



Audimetrie: November 2017

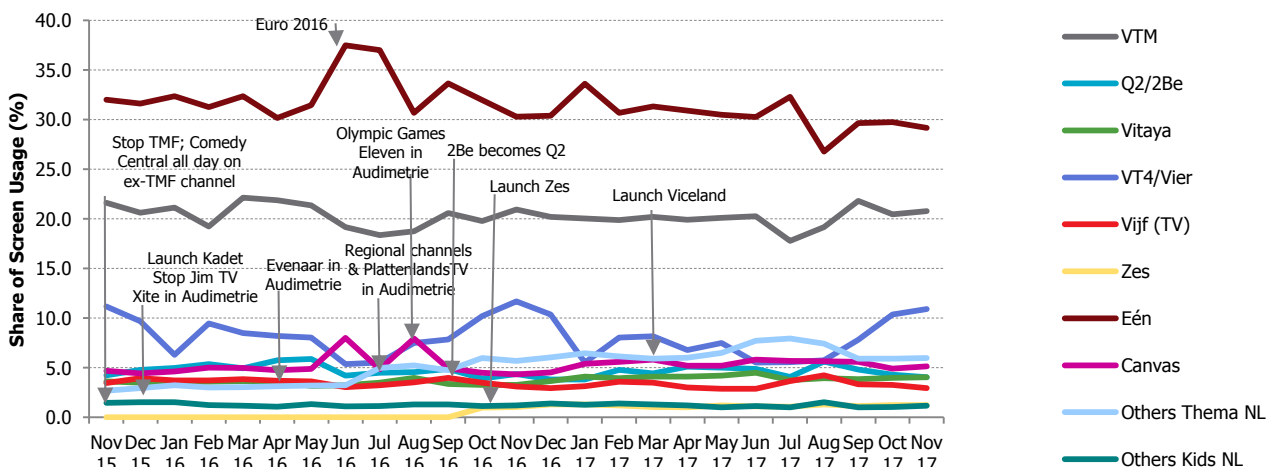
Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"¹: Noorden

De doelgroep 15 jaar en ouder

De aandelen van de zenders in het Noorden blijven in november eerder stabiel ten opzichte van oktober en vorig jaar. Met +0.5 procentpunt is het Vier die ten opzichte van oktober het sterkste stijgt. Vier profiteert deze herfst opnieuw van de resultaten van "Slimste Mens ter Wereld" (865 613 "kijkers" in november 2017), maar gaat licht achteruit ten opzichte van vorig jaar (-0.8 punt). VTM behoudt het niveau van de maand oktober (20.8%). VTM profiteert, onder andere, van de resultaten van de vriendschappelijke wedstrijd België-Japan van 14 november en van "The Voice van Vlaanderen". Eén, van zijn kant, verliest een beetje ten opzichte van oktober (-0.6 punt) en situeert zich 1.1 punt onder het niveau van vorig jaar. Nochtans werden 5 programma's van Eén door gemiddeld meer dan 1 miljoen "kijkers" bekeken: "Thuis" (1 303 159 "kijker"), "Twee tot de zesde macht" (1 181 553 "kijkers"), "Tabula Rasa" (1 141 981 "kijkers"), "Spoed" (1 045 805 "kijkers") et "Het 7 uur-journaal" (1 009 196 "kijkers").

In vergelijking met vorig jaar zijn het Vitaya en Canvas die het sterkste stijgen en winnen allebei 0.8 procentpunt. Naast de serie "Sturm der Liebe" profiteert Vitaya van verschillende films ("Ever after, a Cinderella story", "Mommy's little murderer", "Enough", ...) en Canvas van documentaires "Kinderen van de collaboratie" en "Strafpleiters" en de serie "La forêt".

Ten slotte, zien we een stijging met 1.4 punt van de groep "Pay+DVB+Connected TV" ten opzichte van vorig jaar.



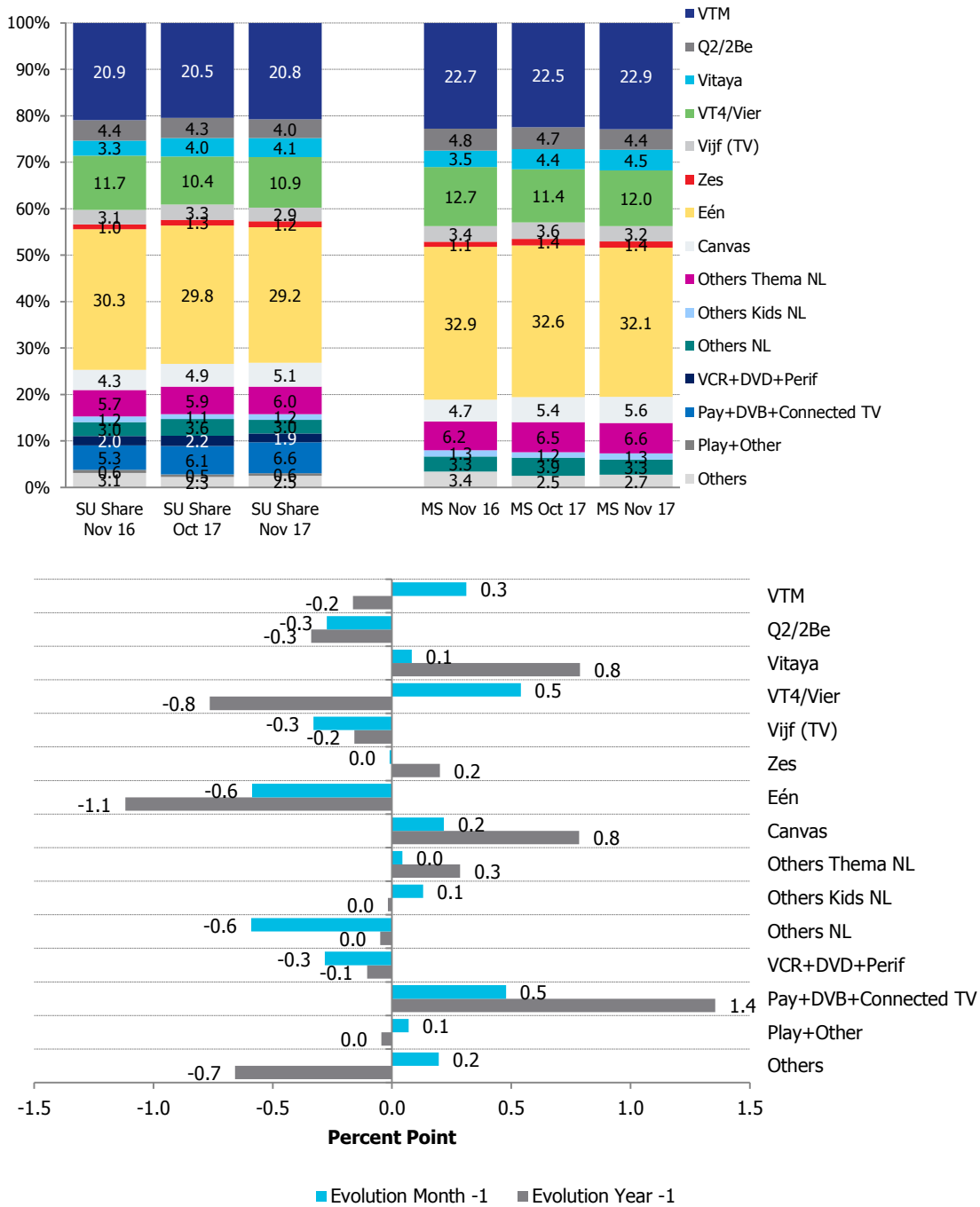
Others Thema NI = Njam!, Caz/Acht, National Geographic, Discovery Channel, Fox(Life), Dobbit, MTV, TMF/Comedy Central, Kanaal Z, Libelle TV, History, TLC, Xite, Evenaar, PlattenlandsTV, Eleven, Ment TV, the 11 Flemish regional channels & Viceland
 Others Kids NI = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV, Disney Jr & Kadet

Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017 Live+7+Guests in 2016; before 2016 = live+6+guests

¹ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandelen (cfr definities op pagina 15).

