

COMMUNIQUE DE PRESSE

RESULTATS DE L'ETUDE GLOBAL TV
14,5 millions d'adeptes de la Catch up TV

La nouvelle vague de l'étude Global TV, conduite par Médiamétrie en avril et mai 2011, est marquée par deux tendances : tout d'abord l'accélération du visionnage de programmes en différé via des services de Catch-Up TV. Second constat : la place croissante de l'ordinateur et du téléphone mobile comme écrans complémentaires au téléviseur pour le visionnage de programmes en direct. La tablette tactile fait également son entrée.

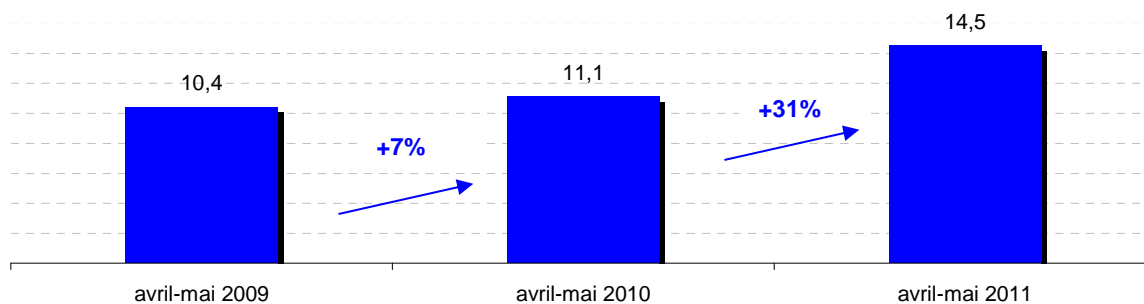
LA CATCH-UP TV PREND SON ENVOL

De plus en plus de téléspectateurs utilisent la Catch-Up TV – télévision de rattrapage – pour regarder ou revoir un programme qu'ils ont manqué ou particulièrement apprécié. Près de 3 personnes sur 10, soit **14,5 millions** de 15 ans et plus, regardent occasionnellement des programmes télévisés en Catch-Up TV. En un an, Global TV relève **3,4 millions** de nouveaux adeptes. Ces services ont plus particulièrement conquis les 15-24 ans : 3 sur 5 sont des « *catch-uppers* ».

Près d'1 individu sur 5 (19%) regarde les programmes de Catch-Up TV sur l'écran d'ordinateur (en streaming sur Internet). En parallèle, ils sont deux fois plus nombreux qu'il y a un an à utiliser leur téléviseur (6,7% des individus) ou le téléphone mobile (2 %).

La tablette tactile – qui fait son entrée dans l'étude – apparaît comme un support émergent.

**Evolution de la consommation de la Catch-Up TV
 quel que soit le support (ordinateur, TV, smartphone, tablette,...)**



■ Personnes ayant déjà regardé ou revu un programme de télévision après sa diffusion (en millions)

Base : individus de 15 ans et plus



mediametrie

ORDINATEUR, SMARTPHONE ET TABLETTE : NOUVEAUX RELAIS DU DIRECT

Selon l'étude Global TV, le public s'approprié aussi les écrans « alternatifs » pour les programmés diffusés en direct. Près **d'1 Français sur 5** a déjà regardé la télévision « live » sur de nouveaux écrans - ordinateur fixe ou portable, baladeur multimédia, smartphone ou tablette tactile. Un bond de **25%** en un an.

Cette croissance est tirée tout d'abord par l'écran d'ordinateur (fixe ou portable) qui s'impose comme second écran pour les programmes TV en direct auprès d'1 personne sur 6 (**16%**).

Le téléphone mobile progresse aussi : **6%** des 15 ans et plus l'ont déjà utilisé pour regarder la télévision en direct. Une progression notamment liée au développement des offres des opérateurs mobiles et au lancement d'applications Smartphone des chaînes de télévision qui permettent d'accéder au flux live.

La tablette tactile - encore réservée à quelques « early adopters » - fait son apparition comme nouvel écran « live » : **0,8%** des personnes de 15 ans et plus l'utilisent pour regarder la télévision en direct.

Ces pratiques sont aussi particulièrement développées chez les jeunes entre 15 et 24 ans : ils sont près de 2 sur 5 à avoir déjà regardé des programmes TV en « live » sur les nouveaux écrans.

Ces nouveaux comportements s'inscrivent en complément du visionnage en direct sur le téléviseur, toujours choisi par 97% des personnes et pour des durées de plus en plus longues. Toutefois, Global TV démontre que ces tendances – favorisées par la multiplication des offres et des équipements - s'ancrent progressivement mais sûrement dans les habitudes des téléspectateurs.

L'étude Global TV a pour objectif de suivre l'ensemble de la consommation de contenus TV quels que soient le moment, le lieu et l'écran. Elle complète ainsi les études de références de Médiamétrie dédiées à la télévision et à l'internet qui permettent de mesurer l'audience des contenus sur téléviseur, ordinateur et téléphone mobile.

Ces résultats sont issus de la vague 7 de l'étude Global TV, menée entre le 3 avril et le 11 juin 2011 auprès de 7 000 personnes représentatives de la population âgée de 15 ans et plus.

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 2010, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 67,5 millions d'euros.

Contacts presse :

Laure Osmanian Molinero – tél: 01 47 58 97 55 - e-mail : losmanian@mediametrie.fr

Anaïs Barteau – tél : 01 47 58 97 26 – e-mail : abarteau@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr