



## Audimétrie : Août 2017

### Évolution des « parts de marché »<sup>1</sup> mensuelles : Nord

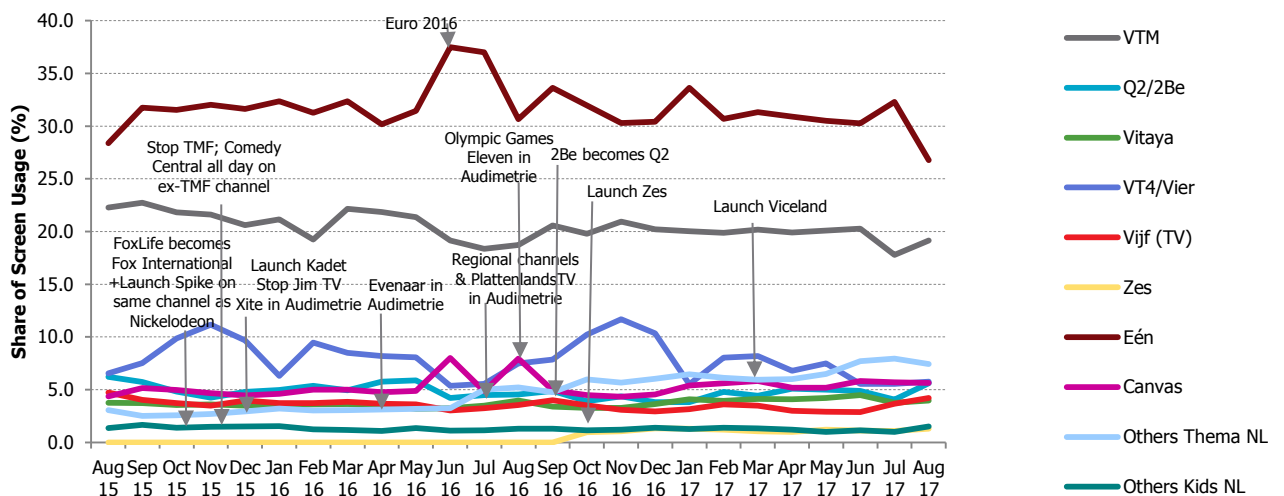
#### La cible 15 ans et plus

Au mois d'août, comme les années précédentes, nous notons un recul de la part de Eén et Canvas et une progression de VTM et Q2 par rapport à juillet, entre autres grâce au démarrage d'une partie de la programmation de rentrée.

Eén perd 5.5 points sur la cible 15 ans et plus par rapport à juillet et se situe 3.9 points sous le niveau de l'an dernier. En effet, elle ne bénéficie plus des audiences des Jeux Olympiques cette année, même si 1 084 461 « téléspectateurs » ont suivi le match de qualification à la coupe du monde ayant opposé la Belgique à Gibraltar sur Eén ce 31 août. De même, Canvas recule de 2.3 points. VTM, quant à elle, progresse de 1.4 point par rapport à juillet et retrouve une part proche de celle de l'an dernier (+0.4 point). Elle bénéficie, entre autres, du démarrage des nouvelles saisons de Familie (684 787 « téléspectateurs » en moyenne) et de Buurtpolitie (382 261 « téléspectateurs » en moyenne), ainsi que du nouveau jeu Miljonair (436 448 « téléspectateurs » en moyenne). Quant à Q2, elle progresse de 1.5 point par rapport à juillet et se situe 1.1 point au-dessus du niveau de l'an dernier, profitant des audiences de plusieurs matchs de football.

Vier, par contre, maintient un niveau proche de juillet (+0.5 point), mais perd 1.7 point en glissement annuel.

Enfin, nous notons une progression de 2.2 points du groupe « Others Thema NL » en glissement annuel, principalement du fait d'une progression de 1.3 point de Caz, qui présente ce mois-ci une part de 1.7%. Zes, quant à elle, obtient une part de 1.3% ce mois-ci.

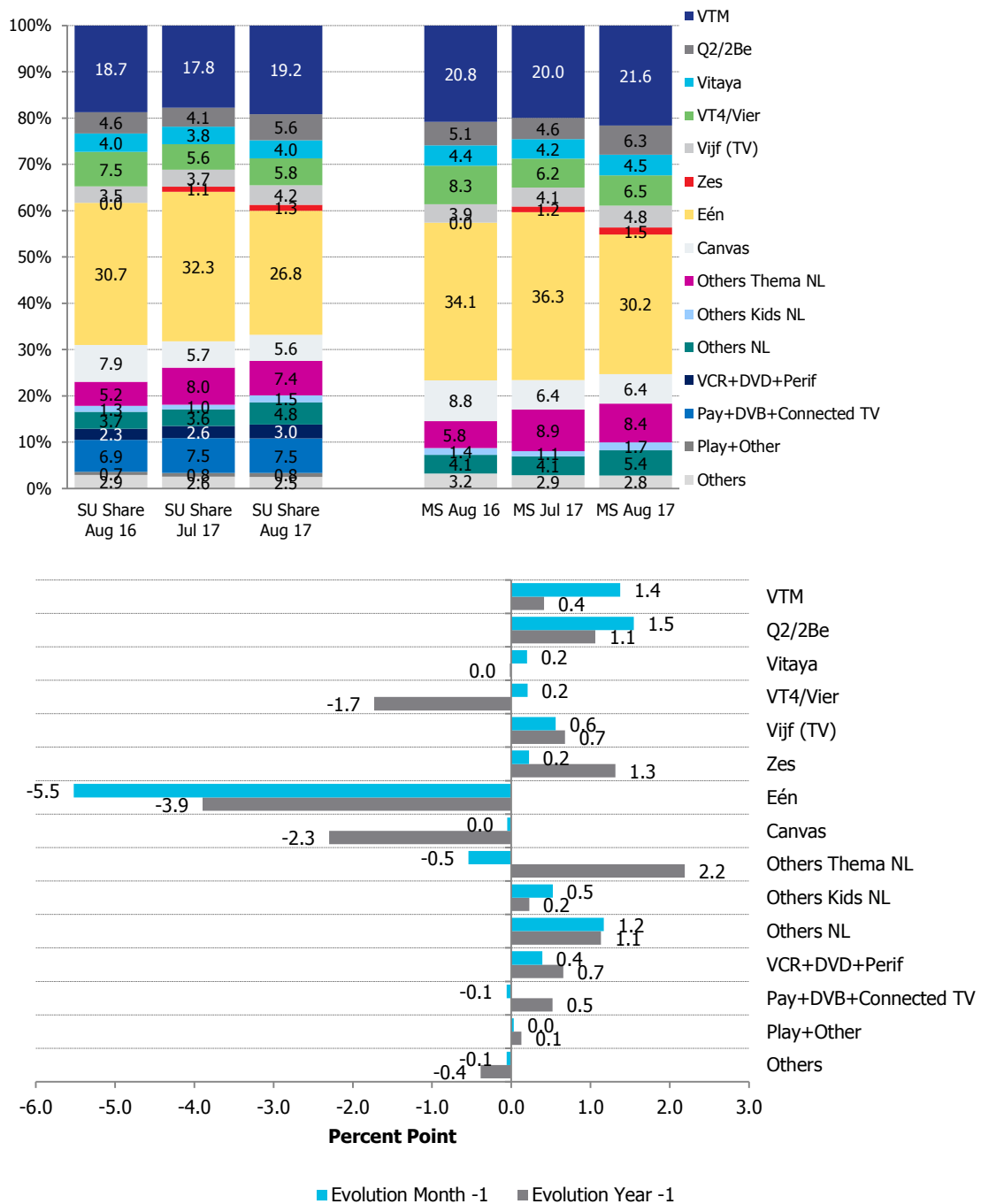


Others Thema NL = Njam!, Caz/Acht, National Geographic, Discovery Channel, Fox(Life), Dobbit, MTV, TMF/Comedy Central, Kanaal Z, Libelle TV, History, TLC, Xite, Evenaar, PlattenlandsTV, Eleven, Ment TV, the 11 Flemish regional channels & Viceland  
 Others Kids NL = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV, Disney Jr & Kadet  
 Source : Audimétrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017 Live+7+Guests in 2016; before 2016 = live+6+guests

<sup>1</sup> Share of Screen Usage, mais nous publions également les parts de marché (cfr définitions p.15).

