

Kids TV Report

Les enfants plébiscitent les chaînes et contenus locaux

A l'occasion des 5 ans de l'étude Kids TV Report, Johanna Karsenty, Directrice d'Etudes Internationales à Eurodata TV Worldwide revient sur les grandes tendances de la télévision chez les enfants en Europe : *“Les chaînes et contenus locaux séduisent les jeunes téléspectateurs, des performances notamment portées par leurs stratégies multi-écrans qui viennent renforcer l'attractivité de la télévision”*.

Une tendance à la hausse pour la durée d'écoute sur 5 ans

En 2013, dans les 5 pays européens étudiés (**Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni**), les enfants passent en moyenne 2h11min chaque jour devant le téléviseur, soit une augmentation de deux minutes en cinq ans. Une tendance globale à la hausse, tirée par une offre élargie de chaînes avec le passage au tout numérique et par la prise en compte du visionnage en différé dans ces pays (sauf en Espagne).

Les jeunes **Italiens** sont les plus grands consommateurs de TV. En 2013, ils ont passé 2h44min par jour devant le petit écran, soit deux minutes de plus qu'en 2012. Dans les quatre autres pays la consommation sur téléviseur a diminué. Une baisse en partie compensée par l'utilisation des autres écrans pour regarder la télévision (ordinateur, smartphone et tablette) ou le visionnage en télévision de rattrapage. En **France**, la moitié des enfants âgés de 4 à 14 ans vit dans un foyer équipé d'une tablette*.

Les chaînes jeunesse locales, n°1 dans le cœur des enfants

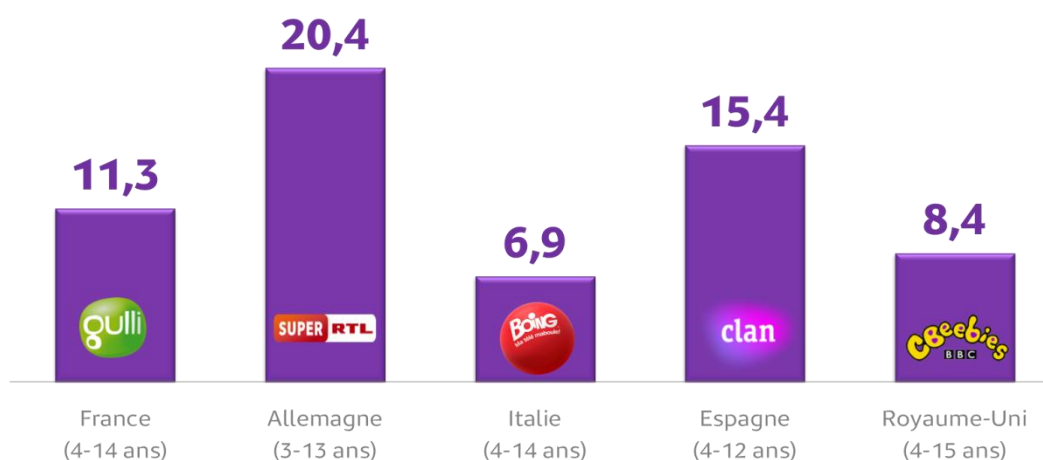
Les enfants plébiscitent les chaînes jeunesse locales. En effet, **Gulli, Clan et CBeebies** sont respectivement les chaînes jeunesse préférées des enfants français, espagnols et britanniques mais également des préscolaires de chacun de ces pays. En Espagne, **Clan** atteint ainsi une part d'audience de 15,4% auprès des enfants âgés de 4 à 12 ans au cours du second semestre 2013. Elle est encore plus populaire chez les plus petits, de 4 à 6 ans, avec 23,6% de part d'audience.

En Allemagne, la chaîne locale **Super RTL** est également la 1^{ère} auprès des jeunes Allemands avec 20,4% de part d'audience sur les 3-13 ans (6h00-24h30). Mais, c'est une autre chaîne locale : **KiKA**, que les plus petits, de 3 à 5 ans, préfèrent avec 32,8% de part d'audience (6h00-21h00).

Au-delà des contenus diffusés, si les chaînes locales remportent un tel engouement de la part des enfants, c'est aussi parce qu'elles ont rapidement disposé d'une fréquence gratuite sur la TNT leur permettant de toucher un grand nombre d'enfants. Une situation consolidée par la notoriété de ces marques auprès des parents et par des partenariats avec des groupes internationaux, tels que **Super RTL** en Allemagne (RTL / Disney) ou encore **Boing** en Italie (Mediaset / Turner).

Top 1 des chaînes jeunesse par pays

PdA Enfants en % (juillet - décembre 2013)*



* Gulli (3h00-27h00), Super RTL (6h00-24h30), Boing (2h00-26h00), Clan (2h30-26h30), Cbeebies (6h00-19h00)

Les séries animées locales cartonnent

Les nouveautés locales ont bien fonctionné au cours du second semestre 2013. En Allemagne, la série animée **Ritter Rost** (KiKA) atteint une part d'audience de 32,8% auprès des 3-13 ans. En Italie, la co-production animée pour les tout-petits, **Mofy** (Rai Yoyo) réalise de belles performances auprès des 4-7 ans. Pour autant, les productions internationales tirent aussi leur épingle du jeu à l'instar de la série animée **Dragons : Cavaliers de Beurk**. Lancée la saison dernière, cette adaptation du film *Dragons* se hisse dans le top 20 des meilleures audiences en Allemagne (Super RTL), en Espagne (Boing), en Italie (Boing) et au Royaume-Uni (CBBC).

Ces récents lancements reflètent le dynamisme du marché de l'animation en Europe. Un genre toujours très apprécié des enfants puisqu'il représente près de 70% des programmes présents dans les palmarès des cinq pays étudiés.

A noter, en France, c'est un programme factuel qui prend la tête du classement pour la 1^{ère} fois en 5 ans, devant les séries animées. Il s'agit du nouveau magazine scientifique **TFou Lab**, diffusé sur TF1, programme jeunesse le plus regardé par les enfants avec en moyenne 293 000 téléspectateurs âgés de 4 à 14 ans et une part d'audience de 19,2%.

Eurodata TV Worldwide sera présent au MIPTV 2014 sur le stand P-1.C56, une occasion de découvrir ce rapport ainsi que l'ensemble des rapports thématiques sur la fiction, le divertissement, le cinéma et le sport.

A propos d'Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide analyse et 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 5 500 chaînes, dans plus de 100 territoires 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.

Web : www.eurodatatv.com

Twitter: @EurodataTV

Facebook: www.facebook.com/EurodataTV

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

Twitter : @Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Pour plus d'informations :

Alexandre Callay,
Directeur Eurodata TV Worldwide
Tél. : 01 47 58 36 24
acallay@eurodatatv.com

Contacts Presse :

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr