

La case de l'After-school (17h) : des cibles et une programmation de plus en plus hétéroclites

***Amanda, C'est mon choix* ou plus récemment *Les Français ont du génie...* Cette saison, les chaînes ont multiplié les tentatives de capter différemment les téléspectateurs à la sortie de l'école. Programmation non adaptée aux cibles présentes devant le poste à 17h ou essoufflement des concepts, NPA Conseil analyse les enjeux et les performances des émissions d'After-school proposées sur les chaînes gratuites.**



Qui regarde la télévision à 17h ?

Depuis la rentrée, ce sont en moyenne 9 millions de téléspectateurs qui ont regardé les programmes proposés entre 17h et 18h du lundi au vendredi. Les individus de plus de 50 ans représentent l'écrasante majorité des cibles touchées par la programmation en question (61% des téléspectateurs). Comparé à la saison 2012-2013, les individus de 60 ans et plus voient cette saison leur poids progresser de près de 6 points. Sur les cibles jeunes, la donne n'est pas la même. Alors qu'il y a 5 saisons, les individus de 4 à 14 ans représentaient 11% des téléspectateurs de la tranche étudiée, celle-ci perd en 2016-2017 près de 2 points à 9,2%. Même constat sur les individus de 15 à 24 ans avec un recul de 2,5 points à seulement 4,5%.

Si l'on s'intéresse à l'évolution du nombre de téléspectateurs sur ces deux cibles, on s'aperçoit qu'un écart s'est creusé en l'espace de quelques saisons. Si l'allure des courbes reste la même entre les deux saisons, avec un After-school qui constitue à chaque fois un lead-in favorable à l'Access, on remarque néanmoins un phénomène propre aux individus de 4 à 14 ans. En effet, à partir de 17h, la courbe de la saison en cours n'affiche pas la même progression qu'en 2012-2013 avec un recul notable du nombre d'enfants devant le poste à la sortie de l'école, malgré une programmation dans l'ensemble similaire.



Les chaînes historiques se cherchent, la TNT cible

Depuis la rentrée, les chaînes historiques ont multiplié les nouveautés sur la case, occupée jusqu'à présent par des programmes souvent installés depuis plusieurs années. Les chaînes de la TNT cible quant à elle leur audience à travers des marques désormais ancrées.

TF1 - Depuis 2014, TF1 diffuse principalement *4 mariages pour une lune de miel* et *L'addition s'il vous plaît* sur la tranche de l'After-school. La semaine dernière, la chaîne proposait un pilote pendant une semaine : *Les Français ont du génie*. Présentée par Valérie Damidot, l'émission a réuni en moyenne 1,1 million de téléspectateurs pour 13,1% de PdA, un score en retrait des performances de *4 mariages pour une lune de miel* depuis la rentrée (1,5M/17,3%). Si les scores restent encourageants sur les FRDA 15-49 ans (leader sur la cible à 19,7%, ex-aequo avec *Les reines du shopping*), la chaîne n'a pas communiqué sur une potentielle nouvelle salve. Depuis lundi, la saison 5 de *L'addition s'il vous plaît* est diffusée en lieu et place de l'émission de Valérie Damidot. En réunissant devant le premier épisode 1,1 million de téléspectateurs pour 14,7% de PdA, le programme s'est affiché bien en retrait de la saison 4 (1,6M/16,8% en moyenne) mais au niveau que *Les Français ont du génie* en nombre de téléspectateurs.

France 2 - Alors que la saison n'est pas encore terminée, France 2 a déjà proposé trois émissions différentes depuis septembre, dans la continuité de la refonte de ses après-midis. *Amanda*, diffusé jusqu'au 20 janvier a ouvert la marche. Avec en moyenne 260 000 téléspectateurs pour 2,9% de PdA, les performances du programme n'auront pas suffi à ce qu'il soit reconduit jusqu'à la fin de la saison. La saison dernière, sur la même tranche horaire, *Comment ça va bien ?* réunissait en moyenne 637 000 téléspectateurs pour 8,1% de PdA, un score bien au-dessus. Suite à la déprogrammation d'*Amanda*, *Un chef à l'oreille* a été diffusé pendant 5 semaines et a enregistré des performances supérieures à celles du magazine, mais toujours en retrait de la moyenne de la case la saison passée (466 000 tvsp pour 5,4% de PdA). Depuis le 27 février, le relai a été transmis à *Chéri(e) c'est moi le chef*. Avec 338 000 tvsp pour 4,9% de PdA, le programme ne parvient toujours pas à rehausser la moyenne de la case.

TMC - La tranche de l'After-school est principalement occupée par quatre



séries depuis la rentrée : *Hercule Poirot*, *Monk*, *Agatha Christie* et *Les experts Miami*. Ces dernières réunissent en moyenne 328 000 téléspectateurs pour 3,6% de PdA, un score qui se place légèrement au-dessus de la moyenne de la case la saison dernière (273 000 tvsp/3,1% de PdA). À noter que le public de ces séries est composé à 37,4% d'individus de 60 ans et plus (4 points de plus qu'en 2016-2017 pour une programmation équivalente). Pour rappel, cette cible représente 44% de l'audience du Total TV sur de 17h à 18h.

NRJ12 - Avec principalement des rediffusions de programmes de télé-réalité suivies du *Mad Mag*, NRJ12 tente quant à elle d'attirer les cibles jeunes. Les moins de 50 ans représentent ainsi 82,5% de la structure du public de la chaîne depuis la rentrée avec une part importante d'enfants (les 4-14 ans représentent 15,2% de la structure globale).

Plus globalement, on observe qu'en moins de 10 saisons, sur la tranche de l'After-school, les chaînes ont progressivement favorisé les programmes de flux (du type factuel entertainment et télé-réalité) au détriment de la fiction. M6 et W9 diffusent aujourd'hui *Les reines du shopping* et *Un dîner presque parfait* alors qu'il y a quelques années, la case était principalement occupée par des séries étrangères. Même constat pour C8 qui diffuse aujourd'hui le magazine *Il en pense quoi Camille ?* (vs la série *L'homme qui tombe à pic* en 2008). Par ailleurs, la télé-réalité a envahi la tranche sur NRJ12, remplaçant les sitcoms. Le phénomène est le même sur la TNT HD avec le retour de *C'est mon choix*, qui depuis la rentrée 2015 a éclipsé la fiction. Enfin, seule Gulli propose une programmation 100% jeunesse depuis plusieurs années avec *Gulli Good*, concurrencée depuis la rentrée par France 4 qui se place dans le même créneau avec *Ludo*.



Source : NPA Conseil