

**BAROMETRE
TV en Ligne**

MARS 2012

GfK collecte mensuellement les chiffres de visionnage des services de télévision en ligne.
Le baromètre est constitué par les données concernant les chaînes suivantes :

<p>Groupe TF1 ¹</p> 	<p>Groupe France Télévisions ²</p> 
<p>Groupe Canal+ ³</p> 	<p>Groupe M6 ⁴</p> 
<p>Groupe TMC ⁵</p> 	

1 Données en provenance de Médiamétrie eStat streaming / FAI
 2 Données en provenance de Médiamétrie eStat streaming / FAI / Nedstats
 3 Données en provenance de Comscore / Omniture
 4 Données en provenance de Médiamétrie eStat streaming / FAI / Flurry analytics
 5 Données en provenance de Médiamétrie eStat streaming

BAROMETRE TV en ligne

JANVIER 2012

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	218 232 803	100,0%	18,9%	66,0%
Dont Live	17 400 720	8,0%	33,2%	89,2%
Dont Bonus	4 854 125	2,2%	31,5%	-13,7%

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	138 622 501	63,5%	-5,9%	41,7%
IPTV / TV Connectée	52 638 878	24,1%	4,8%	91,3%
Mobile / Tablettes	26 971 424	12,4%	69,0%	340,6%

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	5 860 974	2,7%	17,9%	94,5%
Fiction	69 764 879	32,0%	27,6%	75,1%
Information	24 941 550	11,4%	15,2%	-10,2%
Divertissement	58 564 490	26,8%	-28,7%	219,4%
Documentaire	3 222 579	1,5%	-17,1%	49,2%
Sport	7 735 188	3,5%	14,4%	50,5%
Jeunesse	8 914 765	4,1%	42,9%	40,1%
Magazines	19 068 451	8,7%	8,9%	36,0%
Flux live	17 400 720	8,0%	30,6%	89,2%
Autres	2 759 208	1,3%	16,8%	-10,3%

Top 10 programmes vus

Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1	Groupe TMC
BREF	PLUS BELLE LA VIE	SCENES DE MENAGES	GREY' ANATOMY	CATCH
SAV	CASTLE	N.C.I.S.	JOURNAUX TELEVISES	LES MYSTERES DE L'AMOUR
LE GRAND JOURNAL	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	BARBAPAPA	LES FRERES SCOTT	ENQUETES IMPOSSIBLES
LE ZAPPING	JOURNAUX TELEVISES	UN GARS, UNE FILLE	LES FEUX DE L'AMOUR	90' ENQUETES
LE PETIT JOURNAL	TOUTE UNE HISTOIRE	90210 BEVERLY HILLS NOUVELLES	NRJ MUSIC AWARDS	TOUS DIFFERENTS
LES GUIGNOLS	C DANS L'AIR	GENERATION	UNE FAMILLE FORMIDABLE	HERCULE POIROT
LA BOITE A QUESTIONS	ON N'EST PAS COUCHE	N.C.I.S. : LOS ANGELES	LES 30 HISTOIRES LES PLUS	MAN VS WILD
UNE MINUTE AVANT	DES JOURS ET DES VIES	CRIMINAL MINDS : SUSPECTS BEHAVIOR	MYSTERIEUSES	TELEFILM
LE BOUCAN DU JOUR	FAMILLE D'ACCUEIL	CAUCHEMAR EN CUSINE	NIKITA	PARIS ENQUETES CRIMINELLES
SALUT LES TERRIENS	LE JOUR OU TOUT A BASCULE	UN DINER PRESQUE PARFAIT	CONFESSIONS INTIMES	LES MACONS DU CŒUR
		L'AMOUR EST DANS LE PRE	ESPRITS CRIMINELS	

BAROMETRE TV en ligne
FEVRIER 2012

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	246 935 918	100,0%	13,2%	95,3%
Dont Live	17 843 362	7,2%	2,5%	122,0%
Dont Bonus	5 419 761	2,2%	11,7%	9,1%

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	153 329 752	62,1%	10,6%	65,9%
IPTV / TV Connectée	63 208 249	25,6%	20,1%	125,4%
Mobile / Tablettes	30 397 917	12,3%	12,7%	409,1%

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	7 458 971	3,0%	27,3%	157,7%
Fiction	85 514 875	34,6%	22,6%	119,8%
Information	24 673 360	10,0%	-1,1%	22,2%
Divertissement	61 572 815	24,9%	5,1%	170,7%
Documentaire	3 326 979	1,3%	3,2%	101,4%
Sport	6 260 819	2,5%	-19,1%	7,1%
Jeunesse	9 959 162	4,0%	11,7%	83,2%
Magazines	27 771 121	11,2%	45,6%	83,4%
Flux live	17 843 362	7,2%	2,5%	122,0%
Autres	2 554 455	1,0%	-7,4%	17,7%

Top 10 programmes vus

Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1	Groupe TMC
BREF	PLUS BELLE LA VIE	90210 BEVERLY HILLS NOUVELLE	JOURNAUX TELEVISES	LES MYSTERES DE L'AMOUR
LES GUIGNOLS	ON NDEMANDE QU'A EN RIRE	GENERATION	GREY'S ANATOMY	CATCH
LE GRAND JOURNAL	JT FRANCE 2	SCENES DE MENAGES	BIENVENUE CHEZ NOUS	YOU CAN DANCE
LE PETIT JOURNAL	LE JOUR OU TOUT A BASCULE	UN GARS, UNE FILLE	THE VOICE	90' ENQUETES
SAV	ON N'EST PAS COUCHE	TOP CHEF	LES FRERES SCOTT	ENQUETES IMPOSSIBLES
ZAPPING	LES HOMMES DE L'OMBRE	N.C.I.S.	DR HOUSE	TOUS DIFFERENTS
LA BOITE A QUESTIONS	TOUTE UNE HISTOIRE	BARBAPAPA	LES FEUX DE L'AMOUR	MAN VS WILD
LE MEILLEUR DU HIER	JT FRANCE 3	BLUE BLOODS	ESPRITS CRIMINELS	HERCULE POIROT
UNE MINUTE AVANT	C DANS L'AIR	CRIMINAL MINDS : SUSPECT BEHAVIOR	CONFESSIONS INTIMES	TELEFILMS
LA MATINALE	DES JOURS ET DES VIES	C'EST MA VIE	NIKITA	BABY BOOM
		UN DINER PRESQUE PARFAIT		

BAROMETRE TV en ligne

MARS 2012

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	261 281 464	100,0%	5,8%	50,2%
Dont Live	23 556 756	9,0%	32,0%	157,0%
Dont Bonus	8 909 708	3,4%	64,4%	-41,9%

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	164 694 939	63,0%	7,4%	25,2%
IPTV / TV Connectée	64 303 628	24,6%	1,7%	77,4%
Mobile / Tablettes	32 282 897	12,4%	6,2%	423,5%

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	5 268 869	2,0%	-29,4%	65,9%
Fiction	71 088 078	27,2%	-16,9%	50,6%
Information	26 767 816	10,2%	8,5%	-12,9%
Divertissement	86 711 087	33,2%	40,8%	93,1%
Documentaire	4 875 487	1,9%	46,5%	119,4%
Sport	7 357 934	2,8%	17,5%	10,6%
Jeunesse	10 604 785	4,1%	6,5%	67,0%
Magazines	22 826 476	8,7%	-17,8%	54,4%
Flux live	23 556 856	9,0%	32,0%	157,0%
Autres	2 224 076	0,9%	-12,9%	2,2%

Top 10 programmes vus

Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1	Groupe TMC
BREF	PLUS BELLE LA VIE	LES CH'TIS FONT DU SKI	THE VOICE	YOU CAN DANSE
LE PETIT JOURNAL	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	SCENES DE MENAGES	JTS	LES MYSTERES DE L'AMOUR
LE GRAND JOURNAL	JT FRANCE 2	TOP CHEF	4 MARIAGES POUR 1 LUNE DE MIEL	CATCH
LES GUIGNOLS	LE JOUR OU TOUT A BASCULE	UN GARS, UNE FILLE	DR HOUSE	90 ENQUETES
ZAPPING	ON N'EST PAS COUCHE	BLUE BLOODS	LES FEUX DE L'AMOUR	MAN VS WILD
SAV	TOUTE UNE HISTOIRE	N.C.I.S.	ESPRITS CRIMINELS	LES ENQUETES IMPOSSIBLES
LA BOITE A QUESTIONS	TOUCHE PAS A MON POSTE	BARBAPAPA	CLEM	TOUS DIFFERENTS
LE MEILLEUR DU HIER	AMOUR, GLOIRE ET BEAUTE	UN DINER PRESQUE PARFAIT	PROFILAGE	TELEFILMS
UNE MINUTE AVANT	DES JOURS ET DES VIES	C'EST MA VIE	CONFESSIONS INTIMES	SUSPECTS NUMERO 1
SALUT LES TERRIENS	DES SOUCIS ET DES HOMMES	LE PETIT NICOLAS	LES EXPERTS LAS VEGAS	BABY BOOM

BAROMETRE TV en ligne

YTD 2012

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	726 450 185	100,0%	68,2%
Dont Live	58 800 838	8,1%	122,7%
Dont Bonus	19 183 594	2,6%	-26,0%

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs année précédente
PC	456 647 192	62,9%	41,9%
IPTV / TV Connectée	180 150 755	24,8%	96,2%
Mobile / Tablettes	89 652 238	12,3%	391,0%

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs année précédente
Cinéma	18 588 814	2,6%	104,6%
Fiction	226 367 831	31,2%	79,7%
Information	76 382 726	10,5%	-2,9%
Divertissement	206 848 392	28,5%	140,5%
Documentaire	11 425 044	1,6%	89,4%
Sport	21 353 940	2,9%	21,1%
Jeunesse	29 478 712	4,1%	62,4%
Magazines	69 666 049	9,6%	58,5%
Flux live	58 800 938	8,1%	122,7%
Autres	7 537 739	1,0%	1,5%

BAROMETRE TV en ligne

JANVIER 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	131 429 344	100,0%	NA	NA
Dont Live	9 196 145	7,0%	NA	NA
Dont Bonus	5 623 412	4,3%	NA	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	97 795 586	74,4%	NA	NA
IPTV / TV Connectée	27 512 608	20,9%	NA	NA
Mobile / Tablettes	6 121 150	4,7%	NA	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	3 012 642	2,3%	NA	NA
Fiction	39 851 531	30,9%	NA	NA
Information	27 763 780	21,5%	NA	NA
Divertissement	18 333 124	14,2%	NA	NA
Documentaire	2 159 256	1,7%	NA	NA
Sport	5 138 592	4,0%	NA	NA
Jeunesse	6 362 650	4,9%	NA	NA
Magazines	14 023 340	10,9%	NA	NA
Flux live	9 196 145	7,1%	NA	NA
Autres	3 075 864	2,4%	NA	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE GRAND JOURNAL	PLUS BELLE LA VIE	90210 BEVERLY HILLS NOUVELLE GENERATION	GREY'S ANATOMY
2	LE ZAPPING	ON N DEMANDE QU A EN RIRE	N.C.I.S : ENQUETES SPECIALES	JT WEEK-END TF1
3	SAV DES EMISSIONS	FAMILLE D'ACCUEIL	BARBAPAPA	JT 20H TF1
4	LE PETIT JOURNAL	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	ENQUETE EXCLUSIVE	JT 13H TF1
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	ON N'EST PAS COUCHE	ZERO DE CONDUITE	VAMPIRE DIARIES
6	UNE MINUTE AVANT	DES JOURS ET DES VIES	C'EST MA VIE	LES FEUX DE L'AMOUR
7	LE MEILLEUR DU HIER	TOUTE UNE HISTOIRE	UN DINER PRESQUE PARFAIT	CONFESSIONS INTIMES
8	LA BOITE A QUESTIONS	1788...ET DEMI	N.C.I.S : LOS ANGELES	NRJ MUSIC AWARDS
9	SALUT LES TERRIENS	UN VILLAGE FRANÇAIS	MARTIN MYSTERE	C'EST QUOI L'AMOUR
10	LA METEO DE CHARLOTTE LE BON	SHERLOCK	GORMITI	DOC MARTIN

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données du mois de janvier

BAROMETRE TV en ligne

FEVRIER 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	126 458 743	100,0%	-3,8%	NA
Dont Live	8 039 046	6,4%	-12,6%	NA
Dont Bonus	4 966 916	3,9%	-11,7%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	92 441 419	73,1%	-5,5%	NA
IPTV / TV Connectée	28 046 854	22,2%	1,9%	NA
Mobile / Tablettes	5 970 470	4,7%	-2,5%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	2 893 894	2,4%	-3,9%	NA
Fiction	38 911 880	31,6%	-2,4%	NA
Information	20 192 137	16,4%	-27,3%	NA
Divertissement	22 746 675	18,5%	24,1%	NA
Documentaire	1 651 846	1,3%	-23,5%	NA
Sport	5 846 252	4,8%	13,8%	NA
Jeunesse	5 435 948	4,4%	-14,6%	NA
Magazines	15 141 181	12,3%	8,0%	NA
Flux live	8 039 046	6,5%	-12,6%	NA
Autres	2 170 709	1,8%	-29,4%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	SAV DES EMISSIONS	PLUS BELLE LA VIE	THE GOOD WIFE	JT 20H TF1
2	LE GRAND JOURNAL	ON N DEMANDE QU A EN RIRE	N.C.I.S.	JT 13H TF1
3	ZAPPING	ON N'EST PAS COUCHE	90210 BEVERLY HILLS NOUVELLE GENERATION	JT WEEK-END TF1
4	LE PETIT JOURNAL	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	TOP CHEF	GREY'S ANATOMY
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	DES JOURS ET DES VIES	BARBAPAPA	VAMPIRE DIARIES
6	UNE MINUTE AVANT	TOUTE UNE HISTOIRE	C'EST MA VIE	DANSE AVEC LES STARS
7	LA BOITE A QUESTIONS	TOURNOI DES 6 NATIONS	N.C.I.S : LOS ANGELES	LES FEUX DE L'AMOUR
8	SALUT LES TERRIENS	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES	NIP/TUCK	OPERATION TAMBACOUNDA
9	GROLAND	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE	D&CO	JOSEPHINE ANGE GARDIEN
10	LA METEO DE CHARLOTTE LE BON	MANGER PEUT-IL NUIRE A LA SANTE ?	GORMITI	PASCAL LE GRAND FRERE

