

Succès en série pour la fiction française et européenne sur les chaînes historiques

Une semaine de lancements de nouvelles séries vient de s'écouler pour TF1 (**Le Secret d'Elise**), France 2 (**Trapped**), Arte (**Trepalium**) et Canal+ (**Baron Noir**). NPA Conseil revient sur leurs performances, marquées par le record du programme le plus rattrapé en J+7 avec **Le Secret d'Elise** sur TF1.

TF1 affiche des records avec l'adaptation d'une série dramatique

Souhaitant renouveler sa case fiction française occupée notamment par *Camping Paradis* et *Joséphine Ange Gardien*, en retrait par rapport à la saison 2014-2015, TF1 a proposé lundi 8 février **Le Secret d'Elise** (6X52'). Produite par Quad Télévision qui avait produit *Disparue* pour France 2, et adaptée de la série britannique *Marchlands*, la série dramatique prend place dans une maison familiale à différentes époques : en 1969 une petite fille meurt noyée dans les marais adjacents, vingt ans plus tard des événements mystérieux commencent à se produire, et en 2015, de nouveaux propriétaires découvrent que la maison est habitée par une présence. Cette série chorale s'appuie de plus sur **un casting fort**, notamment Bénabar, Hélène de Fougerolles, Armelle Deutsch ou Bruno Salomone. **Côté audiences, la série connaît un lancement particulièrement puissant, confirmé ce lundi lors de sa deuxième semaine de diffusion, et des performances en J+7 inégalées.**

Performances live du *Secret d'Elise* vs moyenne de la case 2015-2016 et 2014-2015 et J+7

Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

Pour son lancement, *Le Secret d'Elise* est puissante avec une moyenne de 26,3% de PdA sur les 4+ soit 6,5 pts au-dessus de la moyenne de la case depuis la rentrée et 6,8M de tisp pour le premier épisode. *Le Secret d'Elise* établit le record du rattrapage J+7 en nombre de téléspectateurs avec 1,6M gagné pour le premier épisode, et plus de 1,7M pour le second, dépassant le record détenu par *L'Emprise* à 1,4M de tisp. La nouvelle série de TF1 réussit à fidéliser en perdant moins de 200 000 téléspectateurs entre les deux premiers épisodes en consolidé.

Pour sa deuxième semaine de diffusion, la série se renforce encore en live avec **26,5% de PdA en moyenne pour les deux épisodes.** Elle séduit davantage de téléspectateurs (6,8 M) et en perd moins entre les deux épisodes diffusés. La série performe particulièrement sur la cible **FRDA 15-49 avec 33,7% de PdA** en moyenne lundi dernier (vs moy. de la case à 22,5% de PdA).

France 2 mise sur un programme scandinave pour renforcer son offre de fiction étrangère

De son côté, France 2 cherche à renforcer sa case fiction étrangère occupée cette saison par *Castle*, depuis l'arrêt de *Rizzoli & Isles* et les audiences décevantes de *Major Crimes*,

Secret and Lies et *Suspect n°1 New York* qui n'avaient pas permis de retrouver le succès rencontré avec *Broadchurch*. Avec ***Trapped* (RVK Studios)**, la chaîne reste sur une offre de série policière mais s'éloigne des US en pariant sur un programme scandinave.

Trapped se situe dans un village reculé du nord de l'Islande, dans le port duquel un cadavre est retrouvé après l'arrivée d'un ferry international. Le chef de la police locale doit mener l'enquête alors que la tempête se lève et coupe le village du reste du monde, rendant impossible l'arrivée de renfort et transformant toute la population en suspects. **France 2 a choisi une programmation spéciale en compilant les 4 premiers épisodes islandais en deux épisodes de 90' diffusés lors du lancement, avant de revenir ensuite à deux soirées de 3 épisodes de 52'.**

Côté performances, *Trapped* affiche des résultats forts pour son lancement lundi 8 février en face du *Secret d'Elise*. Les épisodes sont en retrait pour la deuxième semaine de diffusion mais demeurent puissants.

Performances live de *Trapped* vs moyenne de la case 2015-2016 et 2014-2015 et J+7

Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

La nouvelle série de France 2 affiche une moyenne de 19,8% de PdA pour les deux épisodes de lancement de 90', soit 6,1 pts au-dessus de la moyenne de la case cette saison, et séduit 4,9M de tisp. Elle est particulièrement performante sur la cible 60 ans et plus avec 29,5% de PdA en moyenne (vs moy. de la case à 16,3% de PdA 60+). En rattrapage, la série connaît des audiences très puissantes liées à sa programmation tardive : le deuxième épisode de **90' gagne en effet près de 1,3M de tisp**, soit davantage que le programme le plus rattrapé de France 2 en 2015, un épisode de *Broadchurch* gagnant près de 1,2M de tisp.

Pour sa **deuxième semaine de diffusion, la série perd de sa puissance, avec 14,6% de PdA** en moyenne des trois épisodes, des performances néanmoins toujours supérieures à la moyenne de la case ces deux dernières saisons.

Une nouvelle série d'anticipation sur Arte

Arte connaît de son côté de belles performances sur sa **case fiction du jeudi déjà en progression** la saison précédente, avec la dernière saison d'*Ainsi soient-ils*, *Meurtre au pied du volcan*, ou *Wolf Hall*. Avec *Trepalium*, la chaîne ajoute à son offre une série française innovante d'anticipation, à l'image de *Black Mirror* en Grande Bretagne. *Trepalium* (Kelija et Arte France) se déroule dans un monde futur déshumanisé où les 80% de chômeurs sont séparés des actifs par un mur et vivent hors de la *Ville* dans la *Zone*.

Malgré la forte concurrence, la chaîne réussit ce lancement en affichant 3,4% de PdA (moyenne des 3 ép.) jeudi dernier, soit 0,6 pt au-dessus de la moyenne de la case. La série attire en moyenne 720 000 téléspectateurs au cours des trois épisodes.

Performances de *Trepalium* vs moyenne de la case 2015-2016 et 2014-2015



Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie (audience veille)

En prolongement de la diffusion de cette fiction, Arte Creative a développé (avec Upian) une **plate-forme numérique proposant une web fiction préquel de la série**, *A l'ombre du mur*, ainsi qu'une **social room** de community managers répondant aux questions techniques liées à la série (décor, scénario, acteurs) et un **live-tweet** d'une philosophe et sociologue, Cynthia Fleury pour répondre aux questions soulevées par la série. Résultat, la chaîne annonce se classer dans les Trending Topics de la soirée et avoir recueilli 700 000 impressions. Du côté des recherches liées à *Trepalium* sur Google, elles sont multipliées par 3 en janvier, mais demeurent à un faible niveau (6600 requêtes sur le mois).



Canal+ réaffirme ses ambitions de création avec une première série politique

Canal+ a proposé la semaine dernière sa première création de **série politique**, après le succès du genre à l'étranger comme l'américaine *House of Cards* ou la danoise *Borgen*. Incarnée par Kad Merad, Niels Arestrup et Anna Mouglalis, *Baron Noir* (8X52') produite par Kwaï, met en scène un député-maire du Nord, trahi lors de l'entre-deux tours de l'élection présidentielle par son mentor qui le sacrifie pour gagner sa campagne.

Après *Les hommes de l'ombre* (France 2), Canal+ propose une série ancrée dans le contexte contemporain français et recherchant le réalisme.

Côté audiences, la série affiche des performances moyennes avec environ **600 000 abonnés lors du lancement**, contre 900 000 pour *Panthers* et 1M pour *Versailles* ou *Le Bureau des Légendes*. A noter que la série est visible en intégralité sur la plate-forme Canal+ pour les abonnés.