

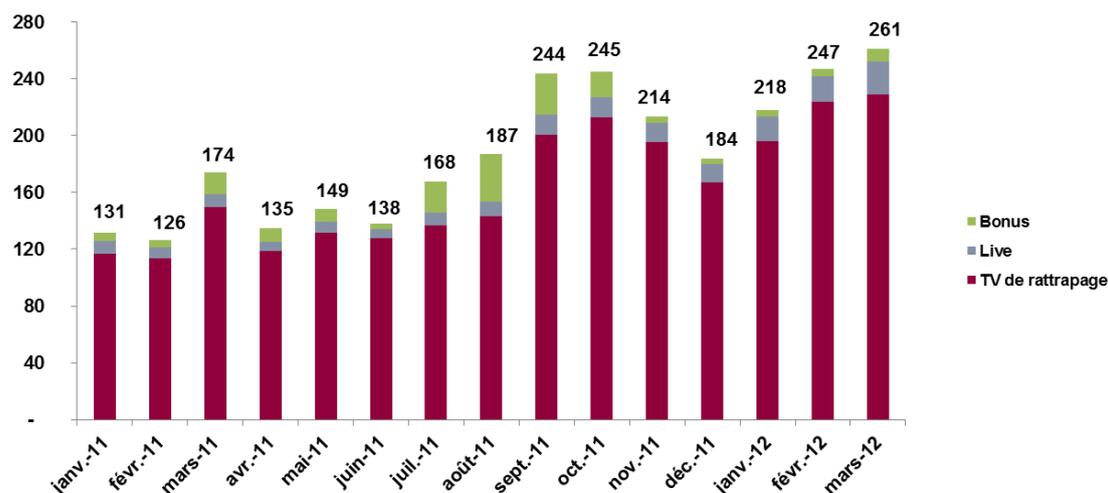
Baromètre TV en ligne : Record historique pour la consommation en Mars 2012 261 millions de programmes vus

Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil et TF1 Publicité Digital et TMC Régie publient en partenariat avec le CNC les résultats du Baromètre de la TV en ligne du mois de mars 2012.

Au cours du mois de Mars 2012, plus de 261 millions de programmes ont été consommés en ligne, ce qui équivaut à une fois et demie le score réalisé en mars 2011 (174 millions en mars 2011).

Cette augmentation va dans le sens de la croissance de la consommation de vidéos en ligne amorcée depuis le début de l'année. Au cours du premier trimestre 2012, 726 millions de programmes ont été vus en ligne, soit un bond de +68% en un an.

Phénomène en partie dû à l'explosion de la consommation sur tablettes et smartphones (+340% en un an), qui représente 12% des vidéos regardées en ligne.



Les consommations mensuelles de TV en ligne

En ce qui concerne les types de programmes, deux genres dominent depuis janvier 2012 : la fiction qui représente 31% des actes (près de 230 millions de programmes) et le divertissement (28%).

Retrouvez l'ensemble des résultats détaillés sur les sites du CNC, des Régies et sur www.npaconseil.com.

Méthodologie du Baromètre TV en ligne Canal+-France Télévisions-M6-NPA Conseil-TF1-GfK Retail & Technology

La mise en place de cet outil unique en son genre est rendue possible par la collaboration des principales régies publicitaires audiovisuelles françaises d'une part et leur association avec NPA Conseil et GfK d'autre part.

Les données « global marché » publiées par NPA Conseil et GfK sont issues des données de consommation individuelles transmises par les Régies, dénombrées au travers de leurs outils propres¹, et compilées au sein d'une base de référence unique.

La mise en place de ce Baromètre vient compléter la panoplie d'outils de suivi du marché des contenus numériques et dématérialisés proposés par NPA Conseil, GfK et leurs partenaires depuis 2007. GfK et NPA Conseil publient en effet chaque mois depuis 4 ans le « Baromètre VoD » qui constitue l'instrument de mesure incontournable de la consommation de Vidéo à la Demande payante en France.

A propos de CANAL+ Régie

CANAL+REGIE commercialise les espaces publicitaires TV, Web et Mobile des chaînes du GROUPE CANAL+. Sur tous ces médias, CANAL+REGIE développe une stratégie d'innovation tournée vers la mise en valeur qualitative de son offre premium et la maximisation de l'attention portée à la publicité de ses clients (ciblage, émergence, visibilité, garantie d'exposition publicitaire)..

