

Les Flamands zappent la monarchie

VTM « Royalty » quitte l'antenne ce dimanche

► VTM justifie l'arrêt par le non-renouvellement du public et les nouvelles manières de consommer l'info.

► Chez nous, « Place royale » fait de la résistance.

La nouvelle est tombée il y a une dizaine de jours, « Royalty » sur VTM, c'est fini. Un dernier épisode composé des meilleures images de ces vingt dernières années sera diffusé dimanche en fin d'après-midi sur la chaîne privée flamande. Il s'agit d'une petite révolution car « Royalty » était la dernière émission entièrement consacrée à l'actualité des têtes couronnées au nord du pays.

VTM coupe le cordon royal car elle considère que les audiences sont mauvaises, principalement sur la cible des 18-54 ans, choyée par les annonceurs publicitaires. La chaîne avait tenté d'attirer un nouveau public en propulsant Birgit Herteleer, une jeune animatrice de 25 ans à la présentation. Cela n'a pas eu d'effet. Cité par la *Gazet van Antwerpen*, l'expert de l'émission Jo De Poorter pointe une autre raison : « Quand il se passe quelque chose d'important dans la sphère royale, l'info se retrouve directement à la radio, sur internet, dans les JT ou les journaux. » Selon l'animateur, cela empêche le programme de se démarquer et d'attirer les téléspectateurs. Un avis que ne partage pas Emmanuel Mestag, le producteur de « Place Royale » : « Nous sui-

vons la famille royale dans toutes ses activités. Nous montrons ce que les autres médias ne couvrent pas, comme l'inauguration d'une école primaire dans

un village perdu de Flandre. Nous sommes aussi très actifs sur les réseaux sociaux, ce qui nous permet d'être en contact avec les téléspectateurs et de les tenir au courant de l'actualité tout au long de la semaine. »

S'il regrette la disparition du programme et la fin d'une belle complicité qui dépassait la frontière linguistique, Emmanuel Mestag pense que « Royalty » n'arrivait tout simplement plus à trouver sa voie. « Ils se sont beaucoup cherchés ces dernières années. Ils ont changé plusieurs fois d'animateurs. Ils tournaient une année en extérieur, une autre dans un studio... »

Ecarté du programme juste avant l'été 2016, Jo De Poorter souligne le manque de collaboration du Palais. Un argument repris par le rédacteur en chef de VTM, Kris Hoflack : « A l'inverse des maisons royales britanniques et hollandaises, la maison belge restreint plus sa communication avec la presse, a-t-il confié au site *Newsmonkey* pour justifier sa décision. Après vingt ans, cela devient compliqué de

trouver des angles contemporains. » Une position que ne partage pas totalement Patrick Weber. Le journaliste a collaboré aux deux émissions. « Le Palais a une communication comme une entreprise, cela est plutôt bien géré. Nous avons pu avoir des images inédites à plusieurs reprises. C'est juste qu'il faut toujours respecter une certaine égalité. Si le service public francophone reçoit un scoop, son équivalent flamand reçoit le même. Même principe avec les chaînes privées. »

Encore 500.000 fans de la monarchie

Malgré les arguments de VTM, « Royalty » continuait

d'attirer près d'un demi-million de téléspectateurs chaque semaine. Un petit miracle au regard du dernier grand sondage publié dans *Le Soir* en novembre dernier. On y apprenait que 60 % des Flamands prônent la monarchie protocolaire ou la république, contre un tiers des Wallons. « Il reste encore beaucoup de gens qui aiment la monarchie en Flandre », souligne Emmanuel Mestag. Les audiences de « Place royale » ne sont pas comptabilisées de ce côté de la frontière linguistique mais je pense qu'elles vont augmenter significativement. »

Que les téléspectateurs francophones se rassurent, l'émission présentée par Thomas de Bergeyck et Emilie Dupuis ne risque pas de connaître le même sort que sa collègue. Du moins pas tout de suite. Ces trois dernières années, les audiences de « Place Royale » sont sur une courbe ascendante. L'équipe modernise constamment le concept, en lançant les séquences depuis un studio flashy plutôt que des vieux châteaux. En s'inspirant des magazines papier pour proposer des séquences originales. Surtout, elle assure une forte présence sur les réseaux sociaux avec près de 80.000 fans sur Facebook. Plus récemment, l'équipe s'est lancée dans l'organisation de dîner à thèmes. Les repas « Place royale » rencontrent un succès réel auprès des fans, selon la production. « Place Royale » est aussi aidée par le « rajeunissement » des têtes couronnées en Belgique mais surtout au Royaume-Uni. Merci à Kate, William, Mathilde, Philippe et tous les autres personnages du seul soap opera capable de battre les records de longévité des « Feux de l'amour ». ■

MAXIME BIERMÉ