Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 novembre 2026

Le retour d'Intervilles interpelle...



Monument de la télévision française, l'émission jeu Intervilles, crée en 1962 par Guy Lux et Claude Savarit, a fait son grand retour sur France Télévisions, le 3 juillet dernier. Avec 3,4 millions de téléspectateurs l'émission s'est classée en tête des audiences TV. A l'heure du numérique et de la profusion des propositions, qu'est-ce qui explique le succès de ce programme venu d'une autre époque ?

Le retour de cette émission culte, après 16 ans d'absence, a de quoi nous interpeller. Soit, la télévision (en tous cas telle qu'on la connaît aujourd'hui) manque cruellement d'inspiration, soit la nostalgie d'une partie des téléspectateurs aura été la plus forte. Un petit retour en arrière s'impose. Dans les années 2000, avec l'arrivée du numérique, le nombre de chaînes a littéralement explosé. Mais, il faut bien reconnaître que cette multiplication ne s'est pas accompagnée de l'élargissement de l'offre de programmes espéré. Au contraire, la concurrence commerciale limite les prises de risques et bride la créativité. La profusion du nombre de chaînes conduit alors à une certaine uniformisation de l'offre (sauf

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 novembre 2026

quelques exceptions). On a vu le même film au milieu des années 80 avec la « libération » des ondes radio.

Comme si la télévision des pionniers avait tout inventé et qu'il suffisait de s'en inspirer

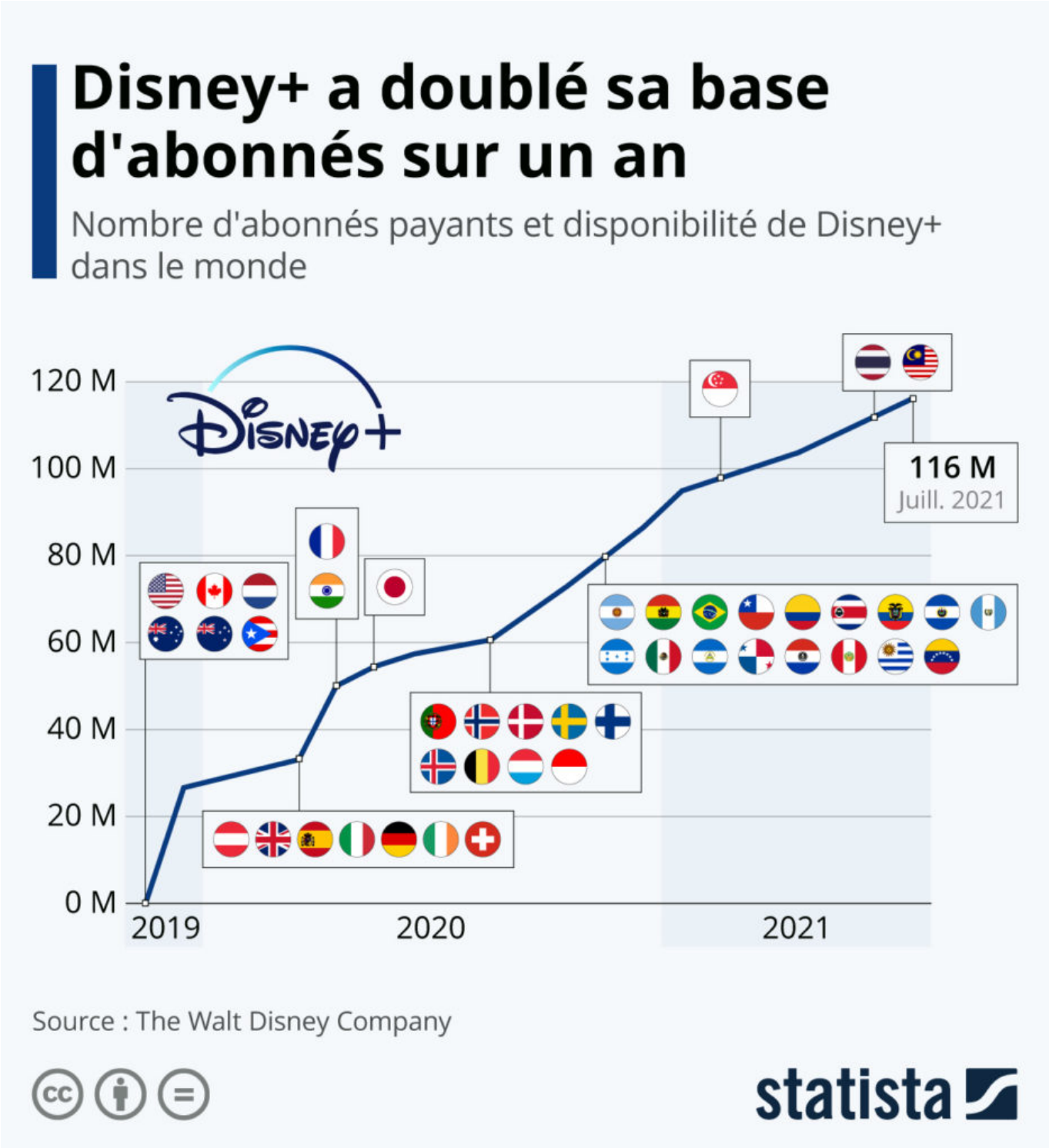
Dans ce contexte, le retour d'émissions à succès de la télévision de papa pourrait être compris comme un retour aux fondamentaux. Comme si la télévision des pionniers avait tout inventé et qu'il suffisait de s'en inspirer. Moins contraint que les chaînes commerciales, le service public peut sans doute plus aisément que les autres ouvrir le placard à archives, et remettre au goût du jour des émissions à succès. Émissions que le service public avait en son temps imaginé est-il nécessaire de préciser.

