

TELEVISION

Audience très faible pour « À votre avis »

Le débat dominical de La Une a plongé à 40 000

téléspectateurs dimanche. La faute à la météo,

mais pas seulement. Débrief' avec Sacha Daout.

Bon, d'accord, c'était dimanche de milieu de vacances de Pâques et il faisait très beau. Mais cela ne suffit sans doute pas à expliquer la très faible audience du débat dominical sur la RTBF.

À *votre avis*, présenté par Sacha Daout, n'a été regardé que par 40 195 téléspectateurs (7 % de parts de marché) alors que Christophe Deborsu réunissait 120 501 personnes (25 %) devant *C'est pas tous les jours dimanche* sur RTL TVL. Soit 160 000 personnes au total devant les deux émissions, contre 200 à 220 000 pour un dimanche habituel.

Autre constat : le débat a été beaucoup suivi par les jeunes sur la chaîne privée (18 % de 18-34 ans), alors que le débat de la chaîne publique n'a été vu que par... 0,5 % de 18-34 ans.

On le sait, les deux émissions ne visent pas le même public et n'évoluent pas sur le même terrain : *À votre avis* est plus politique

(l'étourdissement des animaux avant l'abattage ce dimanche, par exemple) là où *C'est pas tous les jours dimanche* parle de l'actualité au sens large (la protection civile,

l'attentat de Stockholm, les frappes en Syrie...). Elles n'ont pas, non plus les mêmes moyens humains : Christophe Deborsu est beaucoup

plus entouré que Sacha Daout. Mais, de mémoire, l'écart entre les deux programmes n'avait jamais été aussi grand.

La qualité de l'émission n'est pas remise en cause. D'ailleurs, elle a reçu un joli 7/10 lors d'une récente étude qualitative de la RTBF. Alors, c'est quoi ? Joins sur son lieu de vacances, Sacha Daout se dit étonné par les chiffres. « *Je suis surpris, car sur les réseaux sociaux, nous avons eu beaucoup de réactions et l'émission a vraiment bien marché. Mais évidemment, cela n'entre pas en ligne de compte dans les audiences.* »

Cette ouverture aux réseaux so-

ciaux explique aussi, selon Sacha Daout, la grande différence du nombre de jeunes (18-34 ans) présents devant le petit écran. « *Nous avons été les premiers à proposer un*

Facebook Live. Le risque que l'on assume, c'est que cette audience soit plus volatile. Mais par rapport aux Décodéurs l'an dernier, nous avons rajouté notre public de 4 ou 5 ans. »

Le journaliste pointe aussi le fait que l'émission de ce dimanche n'était pas en direct. « *Et comme ce n'est pas en direct, les gens ne restent pas car ils ne peuvent pas réagir.* »

Les chiffres lui donnent raison. Les émissions en direct avec Charles Michel ou Laurette Onkelinx comme invités ont atteint dernièrement les 120 000 téléspectateurs (15 % de parts de marché).

Enfin, Sacha Daout avance un dernier constat : « *Il n'y a rien à faire, on voit que la météo et les vacances nous flinguent l'audience à chaque fois, curieusement plus que RTL...* » ■ **M.U.**