



mediametrie

Levallois, le 30 Janvier 2013

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'ANNEE TV 2012

Evénement et connexion avec le public : la TV fait toujours plus

Source : Médiamétrie - Médiamat - L'Année TV 2012

Loin de faire reculer la consommation de la télévision, Internet semble au contraire la renforcer en l'inscrivant dans un écosystème d'écrans connectés qui démultiplient les usages. En 2012, on a regardé la télévision plus longtemps qu'en 2011, fréquenté plus de chaînes, sur davantage d'écrans – ordinateurs, smartphones, tablettes - en diversifiant les moments de visionnage avec la catch-up ou le différé.

- **La durée d'écoute franchit un nouveau record - 3h50 par jour** - portée par une année à l'actualité politique et sportive particulièrement riche. Elle a gagné 3 minutes par rapport à 2011 et 30 minutes en 10 ans. Cette progression est essentiellement portée par l'écoute en « live » de la télévision, et aussi par le visionnage de programmes en différé par enregistrement ou en léger différé qui représentent en moyenne 4 minutes par jour et par personne.

Au premier semestre, entre une météo maussade et une actualité dense – campagne électorale, élections présidentielles puis législatives -, la durée d'écoute a flirté ou dépassé les 4 heures quotidiennes. Près de 29 millions de téléspectateurs ont écouté l'annonce des résultats de la présidentielle le 6 mai à 20h. L'attention s'est maintenue en juin et août avec la succession de grands rendez-vous sportifs : Euro de foot puis Jeux Olympiques de Londres qui trustent la quasi-totalité des 100 meilleures audiences sportives de l'année. Parmi ces 100 audiences plus d'1/3 ont dépassé les 7 millions de téléspectateurs.

Sur les 4 derniers mois de l'année, la durée d'écoute est légèrement en retrait par rapport à 2011, dont la fin d'année avait été entraînée par la Coupe du Monde de Rugby et le début de la campagne électorale.

- **Le téléviseur est** le premier écran pour rassembler le foyer autour de grands rendez-vous événementiels en direct, utilisé par près de 93 % des 4 ans et plus au moins une fois par semaine et pour **près des 3/4** des plus de 15 ans le plus souvent accompagnés¹. Les **genres télévisuels classiques restent incontournables** : séries bien sûr, cinéma aussi, sport ou télé-crochets revenus en force (cf.infra. meilleures audiences de l'année).

- Depuis novembre 2011, les chaînes gratuites de la TNT lancées en 2005 sont reçues sur l'ensemble du territoire. Leur part d'audience a continué à progresser mais plus lentement. Elle atteint 22% en 2012 (contre 21,4% en 2011). Année après année, le nombre de programmes rassemblant un large public (plus de 1 million de téléspectateurs) continue de progresser : cela s'est produit 531 fois en 2012.

¹ Screen 360 - Juin 2012 – internautes 15 ans et +



mediametrie

Dans ce paysage qui se stabilise, six nouvelles chaînes gratuites en haute-définition ont été lancées en fin d'année. Elles ont immédiatement enregistré 1,5% de part d'audience. Les chaînes thématiques quant à elles sont stables, à 11,1% de part d'audience.

La progression de l'accès par ADSL (37,1% des foyers)² élargit aussi l'offre de chaînes. Aujourd'hui, plus d'un foyer sur deux reçoit une offre plus large que les seules chaînes de la TNT. Du coup, **chaque personne regarde en moyenne 6,5 chaînes par jour**, contre 5,5 en 2008.

- **L'écosystème qui se développe autour du téléviseur renforce l'impact des programmes.** Nouveaux écrans (tablettes, smartphones), nouveaux usages (délinéarisation, catch up, réseaux sociaux), gravitent autour de la télévision, accroissent la consommation de programmes, les contacts et les interactions avec le public.

- **La catch-up** est entrée dans les mœurs : 8 millions de personnes de 15 ans et plus ont regardé un programme en rattrapage au cours du dernier mois, soit 2,5 millions de plus qu'en 2010³.

Si pour plus de la moitié des 15 ans et plus, l'ordinateur est l'écran privilégié de la catch-up, plus du tiers des programmes vus en catch up le sont sur le téléviseur ; on compte d'ailleurs 33% de catch-uppers supplémentaires sur l'écran de télévision⁴.

- Pour le live, désormais près d'une personne sur dix s'est tournée vers d'autres écrans - ordinateur, smartphone ou tablette – pour suivre un programme au cours des 7 derniers jours⁴.

- **La smart TV** équipe près de 14% des foyers². Questionnés sur leurs pratiques, celles-ci sont principalement centrées sur les contenus TV : près d'1/4 des possesseurs de cet équipement déclarent en utiliser les fonctionnalités Internet, et une majorité de ceux-ci (57%) ont déjà utilisé les fonctions de catch-up⁵. Les nouveaux écrans s'inscrivent dans une pratique de consultation simultanée avec la télévision : **28%** des internautes utilisent leur ordinateur portable en même temps que la TV, **25%** avec leur téléphone mobile, et **3%** avec la tablette⁶. Concernant la pratique de la Social TV, **39%** des internautes trouvent intéressant de commenter des programmes sur les réseaux sociaux, mais seuls **8%** l'ont déjà fait⁷.

