


France 2 : Vers un renouvellement de la case de l'après-midi

Alors que France 2 a lancé un appel d'offres pour remplacer son magazine de l'après-midi *Comment ça va bien*, NPA Conseil établit un bilan de ses performances et revient sur les enjeux de cette case. Si France Télévisions peut diffuser de la publicité à cet horaire, la case de l'après-midi France 2 peine actuellement à séduire les femmes responsables des achats face aux téléfilms de TF1 et de M6, et appelle au renouvellement de son offre.

Recul des programmes de France 2 du début d'après-midi

 Source : NPA sur données Médiamétrie

A l'antenne depuis 2006, et repris par Sophie Davant en septembre 2010, ***Toute une histoire***, stable à 14% de PdA de 2011 à 2013, est globalement en retrait sur la période. **Cette saison, *Toute une histoire* recule d'1 pt à 11,1% de PdA.** En 2014 il s'est renouvelé avec une deuxième partie à 15h, ***L'histoire continue***, accueillant d'anciens participants, en baisse cette saison à 10,3% de PdA (vs 11,3 la saison précédente). A sa suite, ***Comment ça va bien***, produit par Martange et diffusé depuis 2010, **est également en recul constant sur la période. Le programme affiche cette saison un retrait de 1,1 pt à 9,2% de PdA, le plus fort depuis le début de sa diffusion.**

Un public plus féminin et plus âgé que l'ensemble TV pour *Comment ça va bien*

***Comment ça va bien ?* est composé à 74% de femmes, soit 13 points au dessus de l'ensemble TV** sur ses heures de diffusion. Son public est également plus âgé que le public de la télévision entre 15h40 et 17h05. Il est composé à **59% d'individus âgés de 60 ans et plus (vs 41% pour l'ensemble TV)**, et d'une part moindre d'individus de 35-59 ans (29% vs 35% pour l'ensemble TV).

Structure du public par âge et par sexe de Comment ça va bien vs l'ensemble TV (2015-2016)




Source : NPA sur données Médiamétrie

France 2 en retrait sur les FRDA <50 ans face aux téléfilms de TF1 et de M6 sur la case 14h-18h

Si France 2 continue sa progression sur la case 17h-20h à 10,4% de PdA 4 ans et plus (vs 9,8% la saison précédente), son après-midi est en retrait cette saison. La case 14h-18h enregistre 9,4% de PdA 4 ans et plus, soit un recul de 11%. Moins scruté que l'access ou le pré-access, l'après-midi reste un enjeu pour la chaîne publique puisque France Télévisions est autorisée à diffuser de la publicité à ces horaires. Les programmes de France 2 peinent également à séduire la cible commerciale : *Toute une histoire* enregistre cette saison un retrait de 2,1 pts sur les FRDA <50 ans à 7,6% de PdA.

De son côté, *Comment ça va bien* affiche 6,6% de PdA FRDA <50 ans, soit un recul de 2,6 pts sur la cible par rapport à la saison dernière. En face, les téléfilms permettent à TF1 d'enregistrer sur la tranche 14h-18h 22% de PdA FRDA <50 ans, en léger retrait, et à M6 de progresser de 11% sur cette cible avec 19,4% de PdA.

 Source : NPA sur données Médiamétrie