Evolutie van de "marktaandeel"² ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder

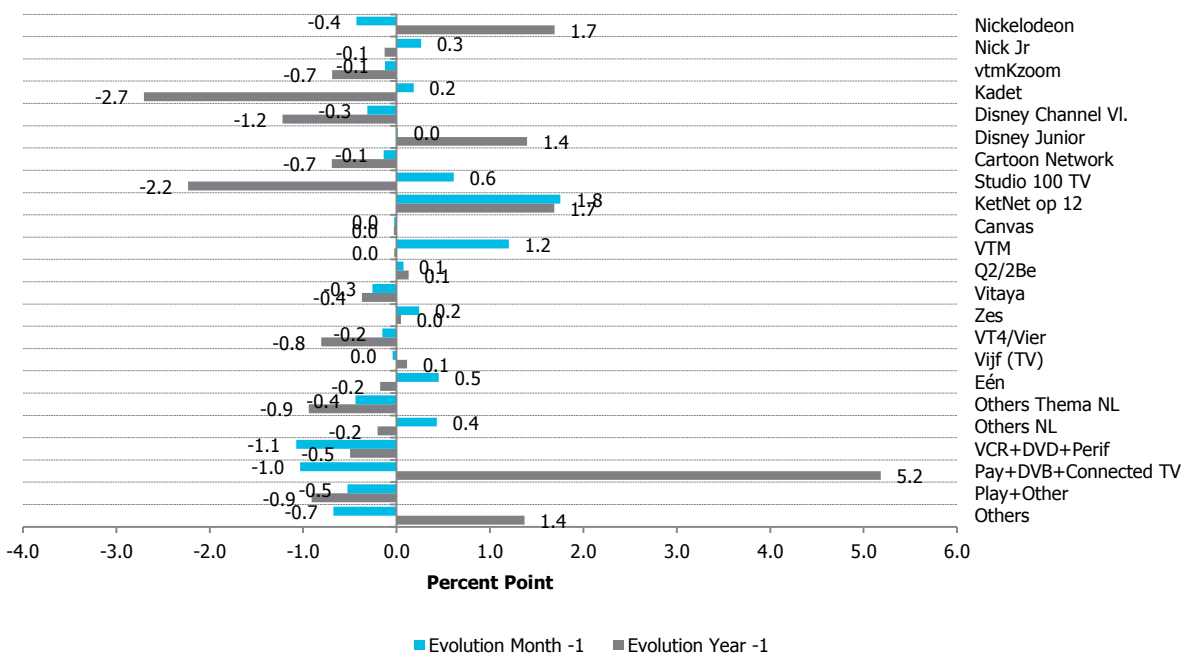
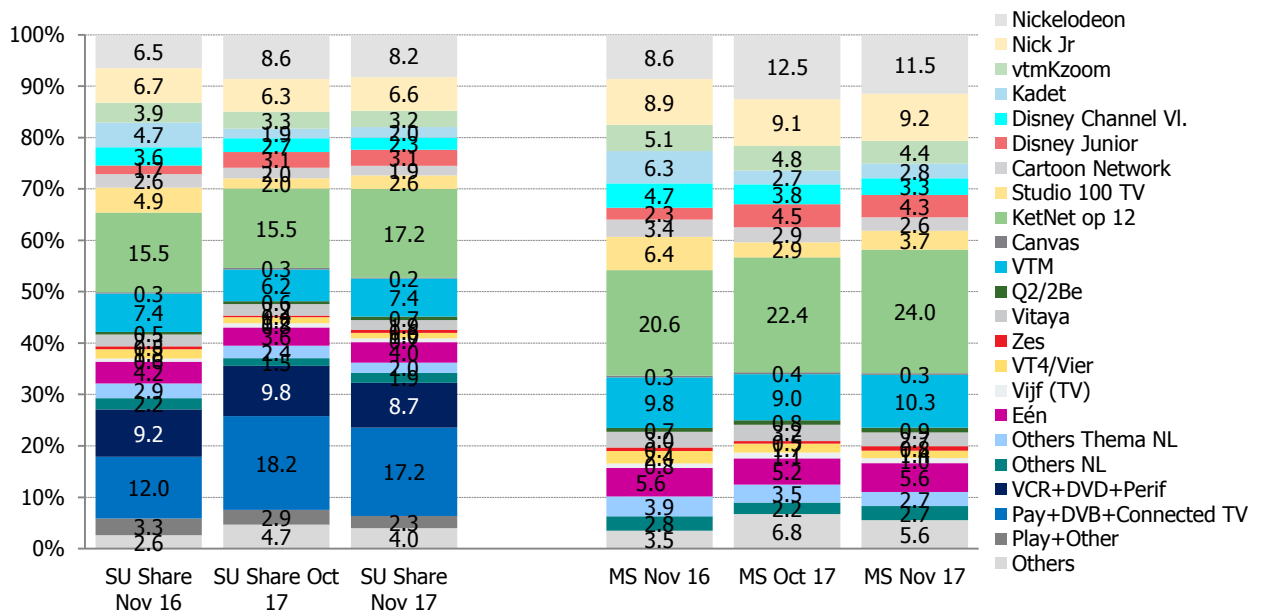


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests+7 from 2017

² Share of Screen Usage

De doelgroep 4-14 jaar (uurschijf: 6:00-19:00)

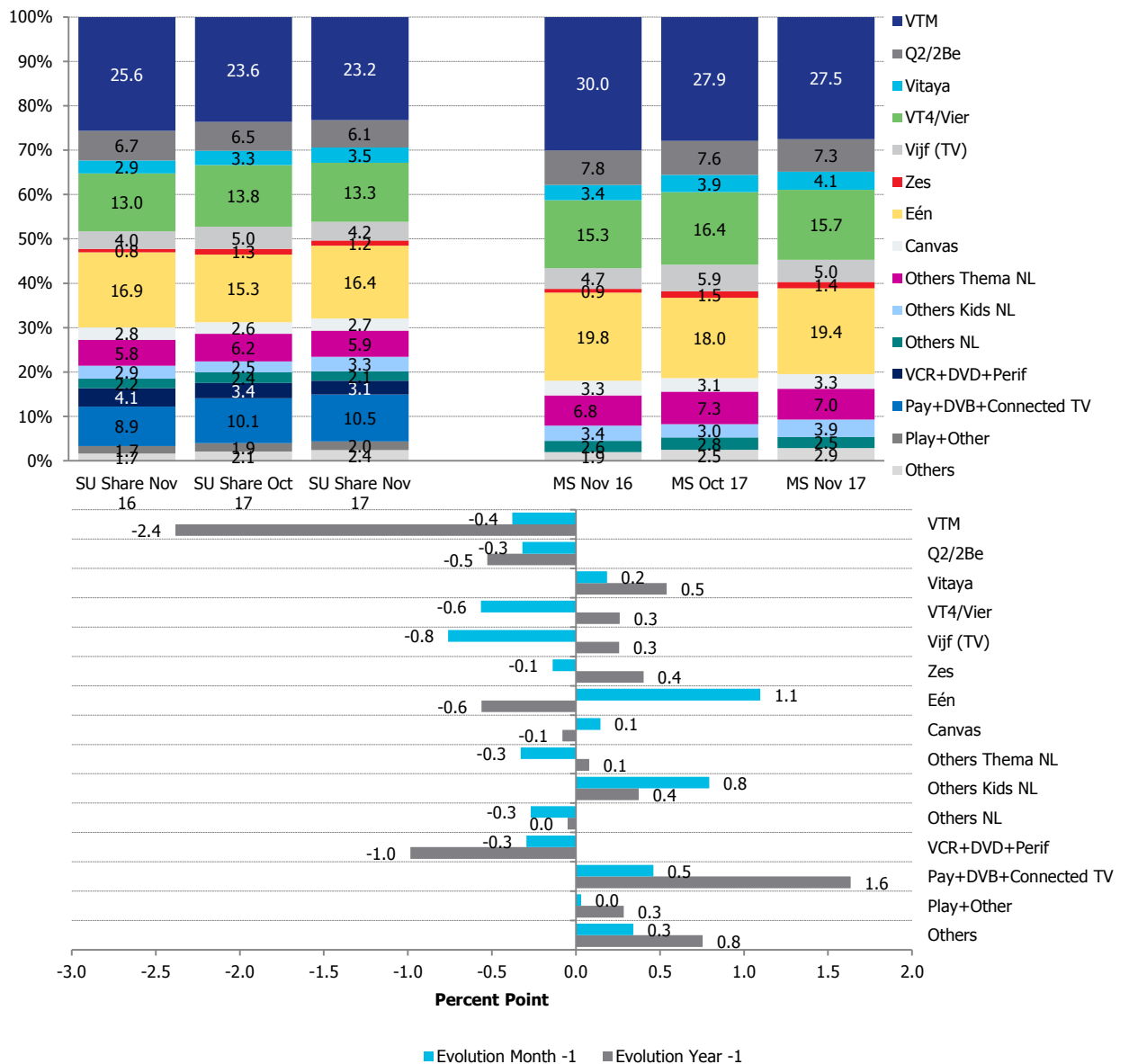
Bij de 4-14 jarigen is het KetNet op 12 die het sterkste stijgt ten opzichte van oktober: +1.8 punt. KetNet op 12 is ook één van de zenders die het sterkste stijgt ten opzichte van vorig jaar, samen met Nickelodeon (+1.7 point) en juist voor Disney Junior (+1.4 point). Kadet, daarentegen verliest 2.7 punten, Studio 100 TV 2.2 punten en Disney Channel 1.2 punt. Ten opzichte van vorig jaar zien we, ten slotte, nog steeds een sterke stijging van het "andere schermgebruik" en de niet-geïdentificeerde zenders: +5.2 punten voor "Pay+DVB+Connected TV" en +1.4 punt voor "andere".



