



La « Star Academy », tremplin musical durable ou paillettes éphémères ?

Des millions de téléspectateurs, des « singles » au sommet des classements, des tournées qui s'enchaînent... Vingt-trois ans après sa création, la « Star Academy » reste ultra-populaire.

CHELSEA KINZUNGA

La 14^e édition de la *Star Academy* touche à sa fin. La grande finale qui aura lieu ce samedi sur TF1 va dévoiler son vainqueur. Léa et Ambre, les deux finalistes, pourraient devenir les prochaines stars de la variété française... ou disparaître aussi vite qu'elles sont apparues. Car après plus de vingt ans, une question persiste : la « Star Ac' » est-elle un véritable tremplin vers une carrière musicale durable ou une machine à succès éphémère ?

La *Star Academy* est née au tournant des années 2000 dans un contexte de

bouleversements majeurs pour l'industrie musicale et audiovisuelle. En 1999, *Big Brother* est créé aux Pays-Bas par la société Endemol et marque l'essor mondial de la télé-réalité. Dans le même temps, l'arrivée de Napster et du format mp3 fragilise profondément l'économie du disque : la musique circule gratuitement, les ventes de CD chutent et les majors cherchent de nouveaux leviers pour continuer à vendre.

Tremplin ou mirage, que disent les chiffres ?

C'est dans ce contexte qu'Endemol France s'associe à TF1 pour lancer, en 2001, la *Star Academy*. Rapidement, Universal Music France s'impose comme partenaire central du programme : signature des finalistes, enregistrement et commercialisation des albums, exploitation des tournées. Un troisième acteur clé complète cet écosystème : NRJ, qui assure une diffusion massive des titres et transforme les candidats en stars radiophoniques. La *Star Academy* est donc le produit d'une convergence d'intérêts commerciaux et artistiques qui donne naissance à un

Hélène fait partie des ex-candidats pouvant être considérés comme ayant construit une véritable carrière dans la musique. © PHOTO NEWS.

écosystème inédit pour faire de l'audience, vendre des disques et dénicher la nouvelle star de la variété française.

Dès la première saison, le programme s'impose comme un phénomène de société. En Belgique, les chiffres confirment cette puissance fédératrice. « La finale de la saison 2023 a été suivie par près de 500.000 spectateurs pour 47 % de parts de marché », souligne Emmanuel Deroubaix, chargé de la promotion des concerts de la *Star Academy* en Belgique. Malgré une légère baisse en 2024, l'émission « laisse au tapis la concurrence » avec des parts de marché dépassant régulièrement les 50 % sur les cibles commerciales et frôlant les 60 % chez les 15-24 ans. « Il n'y a pas de divertissement aussi fédérateur aujourd'hui », résume-t-il.

Certaines trajectoires marquent durablement l'histoire de l'émission. Au fil des années, l'émission accueille aussi des invités prestigieux, de Beyoncé à Stevie Wonder, renforçant son statut de vitrine musicale internationale. Pourtant, à partir de 2008, l'essoufflement est perceptible et la *Star Academy* disparaît du paysage audiovisuel.

Le retour du programme sur TF1 en 2022 est un vrai succès populaire. De nouveaux visages émergent, à l'image de la Belge Hélène ou de Pierre Garnier, dont la popularité dépasse largement le cadre de l'émission. Emmanuel Deroubaix souligne ainsi que « les artistes issus de la *Star Academy* totalisent aujourd'hui plus d'un milliard de *streams* et près de deux millions de spectateurs en tournée », des chiffres difficilement atteignables aussi rapidement par un plan de carrière traditionnel.

Si la *Star Academy* offre une exposition hors norme, la question de son efficacité comme tremplin vers une carrière musicale durable mérite d'être nuancée. Sur environ 170 candidats ayant participé aux différentes saisons, seuls neuf peuvent être considérés comme ayant construit une véritable carrière dans la musique : Jenifer, Nolwenn Leroy, Grégory Lemarchal, Elodie Frégé, Quentin Mosimann, Olivia Ruiz, Sofia Essaidi, Hélène et Pierre Garnier. Cela représente environ 5,3 % des participants. Un chiffre qui peut sembler modeste, mais est loin d'être insignifiant.

Une exposition massive, mais instable

Pour les majors du disque, l'intérêt est évident. Comme le soulignait Pascal Nègre, alors président d'Universal Music France, lors du Midem 2002 : « Avec *Popstars* et *Star Academy*, nous avons suivi des aspirants chanteurs dès le début, avant même qu'ils n'aient enregistré une démo ou contacté l'industrie. » Façon de dire que le développement artistique, auparavant activité centrale des majors du disque, se fait avec ces télé-crochets en direct à la télévision, ce qui réduit considérablement les risques financiers et offre une promotion massive clé en main.

