

Levallois, le 22 mai 2012

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **Référence des Equipements Multimédias**

## **Smart TV, le nouvel écran connecté des foyers**

**Source : GfK / Médiamétrie - Référence des Equipements Multimédias – 1<sup>er</sup> trimestre 2012**

**Avec près de 3 millions de foyers équipés au 1<sup>er</sup> trimestre 2012, la Smart TV, télévision équipée pour recevoir internet, séduit le public. La Smart TV ou télévision connectée permet d'accéder à des contenus et des services particuliers : vidéos (en catch-up ou VOD), applications ou surf sur internet. Nouvel écran, nouvelles possibilités, la Smart TV ouvre le champ d'une nouvelle ère où les frontières entre la télévision et Internet s'estompent.**

### **La Smart TV prend son envol**

En dépit d'une offre de contenus encore émergente, la Smart TV a conquis le public. Au premier trimestre 2012, ce sont 10,7% des foyers français soit près de 3 millions qui sont désormais équipés de ce nouvel écran. Une augmentation significative en un trimestre : +40%. Et la progression devrait continuer...près d'1% des foyers envisagent de s'équiper d'ici 6 mois et 4% - soit près d'un million - d'ici 2 ans.

### **La Smart TV aux côtés des autres écrans et équipements**

Entraîné par les innovations technologiques, le nombre d'écrans par foyer s'élève aujourd'hui en moyenne à 6,2. La Smart TV s'inscrit dans cette tendance. Désireux de posséder cet équipement dernier cri et pas seulement de renouveler leur téléviseur, les équipés Smart TV possèdent plus d'écrans au domicile que les autres : 63% des équipés Smart TV sont équipés de plusieurs écrans TV versus 50% pour l'ensemble des foyers équipés TV. La télévision connectée s'invite également aux côtés des autres équipements, les foyers équipés d'une Smart TV étant de manière générale suréquipés. Pour exemple, 2/3 des foyers équipés d'une télévision connectée le sont aussi d'une console de jeux sur TV, la quasi-totalité dispose d'au moins un ordinateur et plus de 7 sur 10 d'un téléphone mobile.

### **Un écran plutôt masculin, familial et citadin**

La Smart TV est davantage adoptée par les hommes : 83% des chefs de foyers équipés d'une télévision connectée sont des hommes. Elle est aussi plébiscitée par les publics jeunes : 24% des équipés ont moins de 35 ans et 63% ont moins de 50 ans - versus 44% pour l'ensemble des équipés TV. Ecran citadin avec plus de la moitié des équipés qui vivent dans une grande ville, la Smart TV séduit aussi davantage les actifs. Enfin, c'est un écran plutôt familial et tiré par la présence d'un enfant : près de la moitié des équipés Smart TV sont au moins 3 dans le foyer.



**mediametrie**



**La Référence des Équipements Multimédias**, produit de l'expertise conjointe de GfK et Médiamétrie, dont le terrain est réalisé par ISL, constitue l'unique étude proposant une vision globale et évolutive du parc média et multimédia des foyers (équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques) et de l'accès Internet. Réalisée auprès de 22 000 foyers représentatifs de la population française, cette enquête trimestrielle constitue la mesure de référence des équipements médias et multimédias des Français. Quant à la sélection d'équipements à utilisation individuelle, GfK et Médiamétrie mettent également à disposition des résultats en termes d'individus utilisateurs.

#### **A 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 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,7 M€.

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

#### **A propos du Groupe GfK**

Le groupe GfK offre les connaissances indispensables à l'industrie, aux distributeurs, aux sociétés de services et aux médias dans leur prise de décisions sur les marchés. Le groupe propose une gamme complète de services liés à l'information et au conseil par ses trois secteurs d'activité que sont Custom Research, Retail and Technology et Media. Le N°4 mondial des sociétés d'études de marché est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 10 000 collaborateurs. En 2009, le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,16 Milliard d'Euros. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/gfk\\_group](http://www.twitter.com/gfk_group).

#### **Contacts Presse :**

##### **Médiamétrie**

Anaïs Barteau, Tél. : 01 47 58 97 26 / [abarteau@mediаметrie.fr](mailto:abarteau@mediаметrie.fr)

Laure Osmanian, Tél. : 01 47 58 97 55 / [losmanian@mediаметrie.fr](mailto:losmanian@mediаметrie.fr)

##### **GfK**

Violaine Djen-Louandre, Tél. : 01 47 42 48 15 / [violaine.louandre@fleishmaneuropa.com](mailto:violaine.louandre@fleishmaneuropa.com)

Ying Ying KHONG, Tél. : 01 70 69 04 17 / [yingying.khong@fleishmaneuropa.com](mailto:yingying.khong@fleishmaneuropa.com)

Raphaël Couderc, Tél. : 01 47 14 21 78 / [raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)