Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

Offre - consommation - usages

Avril 2012

centre national
du cinéma et de
l'image animée

13 300 heures disponibles en avril 2012

En avril 2012, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de plus de 13 300 heures de programmes (45 300 vidéos). Elle augmente de 2,1 % par rapport à mars 2012 (+1,8 % pour les chaînes nationales historiques et +2,6 % pour les chaînes gratuites de la TNT). L'offre de programmes de flux progresse de 2,0 % et l'offre de programmes de stock est en hausse de 2,9 %. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent 11,9 % de l'offre de TVR en avril. Les principales offres sont proposées par Direct Star, Gulli et TF1 pour l'animation, par M6, TF1 et NRJ12 pour la fiction et par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire. Pour le troisième mois consécutif, l'offre de fiction est majoritairement française en avril (44,0 %). La fiction américaine représente 34,9 % de l'offre de fiction proposée en TVR. 34,1 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 500 heures). 60,6 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (8 100 heures).

228,2 millions de vidéos visionnées

En avril 2012, 228,2 millions de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage sur les services des chaînes du panel, composé notamment des six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) et de six chaînes gratuites de la TNT (W9, TMC, NT1, France 4, i>télé, France Ô). La consommation de TVR est stable par rapport au mois de mars (-0,3 %). 876,7 millions de vidéos ont été regardées en TVR sur les quatre premiers mois de l'année. La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 262,9 millions de vidéos vues en avril (+0,6 %) et 989,3 millions de vidéos visionnées depuis le début de l'année. La consommation de télévision en ligne augmente de 3,4 % sur l'écran de télévision et de 7,6 % sur les terminaux mobiles (téléphone et tablette) alors qu'elle diminue de 1,9 % sur l'ordinateur. L'ordinateur est toutefois le premier support de consommation de la télévision en ligne (61,5 % des vidéos vues en avril) devant l'écran de télévision (25,3 %) et les écrans mobiles (13,2 %). Le divertissement est le genre le plus consommé en avril (34,3 % des vidéos vues), devant la fiction (27,5 %) et l'information (8,4 %). La consommation des documentaires (5,4 millions de vidéos vues) et des programmes jeunesse (11,4 millions) atteint son plus haut niveau. En avril, les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par *The Voice* pour TF1, *On n'demande qu'à en rire* pour France 2, *Plus belle la vie* pour France 3, *Bref* pour Canal+, *N.C.I.S* pour M6, *la Belle et ses Princes presque charmants* pour W9, *90' Enquêtes* pour TMC, le catch pour NT1 et *Touche pas à mon poste* pour France 4.

66,4 % des internautes utilisent les services de TVR

66,4 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en avril 2012 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois. Cette proportion est plus élevée chez les femmes (67,7 %) que chez les hommes (65,1 %) et en région parisienne (69,5 %) que dans le reste de la France (65,6 %). Elle décroît avec l'âge : 81,8 % chez les 15-24 ans, 71,0 % chez les 25-34 ans, 65,8 % chez les 35-49 ans et 47,8 % chez les plus de 50 ans. 43,8 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine. 35,6 % des utilisateurs consomment des programmes au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour. 8,2 % du public regarde quotidiennement des programmes en TVR. En avril 2012, 68,1 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un ordinateur, 53,6 % sur un écran de télévision et 10,0 % sur un appareil mobile (téléphone, tablette, etc.). 43,8 % des utilisateurs interrogés déclarent regarder des programmes entre 20 heures et 22 heures. La tranche 22 heures - minuit (26,2 %) arrive en deuxième position devant la tranche 18 heures - 20 heures (21,7 %). Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 57,4 % en avril.

