

EXCLUSIF

LE VRAI RAPPORT QUALITÉ-PRIX DES ANIMATEURS TÉLÉ

Maïtena Biraben et Ali Baddou au fond du trou, Yves Calvi et Laurent Ruquier au sommet. Notre palmarès démontre la déroute de Canal et la bonne forme du service public.

Je suis un visage emblématique de la Trois, je présente avec brio le jeu "Questions pour un champion" depuis ses débuts, j'ai les cheveux frisés et un faible pour les cravates bariolées, je suis, je suis...» Viré! Malgré l'émoi que cette nouvelle suscite dans les maisons de retraite, Julien Lepers va devoir rendre ses fiches et son micro à la fin du mois de février. Ainsi en a décidé Delphine Ernotte, la nouvelle patronne du groupe France Télévisions. Dur dur pour l'idole des fins d'après-midi, qui, en vingt-sept années de services, a mis sur le gril plusieurs milliers de candidats. Et pas forcément très juste. Certes, les audiences de son émission étaient en baisse (- 20% depuis 2013). Mais, notre classement exclusif le démontre, Juju affichait pratiquement la même rentabilité que le chou-chou du service public, Nagui.

POUR SA TROISIÈME ÉDITION, ce palmarès des animateurs télé réserve bien des surprises. Sa méthodologie est toujours la même : avec l'aide d'experts, nous avons estimé les prix très confidentiels payés par les chaînes pour les principales émissions de divertissement, tous horaires confondus, puis nous les avons rapportés aux audiences, mesurées par l'institut Médiamétrie. Et nous avons pondéré le tout en fonction de la durée du programme. Premier

enseignement, les écarts entre bons et mauvais élèves n'ont jamais été aussi impressionnants : le premier de la classe, le phénomène Cyril Hanouna, qui officie sur D8, apparaît dix-neuf fois plus performant que l'infortunée Valérie Damidot, bonne dernière de cette saison cathodique.

DEUXIÈME LEÇON : cette année, le changement ne réussit vraiment pas à nos saltimbanques du petit écran. A Canal+, par exemple, Vincent Bolloré a orchestré un jeu de chaises musicales entre ses vedettes : Daphné Bürki a été parachutée à la tête de «La Nouvelle Edition» à la place d'Ali Baddou, parti prendre les rênes du «Supplément», que Maïtena Biraben avait délaissés pour saisir ceux du «Grand Journal»... Le bilan de ces transferts en cascade ? Désastreux. Toutes les audiences ont chuté et les programmes de Canal+, traditionnellement chers à produire, affichent des rapports qualité-prix au plus bas.

Le constat est encore plus douloureux pour les nouvelles recrues de NRJ 12, l'un des Petit Poucet de la TNT, connu pour avoir révélé Nabilla. Afin de tenter de relancer leur Audimat, les responsables de la chaîne s'en sont allés débaucher des animateurs dans les maisons d'en face. Mauvaise idée. Avec son «Académie des 9» remastérisée, Benjamin Castaldi, ancienne vedette de TF1, a signé le pire échec

de sa carrière : le jeu, qui attirait moins de 200 000 téléspectateurs, a été interrompu au bout de quelques semaines (une expérience si brève et survenue si tôt dans la saison que nous ne l'avons pas incluse dans notre classement). Même déception pour Valérie Damidot. Sur M6, elle collait des stickers, rénovait des meubles, marouflait des murs, et le public en redemandait. Sur NRJ 12, son émission scientifique, baptisée «Le Labo de Damidot» a fait un four et ne reviendra pas en 2016. A l'évidence, ces derniers mois, les téléspectateurs n'avaient aucune envie qu'on perturbe leurs petites habitudes...

DU COUP, CE SONT les vieilles gloires restées en poste qui trustent le haut de notre classement. En particulier celles du service public, en forme cette année. Nagui enchaîne les records avec la huitième saison de son karaoké «N'oubliez pas les paroles», l'émission d'actualité «C dans l'air» d'Yves Calvi offre à France 5 ses meilleures audiences de l'année. Et après neuf ans de bons et loyaux services, l'indéboulonnable Laurent Ruquier continue de captiver plus de 1,5 million de noctambules le samedi soir, avec son talk-show «On n'est pas couché». Comme leurs émissions ne sont pas facturées trop cher, tous les trois figurent parmi les plus rentables du panier. Conclusion ? Attention à ne pas les zapper trop vite, Madame Ernotte! 



