

Le « 13 heures » de la RTBF dépasse celui de RTL

AUDIENCES Du jamais-vu depuis plus de vingt ans

- Depuis septembre, le journal de Nathalie Maleux est plus regardé que celui d'Alix Battard.
- La Une était devant RTL à 46 reprises.
- RTL reste cependant largement leader le soir.

Le journal de « 13 heures » de la RTBF est plus regardé que celui de RTL depuis la rentrée. Ce n'est pas une surprise, Nathalie Maleux chipait de plus en plus souvent le leadership à Luc Gilson ces derniers mois. Le basculement n'en est pas moins impressionnant. Historique même. Cela fait plus de vingt ans que RTL est en tête dans ce qui reste la seule confrontation directe entre les deux chaînes principales sur le terrain de l'info.

Dans le détail, Nathalie Maleux, en alternance avec Véronique Barbier (et Ophélie Fontana qui assure son remplacement durant son congé maladie), attire 260.000 téléspectateurs en moyenne sur La Une. Cela représente une part de marché de 34,1 %, plus d'un téléspectateur sur trois. Le service public gagne plus de 20.000 paires d'yeux sur un an. Au même moment, RTL en perd 32.000. Alix Battard et Caroline Fontenoy, qui présentent le « RTL Info 13 heures », une semaine sur deux (Luc Gilson est désormais titulaire de l'info le week-end), sont regardées par 250.000 téléspectateurs (33,4 % de parts de marché).

Dix mille téléspectateurs

d'écart, c'est peu et tellement à la fois. Peu, parce que le leadership de La Une est fragile. Particulièrement le week-end. Grâce à « C'est pas tous les jours dimanche », Luc Gilson, sur RTL-TVI, est pratiquement toujours devant la RTBF. Laurent Haulotte, directeur de l'info, explique d'ailleurs la baisse de RTL par la suppression de « Pour ou contre ». RTL ne compte pourtant pas réinvestir dans la case du 12 h 45.

La chaîne luxembourgeoise a tout de même inauguré un bulletin météo supplémentaire au printemps. Une idée probablement inspirée par le succès de l'émission « Quel temps ! ». Diffusée juste avant le « 13 heures » de la RTBF, elle réalise de bonnes performances, profitant des tunnels publicitaires après les jeux de Nagui et Jean-Luc Reichmann sur les chaînes françaises. Elle attire aussi des téléspectateurs qui allument leur télévision spécifiquement pour s'informer de la météo et restent ensuite sur le service public.

La portée symbolique de ces 10.000 téléspectateurs d'écart est importante parce que la RTBF n'osait pas en rêver. Ce qu'on peut qualifier de victoire sur la concurrence est le fruit d'une réforme mise en place en 2011 et d'un travail de longue haleine menée par l'équipe du « 13 heures ». Il y a six ans, le service public était au plus bas, avec à peine 176.000 téléspectateurs. Ils étaient presque deux fois plus sur RTL. L'écart s'est resserré d'année en année avec une accélération depuis deux ans.

Si on ne tire officiellement pas la sonnette d'alarme, c'est un sacré coup dur pour RTL, qui est déjà sous le coup d'une grande réforme interne qui débouchera sur 105 licenciements, dont une trentaine dans la rédaction. En septembre dernier, Laurent Haulotte affirmait ne pas faire de fixation par rapport à la réduction de l'écart avec la RTBF tout en confiant que cela ne lui plaisait