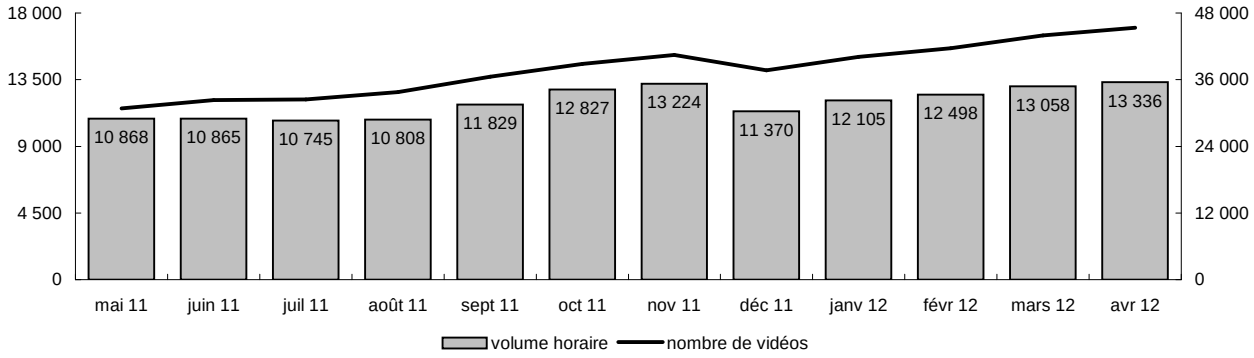
L'offre de TVR - avril 2012

L'offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				volume horaire			
	févr 12	**mars 12**	**avr 12**	**moy 2012[1]**	**févr 12**	**mars 12**	**avr 12**	**moy 2012[1]**
0 à 7 jours	10 185	10 703	10 535	10 377	4 331	4 536	4 545	4 411
8 à 14 jours	245	269	283	243	215	234	257	209
15 à 30 jours	391	468	583	467	329	397	446	372
plus 30 jours	30 860	32 555	33 941	31 697	7 623	7 890	8 088	7 758
total	**41 681**	**43 995**	**45 342**	**42 783**	**12 498**	**13 058**	**13 336**	**12 749**

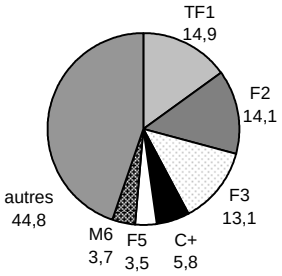
[1] Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

Evolution de l'offre de télévision de rattrapage

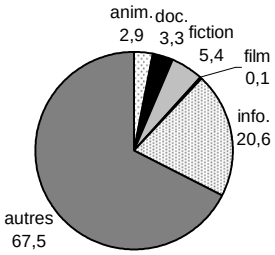


Répartition de l'offre en volume horaire - avril 2012

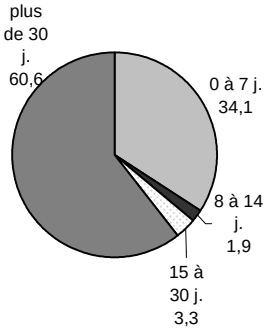
selon la chaîne (%)



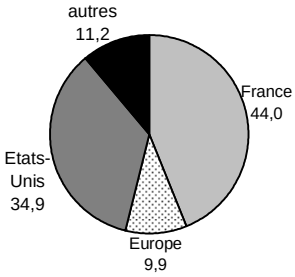
selon le genre (%)



selon la disponibilité (%)

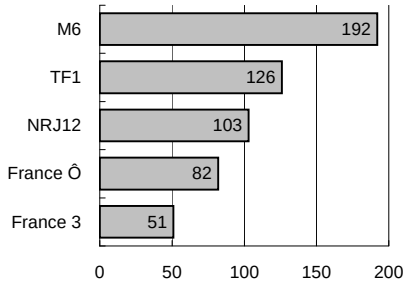


nationalité de la fiction (%)