## Évolution des « parts de marché »<sup>2</sup> par rapport au mois dernier et à l'an dernier : zoom sur quelques cibles spécifiques

### La cible 15 ans et plus



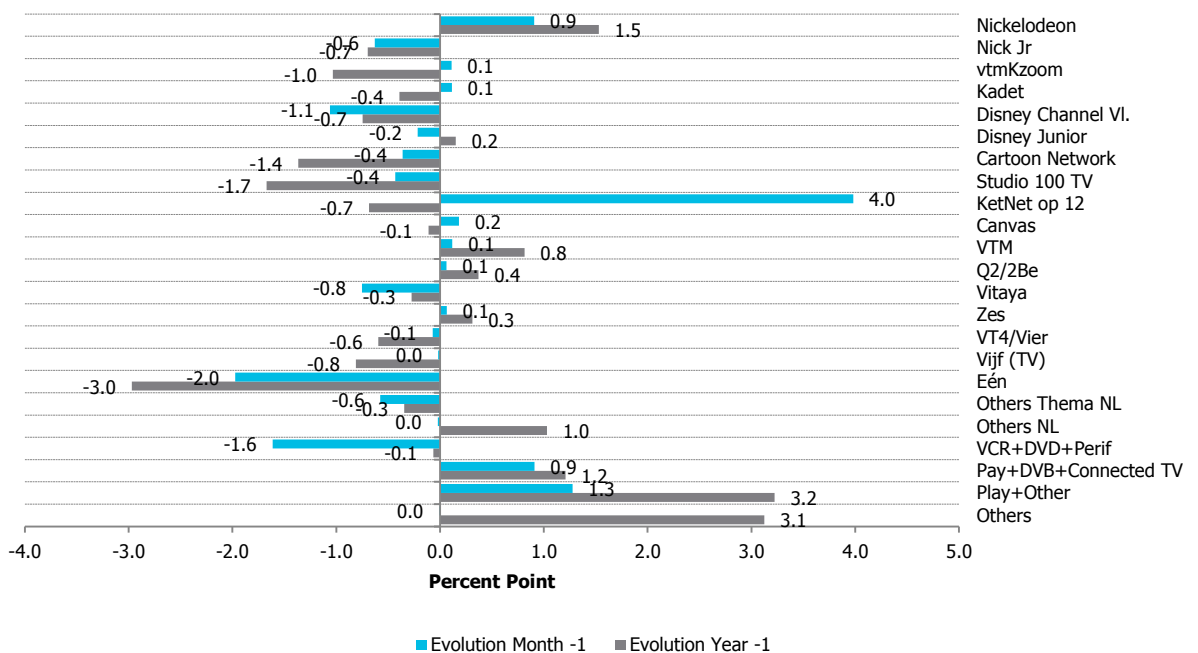
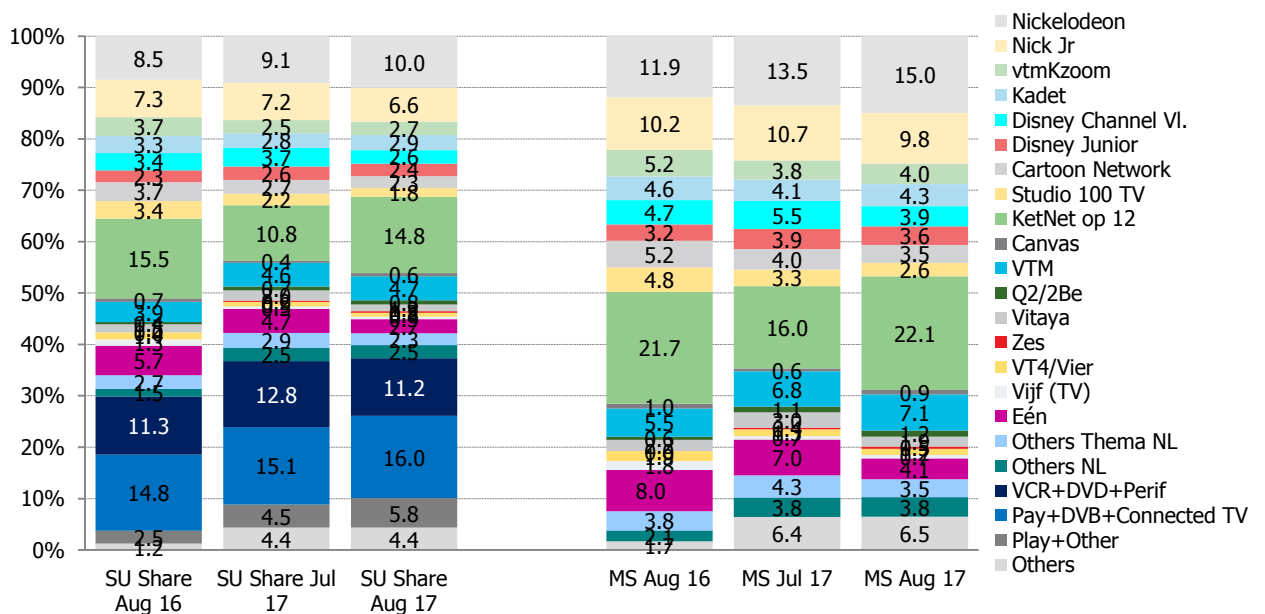
Source : Audimétrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017

<sup>2</sup> Share of Screen Usage

Audimétrie : Août 2017

**La cible 4-14 ans (tranche horaire: 6:00-19:00)**

Sur la cible 4-14 ans (tranche horaire 6:00-19:00), ce sont Nickelodeon et KetNet op 12 qui affichent la plus forte progression par rapport à juillet : KetNet op 12 gagne 4 points, mais se situe 0.7 point sous le niveau de l'an dernier, tandis que Nickelodeon gagne 0.9 point, soit +1.5 point en glissement annuel. Ensuite, nous notons un recul par rapport à août 2016 de Studio 100 TV (-1.7 point), Cartoon Network (-1.4 point) et vtmKzoom (-1 point). La part des autres chaînes enfants est toutefois assez stable. Enfin, nous notons une forte progression des « autres utilisations de l'écran » et des chaînes non-identifiées par rapport à l'an dernier : +1.2 point pour « Pay+DVB+Connected TV », +3.2 points pour « Play+Other » et +3.1 points pour « autres ».

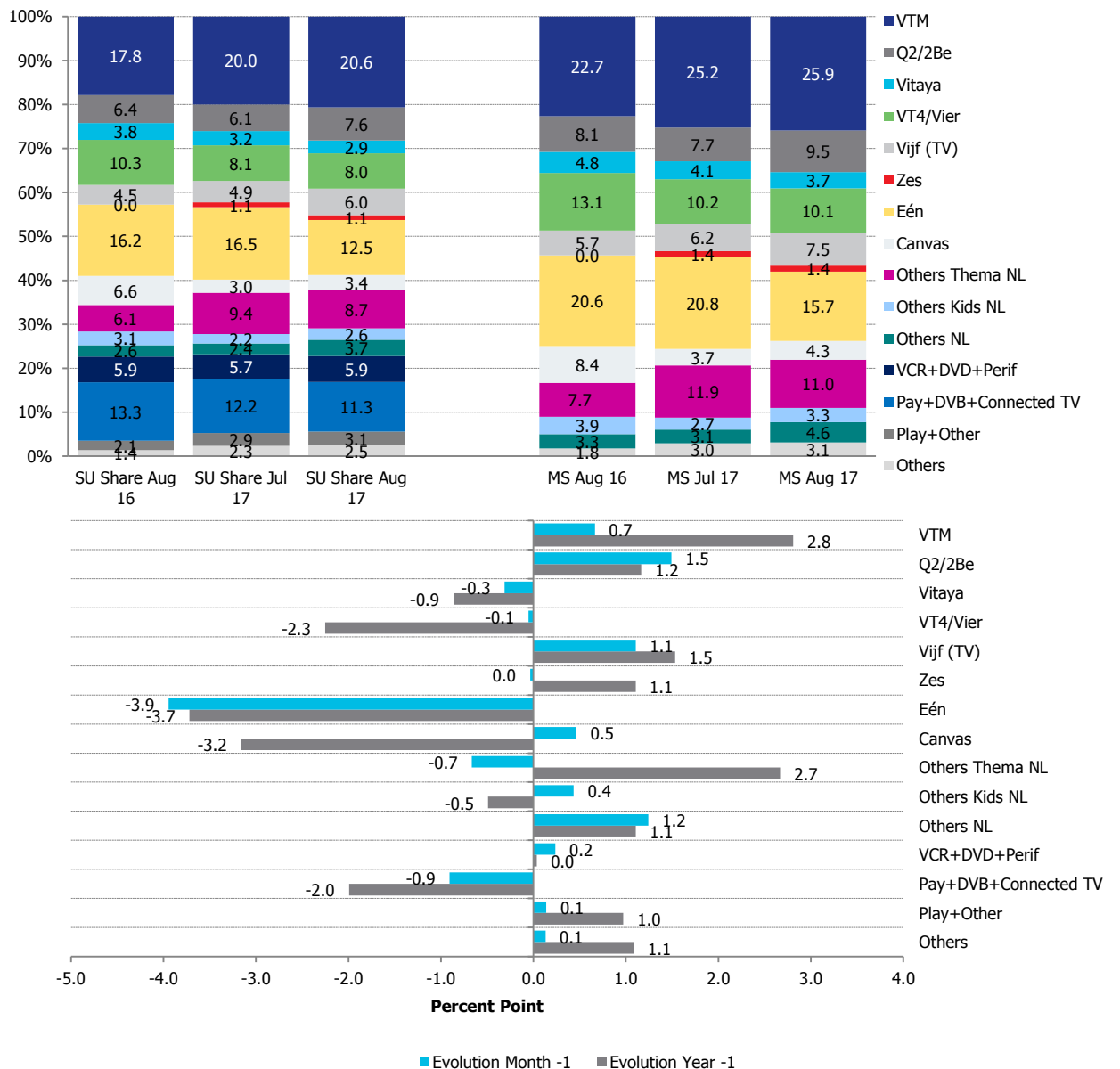


Source : Audimétrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+7+Guests+7 from 2017

