



mediametrie



Levallois, le 13 septembre 2011

## **Communiqué de presse KIDS TV REPORT**

### **Les chaînes jeunesse ont la cote en Europe**

Dans le cadre de la 6<sup>ème</sup> édition de **Kids TV Report** qui dresse un bilan de la consommation TV des enfants au 1<sup>er</sup> semestre 2011, Johanna Karsenty, Responsable d'Études chez Eurodata TV Worldwide souligne que « *les chaînes jeunesse de la TNT remportent toujours plus de succès en Europe. Si les nouveaux modes de visionnage des programmes TV sont en pleine expansion, notamment auprès des jeunes, les chaînes jeunesse continuent à gagner des parts de marché* ».

Publié deux fois par an, **Kids TV Report** analyse les habitudes de consommation des jeunes téléspectateurs ainsi que les stratégies de programmation jeunesse des chaînes dans les cinq grands marchés européens : France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni.

#### **Les enfants fidèles au poste**

Sollicités par de multiples activités de loisirs multimédias, les enfants affichent un engouement pour la télévision toujours aussi fort.

Les jeunes Italiens (4 à 14 ans) sont toujours les plus gourmands en Europe avec 2 heures et 46 minutes consacrées chaque jour à la télévision au premier semestre 2011. Et ils la regardent encore plus que l'année dernière : deux minutes supplémentaires.

En France et en Espagne, la durée d'écoute moyenne reste stable avec respectivement 2 heures et 9 minutes pour les enfants français (4 à 14 ans) et 2 heures et 38 minutes par jour pour les petits Espagnols (4 à 12 ans).

Après avoir fortement augmenté entre 2009 et 2010, le temps consacré par les jeunes Britanniques (4 à 15 ans) à leurs émissions favorites semble s'être stabilisé à 2 heures et 24 minutes cette année.

#### **Les chaînes jeunesse en pleine forme**

Si les jeunes sont les plus rapides à adopter les nouveaux modes de consommation de la télévision, ils plébiscitent toujours autant le petit écran. Les chaînes jeunesse gratuites de la TNT sont les grandes gagnantes dans tous les pays étudiés.

Sources : Eurodata TV Worldwide - « Kids TV Report » - Copyright Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie / AGF/GfK Fernsehforschung / Auditel / Kantar Media Spain / BARB - Tous droits réservés

Au **Royaume-Uni**, **CBBC** et **CBeebies**, les deux chaînes jeunesse du groupe BBC, maintiennent leur leadership et continuent à gagner des parts de marché auprès des jeunes âgés de 4 à 15 ans.

En **France**, la chaîne **Gulli** destinée à la jeunesse et à la famille arrive en tête avec 12,1% de part d'audience auprès des 4-14 ans, en croissance de 0,6 point en un an. Côté câble et satellite, **Disney Channel** a quasiment doublé son audience en un an : de 2,6% à 4,6% de part d'audience auprès des 4-14 ans. A noter, la France est le seul pays étudié en Europe où il n'y ait pas de chaîne publique gratuite exclusivement dédiée aux enfants.

Kids TV Report révèle également que, dans de nombreux pays, la rediffusion des mêmes programmes une heure plus tard sur la « chaîne +1 » permet de fidéliser le jeune public. Au **Royaume-Uni**, par exemple, cela a permis à **Nickelodeon** et **Disney Channel** de gagner toutes les deux plus de 50 % de part de marché. Cette tendance révèle aussi la propension des enfants à consommer la télévision de manière délinéarisée.

### **Le divertissement se fait une place aux côtés de l'animation**

Si les programmes internationaux à succès expliquent bien sûr les bonnes performances des chaînes jeunesse de la TNT, les magazines jeunesse et les programmes de divertissement suscitent l'engouement des jeunes Européens du nord. Au **Royaume Uni**, le jeu « *Splatalot!* » sur **CBBC** arrive en tête des programmes diffusés sur les chaînes thématiques pour les 4-15 ans. Et en Allemagne, le concours de chant « *Dein Song* » diffusé sur la chaîne **KiKa** fait partie des 15 émissions préférées des jeunes Allemands.

L'animation locale tire aussi son épingle du jeu. En **Allemagne**, « *Lauras Stern* » se place en première position du palmarès des programmes préférés des 3-13 ans. En **France**, « *Galactik Football* » (**Gulli**), « *Wakfu* » (**France 3**) et « *Rekkid* » (**TF1**) enregistrent de bonnes performances auprès des enfants âgés de 4 à 14 ans. Ces productions locales françaises ont su adapter avec succès les codes du manga japonais.

L'animation japonaise est d'ailleurs très présente dans le palmarès des programmes préférés des jeunes Français. « *BeybladeMetal Fusion* » diffusé sur **TF1** est même leur programme préféré. Même tendance en Italie où « *Detective Conan* » est le 3<sup>ème</sup> programme préféré des enfants. De même en Espagne, « *Pokemon* » fait partie du top 15.

Rappelons également que les productions américaines restent très présentes dans les palmarès. « *Les Simpsons* » dominent le palmarès des programmes préférés des jeunes au Royaume-Uni et en Italie. « *Les pingouins de Madagascar* » sont n°1 en Espagne, suivis de « *Bob l'éponge* », tous deux diffusés sur la chaîne **Clan**.

### Programmes les plus regardés par pays

PAYS	Chaîne	Programme	Nb de téléspectateurs (000) Cible
FRANCE	Gulli	BEYBLADE METAL FUSION	<b>337.1</b> (Enfants 4-14)
ALLEMAGNE	Kinderkanal	L'ETOILE DE LAURA	<b>487.3</b> (Enfants 3-13)
ITALIE	Italia 1	LES SIMPSON	<b>386.4</b> (Enfants 4-14)
ESPAGNE	Clan	LES PINGOUINS DE MADAGASCAR	<b>246.7</b> (Enfants 4-12)
ROYAUME-UNI	Channel 4	LES SIMPSON	<b>309.1</b> (Enfants 4-15)

Periode: Janvier-Juin 2011. Classement basé sur la performance moyenne des programmes pour enfants.

Eurodata TV Worldwide sera présent sur le stand 06.10 au MIPCOM 2011, l'occasion de découvrir ce rapport ainsi que l'ensemble de nos rapports thématiques sur la fiction, le divertissement, le cinéma et le sport.

#### À propos d'Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide 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 3 000 chaînes, dans plus de 80 pays 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.

#### À 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 2010, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 67,5 M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediametrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com/audiencelemag](http://www.facebook.com/audiencelemag)

#### Contact presse :

Adélie Ménager - Tél. : 01 71 09 93 18  
E-mail : [amenager@mediametrie.fr](mailto:amenager@mediametrie.fr)

Laure Osmanian Molinero - Tél. : + 33 1 47 58 97 55  
E-mail : [losmanian@mediametrie.fr](mailto:losmanian@mediametrie.fr)

#### Pour plus d'informations, merci de contacter :

Alexandre Callay, Directeur Eurodata TV Worldwide - Tél. : 01 47 58 36 24  
E-mail : [acallay@eurodatatv.com](mailto:acallay@eurodatatv.com)

Sources : Eurodata TV Worldwide - « Kids TV Report » - Copyright Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie / AGF/GfK Fernsehforschung / Auditel / Kantar Media Spain / BARB - Tous droits réservés