- **Médiamétrie enrichit constamment sa mesure** pour prendre en compte les pratiques TV. Fin 2012, l'objectif d'un panel Médiamat de 5 000 foyers, tous équipés d'un même audimètre « nouvelle génération » a été atteint.

Après le live, le différé par enregistrement - introduit dans le Médiamat en 2011 – les premiers résultats la Catch-up TV par plateforme puis par programme seront disponibles pour les chaînes en 2013, avant de discuter de leur intégration dans le Médiamat. Si les mesures écran par écran existent déjà – mesure de l'internet, de la vidéo sur internet, de l'internet mobile et de la tablette, Médiamétrie se prépare aussi avec le marché à intégrer les autres écrans à la mesure d'audience TV à partir de 2014 et 2015.

² REM/MEDIAMETRIE - GFK – 4^{ème} trimestre 2012

³ Global TV – Vague 9 avril-mai 2012 - base individus de 15 ans et +

⁴ Global TV vague 9 avril-mai 2012 et Global Catch-Up vague 1 oct-déc 2011 – Univers individus de 15 ans et +

⁵ Global TV – base individus de 15 ans et + équipés d'une Smart TV

⁶ Screen 360 - Juin 2012 – Base : internautes 15 ans et +

⁷ Médiafit – décembre 2012



mediametrie

Les bonnes audiences de l'année

Sport, Politique, actualité : les grands succès de 2012

Le 6 mai 2012, à 20h pour l'annonce du résultat du second tour des présidentielles, 28,8 millions de téléspectateurs étaient devant leur petit écran, un chiffre identique à 2007. 17,8 millions avaient suivi le débat Hollande-Sarkozy entre les deux tours.

Près de 13 millions de téléspectateurs ont regardé sur TF1 la finale Espagne/Italie de l'Euro 2012, 9,3 millions ont regardé le jamaïcain Usain Bolt courir le 100 mètres pour la médaille d'or.

Le 22 mars : le compte-rendu en direct de « l'affaire Merah » a rassemblé 4,2 millions de téléspectateurs devant BFM TV, i>Télé et LCI, un pic d'audience jamais atteint jusqu'ici pour l'agrégat « Chaînes infos ».

La fiction demeure incontournable

Les séries américaines se classent toujours au top : au-dessus des 10 millions de téléspectateurs pour **The Mentalist** sur TF1, ou de 9 millions pour **Dr House**, **Cold Case**, **Castle** sur France 2, **NCIS** sur M6 ont aussi régulièrement plus de 7 millions de fidèles.

Mais les fictions françaises se défendent avec des séries incontournables comme **Joséphine Ange Gardien** sur TF1 (7,5 millions) ou **Une famille formidable** (7,3 millions) **Fais Pas ci, Fais pas ça** (5,4 millions) sur France 2 et des formats courts toujours appréciés de **Nos chers voisins** de TF1 **aux Scènes de ménage** de M6, en passant par **Plus Belle la Vie** (France 3). Des nouveautés créent aussi la surprise comme **No Limit** sur TF1 qui a réuni 7,3 millions de téléspectateurs, **Les Revenants** sur Canal + (1,6 million), et **Ainsi Soient-ils** sur Arte (1,7 million).

Le cinéma, une valeur sûre

Quelques films ont rassemblé plus de 9 millions de téléspectateurs sur TF1 (**Gran Torino**, **L'Age de Glace**). Le cinéma donne régulièrement aux chaînes gratuites de la TNT des audiences de plus d'1,5 million de spectateurs. Avec **Bodyguard**, TMC a même battu un record de 2,1 millions de téléspectateurs en février.

Divertissement et musique fédèrent le public

A commencer par le **Bal des Enfoirés** (13,3 millions de téléspectateurs sur TF1) qui signe le record d'audience de TF1 en 2012. Le succès du concours de la plus belle voix, **The Voice** sur TF1 (9,3 millions) s'inscrit dans un regain du genre, dont profite le concours de l'**Eurovision**, l'émission **La France a un incroyable talent** et les chaînes de la TNT qui ont repris avec succès des classiques comme **Star Academy** sur NRJ12 et **Nouvelle Star**. Cette reprise du programme de M6 a valu à D8 sa meilleure audience en 2012 et poursuit sa progression.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2 M€. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediаметrie.fr. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediаметrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/Mediаметrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau - Tél : 01 47 58 97 26

E-mail : ilellouche-filliau@mediаметrie.fr

Laure Osmanian - Tél : 01 47 58 97 55

E-mail : losmanian@mediаметrie.fr