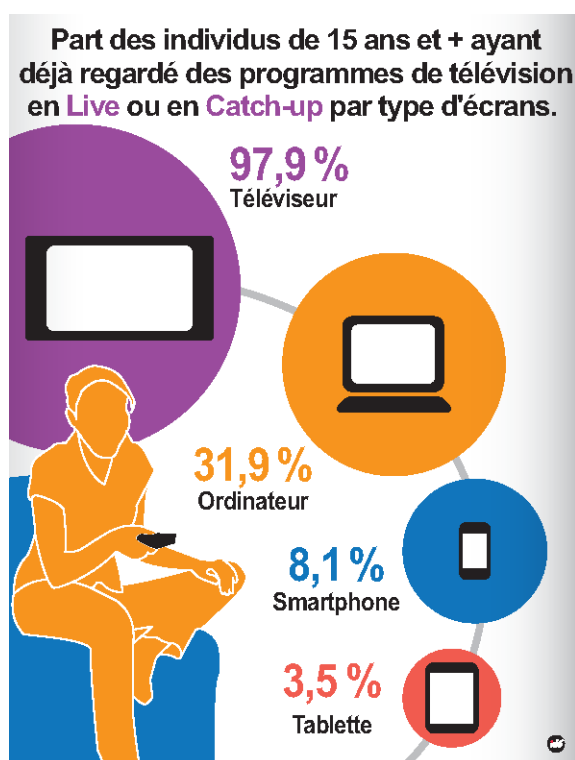


## COMMUNIQUE DE PRESSE

### GLOBAL TV

#### Toujours plus de télévision sur tous les écrans

La possibilité de regarder la télévision en Live <sup>(1)</sup> ou en Catch-up <sup>(2)</sup>, quel que soit l'écran, accélère la consommation télévisuelle.



Le **téléviseur** reste l'écran privilégié par le public pour la consommation de contenus et programmes TV : **97,9%** des individus de 15 ans et + déclarent regarder la télévision **en Live** ou **en Catch-up** sur un **téléviseur**.

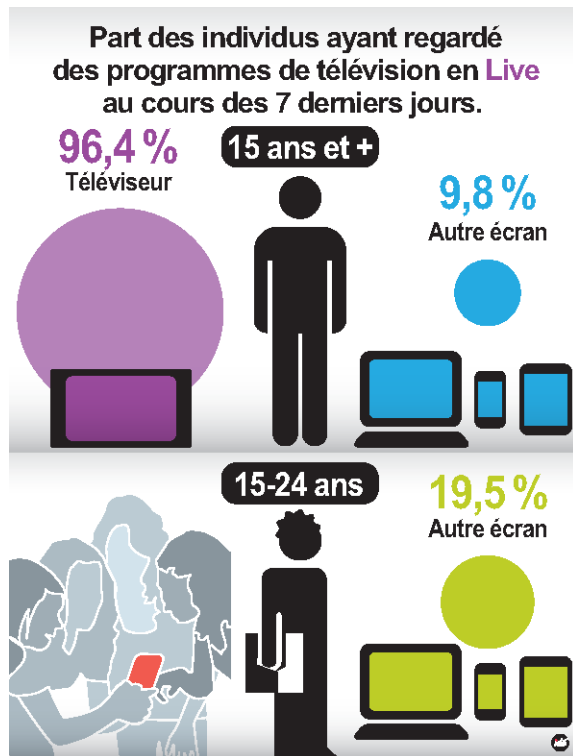
Cependant, regarder la télévision en Live ou en Catch-up sur un autre écran que le téléviseur - ordinateur, smartphone ou tablette - est un usage qui progresse.

En effet, **35,4%** des plus de 15 ans ont déjà regardé des programmes de télévision **en Live** ou **en Catch-up** sur l'un de ces écrans soit 2,8 points de plus que l'année dernière. Plus connectés, les jeunes utilisent près de deux fois plus que la moyenne cette façon de regarder des contenus TV quand ils le souhaitent et sur l'écran de leur choix : **66%** des **15-24 ans** ont déjà utilisé un autre écran comme alternative au téléviseur pour une consommation TV Live ou Catch-up.

Premier écran après le téléviseur, l'**ordinateur** a déjà été utilisé par **31,9%** de la population pour regarder la télévision, en Live ou en Catch-up. **Smartphones** et **tablettes** sont de plus en plus appréciés pour ces usages : le **smartphone**, utilisé par **8,1%** des individus progresse de **1,8 points** et la tablette utilisée par **3,5%** des 15 ans et + augmente de **2,6 points**.



mediametrie



### Les autres écrans : une audience complémentaire à celle du téléviseur pour le Live

Pour regarder les programmes TV au moment même de leur diffusion, le téléviseur se révèle incontournable : **96,4%** des individus ont consulté des programmes en Live sur un téléviseur au cours des 7 derniers jours. En comparaison sur la même période, on compte près de **10%** des 15 ans et + qui déclarent avoir regardé la télévision en Live sur un autre écran (ordinateur, smartphone ou tablette). Seuls 0,6% des individus ont regardé la télévision exclusivement sur un autre écran que le téléviseur au cours des 7 derniers jours. Les 15-24 ans sont moteurs de ces pratiques ; ils sont en proportion deux fois plus nombreux (**19,5%**) que la moyenne de la population à regarder des contenus de TV en Live sur un autre écran.

Ces résultats sont issus de la vague 9 de l'étude Global TV, menée en **avril-mai 2012** auprès de **7 000 personnes** représentatives de la population âgée de 15 ans et plus.

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.

(1) Au moment de la diffusion des programmes

(2) Télévision de rattrapage

### 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 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2M€

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/Mediаметrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediаметrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com/Mediаметrie](http://www.facebook.com/Mediаметrie)

### Pour toute information presse contacter :

Isabelle Lellouche-Filliau - Tel.: 01 47 58 97 26 - E-mail : [ilellouche-filliau@mediаметrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediаметrie.fr)

Laure Osmanian Molinero - Tel.: 01 47 58 97 55 - E-mail : [losmanian@mediаметrie.fr](mailto:losmanian@mediаметrie.fr)