

Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

Offre - consommation - usages
Avril 2013

14 100 heures disponibles en avril 2013

En avril 2013, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de près de 14 100 heures de programmes. L'offre augmente de 7,1 % par rapport à mars 2013 (+11,3 % pour les chaînes nationales historiques et +2,7 % pour les chaînes gratuites de la TNT). Elle progresse de 8,5 % à 12 100 heures pour les programmes de flux alors qu'elle recule de 0,6 % à 2 000 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 14,1 % de l'offre de TVR en avril. Les principales offres sont proposées par France Ô, M6 et TF1 pour la fiction, par Gulli, France 5 et TF1 pour l'animation et par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire. En avril, la fiction française compose 36,2 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 31,3 % pour la fiction américaine, 12,9 % pour la fiction européenne non française et 19,7 % pour la fiction d'autres nationalités. 31,2 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 400 heures). 64,4 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (9 100 heures).

195,5 millions de vidéos visionnées

En avril 2013, 195,5 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) et de huit chaînes gratuites de la TNT (D8, W9, TMC, NT1, France 4, i>télé, D17, France Ô). La consommation de TVR recule de 1,2 % par rapport au mois de mars 2013. 798,7 millions de vidéos ont été regardées en TVR sur les quatre premiers mois de l'année. 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 239,5 millions de vidéos vues en avril 2013 (-1,2 %) et 968,5 millions de vidéos visionnées depuis le début de l'année. En avril, l'ordinateur demeure le support principal de la consommation de télévision en ligne (48,5 % des vidéos vues), devant l'écran de télévision (33,9 %) et les mobiles et tablettes (17,6 %). La fiction est le genre de programmes le plus consommé (30,6 % des vidéos vues), devant le divertissement (20,5 %) et le magazine (10,1 %). Les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 43,0 % de la consommation. Les meilleures audiences de fiction en télévision de rattrapage sont réalisées par des séries françaises : *Clem* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *Soda* pour le groupe M6 et *les Mystères de l'amour* pour le groupe TMC/NT1.

69,7 % des internautes utilisent les services de TVR

69,7 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en avril 2013 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois. Cette proportion est en hausse de 3,3 points par rapport à avril 2012. La pénétration de la TVR s'établit à 80,5 % chez les 15-24 ans, 72,9 % chez les 25-34 ans, 70,3 % chez les 35-49 ans et 54,9 % chez les 50 ans et plus. 39,2 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 32,4 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 28,4 % moins d'une fois par mois. Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 60,9 % des internautes en avril 2013. 65,3 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur ordinateur, 58,2 % sur un écran de télévision, 17,0 % sur un appareil mobile dont 10,8 % sur une tablette et 9,3 % sur un téléphone mobile. 53,0 % du public déclare utiliser les services de TVR entre 20 heures et 22 heures. Cette proportion s'établit à 58,0 % chez les 15-24 ans, contre 38,7 % chez les 50 ans et plus. En avril 2013, TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR. 53,5 % du public déclare en effet avoir regardé en TVR des programmes diffusés sur TF1. M6 se situe en deuxième position (48,1 %) devant France 2 (27,9 %). Parmi les chaînes de la TNT, W9 (10,3 %) est en tête devant NRJ12 (9,4 %) et D8 (6,2 %).

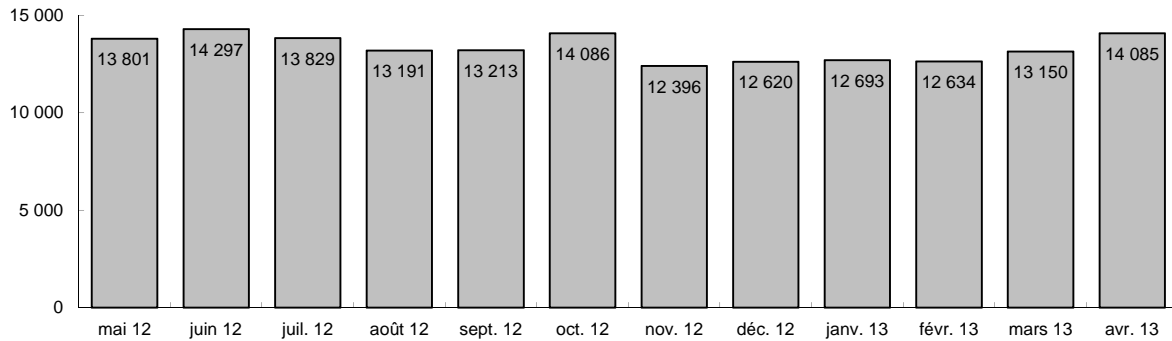
L'offre de TVR - avril 2013

L'offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				volume horaire			
	févr 13	mars 13	avr 13	moy 2013 ¹	févr 13	mars 13	avr 13	moy 2013 ¹
0 à 7 jours	11 463	12 399	11 674	11 786	4 218	4 631	4 388	4 333
8 à 14 jours	459	503	750	521	344	288	345	315
15 à 30 jours	219	448	684	414	179	287	285	235
plus 30 jours	46 284	47 475	49 920	47 328	7 893	7 943	9 067	8 258
total	58 425	60 825	63 028	60 049	12 634	13 150	14 085	13 141

