

Global TV

Le téléviseur devient le premier écran de la catch-up TV

Tous les jours, 2,2 millions de personnes regardent la télévision en replay quel que soit l'écran. Fait nouveau, le téléviseur est le premier écran sur lequel on pratique la catch-up devant l'ordinateur.

2,2 millions d'adeptes quotidiens du replay

Les adeptes du visionnage de programmes via les services de TV de rattrapage proposés par les chaînes de télévision continuent de progresser : en 2014, ils sont 2,2 millions à les utiliser chaque jour. C'est 22 % de plus qu'à fin 2013.

Ces convertis – qui représentent 4,3% des personnes âgées de 15 ans et plus - consacrent désormais 1h33 par jour à regarder ainsi leurs programmes de télévision.

1,3 million de personnes regardent le replay sur téléviseur

Le téléviseur constitue l'écran roi pour les contenus. Les téléspectateurs regardent désormais majoritairement le replay sur téléviseur. Cela s'explique notamment par l'augmentation de la réception de télévision par ADSL qui favorise cette pratique.

Ainsi, au cours d'une journée, 1,3 million de personnes ont regardé un programme en catch-up sur téléviseur ; 750 000 ont regardé de la catch-up sur ordinateur et 340 000 sur tablette ou téléphone mobile. Toutefois, les 15-24 ans continuent de préférer l'ordinateur pour regarder les programmes en replay.

Nombre de personnes de 15 ans et + ayant regardé un programme en catch-up TV au cours d'une journée



1,3 million



750 000



181 000



171 000



L'ordinateur privilégié pour le visionnage en live

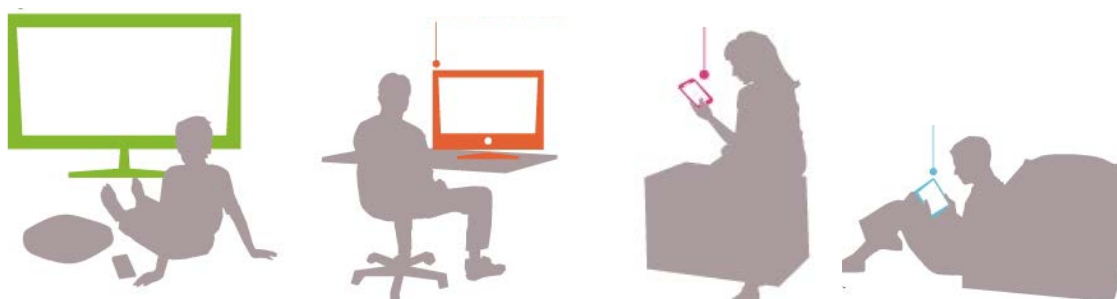
En ce qui concerne la télévision en direct, les téléspectateurs la regardent massivement sur leur téléviseur. Ils sont 1,2 million chaque jour à utiliser d'autres écrans, au premier rang desquels l'ordinateur.

Nombre de personnes de 15 ans et + ayant regardé un programme en live au cours d'une journée



40 millions
sur le téléviseur
Live⁽¹⁾ ou différé⁽²⁾

1,2 million
de 15+ ont regardé la télévision en live sur d'autres écrans



Source : Médiamétrie – Médiamat – Global TV (avril-juin 2014) – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés.

⁽¹⁾ Au moment de la diffusion des programmes

⁽²⁾ Après enregistrement personnel pendant les 7 jours suivant la diffusion du programme ou en léger différé (time shifting ou contrôle du direct)

Global TV

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.

Ces résultats sont issus de la 13^{ème} vague de l'étude Global TV, menée par Médiamétrie en avril – juin 2014 auprès de 8 300 personnes représentatives de la population âgée de 15 ans et plus.

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 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2 M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr