



# Les chiffres clés de l'audiovisuel français

*2ème semestre 2011*



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

---



## Télévision

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Progression de la couverture TNT                                      | 4  |
| Progression de l'équipement de réception TNT                          | 5  |
| Répartition par vecteur des foyers accédant à une offre numérique     | 6  |
| Équipement et multi-équipement en télévision des foyers               | 7  |
| Durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu              | 8  |
| Audience moyenne de la télévision au cours d'une journée en 2010      | 9  |
| Évolution des parts d'audience des chaînes de télévision depuis 1995  | 10 |
| Parts d'audience mensuelles des chaînes de télévision en 2010         | 11 |
| Évolution des parts de marché publicitaires des grands médias         | 12 |
| Part de la télévision dans les investissements publicitaires          | 13 |
| Parts de marché publicitaires en télévision par catégories de chaînes | 14 |
| Parts de marché publicitaires des chaînes de télévision               | 15 |
| Coûts de grille des chaînes hertziennes gratuites historiques         | 16 |
| Chiffre d'affaires des chaînes hertziennes gratuites historiques      | 17 |
| Les chaînes de la TNT en métropole                                    | 18 |
| Les chaînes locales de la TNT en métropole                            | 19 |
| Les chaînes de la TNT en outre-mer                                    | 20 |
| Les chaînes locales hertziennes en outre-mer                          | 21 |
| Les chaînes diffusées sur les autres réseaux                          | 22 |
| Synthèse du nombre de chaînes fin 2010                                | 23 |

## Radio

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Durée d'écoute quotidienne de la radio par auditeur                      | 25 |
| Parts de marché des localisation de l'écoute de la radio                 | 26 |
| Les 8 meilleures stations en termes d'audience cumulée                   | 27 |
| Les 8 meilleures stations en termes de parts d'audience                  | 28 |
| Évolution de l'audience cumulée des radios généralistes et d'information | 29 |
| Évolution des parts d'audience des principaux groupes nationaux          | 30 |
| Répartition des radios et des fréquences par catégorie                   | 33 |
| Les principaux groupes radiophoniques nationaux                          | 32 |
| Le marché de la publicité radiophonique nationale                        | 33 |

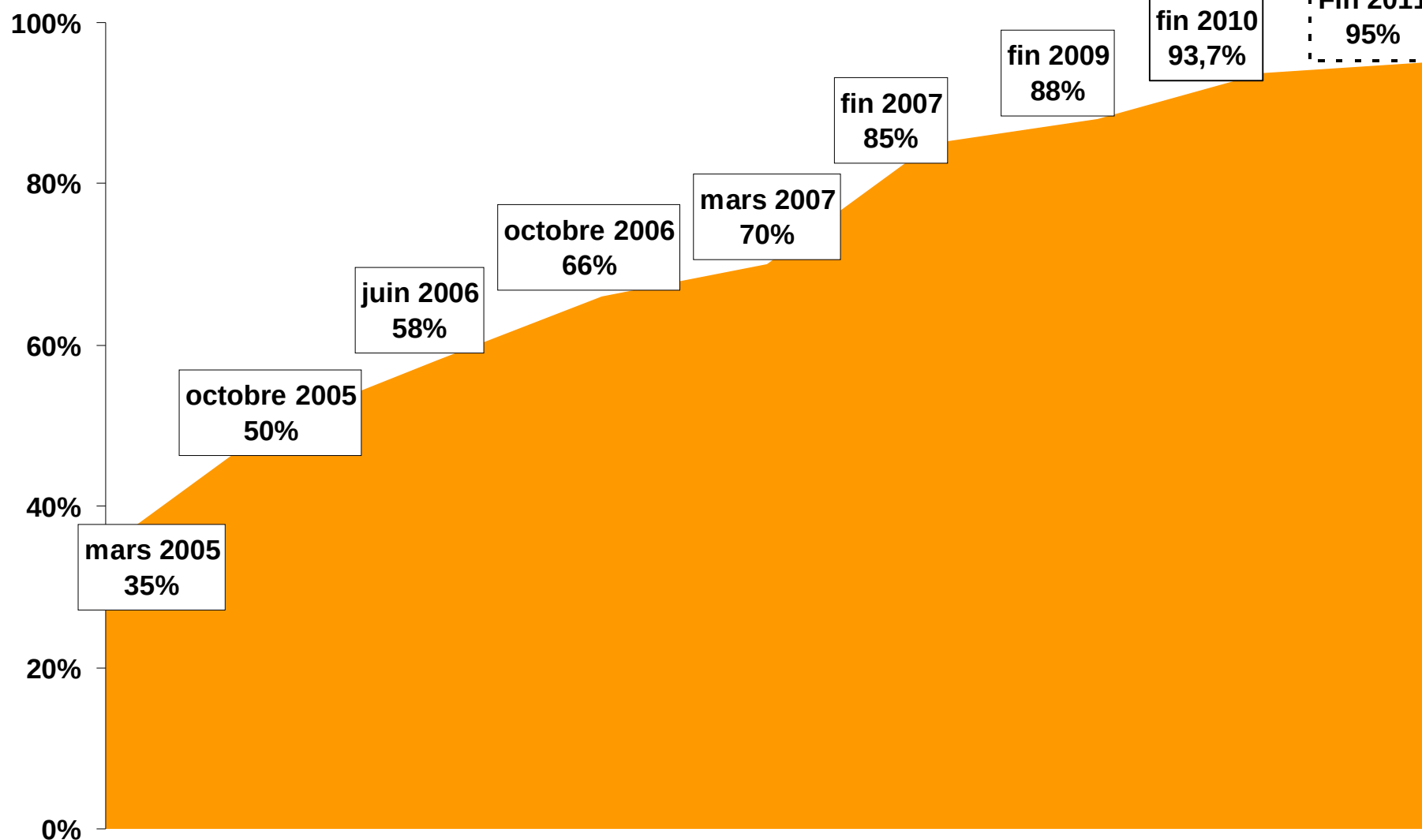
## Nouveaux services

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| La télévision de rattrapage         | 35 |
| La vidéo à la demande               | 36 |
| Les usages « podcasts » de la radio | 37 |
| L'audiovisuel sur internet          | 38 |



# Télévision

# Progression de la couverture TNT

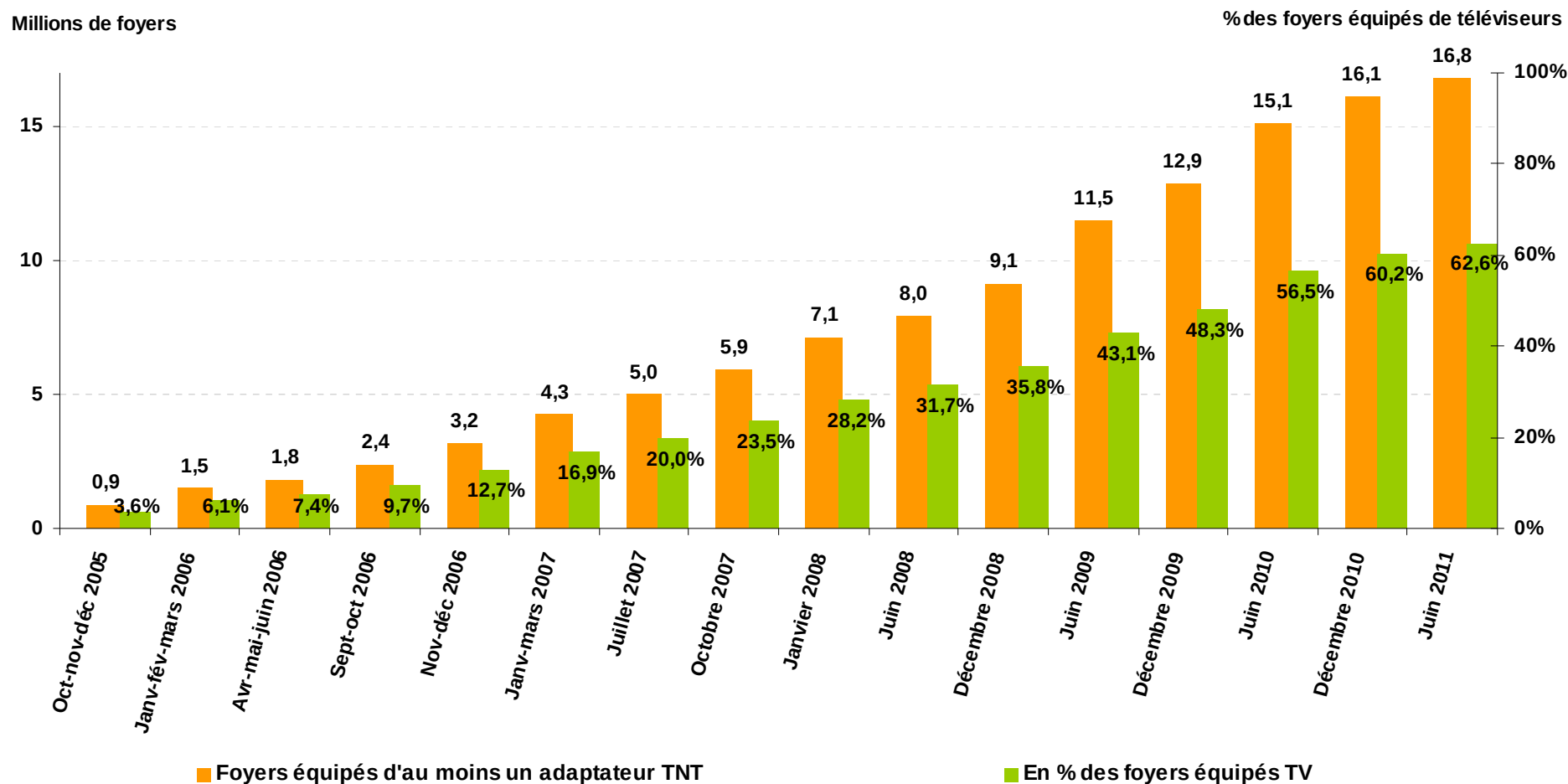


En pourcentage de couverture de la population métropolitaine par le réseau de diffusion hertzien terrestre  
Source : CSA

# Progression de l'équipement de réception TNT



*En juin 2011, 16,8 millions de foyers français sont équipés d'au moins un adaptateur TNT, soit près de 63% des foyers équipés de téléviseurs.*

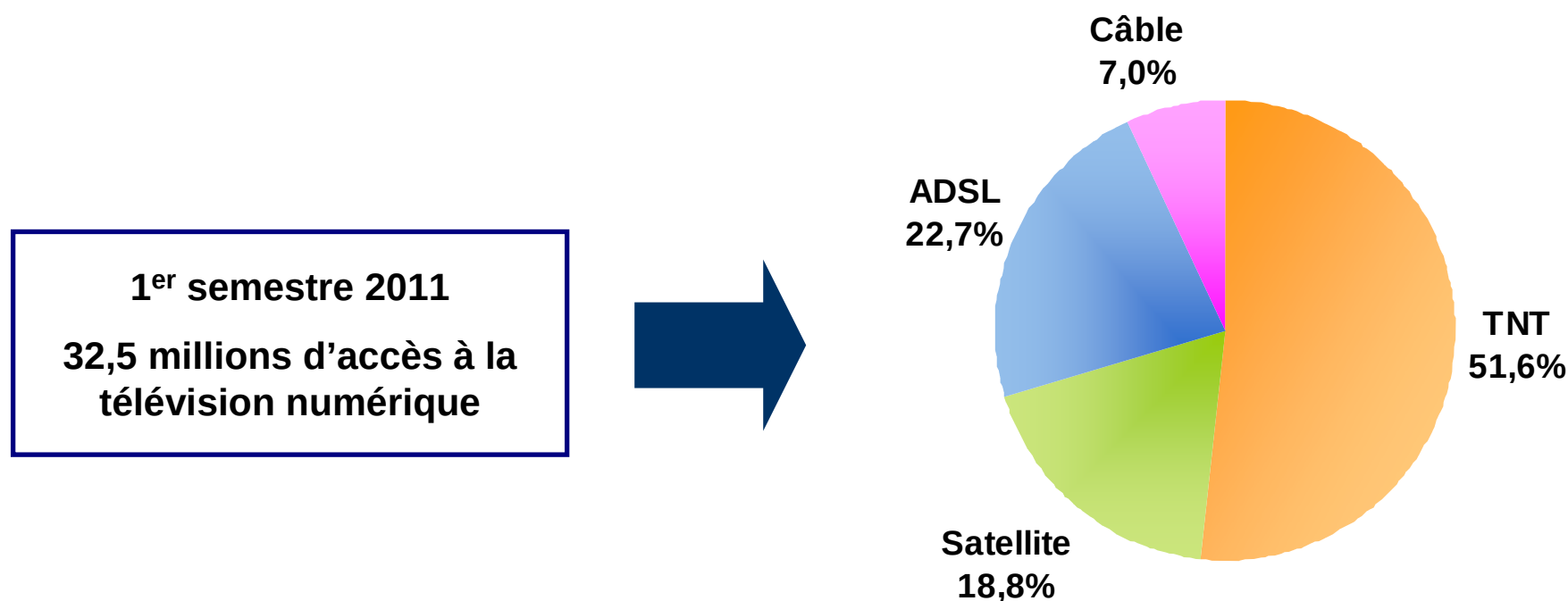


Sources : Médiamétrie de 2005 à 2008 puis Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception numérique à partir de juin 2008

