

## TV

## Patrick Huard au party de Véro

Véronique Cloutier prépare de grands coups pour sa spéciale de fin d'année, qui n'est pas un Bye-bye tient-elle à préciser. Selon nos informations, son ex, Patrick Huard, sera même de la partie dans un numéro qui réunira le trio Véro, Louis Morissette (son chum actuel et le père de son enfant) et Patrick Huard. Louis Morissette travaille intensément au concept, et avec ce qu'il nous a offert dimanche aux Gémeaux, dans sa parodie fort réussie du documentaire À hauteur d'homme, nous livrant un Bernard Landry bien senti, ça promet. Et quoi de plus beau qu'une belle ré-union de paix et d'amour des trois vedettes pour cette fin d'année? (MCL)



Même à 20 000 \$ pour 30 secondes, au début

# Occupation double s'est mieux vendue que Loft Story

Une publicité de 30 secondes durant *Loft Story* le dimanche soir coûte entre 8 000 \$ et 9 000 \$. *Occupation double* exigeait entre 15 000 \$ et 20 000 \$ pour la même publicité. Le gros lot sera *Star Académie II* en février prochain : 27 000 \$ pour un petit 30 secondes. Presque le double que le printemps dernier.

MICHELLE COUDÉ-LORD

Alain Desormiers, expert en placements médias chez Touché, le confirme : « La télé-réalité cet automne bouscule le milieu de la publicité dans le monde de la télévision ».

« Un show qui attire presque 2 millions de téléspectateurs intéresse les annonceurs », confie-t-il en entrevue au *Journal de Montréal*.

Au début, la télé-réalité rendait certains annonceurs frileux.

« L'environnement d'*Occupation double*

## Zapping...

### Élyse Marquis : repos forcé

Élyse Marquis est enceinte et elle a besoin de repos. Résultat, elle n'animerait pas *La Fureur* vendredi pour le grand retour sur le plateau de son amie Véronique Cloutier, qui sera la joueuse invitée ce vendredi.

Sébastien Benoît prend donc la relève pour cette *Fureur*. On a aussi appelé à la rescousse Virginie Coossa, qui remplacera l'animateur le temps des jeux. Cette *Fureur* se veut le duel entre Véro et Sébastien Benoît.

### Spéciale *Occupation double*

Le dimanche 7 décembre, la grande spéciale *Occupation double*, *L'Heure de vérité* sera maintenant présentée de 19 h 30 à 21 heures, au lieu de 20 h 30 à 22 heures. Le combat contre la grande finale de *Loft Story* durera donc une heure seulement. Le talk-show *Loft Story* suivra la présentation du *Téléthon des maladies infantiles*, soit dès 20 heures jusqu'à 22 heures. Les dirigeants de la programmation de TVA ont donc choisi un affrontement plus court au grand plaisir du téléspectateur.

### Précisions de Guy Fournier

Revenons sur le post-mortem du gala des prix Gémeaux de dimanche du président Guy Fournier. Il a tenu hier à faire ces précisions. Ainsi, sur le numéro présenté par Sophie Durocher et Richard Martineau sur la synergie, il croit que c'est toujours plus exigeant de confier à des animateurs un « numéro de comédiens », ce qui ne veut pas dire que le couple a raté son coup dimanche soir et qu'il aurait dû être remplacé par deux co-

médiens, même si ce ne fut pas le meilleur coup de la soirée. Quant à la longue présentation de Mario Clément et de Fabienne Larouche, « ce fut un peu trop long à son goût, ce qui peut devenir ennuyeux pour le téléspectateur ». Mais jamais M. Fournier, le président de l'Académie, n'oserait dire que le directeur de la programmation de Radio-Canada a été ennuyeux.

### Ballottage contesté

Ça jaserait fort hier parmi ceux qui suivent les activités de l'émission *Loft Story* dans Internet. Paraît-il que Hugues fut appelé au confessionnal pendant 15 minutes à cause de ce pari perdu avec Samuel pour éviter de mettre Mélanie au ballottage. En jouant sur la carte de l'honneur, on lui aurait dit que l'entente conclue n'était pas légale et qu'il fallait revoir sa décision. Plusieurs personnes n'ont pas aimé qu'on ait fait mal paraître Hugues dans cette histoire. « La production transforme énormément l'image des lofteurs », nous écrivaient hier plusieurs fans de *Loft Story*. Parole de la production, « chacun a droit à son idée, mais il est clair que les pactes dans le loft ne sont pas permis », disait hier Alain Des Ruisseaux, porte-parole de *Loft Story*.

Autre précision, un père de famille a été déjoué par ses deux jeunes ados qui ont appelé pour choisir leur lofteur préféré...

Côté de la facture de téléphone : 50 \$; les jeunes ignoraient que chaque appel coûtait 1 \$! Le père nous a appelés pour lancer le message à tout le monde, car il trouve que lors des talk-shows du dimanche, on ne dit pas assez clairement que les appels ne sont pas gratuits.



Photo OLIVIER JEAN

« *STAR ACADÉMIE*, *Occupation double* et *Loft Story* ont bousculé le monde de la publicité dans le monde de la télévision », confirme Alain Desormiers, un expert en placement médias.

s'est mieux vendu au début. C'était plus jet set, plus glamour que *Loft Story*. Il y avait des scènes croustillantes dans *Occupation double*, mais les gens les jugeaient moins osées que celles du spa de *Loft Story* ».

Toutefois, il faut dire qu'*Occupation double* était une émission hebdomadaire alors que *Loft Story* pose l'énorme défi au diffuseur TQS de remplir 4,5 heures de télé par semaine, soit plus d'une centaine d'annonces publicitaires de 30 secondes.

### Craintes

« Le défi est d'autant plus important qu'au début, les annonceurs craignaient un peu *Loft Story*. Ce qui est moins le cas maintenant avec son succès au quotidien. Probablement qu'un *Loft Story II* se vendrait bien. L'heure de diffusion serait sans doute à repenser pour une prochaine fois. Certains annonceurs qui ciblent plus les valeurs familiales ont hésité à cause de cette heure hâtive et des scènes plus sexées à 19 heures. Uniprix, par exemple, a dit oui à *Occupation double*, mais non à *Loft Story*, considérant le loft trop osé. L'environnement de rêve d'*Occupation double* se vendait mieux. Le succès de *Star Académie* est phénoménal sur le plan publicitaire », assure M. Desormiers.

Ce dernier considère que le gros perdant de l'automne fut sans conteste Radio-Canada, qui a vu TQS le dominer à certaines heures de la soirée, une première.

### Radio-Canada : la grande perdante

Le bulletin de nouvelles qui se vend le mieux aux publicitaires est le 22 heures de TVA. Une émission comme *Rumeurs*, qui a remporté un beau succès au gala des Gémeaux, intéresse de plus en plus d'annonceurs, et oui, l'échec d'un téléjournal peut questionner aussi le monde de la publicité.

« On peut parler d'un *facteur Gougeon*. L'annonceur va se demander si son placement est toujours efficace avec une baisse de cotes d'écoute qui se continue à cette heure. »

La publicité durant *Le Téléjournal* devrait disparaître l'an prochain, a promis le président de Radio-Canada, Robert Rabinovitch.

« Mais la publicité encadrera encore *Le Téléjournal* avant et après la lecture des nouvelles », conclut M. Desormiers, qui croit que le phénomène de la télé-réalité continuera à faire des petits dans les prochaines années.