NOTRE PALMARÈS DE LA RENTABILITÉ DES ANIMATEURS DE TÉLÉVISION

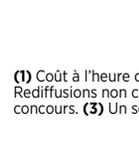
| | Animateurs | Nombre de téléspectateurs | Prix de l'émission | Coût horaire pour 1 000 téléspectateurs ⁽¹⁾ | Commentaire |
|---|---|---------------------------|--------------------|--|---|
|  | Valérie Damidot , («Le Labo de Damidot», NRJ 12) | 130 000 | 68 000 euros | 483 euros | La pro du sticker, débauchée de M6, a loupé son transfert vers NRJ 12 : son émission scientifique a été interrompue après quelques semaines. |
|  | Evelyne Thomas («C'est mon choix», Chérie 25) | 97 000 | 37 000 euros | 402 euros | Queue de classement pour l'ex-gloire de France 3. Mais son retour aura donné une visibilité à Chérie 25, et ses résultats s'améliorent. |
|  | Ali Baddou («Le Supplément», Canal+) | 603 000 | 190 000 euros | 201 euros | Enquêtes, tournage en public et chroniqueurs poussent le prix de cette hebdo. Problème : l'arrivée d'Ali Baddou en a plombé les audiences. |
|  | Laurence Ferrari («Le Grand 8», D8) | 136 000 | 27 000 euros | 155 euros | La journaliste anime une quotidienne low-cost, produite en interne. Mais l'audience reste trop faible pour atteindre une rentabilité décente. |
|  | Maïtena Biraben («Le Grand Journal», Canal+) | 621 000 | 95 000 euros | 119 euros | Les économies réalisées cette saison (production internalisée...) ne sauvent pas la performance de Maïtena, imposée là par Bolloré. |
|  | Thierry Ardisson («Salut les Terriens !», Canal+) | 1,25 million | 180 000 euros | 112 euros | Ne lui jetons pas la pierre... Ardisson a gardé sa case du samedi et ses audiences sont plutôt bonnes, c'est le prix de l'émission qui le pénalise. |
|  | Daphné Bürki («La Nouvelle Edition», Canal +) | 337 000 | 40 000 euros | 94 euros | L'énième greffe initiée par Vincent Bolloré, le nouveau boss de la chaîne cryptée, prend mal. Chute d'audience encore et toujours... |
| | Yann Barthès («Le Petit Journal», Canal+) | 1,2 million | 75 000 euros | 89 euros | Diffusé à la suite d'un «Grand Journal» en déroute, son show drolatique limite la casse. Mais sa rentabilité demeure assez faible. |
| | Arthur («Vendredi tout est permis», TF1) | 1,4 million | 220 000 euros | 88 euros | Avec à peine 1 million d'aficionados le 20 novembre dernier, Arthur a signé sa pire audience du vendredi soir. De quoi plomber sa moyenne. |
| | Frédéric Lopez («Folie passagère», France 2) | 1,15 million | 180 000 euros | 78 euros | Assez chère, sa nouvelle émission n'est pourtant pas un carton. Après un lancement prometteur, les audiences se sont érodées. |

(1) Coût à l'heure de l'émission (estimation Capital) : coût de production, marge du producteur, apport en industrie et salaire de l'animateur compris, divisé par le nombre de téléspectateurs moyen (source : Médiamétrie) et multiplié par 1000. Rediffusions non comptées. Audiences consolidées, mesurées en septembre, octobre et novembre 2015.