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données du mois de février

BAROMETRE TV en ligne

MARS 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	173 983 468	100,0%	37,6%	NA
Dont Live	9 166 298	5,3%	14,0%	NA
Dont Bonus	15 337 190	8,8%	208,8%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	131 568 908	75,6%	42,3%	NA
IPTV / TV Connectée	36 247 633	20,8%	29,2%	NA
Mobile / Tablettes	6 166 926	3,5%	3,3%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	3 176 861	1,9%	9,8%	NA
Fiction	47 205 050	28,2%	21,3%	NA
Information	30 742 152	18,4%	52,2%	NA
Divertissement	44 916 208	26,8%	97,5%	NA
Documentaire	2 222 669	1,3%	34,6%	NA
Sport	6 650 898	4,0%	13,8%	NA
Jeunesse	6 349 347	3,8%	16,8%	NA
Magazines	14 788 094	8,8%	-2,3%	NA
Flux live	9 166 298	5,5%	14,0%	NA
Autres	2 176 978	1,3%	0,3%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE GRAND JOURNAL	PLUS BELLE LA VIE	SCENES DE MENAGES	CARRÉ VIIIIP
2	SAV DES EMISSIONS	ON N DEMANDE QU A EN RIRE	X FACTOR	JT 20H TF1
3	LE PETIT JOURNAL	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	N.C.I.S.	JT 13H TF1
4	ZAPPING	ON N'EST PAS COUCHE	TOP CHEF	JT WEEKEND TF1
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	DES JOURS ET DES VIES	BARBAPAPA	GREY'S ANATOMY
6	UNE MINUTE AVANT	LES BEAUX MECS	THE GOOD WIFE	DANSE AVEC LES STARS
7	LA BOITE A QUESTIONS	TOUTE UNE HISTOIRE	C'EST MA VIE	CLEM
8	SALUT LES TERRIENS	AÏCHA, UN JOB A TOUT PRIX	NIP/TUCK	LES FEUX DE L'AMOUR
9	GROLAND	JT 20H FRANCE 2	UN DINER PRESQUE PARFAIT	VAMPIRE DIARIES
10	LA METEO DE CHARLOTTE LE BON	TOUT LE MONDE VEUT PRENDRE SA PLACE	N.C.I.S : LOS ANGELES	CONFESSIONS INTIMES

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données du mois de mars

BAROMETRE TV en ligne

AVRIL 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	134 653 659	100,0%	-22,6%	NA
Dont Live	6 649 345	4,9%	-27,5%	NA
Dont Bonus	9 264 090	6,9%	-39,6%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	94 133 446	69,9%	-28,5%	NA
IPTV / TV Connectée	35 063 804	26,0%	-3,3%	NA
Mobile / Tablettes	5 456 409	4,1%	-11,5%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	2 928 452	2,3%	-7,8%	NA
Fiction	38 899 713	30,8%	-17,6%	NA
Information	20 755 394	16,4%	-32,5%	NA
Divertissement	29 506 839	23,4%	-34,3%	NA
Documentaire	2 797 017	2,2%	25,8%	NA
Sport	5 700 433	4,5%	-14,3%	NA
Jeunesse	5 399 105	4,3%	-15,0%	NA
Magazines	11 221 121	8,9%	-24,1%	NA
Flux live	6 649 345	5,3%	-27,5%	NA
Autres	2 334 126	1,8%	7,2%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE GRAND JOURNAL	PLUS BELLE LA VIE	X FACTOR	JT 20H TF1
2	SAV DES EMISSIONS	ON N'DEMANDE QU A EN RIRE	SCENES DE MENAGES	JT 13H TF1
3	ZAPPING	JT 20H FRANCE 2	GLEE	JT WEEK-END TF1
4	LE PETIT JOURNAL	TOUTE UNE HISTOIRE	BARBAPAPA	CLEM
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	ON N'EST PAS COUCHE	BONES	CONFESSIONS INTIMES
6	UNE MINUTE AVANT	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	LIE TO ME	LES FEUX DE L'AMOUR
7	LA BOITE A QUESTIONS	C DANS L AIR	TOP CHEF	DR HOUSE
8	SALUT LES TERRIENS	ENVOYE SPECIAL	N.C.I.S.	FAMILLES D'EXPLORATEURS
9	GROLAND	SAMANTHA OUPS	C'EST MA VIE	SECTION DE RECHERCHES
10	L'EDITION SPECIALE	DES JOURS ET DES VIES	PEKIN EXPRESS	ADO ET DÉJÀ MAMAN

