

Communiqué de presse
FEATURE FILMS ON TV REPORT

**Le cinéma à la télévision :
les téléspectateurs en redemandent**

La première édition du rapport **Feature Films on TV**, portant sur la saison juillet 2010 - juin 2011 et sur 10 pays en Europe ainsi qu'aux Etats-Unis, montre la position prééminente du cinéma dans la stratégie de programmation des chaînes TV ainsi que le vif intérêt des téléspectateurs pour ce genre. **Noële Rigot**, Responsable d'Etudes chez Eurodata TV Worldwide, souligne que « *ces dernières années, la consommation TV dans le monde n'a cessé d'augmenter et cette croissance a profité aux diffusions de films de cinéma depuis 2010* ».

Le cinéma : star du petit écran

Ces derniers mois ont été marqués à travers le monde par l'ascension des films au sein des palmarès. En deux ans, la proportion de films dans les tops 10 mondiaux par rapport aux autres fictions a été multipliée par deux : 15% en 2010 vs 8% en 2008.

L'analyse de l'offre de cinéma sur le petit écran montre également que les films occupent une place prépondérante dans les grilles des chaînes. En Hongrie, les films représentent plus de 20% de l'offre globale dans le paysage audiovisuel. En Pologne, le taux est encore plus élevé avec plus de 25% de l'offre dédiée aux films. L'importance du cinéma dans les stratégies de programmation est d'autant plus évidente que les films occupent un positionnement de choix, étant largement diffusés en soirée.

Et si les chaînes dédient une large part de leur offre au 7^{ème} art, c'est aussi parce que le public est au rendez-vous. En République Tchèque, par exemple, les téléspectateurs consacrent près d'un quart de leur temps de TV au cinéma. Un plébiscite que l'on retrouve dans de nombreux pays tels que l'Espagne où les téléspectateurs consacrent 15,9% de leur temps de TV au cinéma alors que les films ne représentent que 14,2% de l'offre.

Les comédies et les films d'action, grands favoris du public

Cette saison, les genres les plus populaires sont les comédies et les films d'action/aventure. En France, en Allemagne, en Italie, en Pologne et en République Tchèque, les comédies sont de loin le genre le plus diffusé et le plus regardé atteignant des sommets dans les palmarès de films de la saison. En France, le film ***Bienvenue chez les Ch'tis*** illustre parfaitement cette tendance avec un succès en salle qui se confirme à la télévision sur TF1 avec plus de 14 millions de téléspectateurs et une part d'audience de 51%.

Les films d'action et d'aventure sont également populaires et particulièrement appréciés par les jeunes adultes. Ces derniers ont plébiscité : ***Die Hard 4, Retour en Enfer*** en France et

en Allemagne, **Taxi 4** en Hongrie, **Le Jour d'après** en Pologne, **Shooter** en Roumanie, **Pirates des Caraïbes - Jusqu'au Bout du Monde** en Espagne et **Pirates des Caraïbes - La Malédiction du Black Pearl** au Royaume-Uni.

L'enthousiasme pour les blockbusters américains et les productions locales

Les blockbusters américains dominent à la fois l'offre et les palmarès dans les différents pays étudiés sur la saison 2010/2011. Globalement populaires auprès de l'ensemble de la population, les productions américaines sont encore plus prisées par les jeunes adultes.

Palmarès des films auprès de l'ensemble de la population – Saison 2010/2011

Titre	Pays	
<i>Harry Potter et l'Ordre du Phénix</i>	5 pays	Hongrie, Royaume-Uni, France, Espagne et Allemagne
Franchise <i>Pirates des Caraïbes</i>	5 pays	Espagne, Royaume-Uni, France, Allemagne et Hongrie
<i>Indiana Jones et le Royaume du Crâne de Cristal</i>	4 pays	Pologne, Royaume-Uni, Allemagne et Hongrie

En termes de volume de diffusion, les productions américaines dominent l'offre de cinéma à la TV dans la plupart des pays. En Espagne et en Slovaquie par exemple, la proportion de films américains culmine à plus de 70% de l'offre totale de cinéma à la TV.

Cependant, malgré la domination américaine, les productions locales tirent leur épingle du jeu sur certains territoires et parviennent à rassembler un large public à la TV. En Pologne, 8 longs métrages polonais se retrouvent dans le top 25 des meilleurs films de la saison 2010/2011 avec les 2 premières positions occupées par les comédies polonaises **Ranczo Wilkowyje** (5,1 millions de téléspectateurs et une part d'audience de 33,7%) et **Tylko Mnie Kochaj** (4,4 millions et 29,8%). En Italie, aux cotés de 12 films américains, ce sont 10 productions locales qui sont présentes dans le top 25.

Le cinéma : à l'affiche des réseaux sociaux

Le cinéma est désormais une expérience à vivre sur différentes plateformes et supports, avec des films qui investissent de plus en plus les réseaux sociaux. La mécanique mise en place pour la sortie du dernier **Mission : Impossible, Protocole Fantôme** en est un bel exemple : sur la page Facebook du film, les trois précédents films sont disponibles à la location avec la possibilité de participer à un jeu en ligne pour gagner le visionnage des précédents opus.

Le rapport **Feature Films on TV** analyse la place du cinéma dans la stratégie de programmation des chaînes dans un contexte marqué par la fragmentation croissante de l'audience, le développement rapide de nouvelles formes de consommation des contenus et une mondialisation des formats toujours plus forte. Le rapport s'applique à déterminer l'impact des films sur la consommation télévisuelle et la particularité de chacun des marchés étudiés (Allemagne, Espagne, Etats-Unis, France, Hongrie, Italie, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni et Slovaquie).

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. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/audiencelemag

Contacts presse :

Anaïs Barteau - Tel : 01 47 58 97 26
E-mail: abarteau@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero - Tél. : 01 47 58 97 55
E-mail : 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