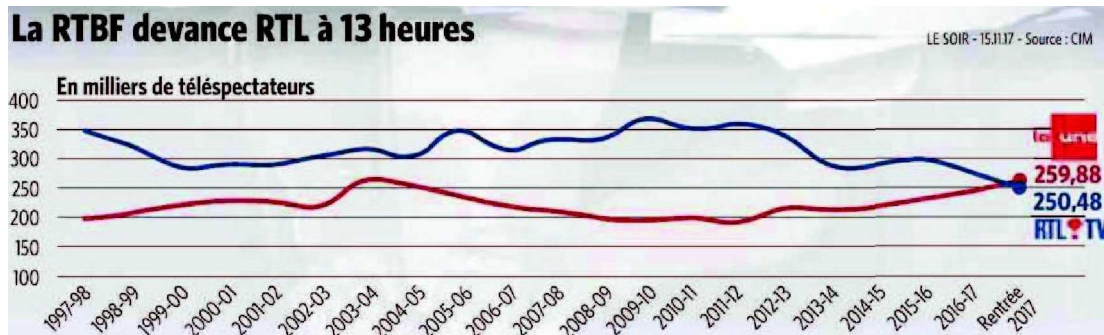
pas : « L'existence de l'information sur une chaîne privée est liée au leadership, nous en avons conscience. Je pense que la maison d'en face (la RTBF, NDLR) fait une énorme fixation par rapport à l'écart. Cela vient peut-être de leur culture monopolistique. Ils n'ont pas été habitués à partager. On va se battre pour rester leader. »

Au niveau des explications de la baisse du « RTL Info 13 heures », il pointait un désintérêt global pour l'information à la télévision. « Notre audience est plus jeune que celle de la majorité du public du "13 heures" de la RTBF, qui a plus de 65 ans (sur la cible des 18 à 64 ans que vise RTL, elle est leader, NDLR). Comme ce sont les jeunes qui quittent la télé, cela nous affecte plus. Notre défi, c'est que les gens gardent un réflexe RTL Info, que ce soit en télé ou sur leur mobile. »

Le succès de la RTBF ne s'est pas encore transformé en soirée. Si le « 19 h 30 » de François De Brigode est en progression, il souffre d'être diffusé une demi-heure après celui de RTL-TVI. Le leadership du « RTL info » de Hakima Darhmouch n'est pas (encore ?) menacé. ■

MAXIME BIERMÉ

Même si l'écart de 10.000 spectateurs en faveur de la RTBF est faible, il a une forte portée symbolique



ENTRETIEN

« Un travail de longue haleine »

Bruno Clément est le rédacteur en chef des JT de la RTBF. **A quoi attribuez-vous ce leadership ?** A l'équipe qui a mené un travail de longue à haleine. C'est une réflexion qui a plusieurs mois. Elle est basée sur une ligne éditoriale précise qui couvre l'actualité chaude, l'événementiel, avec des journalistes sur le terrain en direct, et une seconde partie plus magazine. Là, on joue la proximité avec un ancrage plus régional. **C'est toujours une conséquence de la grande réforme de l'info de 2011 ?**

Effectivement, les audiences sont en progression depuis 2011. Il y a une accélération ces derniers mois car nous avons développé des lignes spécifiques à chacun des rendez-vous d'info à 13 heures mais aussi 19 h 30 et 22 h 30 avec « Vews » sur La deux. Le midi, on est plus dans la proximité et l'actualité en direct. Alors que le « 19 h 30 » est un peu plus dans l'international, dans l'analyse, avec des sujets magazines grand format. L'intention est d'avoir une patte différente pour chaque rendez-vous. **Le prochain objectif est d'être leader à 19 h 30 ?** L'idée est séduisante, mais ce n'est pas un objectif en soi. On a le handicap de commencer 30 minutes après la concurrence. Quand il y a de l'actuali-

té chaude, les gens n'attendent pas le JT de la RTBF. On se distingue par contre sur la couverture des faits divers ou des accidents de la route. On n'en parle pas, sauf cas exceptionnels.

Vous êtes bien aidé par le programme dédié à la météo « Quel temps ! », diffusé juste avant...

C'est un bon tremplin, mais ça ne fait pas tout. C'est surtout la conséquence du travail de l'équipe du « 13 heures » depuis plusieurs années.

Ça change quelque chose d'être leader ?

On va continuer sur la même ligne mais cela fait surtout plaisir au moral des équipes. C'est la récompense du fait que l'on mouille tous notre maillot.

M.BMÉ