

“RTL conforte sa position de leader”

Bilan Le directeur des programmes TV chez RTL évoque une année “record”.

Entretien Aurélie Moreau

L’amour est dans le pré”, “Top chef”, “Appel d’urgence”, “C’est grave docteur?”, “GuiHome”, “Bruxelles, niveau 4”,... A l’approche de l’été, le directeur des programmes TV chez RTL Belgium, Stéphane Rosenblatt, dresse gaiement la liste des émissions dont le groupe privé est “particulièrement satisfait”.

Dressé – fièrement – sur un mobilier, un écriteau affiche la nouvelle devise des équipes: “Evolve” (en référence au plan de transformation que devra subir RTL suite à l’arrivée prochaine du groupe TF1 sur le marché publicitaire belge). Invité au cercle B19 en Brabant wallon, le directeur général, Philippe Delusinne a promis qu’il ne toucherait pas “aux contenus”.

Attablé, Stéphane Rosenblatt se réjouit dès lors des “objectifs atteints” dont la multiplication des productions propres. “On fait une excellente saison: la meilleure, en termes d’audiences depuis 2013-2014. On gagne plus d’un point de part de marché en passant de 35,2% à 35,6% de pdm sur les 18-64 ans. Dans le paysage fragmenté et con-

currentiel que l’on connaît, c’est une excellente nouvelle. On a renforcé notre ancrage local à travers le vécu et on reste le plus concernant possible pour le téléspectateur.”

Qu’en est-il de “De quoi je me mêle” et de “Puis-je vous embrasser?”?

On a tenté d’investir la 2^e partie de soirée, de manière un peu différente, avec du divertissement: “Puis-je vous embrasser?” On se rend compte que c’est compliqué d’imposer, en Belgique francophone, à cette heure-là, une émission de production propre. Créer cette habitude demande des investissements et du temps. C’est un challenge qui n’est pas totalement rencontré à ce stade. La réflexion sur “De quoi je me mêle” est également en cours. C’est un créneau stratégique, concurrentiel où il est également très difficile d’imposer de la production propre. On aurait aimé que l’émission s’impose encore plus qu’elle ne l’a fait cette saison.

Les dérapages de Cyril Hanouna ont-ils eu une influence les audiences de Plug RTL?

Non. Après, c’est sûr qu’on reste attentif en dehors de toutes considé-

rations déontologiques ou éthiques. La francisation de l’émission, qui varie d’une saison à l’autre, peut influencer l’audience belge. Mais Hanouna est un personnage segmentant. Il ne fait pas l’unanimité et c’est pour ça qu’il est sur Plug et non sur RTL-TVI.

Comment le groupe RTL se positionne-t-il par rapport aux décisions du CSA français?

Sur le plan culturel, la France et la Belgique partagent les mêmes valeurs et le respect de la personne humaine en fait partie. Les décisions rendues par le CSA vont dans ce sens-là et nous les partageons. Quant aux valeurs défendues par le groupe RTL, je pense que nous

avons déjà démontré que nous pouvions prendre des décisions rapides pour dénoncer des choses qui ne correspondent pas à la nature sociétale de nos chaînes.

De nouveaux formats comme “Only for men” (futur magazine masculin) sont également annoncés pour la saison 2017-2018. Où en sont-ils?

Plusieurs programmes sont en développement ou en cours de production. Nous les annoncerons en août.

Stéphane Rosenblatt

Directeur des programmes TV.