¹ Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

Evolution de l'offre de télévision de rattrapage (heures)



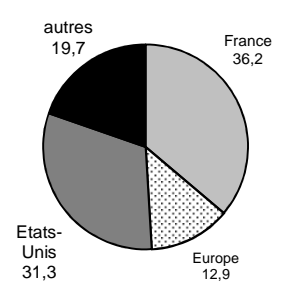
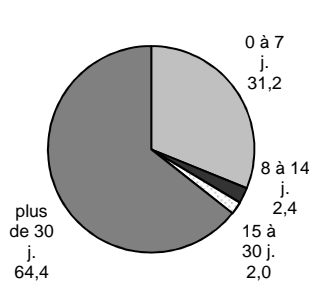
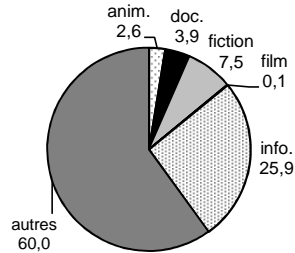
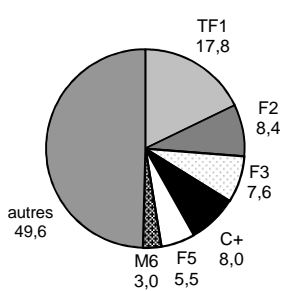
Répartition de l'offre en volume horaire - avril 2013

selon la chaîne (%)

selon le genre (%)

selon la disponibilité (%)

nationalité de la fiction (%)

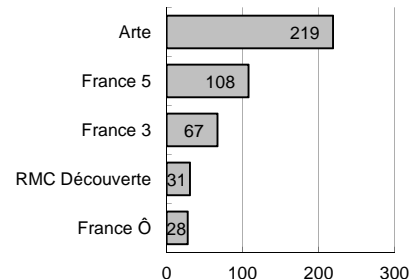
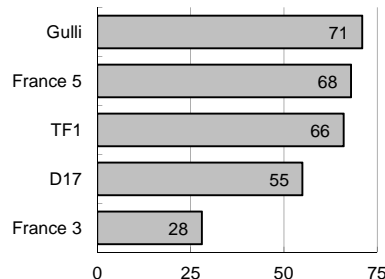
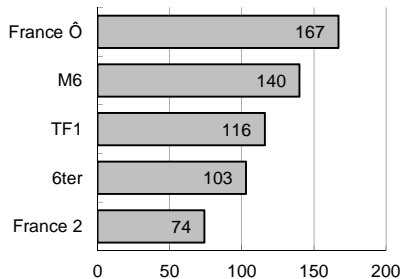


Principales offres par genre (heures) - avril 2013

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 www.tv-replay.fr. Il présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (22 chaînes) disponible en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire.

Source : CNC - www.tv-replay.fr

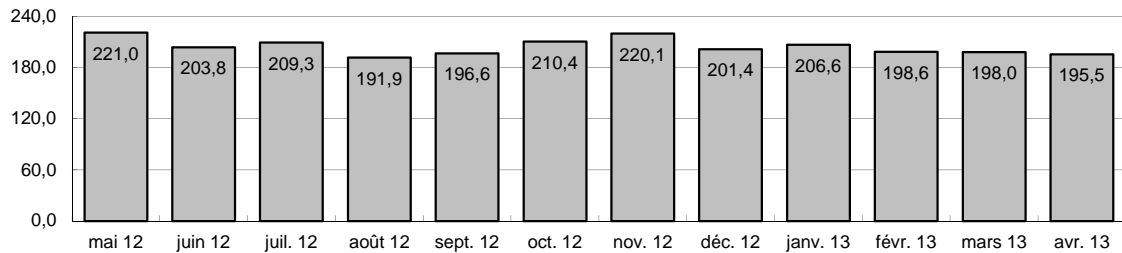
La consommation de TVR - avril 2013

La consommation de télévision en ligne¹ (millions de vidéos vues)

	mai 12	juin 12	juil 12	août 12	sept 12	oct 12	nov 12	déc 12	janv 13	févr 13	mars 13	avr 13	cumul 2013
rattrapage	221,0	203,8	209,3	191,9	196,6	210,4	220,1	201,4	206,6	198,6	198,0	195,5	798,7
flux direct	27,3	33,4	29,8	33,4	24,4	27,0	31,7	28,7	33,1	33,6	34,3	32,9	133,9
bonus	10,4	24,8	33,8	45,9	14,0	6,5	7,5	5,3	5,4	9,2	10,2	11,1	35,9
total	258,7	262,0	272,9	271,3	234,9	243,9	259,2	235,4	245,2	241,3	242,5	239,5	968,5