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

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 is het Eén die ten opzichte van oktober het sterkste stijgt (+1.1 punt), maar het niveau van de zender ligt dicht bij dat van vorig jaar (-0.6 punt). De geïdentificeerde zenders groeien nog een beetje ten opzichte van vorig jaar; het is Vitaya die, met een winst van 0.5 punt, het sterkste groeit. We zien daarentegen, een stijging van het andere schermgebruik en de niet-geïdentificeerde zenders: +1.6 punt voor Pay+DVB+Connected TV en +0.8 punt voor "andere". Het is waar dat VCR+DVD+Perif 1 punt verliest, maar ook VTM verliest 2.4 punten.

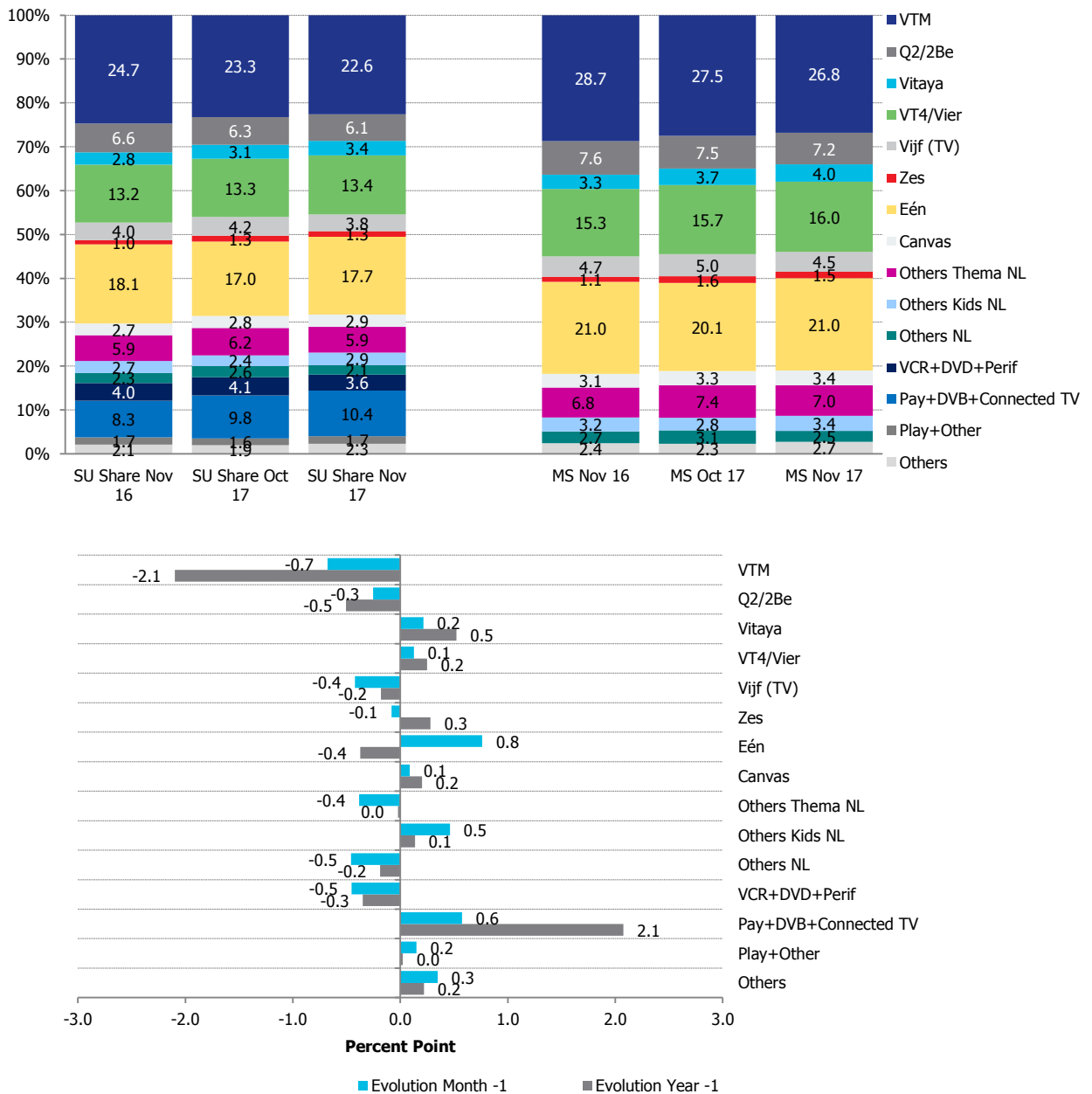


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

Audimetrie: November 2017

De doelgroep 15-44

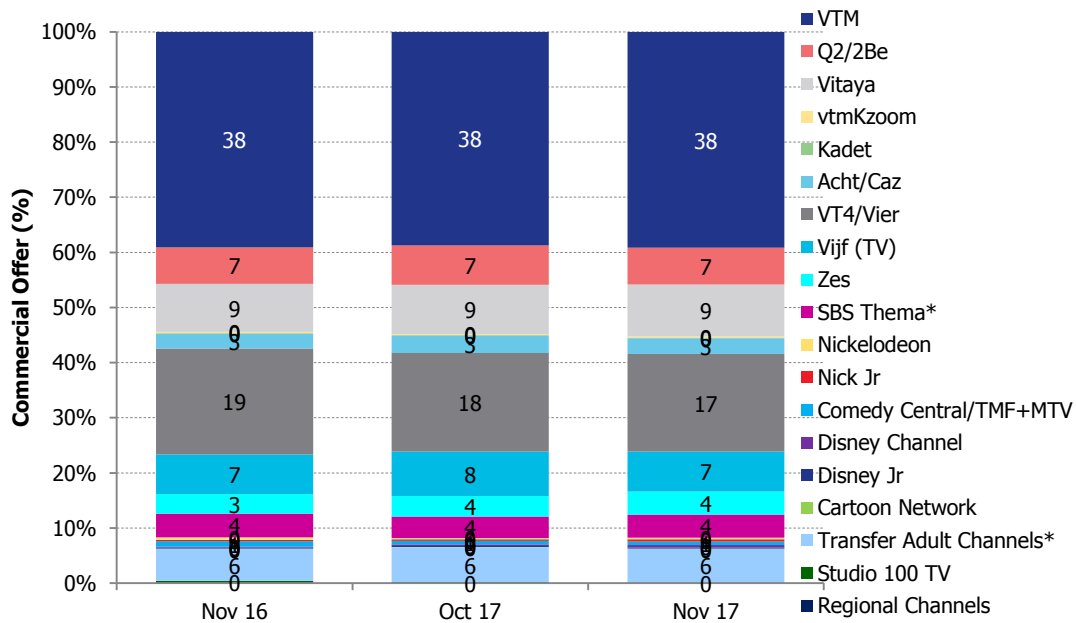
Ook bij de 15-44 jarigen is het Eén die het sterkste stijgt ten opzichte van oktober (+0.8 punt) en situeert zich zo op een niveau dat dicht bij dat van vorig jaar ligt (-0.4 punt). We zien ook een uitgesproken stijging van de geïdentificeerde zenders ten opzichte van vorig jaar: het is Vitaya die het sterkste stijgt en wint 0.5 punt. Pay+DVB+Connected TV wint echter 2.1 punten, terwijl dat VTM 2.1 punten verliest.



