

Les vrais chiffres **DES JT**

▶ En 5 ans, les jeux se sont resserrés entre la RTBF et RTL. La chaîne privée demeure cependant en tête, lors de la messe du soir

▶ “La guerre des JT fait rage”. Cette phrase, les médias l’ont employée à outrance ces deux dernières années. À juste titre. La RTBF partait en effet de loin, il y a plus de cinq ans de cela. Courant 2011, il y avait presque 200.000 téléspectateurs d’écart entre le JT de 19 h de RTL et celui de 19 h 30 du service public.

Fin 2016, à l’heure de dresser un bilan et de faire les moyennes pour les deux chaînes, la différence s’était amoindrie, le désormais RTL Info de 19 heures ne devançait plus le 19 h 30 de La Une que de quelque 80.000 téléspectateurs.

Si la chaîne privée reste leader aujourd’hui, allant jusqu’à rassembler cette année 824.400 téléspectateurs (une audience record jusqu’à présent pour 2017,

enregistrée le 13 janvier dernier) au moment de sa grand-messe, la chaîne publique touche désormais 696.407 fidèles (c’était le 15 janvier dernier), au meilleur de sa forme.

Les jeux se sont resserrés, pourquoi ? Certes, la RTBF – reliftée depuis la réforme de l’info de 2011 – s’est montrée davantage attractive ces dernières années. RTL a eu beau transformer son info, fin 2014, avec notamment un nouveau plateau, elle n’a plus recréusé l’écart d’antan. Mais la raison est ailleurs. Car les audiences du 19 heures de RTL ne se sont pas écrasées pour autant. Elles sont restées stables. Par contre, le nombre de téléspectateurs globaux des JT a tout simplement augmenté ces 5 dernières années. Et cette aug-

mentation a profité à La Une, comme le montrent les chiffres ci-dessous.

— ET EN FRANCE ? —

On en parle moins, mais leurs présentateurs sont pourtant tout aussi populaires que les nôtres en Belgique. Les 20 heures de France 2 et de TF1 comptent une belle base de téléspectateurs au quotidien, même si ces audiences sont (très) loin de rivaliser avec celles de RTL et de la RTBF.

Avec environ 170.000 téléspectateurs belges de moyenne (et des pointes au-delà des 200.000 lors d’événement exceptionnel comme l’interview de Fillon dimanche dernier) chaque soir, les JT français de 20 heures réunissent finalement quelque 350.000 personnes chez nous. C’est près de la moitié des journaux *made in Belgium*, mais ce n’est certainement pas quantité négligeable...

Ch.V.

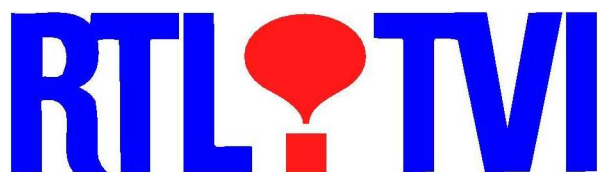
L’audience, c’est quoi ?

On vous parle de téléspectateurs, mais comment sont-ils calculés ? Les professionnels évoquent eux les très importantes – d’un point de vue attraction publicitaire – parts de marché, que représentent-elles ? Le calcul des audiences au quotidien, appelé étude CIM TV, peut paraître un peu archaïque, pourtant, il est indispensable aux chaînes belges. Ainsi, ce sont des audimètres (des petits boîtiers) installés au sein de 1.500 ménages belges qui enregistrent le comportement de chaque membre. Dans chacun de ces ménages, un audimètre est installé et enre-

gistre le comportement de chaque téléspectateur du foyer, qu’il regarde la télévision en direct ou en différé. Au total, le panel compterait quelque 3.700 personnes qui représentent donc ce qu’on appelle l’audience.

Quant aux parts de marché d’une chaîne, elles représentent le pourcentage de gens qui regardent un programme en particulier, par rapport au nombre de téléspectateurs présents devant leur écran. Soit donc l’intérêt d’une émission par rapport à d’autres diffusées au même moment.

Ch.V.



ANNÉE	PARTS DE MARCHÉ (%)	NOMBRE DE TÉLÉSPECTATEURS
2011	46,6	606.065
2012	44,3	614.043
2013	43,3	604.079
2014	42,3	604.001
2015	41,8	599.307
2016	42,3	604.421



ANNÉE	PARTS DE MARCHÉ (%)	NOMBRE DE TÉLÉSPECTATEURS
2011	30,7	435.789
2012	30,6	459.891
2013	31,6	477.200
2014	32,1	494.132
2015	33,4	520.388
2016	33,8	526.931