

# Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

Offre - consommation - usages  
Décembre 2011

### **11 400 heures disponibles en décembre 2011**

En décembre 2011, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de près de 11 400 heures de programmes (37 700 vidéos). Elle diminue de 14,0 % par rapport à novembre, dont -9,7 % pour les chaînes nationales historiques et -19,3 % pour les chaînes de la TNT. Ce recul s'explique notamment par la programmation spéciale des chaînes pour les fêtes de fin d'année. La diminution de l'offre concerne autant les programmes de flux (-14,0 %) que les programmes de stock (-14,2 %). L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent 12,0 % de l'offre de TVR en décembre. Les principales offres sont proposées par Direct Star pour l'animation, par M6 pour la fiction et par Arte pour le documentaire. Plus de la moitié (53,0 %) de l'offre de fiction est européenne (fiction française incluse). La fiction française (39,9 %) devance la fiction américaine (39,0 %) en décembre. 35,3 % de l'offre de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 000 heures). 60,7 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (6 900 heures).

### **166,8 millions de vidéos visionnées**

En décembre 2011, 166,8 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). La consommation de télévision de rattrapage recule de 14,6 % par rapport au mois de novembre. 1 812,4 millions de vidéos ont été regardées en TVR en 2011. 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 183,5 millions de vidéos vues en décembre (-14,0 % par rapport à novembre) et 2 093,4 millions de vidéos visionnées sur l'ensemble de l'année. La consommation recule de 18,0 % sur ordinateur et de 13,3 % sur la télévision. Elle atteint en revanche son plus haut niveau sur les téléphones mobiles et tablettes (+20,1 %). La part de la consommation sur ordinateur est en baisse en 2011, passant de 74,4 % en janvier à 65,8 % en décembre. L'ordinateur demeure toutefois le premier support de consommation de la télévision en ligne devant l'écran de télévision (23,7 % en décembre) et les supports mobiles, qui composent pour la première fois plus de 10 % de la consommation (10,4 % en décembre). Selon le genre, la diminution de la consommation porte principalement sur les divertissements (-22,3 %) et les magazines (-22,5 %). Le cinéma affiche une progression de 13,5 %. La fiction française s'est imposée parmi les meilleures audiences de télévision en ligne en 2011. En décembre, elle apparaît en tête des programmes les plus consultés sur les services du groupe France Télévisions (*Plus belle la vie*), du groupe Canal+ (*Bref*) et du groupe M6 (*Scènes de ménages*).

### **64,1 % des internautes utilisent les services de TVR**

La pénétration de la télévision de rattrapage progresse de 8,9 points en un an. 64,1 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en décembre 2011 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois (55,2 % en décembre 2010). Cette proportion est légèrement plus élevée parmi les femmes (64,7 %). La majorité des internautes de moins de 50 ans regardent des programmes en TVR. La pénétration décroît avec l'âge : 79,5 % chez les 15-24 ans, 73,4 % chez les 25-34 ans, 60,6 % chez les 35-49 ans et 44,4 % chez les plus de 50 ans. Elle est plus importante à Paris et en région parisienne (65,1 %). 41,3 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine. Plus d'un utilisateur sur trois consomme des programmes au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour (33,6 %). Les supports de consommation se cumulent : 71,8 % des utilisateurs regardent des programmes sur un ordinateur, 49,2 % sur un écran de télévision et 7,8 % sur un appareil mobile (téléphone, tablette, etc.). Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 55,9 % en décembre.