## Répartition par vecteur des foyers accédant à une offre numérique



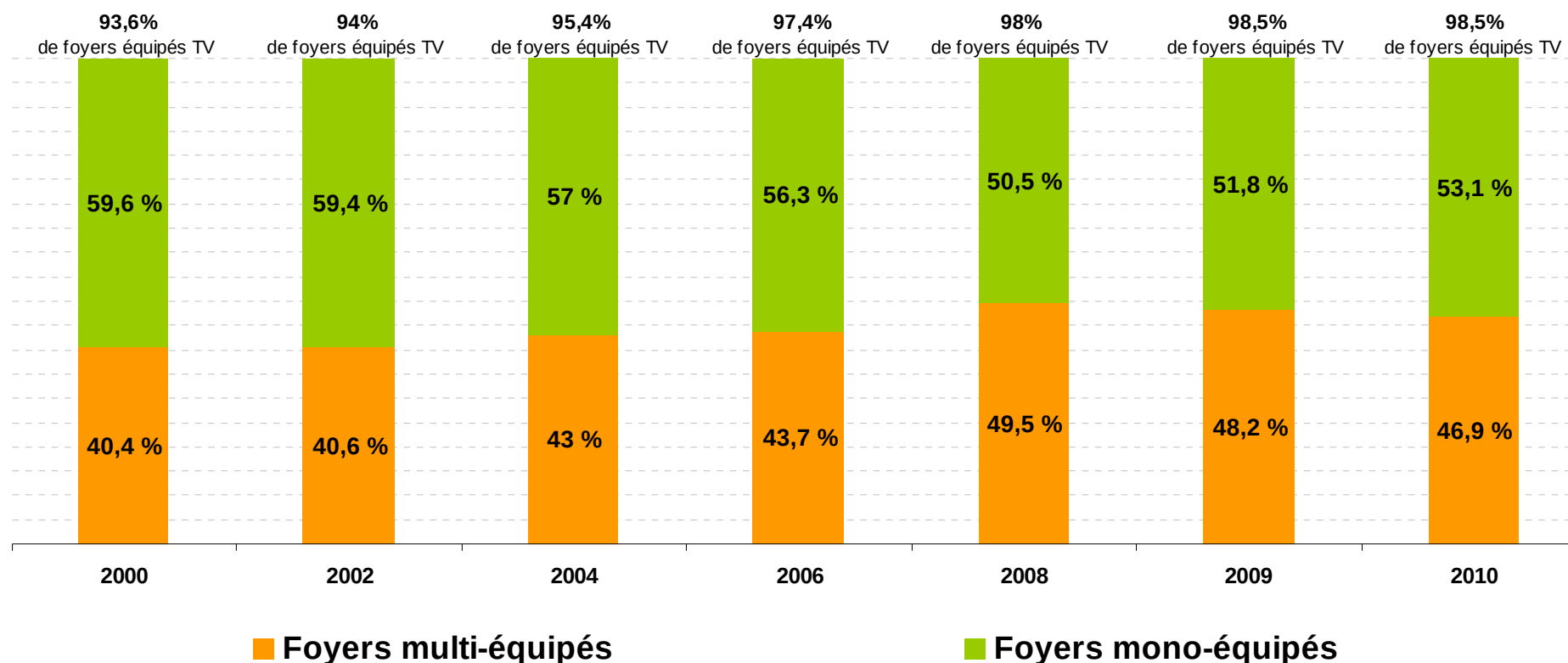
*Au premier semestre 2011, environ 26,2 millions de foyers, soit 98% des foyers équipés de téléviseurs, ont accès à la télévision numérique (TNT, câble, satellite, ADSL...). On dénombre 32,5 millions d'accès numériques parmi lesquels 52% en TNT.*



# Équipement et multi-équipement en télévision des foyers



*En 2010, la quasi-totalité des foyers français (98,5%) est équipée d'au moins un poste de télévision. Un peu moins de la moitié des foyers sont équipés de plus d'un téléviseur, le taux de multi-équipement diminuant légèrement depuis deux ans.*



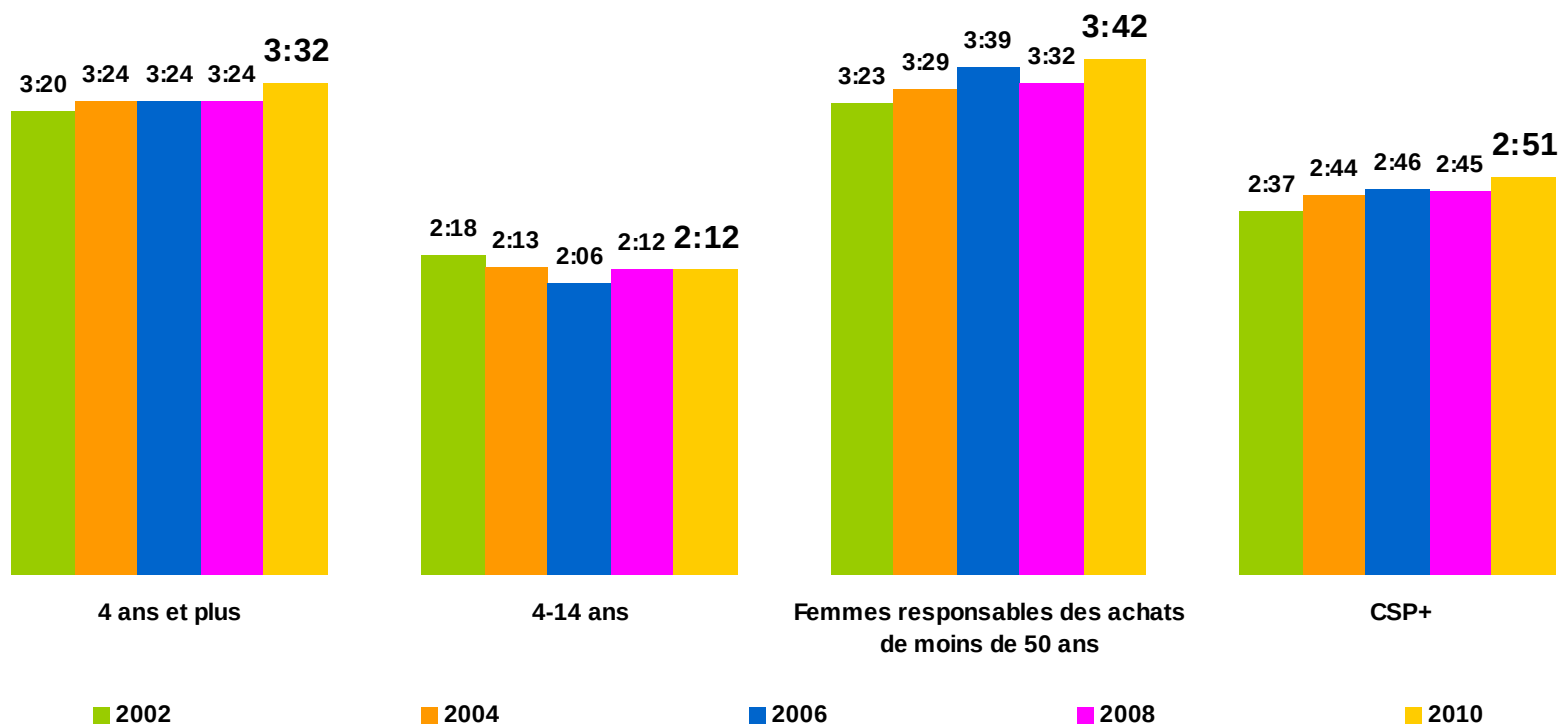
Source : Médiamétrie – L'Année TV 2010

\* Dernière donnée disponible

# Durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu



*En 2010 en France, les plus de 4 ans équipés de téléviseurs ont regardé la télévision en moyenne 3 heures et 32 minutes par jour, soit 7 minutes de plus qu'en 2009.*



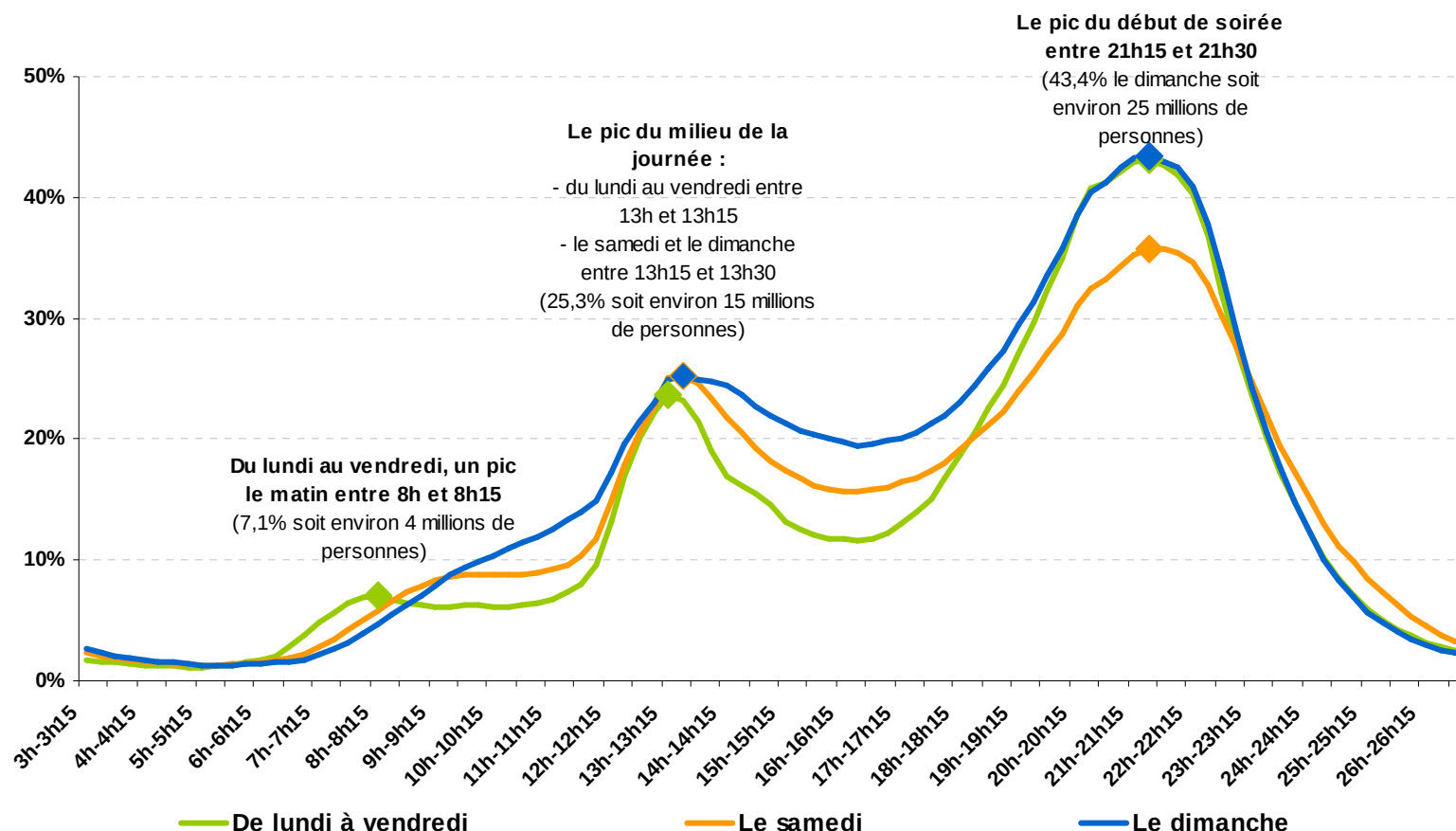


# Audience moyenne de la télévision au cours d'une journée moyenne de 2010



*Sur une journée moyenne, deux pics de consommation de la télévision apparaissent : en milieu de journée et en début de soirée.*

Taux moyen d'audience en %, quart d'heure par quart d'heure, journée de 3h à 27h, individus de 4 ans et plus