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données du mois d'avril

BAROMETRE TV en ligne

MAI 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	148 522 806	100,0%	10,3%	NA
Dont Live	7 835 944	5,3%	20,8%	NA
Dont Bonus	9 184 320	6,2%	-0,9%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	101 515 352	68,4%	7,8%	NA
IPTV / TV Connectée	40 863 992	27,5%	16,5%	NA
Mobile / Tablettes	6 143 462	4,1%	12,6%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	3 770 039	2,7%	28,7%	NA
Fiction	37 205 857	26,9%	-4,4%	NA
Information	32 219 545	23,3%	55,2%	NA
Divertissement	33 062 721	23,9%	12,1%	NA
Documentaire	1 933 858	1,4%	-30,9%	NA
Sport	5 135 192	3,7%	-9,9%	NA
Jeunesse	5 811 969	4,2%	7,6%	NA
Magazines	9 356 890	6,8%	-16,6%	NA
Flux live	7 835 944	5,7%	17,8%	NA
Autres	2 028 119	1,5%	-13,1%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE GRAND JOURNAL	PLUS BELLE LA VIE	X FACTOR	JT 20H TF1
2	SAV DES EMISSIONS	JT 20H FRANCE 2	SCENES DE MENAGES	JT WEEK-END TF1
3	LES GUIGNOLS DE L'INFO	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	PEKIN EXPRESS	JT 13H TF1
4	LE PETIT JOURNAL	TOUTE UNE HISTOIRE	HAWAII 5-0	DR HOUSE
5	ZAPPING	C DANS L'AIR	BARBAPAPA	LES FEUX DE L'AMOUR
6	UNE MINUTE AVANT	ON N'EST PAS COUCHE	BONES	RIS POLICE SCIENTIFIQUE
7	LA BOITE A QUESTIONS	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	C'EST MA VIE	C'EST QUOI L'AMOUR ?
8	LA METEO DE CHARLOTTE LE BON	DES JOURS ET DES VIES	JOURNAL INTIME D'UNE CALL GIRL	LES EXPERTS MIAMI
9	SALUT LES TERRIENS	ENVOYE SPECIAL	GLEE	FLASHFORWARD
10	L'EDITION SPECIALE	CE SOIR OU JAMAIS	UN DINER PRESQUE PARFAIT	MÉTÉO TF1

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données du mois de mai

BAROMETRE TV en ligne

JUIN 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	137 809 661	100,0%	-7,2%	NA
Dont Live	6 978 055	5,1%	-10,9%	NA
Dont Bonus	3 444 527	2,5%	-62,5%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	93 227 765	67,6%	-8,2%	NA
IPTV / TV Connectée	38 978 292	28,3%	-4,6%	NA
Mobile / Tablettes	5 603 604	4,1%	-8,8%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	2 860 830	2,1%	-24,1%	NA
Fiction	43 186 428	31,3%	16,1%	NA
Information	19 695 936	14,3%	-38,9%	NA
Divertissement	34 982 983	25,4%	5,8%	NA
Documentaire	2 579 343	1,9%	33,4%	NA
Sport	2 998 922	2,2%	-41,6%	NA
Jeunesse	8 113 515	5,9%	39,6%	NA
Magazines	14 046 301	10,2%	50,1%	NA
Flux live	6 978 055	5,1%	-10,9%	NA
Autres	2 367 349	1,7%	16,7%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE GRAND JOURNAL	PLUS BELLE LA VIE	X FACTOR	JT 20H
2	LE PETIT JOURNAL	JT 20H FRANCE 2	SCENES DE MENAGES	DR HOUSE
3	SAV DES EMISSIONS	ON N'DEMANDE QU A EN RIRE	L'AMOUR EST DANS LE PRE	JT 13H
4	ZAPPING	TOUTE UNE HISTOIRE	HAWAII 5-0	JT WEEKEND
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	ON N'EST PAS COUCHE	BARBAPAPA	ESPRITS CRIMINELS
6	LA BOITE A QUESTIONS	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	PEKIN EXPRESS	LES FEUX DE L'AMOUR
7	UNE MINUTE AVANT	C DANS L'AIR	BONES	LE JOURNAL DE MEG
8	SALUT LES TERRIENS	DES JOURS ET DES VIES	C'EST MA VIE	CONFESSIONS INTIMES
9	LA METEO DE CHARLOTTE LE BON	SAMANTHA OUPS	UN DINER PRESQUE PARFAIT	FLASHFORWARD
10	GROLAND	ENVOYE SPECIAL	CAPITAL	GHOST WHISPERER