Audimétrie : Août 2017

**La cible PRA 18-44 ans**

Sur les PRA 18-44 ans, ce sont Q2 et Vijf qui progressent le plus par rapport à juillet : Q2 gagne 1.5 point et se situe 1.2 point au-dessus du niveau de l'an dernier, tandis que Vijf gagne 1.1 point, soit +1.5 point par rapport à août 2016. VTM également remonte par rapport à l'an dernier : +2.8 points. À l'inverse, Eén perd 3.9 points par rapport à juillet et se situe 3.7 points sous le niveau d'août 2016. De même Canvas recule de 3.2 points par rapport à l'an dernier et Vier de 2.3 points. Comme sur les 15 ans et plus, nous observons une progression du groupe « Others thema NL » en glissement annuel (+2.7 points), principalement suite à une croissance de Caz; la chaîne obtient une part de 2.1%. Zes, quant à elle, obtient une part de 1.1% sur cette cible. Enfin, nous notons un recul du groupe Pay+DVB+Connected TV par rapport à août 2016 (-2 points), mais une croissance des groupes Play+other et Others (+1 et +1.1 point).

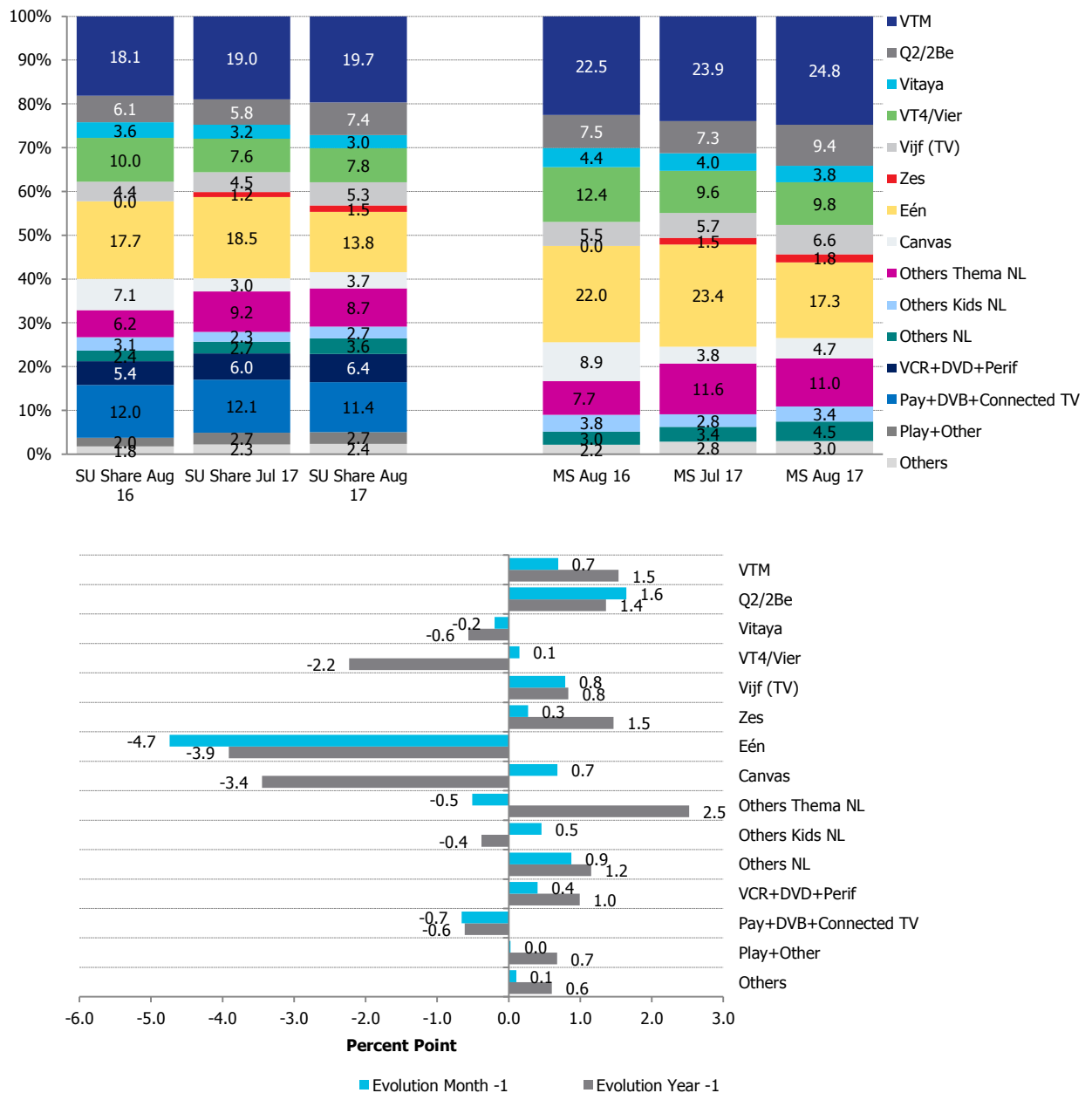


Source : Audimétrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

Audimétrie : Août 2017

**La cible 15-44 ans**

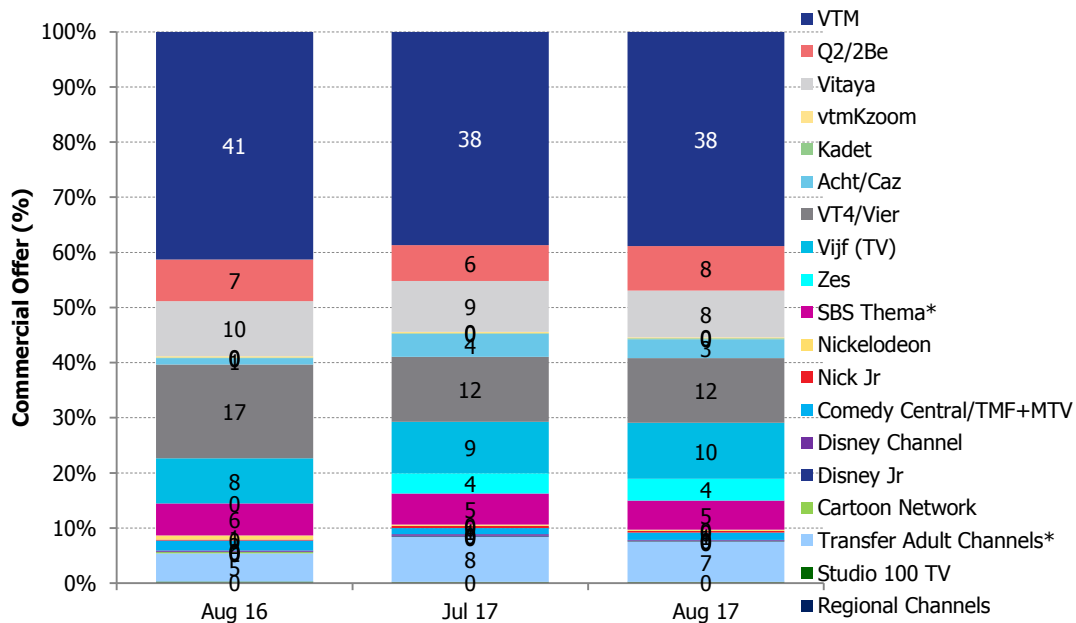
Sur les 15-44 ans, c'est également Q2 qui progresse le plus par rapport à juillet : +1.6 point, soit +1.4 point en glissement annuel. VTM se situe 1.5 point au-dessus du niveau de l'an dernier, mais Vier perd 2.2 points, Eén 3.9 points et Canvas 3.4 points. Nous observons sur cette cible également une progression du groupe « Others thema NL » en glissement annuel (+2.5 points), à nouveau notamment du fait de Caz qui gagne 1.6 point en glissement annuel et obtient une part de 2.1%. Zes, quant à elle, obtient une part de 1.5%.