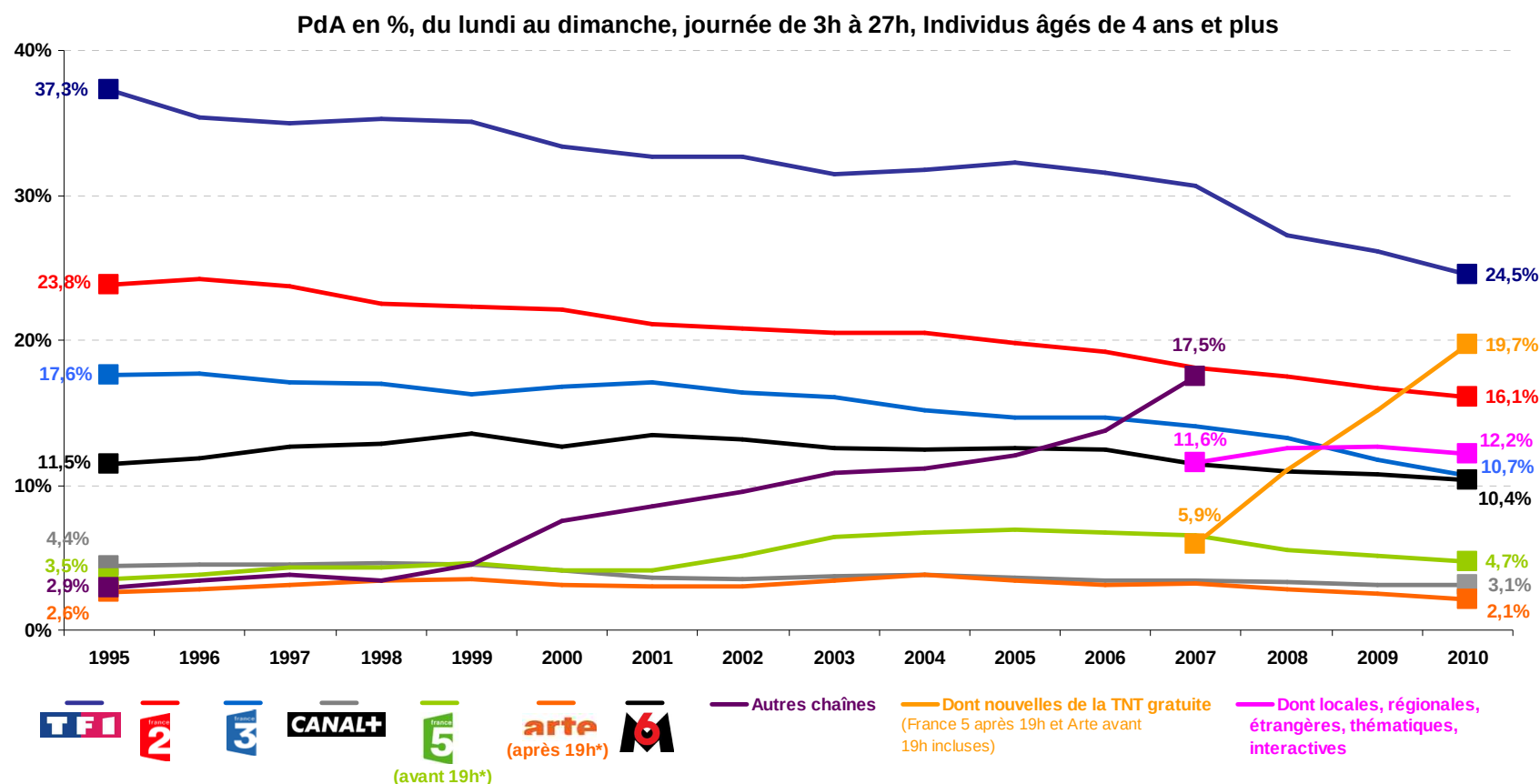


# Évolution des parts d'audience (PdA) annuelles des chaînes de télévision depuis 1995



**Depuis 1995, tandis que les PdA des chaînes hertziennes historiques baissent, on assiste à deux phénomènes :**

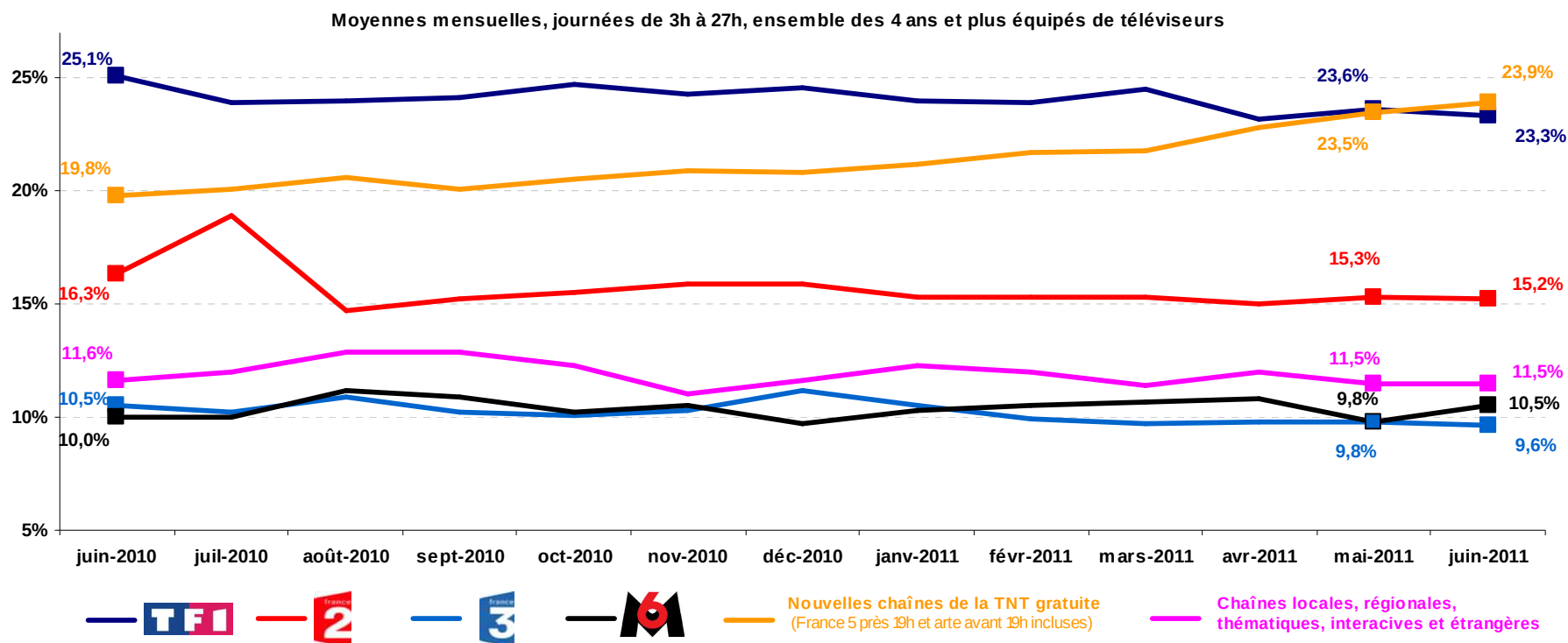
- la montée de la PdA des chaînes du câble et du satellite, qui progresse d'environ 8 points entre 1995 et 2004 ;
- puis, à partir de leur lancement en 2005, la forte croissance des nouvelles chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes locales), qui atteignent 19,7% de PdA en seulement 5 ans.



• Les PdA de France 5 avant 19h et d'Arte après 19h sont calculées sur leurs seuls horaires de diffusion en hertzien analogique.

Source : Médiamétrie - Médiamat

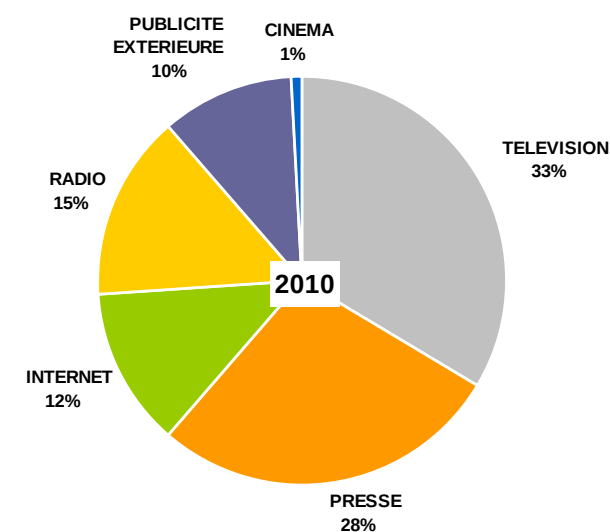
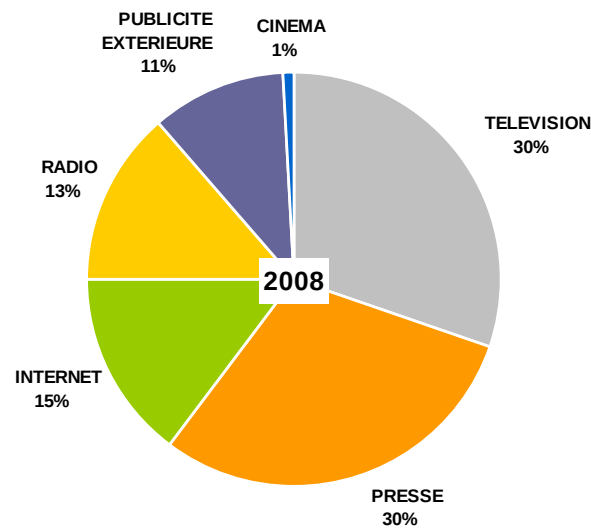
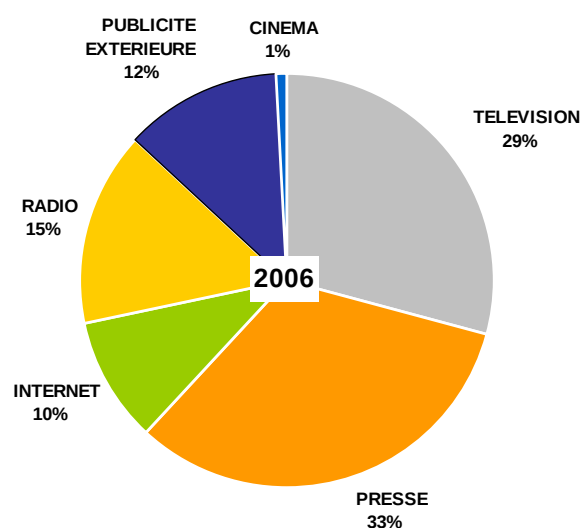
# Parts d'audience mensuelles des chaînes de télévision en 2010



# Évolution des parts de marché publicitaires des grands médias



*De 2006 à 2010, la télévision est devenue le premier média, devant la presse, en baisse sensible, et la radio. Internet confirme sa montée en puissance.*



Source : Kantar Media - données brutes

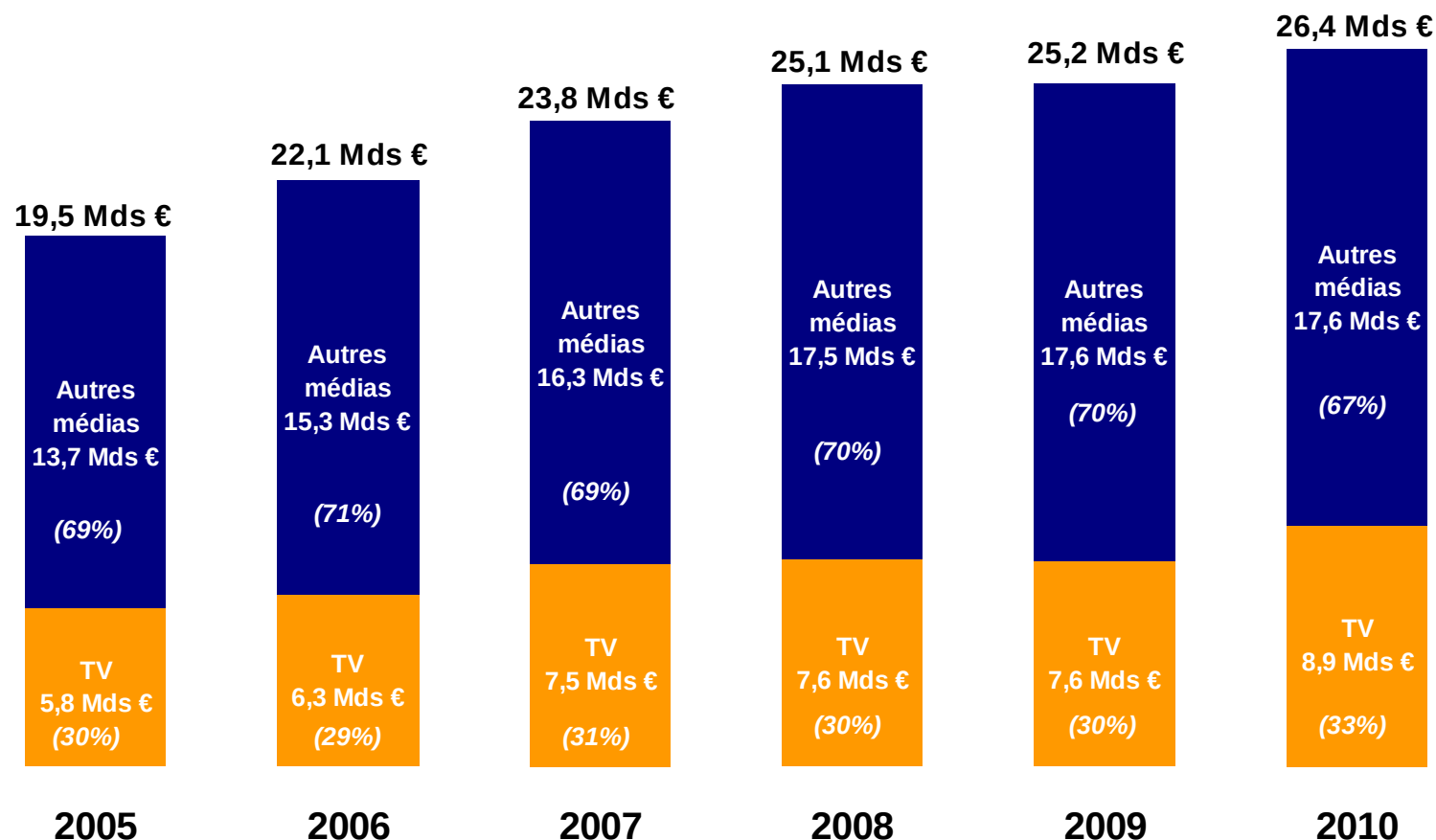
Parrainage inclus depuis 2007

Changement méthodologique de la mesure d'internet en 2010

# Part de la télévision dans les investissements publicitaires



*Le marché publicitaire a atteint, en 2010, 26,4 milliards d'euros bruts, dont 8,9 milliards générés par la télévision, dont la part atteint 33% de l'ensemble des investissements publicitaires bruts des annonceurs.*



Source : Kantar Media, traitement CSA en 2008

Milliards d'euros bruts

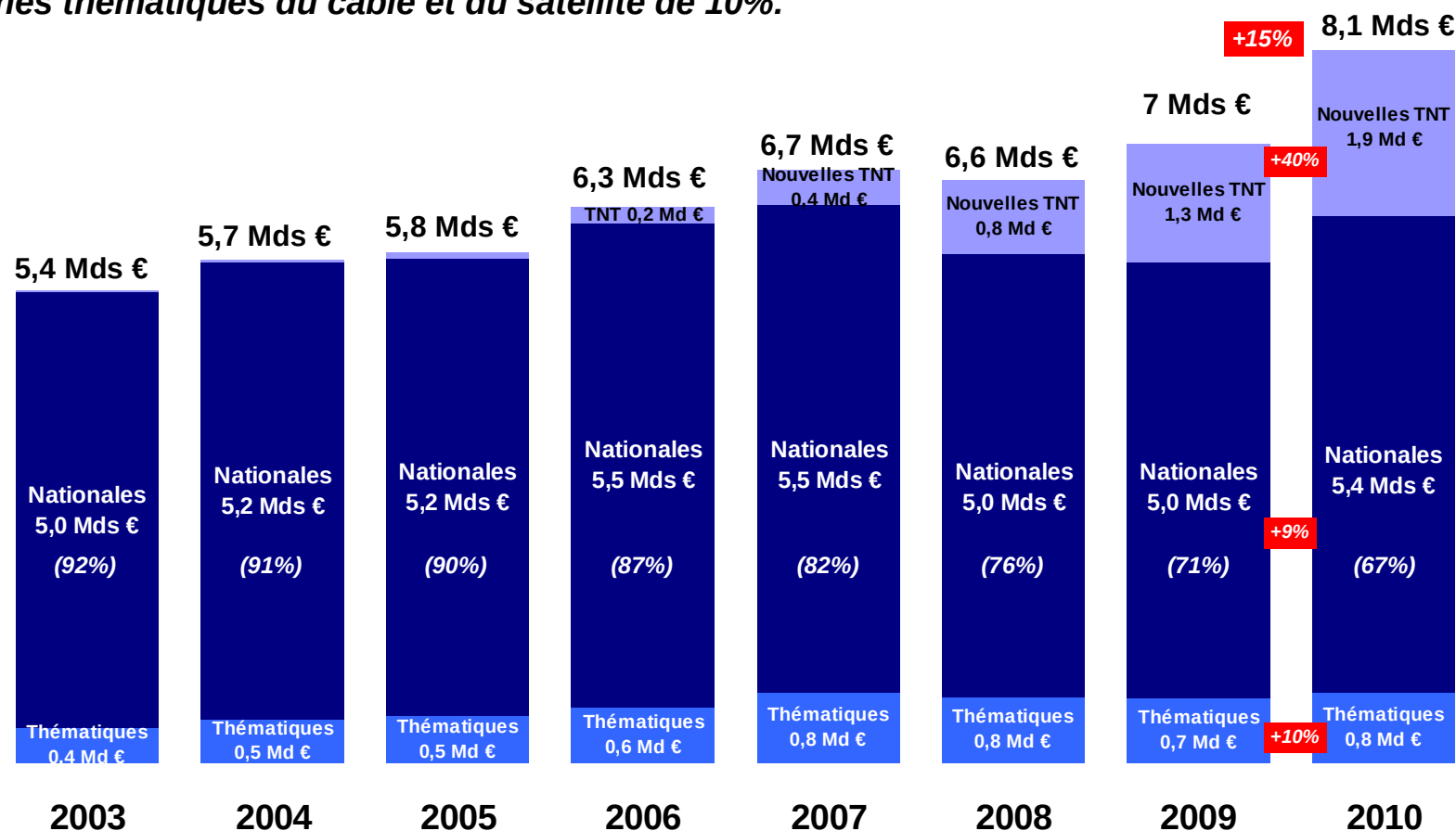
Parrainage inclus depuis 2007 – Ecrans TF1 Cristal et France Télévisions redressés en 2008

