



Boomerang / Cartoon Network : la rentrée des héros cultes

Avec Boomerang et Cartoon Network, le groupe Turner touche aujourd'hui 7,2 millions de foyers francophones, soit 4,9 millions en France métropolitaine. Mais les deux chaînes jeunesse - aux cibles et aux stratégies complémentaires - ne rencontrent pas le même succès. Alors que Cartoon Network connaît de sérieuses difficultés, avec une baisse continue de son audience depuis près de deux ans (0,2% de part de marché), Boomerang est en grande forme avec 0,4% de part de marché au compteur lors de dernière vague du MediaCabSat, soit une progression de 26% en deux ans. Boomerang devance donc désormais son aînée et fait jeu égal avec Jetix.

Les deux chaînes jeunesse du groupe ont des positionnements clairement définis, spécifiques à leurs cibles et identifiés par des études qualitatives effectuées par le groupe. Destinée aux plus jeunes, Boomerang se concentre sur la « tendresse et l'émotion partagée » tandis que Cartoon Network privilégie « l'humour, l'action et la comédie ».

Avec une cible de 2 à 9 ans et un cœur de cible de 4 à 7 ans, Boomerang vise les jeunes enfants mais également leurs parents, ceux-ci représentant du reste 50% de l'audience. Son but : rassembler petits et grands devant le petit écran. La mission est donc pleinement accomplie. Fidèle à sa programmation de classiques du dessin animé, la chaîne continue à diffuser les aventures de *Tom & Jerry* ou des *Looney Tunes*. Pour moderniser l'antenne, elle programme aussi de nouvelles versions des productions déjà connues comme *Woody Woodpecker* ou *Casper*. *Gérald Mac Boing Boing*, un petit garçon qui ne parle qu'en reproduisant les bruits de son environnement, fait également son entrée sur la grille, de même que Taz, le célèbre diable de Tasmanie, entouré de toute sa famille dans *TazMania*.

De son côté, Cartoon Network part à la reconquête de ses téléspectateurs. Pour ce faire, la chaîne se dote d'un nouveau logo et d'un nouvel habillage. Produit en 3D, ce dernier se base sur l'idée que tous les personnages habitent dans la même ville et vivent des aventures en dehors de leurs dessins animés. Etoffant *Chez Foster*, « sa première émission dont les animateurs vedettes sont des personnages animés » lancée en avril, la chaîne donne également un véritable visage à son antenne à travers *Mac et Bloo*. L'émission devrait gagner en réalisme avec des reportages, des téléspectateurs visibles à l'antenne et des invités célèbres tels que Didier Deschamps et Laura Flessel.

Côté du contenu, Cartoon Network promet une rentrée « riche en nouveauté ». C'est le cas de *Robotboy*, le robot ultra-perfectionné qui veut devenir un petit garçon, *Mon copain de classe* est un singe, dans lequel Adam Lyon se retrouve dans une école pour animaux ou encore *Ben 10*, garçonnet de dix ans qui peut se transformer en dix super-héros extraterrestre. *Naruto*, jeune ninja en formation, fait également son apparition sur la grille. Les saisons inédites de *Detective Conan* ou *Hi Hi Puffy Ami Yumi* permettent aux enfants de retrouver des héros déjà connus, les études qualitatives ayant mis en évidence un lien affectif fort avec les personnages.

Construite sur « un humour décalé et irrévérencieux mais toujours positif », la grille de rentrée de Cartoon Network doit permettre à la chaîne de regagner ses téléspectateurs perdus afin de se hisser, à l'instar de sa petite sœur, Boomerang, dans le peloton de tête des chaînes jeunesse...

|

En savoir + :

- ▶ [Le site de Cartoon Network](#)
- ▶ [Le site de Boomerang](#)