¹ Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1 et en octobre 2012 avec D8 et D17.

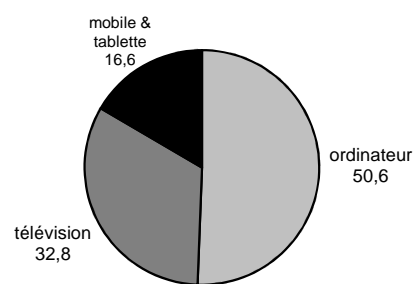
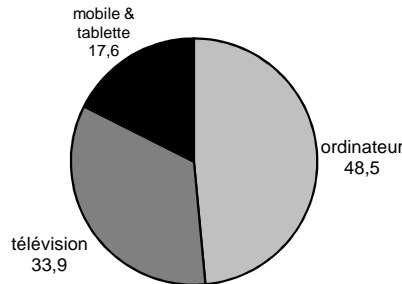
Evolution de la consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



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

avril 2013

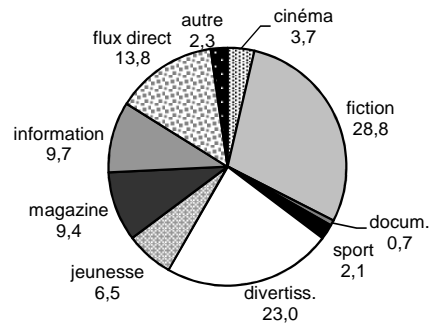
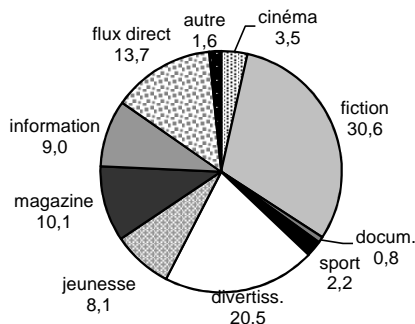
cumul 2013



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

avril 2013

cumul 2013



Classement des programmes les plus consommés - avril 2013

Groupe TF1	Groupe France TV	Groupe Canal+	Groupe M6	Groupe TMC/NT1
The Voice	Plus belle la vie	Le Petit Journal	Top Chef	Les Mystères de l'amour
Clem	Rizzoli & Isles	Le Grand Journal	Soda	Catch
Person of Interest	On n'demande qu'à en rire	Les Guignols de l'info	Hawaii 5.0	Les Frères Scott
Les Feux de l'amour	Le Jour où tout a basculé	Touche pas à mon poste	Pékin Express	Sous le soleil de St Tropez
Bienvenue chez nous	Abismo de pasión	Zapping	NCIS : Los Angeles	Les Vraies Housewives

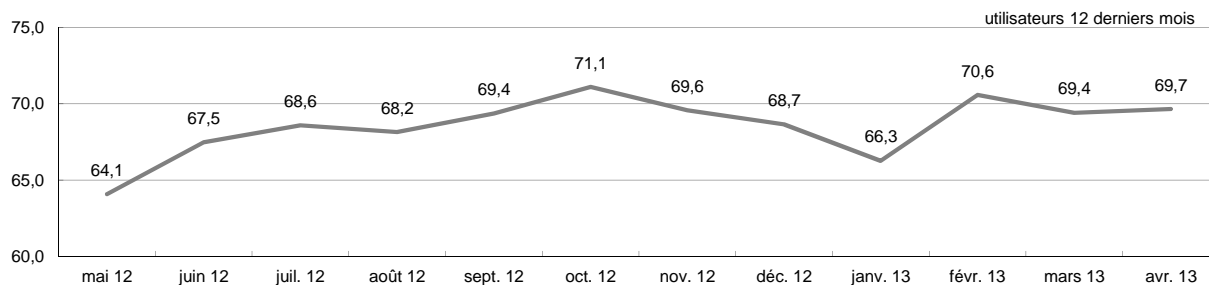
Méthodologie

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, TF1 Publicité Digital et TMC Régie, à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats concernant les chaînes suivantes : Canal+, i>Télé ; 1^{ère}, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Teva ; TF1, LCI ; à partir de janvier 2012 TMC, NT1 ; à partir d'octobre 2012 D8, D17.

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

Les usages de la TVR - avril 2013

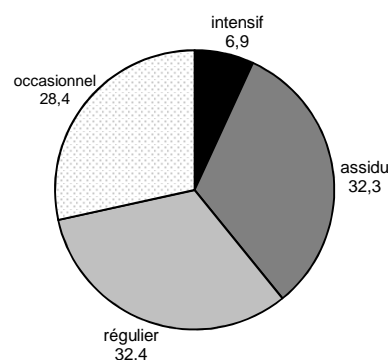
Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



Le public de la TVR (%)

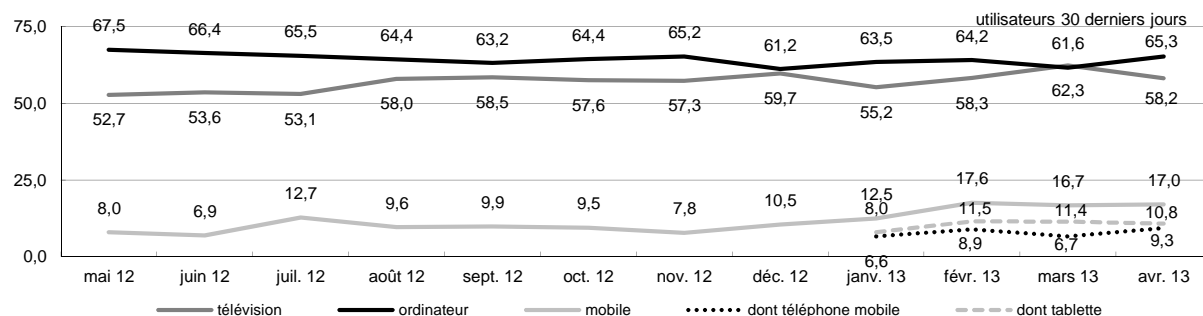
	pénétration		structure du public	
	avr. 2013	cumul 2013	avr. 2013	cumul 2013
sexe				
homme	71,4	67,8	51,2	49,1
femme	67,9	70,2	48,8	50,9
âge				
15-24 ans	80,5	74,7	26,6	24,9
25-34 ans	72,9	76,4	23,0	24,4
35-49 ans	70,3	69,5	32,2	32,2
50 ans et plus	54,9	55,6	18,2	18,5
CSP				
CSP+	72,8	72,2	38,7	38,7
CSP-	68,6	69,0	29,5	30,0
inactifs	67,1	65,4	31,8	31,3
<i>dont étudiants</i>	<i>81,9</i>	<i>71,4</i>	<i>13,3</i>	<i>12,3</i>
habitat				
Paris RP	71,4	71,6	22,6	22,8
régions	69,2	68,3	77,4	77,2
ensemble	69,7	69,0	100,0	100,0

Habitudes du public de la TVR - avr. 2013 (%)

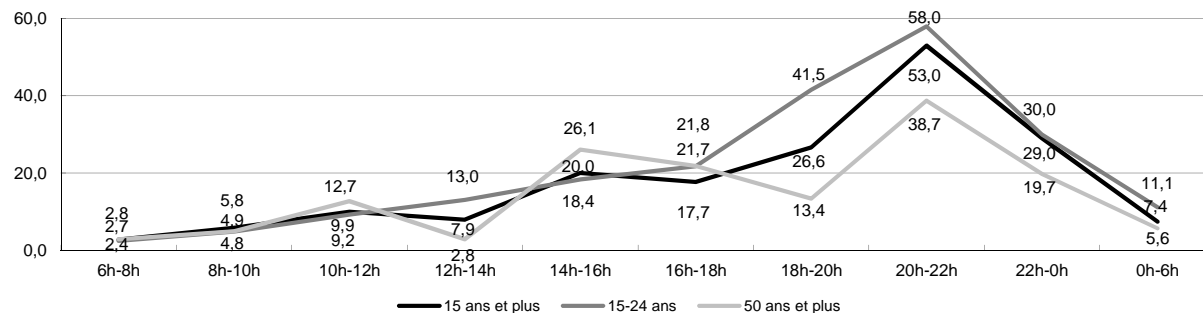


utilisateur intensif : au moins une fois par jour,
 assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour,
 régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine,
 occasionnel : moins souvent.

Pénétration de la TVR selon le support (%)



Pénétration de la TVR selon l'horaire (%) - avril 2013



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.