

# LA « TÉLÉ DE PAPA SOUFFRE »

**L**a télé de papa n'est pas morte, mais elle vieillit et elle prend même de l'âge de plus en plus vite. L'âge moyen du téléspectateur augmente irrésistiblement. Aucune des chaînes traditionnelles en tout cas ne parvient à l'endiguer. En France, on parle de 53 ans, toutes chaînes confondues, une moyenne qui a grimpé d'un an... en seulement 12 mois ! La RTBF, de son côté, affiche une moyenne d'âge à 52 ans pour toute son offre, une moyenne que la RTBF estime stable par rapport à l'année précédente. Mais il faut apporter des nuances.

Car en réalité le téléspectateur de La Une est âgé en moyenne plutôt de 59 ans, en augmentation d'un an par rapport à 2017. Celui de La Deux (qui a rajeuni en 2018, effet coupe du monde oblige) a 53 ans, tandis que sur La Trois, grâce à la tranche Ouftivi (de 6 à 20h) le téléspectateur a 37 ans – en soirée, c'est davantage : 59 ans de moyenne.

Ces chiffres, la RTBF n'a pas renâclé à les donner, même si elle n'en est pas nécessairement fière ! L'âge moyen est un critère crucial pour les annonceurs qui veulent

cibler leur publicité. On peut comprendre que la chaîne publique a tendance à plutôt mettre en avant d'autres statistiques. Comme celles d'Auvio (où l'âge moyen est de 42 ans) ou celle de Tarmac où les internautes ont plutôt entre 18 et 24 ans. Le but est évident, il permet à la RTBF de dire qu'elle continue à s'adresser à une tranche de la population que la télé linéaire ne lui permet presque plus d'atteindre : les jeunes qui s'orientent vers la vidéo à la demande par abonnement (Netflix) quand ce n'est pas vers le streaming piraté.

## RTL : PLUS JEUNE... MAIS PAS TANT QUE ÇA !

Du côté de RTL, les moyennes (aussi pour 2018) montrent un public un peu plus jeune, mais on ne peut pas parler d'un public biberon, loin de là ! On

tourne autour de 52 ans de moyenne d'âge (pour TVI), de 51 ans (pour Club) et de 44 ans (pour Plug). C'est donc plus jeune, oui bien sûr, mais en réalité, RTL observe les mêmes difficultés à attirer ceux qu'on appelle les « millénials » (la génération de ceux qui sont nés après 2000).

Chez nous, selon les mêmes critères pour les chaînes hexagonales, TF1 en est à 50 ans de

moyenne, France 2 à 59 ans et France 3 à 64 ans, mais étonnamment le public des deux chaînes de France Télévisions aurait eu tendance à rajeunir ! Un rajeunissement qui n'est pas du tout constaté par France 2 et France 3, en France (où c'est plutôt l'inverse).

Mais en France, toutes les chaînes ou presque sont atteintes par le vieillissement accéléré. Arte et France 3 ont le public le plus âgé (63 ans) alors qu'il y a 5 ans à peine, leur moyenne n'était « que » de 60 ans. France 5 (62 ans) et France 2 (60 ans) ont

là-bas vu la moyenne augmenter de plusieurs années sur la même période. Le public de TF1 a également vieilli (51 ans) comme celui de M6 (47 ans). Une chaîne comme TMC a réussi à quelque peu endiguer le phénomène. Sa moyenne est à 49 ans, rajeunie de plus de 2 ans, mais au prix d'un repositionnement sur le secteur des jeunes adultes avec des émissions comme « Quotidien » ou « Burger Quiz ».

## LE SALUT, C'EST L'ÉVÉNEMENTIEL

Le problème de la télé linéaire, c'est que les plus jeunes ne la regardent plus que de temps en temps – les matchs de foot en di-

rect et dans une moindre mesure, des émissions comme The Voice ou Top Chef sont préservées de la désaffection totale parce qu'il leur reste un côté événementiel.

Outre le vieillissement des publics, il y a bien entendu une autre conséquence désagréable pour les chaînes : une éro-

sion de l'audience, qui ne se renouvelle plus comme par le passé. Elle est difficile à chiffrer, mais on va donner un exemple pour faire comprendre. Entre les deux saisons d'un feuilleton comme « La Trêve », il s'est passé un peu plus de deux ans. La 2<sup>e</sup> fois, la série n'a rien perdu en parts de marché, restées aux alentours des 20 à 21 %. Mais en nombre de téléspectateurs, cela se traduit par une baisse considérable (au moins 50.000 personnes). Même observation pour The Voice dont les blinks, longtemps stables au-dessus des 500.000 téléspectateurs, oscillent à présent entre 350 et 450.000 alors que les parts de marché sont restées les mêmes. En clair, un programme, même quand il reste aussi fort qu'avant, est désormais moins regardé en direct, avec tout le manque à gagner publicitaire que cela implique... ●

SAM CHRISTOPHE

## Édito

### Les télés font face à une vraie révolution

Longtemps préservées, les chaînes de télé subissent

désormais chez nous aussi un phénomène de vieillissement inexorable de leur audience qui va en s'amplifiant depuis deux ou trois ans.

Parce que désormais, les moins de 30 ans ne reproduisent plus les comportements de leurs aînés.

Les générations précédentes finissaient toujours par s'adapter aux repères sociaux habituels dont fait

partie la télé. Ce n'est dorénavant plus le cas et il semble certain que les jeunes – qui ne regardent pas la télé – ne sont plus les téléspectateurs de demain !