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

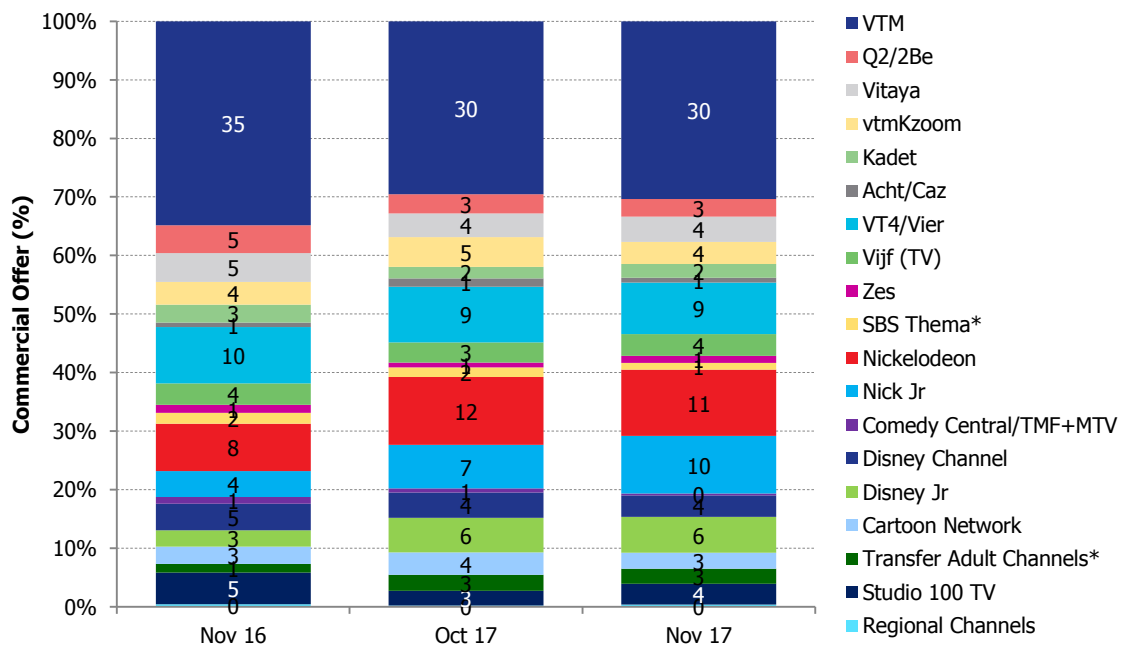
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

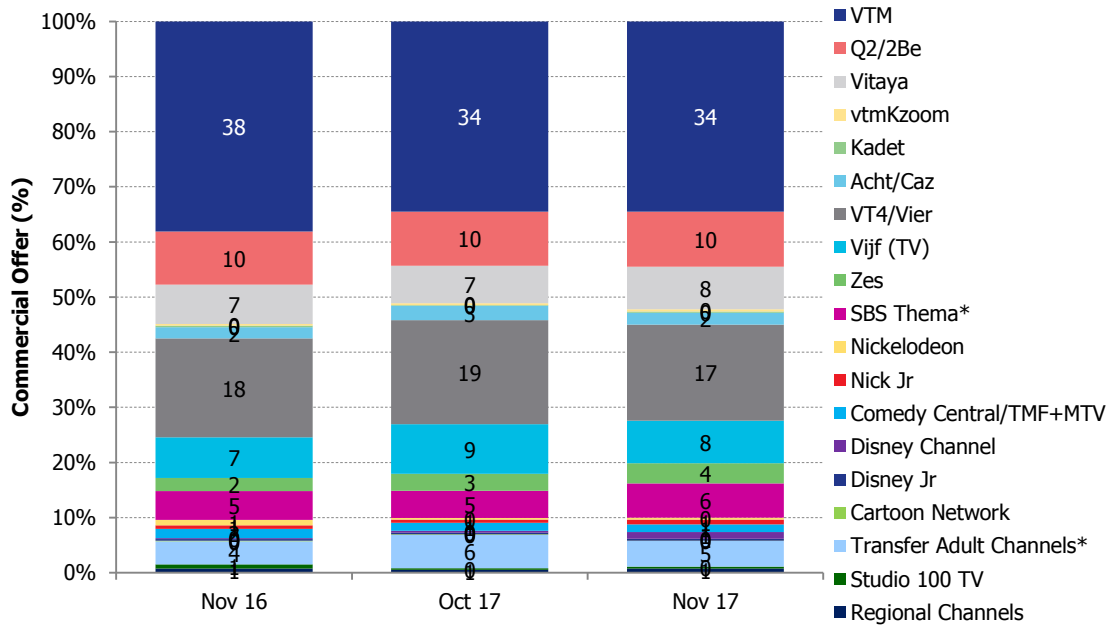


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests+7 from 2017

(*) 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

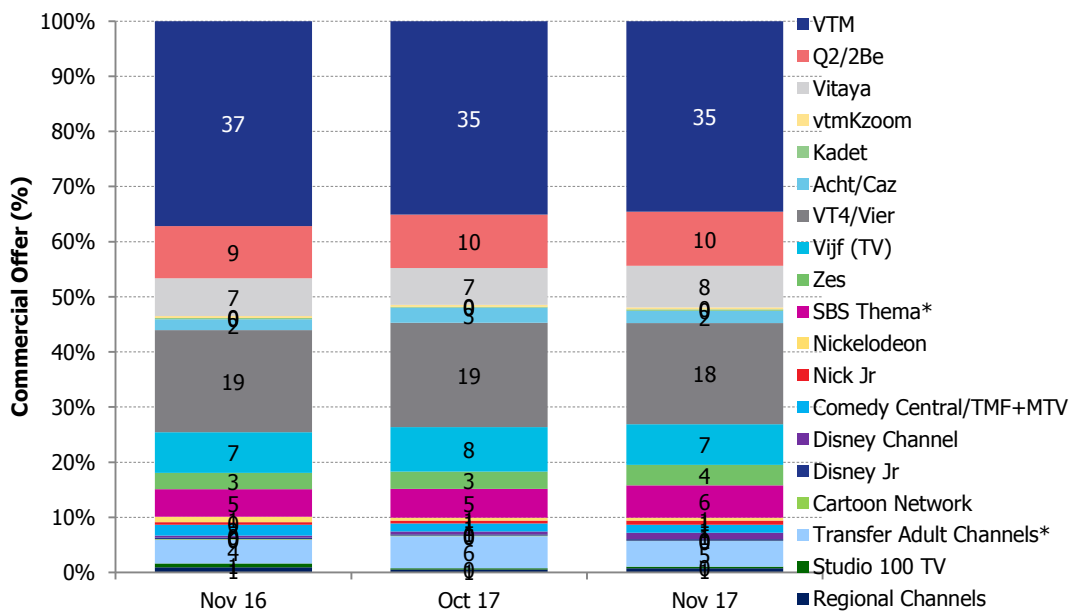
Audimetrie: November 2017

De doelgroep VVA 18-44



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

De doelgroep 15-44



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 15-44, 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, Eieven; SBS Thema = Discovery Channel, LibelleTV, Njam! & TLC ; Regional Channels = the 11 Flemish regional channels

