

Télé, la loi du plus vieux

Les chiffres le prouvent: les seniors sont les poids lourds de l'audience. Une nouvelle chaîne leur est destinée.

Qui a failli couler le *Titanic* le mois dernier et obligé TF1 à rembourser ses annonceurs faute d'audience suffisante? Les vieux. Qui, comme un seul homme, a préféré aller se coller devant *Loulou la brocante*, téléfilm de France 3 avec l'immarcescible Victor Lanoux? Les vieux. Qui, en mars dernier, a failli obtenir la tête de Michèle Cotta en déclenchant une crise majeure de l'audience à France 2 pour cause de suppression de Pascal Sevran? Les vieux. Qui boude bêtement *Star Academy*? Qui relègue Lagaf et son *Bigdil* au rang d'éternel second de l'avant-soirée? Les vieux, toujours les vieux, encore les vieux, qui viennent en plus d'obtenir, rien que pour eux, une chaîne: Télé Mélody.

Mais au fait, qui sont-ils ces vieux? Si dans la vie, le quinquagénaire est volontiers fringant, à la télé, c'est à 50 ans que le couperet tombe et qu'on passe dans la catégorie des «seniors» comme on dit dans l'euphémisme novlangue publicitaire. D'ailleurs, pour les annonceurs, c'est bien simple: passé l'âge canonique de 24 ans, le téléspectateur commence sérieusement à se raviner, et une fois qu'il a atteint la barre des 34 ans, il est déjà décati. Même cette bonne vieille ménagère de moins de 50 ans a perdu de ses attraits, aujourd'hui la télé guigne le très jeune, le 15-24 ans supposé assurer un avenir pavé de points Audimat aux chaînes.

Mais pensez-vous qu'il soit reconnaissant pour autant, le jeune? Non, le jeune est ingrat et ne regarde la télé que deux heures par jour, soit deux fois moins que le vieux. L'annonceur devrait d'ailleurs y réfléchir à deux fois avant de mépriser les «seniors»: ils sont 17 millions, une population qui devrait doubler d'ici 20 ans, et leur revenu annuel est de 800 milliards net d'impôts, 5 % de plus que les ménages actifs. Surtout, aujourd'hui, les plus de cinquante ans représentent la majorité de l'audience de TF1, France 2, France 3 et La Cinquième. Bref, à la télé, c'est le vieux qui fait la loi. D'où la

mésaventure *Titanic*, d'où les piètres résultats de *Star Academy* en prime-time, face à Patrick Sébastien ou au téléfilm régionaliste de France 3, d'où l'indétrônable *19/20* qui tous les soirs bat à plates coutures tous les Lagaf et les Ruquier que les autres chaînes tentent de lui opposer.

Folle journée. La journée télé (1) du plus de 50 ans commence sur les chapeaux de roues dès potron-minet avec *Télématin* sur France 2. A 6 h 30, 79,9 % d'entre eux suivent la prestation de leur idole William Leymergie! A 8 h 30, leur cœur balance entre le *Téléshopping* de TF1, et le soap américain, *Des jours et des vies*. Mais à 9 heures, ils se retrouvent tous sur France 2 afin de ne pas manquer une seconde d'*Amour, gloire et beauté*. Il faut avouer qu'il y a du lourd dans cet épisode où Becky fait allusion à la tache de naissance que porte le bébé de Stéphanie... Accablés par cette révélation, ils restent scotchés à environ 50 %, sur France 2 avec le magazine *C'est au programme*, puis le jeu *Motus*.

C'est pendant le jeu les *Z'Amours* que la love story entre les vieux et France 2 prend l'eau. A midi commence le *12-14* sur France 3 qui va en attirer 31,5 %, mais surtout à 12 h 15, sur TF1, arrive le jeu *Attention à la marche* que 34,7 % décident de gravir. A 13 heures, TF1 prend fermement la main avec le journal de Jean-Pierre Pernaut, ses métiers oubliés, ses promenades bucoliques dans la France profonde suivi par 60,7 % des plus de 50 ans. 13 h 50: c'est l'heure de la sieste et pourtant ils sont

Pour les annonceurs, passé l'âge canonique de 24 ans, le téléspectateur commence à se raviner, et une fois qu'il a atteint la barre des 34 ans, il est déjà décati.

Des chiffres et des lettres. Curieusement,

c'est sur *C'est pas sorcier*, une émission destinée aux jeunes, que les vieux vont basculer sur France 3. Ils y resteront de *Questions pour un champion* jusqu'à la fin du *19/20*, offrant à la chaîne le luxe de battre toutes les autres à plates coutures sur cette tranche horaire. Il est 20 heures et 40,3 % des plus de 50 ans vont sur TF1 retrouver Patrick Poivre d'Arvor. Ce soir-là, encore une fois, ils auront fait preuve d'originalité en préférant le magazine de Mireille Dumas *Vie privée, vie publique* sur France 3 au

film *Un amour de sorcière* sur TF1, contrairement à la majorité des Français.

Lacune. Pourquoi devant cette manne de téléspectateurs la télé a-t-elle tant traîné à leur faire une chaîne, alors que la presse spécialisée dans les «seniors» est florissante? Lacune comblée depuis lundi avec Télé Mélody sur CanalSatellite. Bruno Lecluse (2), son patron explique: «*Les généralistes négligent les plus de cinquante ans, car pour eux c'est un public automatique, acquis, or 35 % des plus de 50 ans sont abonnés au câble ou au satellite...*» Télé Mélody, c'est une sorte de télé Pascal Sevran: de l'accordéon, des thés dansants, des scopitones – «*Adamo, Frédéric François, Mike Brant, Claude François*» nous fait miroiter le dossier de presse –, et innovation des innovations, tous les soirs, deux heures de karaoké, le tout entrecoupé de téléachat. De quoi passer le temps agréablement entre catalogue Damart et fauteuil Everstyle. Attention, cependant, les vieux ne sont plus ce qu'ils étaient, et les publicitaires font désormais la différence entre les plus et les moins de 60 ans. Le quinquagénaire d'aujourd'hui est plus Mick Jagger que Georgette Lemaire. Bruno Lecluse a tout prévu: sur Télé Mélody, «*Il y aura aussi du Elvis Presley et des Beatles.*» ●

ISABELLE ROBERTS

(1) Chiffres Médiamétrie de la journée du 4 décembre cités par les chaînes.

(2) Lecluse a deux autres projets de télé pour «seniors»: une chaîne de séries romantiques à épisodes façon Harlequin et une chaîne de jeux.