Source : Audimétrie, North, 17:00-23:00, 15-44, Live+7+Guests+7 from 2017

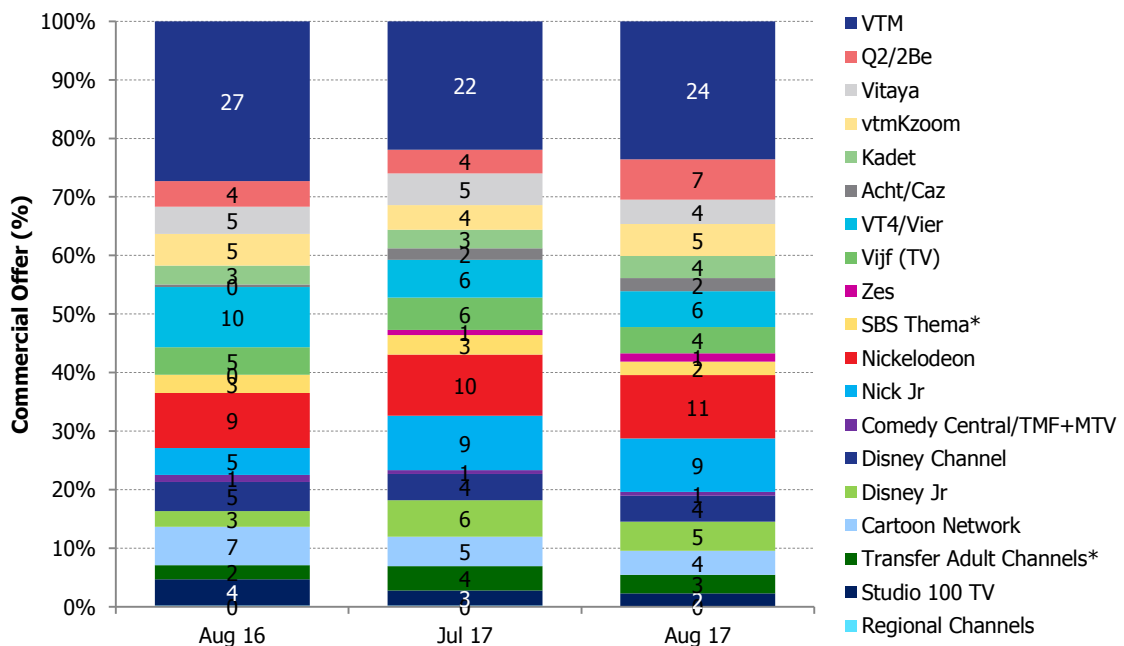
## Évolution de l'offre commerciale par rapport au mois dernier et à l'an dernier : zoom sur quelques cibles spécifiques

### La cible 15 ans et plus



Source : Audimétrie, North, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+7+Guests+7 from 2017

### La cible 4-14 ans

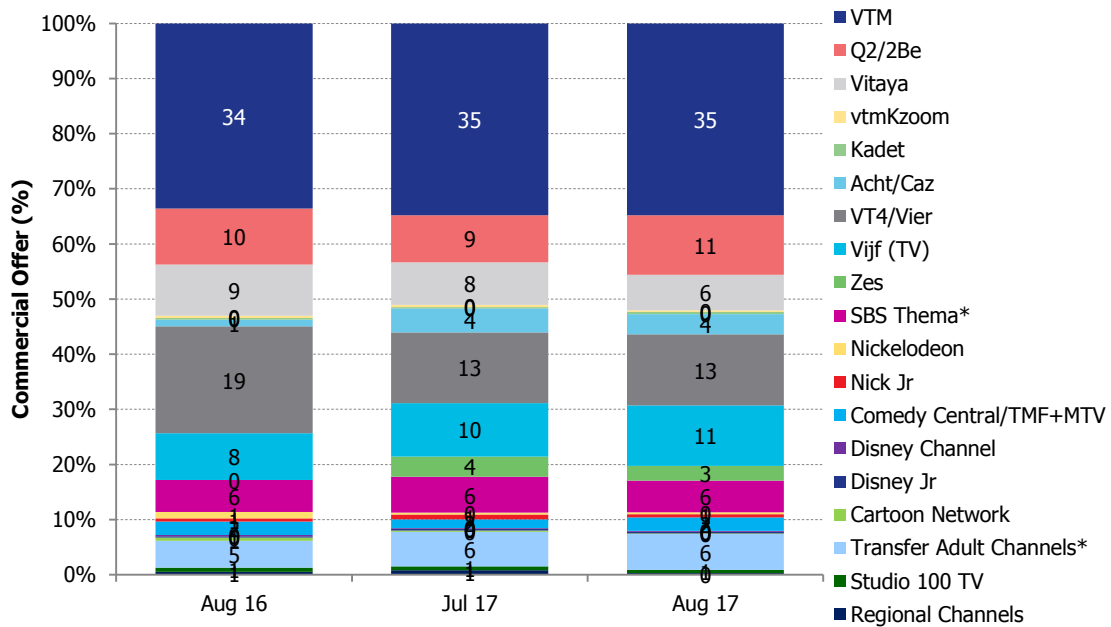


Source : Audimétrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests+7 from 2017

(\*) Transfer & RTVM Adult Channels = Acht, National Geographic, Fox(Life), Dobbie, Kanaal Z, History, Xite, Evenaar, PlattelandsTV, Men TV, Viceland, Eleven; SBS Thema = Discovery Channel, LibelleTV, Njam! & TLC ; Regional Channels = the 11 Flemish regional channels

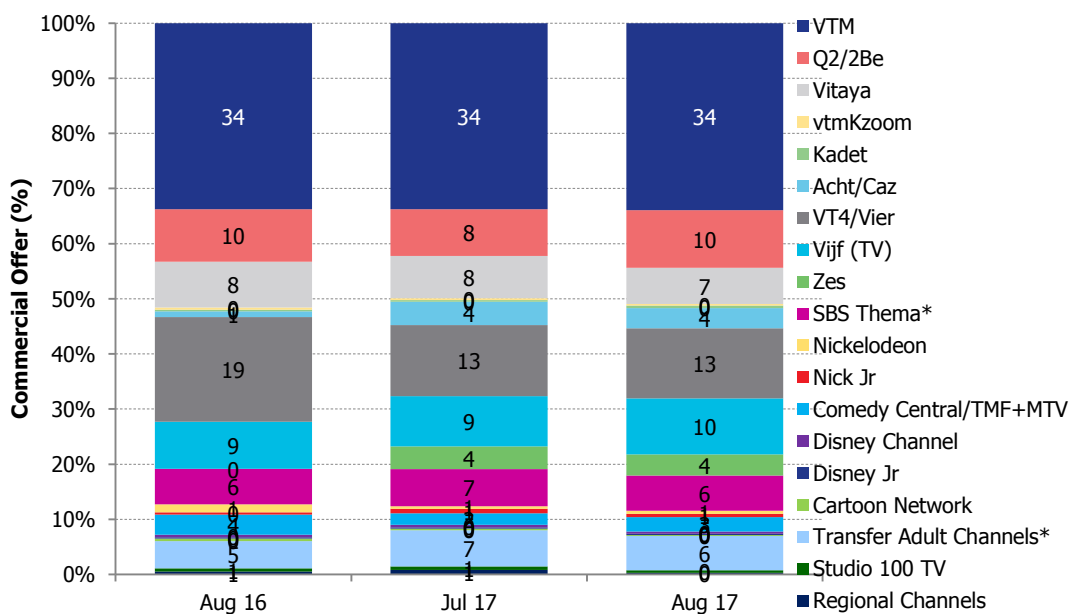
Audimétrie : Août 2017

La cible PRA 18-44 ans



Source: Audimétrie, North, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

La cible 15-44 ans



Source : Audimétrie, North, 02:00-26:00, 15-44, Live+7+Guests+7 from 2017

(\*) Transfer & RTVM Adult Channels = Acht, National Geographic, Fox(Life), Dobbitt, Kanaal Z, History, Xite, Evenaar, PlattelandsTV, Men TV, Viceland, Eieven; SBS Thema = Discovery Channel, LibelleTV, Njam! & TLC ; Regional Channels = the 11 Flemish regional channels