Evolutie van de maandelijkse "marktaandeel"³: Zuiden

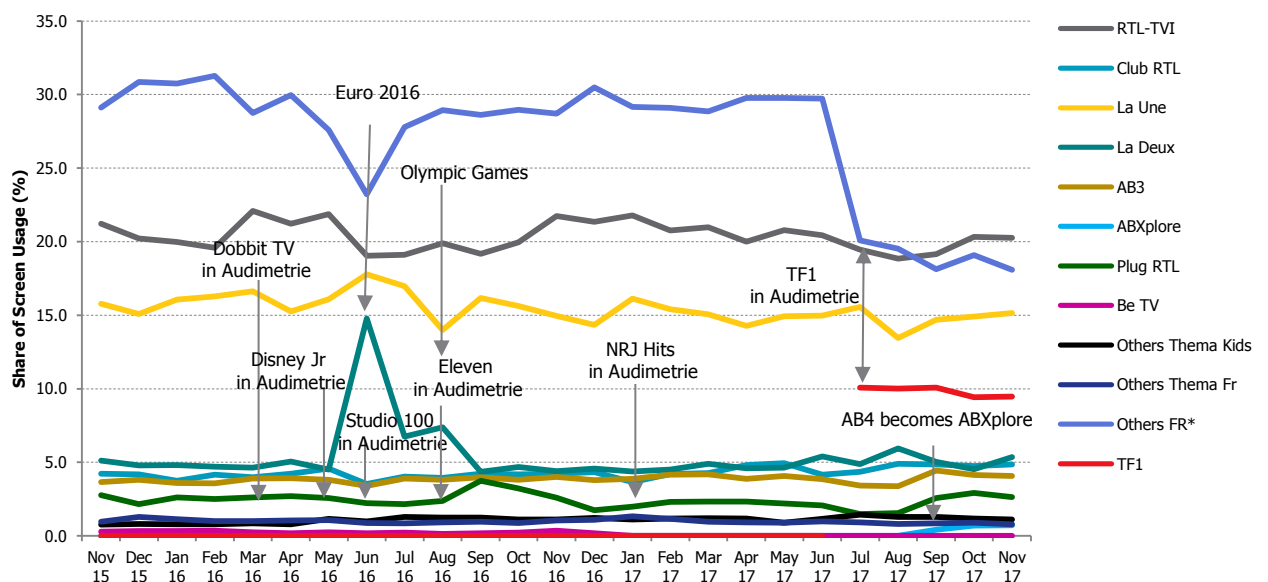
De doelgroep 15 jaar en ouder

In het Zuiden behoudt TF1 een niveau dat dicht bij dat van oktober ligt (9.5% tegen 9.4% vorige maand) en klasseert zich nog steeds op de 3^e plaats achter RTL-TVI en La Une. TF1 profiteert, onder andere, van de resultaten van "Aventuriers de Koh-Lanta" (362 217 "kijkers"), "Danse avec les stars" (349 909 "kijkers") en "NRJ Music Awards" (266 953 "kijkers"). Kijken we naar het theoretische commerciële aanbod, dan is het aandeel van TF1 kleiner (4%) gezien dat slechts 28% van de blokken Belgische blokken waren (345 Belgische commerciële blokken vs 885 buitenlandse blokken van meer dan 20 seconden), maar TF1 stijgt met 2.3 punten ten opzichte van oktober.

Kijken we naar de andere zenders, dan is het La Deux die het sterkste stijgt ten opzichte van oktober (+0.8 punt) en situeert zich 1 punt boven het niveau van vorig jaar. La Deux profiteert van de resultaten van "Grand cactus" en verschillende films. Vervolgens zien we, net als in het Noorden, een stijging van Pay+DVB+Connected TV: +1.7 punt ten opzichte van vorig jaar.

RTL-TVI, daarentegen, verliest 1.5 punt ten opzichte van vorig jaar. Buiten de journaals, profiteert de zender van "L'amour est dans le pré" (559 232 "kijkers"), "Délires de stars" (538 171 "kijkers") en "Meilleurs pâtisseries" (519 315 "kijkers"). Ook de code Others Fr verliest (-10.6 punten ten opzichte van vorig jaar), gezien dat TF1 tot 30 juni tot deze groep behoorde.

Kijken we, ten slotte, naar de nieuwe zender ABXplore, dan zien we dat die het niveau van oktober behoudt: een aandeel van 0.7%.



(*) cfr definities op pagina 15

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

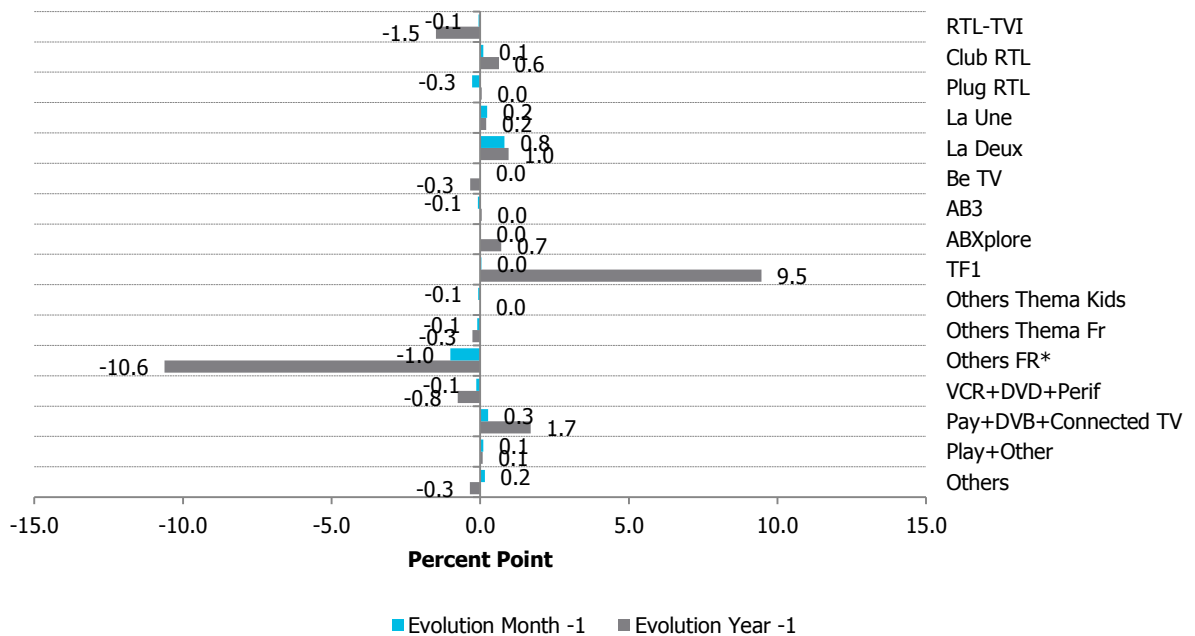
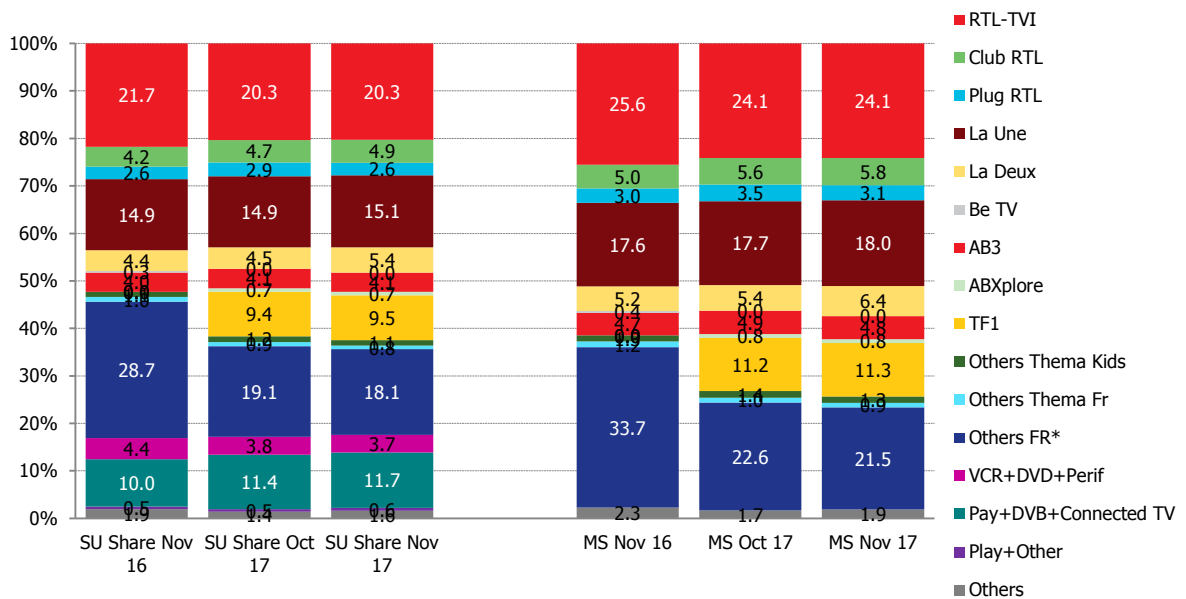
Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel, Disney Jr, Cartoon Network and Studio 100 Fr

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

³ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandeel (cfr definities op pagina 15).