Pour les candidats, c'est plus nuancé. Finaliste de l'émission en 2024, Julien Lieb atteste : « Quand tu sors, il n'y a pas de place pour tout le monde. Certains vont être signés, d'autres pas. Ce n'est pas joué d'avance, mais forcément, ceux que le label choisit auront une avance. Il faut arriver à tirer les bonnes cartes, aller voir les bonnes personnes. Mais ce n'est pas joué d'avance. » Pour ceux qui tirent les bonnes cartes, l'émission agit clairement comme un accélérateur de carrière. « Tu passes d'anonyme à artiste vu par des millions de personnes », résume Julien Lieb. « Mais c'est aussi un test : si tu n'es pas prêt à travailler extrêmement dur, tu ne tiens

pas. C'est un monde extrêmement intense. »

La logique, implacable, est à l'image de celle qui sous-tendait les *boys bands* et *girls bands* des années 1990. Elle repose sur l'idée qu'au sein d'un groupe ou d'une promotion, un ou deux artistes parviendront à s'imposer sur le long terme quand tous les autres tomberont dans l'oubli. Malgré une notoriété acquise à la télévision, certains doivent financer eux-mêmes leurs projets, rappelant que la visibilité ne se convertit pas automatiquement en carrière. C'est là que l'écosystème médiatique mis en place par la *Star Academy* peut être utile.

Il n'y a pas de divertissement aussi fédérateur que la « Star Academy » aujourd'hui

Emmanuel Deroubaix
Chargé de la promotion des concerts de la « Star Academy » en Belgique

”

Pour plusieurs anciens candidats, en effet, l'exposition durant le télé-crochet leur ouvre des portes... dans d'autres secteurs. Certains rebondissent ainsi dans les comédies musicales, à l'image de Sofia Essaidi, d'autres sont embauchées à la télévision, comme Lucie Bernardoni, qui n'a pas percé durablement comme chanteuse, mais a été réintégrée par TF1 comme répétitrice au sein de la « Star Ac' ». La télévision recycle ainsi ses propres talents, offrant des débouchés professionnels qui dépassent le strict cadre de la musique. Une sécurité qui interroge néanmoins la promesse initiale de carrière artistique.

Le télé-crochet à l'épreuve des mutations de l'industrie

Aujourd'hui, la « Star Ac' » est à une nouvelle croisée des chemins. Dans un paysage médiatique profondément transformé par le streaming et les réseaux sociaux, la télévision n'est plus la porte d'entrée privilégiée vers l'industrie. Snapchat, Instagram, YouTube et particulièrement TikTok sont devenus des espaces de découverte, permettant à des artistes d'émerger sans aucun relais télévisuel, ni même aucun label.

D'anciens acteurs de l'émission soulignent cependant que la *Star Academy* peut servir de laboratoire créatif et d'apprentissage du métier. « Ça reste une porte d'entrée crédible, surtout parce que le secteur regarde encore la *Star Academy* », affirme Julien Lieb. « Toute l'industrie observe ce qui s'y passe : labels, tourneurs, producteurs. » Reste que l'étiquette d'« artiste de télé » et d'« artiste TF1 » colle parfois durablement à la peau des anciens candidats, compliquant leur légitimation auprès des programmeurs, des médias spécialisés ou des scènes alternatives.

Vitrine incontournable et machine à rêves collectifs, la *Star Academy* reste un tremplin musical... parmi d'autres. Elle facilite l'accès à la notoriété, en particulier pour la variété grand public, et offre des opportunités rapides dans un système où les majors cherchent à investir le moins possible pour un rendement immédiat. Mais les chiffres et les trajectoires le montrent : la télévision ouvre des portes, sans jamais promettre qu'elles resteront ouvertes. Dans une industrie musicale fragmentée et saturée, la longévité se joue autant sur la stratégie, l'identité artistique et l'adaptabilité que sur l'exposition initiale.

A quelques jours d'une nouvelle finale, l'histoire reste donc à écrire pour Léa et Ambre, dernières candidates en lice. L'exposition est certaine, la carrière, elle, demeure bien plus incertaine. En fin de compte, les vrais vainqueurs des télé-crochets comme la « Star Ac' » sont ceux qui les portent depuis toutes ces années : les chaînes de télé qui diffusent l'émission et les majors du disque et promoteurs de concerts qui récoltent le fruit de cette exposition au moment où celle-ci est la plus forte.

La finale de la *Star Academy* est diffusée samedi 7 février à 21 h sur TF1. La classe 2026 de la *Star Academy* sera quatre fois en concerts à Forest National les 18 (à 15 h et 20 h) et 19 avril (à 14 h et 19 h). Il reste des places pour les concerts du 19 avril.