Des chiffres fournis par RTL, il ressort que la moyenne

d'âge des téléspectateurs est considérablement plus jeune sur la chaîne privée que sur la chaîne publique. C'est Top Chef qui affiche la moyenne la plus basse (40 ans), alors que celle du JT de 19 h est de 54 ans. Sur la RTBF, la moyenne d'âge de The Voice est de 52 ans et On n'est pas des pigeons et Le jardin extraordinaire affichent une moyenne de 61 ans. ■

« On peut être vieux à 25 ans »

On ne pouvait évidemment pas passer à côté du sujet qui a fait La Une ces derniers jours : les licenciements de Grégory Willocq, Jean-Claude Gerlache, David Oxley et Charles Neuforge. « Je ne vais pas commenter ces cas individuellement. Mais je tiens à répéter qu'il n'y a ni plan social, ni restructuration au sein de RTL. Il n'est pas non plus question de génération visée. On peut être vieux à 25 ans et jeune à 60 ans. La moyenne d'âge de notre entreprise est au-dessus de 45,5 ans. L'âge n'est pas un critère. Maintenant, émotionnellement, ces personnes licenciées ont un lien avec les téléspectateurs et donc c'est plus sensible pour une partie du public que dans d'autres entreprises où il s'agit d'anonymes. Mais en France ou en Flandre, des départs et des arrivées, on en voit tous les jours. En Belgique, francophone, il y a toujours un effet de loupe car la taille est plus petite. Mais nous sommes obligés de nous adapter et de prendre des décisions qui sont parfois difficiles. D'autre part, nous produisons beaucoup en interne. Et pour ça, nous devons être en permanence les meilleurs et nous adapter. » **M.U.**