

Avant-soirée : la nouvelle donne

La montée en puissance de M6 déstabilise l'avant-soirée. Entre divertissements, jeux, fictions et infos, cette tranche horaire n'a jamais été si disputée.



Pour les chaînes, le créneau de l'avant-soirée est la mère de toutes les batailles. Là où se construisent les audiences de la soirée et où s'engrangent les recettes publicitaires. D.R.

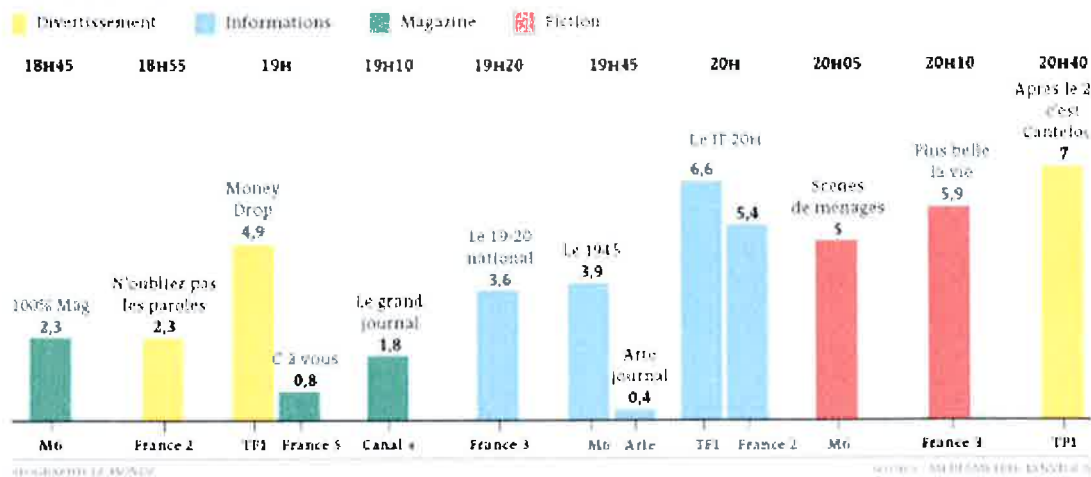
La tranche horaire qui s'étend de 19 heures à 20h45 a toujours fait l'objet d'une âpre concurrence. C'est là que les chaînes engrangent jusqu'à 80% de leurs recettes publicitaires et consolident leur audience quotidienne. En 1995, TF1 qualifia d'"accident industriel" l'échec cuisant du talk-show de Christophe Dechavanne dans cette case-là. Cette saison, entre la progression de M6, l'érosion du "20 heures" de TF1, les réflexions de France 2 pour son "avant-JT", "l'access" connaît à nouveau de fortes tensions.

L'info chamboulée Piliers de l'avant-soirée, les "20 heures" de TF1 et de France2 connaissent des temps agités. Concurrencée par la fiction ("*Scènes de ménages*", "*Plus belle la vie*"), l'infotainment ("*C à vous*" sur France5, "*Le Grand journal*" sur Canal+) et grignotée par le journal de M6, qui démarre à 19h45 et se termine aux alentours de 20h08, la grand-messe de l'information cathodique a perdu de sa superbe.

"Avec le Web et les chaînes info, il existe une consommation différente de l'information, note Estelle Boutière, analyste au Cabinet NPA conseil. Malgré cette forte concurrence, les "JT" sont encore très regardés. TF1 et France2 rassemblent encore plus de 10 millions des 27 millions de téléspectateurs présents à cette heure-là devant leur poste." **Président du cabinet de conseil médias IMCA, Pascal Josèphe estime lui aussi que si les JT sont en perte de vitesse, ils demeurent "un rituel" qui répond à "un besoin instinctif de communion".**

Deux heures de jeux, d'infos et de fictions

en millions de téléspectateurs



Deux heures de jeux, d'infos et de fictions (en millions de téléspectateurs). Infographie Le Monde

La bataille des privées: M6 réduit l'écart La progression de M6 est le fait marquant dans cette tranche horaire. Avoir installé son journal télévisé à 19h45, dans un créneau faible chez ses concurrents, c'est "très malin", reconnaît Emmanuelle Guilbart, directrice générale déléguée aux programmes de France Télévisions. M6 s'est également distinguée en rompant avec le style "grand-messe" des JT traditionnels. Plus factuel, plus moderne, son "19.45", qui a gagné 800000 téléspectateurs en un an, rassemble en moyenne depuis janvier 4 millions de téléspectateurs, avec des pointes à 4,4 millions, pas si éloignées de France 2.

