

## L'année TV 2013

### Offre et interactivité accrues sur tous les écrans

#### De nouvelles chaînes pour un choix élargi

Chaque jour, 47 millions de Français âgés de 4 ans et plus regardent la télévision. En 2013, ils ont eu accès à 6 nouvelles chaînes TNT HD, lancées le 12 décembre 2012 : HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte HD 24 et Chérie 25. Un an plus tard, elles ont multiplié leur part d'audience par 2 : de 1,5% en janvier 2013 à 2,9% en décembre. Notons également que de nouvelles chaînes thématiques sont apparues cette année et que chaque jour, plus d'1 million de téléspectateurs regardent une des 23 chaînes mesurées dans l'étude « TV Locales ».

En 2013, les Français ont regardé la télévision en moyenne chaque jour 3 heures et 46 minutes en live ou différé sur le téléviseur. A cela, s'ajoutent 7 minutes de consommation sur les autres écrans - ordinateur, smartphone ou tablette - ou en rattrapage quel que soit l'écran. Ainsi, au total, c'est la 2<sup>ème</sup> durée d'écoute la plus forte, derrière 2012, une année d'actualités exceptionnelles, avec 3h50min sur le téléviseur + 5 minutes de pratiques alternatives.

Rappelons qu'en 20 ans, les Français passent près d'une heure de plus (50 minutes) chaque jour devant leur téléviseur. Et en à peine une décennie le téléviseur est transformé. En 2005, 87,1% des foyers avaient un écran cathodique ; aujourd'hui plus de 8 foyers sur 10 sont équipés d'écran plat, 16/9 et compatible HD. Tandis que les Français privilégient depuis l'an dernier l'ADSL comme mode de réception de la télévision qui se substitue à la réception hertzienne.

#### Cinéma et JT surconsommés, renouveau de la fiction et année faste pour le divertissement

Malgré une année moins riche en actualités, 2 programmes dépassent les 13 millions de téléspectateurs – *La boîte à musique des Enfoirés* et le match France – Ukraine sur TF1 - contre 1 seul l'an dernier. De même, sur la TNT, 6 programmes dépassent les 2 millions de téléspectateurs contre 1 seul l'an dernier. 5 d'entre eux sont des films, très regardés sur la TNT.

Pourtant c'est la fiction (séries et téléfilms) que les Français regardent le plus : elle représente ¼ des programmes vus. 130 épisodes ont rassemblé plus de 7 millions de téléspectateurs, 13 épisodes de plus qu'en 2012. Une progression notamment portée par les nouveautés sur lesquelles les chaînes ont parié.

Des nouveautés aussi bien françaises - comme *Falco* sur TF1, *Candice Renoir* sur France 2 ou *Tunnel* sur Canal+, etc - qu'étrangères - *Real Humans* sur Arte - ou encore des co-productions franco-étrangères comme *Le Transporteur* sur M6.

Le public se mobilise aussi devant le divertissement avec notamment 2 programmes battant leur record : *La boîte à musique des Enfoirés* sur TF1 avec 13,6 millions de téléspectateurs et *The Voice* (TF1) avec 9,6 millions de téléspectateurs. Sur la TNT, *La Nouvelle Star* (D8) se hisse parmi les audiences supérieures à 2 millions de téléspectateurs.

Quant aux journaux télévisés du soir, ils rassemblent toujours autant voire davantage : 13,6 millions de personnes chaque soir entre 20h et 20h05 sur TF1, France 2, Arte et M6. Avec une actualité moins chargée, 108 JT ont pourtant dépassé les 7 millions de téléspectateurs soit 15 de plus qu'en 2012. La déclaration de François Hollande lors du JT du 28 mars sur France 2 est même la meilleure audience de la chaîne avec 8 millions de téléspectateurs. Tandis que les chaînes d'information - BFMTV, iTélé et LCI réunies - ont enregistré un pic le jour de l'élection du Pape François avec 2,3 millions de téléspectateurs.

En l'absence de grands événements sportifs en 2013, les Français ont regardé 40% de programmes sportifs de moins que l'an dernier. Pour autant, le sport réalise les 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> meilleures audiences de l'année avec 2 matchs éliminatoires de la Coupe du Monde 2014 de football. Sur la TNT, 2 matchs de football frôlent les 2 millions de téléspectateurs sur W9 (finale de l'Europa League) et TMC (Demi-finale de la Coupe des Confédérations). L'absence d'événements comme l'Euro de Football ou les Jeux Olympiques laisse également la place à d'autres compétitions comme la finale du Championnat d'Europe de basket qui atteint 5,5 millions de téléspectateurs sur France 2.

### ► Télé-réalité, sport et divertissement au cœur de la Social TV

Si le divertissement, les interventions politiques et le sport fédèrent à la télévision, ils génèrent aussi de nombreuses réactions sur les réseaux sociaux, aux 1<sup>ers</sup> rangs desquels Facebook et Twitter. Près d'1 internaute sur 5 (18%) a déjà commenté des programmes TV sur les réseaux sociaux, 31% chez les 15 - 24 ans. Une nouvelle étude Social TV menée avec Mesagraph révèle que cette pratique fait de plus en plus d'adeptes avec 882 000 twitteurs uniques en décembre soit 65% de plus qu'en janvier 2013. Ceux-ci ont émis 90 millions de tweets sur l'ensemble de l'année 2013, 3 fois plus que l'année dernière. Le public de la télé-réalité et du sport est particulièrement actif sur Twitter. Sur W9, *La Belle et ses princes* atteint le plus fort taux d'engagement de la chaîne cette année avec 27,4 twitteurs pour 1 000 téléspectateurs le 25 novembre. Canal+ atteint son plus fort taux d'engagement avec le match du championnat de France Marseille - Paris : 19,9 twitteurs pour 1000 téléspectateurs. Le divertissement suscite également d'intenses conversations : ce sont les *NRJ Music Awards* (TF1) que les téléspectateurs ont le plus tweeté cette année avec 2,4 millions de tweets pour un taux d'engagement de 16,9 pour 1 000.

## 6,3% des Français regardent la TV autrement chaque jour

L'essor de la Social TV est notamment porté par la multiplication des écrans. Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2013, 8 foyers sur 10 sont équipés d'ordinateurs, 3 foyers sur 10 possèdent une tablette et 1 Français sur 2, âgé de 15 ans et plus, possède un smartphone.

Ces écrans, les Français les utilisent aussi de plus en plus pour regarder la télévision. Chaque jour, 6,3% de Français regardent la TV sur un de ces écrans ou en Catch-Up sur tous les écrans, contre 4,8% il y a un an. Une proportion plus élevée chez les 15 – 34 ans qui sont 14%, soit 3,3 points de plus qu'en 2012. Au total, les Français privilégient l'ordinateur comme second écran : il représente les 2/3 de cette consommation en live ou en rattrapage. Tandis que les Français sont plus nombreux qu'il y a un an à rattraper un programme directement sur leur téléviseur.

La progression de la catch-up sur téléviseur a conduit Médiamétrie à proposer aux chaînes des résultats d'audience pour cet usage. Le visionnage en streaming de programmes TV sur ordinateur, smartphone et tablette est lui aussi déjà connu via les mesures Internet. Médiamétrie prévoit de proposer d'intégrer au Médiamat l'audience de la télévision sur ces écrans en 2015.

### 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 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.*

Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediametrie_TM)

Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)

#### Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

[losmanian@mediametrie.fr](mailto:losmanian@mediametrie.fr)

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

[amenager@mediametrie.fr](mailto:amenager@mediametrie.fr)