## Évolution des « parts de marché »<sup>3</sup> mensuelles : Sud

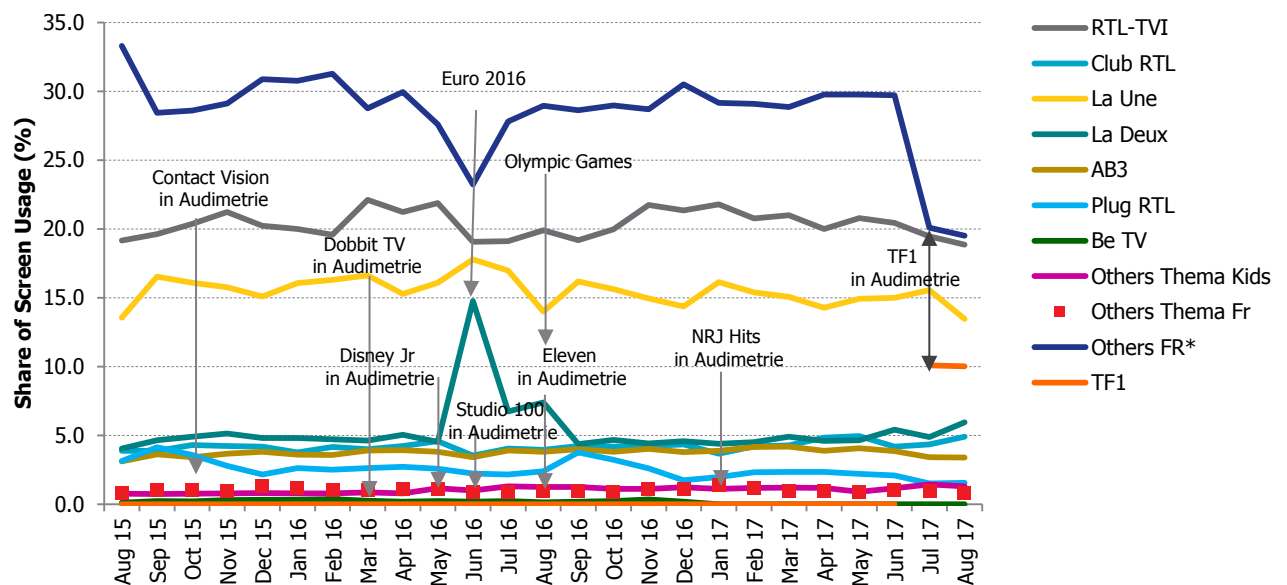
### La cible 15 ans et plus

Au Sud, août constitue le second mois pour lequel nous disposons d'audiences détaillées pour TF1. Sur la cible 15 ans et plus, la chaîne est stable par rapport à juillet : elle obtient ce mois-ci encore une part de 10% et se classe 3<sup>ème</sup> derrière RTL-TVI et La Une. Elle bénéficie, entre autres, des audiences de The Voice Kids (239 741 « téléspectateurs »), du film Cloclo (239 306 « téléspectateurs ») ou encore de la Dream Company (229 381 « téléspectateurs »). Il n'est pas étonnant de voir reculer le code Others Fr en glissement annuel (-9.4 points), vu que TF1 en faisait partie jusqu'au 30 juin.

La Deux progresse le plus fortement par rapport à juillet (+1.1 point), mais elle se situe 1.5 point sous le niveau de l'an dernier vu qu'elle ne bénéficie plus des audiences des Jeux Olympiques cette année. En glissement annuel, c'est Club RTL qui affiche la plus forte progression : +1 point. Elle profite notamment des audiences d'une série de films : Wasabi (199 731 « téléspectateurs »), Le grand blond avec une chaussure noire (157 910 « téléspectateurs »), Les 4 Fantastiques et le surfer d'argent (147 013 « téléspectateurs »), ...

La Une recule de 2.1 points par rapport à juillet pour retrouver une part proche de celle de l'an dernier (-0.5 point), alors que RTL-TVI perd 0.6 point par rapport à juillet et recule de 1 point en glissement annuel.

Enfin, nous notons une progression de 2.4 points en glissement annuel pour Pay+DVB+Connected TV.



(\*) cfr définition p.15

Others Thema Fr = National Geographic + Star TV + Canal Z + MTV + Contact Vision + Dobbitt TV + Eleven + NRJ Hits

Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel, Disney Jr, Cartoon Network et Studio 100 Fr

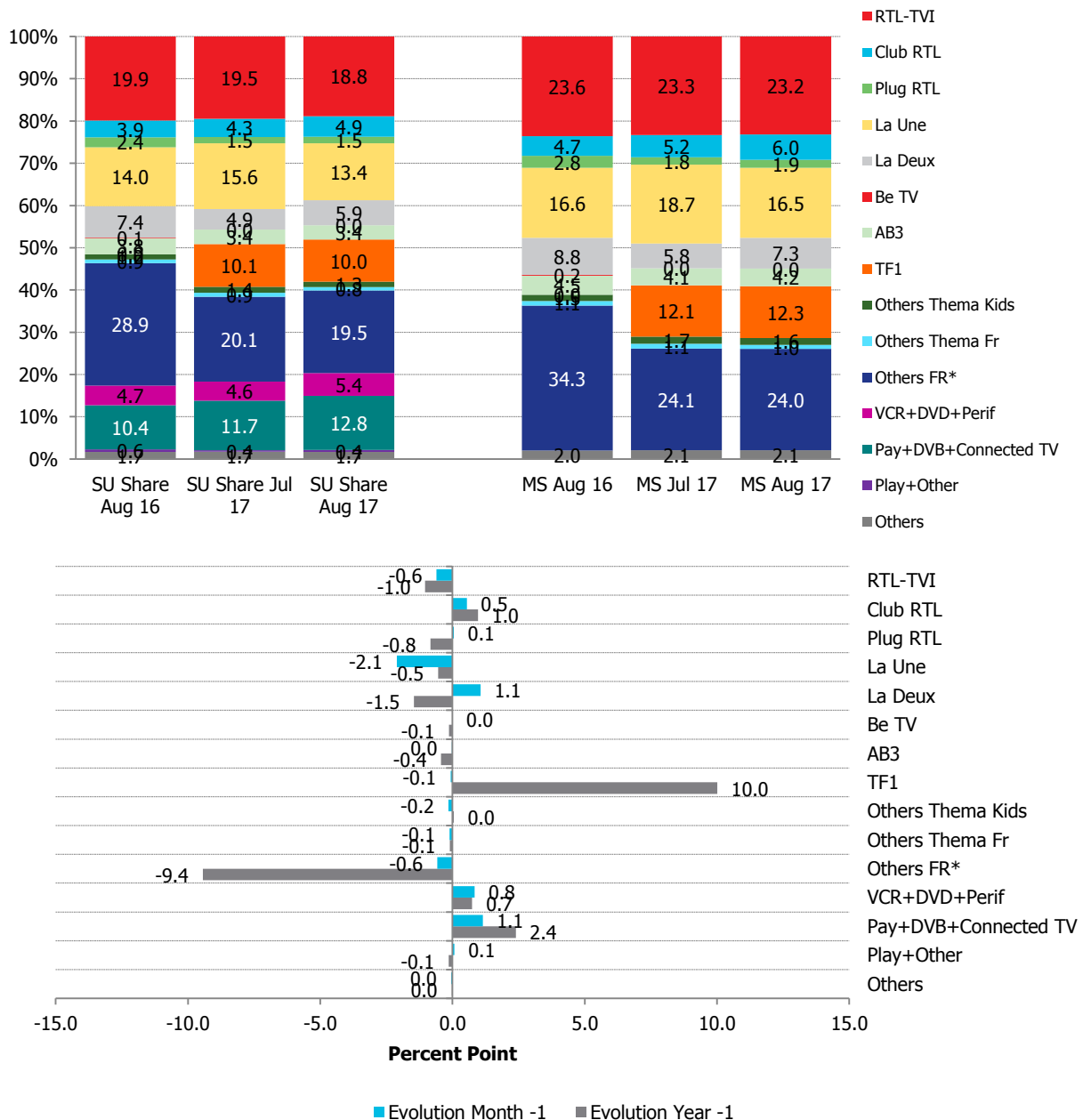
Source : Audimétrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017

<sup>3</sup> Share of Screen Usage, mais nous publions également les parts de marché (voir définitions p.15).



## Évolution des « parts de marché »<sup>4</sup> par rapport au mois dernier et à l'an dernier : zoom sur quelques cibles spécifiques

### La cible 15 ans et plus



(\*) cfr définition p.15

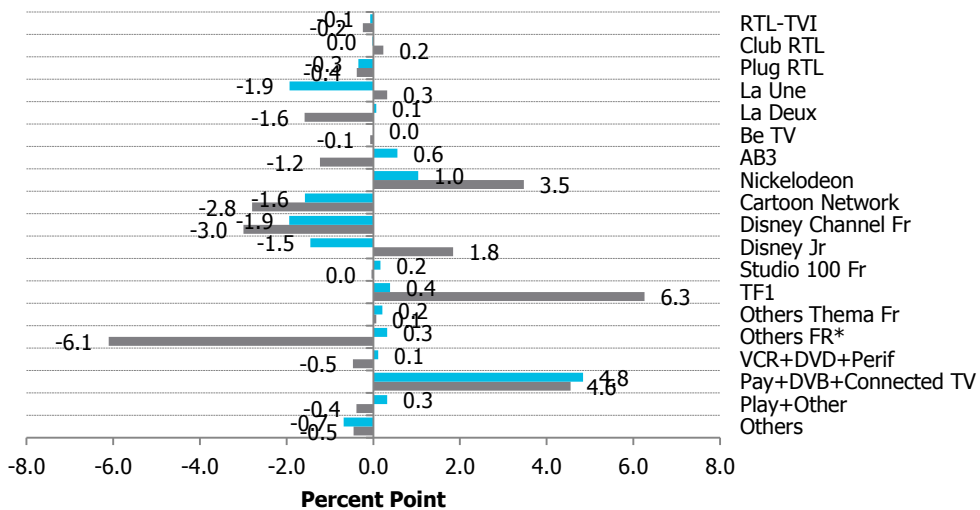
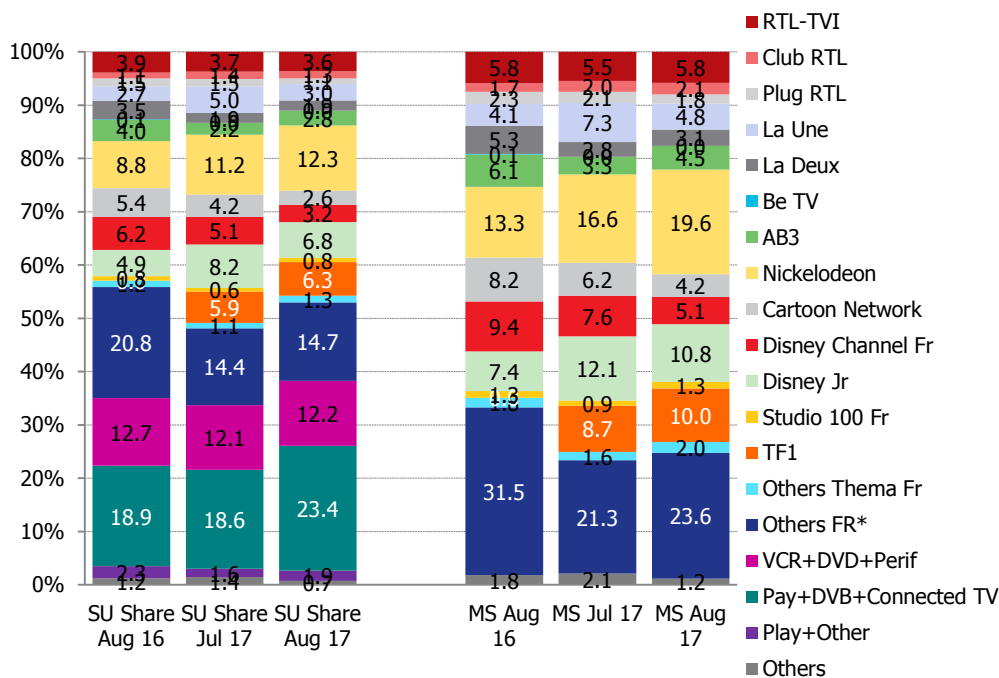
Source : Audimétrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017