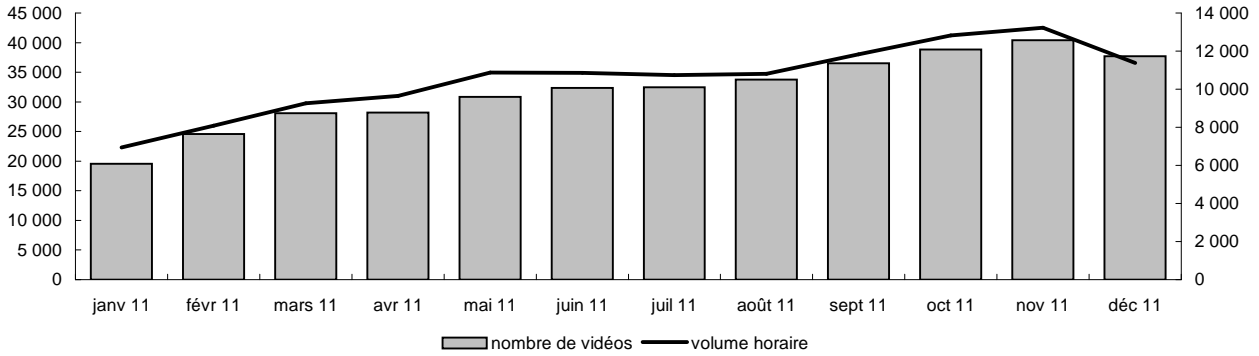
# L'offre de TVR - décembre 2011

## L'offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				volume horaire			
	oct 11	nov 11	déc 11	moy 2011 <sup>1</sup>	oct 11	nov 11	déc 11	moy 2011 <sup>1</sup>
0 à 7 jours	9 818	10 128	9 332	8 786	4 241	4 259	4 019	3 377
8 à 14 jours	180	195	221	252	144	167	157	201
15 à 30 jours	1 179	739	395	459	657	445	295	287
plus 30 jours	27 667	29 365	27 735	22 441	7 785	8 353	6 899	6 674
<b>total</b>	<b>38 844</b>	<b>40 427</b>	<b>37 683</b>	<b>31 937</b>	<b>12 827</b>	<b>13 224</b>	<b>11 370</b>	<b>10 539</b>

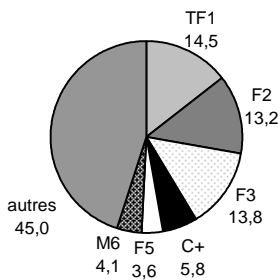
<sup>1</sup> Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

## Evolution de l'offre de télévision de rattrapage

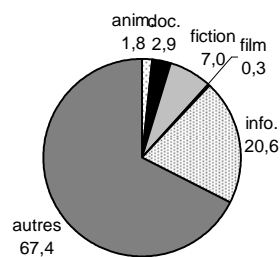


## Répartition de l'offre en volume horaire - décembre 2011

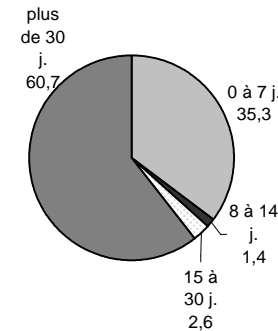
selon la chaîne (%)



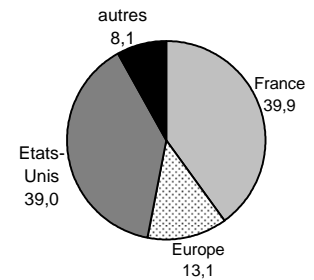
selon le genre (%)



selon la disponibilité (%)

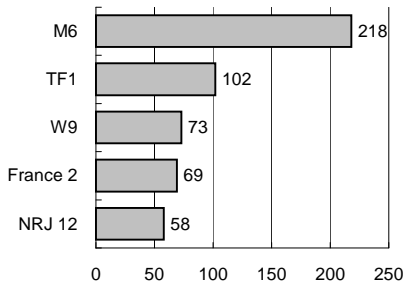


nationalité de la fiction (%)

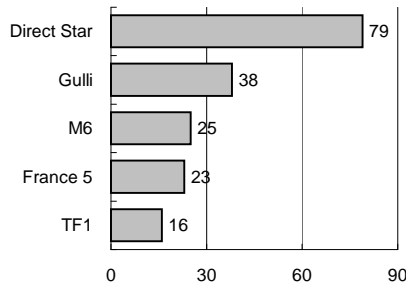


## Principales offres par genre en volume horaire - décembre 2011

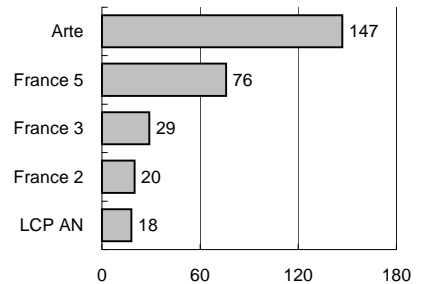
fiction



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.

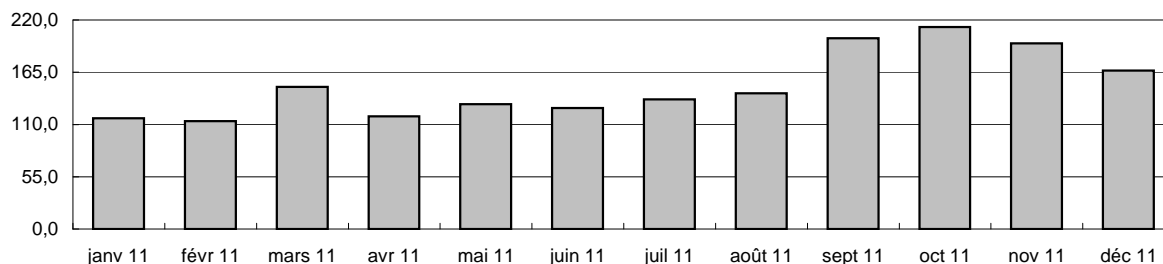
Source : CNC - TV-replay.fr

# La consommation de TVR - décembre 2011

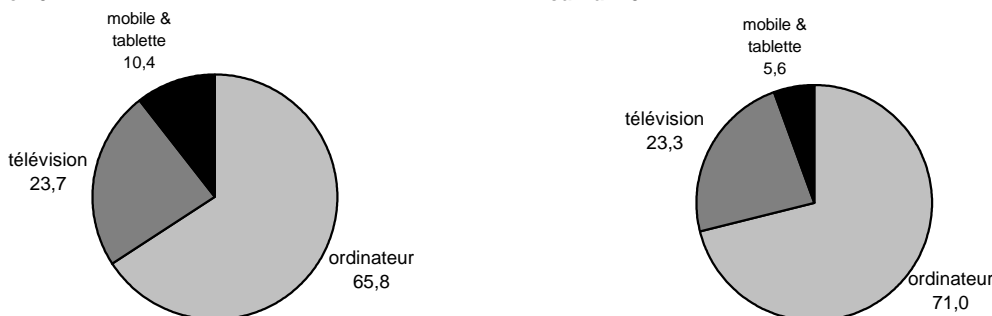
## La consommation de télévision en ligne (millions de vidéos vues)

	janv 11	févr 11	mars 11	avr 11	mai 11	juin 11	juil 11	août 11	sept 11	oct 11	nov 11	déc 11	cumul
rattrapage	116,6	113,5	149,5	118,7	131,5	127,4	136,6	143,0	200,7	212,7	195,4	166,8	1 812,4
flux direct	9,2	8,0	9,2	6,6	7,8	7,0	8,9	10,4	14,1	14,5	13,3	13,1	122,2
bonus	5,6	5,0	15,3	9,3	9,2	3,4	22,3	33,8	28,8	17,7	4,8	3,7	158,8
<b>total</b>	<b>131,4</b>	<b>126,5</b>	<b>174,0</b>	<b>134,7</b>	<b>148,5</b>	<b>137,8</b>	<b>167,8</b>	<b>187,2</b>	<b>243,5</b>	<b>245,0</b>	<b>213,5</b>	<b>183,5</b>	<b>2 093,4</b>

