

# Divertissement : les tendances internationales à surveiller

**NPA Conseil revient sur les tendances des programmes originaux de divertissement lancés en 2015 à l'étranger[1] qui pourraient inspirer les diffuseurs et producteurs français.**

A l'étranger en 2015, les lancements de programmes de flux à succès semblent marqués par une faible prise de risque. D'un côté, des reality shows inscrits dans la continuité avec des thématiques installées et renouvelées vers davantage de proximité avec le téléspectateur. De l'autre, des jeux aux mécaniques classiques peu revisités.

## Reality show : des thématiques installées revisitées

Les lancements de programmes originaux de flux à l'étranger sont marqués en 2015 par une prépondérance des reality shows en termes de volume. Les plus performants semblent caractérisés par des thématiques déjà bien éprouvées comme le **cooking, la décoration, le coaching ou le bien être**, revisités notamment vers davantage de proximité avec le téléspectateur, avec plus d'incarnation, de nouveaux décors et ambiances.

Sur BBC Two, on retrouve ainsi la critique culinaire Mary Berry dans un nouveau format : **Mary Berry's absolute favourites**. Chaque semaine, l'octogénaire s'installe dans un lieu qu'elle apprécie pour présenter les recettes de ses plats préférés cuisinés comme à la maison en s'inspirant notamment de ses souvenirs d'enfance.

En Allemagne, le chef reconnu Christian Rach, qui coachait des personnes souhaitant changer d'habitudes alimentaires, revient avec **All Rach undercover** et visite des restaurants pour estimer la véracité des mauvaises critiques publiées sur internet. Si elles sont fondées, il aide le restaurateur à améliorer son service.

En Israël, la gagnante de *Masterchef* adapte le thème culinaire aux aspirations du moment avec un nouveau programme, **Green Tastes**, centré sur une alimentation bio, végétarienne, sans gluten ou végétalienne. Entre recettes et visites de restaurants, le programme parie sur les nouveaux engouements de la nutrition.

La recherche d'authenticité semble toujours plus présente. Par exemple, **Real Men** au Danemark suit 5 artisans ayant de l'embonpoint encadrés par un expert en nutrition et en exercice physique dans le but d'améliorer leur forme et de participer à un triathlon. Traité avec un ton humoristique, le programme de coaching prend place dans des lieux simples, sans plateau. ❌

Dans la tendance d'un retour aux sources, NRK1 en Norvège revisite la télé-réalité d'aventure avec **Anno** qui réunit 14 participants qui tentent de vivre comme leurs ancêtres en 1764, en costumes d'époque. A travers l'apprentissage de nouvelles compétences, ils doivent améliorer leurs conditions de vie tout en découvrant leur Histoire. Dans la même veine, avec **10 000 BC**, Channel 5 au Royaume-Uni présente 20 personnes expérimentant

les conditions de l'Âge de pierre pendant 2 mois.




### Jeux : des mécaniques classiques peu renouvelées

Dans **le jeu**, les lancements ayant fonctionné en 2015 à l'étranger sont ancrés dans des mécaniques ludiques classiques, auxquelles sont parfois apportées des nouveautés (**plateau, d'incarnation ou de thèmes**).

En Israël, **Who's on top ?** est un quizz classique, avec gain d'argent, à l'exception de sa mise en scène particulière soutenue par le plateau : les participants sont en effet suspendus à une capsule, qui monte ou descend selon la véracité de la réponse. Le premier arrivé en haut remporte les gains accumulés par les trois candidats. Au Royaume-Uni, **Freeze Out** est à la fois un jeu d'adresse, de connaissance et de hasard avec un plateau supportant toute la dramaturgie du programme. Les participants s'affrontent autour d'une table en glace pour accéder à la possibilité de lancer un pion sur la table pour soit sécuriser 10 000 livres, soit sortir un des concurrents du jeu.

Les genres **talent show** et **talent quest** demeurent également présents, à travers des compétitions qui s'appuient sur des critères variés : cuisine, dressage d'animaux, karaoké, poterie, piano, chorale, etc. En Belgique, la chaîne VTM suit le groupe populaire K3 qui après 20 ans de scène décide de la quitter, et de trouver ses remplaçantes. Les candidates, présélectionnées parmi 6000 postulantes, s'affrontent face aux juges et à un panel de 100 personnes. En Espagne, **Vaya Fauna !** voit des candidats faire entrer en compétition leurs animaux de compagnie à travers des tours pour remporter 10 000€. Le talent show culinaire se renouvelle également avec par exemple **Chef in your ear** au Canada où différents chefs rivaux doivent guider des amateurs dans la réalisation de leurs plats à l'aide d'une oreillette pour remporter la compétition.

Enfin, des lancements parient sur des jeux populaires dont l'adaptation à la télévision a déjà fait ses preuves à l'étranger, comme **The great australian spelling bee** où des enfants de 8 à 13 ans concourent à des épreuves d'orthographe ou de grammaire. De manière générale, les nouveaux jeux ayant fonctionné à l'étranger n'ont pas été caractérisés par de grandes prises de risque. Les diffuseurs français, habitués aux adaptations, pourraient se tourner vers davantage de programmes originaux, à l'image des récents *Chasseurs d'appart* (Studio 89/ M6), *Prodiges* (Shine / France 2) ou *Tahiti Quest* (AH! Production, Megamedia / Gulli).

---

[1]) Ces tendances sont analysées à partir des données de *News On The Air* (Médiamétrie)