



TOP CHEF M6 a dégainé en premier avec plusieurs programmes culinaires, dont celui-ci, qui a rencontré un succès d'audience.

MASTERCHEF Concept, code couleurs, montage... L'émission culinaire de TF1 ne se distingue pas beaucoup de sa concurrente.

À la télé, c'est rien

RAS-LE-BOL. Vous avez l'impression de toujours voir les mêmes émissions sur toutes les chaînes ? C'est normal ! Dans l'univers du PAF, le suivisme est devenu une règle d'or.

La télévision est-elle entrée dans l'ère du copié-collé ? À regarder les grilles de programmes des chaînes hertziennes et de la TNT, on est tenté de répondre par l'affirmative. Créativité, innovation et prise de risques semblent avoir disparu du vocabulaire des diffuseurs atteints du syndrome de Panurge : quand un concept marche chez le voisin d'en face, on fait la même chose chez soi... Les émissions culinaires *Un dîner presque parfait* puis *Top chef* marchent sur M6 ? TF1 dégaine un autre format adapté de l'étranger : *MasterChef*. Cette situation désolante a pour cause ce que le sociologue François Jost appelle la stratégie du *me too* (« moi aussi ») : « Cela correspond à une stratégie marketing de

suivisme adoptée par les chaînes. Quand TF1 fait *MasterChef*, ce n'est pas ce qui s'appelle avoir un moral de vainqueur. Mais depuis qu'on est entré dans l'ère des formats, c'est la prudence et la sérialisation qui prennent le pas sur l'innovation. » France 3 a appris à ses dépens qu'il ne suffisait malheureusement pas de regarder par-dessus l'épaule du voisin pour rendre une bonne copie : *Mission Millenium*, qui lorgnait sévèrement du côté de *Pékin express*, a rapidement été retiré de l'antenne cet été pour cause d'audiences calamiteuses. Mais le mouvement est en marche. *Harry Roselmack en immersion* fait sensation sur TF1 ? Résultat, les émissions d'immersion poussent comme des champignons après une pluie d'automne : *Un*

autre monde sur W9, *100% Immersion* sur Direct 8... Gageons que ce n'est pas terminé. Toujours sur Direct 8, *Ma vie* est un clone de *C'est ma vie* sur M6, lui-même inspiré de *Toute une histoire* sur France 2 : en gros, sur les problèmes de santé, de sexe, d'amour ou de couple de M. et M^{me} Tout-le-Monde. Et que dire des émissions de reportage – *90' Enquêtes* sur TMC, *Enquête d'action* sur W9, *Tellement vrai* sur NRJ 12... – qui suivent, au choix, la BAC du 93, la police des autoroutes ou les pompiers de Paris ? Pas grand-chose si ce n'est que c'est toujours pareil ! Dans le même ordre d'idées, on a renoncé à faire le compte des enfants illégitimes de *Faites entrer l'accusé*... Est-ce que *Présumé innocent* passe bien sur Direct 8, à moins que ce ne



LES NOUVEAUX EXPLORATEURS Si Canal+ n'a rien inventé, les autres s'en sont inspirés.



THALASSA Pour se renouveler, le magazine de France 3 a regardé attentivement celui de Canal+...

HARRY ROSELMACK EN IMMERSION TF1 a lancé avec succès la mode de l'immersion en France.



100% IMMERSION Sur Direct 8, Cécile de Ménibus joue au petit reporter immergé. Ridicule ?



FAITES ENTRER L'ACCUSÉ Concept original, le magazine de Christophe Hondelatte, sur France 2, est une des émissions de faits divers les plus copiées.

AFFAIRES CRIMINELLES Présenté par Yves Rénier sur NT1, le programme semble sorti tout droit d'une photocopieuse.

que des copieurs !

chaînes ? C'est normal ! Dans l'univers du PAF, le suivisme est devenu une règle d'or.

soit *Affaires criminelles* ou *Enquêtes criminelles* (en fait, sur NT1 et W9) ? On ne sait plus trop. Producteur et inventeur de ce concept lancé il y a plus de dix ans sur France 2, Christian Gerin manie l'ironie : « Il y a des copies de bonne facture, d'autres dont le crocodile Lacoste s'efface au premier lavage. Nous ne sommes pas propriétaires du fait divers, mais certaines émissions se sont largement inspirées de la nôtre dans la forme, la réalisation et l'ambiance polar. » Le fait que les

principales chaînes de la TNT se définissent comme des minigénéralistes n'est pas non plus étranger à ce triste phénomène. « Au lieu de se battre pour 15% de part de marché, elles tentent de grappiller 1,5%, mais c'est la même chose », analyse Pierre Lescure, président de Canal+ à l'époque où la chaîne se distinguait par sa créativité. Et se désolé : « Je ne comprends pas que les gens du marketing aient à ce point pris le pouvoir sur les programmes. » Enfin, il y a les émissions à bout de souffle qui essaient de se donner un coup de jeune. La nouvelle formule de *Thalassa*, avec ses reportages

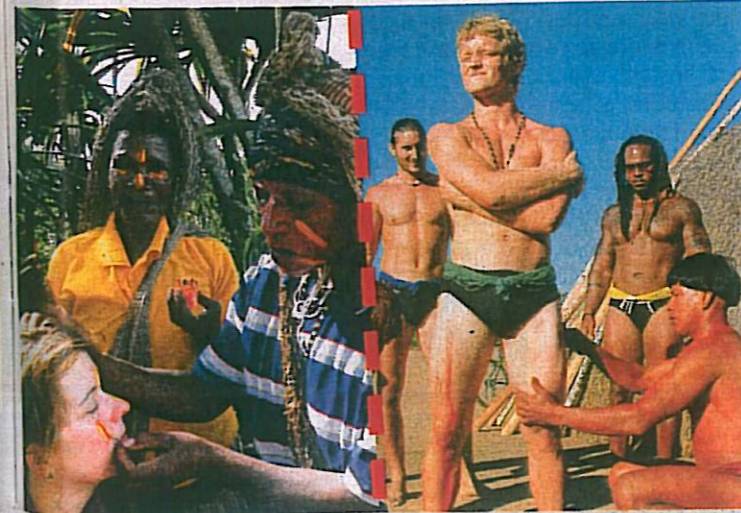
incarnés par une brochette de « grands voyageurs », n'est pas sans rappeler *Les Nouveaux Explorateurs* de Canal+. « Il y a des modes en télé, analyse Christine Cauquelin, directrice des documentaires de la chaîne. Mais il y a aussi le fait que les émissions sont fabriquées par des producteurs extérieurs aux chaînes. Ce sont souvent les mêmes réalisateurs, les mêmes opérateurs... Par capillarité, l'écriture des *Nouveaux Explorateurs* peut se retrouver dans d'autres émissions. » Pierre Lescure est, lui, nettement moins indulgent : « Dès qu'il y a un filon – cuisine, déco, faits divers –, il faut se mettre sur le créneau pour récupérer des parts de marché. Que ce soit vu et revu, on s'en fout. Et ça, la télé le paiera un jour ou l'autre... » ■ PIERRE MOREL

BIENVENUE DANS MA TRIBU

Pour TF1, des Occidentaux sont initiés aux rites africains...

LES DÉFIS DU BOUT MONDE

Sur France 4, même principe sur un autre continent, en Amérique du Sud.



PÉKIN EXPRESS Action, aventure, paysages grandioses... L'émission phare de M6 a démarré au quart de tour.

MISSION MILLENIUM Avec des ingrédients similaires, la Trois a fait un bide.