

La jeunesse, un casse-tête pour les chaînes

A chaque classe d'âge ses programmes, mais les aînés délaissent de plus en plus tôt les émissions qui leur sont destinées

ENQUÊTE

Pas besoin d'attendre le réveillon pour fêter Noël. Depuis quelques semaines, les chaînes de télévision ont commencé à habiller leurs logos et leurs grilles de boules et autres guirlandes. Même la tour de TF1 est revêtue d'une immense affiche d'un film sur l'incroyable Maya l'abeille, qui sortira en février prochain.

Cette période de fêtes de fin d'année est un moment fort. « A Noël, les enfants consomment 30 % de télé en plus, souligne Thomas Valentin, vice-président du directeur du groupe M6, en charge des antennes et des contenus. Ils ont plus de temps, on diffuse des programmes plus familiaux. » Quatre semaines avant les fêtes de fin d'année, M6 propose quotidiennement en début d'après-midi un téléfilm autour de Noël. Conséquence : « Nous faisons 30 % d'audience de plus que le reste de l'année, note M. Valentin, alors même que les enfants sont encore à l'école. »

Pourtant, la cible enfant n'est pas une priorité absolue, encore moins un enjeu majeur des chaînes, « mais ça reste important, assure Thomas Valentin. Je ne sais pas ce que signifie la cible enfant, avance-t-il. Je préfère parler de la famille et des programmes qui réunissent enfants et adultes. »

La multiplication des chaînes spécialisées sur le câble et le satellite et la mise en œuvre de la TNT à partir de 2005 ont bousculé la donne. Avant, les six canaux historiques avaient quasiment le monopole : ils rassemblaient les trois quarts de l'audience des 4-10 ans, ils ne représentent qu'un peu moins de la moitié désormais. Sur ce créneau, c'est Gulli qui occupe la première place depuis onze mois consécutifs, à 17,7 % de part d'audience en novembre, soit une hausse de 11 % par rapport à novembre 2013. La chaîne du groupe Lagardère veut s'adresser à tous les enfants de cette tranche d'âge. « Nous avons l'ambition de rester la chaîne de référence pour ce public », insiste Caroline Cochaux, directrice des programmes et des antennes de Gulli, Canal J et Tiji.

Les autres n'abandonnent pas pour autant les enfants. Si France 2 n'a plus de case consacrée à ce public depuis la fin des années 2000, les autres chaînes généralistes continuent de proposer des programmes qui leur sont destinés. France 3 et France 5 s'adressent respectivement aux plus de 6 ans et aux tout-petits. France 4 s'est carrément transformée en chaîne jeunesse entre 6 heures et 18 h 30 depuis la rentrée de septembre et elle mise sur un public plus âgé. « France Télévisions a un rôle spécifique en étant le premier investisseur dans l'animation en France et même en Europe avec 29 millions d'euros par an d'investissement dans la production plus un budget pour l'acquisition, soit un total de plus de 35 millions », explique Tiphaine de Ragueneil, directrice des activités jeunesse France Télévisions.

« Un espace de confiance »

Les dessins animés doivent raconter une histoire, et participer à l'apprentissage de la vie. Dans les programmes « pré-school », jargon professionnel, la violence doit être minimale, voire suggérée. Chez TF1, par exemple, une psychologue regarde les programmes avant diffusion. Pas question d'ennuyer l'enfant ou de chercher à l'éduquer. « Notre fil rouge est de le divertir, tout en garantissant un espace de confiance pour les parents », ajoute Yann Labasque, directeur des programmes jeunesse de la première chaîne. « Je dirige Gulli en bonne mère de famille. J'insiste sur l'importance de l'humain en essayant de plus en plus d'incarner la chaîne avec des animateurs pour rassurer les enfants. Nous essayons de leur apprendre des choses sans qu'ils s'en aperçoivent » explique pour sa part Caroline Cochaux.

« La profession s'est responsabilisée », note Pierre Siracusa, directeur délégué à l'animation de France Télévisions. « Les choses se sont segmentées par rapport à ce qui se passait il y a quinze ans. "Goldorak" paraît aujourd'hui violent, tout comme

« Les Chevaliers du Zodiak », ces séries ne sont pas faites pour des jeunes publics », ajoute-t-il.

Le service public est, pour sa part, présent sur des thématiques assez peu travaillées par les chaînes privées comme la philosophie ou la poésie, avec la collection « En sortant de l'école », tirée des poèmes de Prévert, pour la première saison, et Robert Desnos pour la seconde. Il aborde aussi des sujets sur lesquels les autres ne s'aventureraient sans doute pas comme la seconde guerre mondiale avec « Les Grandes Grandes Vacances », un feuilleton en dix épisodes

qui racontera l'histoire de deux enfants partant chez leurs grands-parents avant les hostilités et qui y resteront pendant tout le conflit.

