

Levallois, le 8 mars 2012

Communiqué de presse KIDS TV REPORT

Petit écran, grand rendez-vous pour les enfants

La publication du **Kids TV Report** 2012 confirme l'engouement des enfants pour le petit écran, avec une durée d'écoute en nette augmentation au cours des deux dernières années en Europe. Johanna Karsenty, Responsable d'Etudes chez Eurodata TV Worldwide souligne que *« les habitudes des enfants à l'égard de la télévision changent, les nouvelles technologies leur permettent de suivre davantage leurs personnages préférés, un phénomène qui booste les audiences. »*

La télévision, un loisir plébiscité par les plus jeunes

En 2011, la durée d'écoute des enfants a encore progressé. En France, les enfants âgés de 4 à 14 ans ont passé en moyenne 6 minutes de plus par jour devant la télévision soit 2h18min. Les jeunes Italiens quant à eux confirment leur position parmi les plus gros consommateurs de télévision en Europe, avec en moyenne 2 heures et 42 minutes par jour, soit 3 minutes de plus que l'année dernière. A noter que dans ces deux pays la mesure de l'audience en différé est prise en compte depuis 2011.

Après une année record en 2010, boostée par de grands événements sportifs comme la Coupe du Monde de football, la durée d'écoute des enfants reste forte en 2011, avec un temps passé devant la télévision bien supérieur à 2009 dans les cinq grands marchés que sont l'Allemagne, l'Espagne, la France, l'Italie et le Royaume-Uni.

Des chaînes jeunesse fédératrices et concurrentielles

Face à la multiplication de l'offre de chaînes et de contenus, les leaders sont fortement challengés. Au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne les chaînes jeunesse locales CBBC / CBeebies, Super RTL / KiKA et Clan dominant toujours leur marché respectif. Alors que les chaînes leaders britanniques et allemandes continuent de progresser, en Espagne, Clan, largement plébiscitée, est davantage concurrencée. La chaîne Boing (Mediaset), lancée en septembre 2010, enregistre des performances impressionnantes. Auprès des enfants âgés de 4 à 12 ans, elle atteint une part d'audience de 9,2% au second semestre 2011 contre 4,8% entre septembre et décembre 2010.

Au Royaume-Uni où la concurrence est particulièrement forte, les « chaînes +1 », très appréciées des enfants, prennent une part grandissante. Celles-ci permettent au jeune public de retrouver leurs héros préférés à un autre moment grâce à une diffusion en décalé de la programmation. Disney Channel +1 en est un exemple probant. Alors que CBBC domine avec une part d'audience moyenne de 6% sur l'ensemble de la journée, Disney Channel + 1 se place en cinquième position parmi les chaînes jeunesse avec une part d'audience de 1,6% auprès des enfants de 4 à 15 ans.

L'animation, en tête des palmarès

Au sein des programmes jeunesse, magazines, programmes de divertissement et séries, continuent de concurrencer les dessins animés, toujours leaders auprès du jeune public. Au cours du second semestre 2011, ces autres genres représentent en moyenne 40% des programmes préférés des enfants selon les tops 15. On observe toutefois de nombreuses spécificités locales.

En France, en Italie et en Espagne les palmarès restent largement dominés par l'animation. Ce genre représente 90% des programmes les plus performants en France. Au Royaume-Uni et en Allemagne les programmes de flux (magazines, jeux, etc.) tiennent une place importante tant au sein des grilles que des palmarès.

Dans tous les pays, le haut des classements des programmes jeunesse est toujours réservé à l'animation. En Italie, la première place est détenue par le manga **Dragon Ball Z (Italia 1)**, deux autres places dans le top cinq sont aussi occupées par des formats japonais. En Espagne, le dessin animé américain **Fanboy et Chum Chum (Clan)** prend la tête du classement suivi par les célèbres **Pingouins de Madagascar** et **Bob l'éponge**.

En France, le court métrage spécial Halloween **Shrek, fais-moi peur ! (TF1)** se place en tête du classement, juste devant **Beyblade Metal Masters (Gulli)**. En Allemagne le leader habituel **Unser Sandmaennchen (KiKA)** est détrôné par le dessin animé **Elefantastich! (KiKA)**.

Programmes les plus regardés par pays

PAYS	Chaîne	Programme	Nb de téléspectateurs (000) Cible
FRANCE	TF1	SHREK, FAIS MOI PEUR!	474.5 (Enfants 4-14)
ALLEMAGNE	KiKA	ELEFANTASTISCH!	460.6 (Enfants 3-13)
ITALIE	Italia 1	DRAGON BALL Z	395.7 (Enfants 4-14)
ESPAGNE	Clan	FANBOY & CHUMCHUM	182.5 (Enfants 4-12)
ROYAUME-UNI	Channel 4	LES SIMPSON	283.0 (Enfants 4-15)

Periode: Juillet-Décembre 2011. Classement basé sur la performance moyenne des programmes pour enfants.

Eurodata TV Worldwide sera présent sur le stand 06.10 au MIPTV 2012, l'occasion de découvrir ce rapport ainsi que l'ensemble des rapports thématiques sur la fiction, le divertissement, le cinéma et le sport.

À 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. La banque de données Eurodata TV Worldwide couvre plus de 3 000 chaînes, 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. Ces résultats s'intègrent dans une gamme de services d'aide à la décision qui s'adressent aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droits, sponsors, etc. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.eurodata.fr. Suivez nous sur Twitter: <https://twitter.com/#!/EurodataTV> et sur Facebook: www.facebook.com/EurodataTV.

À 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 M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediametrie.fr. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/audiencelemag

Contact presse :

Anaïs Barteau - Tél. : + 33 1 47 58 97 26

E-mail : abarteau@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero - Tél. : + 33 1 47 58 97 55

E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Alexandre Callay, **Directeur Eurodata TV Worldwide** - Tél. : + 33 1 47 58 36 24

E-mail : acallay@eurodatatv.com