# Évolution des parts de marché publicitaires selon les catégories de chaînes de télévision



*De 2003 à 2010, les investissements publicitaires (mesurés en données brutes) en télévision ont augmenté de 51%, soit 2,7 milliards d'euros supplémentaires, principalement au bénéfice des nouvelles chaînes de la TNT.*

*Entre 2009 et 2010, les ressources publicitaires des chaînes nationales historiques ont progressé de 9% tandis que celles des nouvelles chaînes de la TNT ont progressé de 40% et celles des chaînes thématiques du câble et du satellite de 10%.*



Source : Kantar Media, traitement CSA en 2008

Milliards d'euros bruts

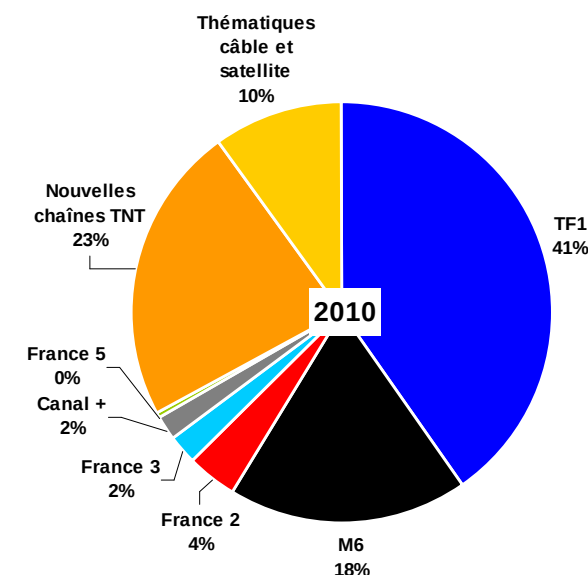
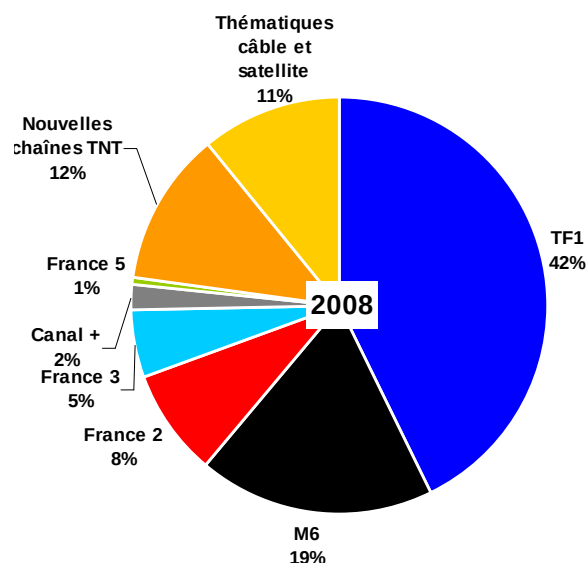
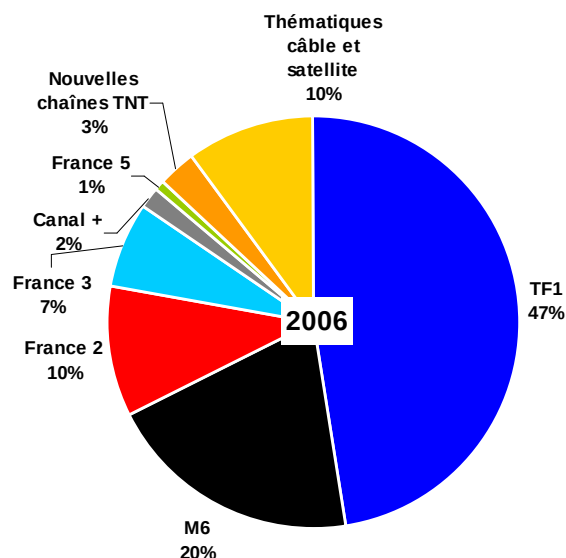
Hors parrainage – Ecrans TF1 Cristal et France Télévisions redressés en 2008

# Parts de marché publicitaires brutes des chaînes de télévision



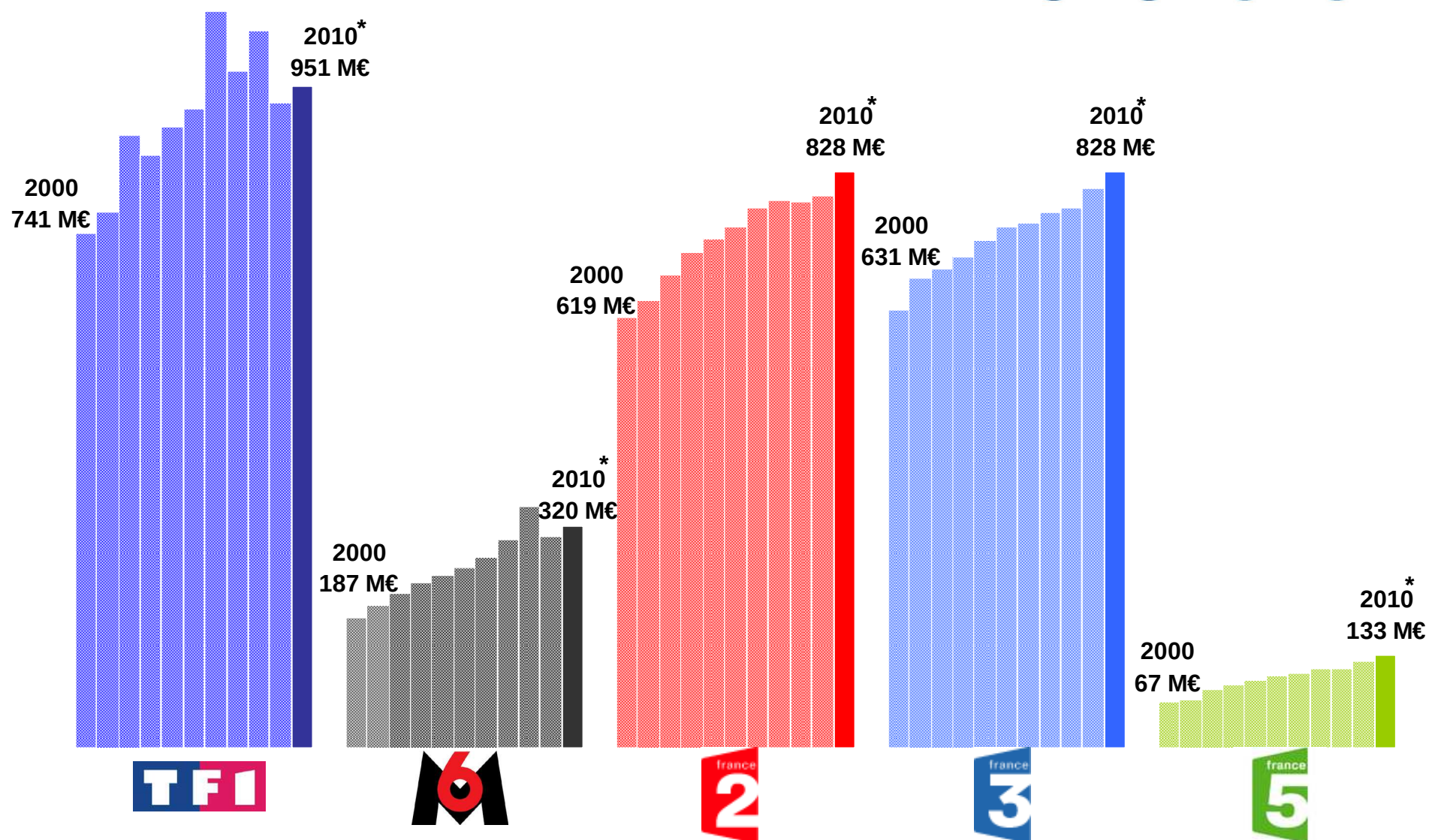
**De 2006 à 2010, la part des investissements publicitaires bruts toutes chaînes confondues effectués sur TF1, M6 et France Télévisions (France 2, France 3 et France 5) a diminué, atteignant respectivement 41%, 18% et 6% (12% sur la tranche 6h-20h)**

**La part de marché publicitaire des nouvelles chaînes de la TNT a presque doublé en deux ans, passant de 12% en 2008 à 23% en 2010.**



Source : Kantar Media  
Milliards d'euros bruts  
Hors parrainage

# Coûts de grille des chaînes gratuites historiques



*Droits des événements sportifs (notamment coupe UEFA et coupe du monde de football) inclus*

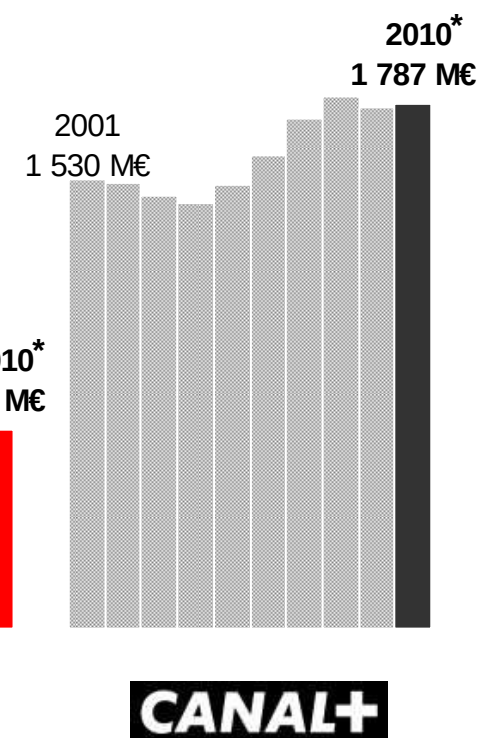
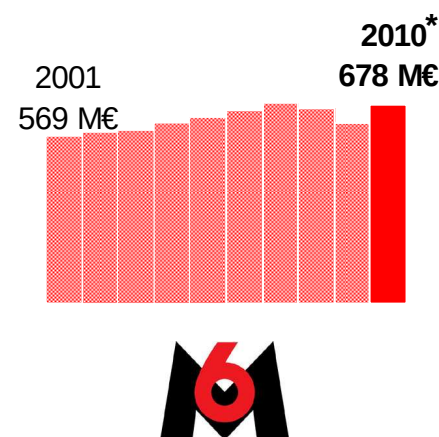
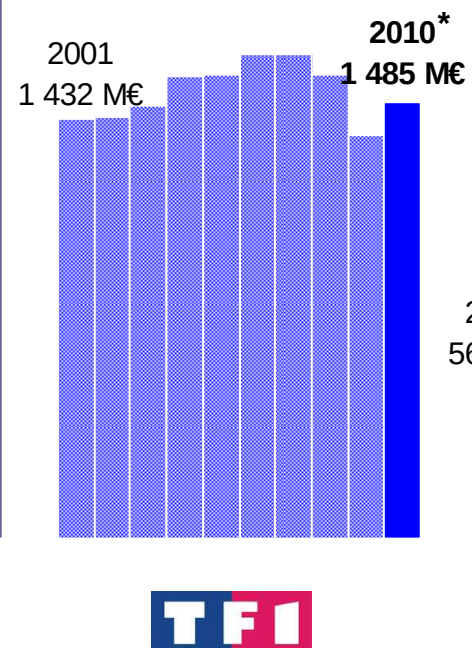
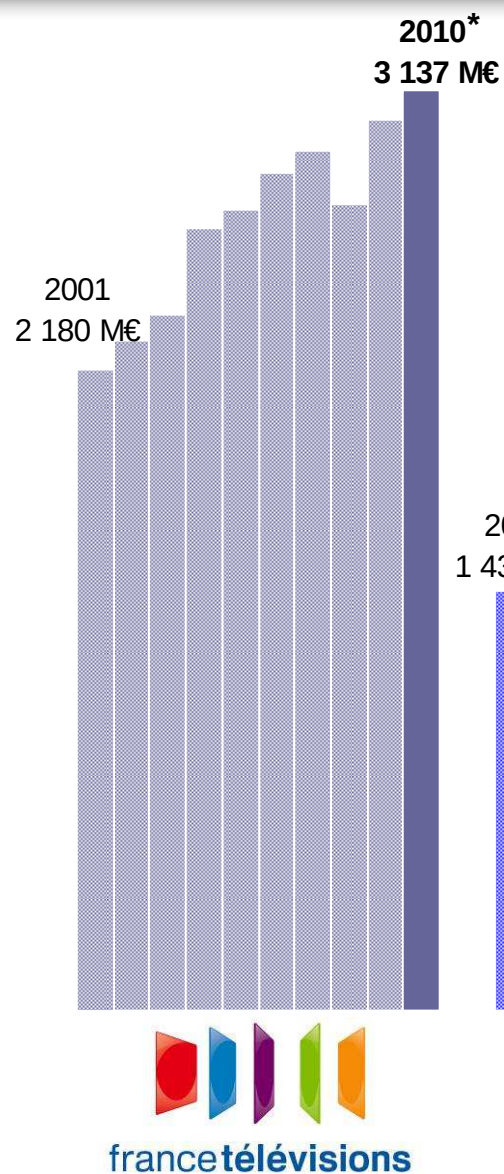
*Données arrondies à l'unité*

