



### L'Année TV 2020 :

## La TV s'impose dans une année hors normes

Touchée par une crise sanitaire sans précédent liée à la pandémie mondiale de Covid 19 aux conséquences humaines, économiques et sociales dramatiques, l'année 2020 restera probablement longtemps dans les mémoires.

Dans ce contexte inédit, le média Télévision s'est imposé et révélé incontournable pour accompagner les Français tout au long de la crise et au-delà. Ainsi la durée d'écoute quotidienne de la Télévision a atteint cette année **3h58**, un record historique. Les Français se sont largement rassemblés pour s'informer au quotidien mais ils ont aussi eu un besoin accru de se divertir en famille.

« **Tout en s'adaptant aux contraintes imposées par la situation, les chaînes de télévision ont inventé, créé des concepts qui ont trouvé et séduit un public en quête d'évasion** », déclare Laurence Deléchart, Directrice du Département Télévision.

« **Médiamétrie s'attache à donner une vision consolidée et la plus précise possible de la consommation média. Dans le contexte de cette année si particulière, mais aussi celui de la croissance de l'offre délinéarisée, la consommation de contenus vidéos a fortement progressé. Les programmes de TV regardés en direct sur le téléviseur ont été les principaux bénéficiaires de cette croissance. La crise sanitaire a suscité de nouveaux besoins de lien social, d'informations et de divertissements auxquels la télévision a parfaitement répondu** », ajoute Julien Rosanvallon, Directeur Général Adjoint en charge des Mesures d'Audience.

### Les Français et la TV : des liens encore plus forts dans une année historique

En 2020, les Français ont passé chacun près de **4h** par chaque jour devant des programmes de télévision soit **18 minutes** de plus qu'un an auparavant. Cette durée d'écoute historique est liée à la fois à une augmentation du nombre de téléspectateurs quotidiens qui s'élève cette année à **44,3 millions (+8% vs 2019)** et au temps consacré par chacun à l'écoute de la TV (**+3% vs 2019**) ; tous les publics sont concernés par cette hausse et en tout premier lieu les CSP+ qui ont passé **34 minutes** de plus chaque jour devant la TV ou encore les jeunes de 15 à 34 ans (**+14 minutes**).

Si tous les pays d'Europe ont connu une hausse de la durée d'écoute de la TV, « **il est intéressant de constater dans la courbe de cette année qu'au-delà de la hausse importante liée à la période du premier confinement, la durée d'écoute s'est maintenue à un niveau supérieur à 2019 tout au long de l'année** », remarque Laurence Deléchart.

## Le live à l'honneur

L'augmentation de la durée d'écoute de la télévision a largement été portée par le live qui a progressé de **22 minutes** en 1 an.

En effet, plus que jamais, les Français ont eu besoin de suivre l'actualité « en temps réel » et au fur et à mesure de l'évolution de la situation sanitaire. Ainsi ils ont été particulièrement nombreux et assidus devant les journaux télévisés (**21,2 millions** de téléspectateurs chaque soir) et les chaînes d'information (**16,7 millions** de téléspectateurs quotidiens) qui gagnent chacun **4 millions** de téléspectateurs par rapport à l'an passé.

Sans oublier les rassemblements massifs et historiques devant les allocutions présidentielles avec un record sans précédent pour l'intervention d'Emmanuel Macron le 13 avril 2020 qui a fédéré **36,8 millions** de Français devant la télévision.

Qui dit live dit également Sport, un bon moyen pour la population de prendre le large. Et malgré les calendriers chahutés des grandes compétitions, les amateurs ont été au rendez-vous des retransmissions de leurs disciplines sportives favorites. Reportés au mois de septembre, le Tour de France et le tournoi de tennis de Roland Garros ont réuni chacun près de **8 millions** de téléspectateurs supplémentaires cette année.

## Une TV feel good, agile et audacieuse qui séduit un public en quête de repères

Au-delà de son pouvoir fédérateur pour informer sur la situation au quotidien, la TV a aussi largement rassemblé les familles autour de programmes divertissants, bien connus pour la plupart -voire cultes pour certains-, comme les sagas **Harry Potter** ou **James Bond** diffusées respectivement sur TF1 et France 2. De même, des films appartenant au patrimoine du cinéma français comme **Le gendarme se marie** (M6) ou **Les visiteurs** (TF1), pourtant déjà multidiffusés, ont battu leurs propres records d'audience. Certains divertissements familiaux ont aussi atteint des scores au plus haut : **Miss France** sur TF1 (**8,8 millions** de téléspectateurs, meilleure audience depuis 2006) ou **La grande soirée du 31 à Versailles** sur France 2 (**5,3 millions** de téléspectateurs, meilleure audience pour un réveillon depuis 2010).

Par ailleurs, pour s'adapter au nouvel emploi du temps des Français contraints de rester chez eux une partie de l'année, la TV a fait preuve de créativité. Ainsi les écoliers, collégiens et lycéens ont pu découvrir l'école à domicile avec **La Maison Lumni** sur France 4. Les chaînes ont également permis aux téléspectateurs de se cultiver ou de faire du sport sans quitter leur salon. Pour pallier les impossibilités de tournage, les diffuseurs ont proposé à leurs animateurs phare de tourner des émissions à domicile (**Touche pas à mon poste** sur C8) ou des formats inédits comme **Au secours, Bonjour !** sur France 2 ou encore **Tous en cuisine, en direct avec Cyril Lignac** sur M6 qui a perduré au-delà du confinement.

## Des contenus disponibles à l'envi, toujours plus nombreux

Fans de contenus vidéo, plus que jamais cette année, les Français ont pu découvrir, voir ou revoir à la demande des programmes disponibles sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, smartphone et tablette).

Déjà rompus à la TV « délinéaire » qu'ils pratiquent depuis plusieurs années, les téléspectateurs ont pu profiter cette année de programmes disponibles sur les plateformes de replay parfois jusqu'à 28 jours. Une opportunité qui a permis à certains programmes de booster leurs audiences. C'est le cas pour certains épisodes des séries **Prodigal Son** sur TF1 ou **Why Women Kill** sur M6 par exemple, où le replay représente respectivement près de **27** et **34%** de l'audience totale du programme. Quant à **La Flamme**, fiction diffusée sur Canal+, elle réalise près de **80%** de son audience grâce au replay.

Si le téléviseur est essentiellement réservé à la consommation de programmes TV, ce dernier est également prisé pour d'autres activités comme les jeux vidéo par exemple ou encore le visionnage de contenus sur les plateformes de SVoD ; ces autres usages représentent **20%** du temps total passé sur le téléviseur.

**8,3 millions** de Français ont regardé chaque jour un programme en SVoD quel que soit l'écran. Et cette consommation à la demande représente en moyenne **26 minutes et 30 secondes** de durée d'écoute quotidienne tous écrans confondus.

Fans de séries, les Français privilégient ces plateformes lorsqu'il s'agit de regarder les séries américaines qui tiennent le haut du pavé des classements. Mais en parallèle, les téléspectateurs se sont aussi largement rassemblés devant leur téléviseur pour suivre des fictions françaises qui ont toujours la cote et ont représenté plus des 2/3 (**68%**) des fictions leaders en prime time.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année TV 2020 : la TV s'impose dans une année hors normes

## **A propos de Médiamétrie**

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.*

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

*Twitter : @Mediametrie*

*Instagram : Mediametrie.official*

### **Contacts Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*[ilellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediametrie.fr)*

*Stéphanie Haoun*

*Tél : 01 71 09 93 18*

*[shaoun@mediametrie.fr](mailto:shaoun@mediametrie.fr)*