

L'ACTU EN QUESTIONS



Hugues DANGY
Président de Non Stop Group

Non Stop Group et H2O Productions s'associent pour lancer «Non Stop Hanouna», un média 100% digital dédié à l'univers de Cyril Hanouna (<http://www.non-stop-hanouna.fr/>). A cette occasion, et afin d'évoquer les actualités et les projets de Non Stop People, média+ s'est entretenu avec Hugues DANGY, Président de Non Stop Group.

media+

Quelle est la nature de votre accord avec H2O Productions pour le lancement de «Non Stop Hanouna» ?

Hugues DANGY

Non Stop Group s'est associé à H2O Productions, la société de production de Cyril Hanouna pour proposer dès la semaine dernière un média digital 100% dédié à l'animateur et à ses émissions. Cela fait 18 mois que nous travaillons dessus pour exploiter les actifs de «Touche pas à mon poste» embeddés dans un player Dailymotion. Sur la saison en cours de «TPMP», il y a un accord tripartite : H2O, C8 et Non Stop Group avec un partage de revenus. Nous avons aussi travaillé sur la numérisation des quatre dernières années de l'émission, entièrement accessibles et thématiques. Nous sommes ainsi capables de mettre en perspective l'actualité du programme avec d'anciennes séquences. Comme Cyril Hanouna est un phénomène des réseaux sociaux avec plus de 4 millions de followers sur Twitter, le potentiel est inouï. Nous voulons atteindre 1 million de visiteurs uniques pour l'été et nous espérons enregistrer 2 millions de vidéos vues par mois assez rapidement.

media+

La chaîne Non Stop People reste-t-elle le navire amiral de Non Stop Group ?

Hugues DANGY

Nous venons d'officialiser le nouvel habillage de Non Stop People. Cela fait plusieurs mois que nous travaillons dessus avec la société «Motion Fan Club» afin de proposer une identité à la fois plus moderne, dynamique et glamour. Avec cette identité visuelle rafraîchie, Non Stop People s'adresse directement à son cœur de cible, les femmes 25-49, et se positionne plus que jamais comme la seule chaîne haut de gamme traitant de l'actualité des célébrités. La chaîne a été renouvelée par CANAL+ pour une durée de 4 ans et un budget stable (près de 4M€/an). C'est une vraie preuve de confiance. Sur la grille 2016-2017, nous avons travaillé sur une simplification des programmes. Nos trois sessions d'information quotidiennes sont à chaque fois entièrement renouvelées. Nous avons investi sur un Day Time avec le talk-show d'Harry Connick Junior chez Universal. Côté distribution, la chaîne est dorénavant accessible gratuitement sur Free et Orange. Non Stop People rassemble plus de 2.155.000 individus chaque mois (Mediamat Thematik V32). Notre objectif est d'atteindre la barre des 0,2% de part d'audience en 2017-2018. La durée d'écoute fluctue entre 9 et 11 minutes. D'autre part, CANAL+ a pris Non Stop People en régie publicitaire et va récupérer l'ensemble de nos sites numériques parce que nous avons un inventaire vidéo qui les intéresse.

media+

Comment se déploie votre activité digitale ? Quelle est votre ambition en la matière ?

Hugues DANGY

Non Stop Group édite 3 sites web, «Non Stop Hanouna», «Non Stop People» et «Non Stop Zapping» qui cumulent 4 millions de Visiteurs Uniques chaque mois (Google Analytics), et plus 15 millions de vidéos vues (In Situ & partenaires de syndication). Nous allons lancer après l'été «Non Stop Reality», consacré juste à l'univers de la télé-réalité.

media+

Quels sont les chantiers prioritaires de Non Stop Group ?

Hugues DANGY

Nous continuons à travailler sur la notoriété de Non Stop People. Depuis quelques jours, le corner replay est accessible. Sur l'internationalisation, la chaîne en espagnol est toujours active. Le marché anglo-saxon continue de nous intéresser et nous discutons à ce jour avec un opérateur.

Audiences

TF1 : leader du Prime
mardi avec «Camping 2»

TF1 diffusait mardi en Prime le film «Camping 2» avec Franck Dubosc. Cette comédie française a réuni 5.041.000 cinéphiles, soit 20,8% de pda et 25% sur les FRDA de - de 50 ans, selon Médiamétrie. De bons scores qui hissent la chaîne en tête du Prime. A noter une forte hausse puisque la semaine dernière, le film «On ne choisit pas sa famille» réalisé et interprété par Christian Clavier n'avait attiré que 3.198.000 cinéphiles, soit 13,8% de pda.

France 2 : «Rendez-vous
en terre inconnue» avec
Christina Réali en baisse
mardi en Prime

Pour les 10 ans de «Rendez-vous en terre inconnue», France 2 diffusait mardi en Prime un numéro spécial du programme avec Cristiana Réali. Le documentaire a attiré 4.115.000 téléspectateurs et 16,9% de pda, selon Médiamétrie. Des chiffres en baisse comparé au dernier numéro consacré à Mélanie Doutey en Mongolie qui avait réuni le mardi 29 novembre 2016, 4.995.000 curieux, soit 20,8% de pda. Il s'agit de la plus faible audience jamais réalisée en 1ère diffusion sur France 2.

France 3 : 3ème place du
Prime pour la rediffusion
de «Meurtres à l'île de Ré»

France 3 diffusait mardi en Prime la fiction française «Meurtres à l'île de Ré», avec Bruno Salomone et Lucie Lucas, qui a réuni 2.759.000 téléspectateurs, soit 10,9% de pda, selon Médiamétrie. La chaîne était 3^{ème} du Prime. Des scores en baisse comparé à la semaine dernière avec le téléfilm «Capitaine Marleau». Ce dernier s'était hissé en tête du Prime avec 5.697.000 téléspectateurs, soit 23,2% de pda.