

# Avec TMC, TF1 courtise les jeunes téléspectateurs belges

**Grilles Les opérateurs Voo et Proximus diffusent désormais TMC, la chaîne du groupe français bien connue des Belges.**

Entretien Virginie Roussel  
à Paris

**T**MC est disponible en HD avec l'offre Entertainment Channels à 9,95 €/mois sur le canal 210 de Proximus TV. La chaîne du groupe TF1 est également diffusée, gratuitement, sur le canal 19 de l'offre numérique de Voo. Désormais, le public belge peut donc accéder aux émissions phares de la chaîne française. A savoir: "Burger Quiz", le jeu créé par Alain Chabat en 2001 sur Canal + et présenté par Alain Chabat lui-même. Récemment remise au goût du jour, l'émission fait de nouveau la joie des téléspectateurs. Idem pour le magazine "Quotidien" de Yann Barthès. A cela s'ajoutent les séries telles que "Les Mystères de l'amour", "The Walking Dead", "Les Experts : Miami", "Gossip Girl", "Une nounou d'enfer"...

Pavel Stantchev, directeur général de TF1 Distribution, explique les raisons de cette implantation de TMC dans le paysage audiovisuel belge.

**LCI, TV Breizh, Ushuaïa TV, Histoire, TF1 Séries films, TFX sont déjà regardées en Belgique. Pourquoi avoir ajouté TMC à ce bouquet de chaînes françaises?**

En raison du grand intérêt des téléspectateurs belges pour cette chaîne en pleine croissance, ces dernières années, surtout auprès du jeune public. "Quotidien" est le deuxième programme le plus regardé par les Belges sur notre plateforme MyTF1.

**Qui des opérateurs ou de TF1 en a conçu l'idée le premier?**

Ce sont des discussions en commun. Les opérateurs belges cherchent en permanence à enrichir leurs offres avec des programmes de qualité pour leurs abonnés. De notre côté, nous cherchons bien sûr à attirer toujours plus de téléspectateurs sur nos chaînes. Leur demande et notre stratégie se sont rencontrées. Ceux qui y gagnent, ce sont les abonnés belges. En France, TMC est la quatrième chaîne nationale en parts de marché chez les jeunes, les 25-49 ans.

**En mai 2017, TF1 a signé avec la régie publicitaire Transfer un accord de commercialisation de ses espaces publicitaires. L'arrivée de TMC a-t-elle été envisagée dans ce contexte?**

C'est juste une coïncidence. Pour l'instant, nous n'avons pas prévu de prendre de la publicité. Nous sommes contents que les téléspectateurs belges, à qui nous tenons, puissent regarder TMC qui est une chaîne très dynamique, jeune et de qualité.

**Envisagez-vous la création de programmes spécifiques pour ce nouveau public?**

Ce n'est pas notre intention. Nous retransmettons la chaîne telle qu'elle est diffusée en France.

**Avez-vous conseillé les opérateurs sur leur positionnement tarifaire?**

C'est l'opérateur qui connaît le mieux ses abonnés. Chacun a sa propre stratégie pour "packager". Nous pouvons partager notre expérience, mais finalement, c'est l'opérateur qui fait ce genre de choix.

**Comment TF1 se rémunère-t-il sur les abonnés?**

En France et en dehors de la France, les chaînes sont généralement rémunérées par les opérateurs. C'est normal. Pour le reste, c'est confidentiel.