Le défi est de taille pour les chaînes qui vont devoir tenir compte de cette nouvelle donne. Car si aujourd'hui, le modèle de la télé linéaire (la télé de papa) reste rentable, il est évident qu'il faut préparer le glisse-

ment vers les autres modes de consommation. Il sera de plus en plus difficile, voire peut-être impossible, dans un futur rapproché de rassembler quelque 500.000 ou 600.000 personnes devant la télé, comme c'est encore le cas... mais de plus en plus rarement !

Le salut des chaînes passe sûrement par le sport, par les grands événements, par le direct, par les émissions événementielles et peut-être

aussi par la production de leurs propres contenus. Il y a l'info, bien sûr, mais il y a aussi de l'investissement sur des programmes de niche, voire sur des contenus spécifiquement produits pour ces mêmes plateformes qui lui ont rogné son audience jeune. Une vraie révolution, qui demande une stratégie appropriée et... une autre affectation des moyens mis en œuvre ! ●

Mais que regardent nos jeunes?

# Ils ne touchent plus au poste

Le mardi, nombreux sont les téléspectateurs belges qui ont les yeux rivés sur La Une où l'on diffuse les duels de « The Voice Belgique ». Tous ? Peut-être pas. Car les plus jeunes ne suivent pas forcément The Voice en direct ou encore devant le poste de télévision. Nombreux sont ceux qui suivront l'émission via Auvio, le service de vidéo à la demande de la RTBF ou en différé via de multiples plates-formes. Mais les jeunes abandonnent-ils la télévision ? « Ça dépend ce qu'on entend

par télévision », nuance Frédéric Antoine, professeur de Communication à l'Université catholique de Louvain. « Effectivement, les jeunes regardent de moins en moins la télévision sur un écran classique. Ils la suivent sur un smartphone, une tablette voire sur un PC portable. Ils ne sont plus dans le même contexte et ne sont pas mesurés par les systèmes d'audimétrie. Et s'ils migrent vers ces supports, c'est parce qu'ils estiment que c'est à eux de choisir ce qu'ils veulent regarder et pas à une

chaîne d'imposer un programme. » Les jeunes ne sont pas pour autant boudés par les chaînes de télévision. Même si certaines visent clairement un public plus âgé. « Sur les télévisions généralistes, c'est assez évident à voir », estime Frédéric Antoine. « Mais ce n'est pas un mouvement nouveau car la segmentation de l'audience et les créations de chaînes thématiques remontent à la fin des années 80. Et si ces chaînes qui visent les jeunes existent aujourd'hui, c'est qu'elles trouvent le moyen de fidéliser et as-

surent leur existence par la publicité. En Belgique, on peut citer l'exemple de Plug RTL qui a un profil différent des autres chaînes du groupe. »

Enfin, il existe toujours des moments où une famille peut se re-

trouver. « Comme les adultes, les jeunes se retrouvent devant la télé lorsqu'il se passe des choses en direct comme des événements sportifs ou encore les grands faits d'actualité. »

● GUILLAUME BARKHUYSEN

## Raccordements TV

### Le Belge ne boude pas la télédistribution

**4.466.421** raccordements TV en Belgique : un nombre en hausse. Selon des chiffres de l'IBPT, on dénombre au total 4.466.421 raccordements à la télédistribution en Belgique. Parmi ceux-ci, on en dénombre 373.550 qui ne concernent que la télédistribution analogique. Si l'on se concentre sur les régions, on dénombre 2.690.788 raccordements en Flandre, contre respectivement 1.406.491 et 369.142 en Wallonie et à Bruxelles.

**4.298.955** ménages avec TV : 518.043 de plus qu'en 2010

Si l'on se concentre uniquement sur les ménages, les chiffres de l'IBPT montrent 4.298.955 ont la télédistribution. 1.262.216 ménages ont un abonnement classique avec une offre « TV uniquement ». 3.036.739

ménages profitent d'un package du style « Internet+TV ». Des offres généralement avantageuses d'un point de vue financier.

« Si l'on considère la Flandre seule, on constate en 2017 une très légère baisse du nombre de raccordements à la télévision, mais elle est encore trop faible que pour pouvoir parler d'une réelle tendance », nous a expliqué Jimmy Smedts de l'IBPT. ●

G.B.

## NOTRE EXPERT

« La télé a encore de beaux jours devant elle »



➔ Pourquoi le public des télé linéaires vieillit-il ?

C'est logique, les plus jeunes ont modifié lentement leur mode de consommation... Je dis « lentement », parce que Netflix chez nous s'est installé plus lentement qu'ailleurs, mais de façon aussi inexorable. Et puis, il faut ajouter bien entendu le vieillissement global de la population. Mais vu qu'elle est relativement âgée, la masse de téléspectateurs reste malgré tout importante chez nous.

➔ Pourquoi le glissement de mode de consommation s'est-il opéré lentement chez nous ?

Jusqu'il y a trois ans, le phénomène n'était pas majeur. Sans doute était-ce dû à un grand conformisme, y compris des jeunes, dû au doublage. C'était comme une muraille de protection, parce que chez nous, les gens regardaient les séries par exemple, en version doublée et pas en v.o. comme sur les plateformes. Mais les jeunes ont fini par s'habituer au sous-titrage, voire maîtrisent mieux l'anglais.

➔ Ce vieillissement à terme est-il dangereux pour les chaînes de télé ? Pourraient-elles disparaître ?

Je suis convaincu que la télé linéaire restera, mais les chaînes devront s'adapter. Sur les grands événements, l'info et les directs, elle a encore toute sa place. Mais d'un autre côté, il faut absolument continuer la production propre et donc faire glisser ses moyens vers la production de contenu. Ce qui peut être la grosse difficulté, particulièrement pour une chaîne privée. On peut faire plus facilement des économies d'échelle en France ou en Allemagne avec plusieurs dizaines de millions d'habitants qu'en Belgique francophone. Or les coûts de production sont les mêmes... ●