

Communiqué de presse spécial Festival de Cannes



Le grand retour des films à la télévision

A l'occasion de l'une des plus grandes conférences organisées lors du Festival de Cannes le 15 mai par L'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA), **Jacques Braun**, Vice-Président d'Eurodata TV Worldwide a déclaré : « *les films font leur grand retour à la télévision et ont retrouvé un nouveau souffle, grâce au développement de la TNT et aux nouvelles chaînes lancées ces 2 dernières années.* »

La consommation TV dans le monde poursuit sa croissance pour atteindre un nouveau record en 2010 avec 3h10 par jour et par personne, soit 6 minutes de plus qu'il y a 5 ans. Cette croissance touche également les jeunes adultes – âgés de 15 à 24 ans - : les jeunes Anglais regardent 14 minutes de plus la télévision que l'an passé, les jeunes américains, 5 minutes supplémentaires et les jeunes Français 3 minutes de plus. Tous les genres télévisuels ont tiré profit de cette augmentation et tout particulièrement les films.

L'année 2010 est marquée à travers le monde par l'irrésistible ascension des films parmi les 10 meilleures audiences TV. En 2 ans, la proportion de films dans ces tops 10 mondiaux a été multipliée par 2 : de 8% en 2008 à 15% en 2010. Les principaux protagonistes de cet engouement sont des films à marques fortes comme « Pirates des Caraïbes » ou « Harry Potter » et surtout la comédie française à succès : « Bienvenue chez les Ch'tis » qui a réuni le plus de téléspectateurs.

PAYS	CHAINE	PROGRAMME	TELESPECTATEURS	PART D'AUDIENCE
FRANCE	TF1	BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS	14,4 millions	51,0%
BELGIQUE	RTL-TVI	BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS	1,4 millions	66,6%
FRANCE	TF1	HARRY POTTER ET L'ORDRE DU PHOENIX	7,5 millions	30,4%
ALLEMAGNE	PRO7	HARRY POTTER ET L'ORDRE DU PHOENIX	7,3 millions	21,0%
ALLEMAGNE	PRO7	PIRATES DES CARAIBES - JUSQU'AU BOUT DU MONDE	7 millions	22,5%
ESPAGNE	TVE1	PIRATES DES CARAIBES - JUSQU'AU BOUT DU MONDE	5,7 millions	31,7%

Le retour en grâce des films à la télévision repose sur le développement de la TNT et ses nouvelles chaînes. Par ailleurs, la part de marché des autres chaînes « non-historiques » se développe de plus en plus : 44,9% au Royaume-Uni, 31,1% en France. Si les blockbusters les plus récents sont toujours diffusés sur les chaînes dites « historiques », les chaînes de la TNT proposent de plus en plus aux téléspectateurs de réelles alternatives grâce à des films plus « classiques » et qui fédèrent de plus en plus un large public. A titre d'exemple, la chaîne française TMC a effectué sa meilleure audience avec le film « Dirty Dancing » - 8,3% de part d'audience - contre 3,4% les mois précédents sur le même créneau horaire.

Les comédies et les films policiers sont particulièrement populaires sur les principales chaînes : en Espagne, 11% des programmes proposés sont des films et ils représentent 18% de ce que les téléspectateurs regardent.

Comme le souligne le rapport « Feature Films on TV », qui sortira prochainement, l'augmentation de la durée d'écoute de la télévision et l'attrait grandissant pour les films à la télévision vont de pair avec le développement de la HD et des débuts de la 3D à la télévision, tout comme l'explosion d'Internet et de l'usage du différé.

A propos d'Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide distribue l'information des sociétés de mesure de l'audience de la télévision dans le monde, grâce à des accords de partenariat. Eurodata TV Worldwide couvre plus de 3000 chaînes, soit 2,8 milliards de téléspectateurs, dans plus de 80 pays et fournit une information quotidienne et exhaustive sur la programmation, les contenus, la production, la distribution internationale et les audiences des programmes par cible, provenant directement de ses homologues dans le monde entier. Cette gamme de services d'aide à la décision s'adresse aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droits, sponsors, etc.

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.

Contacts Presse:

Nelly Dubner - Tel : 01 47 58 97 26
E-mail : ndubner@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero - Tel: 01 47 58 97 55
E-mail: losmanian@mediametrie.fr

Pour toute information commerciale :

Alexandre Callay, **Directeur Eurodata TV Worldwide** - Tel: 01 47 58 36 24 - acallay@eurodatatv.com

www.mediametrie.fr - www.eurodatatv.com - www.e-nota.com