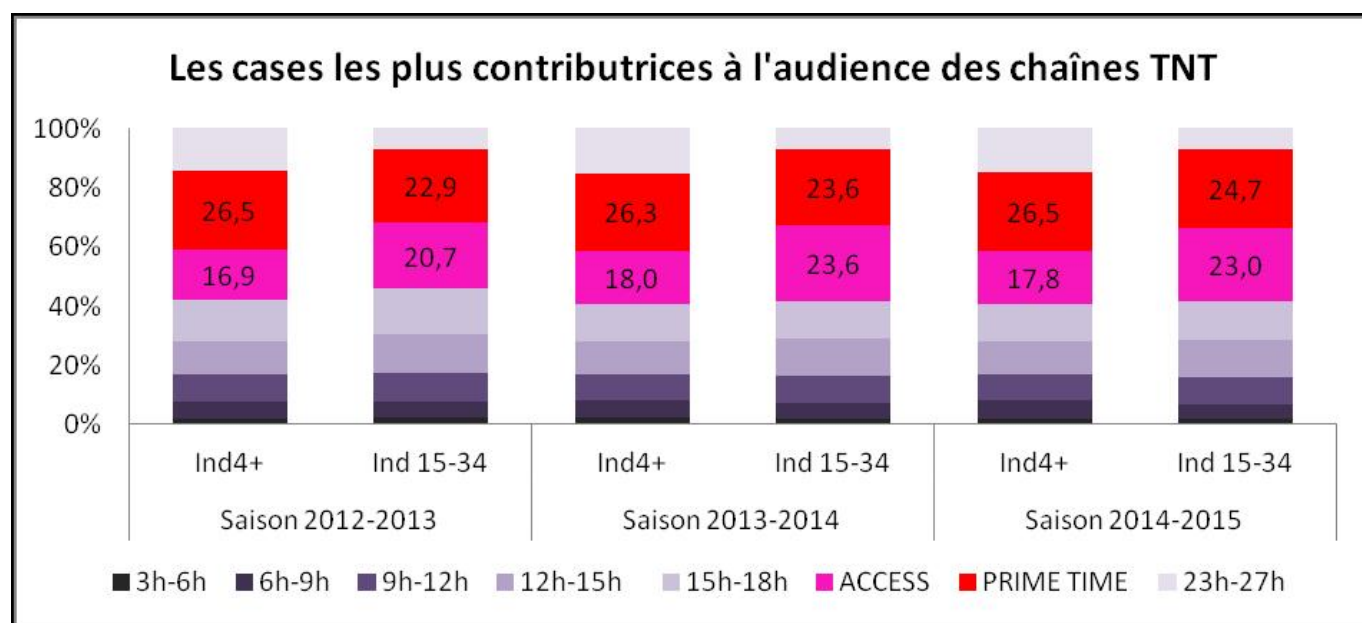


L'access TNT : lancement réussi pour Secret Story, NRJ12 en difficulté

L'access, un carrefour d'audience et de recettes publicitaires

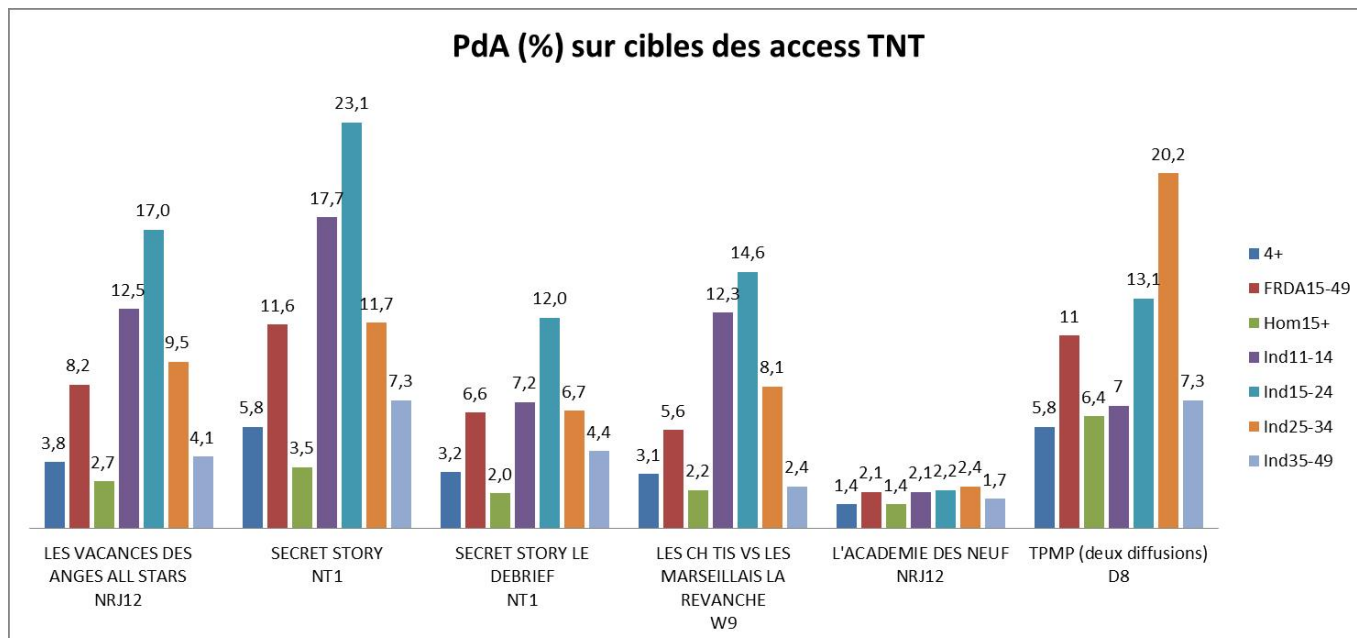
L'access (18h-20h30) est avec le Prime-time, **la case qui contribue le plus à l'audience totale des chaînes TNT**. Ce poids de l'access, en progression notamment auprès des jeunes, explique pourquoi les chaînes s'emploient à proposer à ce moment de la journée leurs programmes les plus puissants.



Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

L'access est de plus très prisé par les annonceurs car c'est le moment de la journée où les cibles commerciales (Femmes responsables des achats de moins de 50 ans et 15-34 ans) sont devant leur télévision. Ainsi, pour une chaîne comme NRJ 12, « *Le carrefour de l'access représente pour près de 30% des recettes publicitaires de la chaîne* » selon Vincent Broussard, le directeur général des chaînes de télévision du groupe NRJ.

NRJ12 à la peine, NT1 en forme



Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

Les Vacances des Anges et L'Académie des neuf en difficulté

Pour la première fois, NRJ 12 a décidé de lancer ses *Anges* en septembre, alors que la chaîne avait pris l'habitude d'attendre février-mars pour programmer l'émission. Concurrencée directement par *Secret Story* et pénalisée par la fin de la diffusion *des Anges 7 Latin America* le 3 juillet dernier, *Les Vacances des Anges* réalisent une première semaine moyenne.

Malgré des scores honorables sur cibles (notamment auprès des 15-24 ans), les premiers numéros rassemblent en moyenne 430 000 téléspectateurs (3,8% de PdA) alors que la saison diffusée de mars à juin affichait plus de 700 000 téléspectateurs (6,4% de PdA) et réalisait 12,9% de PdA auprès de la cible commerciale.

Alors que *Les Anges* est habituellement un programme qui booste les audiences de la chaîne, cette contreperformance représente un coup d'arrêt pour NRJ12 qui a pour objectif affiché de dépasser durablement les 2% de PdA 4+ en ensemble journée d'ici deux ans.

Les premiers résultats de *L'Académie des neuf* sont décevants. Alors que la chaîne comptait sur ce jeu produit par Shine pour toucher un large public et renouveler son auditoire, le pari est pour l'instant un échec. Même si le programme surperforme pour l'instant vs une case faible (rediffusions de *Stargate SG-1*) auprès des 4 ans et plus et des FRDA 15-49, les scores ne sont pas à la hauteur de la notoriété de l'animateur, Benjamin Castaldi, et des invités. Avec seulement 227 000 téléspectateurs en moyenne pour les 14 premières diffusions (deux épisodes par soirée) et 2,1% sur la cible commerciale, NRJ12 se classe 13^{ème} chaîne nationale auprès des 4+ et 10^{ème} chaîne nationale auprès des FRDA 15-49. Enfin, le jeu semble subir la concurrence de *TPMP* de plein fouet puisque depuis le retour du talk-show animé par Cyril Hanouna, *L'Académie des neuf* a perdu plus de 100 000 téléspectateurs.

Secret Story booste les résultats de NT1

Cette année, le groupe TF1 a décidé de diffuser les quotidiennes de *Secret Story*, désormais animées par Christophe Beaugrand sur NT1. Pour l'instant le pari semble réussi puisque *Secret Story* suivi du *Debrief* permet à NT1 de progresser de 114% auprès des 4+ et de 96% auprès des FRDA 15-49 ans vs la saison dernière sur la même tranche horaire. *Le Debrief*, programmé à la suite de la quotidienne permet à NT1 de maintenir des scores élevés sur cibles et offre à son access une puissance inédite. La télé-réalité de NT1 semble en outre bien résister à l'arrivée de *Touche pas à Mon Poste* puisqu'elle a signé son record, 897 000 téléspectateurs le jour du retour de *TPMP*, lundi 31 août.

Les Ch'tis vs les Marseillais, une valeur sûre de W9

Alors que *Les Anges* et *Secret Story* sont programmés relativement tôt, avant 18h15, W9 a décidé de diffuser l'épisode inédit de sa télé-réalité à 19h30. Non concurrencé par les deux autres télé-réalités, le programme s'est installé et affiche des performances plus qu'honorables, dans la moyenne des précédentes éditions. Grâce à sa télé-réalité, W9 a réussi à faire progresser son access (18h30-20h30) de 17% sur les 4+ et 32% auprès des FRDA 15-49 ans. Enfin, tout comme *Secret Story*, *Les Ch'tis vs Marseillais* résiste bien à la concurrence explosive de *TPMP* car elle a réalisé son record, 642 000 téléspectateurs le deuxième jour de diffusion de *TPMP*, mardi 1^{er} septembre.

La guerre de l'access, qui animait les grilles des historiques, se livre désormais sur la TNT. Outre D8 qui profite de la puissance de *TPMP* depuis maintenant trois saisons, NT1 a réussi son pari et son access est désormais le deuxième plus efficace de la TNT grâce à *Secret Story*. De plus, le public de *Secret Story* et des *Ch'tis vs les Marseillais* semble être différent de celui de *TPMP* puisque les deux programmes ne sont pas impactés par le retour du programme phare de D8.

NRJ12 est en revanche en difficulté. La chaîne apparaît comme la grande perdante de cette rentrée, d'autant plus qu'elle devra faire face au retour du puissant *Money Drop* sur TF1 la semaine prochaine ainsi qu'à la nouvelle formule du *Grand Journal*.