


La télévision, un média de séniors ?

Lors de sa prise de fonction, la nouvelle présidente de France Télévisions, Delphine Ernotte, avait fait du rajeunissement de l'audience de France TV une de ses priorités. S'il est vrai que le public de France Télévisions est l'un des plus âgé, la TV dans son ensemble tend à devenir un média pour séniors.

La télévision, un média vieillissant 


Sources : NPA Conseil sur données Médiamétrie (auprès des 4 ans et plus) et Insee.

 L'année 2015 a vu l'âge moyen de la télévision augmenté assez fortement. En 2015, le téléspectateur de la télévision avait près de 51 ans contre 50 ans en 2014 alors que l'âge moyen des Français a seulement augmenté de 0,1 an sur la même période. En cinq ans, le vieillissement du média TV est très marqué, près de trois ans. Cependant cet âge moyen cache d'importantes disparités. **Parmi les chaînes historiques, seule M6 rassemble un âge moyen inférieur à celui du média TV, mais elle a vieilli le plus en cinq ans** (+4,2 ans depuis 2010), tandis que **TF1 passe pour la première fois cette année au-dessus de la moyenne de l'ensemble du média. Les chaînes du groupe France Télévisions poursuivent leur vieillissement**, à l'exception de France 4 qui depuis mars 2014 s'adresse aux enfants en journée et aux jeunes adultes en soirée. **Les chaînes TNT ont un public plus jeune que celui des historiques**, puisque seule trois chaînes TNT sont au-dessus de l'âge moyen de la TV, Chérie 25 dont la grille de programmes est constituée de séries comme *Navarro*, *Les Cordier juge et flic* ou *L'Amour du risque* et de magazines qui s'adressent à un public plus mature tel que *C'est mon choix*, TMC qui est depuis son lancement plus âgée que les autres chaînes de la TNT et France Ô. Les chaînes les plus jeunes du PAF gratuit, outre Gulli et France 4 qui sont d'abord destinées aux enfants, sont **les deux chaînes TNT du groupe M6, 6ter et W9.**

Les groupes de télévision face au vieillissement de l'audience

Mis à part le groupe M6 qui reste jeune, les groupes France Télévisions et TF1 doivent relever le défi du rajeunissement de leurs audiences. Ainsi, **plus d'1 téléspectateur sur 2 des chaînes du groupe France Télévisions a plus de 60 ans**, une difficulté pour le groupe public censé devoir s'adresser à l'ensemble de la population. C'est dans cette optique que France 4 est devenue la chaîne de la jeunesse et que France 3 tente de rajeunir sa grille avec, notamment, le remplacement de Julien Lepers à la tête de *Questions pour un champion* et l'arrêt de l'émission *30 millions d'amis*. Il y a en effet urgence à **rajeunir cette chaîne qui comptait 64,2% de 60 ans et plus dans son public en 2015.**

Quant au groupe TF1, **le rajeunissement de l'audience est avant tout une nécessité économique** puisque outre la « ménagère de moins de 50 ans », rebaptisée récemment « femme responsable des achats de moins de 50 ans », les annonceurs ciblent les jeunes, les 15-34 ans et les 25-49 ans. Pour y parvenir le groupe semble miser sur une plus grande complémentarité entre ses chaînes. **TF1 est la chaîne de l'évènement** qui peut

rassembler tous les spectateurs avec des grands divertissements, *Danse avec les stars*, *Koh-Lanta* ou *The Voice*, ou de grands évènements sportifs avec *L'Euro 2016 de football*, **TMC est la chaîne familiale** et met en avant les spectacles comiques ou des films divertissements, **NT1 est celle des jeunes** avec de plus en plus de programmes de téléréalités cette saison, *Secret Story*, *La villa des cœurs brisés* ou *Le Bachelor*, HD1 qui est une chaîne 100% fiction cible avant tout les femmes (**avec 64,3% de femmes dans son auditoire, HD1 est d'ailleurs la chaîne la plus féminine du groupe TF1**). Les groupes audiovisuels semblent donc avoir compris la nécessité de rajeunir leur public. Outre le renouvellement des programmes, certaines d'entre elles explorent des pour capter un public plus jeune : **la création de chaînes Youtube (147 pour France Télévisions et 16 pour le groupe TF1 qui a lancé cette politique en septembre)**, l'intensification de la communication sur les réseaux sociaux et l'amélioration des plateformes de rattrapage.