A propos de France Télévisions Publicité

France Télévisions Publicité assure la commercialisation des chaînes de service public et d'un large portefeuille de médias indépendants. Pionnière en matière de gestion des flux numériques, France Télévisions Publicité s'est très vite positionnée, grâce à une architecture technologique innovante, comme la régie de tous les écrans. Disposant de marques médias leaders rassemblant des publics à haut pouvoir d'achat, France Télévisions Publicité propose une offre globale et premium et s'affirme ainsi comme la Marque des Marques.

A propos de M6 Publicité Digital

M6 Publicité Digital est la régie publicitaire des sites Internet et nouveaux médias de M6 Web, filiale du Groupe M6. Avec un réseau de plus de 20 sites, son offre multi-écrans (PC, IPTV, Mobile, Tablette) s'articule autour de contenus média aux marques fortes (M6 Replay, W9 Replay, Clubic.com, Deco.fr, M6.fr, Jeuxvideo.fr, Turbo.fr,...) et touche plus de 12 millions de visiteurs uniques mensuels, soit une couverture de plus de 30% des internautes français.

Source : Médiamétrie / NetRatings, tous lieux, janvier 2011, 12 933 000 visiteurs uniques

A propos de TF1 Publicité Digital

La stratégie de TF1 Publicité Digital est de s'adapter à la nouvelle donne de la consommation média : multiplication des écrans et délinéarisation des contenus et d'orchestrer la diffusion des contenus du groupe sur l'ensemble des supports digitaux, en jouant sur leur complémentarité

Elle s'appuie sur trois piliers :

- des MARQUES : une offre de marques premium pour adresser les principales cibles média
- des ÉCRANS : une présence sur les 4 écrans des médias digitaux, Internet, Mobile, Tablette et IPTV
- de l'ADVERTAINMENT : une offre publicitaire multiple pour vos communications marques / institutionnelles / produits

² Outils utilisés : Médiamétrie eStat, Comscore Digital Analytics, Omniture, données opérateurs

A propos du groupe GfK

GfK est l'un des instituts de recherches les plus importants au monde. 11 000 experts GfK travaillent sur une nouvelle compréhension de la façon dont les gens vivent, pensent et achètent au quotidien, sur plus de 100 marchés. GfK innove constamment pour utiliser les technologies les plus récentes et les méthodologies les plus intelligentes pour offrir à ses clients la meilleure connaissance des personnes les plus importantes au monde : leurs clients. En 2010, GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,29 milliards d'euros. Pour en savoir plus, visitez le site Internet <http://www.gfk.com>

A propos de NPA Conseil

Fondé en 2001, NPA Conseil est un cabinet de conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des médias et des nouveaux services numériques, et plus spécialement des « Nouveaux Paysages Audiovisuels » (TNT, TV sur ADSL, VoD-PVR, TV Mobile, TVHD...). Au cœur de la convergence médias et télécoms, NPA Conseil s'attache à accompagner l'ensemble des acteurs dans le passage au numérique tout particulièrement concernant : le développement de nouveaux réseaux et nouveaux services liés au numérique (VoD, TVHD, TV Mobile...), l'évolution des contenus et leur impact sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Contacts presse

CANAL+REGIE : Virginie Dremeaux - 01 71 35 38 34 / virginie.dremeaux@canal-plus.com

France Télévisions Publicité : Véronique Viviano-Saussine - 01 56 22 64 23 / veronique.viviano@ftv-publicite.fr

M6 Web : Florence Magnier le Bars - 01 41 92 28 66 / fmagnier@m6.fr

TF1 Publicité Digital : Arielle Renouf - 01 41 41 32 46 / arf@tf1.fr

Fleishman-Hillard

Violaine Louandre 01 47 42 48 15 / violaine.louandre@fleishmaneuropa.com

YingYing Khong 01 47 42 48 11 / yingying/khong@fleishmaneuropa.com

GfK

Raphaël Couderc 01 47 14 21 78 / raphael.couderc@gfk.com

NPA Conseil : Lydiane Le Roy & Matthieu Amelin 01 41 31 99 26 / 01 74 71 43 80
mamelin@npaconseil.com; lroy@npaconseil.com