ÉCONOMIE

RÉVÉLATIONS

| | Animateurs | Nombre de téléspectateurs | Prix de l'émission | Coût horaire pour 1000 téléspectateurs ⁽¹⁾ | Commentaire |
|---|--|-----------------------------|--------------------|---|---|
|  | Sandrine Quétier («Danse avec les stars», TF1) | 5,3 millions ⁽²⁾ | 900 000 euros | 73 euros | Sa rentabilité reste honorable, d'autant que nous n'avons pu intégrer à la moyenne d'audience les dernières épreuves, plus suivies, du concours. |
|  | Stéphane Bern («Comment ça va bien!», France 2) | 630 000 | 63 000 euros | 70 euros | S'il signe de jolis succès en prime, Bern affiche un bilan plus mitigé l'après-midi: il réunit moins de 10% d'un public déjà restreint à cette heure. |
|  | Patrick Sébastien («Le Plus Grand Cabaret du monde», France 2) | 3,5 millions | 550 000 euros | 69 euros | Il compte parmi les animateurs les plus populaires du groupe public. Mais son rendez-vous régulier est aussi l'un des plus chers de France 2. |
|  | Alex Goude, («La France a un incroyable talent», M6) | 3,3 millions ⁽²⁾ | 450 000 euros | 67 euros | M6 lâche rarement une telle somme pour un prime. Avec Goude, elle fait bien. Nouveau venu, il a relancé les audiences de ce show. |
|  | Michel Cymes («Le Magazine de la santé», France 5) | 670 000 | 38 000 euros | 64 euros | Avec sa comparse Marina Carrère d'Encausse, ils captent 6,7% des téléspectateurs en moyenne, un très bon score pour France 5. |
|  | Julie Andrieu («Les Carnets de Julie», France 3) | 1,2 million | 65 000 euros | 62 euros | Pas des plus pingres, la chaîne a confié un joli budget à notre cuisinière itinérante pour son hebdo. Mais les audiences sont à la hauteur. |
|  | Stéphane Plaza («Maison à vendre», M6) | 2,7 millions ⁽³⁾ | 265 000 euros | 59 euros | Malgré les castings et les tournages délocalisés, son émission reste abordable et l'agent immobilier captive 19% des fameuses ménagères... |
|  | Nikos Aliagas («The Voice Kids», TF1) | 6 millions | 800 000 euros | 57 euros | La version enfants du célèbre télécrochet fédère moins que l'originale (7,2 millions de téléspectateurs), mais elle est environ 20% moins chère. |
|  | Michel Drucker («Vivement dimanche», France 2) | 2 millions ⁽⁴⁾ | 350 000 euros | 53 euros | Après l'éviction de Lepers, il a dénoncé un «racisme de l'âge». Peur d'être le prochain? Sa rentabilité n'est pas un motif suffisant de renvoi. |
|  | Faustine Bollaert («Le Meilleur Pâtissier», M6) | 3,2 millions ⁽²⁾ | 370 000 euros | 46 euros | Chaque épisode - long - du concours culinaire affiche un coût horaire raisonnable. Avec le chef Cyril Lignac, il attire une ménagère sur quatre! |
|  | Anne-Sophie Lapix («C à vous», France 5) | 818 000 | 40 000 euros | 41 euros | L'ex-journaliste politique a offert un beau début de saison à l'access de France 5. Renégociée à la baisse, l'émission est en plus bon marché. |
|  | Cristina Cordula («Les Reines du shopping», M6) | 1,15 million | 50 000 euros | 39 euros | «Ma chérie, ce score est magnifiaik...» La plus française des Brésiliennes est devenue l'une des présentatrices les plus populaires du PAF. |
| | Julien Lepers («Questions pour un champion», France 3) | 1,5 million | 35 000 euros | 38 euros | Viré le mois dernier sans ménagement de France 3, notre Juju national n'a pas à rougir de son score. C'est dans les vieilles marmites... |
| | Nagui («N'oubliez pas les paroles», France 2) | 2,4 millions | 80 000 euros | 37 euros | Un jeu le midi, un autre le soir, un «Taratata» mensuel... La Deux laisse à Nagui une place que certains jugent disproportionnée. Mais ça marche. |
| | Philippe Etchebest («Objectif top chef», M6) | 1,7 million ⁽²⁾ | 57 000 euros | 35 euros | Le chef étoilé gagne ses galons à la télé. Produite par la chaîne, sa quotidienne a maintenu ses résultats pour la deuxième saison. |
| | Laurence Boccolini («Money Drop», TF1) | 3,8 millions | 90 000 euros | 34 euros | Fini le temps où TF1 payait ses jeux au prix fort. Le producteur, Endemol, facture désormais Bocco moins cher. Laurence en profite. |
| | Patrick Sabatier («Mot de passe», France 2) | 1,9 million | 30 000 euros | 33 euros | La production de cette émission, tournée à la chaîne, comme la plupart des jeux, est très économique. Tout bon pour la star des années 1980. |
| | Laurent Ruquier («On n'est pas couché», France 2) | 1,7 million | 180 000 euros | 32 euros | Pour sa dixième saison, le talk-show du samedi soir n'a pas pris une ride. Son montant peut paraître élevé, mais l'émission dure... 3h17! |
| | Yves Calvi («C dans l'air», France 5) | 1,5 million | 42 000 euros | 26 euros | Un succès critique et public, un coût (facturé par Lagardère) raisonnable, et voilà Yves Calvi propulsé en haut de notre classement. |
| | Cyril Hanouna («Touche pas à mon poste», D8) | 1,4 million | 70 000 euros | 25 euros | Le trublion de D8 est vraiment une machine à cash! Le groupe Canal lui achète désormais pour 50 millions d'euros de programmes par an. |

(1) Coût à l'heure de l'émission (estimation: Capital), apport en industrie et salaire de l'animateur compris, divisé par le nombre de téléspectateurs moyen (source: Médiamétrie) et multiplié par 1000. Rediffusions non comptées. Audiences consolidées, mesurées en septembre, octobre et novembre 2015. (2) La période durant laquelle l'audience moyenne a été calculée ne couvre pas l'intégralité du concours. (3) Un seul prime diffusé pendant la période de mesure d'audience. (4) Moyenne d'audience de «Vivement dimanche» et «Vivement dimanche prochain».