Une autre théorie consisterait à dire que les publics de la télévision traditionnelle étant de plus en plus âgés, il est normal qu'ils soient nostalgiques. Ces boomers cherchent naturellement à rester dans leurs repères d'antan et en particulier dans une époque aussi incertaine qu'anxiogène. Mais dans les tous cas la télévision du présent s'accorde encore avec le passé, même recomposé.... C'est même peut-être son futur ?

Disney+ a doublé sa base d'abonnés en l'espace d'un an

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 novembre 2026



Alors que Disney+ approche de son deuxième anniversaire en novembre, le service de streaming de la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 novembre 2026

Walt Disney Company continue de dépasser les attentes. Après avoir atteint son objectif de 90 millions d'abonnés avec trois ans d'avance à la fin de l'année 2020, le concurrent de Netflix a attiré 20 millions d'abonnés supplémentaires au cours des six premiers mois de 2021. Selon la dernière publication des résultats de l'entreprise, Disney+ comptait 116 millions d'abonnés dans le monde début juillet, doublant ainsi sa base d'abonnés sur l'année écoulée. En comparaison, il aura fallu à Netflix de sept à dix ans (selon le moment où l'on commence de compter) pour atteindre le même nombre de clients sur sa plateforme, qui reste toujours numéro une dans le monde avec plus de 200 millions d'abonnés.

Comme le montre notre graphique basé sur les données communiquées par le groupe, après la sortie de Disney+ en Amérique du Nord en novembre 2019, la croissance des abonnés a connu un bond conséquent en mars 2020, coïncidant avec son lancement sur le marché européen et la survenue des premiers confinements liés au Covid-19. En profitant de la hausse de consommation des médias numériques et en étendant sa disponibilité à l'international, notamment en Asie et en Amérique du Sud, la plateforme a continué de croître à bon rythme au cours de l'année écoulée. Le service est désormais disponible dans 45 pays, alors que d'autres lancements sont encore prévus d'ici la fin de l'année.

Note : graphique mis à jour avec les données de juillet 2021. Si le graphique ne correspond pas avec le texte, nous conseillons de vider la mémoire cache du navigateur puis d'actualiser la page.

Tristan Gaudiaut pour Statista

Qui souhaite participer à l'émission 'Cauchemar en cuisine' ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 11 novembre 2026



Vous l'avez certainement vu se tirer les cheveux (ou pas) dans les cuisines de certains restaurants français. Si les pleurs et les difficultés de certains tenanciers émeuvent l'audimat, il n'en demeure pas moins soulagé d'assister à la renaissance de l'établissement, remis sur pied par le chef. La vocation de l'émission ? Cogner ou cela fait mal pour pouvoir soigner en profondeur. Le nouveau casting de l'émission 'Cauchemar en cuisine' avec le chef Philippe Etchebest est lancé.

« Nous sommes à la recherche de restaurateurs ayant des difficultés (hors covid) et qui seraient intéressés pour recevoir les conseils du Chef. Les restaurateurs peuvent nous écrire à l'adresse castingcauchemar@m6.fr ou au 01 41 92 39 31. »