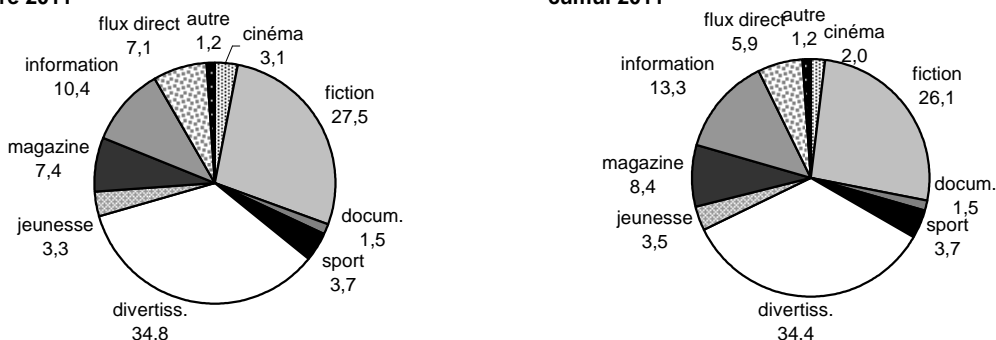
## Evolution de la consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



## Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le support (%) décembre 2011



## Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le genre (%) décembre 2011



## Classement des programmes les plus consommés - décembre 2011

Groupe TF1	Groupe France Télévisions	Groupe Canal+	Groupe M6
1 Koh Lanta	Plus belle la vie	Bref	Scènes de ménages
2 JT 13H	On n'demande qu'à en rire	SAV	Incroyable talent
3 JT 20H	JT	Le Petit Journal	NCIS
4 JT Week-end	Castle	Le Zapping	The Good Wife
5 Esprits criminels	Fais pas ci fais pas ça	Les Guignols	NCIS : Los Angeles

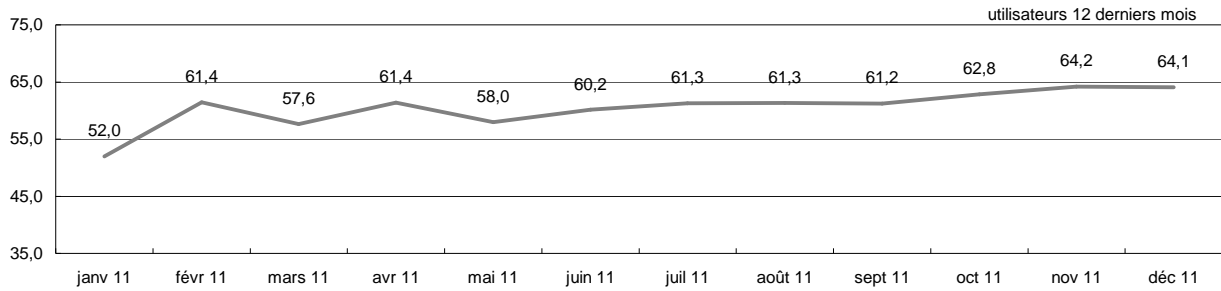
## Méthodologie

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 et TF1 Publicité Digital à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données 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.

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

# Les usages de la TVR - décembre 2011

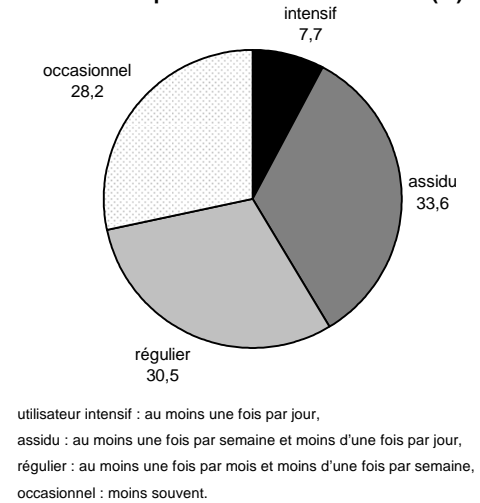
## Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