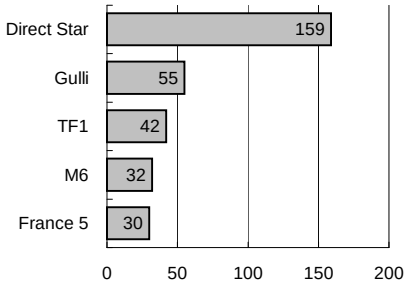


Principales offres par genre en volume horaire - avril 2012

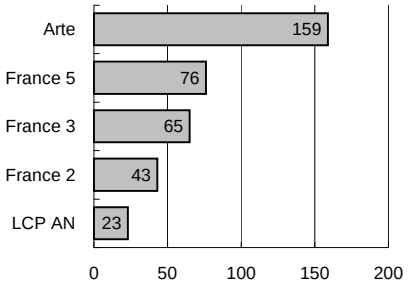
fiction



animation



documentaire



Méthodologie

Le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, un baromètre mensuel sur l'offre de télévision de rattrapage, réalisé par TV-replay.fr. Il présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (18 chaînes) disponible en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire.

Source : CNC - TV-replay.fr

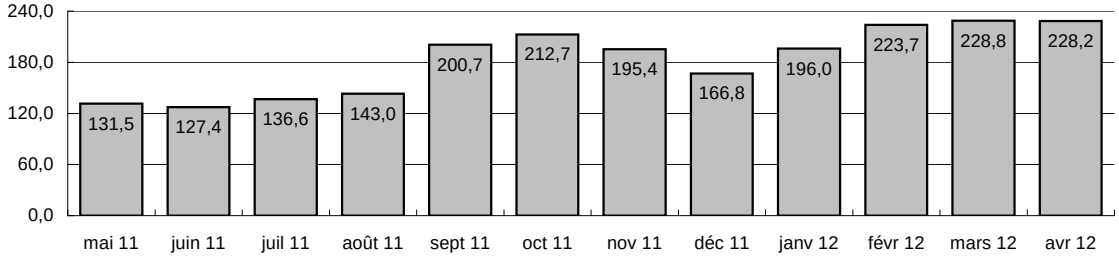
La consommation de TVR - avril 2012

La consommation de télévision en ligne[1] (millions de vidéos vues)

	mai 11	juin 11	juil 11	août 11	sept 11	oct 11	nov 11	déc 11	janv 12	févr 12	mars 12	avr 12	*cumul 2012*
rattrapage	131,5	127,4	136,6	143,0	200,7	212,7	195,4	166,8	196,0	223,7	228,8	228,2	*876,7*
flux direct	7,8	7,0	8,9	10,4	14,1	14,5	13,3	13,1	17,4	17,8	23,6	26,1	*84,9*
bonus	9,2	3,4	22,3	33,8	28,8	17,7	4,8	3,7	4,9	5,4	8,9	8,6	*27,7*
total	**148,5**	**137,8**	**167,8**	**187,2**	**243,5**	**245,0**	**213,5**	**183,5**	**218,2**	**246,9**	**261,3**	**262,9**	***989,3***

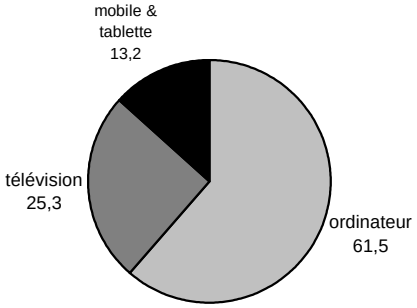
[1] Le périmètre de l'étude est élargi en 2012 en intégrant TMC et NT1.

Evolution de la consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)

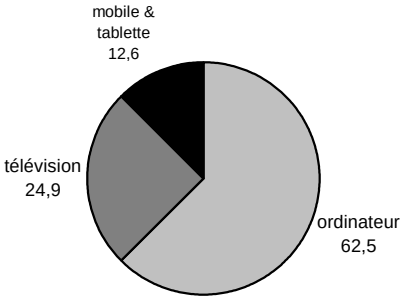


Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le support (%)

avril 2012

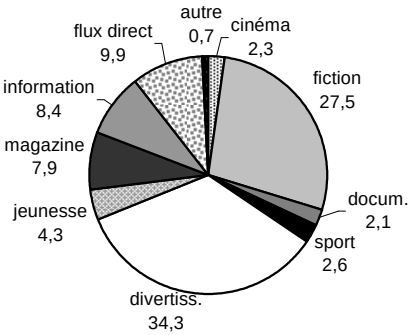


cumul 2012

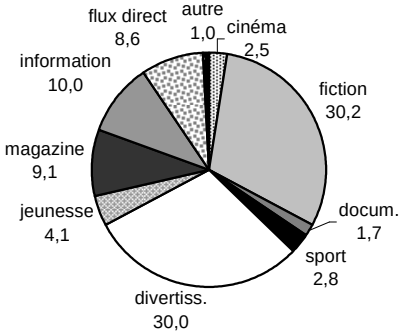


Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le genre (%)

avril 2012



cumul 2012



Classement des programmes les plus consommés - avril 2012

Groupe TF1	Groupe France TV	Groupe Canal+	Groupe M6	Groupe TMC/NT1
The Voice	Plus belle la vie	Bref	La Belle et ses Princes…	Catch
Journaux télévisés	On n'demande qu'à en rire	Le Petit Journal	N.C.I.S.	Les Enquêtes impossibles
Koh Lanta	Journaux télévisés	Le Grand Journal	Scènes de ménages	Tous différents
Clem	Le Jour où tout a basculé	Les Guignols	Un gars, une fille	90' Enquêtes
Esprits criminels	On n'est pas couché	Zapping	Hawaii 5-0	Zone paranormale

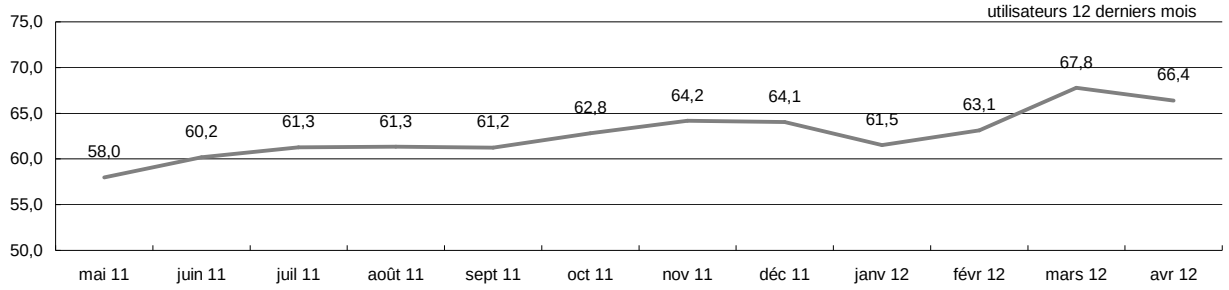
Méthodologie

Le CNC a mis en place en 2011 un baromètre mensuel sur la consommation de télévision de rattrapage, réalisé par NPA Conseil et GfK, associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et TMC Régie, à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats concernant les chaînes suivantes : Canal+, i>Télé ; 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Teva ; TF1, LCI ; à partir de janvier 2012 TMC, NT1.

Source : Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

Les usages de la TVR - avril 2012

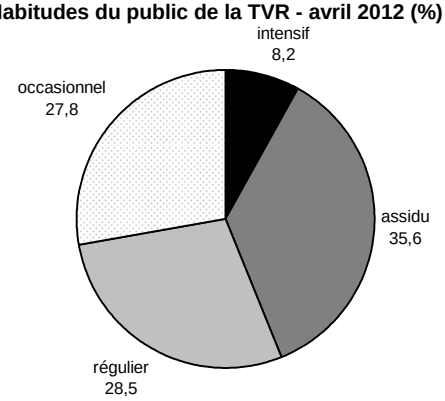
Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



Le public de la TVR (%)