BAROMETRE TV en ligne

JUILLET 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	167 803 835	100,0%	21,8%	NA
Dont Live	8 948 282	5,3%	-31,5%	NA
Dont Bonus	22 269 565	13,3%	546,5%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	121 597 707	72,5%	30,4%	NA
IPTV / TV Connectée	41 524 089	24,7%	6,5%	NA
Mobile / Tablettes	4 682 039	2,8%	-16,4%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	2 865 565	1,7%	0,2%	NA
Fiction	49 200 371	29,3%	13,9%	NA
Information	22 378 811	13,3%	13,6%	NA
Divertissement	63 651 661	37,9%	82,0%	NA
Documentaire	2 312 437	1,4%	-10,3%	NA
Sport	3 690 138	2,2%	23,0%	NA
Jeunesse	5 000 119	3,0%	-38,4%	NA
Magazines	8 662 108	5,2%	8,9%	NA
Flux live	8 948 282	5,3%	-31,5%	NA
Autres	1 094 342	0,7%	-53,8%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE ZAPPING	PLUS BELLE LA VIE	SODA	SECRET STORY
2	LE PETIT JOURNAL DE YANN BARTHES	JT 20H FRANCE 2	L'AMOUR EST DANS LE PRE	JT TF1 WEEKEND
3	LE SAV DES EMISSIONS	PRIVATE PRACTICE	SCENES DE MENAGES	JT TF1 20H
4	GROLAND MAG'ZINE	FOUDRE	N.C.I.S.	JT TF1 13H
5	LE GRAND JOURNAL DE CANAL+	C DANS L'AIR	UN GARS, UNE FILLE	LES FEUX DE L'AMOUR
6	LE NEWS SHOW	TOUTE UNE HISTOIRE	FBI: DUO TRES SPECIAL	DR HOUSE
7	LES GUIGNOLS DE L'INFO	FORT BOYARD	C'EST MA VIE	LE JOURNAL DE MEG
8	LE GRAND MAG	DES JOURS ET DES VIES	UN, DOS, TRES	LES EXPERTS LAS VEGAS
9	L'EFFET PAPILLON	SAMANTHA OUPS	BELLE TOUTE NUE	SOSIE OR NOT SOSIE
10	LA BOITE A QUESTIONS	LES KENNEDY	UN DINER PRESQUE PARFAIT	GREY'S ANATOMY

BAROMETRE TV en ligne

AOUT 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	187 167 362	100,0%	11,5%	NA
Dont Live	10 372 335	5,5%	15,9%	NA
Dont Bonus	33 795 125	18,1%	51,8%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	130 967 397	70,0%	7,7%	NA
IPTV / TV Connectée	43 089 278	23,0%	3,8%	NA
Mobile / Tablettes	13 110 687	7,0%	180,0%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	2 902 165	1,6%	1,3%	NA
Fiction	45 839 665	24,5%	-6,8%	NA
Information	18 326 697	9,8%	-18,1%	NA
Divertissement	84 875 470	45,3%	33,3%	NA
Documentaire	2 159 629	1,2%	-6,6%	NA
Sport	4 158 138	2,2%	12,7%	NA
Jeunesse	3 405 590	1,8%	-31,9%	NA
Magazines	12 689 514	6,8%	46,5%	NA
Flux live	10 372 335	5,5%	15,9%	NA
Autres	2 438 158	1,3%	122,8%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	LE ZAPPING	PLUS BELLE LA VIE	SODA	SECRET STORY
2	LE PETIT JOURNAL	JT 20H FRANCE 2	L'AMOUR EST DANS LE PRE	JT TF1 20H
3	GROLAND MAG'ZINE	PRIVATE PRACTICE	UN GARS, UNE FILLE	JT TF1 13H
4	LE GRAND JOURNAL DE CANAL+	C DANS L'AIR	SCENES DE MENAGES	JT TF1 WEEKEND
5	LES GUIGNOLS DE L'INFO	CŒUR OCEAN SAISON 5	MA FAMILLE D'ABORD	LES FEUX DE L'AMOUR
6	LE MEILLEUR DU HIER	LE JOUR OU TOUT A BASCULE	N.C.I.S.	BABY BOOM
7	LE NEWS SHOW	AMOUR GLOIRE ET BEAUTE	FBI : DUO TRES SPECIAL	FRINGE
8	LE GRAND MAG	CHANTE !	C'EST MA VIE	MASTERCHEF
9	BREF	SECRET D'HISTOIRE	UN, DOS, TRES	4 MARIAGES 1 LUNE DE MIEL
10	ACTION DISCRETE	H2O	UN DINER PRESQUE PARFAIT	GREY'S ANATOMY

BAROMETRE TV en ligne

SEPTEMBRE 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	243 534 650	100,0%	30,1%	NA
Dont Live	14 070 057	5,8%	35,6%	NA
Dont Bonus	28 798 717	11,8%	-14,8%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	178 327 381	73,2%	36,2%	NA
IPTV / TV Connectée	51 183 534	21,0%	18,8%	NA
Mobile / Tablettes	14 023 735	5,8%	7,0%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	3 248 250	1,3%	11,9%	NA
Fiction	43 782 100	18,0%	-4,5%	NA
Information	20 331 287	8,3%	10,9%	NA
Divertissement	119 844 560	49,2%	41,2%	NA
Documentaire	2 600 986	1,1%	20,4%	NA
Sport	11 154 814	4,6%	168,3%	NA
Jeunesse	6 354 290	2,6%	86,6%	NA
Magazines	20 859 766	8,6%	64,4%	NA
Flux live	14 070 057	5,8%	35,6%	NA
Autres	1 288 539	0,5%	-47,2%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	BREF	PLUS BELLE LA VIE	SCENES DE MENAGES	SECRET STORY
2	SAV	JT	DESPERATE HOUSEWIVES	BABY BOOM
3	LE PETIT JOURNAL	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	N.C.I.S.	KOH LANTA
4	LE GRAND JOURNAL	C DANS L'AIR	BARBAPAPA	JT WEEKEND
5	LE ZAPPING	AMOUR, GLOIRE ET BEAUTE	UNGARS, UNEFILLE	JT 20H
6	LES GUIGNOLS	CASTLE	L'AMOUR EST DANS LE PRE	MASTERCHEF
7	UNE MINUTE AVANT	TOUTE UNE HISTOIRE	LES CH'TIS A IBIZA	JT 13H
8	LA BOITE A QUESTIONS	DES JOURS ET DES VIES	LES FRANÇAIS, L'AMOUR ET LE SEXE	COUPE DU MONDE DE RUGBY
9	LA METEO DE SOLWEIG	SAMANTHA OUPS	MEDIUM	MENTALIST
10	SALUT LES TERRIENS	ON N'EST PAS COUCHE	NOUVEAU LOOK POUR UNE NOUVELLE VIE	4 MARIAGES ET 1 LUNE DE MIEL

BAROMETRE TV en ligne

OCTOBRE 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	244 960 112	100,0%	0,6%	NA
Dont Live	14 534 762	5,9%	3,3%	NA
Dont Bonus	17 684 521	7,2%	-38,6%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	177 008 127	72,3%	-0,7%	NA
IPTV / TV Connectée	52 141 453	21,3%	1,9%	NA
Mobile / Tablettes	15 810 532	6,5%	12,7%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	3 681 758	1,5%	13,3%	NA
Fiction	48 699 051	19,9%	11,2%	NA
Information	21 418 386	8,7%	5,3%	NA
Divertissement	110 908 351	45,3%	-7,5%	NA
Documentaire	3 128 268	1,3%	20,3%	NA
Sport	12 305 625	5,0%	10,3%	NA
Jeunesse	7 553 560	3,1%	18,9%	NA
Magazines	21 423 224	8,7%	2,7%	NA
Flux live	14 534 762	5,9%	3,3%	NA
Autres	1 307 126	0,5%	1,4%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	BREF	PLUS BELLE LA VIE	DESPERATE HOUSEWIVES	SECRET STORY
2	SAV	JT	SCENES DE MENAGES	KOH LANTA
3	LES GUIGNOLS	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	MEDIUM	MASTERCHEF
4	LE ZAPPING	ON N'EST PAS COUCHE	N.C.I.S.	DANSE AVEC LES STARS
5	LE GRAND JOURNAL	CASTLE	BARBAPAPA	COUPE DU MONDE DE RUGBY
6	LE PETIT JOURNAL	DES JOURS ET DES VIES	LA FRANCE A UN INCROYABLE TALENT	JT 20H
7	LA BOITE A QUESTIONS	TOUTE UNE HISTOIRE	LES FRANÇAIS, L'AMOUR ET LE SEXE	JT WEEKEND
8	UNE MINUTE AVANT	C DANS L'AIR	UN GARS, UNE FILLE	JT 13H
9	LE MEILLEUR DU HIER	APOCALYPSE HITLER	RECHERCHE APPARTEMENT OU MAISON	LES FEUX DE L'AMOUR
10	LA NOUVELLE EDITION	AMOUR, GLOIRE ET BEAUTE	C'EST MA VIE	L'AMOUR EST AVEUGLE

BAROMETRE TV en ligne

NOVEMBRE 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	213 515 698	100,0%	-12,8%	NA
Dont Live	13 321 830	6,2%	-8,3%	NA
Dont Bonus	4 784 821	2,2%	-72,9%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	147 344 045	69,0%	-16,8%	NA
IPTV / TV Connectée	50 216 860	23,5%	-3,7%	NA
Mobile / Tablettes	15 954 793	7,5%	0,9%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	4 969 844	2,3%	35,0%	NA
Fiction	54 679 617	25,6%	12,3%	NA
Information	21 650 276	10,1%	1,1%	NA
Divertissement	82 143 040	38,5%	-25,9%	NA
Documentaire	3 888 937	1,8%	24,3%	NA
Sport	6 759 680	3,2%	-45,1%	NA
Jeunesse	6 236 742	2,9%	-17,4%	NA
Magazines	17 502 882	8,2%	-18,3%	NA
Flux live	13 321 830	6,2%	-8,3%	NA
Autres	2 362 851	1,1%	80,8%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	BREF	PLUS BELLE LA VIE	LA FRANCE A UN INCROYABLE TALENT	KOH LANTA
2	SAV	ON N'DEMANDE QU'A EN RIRE	SCENES DE MENAGES	L'AMOUR EST AVEUGLE
3	LE GRAND JOURNAL	JT	THE GOOD WIFE	JT 20H
4	LE ZAPPING	CASTLE	DESPERATE HOUSEWIVES	DANSE AVEC LES STARS
5	LES GUIGNOLS	FAIS PAS CI FAIS PAS ÇA	UN GARS, UNE FILLE	JT 13H
6	LE PETIT JOURNAL	TOUTE UNE HISTOIRE	N.C.I.S.	JT WEEKEND
7	LA BOITE A QUESTIONS	C DANS L'AIR	N.C.I.S.: LOS ANGELES	ESPRITS CRIMINELS
8	UNE MINUTE AVANT	ON N'EST PAS COUCHE	LES FRANÇAIS, L'AMOUR ET LE SEXE	LES FEUX DE L'AMOUR
9	LE MEILLEUR DU HIER	ENVOYE SPECIAL	C'EST MA VIE	MENTALIST
10	SALUT LES TERRIENS	DES JOURS ET DES VIES	UN DINER PRESQUE PARFAIT	MASTERCHEF

BAROMETRE TV en ligne

DECEMBRE 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	183 534 885	100,0%	-14,0%	NA
Dont Live	13 060 099	7,1%	-2,0%	NA
Dont Bonus	3 691 829	2,0%	-22,8%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
PC	120 816 957	65,8%	-18,0%	NA
IPTV / TV Connectée	43 554 611	23,7%	-13,3%	NA
Mobile / Tablettes	19 163 317	10,4%	20,1%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs mois précédent	Evolution vs année précédente
Cinéma	5 643 110	3,1%	13,5%	NA
Fiction	50 386 444	27,5%	-7,9%	NA
Information	19 149 614	10,4%	-11,6%	NA
Divertissement	63 799 852	34,8%	-22,3%	NA
Documentaire	2 809 142	1,5%	-27,8%	NA
Sport	6 853 218	3,7%	1,4%	NA
Jeunesse	5 995 593	3,3%	-3,9%	NA
Magazines	13 560 311	7,4%	-22,5%	NA
Flux live	13 060 099	7,1%	-2,0%	NA
Autres	2 277 502	1,2%	-3,6%	NA

Top 10 programmes vus	Groupe Canal+	Groupe France Télévisions	Groupe M6	Groupe TF1
1	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
2	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
3	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
4	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
5	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
6	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
7	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
8	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
9	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
10	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!

BAROMETRE TV en ligne

YTD 2011

Total consommation programmes catch-up et online TV	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs année précédente
Nombre total de vidéos consommées	431 871 555	100,0%	NA
Dont Live	26 401 489	6,1%	NA
Dont Bonus	25 927 518	6,0%	NA

Segmentation par support	Nombre de vidéos vues	Poids sur le total des consommations	Evolution vs année précédente
PC	321 805 914	74,5%	NA
IPTV / TV Connectée	91 807 095	21,3%	NA
Mobile / Tablettes	18 258 546	4,2%	NA

Segmentation par genre	Nombre de vidéos vues*	Poids sur le total segmenté par genre	Evolution vs année précédente
Cinéma	9 083 397	2,2%	NA
Fiction	125 968 461	30,0%	NA
Information	78 698 069	18,8%	NA
Divertissement	85 996 007	20,5%	NA
Documentaire	6 033 771	1,4%	NA
Sport	17 635 742	4,2%	NA
Jeunesse	18 147 945	4,3%	NA
Magazines	43 952 615	10,5%	NA
Flux live	26 401 489	6,3%	NA
Autres	7 423 551	1,8%	NA

* Attention, la répartition par genre de vidéo n'est pas disponible pour toutes les données de tous les mois