

A tout senior, tout honneur

TENDANCE Les

émissions destinées au public âgé se multiplient à l'étrange

- ▶ L'audience de la télévision vieillit plus vite que la moyenne d'âge de la population.
- ▶ Pour capter les seniors, de nombreuses chaînes développent des formats spécifiques.
- ▶ Chez nous, elles misent plutôt sur les programmes tout public.

Franchement, à part les JT, plus rien ne me plaît à la télévision », soupire Jeannine, 80 ans et des poussières. L'octogénaire remplace de plus en plus régulièrement la télé par la lecture de gros romans. Elle ne se reconnaît tout simplement pas dans les programmes diffusés : l'ennui. »

« Trop bruyants, trop américains ou tout simplement trop vus et revus. » Rassurons Jeannine et les autres désabusés de la télévision, les choses bougent, du moins à l'étranger. La « Silver Economy », pour rappeler l'argenté des cheveux de ce type de consommateur, est en plein boom et la petite lucarne n'y échappe pas. Une étude de l'Observatoire wallon des tendances qui s'intéresse aux nouveaux concepts développés à l'étranger dans le but de stimuler les producteurs belges, a recensé les nouveaux formats qui cartonnent auprès des plus de 55 ans. Et, non, ils ne parlent pas que de jardinage (lire ci-contre). Les formats auraient même tendance à partir dans tous les sens, le public « silver » n'étant pas homogène. « Un grand nombre des 50 ans et plus sont encore très actifs. Parfois, il s'agit même de jeunes parents qui travaillent et ont des hobbies très tendances. Ils voyagent, font de la danse ou du théâtre, analyse Oxana Rogozina de l'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements

Le « silver consommateur »

S'il n'existe pas de profil type du « silver consommateur », l'étude pointe différentes caractéristiques qui plaisent particulièrement à ce type de téléspectateur. L'identification et la projection fonctionnant peu importe l'âge, les seniors regardent plus volontiers les programmes dans lesquels les acteurs principaux sont plus âgés. Ils aiment aussi le retour des anciennes émissions comme les jeux télévisés (*La Roue de la fortune*, *Le juste prix*, les émissions de caméras cachées...) car cela leur rappelle des souvenirs. Enfin, ils privilégient les programmes à ancrage local ou régional fort. « On sent bien que les chaînes évoluent en proposant des contenus qui sont beaucoup plus attachés à l'honnêteté et à la sincérité. Par exemple, des programmes dans lesquels des personnes âgées racontent leurs problèmes et leur vie. C'est ce qui fonctionne très fort à l'étranger », ajoute Rogozina.

Chez nous, les chaînes ne

semblent pas pressées de mettre à l'antenne ce type de programme. « Ce n'est pas notre préoccupation, le modèle de la silver économie est tenable publicitairement pour la presse écrite, mais il est moins flamboyant en audiovisuel. Nous réfléchissons en tant que service public qui doit s'adresser à toutes les audiences », réagit Bruno Deblander, le porte-parole de la RTBF. L'idée de créer des programmes à destination d'une catégorie bien définie de la population n'enthousiasme pas non plus du côté de RTL. « Je déteste le cloisonnement, tranche Stéphane Rosenblatt, directeur de la télévision chez RTL Belgium. Je ne pense pas qu'il faut des programmes spécifiques aux gens de 50, 60 ans ou plus. Quand on travaille sur une chaîne généraliste, nous privilégions les formats multi-générationnels et rassembleurs. Notre inquiétude tient plutôt à savoir comment s'adresser aux jeunes et séduire ceux qui ont tendance à s'éloigner de la télévision. » Et les deux chaînes de rappeler le très gros succès auprès des téléspectateurs âgés du jeu *Septante et un* sur RTL ou de *Questions à la Une* pour la RTBF ainsi que des... *Feux de l'amour*. Désolé, Jeannine, le changement, ce n'est pas pour maintenant. ■

MAXIME BIERMÉ

À L'ÉTRANGER**Les seniors
rois de l'audience**

Petit tour d'horizon des programmes « silvers » (destinés en priorité aux seniors) qui cartonnent à l'étranger.

Corée du Sud Dans *Grandpas Over Flowers* un groupe de retraités âgés de 70 à 80 ans part en voyage en Europe. Logés dans des hôtels modestes, les retraités découvrent les particularités des pays qu'ils visitent, sans en connaître la langue ni la culture. L'émission a rencontré un grand succès, même auprès des jeunes.

Israël Dans *Gran Plan* trois grands-mères dispensent des conseils sur le couple, la famille et la vie professionnelle. Le concept s'exporte déjà. Il sera adapté notamment en Russie et en Finlande.

Pays-Bas Dans *Oudtopia* deux jeunes réalisateurs passent un mois dans une maison de retraite afin d'avoir un avant-goût de leurs vieux jours. Dans *Ali B en de 40 wensen* (Ali B et les 40 vœux), de jeunes adultes au passé difficile réalisent les vœux les plus chers des personnes âgées.

Espagne Dans *6 Argazkitan* (6 photos), la vie de célébrités est retracée à travers six photos souvenirs. Émotions garanties.

M.B.