<sup>4</sup> Share of Screen Usage

Audimétrie : Août 2017

**La cible 4-14 ans (tranche horaire : 6:00-19:00)**

En ce qui concerne les 4-14 ans, Nickelodeon progresse de 1 point par rapport à juillet et se situe 3.5 points au-dessus du niveau de l'an dernier. Disney Jr également progresse en glissement annuel (+1.8 point), malgré un recul de 1.5 point par rapport à juillet. Cartoon Network et Disney Channel, par contre, reculent, respectivement, de 1.6 point et 1.9 point par rapport à juillet, soit -2.8 et -3 points en glissement annuel. TF1 obtient une part de 6.3%, mais rappelons que la tranche horaire que nous analysons ici est bien plus large que la tranche enfant de la chaîne. Nous observons, enfin, une forte progression du code Pay+DVB+Connected TV : +4.8 points par rapport à juillet, soit +4.6 points en glissement annuel.

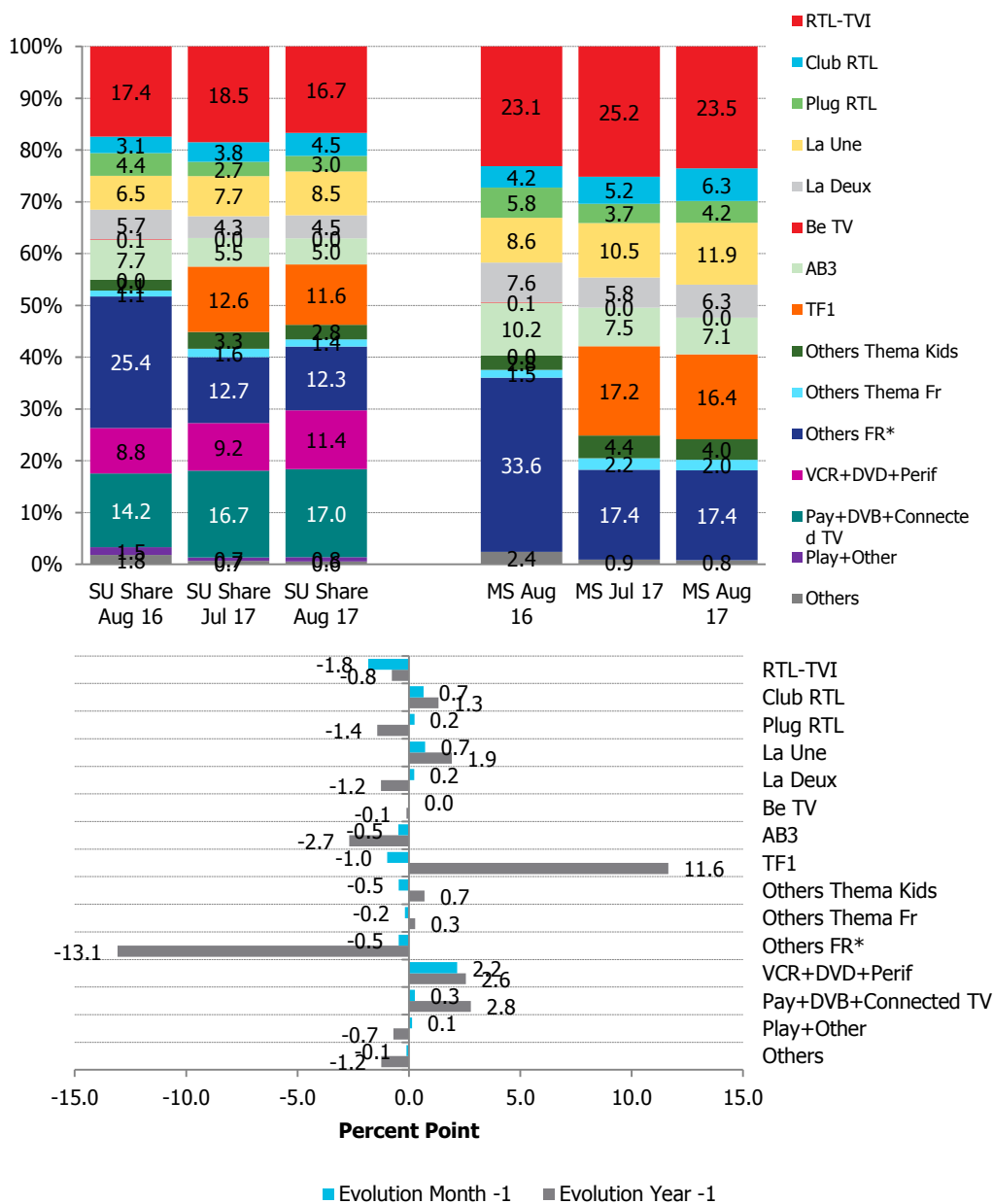


(\*) cfr p.15

Source : Audimétrie, South, 06:00-19:00, 4-14, Live+7+Guests+7 from 2017

**La cible PRA 18-44 ans**

Sur les PRA 18-44 ans, TF1 perd 1 point par rapport à juillet et obtient une part de 11.6% au mois d'août, ce qui fait d'elle la seconde chaîne la plus importante après RTL-TVI. Logiquement, le groupe Others Fr voit sa part se réduire de 13.1 points de pourcentage en glissement annuel, vu que TF1 s'y trouvait jusque fin juin. Nous observons assez peu de mouvements par rapport à juillet sur cette cible : ce sont Club RTL et La Une qui présentent la meilleure progression (+0.7 point chacune par rapport à juillet et, respectivement, +1.3 point et +1.9 point en glissement annuel). AB3, par contre, perd 2.7 points en glissement annuel, Plug RTL 1.4 point et La Une 1.2 point. Nous notons enfin une progression de 2.6 points de VCR+DVD+Perif et de 2.8 points pour Pay+DVB+Connected TV.

