

Levallois, le 5 juin 2012

## COMMUNIQUE DE PRESSE



# **NEW ON THE AIR**

## TENDANCES TV INTERNATIONALES 2012

### EXPERIENCES PARTAGEES AU CŒUR D'UNE TV POSITIVE ET CONSTRUCTIVE

« Talents insoupçonnés, destins extraordinaires, entraide mutuelle, les nouveautés de ce début d'année regorgent de valeurs positives et montrent l'étendue des possibles lorsque chacun donne le meilleur, seul ou en communauté. » observent Julia Espérance, Consultante Média à Eurodata TV Worldwide, et Valentin Tual, Consultant Média à IMCA (International Media Consultants Associés).

#### Altruisme et différence au cœur des programmes

Ce début d'année est marqué par de nombreux programmes d'entraide qui font appel non pas à des experts du domaine mais à l'expérience et au vécu, notamment de « monsieur / madame tout le monde ». En Australie, **Agony Aunts / Uncles** (ABC1) sollicite des célébrités pour résoudre les problèmes de cœur et de couple. La recherche de l'Amour fait aussi recette en Israël avec **Dear Neighbour Help Our Daughter Find Love** (Channel 2) où c'est tout un village qui aide des parents à trouver l'homme parfait pour leur fille. Au Danemark c'est un chef cuisinier qui s'attèle à la réinsertion de criminels dans l'émission **Restaurant Bag Tremmer** (DR1). Et bientôt sur les écrans anglais et français, **The Audience**, un format qui suit un individu en quête de changement. Pour l'aider à prendre une décision majeure, il sera accompagné par cinquante personnes qui l'observeront et lui proposeront des solutions.

En parallèle, de nombreux programmes décryptent les problèmes de société et les différences, qu'elles soient de nature physique ou psychologique. Ainsi au Japon, le programme **Bari Bara** (NHK2) scrute sans tabou la vie des handicapés, amoureuse ou professionnelle, en passant par la pratique du sport ou de l'art. Au Danemark et au Royaume-Uni, on s'intéresse aux enfants et aux adolescents : l'émission anglaise **Gok's**

**Teens : The Naked Truth (Channel 4)** les conseille et les aide à surmonter leurs complexes et leurs angoisses.

### Se dépasser pour être (encore) meilleur

Aux côtés des contenus qui invitent à découvrir et accepter l'autre et ses différences, de nombreux autres programmes misent sur le dépassement de soi et permettent à n'importe qui de mettre en avant ses atouts et passions.

Les programmes de recherche de talents restent incontournables et font l'objet de multiples déclinaisons tout en résonant avec la culture locale. Ainsi l'émission américaine **Q'Viva !, The Chosen** (Fox et Univision) recherche des talents variés dans toute l'Amérique latine : danseurs de tango, de salsa, joueurs d'instruments de musique rares etc. **Quiero Ser Torero** (TVM) recherche le meilleur toréador d'Espagne et **Ink Master** (Spike TV) le meilleur tatoueur des Etats-Unis. Quant à la recherche de talents musicaux, elle fait toujours de nombreux adeptes. Après le succès de **The Voice, The Voice Kids** (RTL4) atteint déjà 34,2% de part d'audience aux Pays-Bas, 2 fois plus que la moyenne de la case.

Autre tendance, les *starlettes* de la télé-réalité qui ont crevé l'écran les saisons précédentes, sont au cœur même du concept de plusieurs programmes, une manière de capitaliser sur le succès des émissions qui les ont rendues célèbres. Ainsi dans **Reality Queens of the Jungle** - un format néerlandais adapté en ce début d'année en Suède (Kanal 5) et au Danemark (TV3) - 10 participantes d'émissions de télé-réalité ayant la réputation d'être des divas entrent en compétition au beau milieu de la jungle. La version danoise remporte 11,1% de part d'audience, deux fois plus que la moyenne de la case. Autre exemple aux Etats-Unis avec **Pauly D Project** où l'on suit les premiers pas de DJ de Pauly D, la star de l'émission **Jersey Shore**. Le programme diffusé sur MTV a doublé la part de marché de la case.

Le thème du dépassement intellectuel ou physique inspire aussi beaucoup les jeux, notamment au Royaume Uni. Dans **The Exit List** (ITV1), les participants doivent mémoriser 24 réponses qu'ils ont données pour s'échapper d'un labyrinthe. Au Brésil, dans **Amazonia** (Record), un « eco reality show », 12 personnalités s'affrontent pour devenir millionnaires. Ils sont jugés sur leur faculté d'adaptation, leur esprit d'équipe et le respect de l'environnement. La somme gagnée est partagée entre les différentes collectivités locales.

### S'évader du quotidien

Concernant la fiction, les séries misent sur le côté extra-ordinaire : entre thrillers surnaturels et histoires futuristes, les nouveautés de ce début d'année emmènent le téléspectateur loin du quotidien. Aux Etats-Unis, la série **Touch** (Fox) suit un groupe de personnes apparemment sans lien mais ayant une influence visible ou non sur les vies de chacun. Avec 9,2% de part d'audience, **Touch** est le meilleur lancement de ce début d'année en matière de fiction. La série est déjà à l'antenne dans quatre autres pays : Israël, Allemagne, Royaume-Uni et Australie. En Suède, **Akta Manniskor** (SVT1) met en scène des robots à l'apparence tellement humaine qu'ils sont presque impossibles à distinguer des êtres de chair et d'os.

