

Télévision pour les bébés : un danger pour leur santé, pour leur développement et pour leur éducation

Le document présenté, ici sous forme d'annexe à l'argumentaire du CIEM (« Le CIEM alerte les parents et les éducateurs, interpelle les responsables de la protection des mineurs français et européens et demande aux pouvoirs publics l'interdiction de la commercialisation de chaînes pour bébés... » voir site <http://www.collectifciem.org/spip.php?article64/> permet d'approfondir les enjeux soulevés par les chaînes bébés ou de donner des références scientifiques aux risques énoncés.

Annexe 3 - Enjeux économiques

Les chaînes pour bébés sont lancées par des groupes déjà investis dans les médias. Elles font partie à l'évidence de la logique de diversification, de fidélisation des familles et de marketing ciblé sur les jeunes en les prenant dès leur plus jeune âge. L'absence de publicité, engagement mis en avant par la chaîne, ne doit pas faire oublier d'autres enjeux et méthodes de marketing.

Les entreprises impliquées dans le capital de ces chaînes

➤ **BABY FIRST TV**

Trois investisseurs principaux sont mentionnés et présentés sur le site de Babyfirst TV, à partir duquel ont pu être rédigées les rubriques suivantes.

Regency Enterprises : une entreprise tournée vers le cinéma et l'audiovisuel
Regency Enterprises est le principal groupe investi dans la chaîne. La société a son activité principale dans la production et la distribution de films de télévision (Regency TV) et la diffusion du sport. Regency a été fondée par Arnon Milchan, un des producteurs indépendants de films à succès. Son PDG David Matalon fut l'un des fondateurs de Tri-Star Pictures.

On apprend par ailleurs que News Corp's Fox entertainment détient 20 % de Regency enterprises et 50% dans Regency Television.

Kardan N.V. un groupe d'investissement dans l'immobilier, les services financiers, l'infrastructure, les communications et l'automobile

Kardan N.V. est un groupe d'investissement présent dans les secteurs des biens immobiliers, des services financiers, de l'infrastructure, des communications et de l'automobile. Kardan a pour objectif d'investir dans des activités à forte croissance afin d'apporter de la valeur à ses actionnaires et de compléter ses ressources en formant des partenariats et joint ventures avec des institutions internationales comme l'EBRD, la

Deutsche Bank, Rodamco et General Motors. Parmi les filiales de Kardan N.V. Kardan Israel Ltd. possède Kardan Communications laquelle détient 30 pourcent de BabyFirst.

Bellco Capital, LLC

Bellco Capital a pour objectif de trouver des capitaux d'amorçage (seed investments) et une direction expérimentée pour des start-up, ainsi que pour des acquisitions à effet de levier et des placements en actions en croissance dans des entreprises de taille moyenne.

Les responsables de Baby first : issus des secteurs de l'audiovisuel et du marketing

Guy Oranim, le PDG, a travaillé dans l'agence publicitaire BBDO advertising (campagnes pour Pepsi, Hertz..) et co-produit un ouvrage « Researchers Speak – Marketing Research and Its Implications » qui montre l'intérêt d'étudier les attitudes des consommateurs.

Sharon Rechter, co-fondatrice, a elle aussi une grande expérience en programmation jeunesse et marketing.

La société a déjà des accords avec des contenus existants en DVD : Brainy Baby, First Impressions, So Smart, and Baby Songs. Elle a aussi un accord avec Sterling Publishing pour faire des liens avec les livres jeunesse produits par cette compagnie dans le programme "Story Time". S'il n'y a pas de publicité visible, il y a donc des sponsors, invisibles mais bien réels, et des liens avec des produits dérivés.

Lorsqu'on visionne quelques programmes en continu on est frappé par la stratégie marketing de la chaîne à l'égard des parents et par les messages qui leur sont adressés : sur un modèle américain d'éducation à la maison, la chaîne donne des conseils aux parents par des sous-titres sur le comportement à avoir avec leurs bébés, la chaîne laisse entendre aux parents qu'ils sont incapables de faire seuls l'éducation de leurs enfants (sans l'aide de la télé). Elle pose par ailleurs que tout bébé est un Einstein potentiel dont il faut accroître les capacités (même si la recherche affirme que le média audiovisuel à cet âge est prématuré, quel que soit le contenu). Indépendamment des objectifs d'apprentissage affichés par la chaîne, ce sont les promesses d'une meilleure socialisation de l'enfant qui passent, grâce à une prétendue « expertise télévisuelle ». Celles-ci paraissent d'ailleurs avancées sans preuve pour des enfants de cet âge.

➤ BABY TV

Un article d'Olivier Milot paru dans le Télérama du 10 octobre 2007 informait le public de la prise de participation majoritaire de News Cop's International Channels dans le capital de Baby TV. Le site de News corporation mentionne en effet Baby TV parmi toutes les chaînes (Fox, et ses déclinaisons Fox Life, Fox crime, Fox Horror, Fox Sports, National geographic etc.), détenues totalement ou majoritairement par Fox International Channels, filiale de Fox Entertainment Group, filiale de News Corporation. Fox international Channels détient aussi un système de vidéo à la demande avec les programmes de Baby TV, Baby TV VOD. Le site de Baby TV propose à la vente une dizaine de DVD Baby TV.

Fidéliser les bébés pour remédier à un désintérêt des ados pour la télévision ?

Le lancement de chaînes bébés en France correspond à une période de baisse de l'audience de la télévision auprès des adolescents.

Médiamétrie annonçait en avril 2007 que, avec 1h58 de consommation par jour, les 15-24 ans ont regardé la télévision sept minutes de moins en moyenne par jour en 2006. Cette baisse entraîne une baisse de 2 minutes de la consommation TV de l'ensemble des individus âgés de quatre ans et plus. "Il s'agit de la première baisse après quatorze années de croissance ininterrompue qui ont fait progresser d'environ une demi-heure la durée d'écoute moyenne du petit écran" souligne Médiamétrie. Depuis 2003, la durée d'écoute de la télévision des 11-14 ans a enregistré une baisse d'environ 10 minutes.