Chaque chaîne a ses personnages et ses grandes licences. TF1 peut compter sur Calimero ou Barbapapa, M6 sur Disney ou Tintin, France Télévisions, à côté de l'éternel Scoubidou ou prochainement de Star Wars, mise sur des productions originales comme les Lapins crétiens, La Chouette, T'choupi ou plus récemment les Peanuts d'après l'œuvre de Charles M. Schulz. Canal+ (Canal Family, Télétoon+ et Piwi+) s'appuie sur des programmes plus décalés, plus pointus « où on raconte des vraies vies, parfois adaptées de livre », souligne Laurence Blaevoet, directrice du pôle jeunesse du groupe Canal+.

En moyenne, un enfant entre 4 et 10 ans regarde 1 h 52 par jour la télévision. Mais l'audience jeune est très segmentée, ce qui complique la tâche des chaînes « Une de télé »

nos missions est de fédérer les publics, mais ils ne faut pas se leurrer : un enfant, dès qu'il rentre en CP, rejette ce qu'il regardait à la maternelle », constate Pierre Siracusa. Pis, la désaffection pour les programmes jeunesse se fait de plus en plus tôt.

« Au début des années 2000, c'était au moment du passage au collège, aujourd'hui cela se passe après la fin du CE2 », se lamente Pierre Siracusa. « Les enfants partent de plus en plus tôt vers la fiction ou des émissions comme "The Voice" », souligne Laurence Blaevoet. TF1 a lancé avec succès « The Voice Kid ».

Pas de quoi toutefois menacer les programmes jeunesse. Gulli a vu son audience bondir en renonçant à des programmes destinés aux jeunes adultes et Lagardère envisage de créer une nouvelle chaîne pour les enfants. ■

MUSTAPHA KESSOUS
ET JOËL MORIO

« Nous sommes là pour divertir les enfants, pas pour faire leur éducation »

Stéphanie Fourneraut, psychologue, veille sur les programmes jeunesse de TF1

ENTRETIEN

Chargée de donner un avis avant la diffusion des programmes pour enfants, Stéphanie Fourneraut, 43 ans, psychologue clinicienne, visionne la plupart des dessins animés achetés par TF1 et les séries pouvant contenir des scènes risquant de heurter les petits. Pour les coproductions, elle travaille avec les conseillers artistiques sur la construction des dessins animés, de l'écriture au montage.

A quoi êtes-vous attentive dans les scènes violentes ?

Aux bagarres, à l'impact des coups, au son, à l'ambiance, c'est un ensemble. Une musique lourde avec un battement de cœur peut angoisser l'enfant, tout comme un rythme trop soutenu. C'est souvent de petites choses qui paraissent anodines, auxquelles les enfants sont sensibles. Pas question pour autant de faire des dessins animés aseptisés : il peut y avoir des bagarres, de la tristesse, mais il faut être vigilant pour éviter les cauchemars. Il existe évidemment des dessins animés aussi

violents qu'il y a vingt ans, mais le tri est fait aujourd'hui. Il y a des cibles bien définies : les 4-6 ans, les 8-10 ans, etc.

Quel impact peut avoir la télévision sur les enfants ?

Il peut être considérable, c'est pour cela qu'on essaie de les préserver d'images violentes. Après le 11 septembre 2001, il y a eu pas mal d'enfants français angoissés qui ont dû être, par la suite, psychologiquement suivis. Je me rappelle qu'à cette époque, on pouvait voir dans un épisode des *Power Rangers* des scènes de destruction d'immeubles que nous avons choisi de ne pas diffuser.

Les enfants passent 1 h 52 minutes en moyenne par jour devant la télé, n'est-ce pas excessif ?

Fixer des règles est un rôle qui revient aux parents. Il faut un dosage raisonnable en fonction de l'âge des enfants : trente minutes pour les tout-petits, c'est largement suffisant. Tout dépend de ce qu'ils font à côté : s'ils ne savent pas s'occuper autrement, c'est du temps en moins à explorer le monde et c'est problématique. Nous proposons des pro-

grammes sécurisés pour les enfants, parce que nous savons qu'ils passent beaucoup de temps devant la télévision. Nous sommes là pour les divertir, pas pour faire leur éducation. Nous ne remplaçons ni l'école ni les parents. La télé s'éduque aussi.

Les dessins animés d'aujourd'hui prennent-ils plus en compte la « mixité » de la société ?

Dans nos coproductions, nous faisons attention à la diversité. En 2011, nous avons lancé *Cécile et Kevin*, en partenariat avec l'Unicef. L'idée était d'inciter les enfants à se mettre à la place de l'autre tel qu'un handicapé ou un étranger. Et nous travaillons sur les stéréotypes. La maman ne reste pas à la maison, elle peut être aussi une *working girl*. Je me souviens d'un personnage en cours d'élaboration : il était de couleur noire, avait de l'embonpoint et des lunettes. Bref, il cumulait les différences. J'ai dit qu'on ne pouvait pas ajouter comme cela des stéréotypes trop marqués sur un seul personnage ; il ne faut pas aussi transmettre inconsciemment des préjugés. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR M. KS