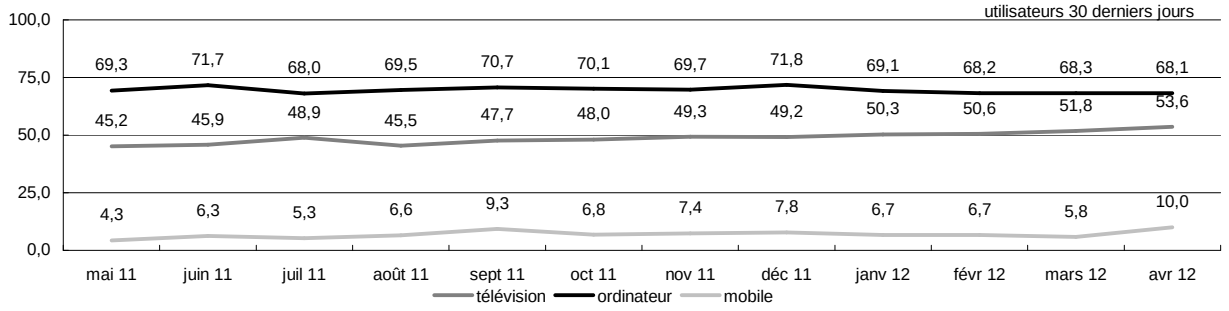
	pénétration		structure du public	
	avril 2012	cumul 2012	avril 2012	cumul 2012
sexe				
homme	65,1	62,2	49,0	48,0
femme	67,7	67,2	51,0	52,0
âge				
15-24 ans	81,8	77,6	28,3	27,6
25-34 ans	71,0	73,7	23,5	25,0
35-49 ans	65,8	62,3	31,7	30,8
50 ans et plus	47,8	46,7	16,5	16,6
CSP				
CSP+	67,0	66,0	37,3	37,8
CSP-	68,9	66,4	31,1	30,8
inactifs	63,6	61,7	31,6	31,5
dont étudiants	*81,6*	*78,2*	*13,2*	*13,5*
habitat				
Paris RP	69,5	65,7	23,0	22,3
régions	65,6	64,5	77,0	77,7
ensemble	**66,4**	**64,7**	**100,0**	**100,0**

Habitudes du public de la TVR - avril 2012 (%)

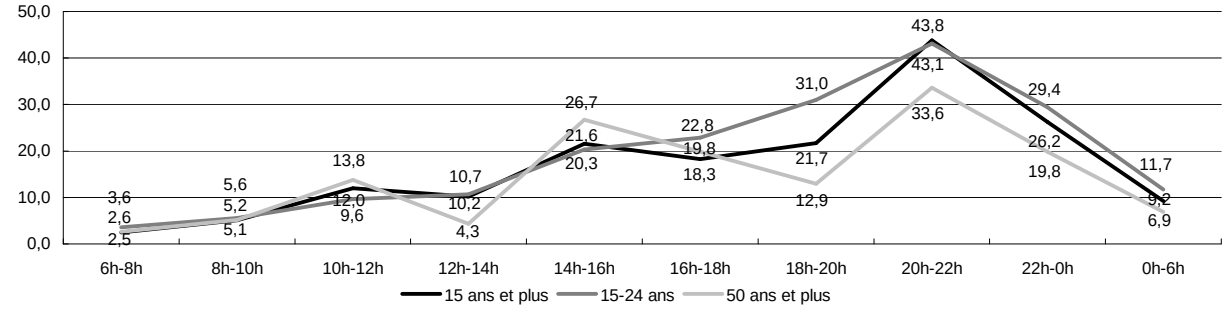


utilisateur intensif : au moins une fois par jour,
assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour,
régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine,
occasionnel : moins souvent.

Pénétration de la TVR selon le support (%)



Pénétration de la TVR selon l'horaire (%) - avril 2012



Méthodologie

Le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, un baromètre mensuel sur l'usage de la télévision de rattrapage. Les usages sont mesurés par un sondage en ligne réalisé par Harris Interactive auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus par mois.

Source : CNC - Harris Interactive.