"Face à des journaux qui ont 60 ans d'existence, notre "JT" a gagné en crédibilité en seulement deux ans et demi", se félicite Vincent Régnier, directeur délégué de l'information de M6. Plus court (21 minutes contre 30 à 38 minutes pour TF1 et France 2), plus jeune (le téléspectateur de M6 a 42 ans en moyenne), le "19.45" séduit un public qui veut s'informer assez vite et de manière pédagogique. "Nous sommes suffisamment complets pour que les gens ne zappent pas et enchaînent sur "Scènes de ménages"", explique M. Régnier. Pour l'ex- "petite chaîne qui monte", "c'est la martingale", note Pascal Joseph. Seul revers de la médaille, ce public plus jeune déserte quelque peu le journal le week-end, notamment le samedi soir.

TF1, qui était déjà concurrencée par "Le Grand Journal", semble faire les frais des succès obtenus par M6. Son "20 heures", toujours leader, est passé de 30,4% à 25,7% de part d'audience en 2011. Il attire en moyenne 6,6 millions de téléspectateurs, soit deux millions de moins qu'il y a une dizaine d'années. Plus jeune que celui de France 2 (trois téléspectateurs sur quatre ont moins de 50 ans, selon TF1), son public est davantage tenté d'aller suivre les tracas quotidiens des couples de M6, qui attirent les moins de 50 ans.

Pour Catherine Nayl, directrice de l'information de TF1, le JT de la "Une" reste un rendez-vous incontournable qui évolue par petites touches afin de s'adapter à ces nouvelles concurrence. "Il n'y a pas lieu de faire grise mine, mais il ne faut pas se croiser les bras. Notre JT doit afficher et porter ses choix rédactionnels. Le but n'est pas d'être exhaustif, mais de proposer de l'approfondissement, de la proximité, et de refléter les interrogations de notre public." Pas question de grands coups de barre à droite ou à gauche donc, encore moins de changer d'horaire: "Le "20 heures" de TF1 est à 20 heures, précise-t-elle. On ne va pas se battre contre des téléspectateurs qui veulent chercher de la fiction. Nous devons rester sur nos fondamentaux, sans surréagir, tout en évoluant à dose homéopathique. C'est notre défi." France Télévisions veut revoir "l'avant-20 heures" Dans ce paysage de plus en plus concurrentiel, France Télévisions résiste bien. L'audience du JT est restée stable en 2011, avec 5,4 millions de fidèles en moyenne, ce qui lui a permis de réduire de quatre points l'écart avec

le "20heures" de TF1. Le JT national de France3 a connu une très légère progression, tandis que France5 a solidement installé avant 20heures ses magazines "C dans l'air" et "C à vous". Ces motifs de (relative) satisfaction n'empêchent pas France Télévisions de réfléchir à une évolution de sa grille avant 20heures, pour combler au moins partiellement le long "tunnel" qui précède.

La double interdiction que comporte son cahier des charges – pas de publicité après 20heures, pas de coupure dans les programmes – a provoqué un engorgement de pub et d'autopromotion entre la fin du jeu animé par Nagui, "N'oubliez pas les paroles", et le début du JT: ces vingt minutes n'ont rien d'une locomotive à audience. L'insertion (jusqu'à l'élection présidentielle) du très court "Elysée moi", avant le "20heures", ne saurait remplir cet office comme avait pu le faire en son temps la série "Un gars, une fille". Sur TF1, le JT bénéficie, lui, d'une rampe de lancement efficace avec le jeu "Money Drop", proposé en salves régulières afin de ne pas lasser le public.

"C'est l'un des chantiers les plus importants pour France2", reconnaît Emmanuelle Guilbart, ajoutant que "rien n'est tranché". "Le "20heures" n'a plus un pouvoir d'attraction suffisant", constatait récemment Thierry Thuillier, directeur de l'information de France Télévisions, en envisageant "une refonte de la conception même de l'access".

L'absence de la TNT Depuis 2005, la télévision numérique terrestre sème la zizanie dans le paysage audiovisuel. Avec 23,1% de part d'audience, elle fait vaciller les "historiques" en soirée, avec une offre de films et de magazines, et en journée où elle touche des cibles plus restreintes.

Sur l'avant-soirée, en revanche, la TNT n'arrive pas à jouer dans la cour des grands. "Ce qui frappe, c'est la faiblesse de la TNT à cette heure où les recettes publicitaires sont les plus importantes", souligne Estelle Boutière. NPA remarque ainsi que, entre 19heures et 20h45, "les chaînes de la TNT n'ont pour l'instant pas engagé de contre-programmation agressive et limitent les investissements avec des rediffusions de fictions".

C'est pourtant en prenant le contre-pied de TF1 et France2 que France3, avec "Plus belle la vie", et M6, avec ses fictions, ont réussi à se faire une place au soleil de cet access si convoité.

Source : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/02/13/avant-soiree-la-nouvelle-donne_1641468_3236.html