*Source : comptes sociaux*

*\* Dernière donnée disponible*

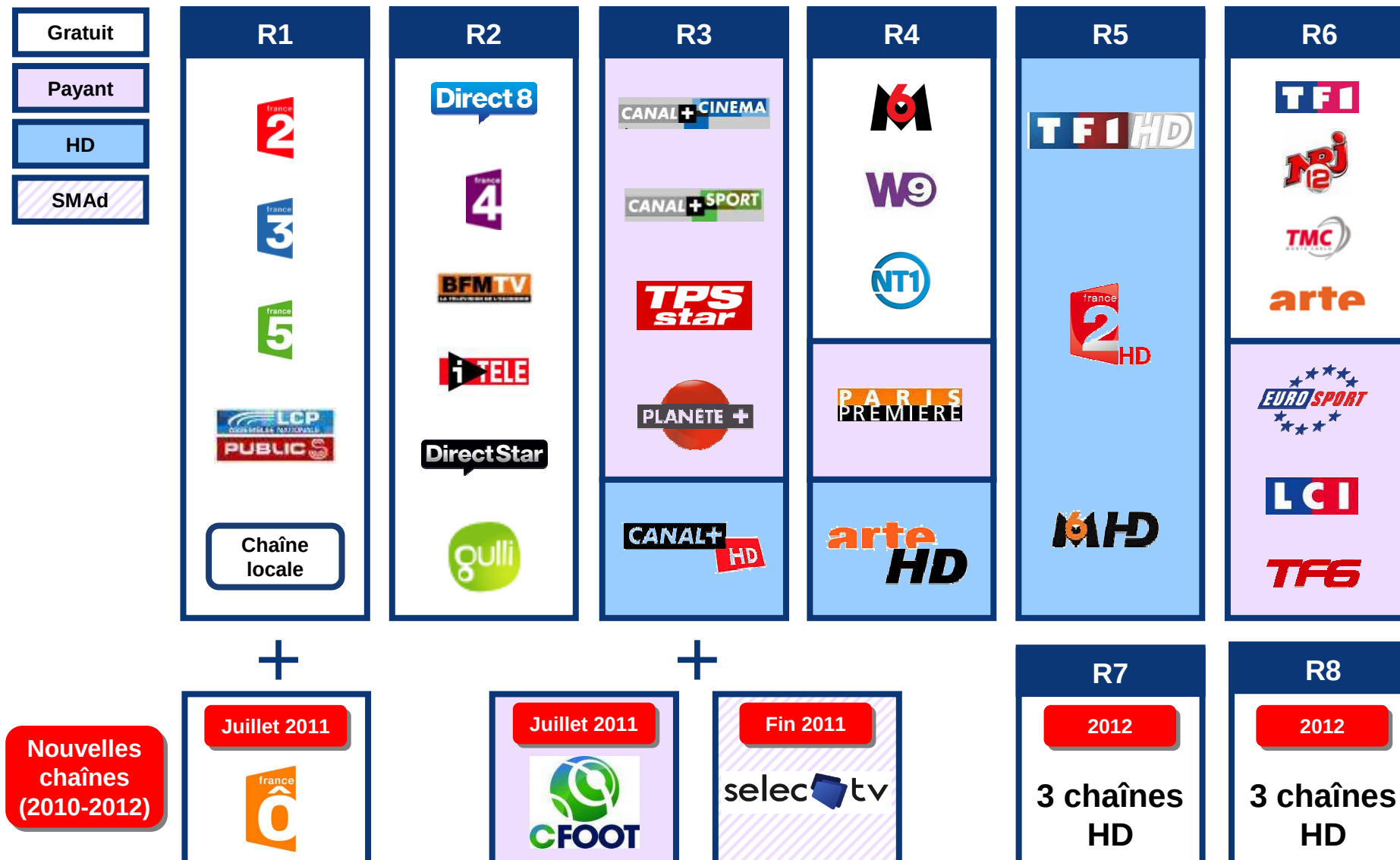


# Chiffres d'affaires des chaînes hertziennes historiques

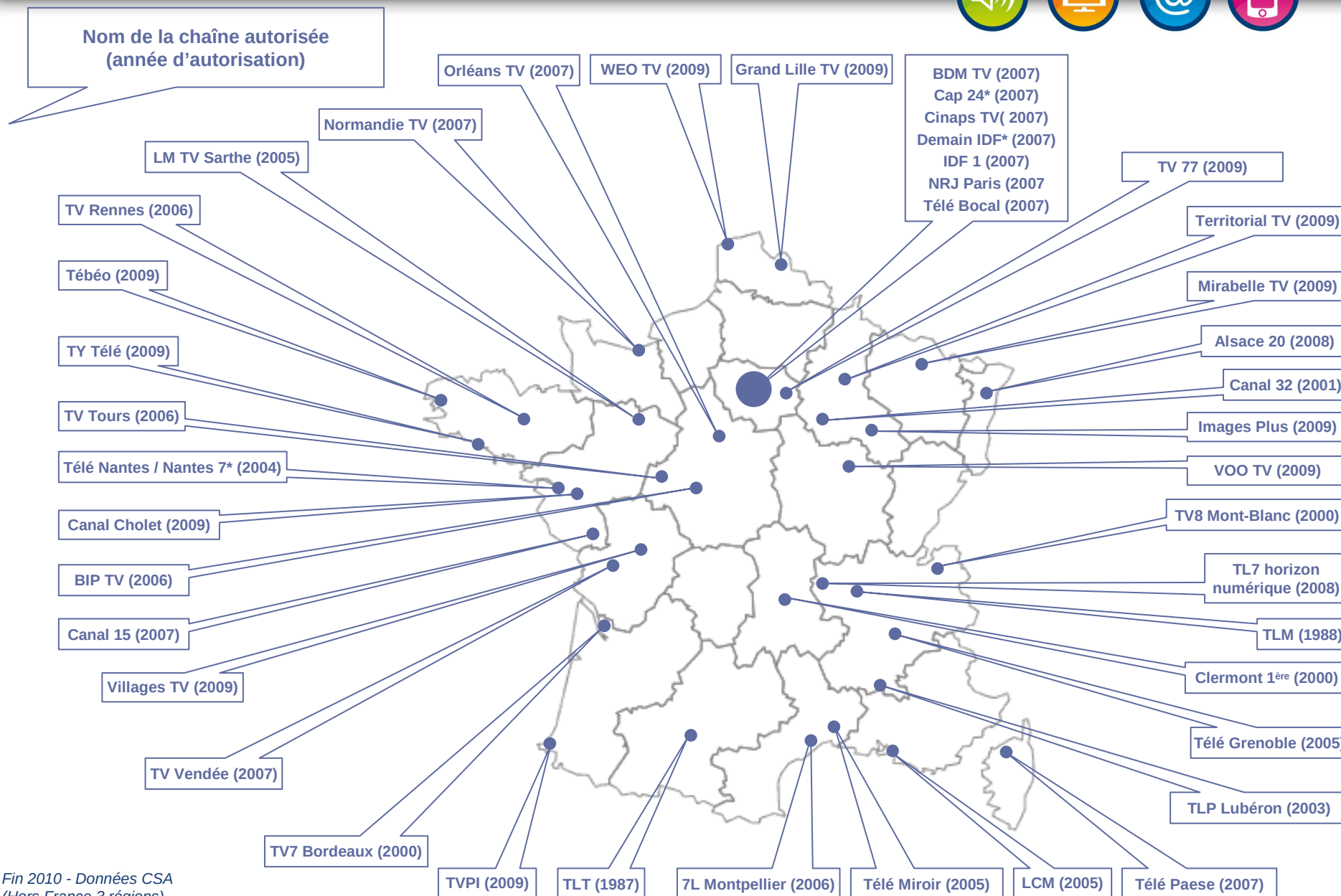


Données arrondies à l'unité  
Source : comptes sociaux  
\* Dernière donnée disponible

# Les chaînes de la TNT en métropole



# Les chaînes locales de la TNT en métropole



Fin 2010 - Données CSA  
(Hors France 3 régions)

\* En location gérance

# Les chaînes de la TNT en outre-mer

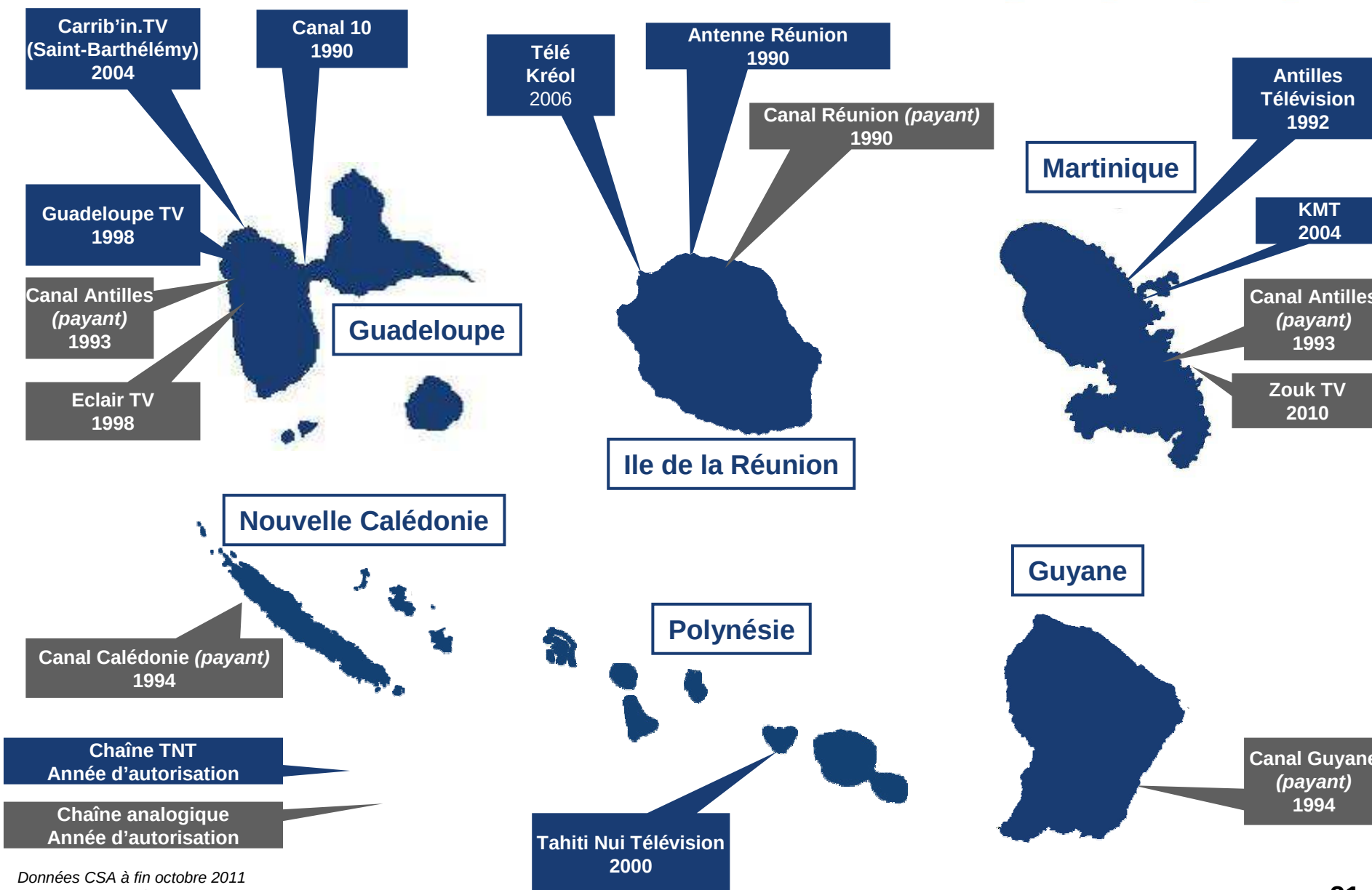


**Chaînes de la TNT diffusées sur le premier multiplex TNT en outre-mer : « ROM 1 »**

| Numéro | Guyane         | Guadeloupe | Martinique | La Réunion | St Pierre-et-Miquelon | Saint Barthélemy | Saint Martin   | Polynésie française | Nouvelle-Calédonie | Wallis-et-Futuna | Mayotte        |
|--------|----------------|------------|------------|------------|-----------------------|------------------|----------------|---------------------|--------------------|------------------|----------------|
| 1      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 2      | Appel en cours |            |            |            |                       | Carib'in TV      | Carib'in TV    |                     |                    |                  |                |
| 3      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 4      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 5      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 6      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 7      |                |            |            |            |                       |                  |                |                     |                    |                  |                |
| 8      |                |            |            |            | arte                  |                  |                |                     | arte               | arte             | arte           |
| 9      | arte           |            |            |            | Projet d'appel        | arte             | arte           | arte                | Appel en cours     |                  | Appel en cours |
| 10     | Appel en cours | arte       | arte       | arte       | Projet d'appel        | Projet d'appel   | Projet d'appel | Appel en cours      | Appel en cours     |                  | Appel en cours |

Source : CSA  
(fin octobre 2011)

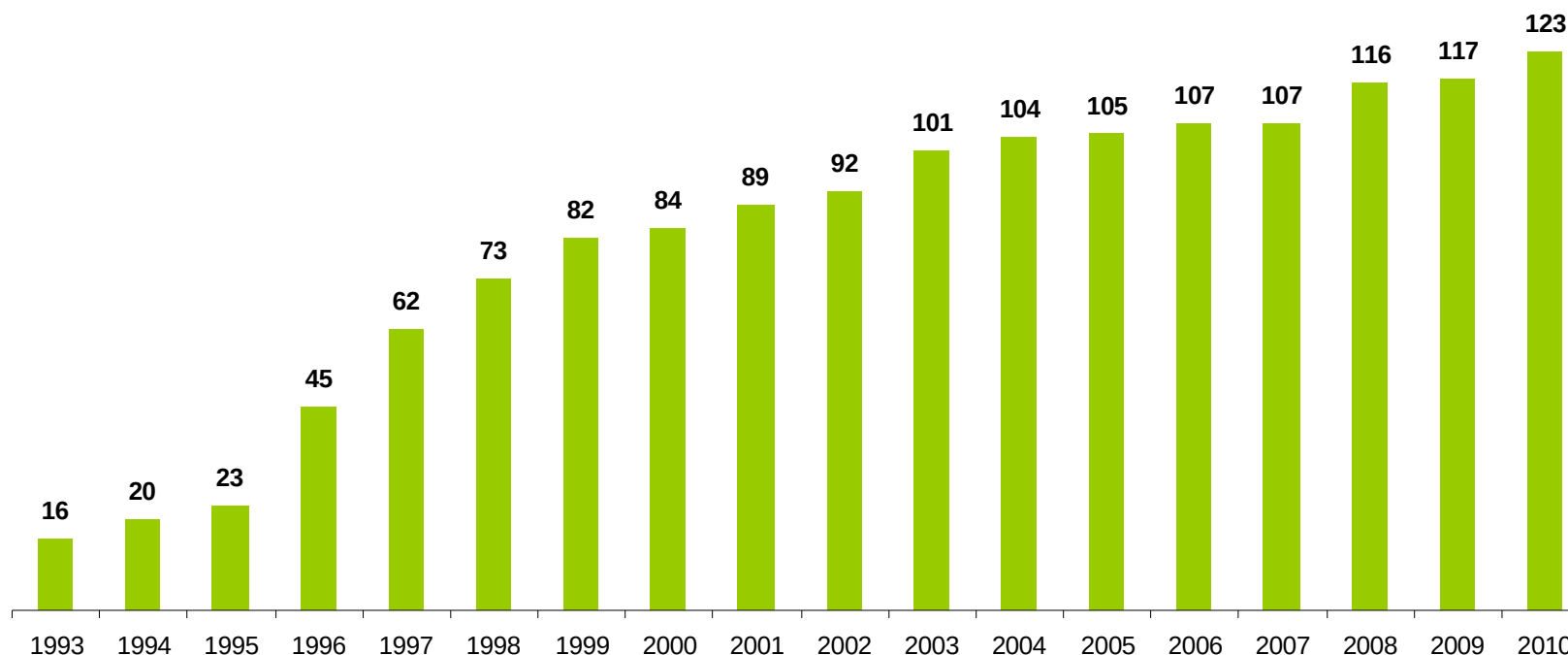
# Les chaînes locales hertziennes en outre-mer