Evolutie van de "marktaandeel"⁴ ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



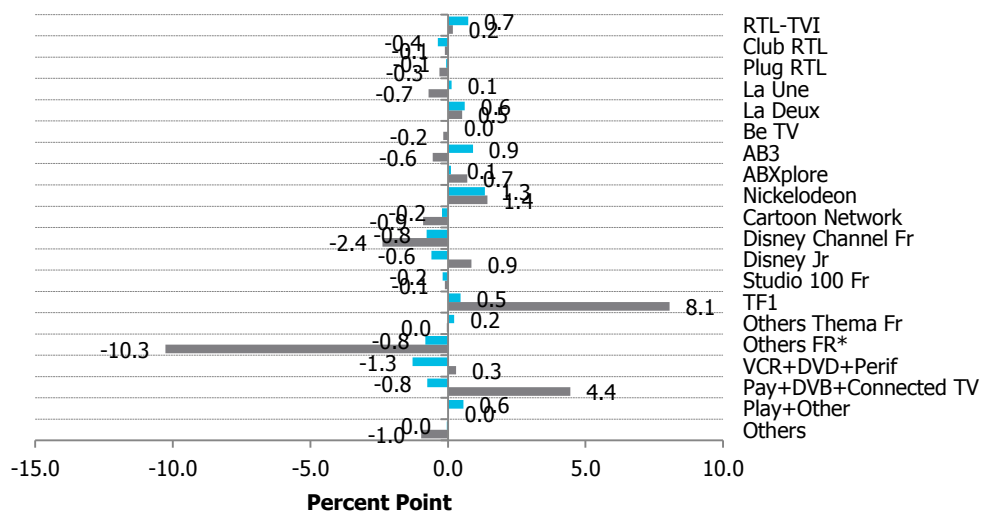
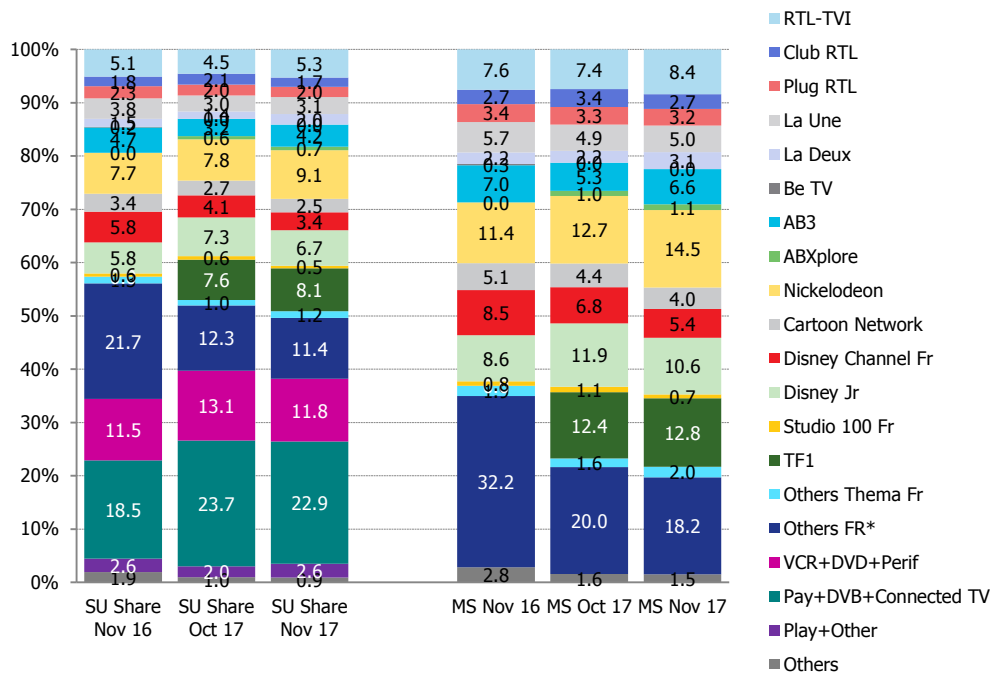
(*) cfr definities op pagina 15

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

⁴ Share of Screen Usage

De doelgroep 4-14 (uurschijf: 6:00-19:00)

Bij de 4-14 jarigen stijgt Nickelodeon met 1.3 punt ten opzichte van oktober en situeert zich 1.4 punt boven het niveau van vorig jaar. Ook Disney Jr stijgt een beetje ten opzichte van vorig jaar (+0.9 punt), terwijl dat Disney Channel 2.4 punten verliest ten opzichte van november 2016 en Cartoon Network verliest 0.9 punt. TF1 behoudt een aandeel van 8.1%, maar opgelet de uurschijf die we hier analyseren is veel breder dan die van de kinderprogrammatie van de zender. We zien, ten slotte, een sterke stijging van de code Pay+DVB+Connected TV: +4.4 punten ten opzichte van vorig jaar.



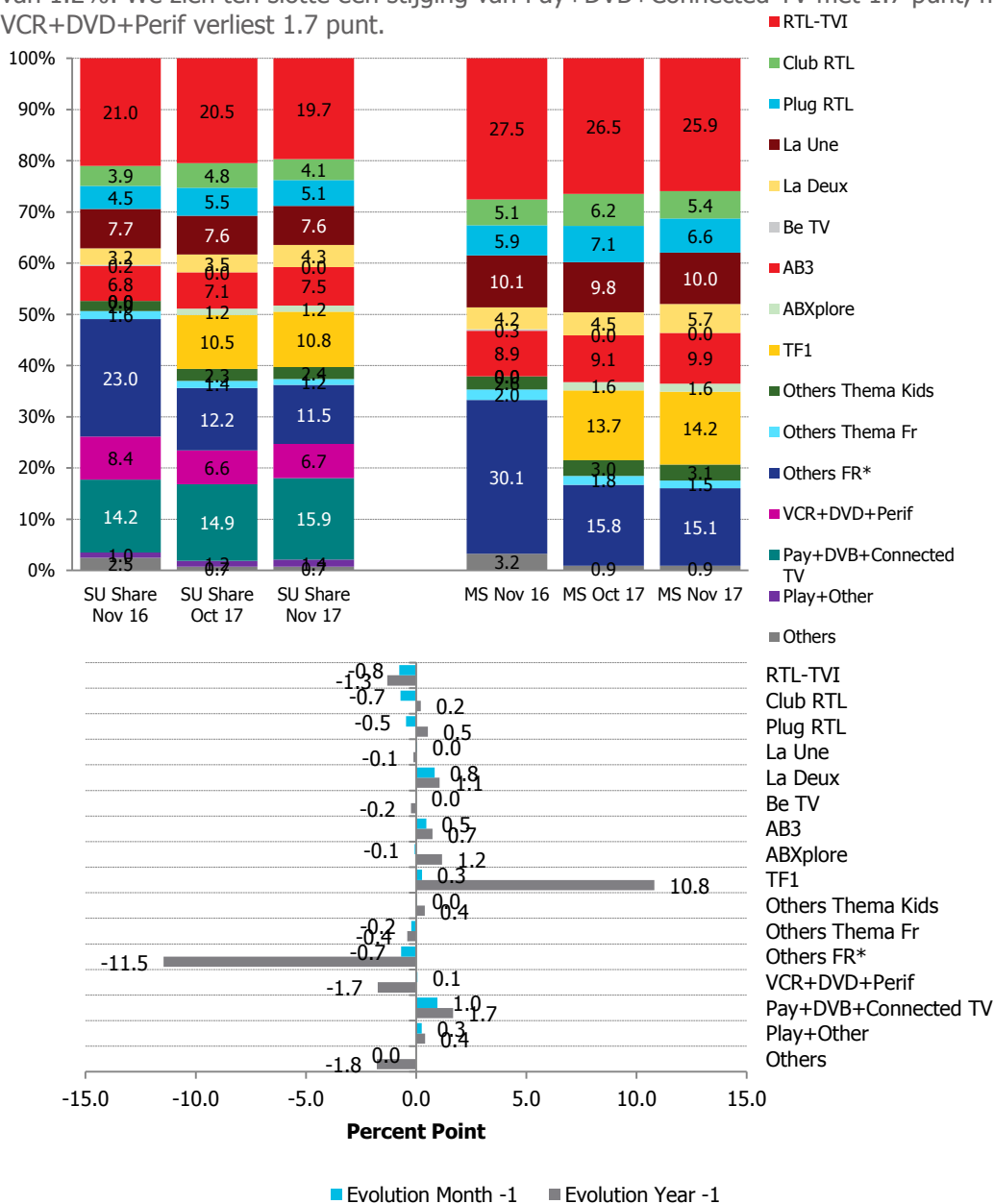
(*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie: November 2017

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 behoudt TF1 het aandeel van oktober en behaalt in november een aandeel van 10.8%. Dit maakt TF1 de tweede belangrijkste zender na RTL-TVI. Logischerwijs, zien we dat het aandeel van de groep Others Fr ten opzichte van vorig jaar met 11.5 procentpunten vermindert, gezien dat TF1 zich hier tot eind juni bevond. Bij deze doelgroep is het aantal veranderingen ten opzichte van oktober eerder beperkt: het is La Deux die het sterkste stijgt (+0.8 punt) ofwel 1.1 punt meer dan in november 2016. RTL-TVI, daarentegen, verliest 0.8 punt en situeert zich 1.3 punt onder het niveau van vorig jaar. ABXplore, van zijn kant, behaalt op deze doelgroep een aandeel van 1.2%. We zien ten slotte een stijging van Pay+DVB+Connected TV met 1.7 punt, maar VCR+DVD+Perif verliest 1.7 punt.

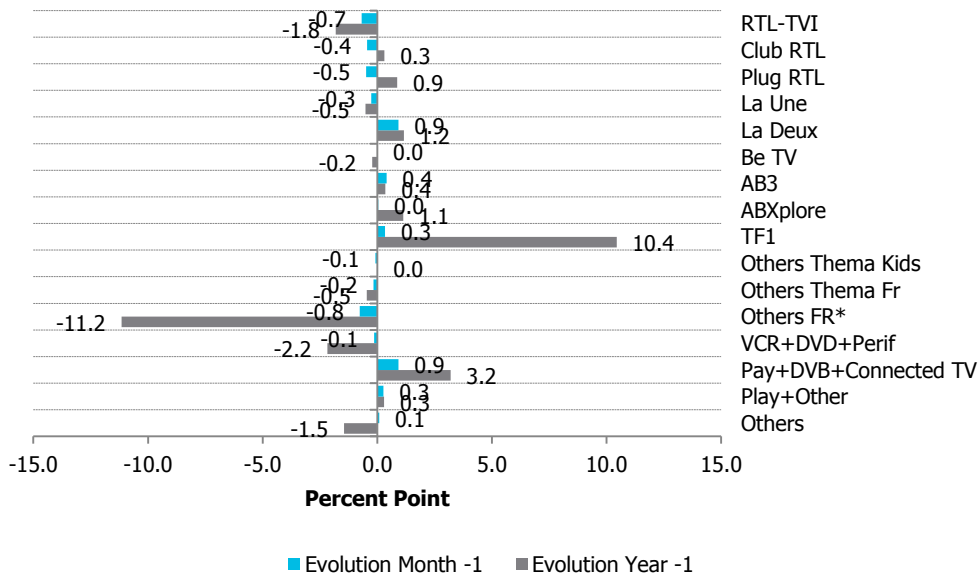
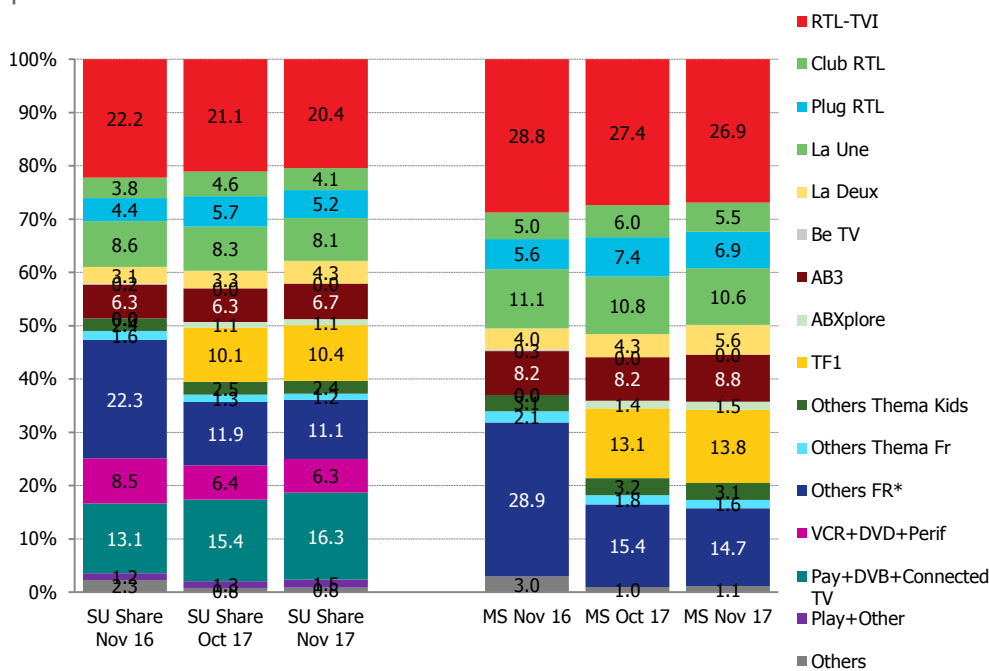


(*) cfr definities op pagina 15
 Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests+7 from 2017

Audimetrie: November 2017

De doelgroep 15-44

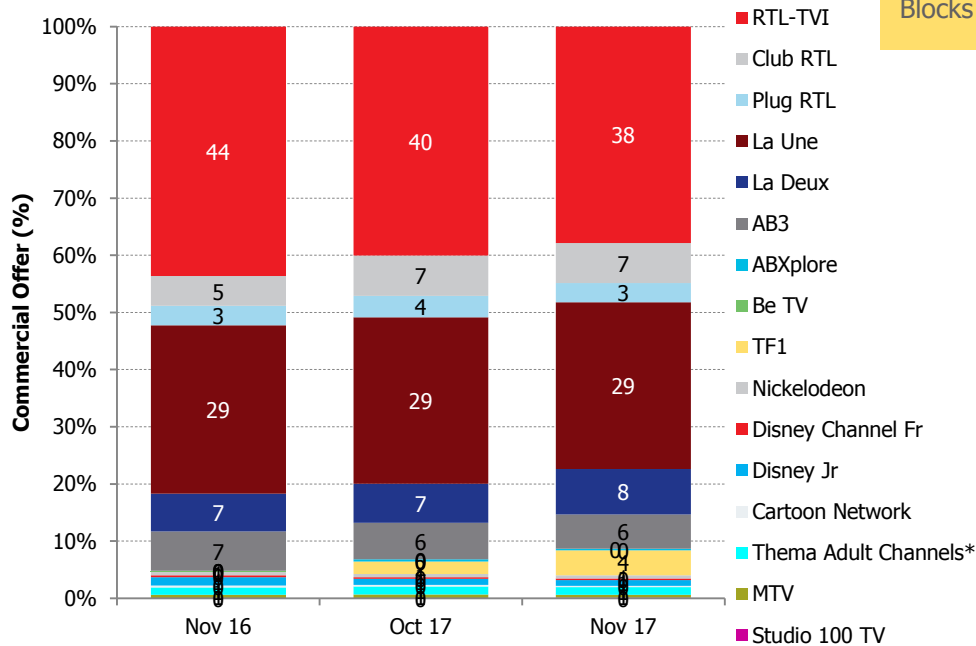
Bij de 15-44 jarigen behaalt TF1 een aandeel van 10.4% en klasseert zich eveneens tweede na RTL-TV1. Net als bij de andere doelgroepen is het logisch om te zien dat de groep Others Fr sterk achteruitgaat ten opzichte van vorig jaar (-11.2 punten) gezien dat TF1 tot en met juni in deze groep was opgenomen. Het is La Deux die de sterkste stijging realiseert ten opzichte van oktober met een winst van 0.9 punt ofwel een stijging met 1.2 punt ten opzichte van vorig jaar. RTL-TV1, daarentegen, verliest 0.7 punt en situeert zich 1.8 punt onder het niveau van vorig jaar. ABXplore, van zijn kant, behaalt op deze doelgroep een aandeel van 1.1%. Ten slotte zien we een stijging van Pay+DVB+Connected TV ten opzichte van vorig jaar (+3.2 punten), maar VCR+DVD+Perif verliest 2.2 punten.



