

Unir audiences et réjouissances

2017 C'est le défi à relever par la RTBF qui a aussi fait le bilan de l'année écoulée.

Si tous les soucis sont loin d'être derrière elle, la RTBF affiche une mine plutôt réjouie en cette fin d'année 2017 avec deux très bons élèves sur ses antennes : "Le Jardin extraordinaire" sur La Une et "Le Grand cactus" sur La Deux.

Le défi représenté par l'entrée de TF1 dans le marché publicitaire belge reste encore à surmonter mais "les effets ne devraient pas en être ressentis avant début 2019", souligne Jean-Paul Philippot.

L'écart entre RTBF et RTL diminue

Si l'administrateur général de la RTBF s'efforce d'envisager ce nouveau cap avec sérénité, c'est qu'il a devant lui d'autres chantiers à mener, telle la réorganisation de l'entreprise publique en deux pôles ("contenus" et "médias") en vertu du nouveau plan stratégique "Vision 2022". Une mutation "sans changer de cap sur le plan des productions propres" puisque les résultats d'audience tendent à prouver que la RTBF a fait le bon choix sur ce plan-là.

Avec 23,8% de parts de marché (enregistrés au 30 novembre dernier), la RTBF boucle en effet une bonne année, en matière d'audiences, même si elle est en léger recul par rapport à 2016, année où elle a bénéficié de l'attrait pour l'Euro.

Pas de quoi l'inquiéter cependant car, si l'on regarde l'évolution de l'audience des citoyens de Belgique francophone (âgés de 4 ans et plus) sur dix ans (soit de 2008 à 2017), "l'écart entre le groupe RTL et la RTBF est passé de 5,9 % à 1,9 %", a souligné Jean-Paul Philippot, précisant que "l'écart entre RTL-TVI et La Une est dorénavant de 2 %".

Une évolution d'autant plus positive que, dans le même temps, les chaînes françaises (TF1 et France Télévisions, principalement) ont également vu leurs parts de marché faiblir sur le territoire belge.

L'envol de la plateforme Auvio

Autre sujet de satisfaction : la montée en puissance de sa plateforme Auvio qui attire une partie du public qui s'est détourné de la télévision. "Quelque 7,250 millions de contenus sont ainsi consommés chaque mois sur RTBF Auvio (+53% par rapport à 2016) et quelque 100 000 visiteurs uniques y naviguent quotidiennement", note Fabrice Massin.

En 2017, le temps moyen de consommation d'une vidéo sur le site Auvio a atteint 26 minutes, soit "4 fois plus que le temps moyen observé chez [son] concurrent RTL". Une nouvelle d'autant plus rassurante que cette consommation en hausse est assortie d'un rajeunissement de son public (41 ans en moyenne contre plus de 55 en télévision). "Or c'est sur ce créneau que la bataille s'annonce la plus rude", souligne Jean-Paul Philippot, conscient que les Gafa (Google,

Apple, Facebook, Amazon) menacent de plus en plus la position des télévisions "traditionnelles".

Afin de rendre l'outil toujours plus performant, Jean-Paul Philippot a annoncé que la prochaine étape serait une personnalisation plus poussée de l'offre Auvio au 1^{er} trimestre 2018, via "la mise au point d'outils de recherche affinés permettant de disposer de davantage de points d'entrée au sein des archives RTBF".

Karin Tshidimba

Scènes, info, humour

Spéciale du "Grand Cactus"

dans le studio de "The Voice" le 28/12, "Bêtisier", Contes de Noël des frères Taloche, documentaire sur Luchini et Florence Foresti et solidarité avec "Viva for Life".

Le concert de Loïc Nottet,

"Béjart, le maître de la danse" et "Le tour du monde en 80 jours" enregistré au Théâtre du Parc, sont quelques-uns des moments forts proposés durant les fêtes.

Les dossiers de Noël

d'Anne-Laure Macq et la "rétrospective 2017" concoctée par la rédaction de l'info sont d'autres incontournables de la fin d'année.

"Like-moi". Au rayon séries, ce format canadien inédit, coproduit avec France 4 et la TSR, explore les tribulations de jeunes adultes ultra-connectés en quête du bonheur sur les réseaux sociaux...

GENSINFO

Netflix a tranché. Elle poursuivra bien la production de sa série phare "House of Cards" mais avec l'actrice

ROBIN WRIGHT comme seule tête d'affiche, après les accusations d'agression sexuelle qui frappent son partenaire Kevin Spacey. La saison 6, sans doute la dernière, sera raccourcie puisqu'elle ne comptera que 8 épisodes.

Nagui, animateur de "La bande originale" sur France Inter

et du jeu "N'oubliez pas les paroles" sur France 2, boycotte la promotion du nouvel album de Bertrand Cantat, "Amor fati". "Etre artiste ne pardonne pas tout. Et mon engagement contre les violences faites aux femmes et aux enfants est très clair", a souligné Nagui, le papa de "Taratata".

Les remous sont toujours importants au sein des rédactions des chaînes publiques françaises. Les rédactions de France TV ont ainsi prévu de se réunir lundi prochain en assem-

blée générale et de mettre au vote le lendemain, soit mardi 12, une motion de défiance à l'encontre de **Delphine Ernotte** patronne de France Télévisions.

Netflix va mettre en production sa première comédie romantique française (8 x 30 minutes) sur quatre trentenaires. Sur une idée

originale de l'auteur britannique Chris Lang, la série sera coécrite et réalisée par **Noémie Saglio** ("Connasse, Princesse des cœurs") et aura pour producteurs exécutifs Anne Thomopoulos ("Versailles") et François Florentiny.