Données CSA à fin octobre 2011  
(Hors Outre-mer 1<sup>ère</sup>)



*Fin 2010, 123 chaînes conventionnées par le Conseil (sur un total de 134) sont effectivement diffusées sur les réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA (câble, satellite, ADSL, fibre optique, mobile...)*



# Synthèse du nombre de chaînes fin octobre 2011



*Fin octobre 2011, on dénombre 28 chaînes nationales et 60 chaînes locales en TNT ainsi que 204 chaînes nationales et 106 chaînes locales déclarées ou conventionnées par le Conseil pour une diffusion sur d'autres réseaux (câble, satellite, ADSL, fibre optique, mobile...)*

## Chaînes de la TNT en métropole

| Chaînes TNT nationales privées | Chaînes TNT nationales publiques | Chaînes TNT locales privées |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 12 gratuites                   | 6                                | 51                          |
| 10 payantes                    |                                  |                             |

## Chaînes de la TNT en outre mer

| Chaînes TNT nationales publiques | Chaîne TNT locale publique | Chaînes TNT locales privées |
|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 7                                | 1                          | 8<br>(+ 2 analogiques)      |

## Chaînes non hertziennes

| Chaînes nationales non hertziennes | Chaînes locales non hertziennes |
|------------------------------------|---------------------------------|
| 145 (conventionnées)               | 100 (métropole)                 |
| 59 (déclarées)                     | 6 (outre-mer)                   |



# Radio

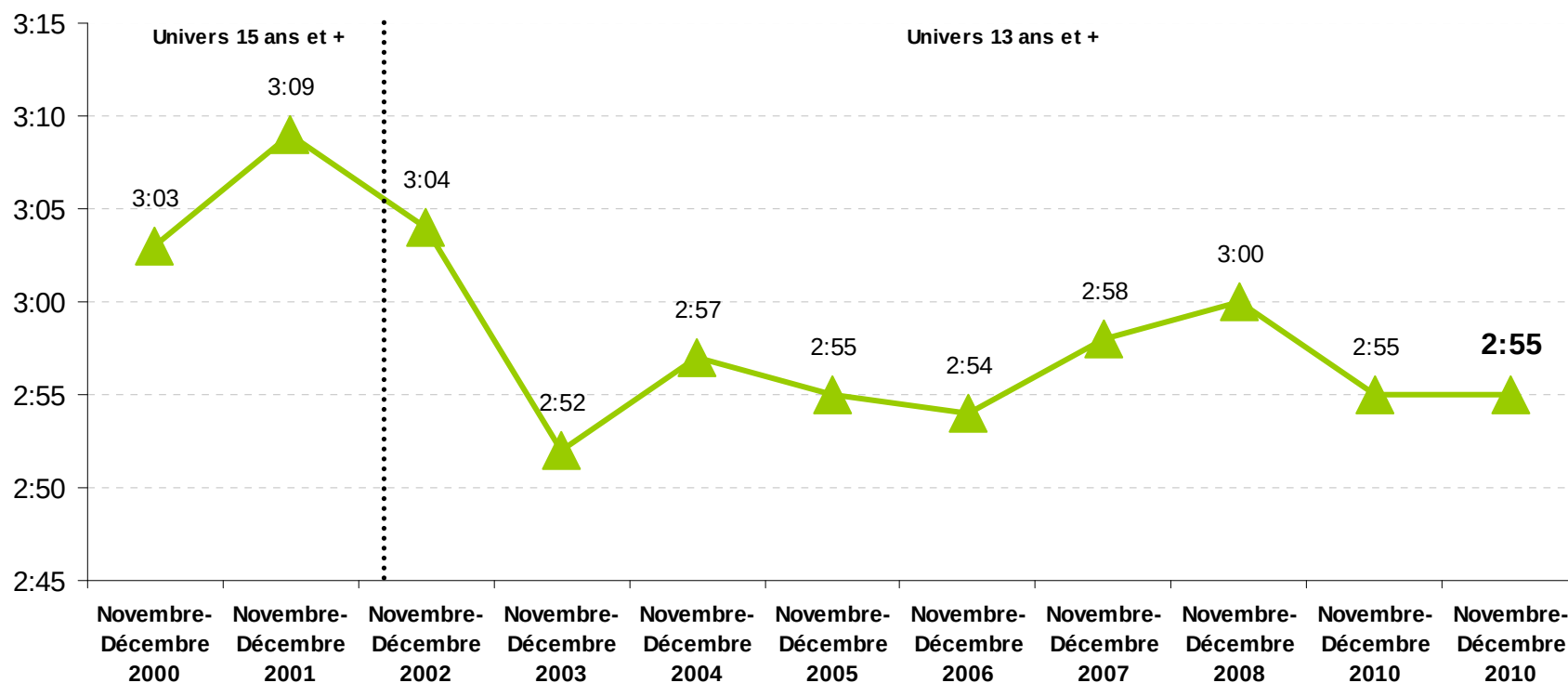


# Durée d'écoute quotidienne de la radio par auditeur



**Entre la fin de l'année 2009 et la fin de l'année 2010, la durée d'écoute moyenne de la radio par auditeur de plus de 13 ans est restée stable, à 2 heures et 55 minutes par jour.**

*En heures : minutes, du lundi au vendredi, de 5h à 24h, 15 ans et plus jusqu'en novembre-décembre 2001 inclus puis 13 ans et plus.*



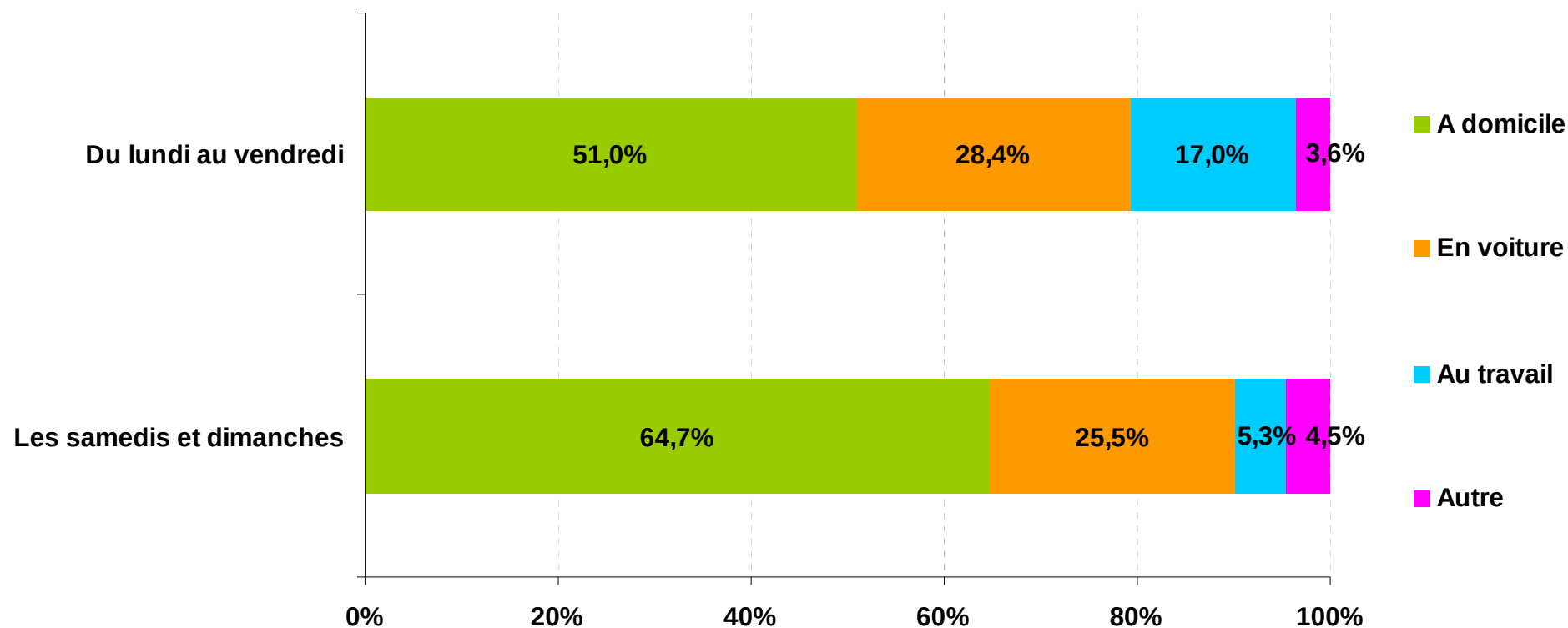
Source : Médiamétrie – 75 000+ Radio puis 126 000 Radio à partir de janvier 2005

# Parts de marché des localisations de l'écoute de la radio



*En semaine, près de la moitié du volume d'écoute de la radio (49%) se fait hors domicile.*

*En %, de 5h à 24h, sur les 13 ans et plus.*

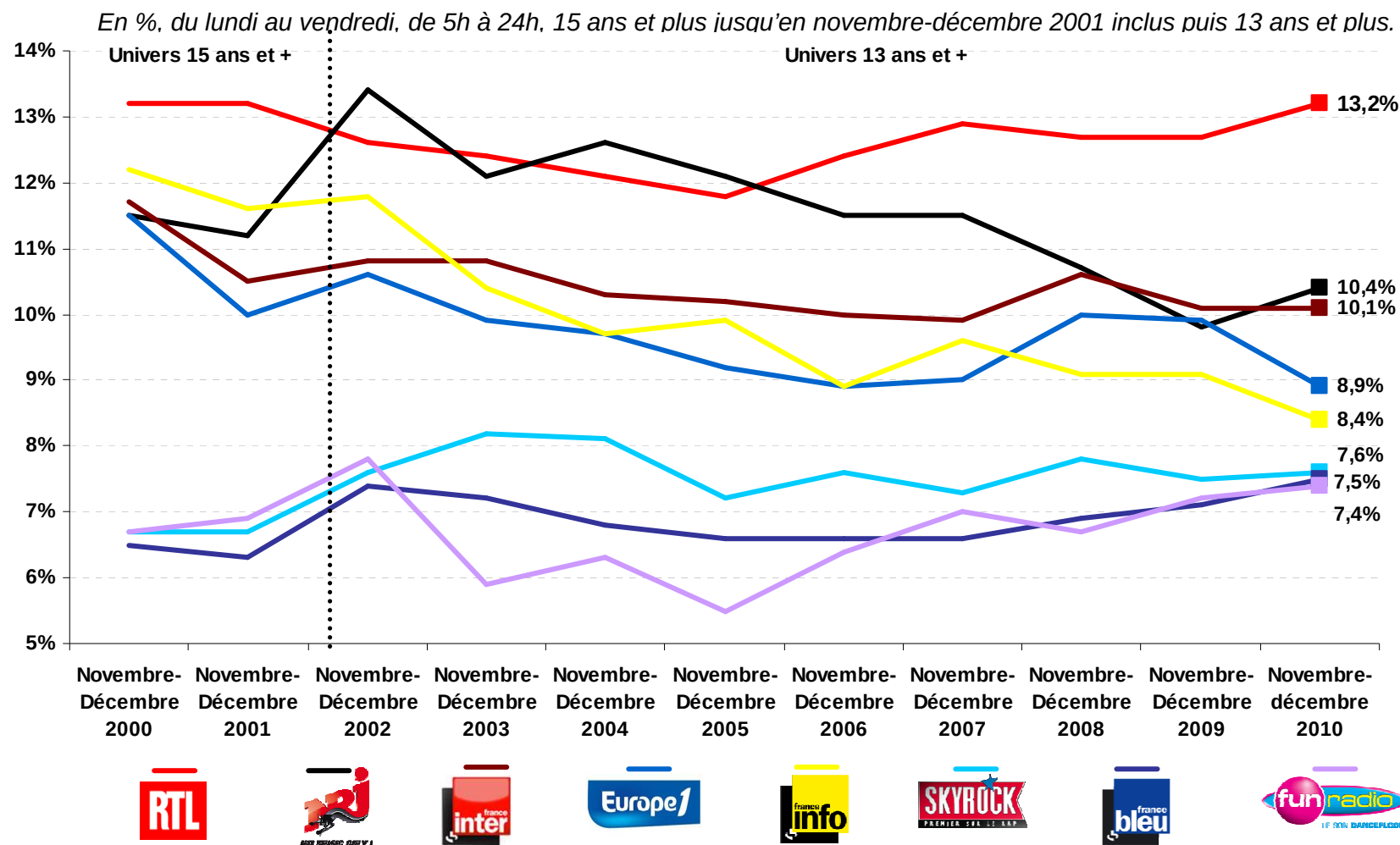


Source : Médiamétrie – L'Année Radio 2010-2011

# Les huit premières stations en termes d'audience cumulée à la fin de l'année 2010 et leur évolution depuis dix ans



*L'audience cumulée est le pourcentage de la population ayant écouté une station au moins une fois dans la journée.*

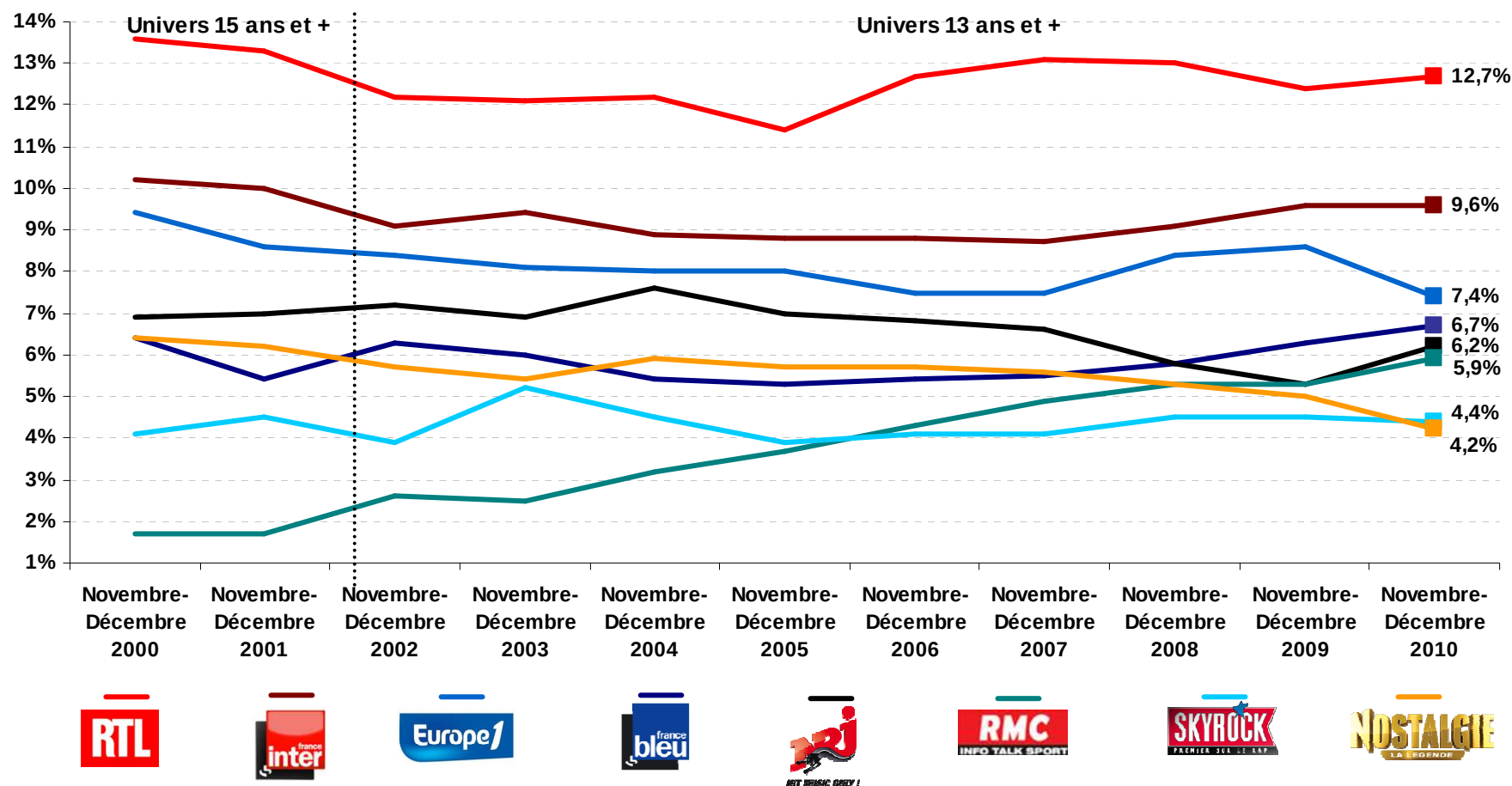


# Les huit premières stations en termes de parts d'audience (PdA) à la fin de l'année 2010 et leur évolution depuis dix ans



*La part d'audience d'une station représente la part de son volume d'écoute dans le volume d'écoute global du média radio.*

*En %, du lundi au vendredi, de 5h à 24h, sur les 15 ans et plus jusqu'en novembre-décembre 2001 inclus puis sur les 13 ans et plus.*

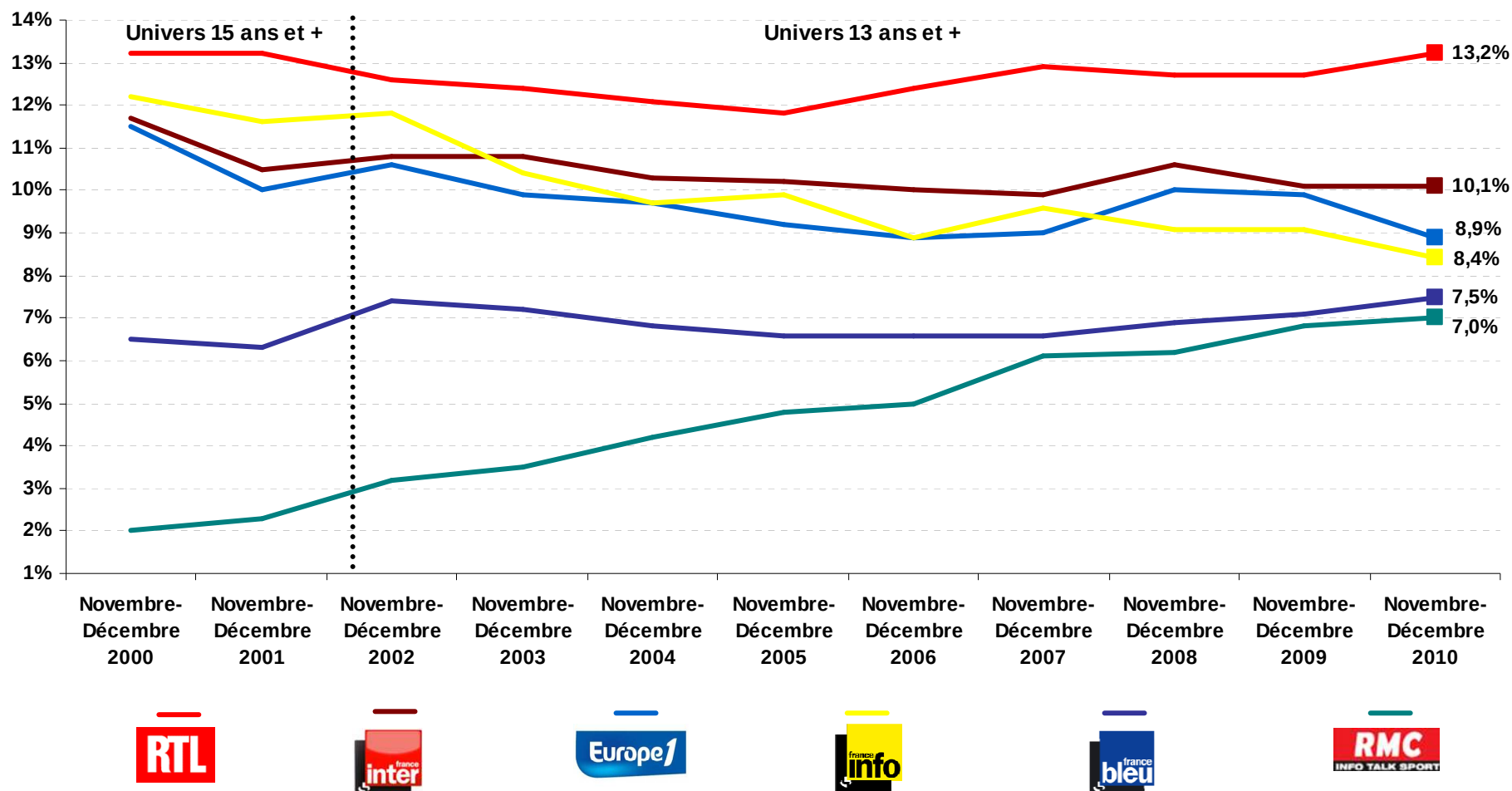


# Evolution de l'audience cumulée des radios généralistes et d'information depuis 2000



*L'audience cumulée est pourcentage de la population ayant écouté une station au moins une fois dans la journée.*

*En %, du lundi au vendredi, de 5h à 24h, 15 ans et plus jusqu'en novembre-décembre 2001 inclus puis 13 ans et plus.*



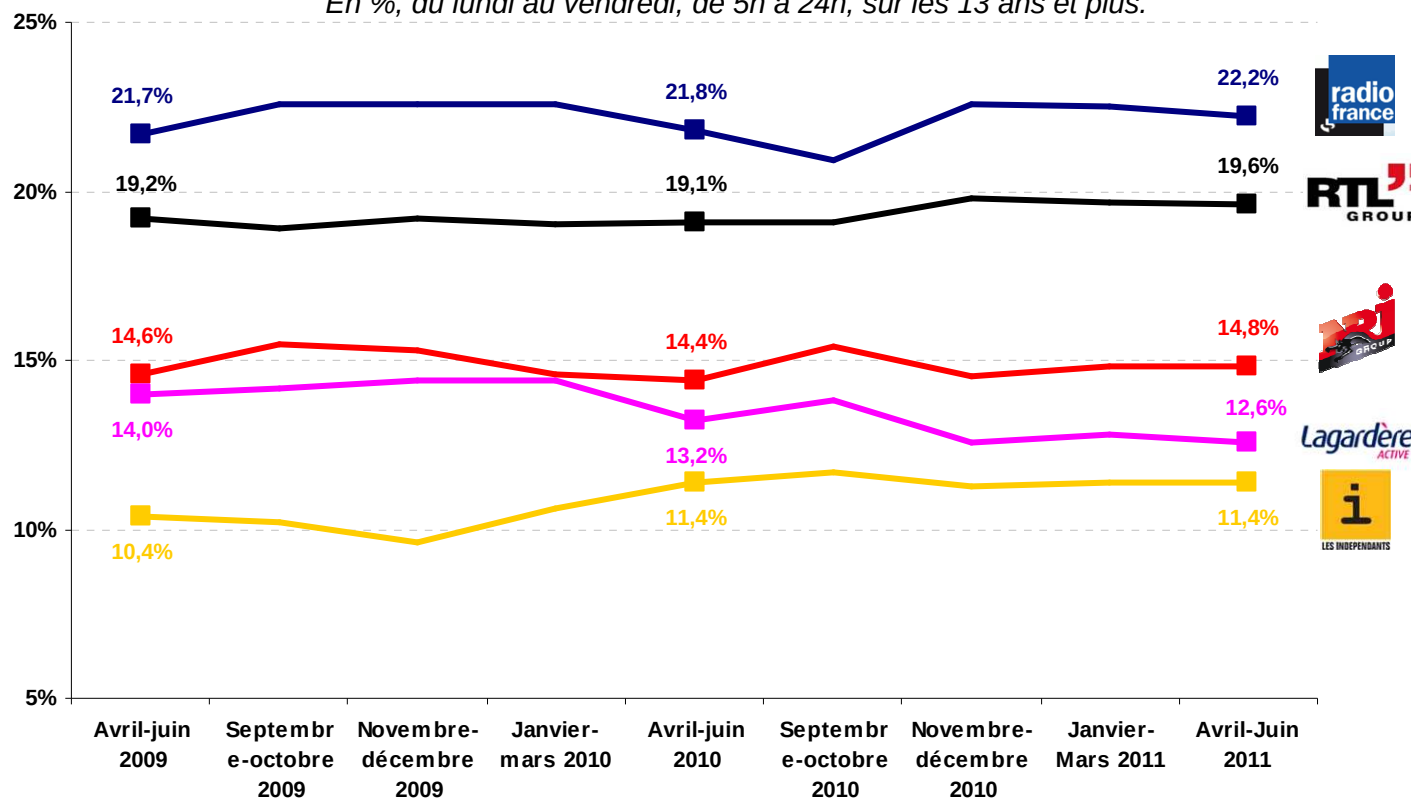
Source : Médiamétrie – 75 000+ Radio puis 126 000 Radio à partir de janvier 2005

# Evolution des PdA agrégées des principaux groupes radiophoniques nationaux et du groupement « Les Indés Radios » depuis 2 ans



**La part d'audience agrégée des différents groupes de radio et du groupement « Les Indés Radios » est calculée en additionnant les parts d'audience de leurs stations respectives.**

*En %, du lundi au vendredi, de 5h à 24h, sur les 13 ans et plus.*



Radio France (8 stations) : Fip, France Inter, France Info, France Bleu, France Musique, France Culture, Le Mouva, France Vivace.

RTL Group (3 stations) : RTL, RTL 2, Fun Radio.

NRJ Group (4 stations) : NRJ, Rire et Chansons, Chérie FM, Nostalgie.

Lagardère Active (3 stations) : Europe 1, RFM, Virgin Radio.

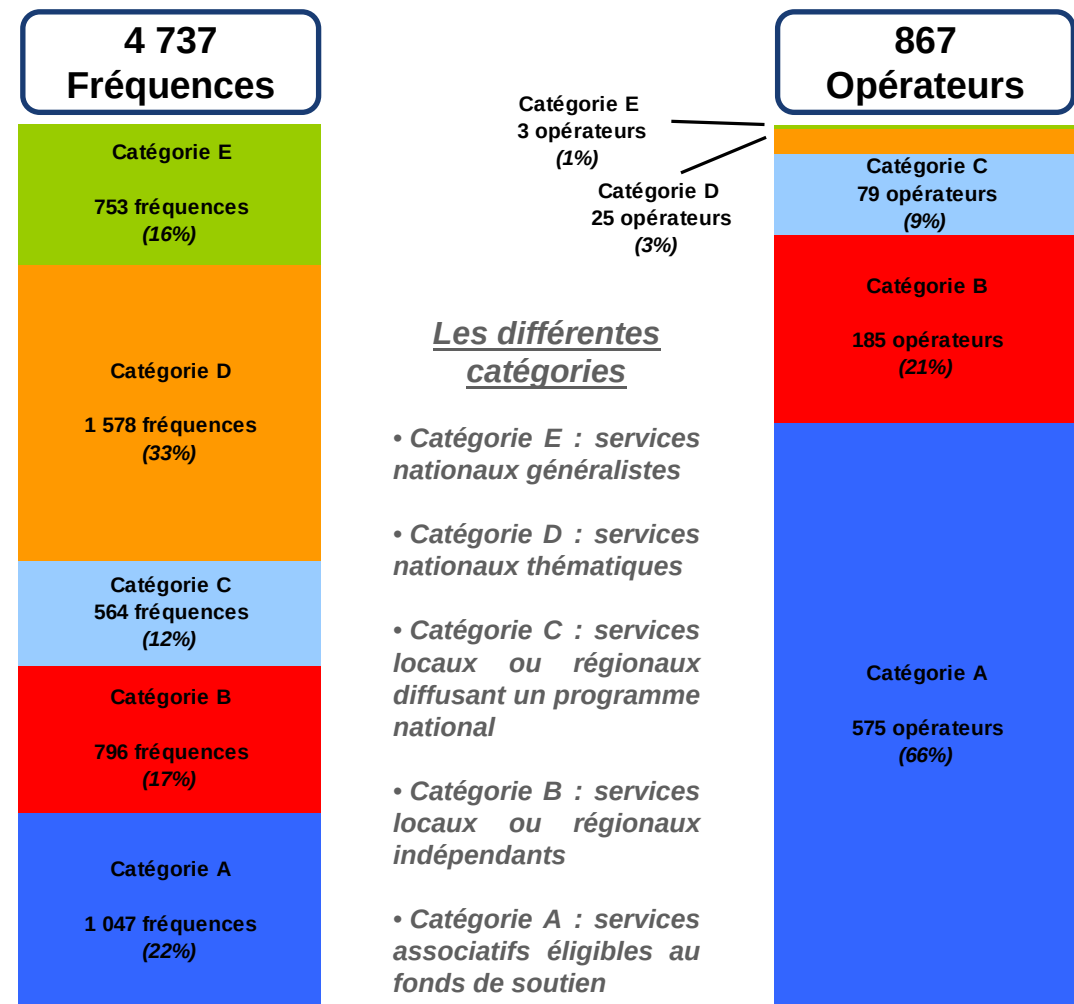
Groupement Les Indés Radios : en avril-juin 2011, le GIE était composé de 126 stations.

NB : ont été retenus les groupes possédant au moins deux réseaux nationaux, à l'exception de NextradioTV dont la station BFM n'est pas souscriptrice de l'étude « 126 000 Radio ».

