

2017, l'année où la télé belge a dû se transformer

AUDIENCES L'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge a secoué les chaînes

- RTL est contrainte de se réinventer dans la douleur.
- La RTBF a décidé de limiter ses prises de risques et se concentre sur la fiction belge.
- Miser sur les productions locales reste la grande tendance gagnante.

ANALYSE

Catastrophe pour les uns, correction d'une « anomalie » pour les autres. L'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire en Belgique restera l'information dont on a le plus parlé dans le milieu médiatique belge francophone en 2017.

Pour les téléspectateurs, cela n'a rien changé ou presque. Quelques publicités pour des marques belges sont apparues pendant « Koh-Lanta », « Danse avec les stars » ou le magazine « Sept à huit ». Pas sûr que beaucoup l'aient remarqué.

Pour les employés de RTL, c'est la cause (ou l'excuse, selon les interlocuteurs) de l'annonce d'une centaine de licenciements.

Pas joyeux-joyeux tout ça. Et pourtant, les deux principaux acteurs de la télévision sur le marché belge, la RTBF et RTL, interrogés par *Le Soir*, jugent que l'année a été « excellente ». Explications.

1 TF1, prédateur affaibli. On sait que TF1 va faire perdre des millions d'euros de recettes publicitaires aux chaînes belges en 2018. Leur seule défense, c'est de convaincre les téléspectateurs de regarder leur programme, plutôt que celui de la chaîne française. En 2017, TF1 a réalisé sa plus faible performance depuis 2006 avec 15,8 % de parts de marché. Pendant ce temps-là, sur la même cible (les téléspectateurs âgés de 18 à 64 ans) sur la tranche horaire allant de midi à minuit, RTL (TVI, Club et Plug) est en progression à 32,4 %.

Sur ce critère, la RTBF est en baisse, mais ce n'est pas ce que le service public retient : « Malgré l'absence de grandes compétitions de football, nos chiffres sont très bons, précise François Tron, di-

recteur des programmes. *La RTBF est en hausse tendancielle sur l'ensemble de la journée et des cibles depuis 2005. Nous signons notre deuxième record historique après 2016. C'est rare dans un univers où la plupart des services publics à l'étranger sont en baisse.* » Stéphane Rosenblatt, directeur de la télévision chez RTL Belgium, souligne aussi un record depuis dix ans. « *La satisfaction est d'autant plus grande vu le contexte délicat. Cela démontre que notre stratégie de programmation est payante.* »

2 La guerre de l'info relancée. On l'oublie parfois, mais le programme quotidien le plus regardé par les Belges francophones reste le journal télévisé. « RTL Info 19 heures » continue de régner sans partage sur l'audience. Il en va autrement du journal de la mi-journée qui s'est vu piquer le leadership par le « 13 heures » de La Une (RTBF), depuis le mois de septembre.

Chez RTL, on prend ça avec philosophie. « *Ce n'est pas une catastrophe, commente Stéphane Rosenblatt. Vu le contexte économique, il n'est pas dans nos priorités d'investir avant le journal de la mi-journée et c'est ce qui explique cette perte de leadership que nous conservons à l'échelle de l'année 2017.* »

De son côté, la RTBF continue de travailler à son offre d'information. En octobre dernier, elle a lancé la marque « Vews » destinée à internet prioritairement. La version télé à 22h30 est moins puissante que le « 12 Minutes » qu'elle remplace. « *Ça monte tranquillement, on n'est pas pressé* », dit François Tron. Un bilan comprenant les audiences télé et web sera fait en juin.

3 Le « made in Belgium » toujours au top. Pour continuer à exister dans un monde où Netflix, Facebook et Snapchat grappillent chaque jour quelques minutes d'attention, la RTBF et RTL misent sur les programmes locaux. La première via les séries belges. *Unité 42* et ses 275.000 téléspectateurs en moyenne. Un avant-goût de 2018 où quatre séries sont attendues sur La Une (« *e-Legal, Champion, La trêve 2* et *Ennemi public 2* »).

Les tentatives en matières de nouveaux magazines ou talk-shows ne se

sont pas avérées concluantes en 2018. Les plus récentes, « Max et Vénus » et « 20 : 02 », sur La Deux, réalisent des audiences confidentielles. Elles pourraient rejoindre « Vis ta mine » et « Ah, c'est vous » qui n'ont pas passé l'été. « *Il faut leur laisser le temps de s'installer, insiste François Tron. Ces deux programmes prennent leur marque et sont en constante progression ces dernières semaines.* »

Du côté de RTL, on a carrément abandonné le créneau du talk-show (« De quoi je me mêle ? ») pour revenir à des programmes de compétition comme « Les as de la déco ». Valérie Damidot a instantanément trouvé son public et reviendra avant l'été 2018.

En prime time, « Mariés au premier regard » fait presque aussi bien que le pilier « L'amour est dans le pré » avec 550.000 téléspectateurs. Au niveau des productions belges, il n'y a que le jeu « Faut-il connaître ça pour l'examen ? » qui n'a pas trouvé son public.

4 Les programmes politiques ne sont pas morts. La pirouette était risquée. Désormais diffusé le mercredi soir, au lieu du dimanche midi, « À votre avis » attire environ 100.000 personnes chaque semaine. Ce n'est pas tellement mieux au niveau de l'audience, mais cela satisfait François Tron qui souligne un rajeunissement du public.

Sur RTL, Christophe Deborsu qui n'a pas abandonné le dimanche midi en profite. « C'est pas tous les jours dimanche » flirte avec la barre des 200.000 téléspectateurs.

5 Les fictions francophones montent en puissance. C'est assez rare que pour être souligné, une série francophone a failli ravir la première place du classement à une américaine. *Clem* (La Une) a attiré jusqu'à 573.000 téléspectateurs contre 588.000 pour *NCIS* qui reste sur la première marche du podium.

Ce qui marque dans le top 20, c'est que l'on compte désormais six séries francophones, dont une belge, *Unité 42*, à la neuvième place. Les fictions américaines continuent d'attirer un large public, mais elles montrent des signes de fatigue. ■

MAXIME BIERMÉ

LES GAGNANTS**Julie Denayer**

La journaliste fait partie de ces visages qui se sont imposés à la vitesse de l'éclair. Son magazine judiciaire « Face au juge » est le documentaire le plus regardé de RTL-TVI (jusqu'à 730.000 téléspectateurs). En plus d'« Indices » et du nouveau magazine d'investigation « Face cachée », elle a rejoint l'équipe des présentateurs du « RTL Info » cet été.

Les employés de RTL

Ils savaient que l'arrivée de TF1 en Belgique aurait un lourd impact mais ne s'attendaient pas à devoir se séparer d'une centaine de collègues. L'automne a été triste chez RTL qui se réorganise en interne. L'hiver 2018 s'annonce encore plus déprimant, malgré l'attachement du public qui lui est toujours plus fidèle depuis trente ans.

Tanguy Dumortier

L'animateur-aventurier peut se targuer de présenter le magazine le plus regardé du service public. Les reportages du « Jardin extraordinaire » attirent jusqu'à 500.000 téléspectateurs le dimanche soir sur La Une. Impressionnant pour un rendez-vous présent dans la grille depuis plus de cinquante ans.

Benjamin Maréchal

Le bonheur du jeune papa aura été quelque peu entaché cette saison. Par l'échec de son talk-show « Ah, c'est vous ! », qui n'a jamais trouvé son public sur La Une. Par la polémique de l'automne où il a été pris à partie par ses collègues sur le contenu de son émission « C'est vous qui le dites » (VivaCité).

Jérôme de Warzée

Où s'arrêtera la progression de Jérôme de Warzée et son « Grand cactus » ? Après avoir surpris en battant des records en 2016, il a fait mieux que confirmer en 2017. En moyenne, le divertissement d'humour a été regardé par 300.000 téléspectateurs, confirmant son statut de plus gros succès jamais enregistré sur La Deux (RTBF).

Cyril Hanouna

Le roi du talk-show s'est brûlé les ailes. Au centre de multiples polémiques qui auront coûté de l'argent et son image à l'animateur, il a été contraint de faire profil bas. Résultat, au lieu de battre ses propres records, il s'est fait griller le leadership par « Quotidien ». A noter qu'en Belgique, ses audiences progressent.