

2e vague de l'Observatoire TV connectée CSA – NPA :
+15% d'internautes connectables
+10% d'internautes connectés
Et déjà près de 75% d'interaction via un 2e écran

L'Observatoire de la TV Connectée est une initiative conjointe de l'Institut CSA et NPA Conseil. Il mesure la montée en puissance de la TV Connectée : équipements, connexion et usages.

Pour cette deuxième vague, menée du 24 avril au 10 mai 2149 internautes, âgés de 15 à 59 ans et bénéficiant d'une connexion à Internet haut ou très haut débit, ont été interrogés, afin de se concentrer sur les foyers effectivement concernés par le développement de la TV Connectée.

Lors de cette deuxième vague, l'Institut CSA et NPA Conseil ont choisi d'élargir le champ de l'étude aux interactions entre écrans. Un « Focus 2nd Screen » centré sur l'utilisation des autres écrans présents au domicile – ordinateur fixe ou portable, smartphone, tablette, console de jeu portable – en parallèle et/ou en complément du téléviseur a ainsi été intégré.

- **La notoriété de la TV Connectée progresse, +9% depuis octobre 2011 !**

La TV Connectée, une notion qui poursuit son installation au sein du public. 45% de notoriété en octobre 2011, 54% en avril 2012. Mais le flou demeure : peu d'internautes sont capables de restituer précisément la diversité englobée dans cet univers. Pour autant, après une explication détaillée, 41% des internautes déclarent que celle-ci correspond bien à ce qu'il en savait (seulement 33% en octobre 2011).

- **Un équipement qui progresse : 64% d'internautes équipés pour la TV Connectée, +15% depuis octobre 2011**

La part d'internautes Connectables Premium, c'est-à-dire disposant d'un équipement permettant d'accéder à des services de TV Connectée Premium (box nouvelle génération / poste de TV connectable / consoles connectables / lecteur Blu-ray connectables / boîtiers OTT) a considérablement progressé depuis octobre 2011. Ils étaient 49% en octobre 2011, ils sont aujourd'hui 64% soit près de 2 internautes sur 3. Cette forte hausse résulte de plusieurs facteurs :

- Progression de la présence des box 2^{ème} génération existantes
- Lancement de nouvelles box 2^{ème} génération
- Et progression de l'équipement en devices connectables (postes de TV, lecteurs Blu-ray et consoles)

Communiqué de Presse

- **Un taux de connexion en hausse : 39% d'internautes connectés, +10% depuis octobre 2011**

Conséquence de la très forte hausse du nombre d'internautes connectables, le public des connectés Premium augmente très significativement en 6 mois, passant de 29% à 39% des internautes.

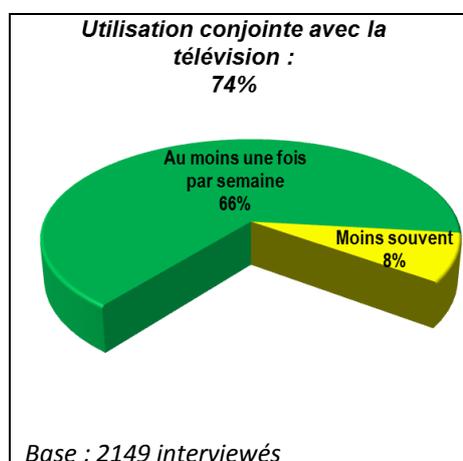
Avec leur développement (arrivée de nouvelles box et progression de la diffusion des anciennes) les box des FAI deviennent le premier équipement de connexion.

- **Focus 2nd screen : 74% des internautes utilisent un 2^e écran devant la télévision**

Le « Focus 2nd screen » intégré à cette 2^e vague établit que trois internautes sur quatre (74%) utilisent au moins occasionnellement un 2^e écran en parallèle de la consommation TV. Et la proportion reste de 66% si l'on considère uniquement ceux qui en ont un usage au moins hebdomadaire. Ordinateurs portables et smartphones apparaissent comme les plus utilisés.

L'utilisation d'un écran « secondaire » interactif en parallèle de la consommation TV apparaît donc désormais comme une habitude largement ancrée dans une large part de la population française, confirmant les observations faites à l'étranger.

On note que cette pratique est plus encore installée chez les moins de 35 ans, les Français diplômés de l'enseignement supérieur, les Franciliens, et les utilisateurs des réseaux sociaux (avec un pic pour les inscrits à Facebook et Twitter, versus Copainsd'avant, LinkedIn ou Viadeo).



- **La social TV séduit déjà 2 internautes sur 5**

Une interrogation plus précise sur les pratiques de *multitasking* fait apparaître que les usages en rapport avec le programme en cours concernent plus de 58% de ceux qui combinent TV et 2^e écran, soit 43% de l'ensemble des internautes (avec, à nouveau, un très fort pic chez les inscrits à Facebook et Twitter). Si la recherche d'informations complémentaires sur le programme en cours arrive en tête des habitudes de ces « *multitaskers TV* », la consultation des sites d'annonceurs dont les publicités viennent d'être diffusées apparaît en 2^e position, quel que soit l'écran utilisé (ordinateur, tablette, smartphone...).

Quant aux usages « hors TV », le *multitasking* sans relation avec les programmes, ils se portent très fortement sur la communication (mails, réseaux sociaux...), sur la recherche d'informations, sur des pratiques multimédia (consultation de photos ou de vidéos, jeu...) mais aussi sur la consultation de sites de marque.

Communiqué de Presse

A propos de CSA

CSA est l'un des principaux instituts d'études français avec 360 salariés et un chiffre d'affaires de 32,6 millions d'euros en 2010. Filiale du Groupe Bolloré, CSA est dirigé par Bernard Sananès, Président depuis décembre 2010. Spécialiste des études de marché et d'opinion, CSA accompagne depuis près de 30 ans entreprises et institutions dans le pilotage de leurs choix stratégiques grâce à des solutions d'études sur-mesure et immédiatement opérantes. Son expertise multisectorielle et sa maîtrise des méthodologies qualitative et quantitative permettent à ses experts, analystes des opinions et des comportements, d'aller toujours plus loin dans la mise en perspective et le décryptage des évolutions sociétales. Cette capacité d'analyse est renforcée par sa forte intégration : structuré autour de cinq pôles d'expertise (« Banque, Assurance, Service, Industrie » ; « Consumer » -Grande Conso/Distribution, Santé et Automobile- ; « Media, Publicité, Nouvelles Technologies » ; « Opinion & Corporate » et « Conseil »), et d'un pôle transversal, « Planning Stratégique, Quali et Nouvelles Tendances », CSA maîtrise toute la chaîne de production, garantissant ainsi l'efficacité des études au service de la décision. Pour en savoir plus : www.csa.eu

A propos de NPA Conseil

NPA Conseil, partenaire des principaux acteurs de l'audiovisuel et des télécoms, intervient en conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des media et des nouveaux services numériques. NPA Conseil produit des études de référence, organise des colloques et propose des formations sur mesure.

Contacts :

CSA : Hélène Taboury – Directrice de la Communication – 01 44 94 34 02 – helene.taboury@csa.eu

NPA Conseil : Matthieu Amelin – Chargé de Communication – 01 74 71 43 80 – mamelin@npaconsei.com