# Répartition des radios et des fréquences par catégorie



## Services utilisant les fréquences assignées par le CSA



## Services diffusés sur les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le CSA

122 services de radio :

• 7 services conventionnés

• 115 services déclarés

Données CSA à fin septembre 2011

Données CSA au 31/12/2010

# Les principaux groupes radiophoniques nationaux



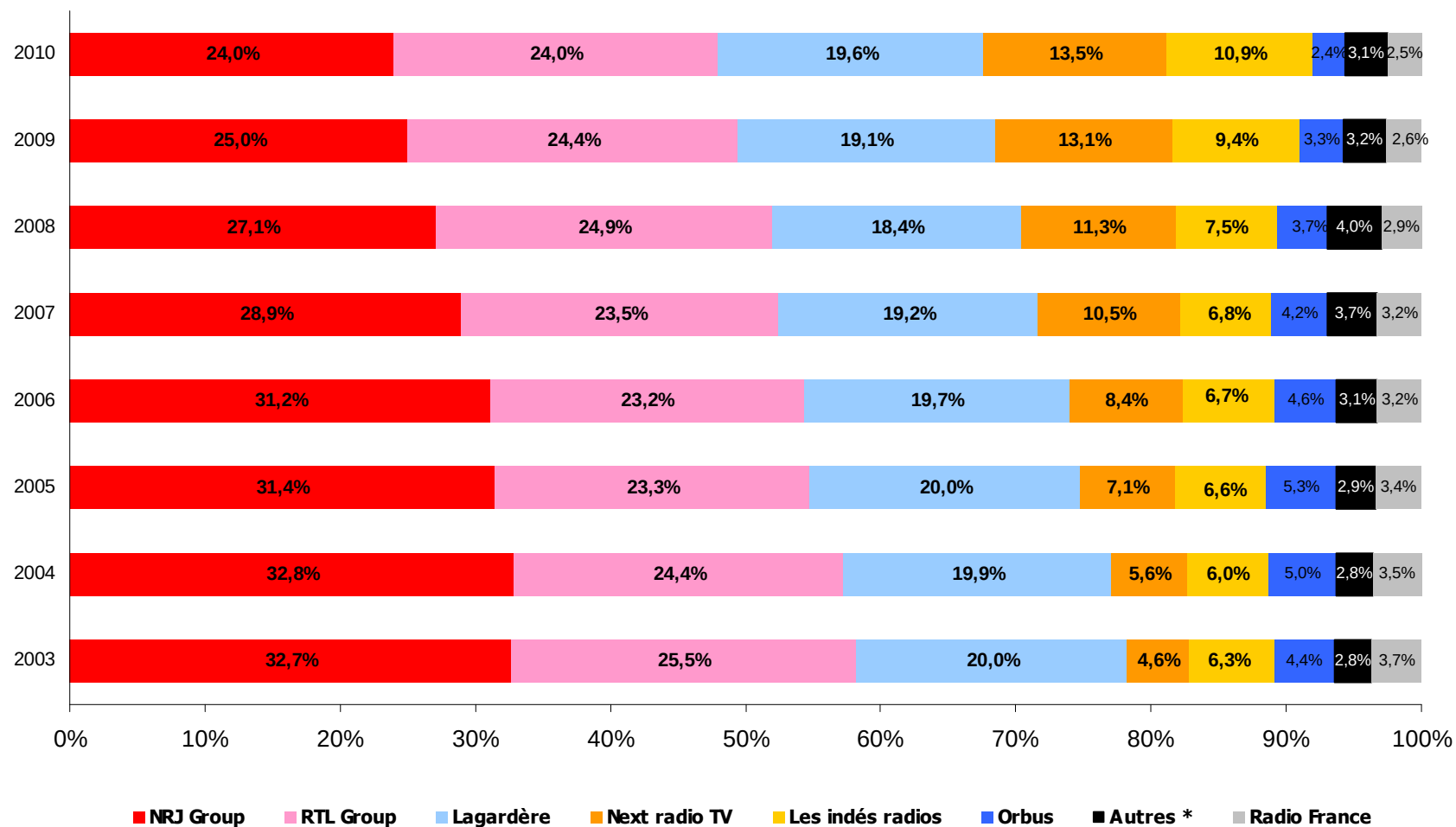
| Groupes  |                                  |          |          |      | Orbus |                          |
|----------|----------------------------------|----------|----------|------|-------|--------------------------|
| Antennes | <br>HIT MUSIC ONLY !<br><br><br> | <br><br> | <br><br> | <br> |       | <br><br><br><br><br><br> |



# Le marché de la publicité radiophonique nationale



**Evolution des parts de marché publicitaires brutes des principaux groupes radiophoniques nationaux et du groupement « Les Indés Radios ».**



\* Autres : MFM, Sud Radio-WIT FM, Radio Classique

Source : Kantar Media



# Nouveaux services

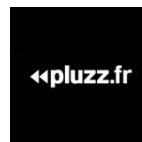
# La télévision de rattrapage (TVR)



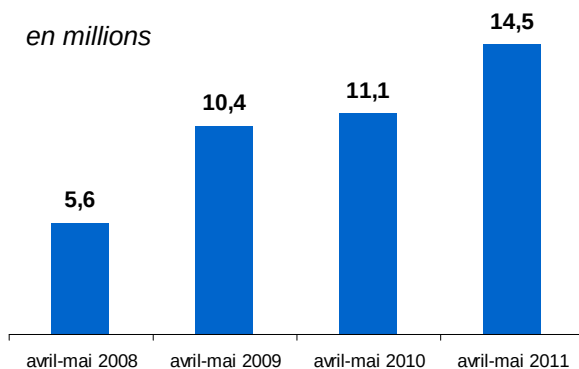
45 services identifiés

Source : Guide des chaînes numériques  
gème édition, février 2011

Principaux sites :



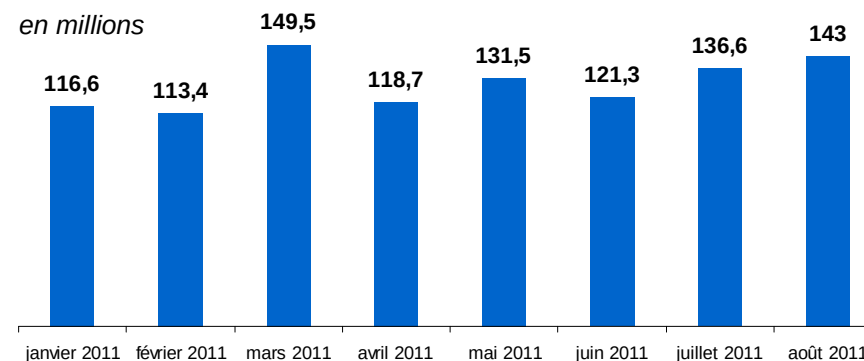
14,5 millions d'utilisateurs



Personnes ayant regardé au moins une fois un programme TV en TVR.

Source : Médiamétrie, Etude Global TV.

Plus d'un milliard de contenus visionnés  
entre janvier et août 2011

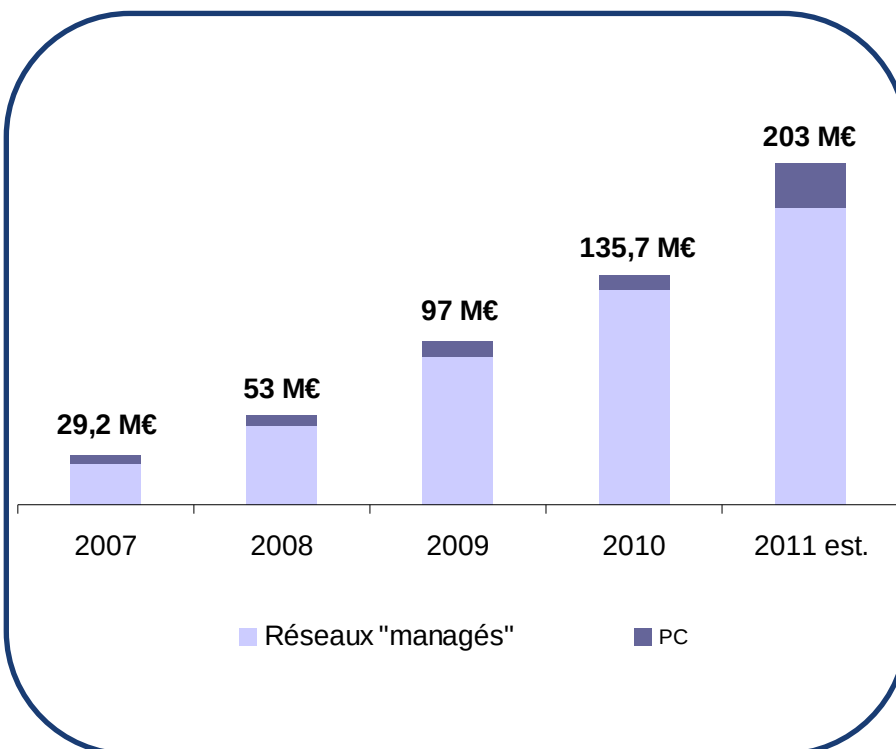


Programmes TV consultés en TVR issus des chaînes TF1, LCI, M6, W9, Téva, Paris Première, Canal+, iTélé, France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô.

Source : Baromètre TV en ligne, NPA/GfK/TF1 Publicité Digital/France Télévisions Publicité, Canal+ Régie, M6 Publicité Digital.

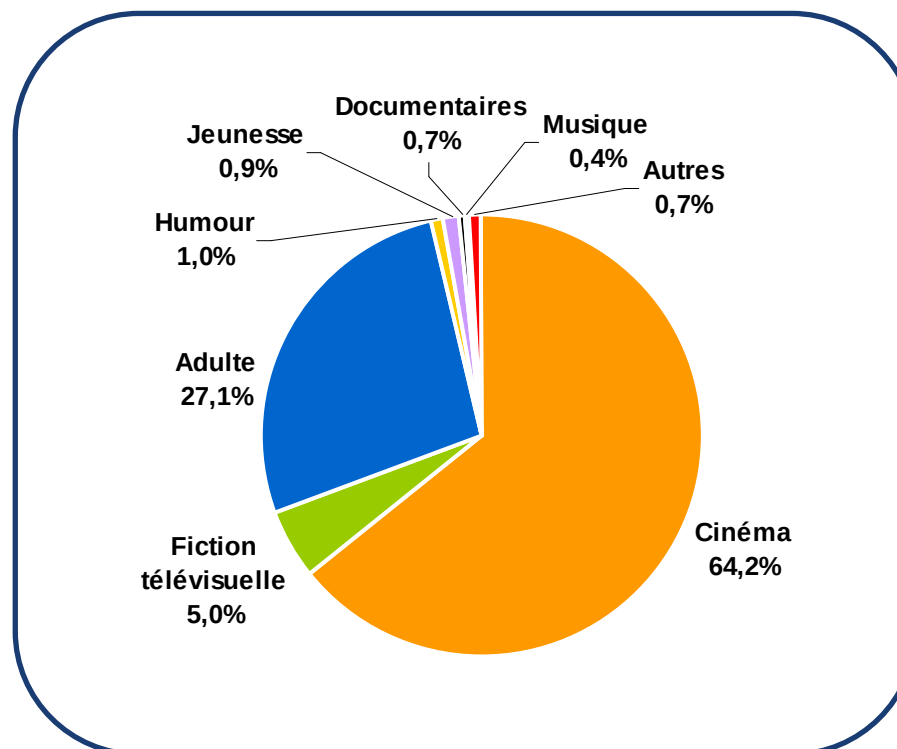


**Près de 95% du chiffre d'affaires de la VàD portés par les réseaux « managés » (câble et ADSL)**



Source : GfK - NPA Conseil

**Une consommation de contenus en VàD tournée aux 2/3 vers le cinéma**



Source : GfK - NPA Conseil

# Les usages “podcasts” de la radio



*15,9 millions de podcasts téléchargés en France métropolitaine en septembre 2011*



4,902 M



4,115 M



6,844 M



3,451 M



2,595 M



0,523 M



0,131 M

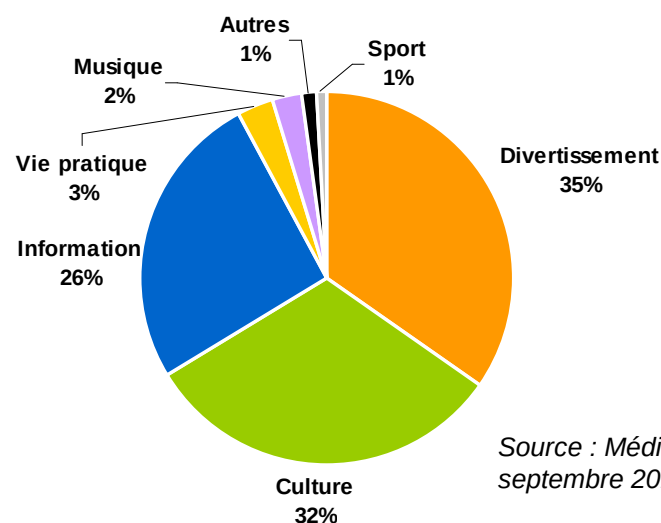


0,76 M



0,69 M

*Répartition des téléchargements par genre  
(septembre 2010 – juin 2011)*



Source : Médiamétrie-eStat – Etude Catch-Up Radio  
septembre 2010 – juin 2011



## La place de l'audiovisuel dans le classement des 30 sites les plus visités en France

(septembre 2011)

| Rang | Marques                                                                                                                                                                 | Visiteurs uniques<br>(milliers) |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1    |                                                                                        | 35 950                          |
| 2    |                                                                                        | 27 038                          |
| 3    |       | 24 931                          |
| 4    |                                                                                        | 21 723                          |
| 5    |                                                                                       | 20 741                          |
| 6    |                                                                                      | 20 312                          |
| 13   |   | 11 497                          |
| 20   |                                                                                      | 9 553                           |
| 25   |                                                                                      | 8 162                           |

Source : Médiamétrie/NetRatings – Tous lieux de connexion  
– Applications internet incluses - Septembre 2011

## En décembre 2010

- 24,4 millions d'internautes de 15 ans et plus (59% de la population étudiée) ont visité un site hébergeant des vidéos amateurs et professionnelles
- 21,5 millions d'internautes de 15 ans et plus (52% de la population étudiée) ont visité un site de chaîne de télévision en décembre 2010
- En moyenne, 28 minutes 38 secondes de consultation mensuelle par internaute
- 11,3 millions d'internautes de 15 ans et plus (28% de la population étudiée) ont visité un site de station de radio

Source : Médiamétrie/NetRatings – Tous lieux de connexion –  
Applications internet incluses – Décembre 2010