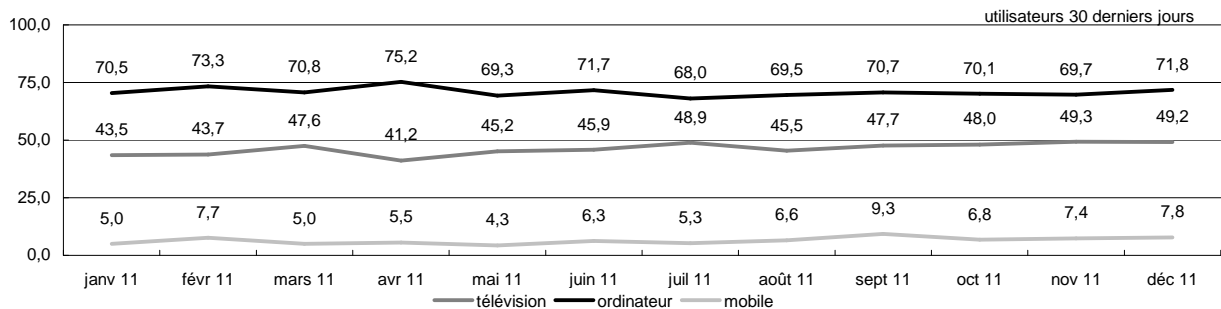
## Le public de la TVR (%)

	pénétration		structure du public	
	déc 2011	cumul 2011	déc 2011	cumul 2011
<b>sexe</b>				
homme	63,3	59,2	49,5	48,9
femme	64,7	61,8	50,5	51,1
<b>âge</b>				
15-24 ans	79,5	76,8	28,5	29,2
25-34 ans	73,4	70,8	25,2	25,8
35-49 ans	60,6	55,8	30,3	29,6
50 ans et plus	44,4	40,7	15,9	15,5
<b>CSP</b>				
CSP+	63,1	60,5	36,4	37,0
CSP-	65,7	61,7	30,8	30,6
inactifs	63,5	59,4	32,7	32,4
<i>dont étudiants</i>	<i>78,0</i>	<i>76,8</i>	<i>16,9</i>	<i>14,2</i>
<b>habitat</b>				
Paris RP	65,1	62,1	22,4	22,6
régions	63,8	60,0	77,6	77,4
<b>ensemble</b>	<b>64,1</b>	<b>60,5</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

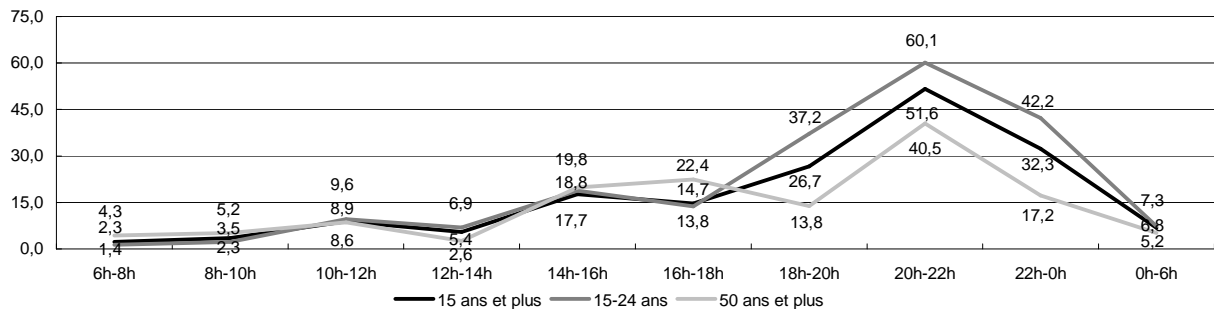
## Habitudes du public de la TVR - déc 2011 (%)



## Pénétration de la TVR selon le support (%)



## Pénétration de la TVR selon l'horaire (%) - décembre 2011



### 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.