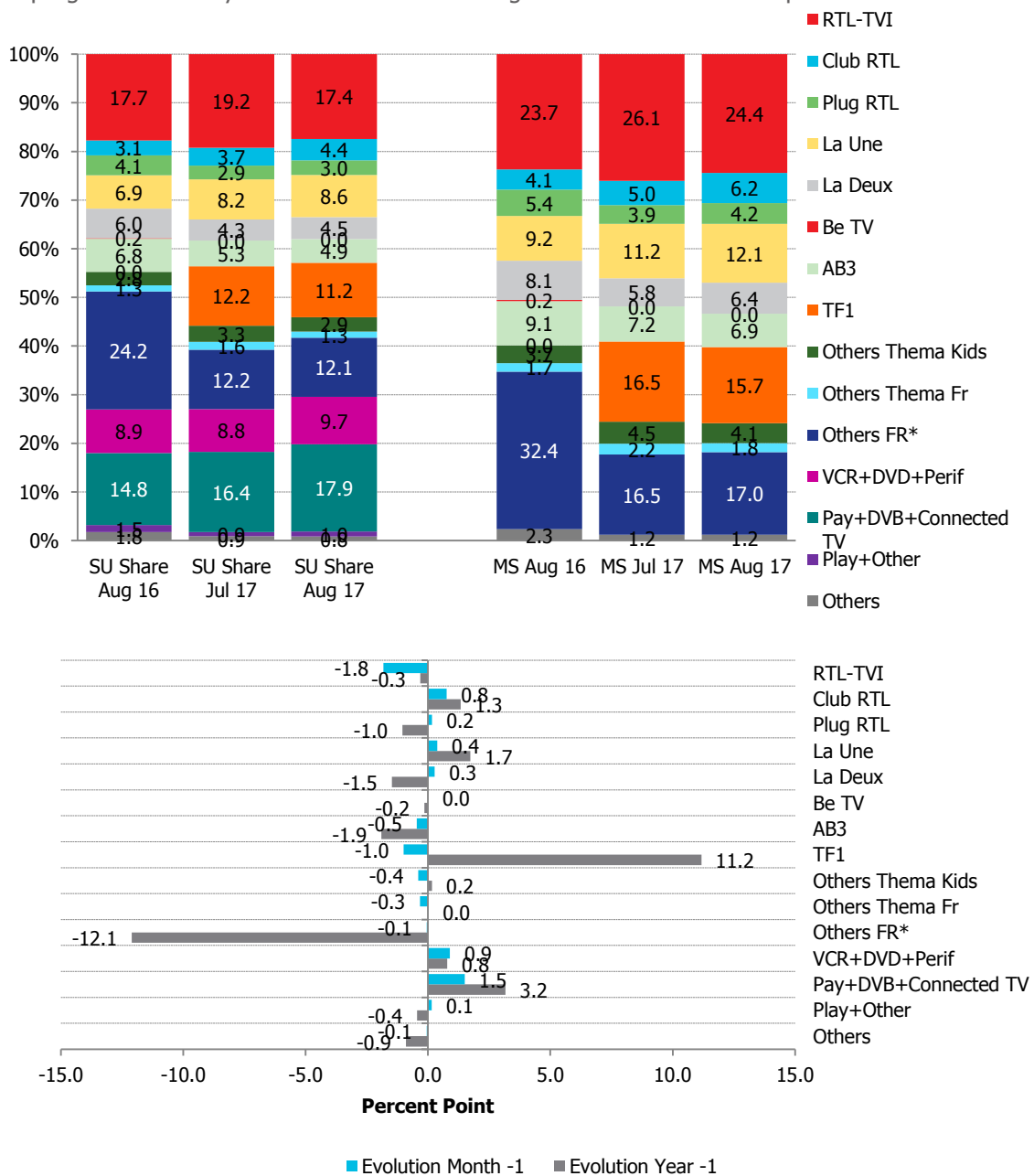


(\*) cfr définition p.15  
 Source : Audimétrie, South, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

Audimétrie : Août 2017

**La cible 15-44 ans**

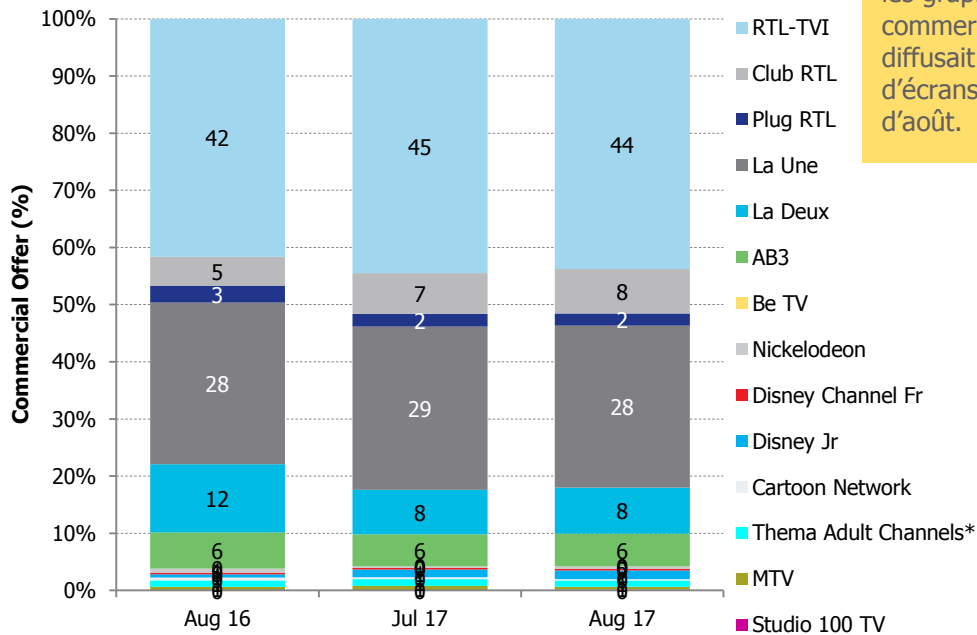
Sur les 15-44 ans, TF1 obtient une part de 11.2% et se classe également deuxième derrière RTL-TV. Sa part recule de 1 point par rapport à juillet. Comme sur les autres cibles, il est logique de voir le groupe Others Fr reculer fortement en glissement annuel (-12.1 points) vu que TF1 y était reprise jusque juin. C'est Club RTL qui réalise la plus forte progression par rapport à juillet avec le gain de 0.8 point, soit une progression de 1.3 point par rapport à l'an dernier. La Une se situe également au-dessus du niveau d'août 2016 : +1.7 point. AB3, au contraire, perd 1.9 point par rapport à l'an dernier. Il en va de même pour Plug RTL (-1 point) et La Deux (-1.5 point). Nous observons enfin une progression de Pay+DVB+Connected TV en glissement annuel : +3.2 points.



(\*) cfr définition p.15  
 Source : Audimétrie, South, 17:00-23:00, 15-44, Live+7+Guests+7 from 2017

## Évolution de l'offre commerciale par rapport au mois dernier et à l'an dernier : zoom sur quelques cibles spécifiques

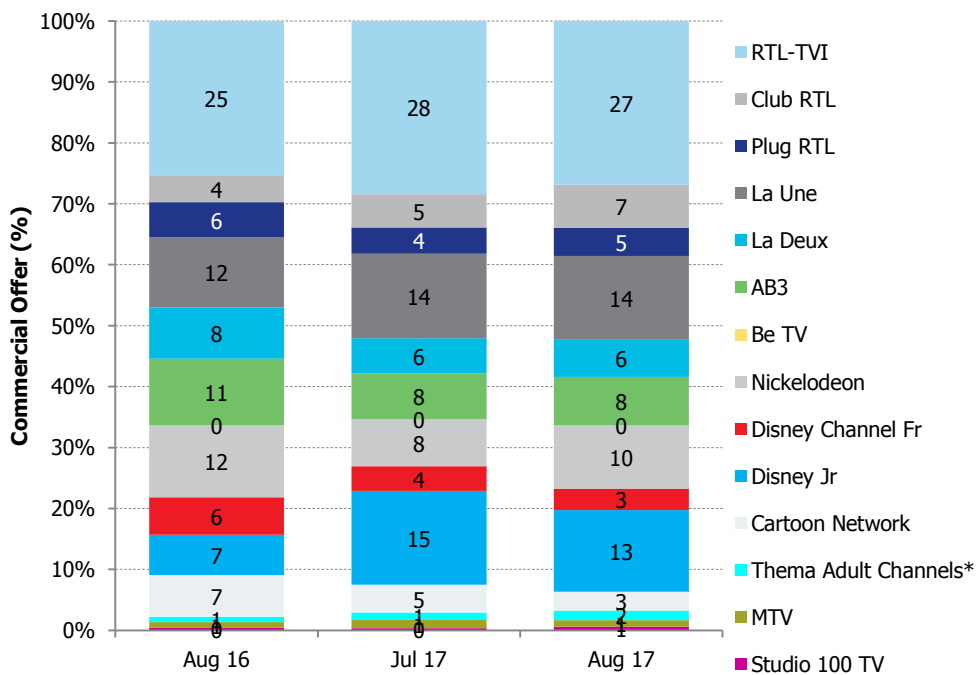
### La cible 15 ans et plus



TF1 n'est pas reprise dans les graphiques sur l'offre commerciale vu qu'elle ne diffusait pas encore d'écrans belges au mois d'août.