(*) cfr definities op pagina 15
 Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15-44, Live+7+Guests+7 from 2017

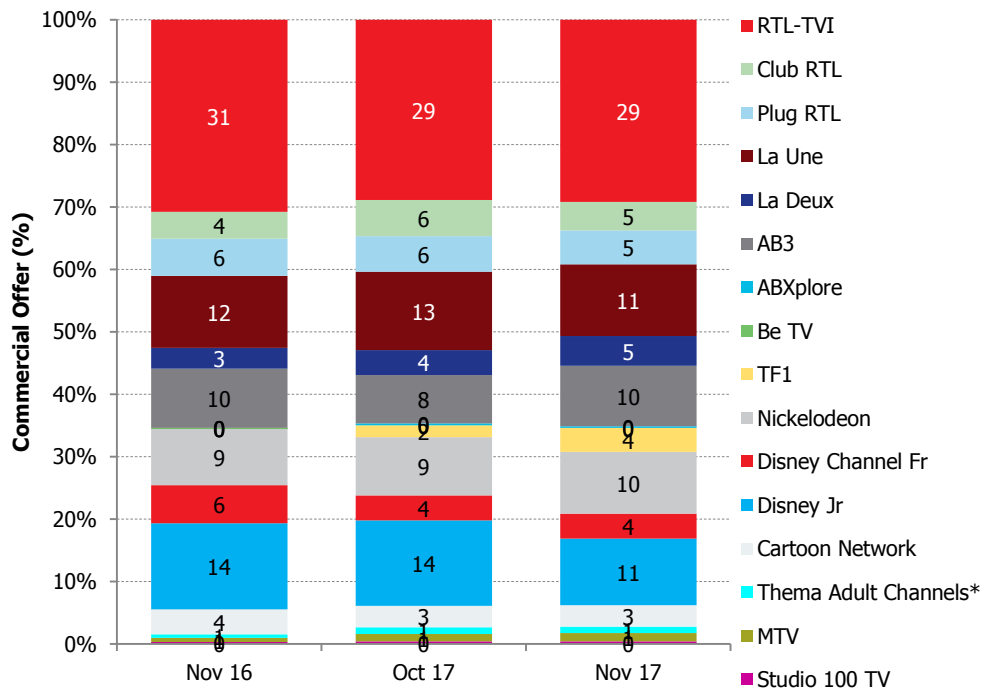
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

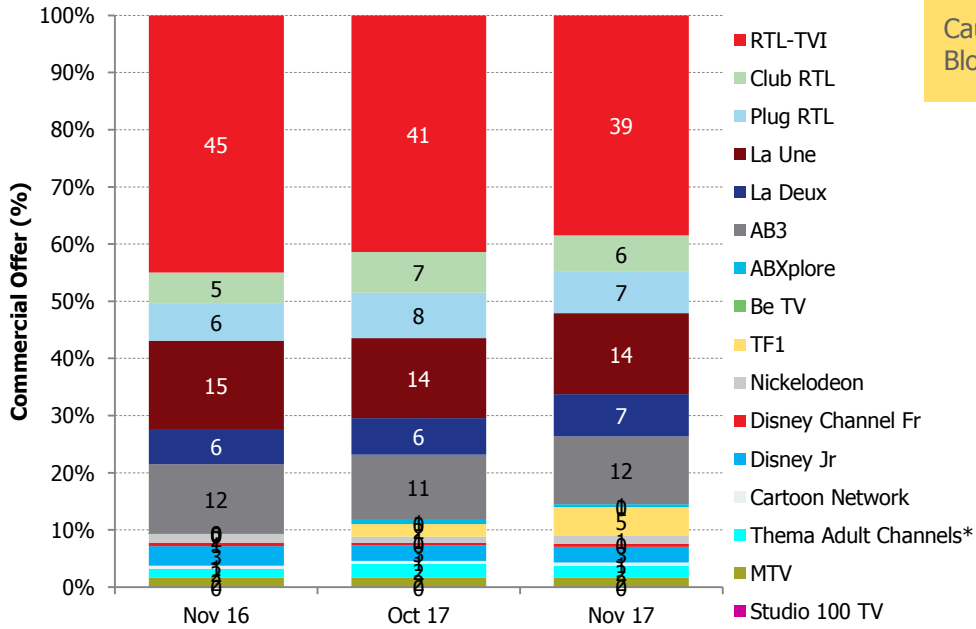


Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests+7 from 2017.

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

Audimetrie: November 2017

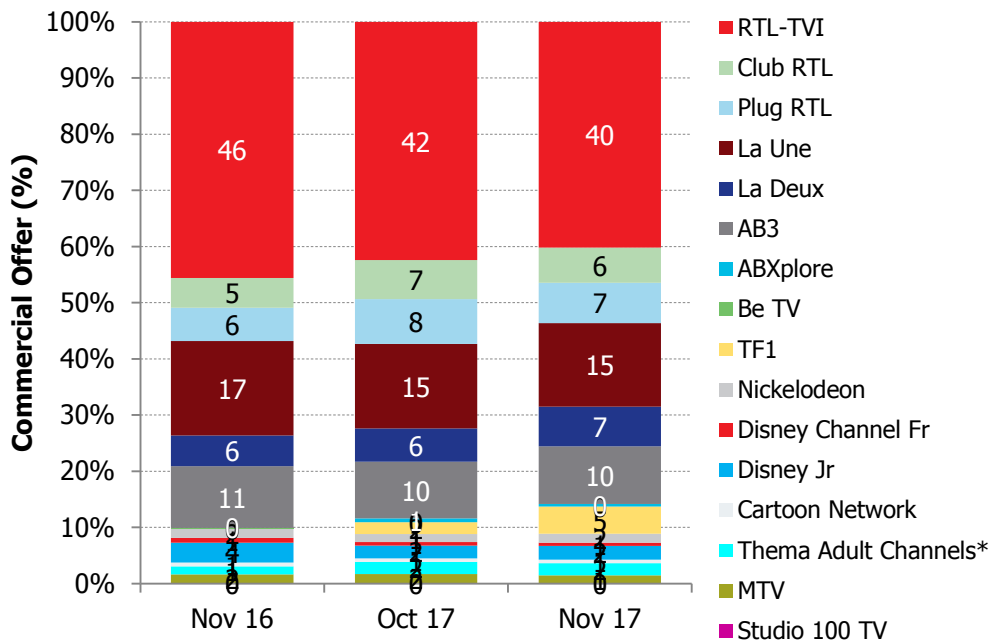
De doelgroep VVA 18-44



Caution : TF1 = Belgian Blocks only

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

De doelgroep 15-44



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

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

Audimetrie: November 2017

Aandeel van het schermgebruik (Share of Screen Usage of SU Shares): verhouding tussen de rating van een zender en de rating van de totaliteit van het schermgebruik (= Total Screen Usage). De "Total Screen Usage" omvat niet alleen het bereik van de Belgische en buitenlandse zenders, maar ook de activiteiten die verbonden zijn met de decoder of de settopbox (Pay+DVB), de DVD, de video (VCR+DVD), de spelconsoles of andere apparaten aangesloten aan de TV (Play+Others).

Marktaandeel (Market Shares of MS): verhouding tussen de rating van een zender en de totaliteit van identificeerbare Belgische en buitenlandse zenders (= Total TV), waarbij het andere schermgebruik wordt uitgesloten (Pay+DVB, Video+DVD, Play+Others).

Pay+DVB+Perif: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een decoder, een settopbox (Proximus, Telenet, Be TV, Voo, ...) of andere apparaten die verbonden zijn met de TV en die voornamelijk gebruikt worden om films, series en DVD's te kijken, zoals USB sticks, harde schijven, consoles en computers.

VCR+DVD+Connected TV: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een DVD-speler, een videorecorder of een TV die aangesloten is op het Internet en dit direct (smart TV) of indirect (Chromecast, Apple TV, ...).

Play+Others: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een spelconsole of een ander apparaat dat aangesloten is aan een TV.

Others NL/FR: groeperen de volgende Nederlandstalige/Franstalige zenders:

Others NL		Others FR	
(NL) NET5	MENT TV NL	(BE) LA3	MATELE
(NL) NICKELODEON	NPO 1	(FR) CANAL+	MCM
(NL) RTL4	NPO 2	(FR) EUROSPORT 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	EUROSPORT 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