De plus, l'histoire, notamment celle des années 60, continue de résonner dans les nouvelles séries. On redécouvre l'histoire Américaine à Miami avec **Magic City**. La série diffusée aux Etats-Unis sur la chaîne Starz a augmenté le score moyen de la case de 20%. Avec **White Heat** (BBC2) au Royaume-Uni, le téléspectateur est plongé dans l'histoire politique anglaise de 1965 à nos jours en suivant la vie d'un groupe d'amis.

Enfin, les femmes occupent le devant de la scène et notamment dans des univers plutôt masculins : la police, la politique, etc. Dans **Veep** (HBO), aux Etats-Unis, on suit l'ascension parfois chaotique de la Senatrice Selina Meyer qui devient vice-président des Etats-Unis. Les femmes de caractère font également figure d'exemple dans des environnements plus ordinaires. Au Danemark, l'enseignante **Rita** fait polémique à cause de ses manières et méthodes d'éducation peu orthodoxes. La série éponyme a remporté un grand succès lors de son lancement sur la chaîne TV2 avec une part de marché de 37,8%, plus de 7 points de plus que la moyenne de la case.

**NOTA** (New On The Air) analyse les dernières tendances TV internationales dans son rapport « International TV Trends Season 2012 – Big Deal ».

#### **A propos de NOTA**

Créé par Eurodata TV Worldwide et IMCA, **NOTA** (New On The Air) détecte tous les nouveaux programmes TV et Web de Divertissement, Fiction et Factuels (documentaires, magazines...) en Argentine, en Allemagne, en Australie, en Chine, en Corée du Sud, au Danemark, en Espagne, aux Etats-Unis, en France, en Israël, en Italie, au Japon, aux Pays Bas, en Pologne, au Royaume-Uni, en Suède et en Turquie. Grâce à sa base de données mise à jour quotidiennement et son site Internet **www.e-nota.com**, le **Service Premium NOTA** fournit une description détaillée de ces nouveaux programmes : le concept, les producteurs, les distributeurs, la programmation, l'environnement concurrentiel, l'audience ... Nota propose également l'accès à des extraits vidéos de quelques minutes pour les nouveaux programmes.

Avec plus de 3000 programmes détectés chaque année, la base de données d'audiences unique d'Eurodata TV permet ainsi aux utilisateurs de visualiser en un coup d'œil les nouvelles émissions les plus performantes en termes d'audience.



#NOTA2012

#### **A propos d'IMCA**

IMCA (International Media Consultants Associés) a été fondée en 1994 par Pascal Josèphe. IMCA est une société de conseil, d'étude et d'expertise qui s'adresse à tous les acteurs du secteur de la communication et des médias : chaînes de télévision hertziennes et câblo-satellites, producteurs de télévision, entreprises de presse et de radio, groupes multimédias, groupes d'investisseurs, institutions publiques et privées. IMCA mène les missions suivantes : marketing de contenu, accompagnement stratégique, expertise technologique, accompagnement institutionnel. IMCA offre une expertise en matière de contenus audiovisuels, de technologie et de NTIC, une vision internationale des médias, des outils d'expertise performants et actualisés, une veille stratégique, et une capacité rapide de benchmark.

#### **A propos d'Eurodata TV Worldwide**

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide distribue l'information des sociétés de mesure de l'audience de la télévision dans le monde, grâce à des accords de partenariat. La banque de données Eurodata TV Worldwide couvre plus de 5 500 chaînes, soit 3 milliards de téléspectateurs, dans plus de 100 territoires et fournit une information quotidienne et exhaustive sur la programmation, les contenus, la production, la distribution internationale et les audiences des programmes par cible, provenant directement de ses homologues dans le monde entier. Ces résultats s'intègrent dans une gamme de services d'aide à la décision qui s'adressent aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droits, sponsors, etc.

#### **A propos de Médiamétrie**

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2 M€.

*Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediametrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com/mediametrie](http://www.facebook.com/mediametrie).*

**Contacts Presse :**

Adélie Ménager - Tél : 01 71 09 93 18  
E-mail : [amenager@mediametrie.fr](mailto:amenager@mediametrie.fr)

Laure Osmanian - Tél : 01 47 58 97 55  
E-mail : [losmanian@mediametrie.fr](mailto:losmanian@mediametrie.fr)

**Pour toute information commerciale :**

Alexandre Callay - Tél : 01 47 58 36 24 - Fax : 01 47 58 64 24  
Email : [acallay@eurodatatv.com](mailto:acallay@eurodatatv.com)

Valentin Tual - Tél : 01 40 13 75 38  
E-mail : [vt@imca.fr](mailto:vt@imca.fr)

***[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr) - [www.eurodatatv.com](http://www.eurodatatv.com) - [www.e-nota.com](http://www.e-nota.com)***