Source : Audimétrie, South, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+7+Guests+7 from 2017

### La cible 4-14 ans

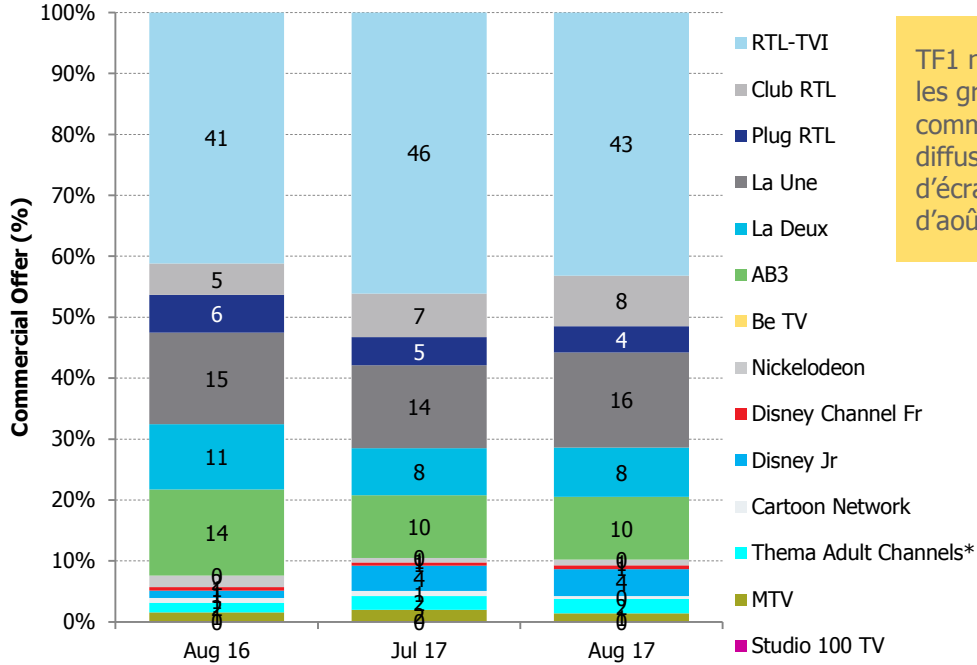


Source : Audimétrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests+7 from 2017.

(\*) Thema Adult Channels = National Geographic + Canal Z + Contact Vision + Dobbitt TV

Audimétrie : Août 2017

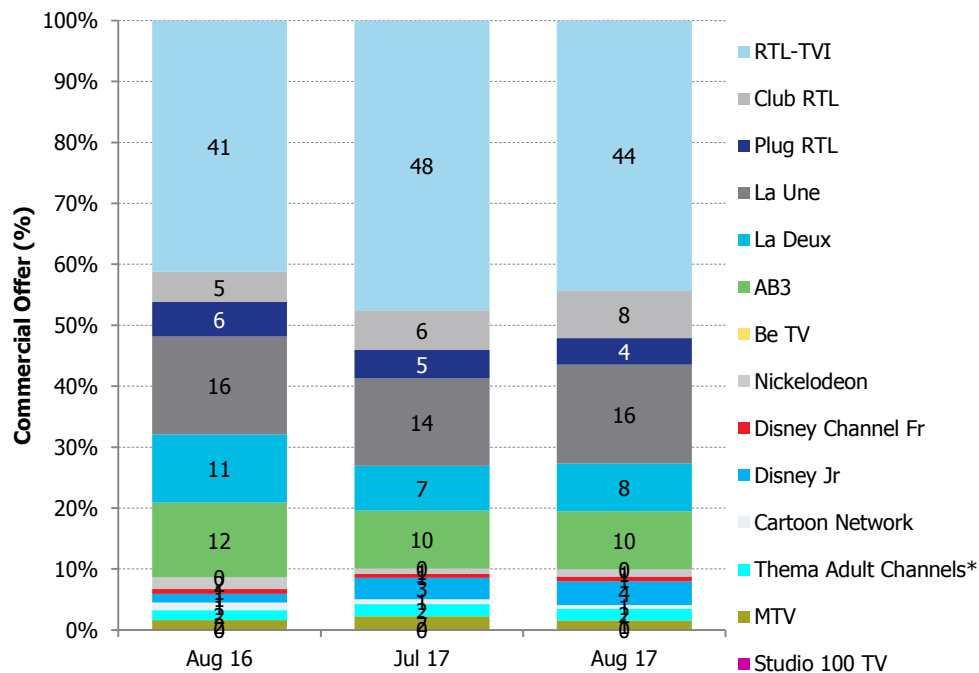
La cible PRA 18-44 ans



TF1 n'est pas reprise dans les graphiques sur l'offre commerciale vu qu'elle ne diffusait pas encore d'écrans belges au mois d'août.

Source : Audimétrie, South, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

La cible 15-44 ans



Source : Audimétrie, South, 02:00-26:00, 15-44, Live+7+Guests+7 from 2017

(\*) Transfer Adult Channels = National Geographic + Canal Z + Contact Vision + Dobbitt TV

**Part d'utilisation de l'écran (Share of Screen Usage ou SU Shares):** rapport entre le rating d'une chaîne et le rating de l'ensemble des utilisations de l'écran (=Total Screen Usage). Le « Total Screen Usage » reprend non seulement l'audience des chaînes belges et étrangères, mais aussi les activités liées à un décodeur ou settopbox (Pay+DVB), au DVD, à la vidéo (VCR+DVD), aux consoles de jeu ou à d'autres appareils connectés au téléviseur (Play+Others).

**Part de marché (Market Shares ou MS):** rapport entre le rating d'une chaîne et le rating de l'ensemble des chaînes identifiables belges et étrangères (=Total TV), en excluant les autres utilisations de l'écran (Pay+DVB, Video+DVD, Play+Others).

**Pay+DVB+Perif:** ensemble de l'audience, non-attribuée à une chaîne identifiée, qui transite par un décodeur, une settopbox (Proximus, Telenet, Be TV, Voo,...) ou d'autres périphériques connectés à la télévision utilisés principalement pour regarder des films, séries ou DVD, tels que des clés USB, disques durs, consoles ou PC utilisés principalement à cette fin.

**VCR+DVD+Connected TV:** ensemble de l'audience, non-attribuée à une chaîne identifiée, qui transite par un lecteur DVD, un magnétoscope ou une télévision connectée à Internet, directement (smart TV) ou indirectement (Chromecast, Apple TV,..).

**Play+Others:** ensemble de l'audience, non-attribuée à une chaîne identifiée, qui transite par une console de jeu ou un autre appareil connecté à la télévision.

**Others NL/FR:** regroupement des chaînes néerlandophones/francophones suivantes :

Others NL		Others FR	
(NL) NET5	MENT TV NL	(BE) LA3	MATELE
(NL) NICKELODEON	NPO 1	(FR) CANAL+	MCM
(NL) RTL4	NPO 2	(FR) EUROSPOORT 2	NAT GEO WILD FR
(NL) RTL5	NPO 3	13IEME RUE FR	NICK JR (FR)
(NL) RTL7	PEBBLE TV NL	AB4	NO TELE
(NL) SBS6	PLATTELANDSTELEVISIE	ANTENNE CENTRE	PURE VISION
(NL) TMF	PLAYTIME	ARTE	RTC TELE LIEGE
(NL) V8	PRIME ACTION	BE 1 + 1H	RTL-TVI 20 ANS
(NL) YORIN	PRIME MOVIES&SERIES	BE CINE 1	STAR BY CINETELEREVUE
13TH STREET NL	PRIME ONE	BE CINE 2	SYFY FR
ACTUA TV	Q MUSIC	BE SERIES	TCM (FR)
ANNE	RING TV	BE SPORT 1	TELE BRUXELLES
ATV	ROB TV	BE SPORT 2	TELE MB
AVS GENT	RTV MECHELEN	BEL RTL EN TELEVISION	TELESAMBRE
BELGACOM ZOOM (NL)	RTV TURNHOUT	BELGACOM ZOOM (FR)	TELEVESDRE
BOOMERANG	SPORTING TELENET 1	BOOMERANG FR	TF1
BOOMERANG NL	SPORTING TELENET 2	CANAL C	THE SUNDANCE CHANNEL FR
BRAVA	SPORZA	CANAL J	TV BREIZH
CANAL+ NL 16/9	STORIES	CANAL ZOOM	TV COM
CARTOON NETWORK / TCM (NL)	SYFY NL	CANAL+ FR BLEU	TV LUX
DISCOVERY HD SHOWCASE	TCM (NL)	CANAL+ FR JAUNE	TV5
DISNEY CHANNEL	THE SUNDANCE CHANNEL NL	DISNEY JUNIOR FR	VOO FOOT
DISNEY XD NL	TMF DANCE	DISNEY XD FR	VOYAGE FR
E! ENTERTAINMENT NL	TNT NL	E! FR	
EEN+	TV BRUSSEL	EUROSPOORT FRANCE	
EXQI SPORT CULTURE NL	TV OOST	EXQI CULTURE FR	
EXQI SPORT NL	TVL	EXQI SPORT FR	
FOCUS TV	VTM KZOOM+	FRANCE 2	
GUNKTV	WTV	FRANCE 3	
INFOKANAAL TELENET ANALOOG		FRANCE 4	
INFOKANAAL TELENET DIGITAAL		FRANCE 5	
JIM-TV		GULLI	
JUST		LCI	
KETNET+/CANVAS+		LIBERTY CHANNEL (FR)	
LACHT		M6	



Editeurs responsables:

Remi Boel  
Nelleke Kollqaku  
Stéphanie Piret

**OmnicomMediaGroup**  
166, Chaussée de La Hulpe  
1170 Bruxelles  
Tel: +32 (0) 2 661 06 00

E-mail: [research.belgium@omnicommediagroup.com](mailto:research.belgium@omnicommediagroup.com)