

Un critère de notoriété supplémentaire: les incarnants des chaînes thématiques

Face à la puissance de la TNT et à l'abondance des chaînes disponibles, les chaînes thématiques doivent plus que jamais se démarquer pour constituer des marques fortes et attirer les téléspectateurs, ce qui passe notamment par la présence d'incarnants dans les émissions.

Dans le cadre de la sortie de la troisième vague en septembre 2018 de l'indice Théma^[1], NPA Conseil a comptabilisé le nombre d'incarnant dans les émissions de flux des 100 chaînes thématiques analysées de mars à juin 2018.^[2]

Les thématiques qui favorisent la présence d'incarnants

Quatre types de chaînes thématiques ont tendance à favoriser un grand nombre d'incarnants : Généraliste, Découverte, Sport et Séries-Divertissements. Les chaînes généralistes misent à la fois sur un nombre d'incarnants important et sur le développement de marques programmes fortes grâce à un incarnant. Paris Première (9 incarnants) avec l'émission *Zemmour & Naulleau* ou *En off* animé par Michel Denisot illustrent cette stratégie. No Life (11) et Gong (10), chaînes tournées vers l'univers manga et jeux-vidéos, vont proposer des incarnants pour de nombreux magazines, dont *My Japan* avec David Zavaglia ou *Gameology* avec Johann Lefebvre et Gérard Baste sur Gong, *Chez Marcus* animé par Marc Lacombe ou *J-Top* avec Josaudio sur No-life.

Les chaînes de sport proposent très régulièrement des émissions favorisant le débat, l'analyse et le décryptage par des animateurs à la fin d'une compétition. Infosport+, les chaînes BeIN Sports, Eurosport et SFR Sport mettent en place des dispositifs exceptionnels pendant les compétitions à l'instar du mondial du football (*Destination Moscou 1er édition* sur Infosport+). Les émissions sont toutes présentées par un ou plusieurs animateurs. De plus, les chaînes thématiques sport sont les seules à avoir au minimum un incarnant : par exemple AB Moteur (qui s'appellera Auto-Moto dès septembre 2018) avec Margot Laffite pour le programme *V6*, Canal+ Sport avec Isabelle Ithurburu ou Pierre Ménès ou encore par Equidia avec Céline Maussang pour le magazine *Off Courses*.

Ainsi, les chaînes thématiques rivalisent de stratégie pour fédérer et jouer un rôle prescripteur auprès des téléspectateurs. Toutes chaînes thématiques confondues, le podium est occupé par TV5 Monde (Généraliste), Voyage (Découverte) et Infosport + (Sport).



Les incarnants populaires des chaînes thématiques

✘ Décider d'utiliser un incarnant pour une chaîne est un premier moyen de communication envers le public. Choisir un incarnant déjà populaire permet à une chaîne thématique de gagner en notoriété et potentiellement de développer son audience. Ainsi, un incarnant ayant préalablement officié sur une chaîne gratuite est une valeur ajoutée pour les chaînes thématiques. C'est une tendance observée sur l'ensemble des chaînes analysées. La chaîne RTL9 avec Sandra Lou (ancienne animatrice du groupe TF1) présente la case *RTL9 Family*. Issa Doumbia, comédien et invité régulier des plateaux de *Touche pas à mon poste* ou *Vendredi tout est permis avec Arthur* anime l'émission *Time's UP ! Le show* sur Télétoon+. Altice Studios a choisi Alessandra Sublet (animatrice du groupe TF1) pour présenter l'émission *La Cantine*. MyCuisine s'appuie sur 12 incarnants dont Jamie Oliver, Marc Veyrat ou encore Christophe Michalak qui constituent des personnalités culinaires notoires du petit écran. Science&Vie TV, du groupe Médiawan, avec 8 incarnants dont Frédéric Courant (Fred dans *C'est pas sorcier*) joue sur la notoriété de ses incarnants également. Téva utilise une stratégie similaire avec notamment Cyril Lignac qui anime l'émission *Sucrément Bon*. De même que Melody va privilégier des incarnants comme Dave pour son émission *Les parents du petit écran* ou encore Michel Drucker avec *Un été avec Michel Drucker* (par ailleurs actionnaire de la chaîne).

Analyse des communautés des incarnants sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Instagram :

✘

Tous réseaux sociaux confondus, peu d'incarnant dépasse le million en termes de communautés (Jamie Oliver, Pierre Ménès, Cyril Lignac ou encore Ellen DeGeneres, leader incontesté des réseaux sociaux).

Le top 3 des animateurs français est composé de Camille Combal, Jean-Marc Morandini et Arnaud Tsamere. Une puissante communauté qui est également due à leur présence en dehors des chaînes thématiques.

Twitter est le réseau social privilégié de ces animateurs. En effet, sur les 272 animateurs identifiés, 188 possèdent un compte Twitter. Mais seuls 40 incarnants ont plus de 50 000 abonnés sur Twitter. Seuls 8 comptes Twitter sont au-dessus du million d'abonnés. Il s'agit en général des comptes d'animateurs étrangers. Instagram est utilisé par plus de la moitié des incarnants des chaînes thématiques (151 animateurs sont actifs). Mais seuls 14 incarnants ont plus de 100 000 abonnés dont Laurent Maistret (121 000 abonnés). Le réseau le moins sollicité est Facebook mise à part pour les animateurs les plus populaires : Cyril Lignac, Issa Doumbia, Jean-Marc Morandini, Christophe Michalak cumulent plus de 100 000 likes.

[1] L'indice Théma est l'outil de référence créé par NPA Conseil permettant de mesurer l'attractivité des chaînes thématiques et des services SVOD.

[2] Les incarnants de programmes étrangers ont été pris en compte. Pour les chaînes sportives, seuls les présentateurs ont été comptabilisés (et non les consultants).