

# Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

Offre - consommation - usages  
Janvier 2013

### 12 700 heures disponibles en janvier 2013

En janvier 2013, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de près de 12 700 heures de programmes. L'offre est stable par rapport à décembre 2012 (-1,1 % pour les chaînes nationales historiques et +2,3 % pour les chaînes gratuites de la TNT). L'offre de programmes de flux diminue de 1,0 % à 10 800 heures alors que l'offre de programmes de stock est en hausse de 10,5 % à 1 900 heures. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 15,1 % de l'offre de TVR en janvier. Les principales offres sont proposées par France Ô, M6 et TF1 pour la fiction, par Gulli, France 5 et D17 pour l'animation et par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire. En janvier, la fiction française compose 38,8 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 36,8 % pour la fiction américaine, 9,7 % pour la fiction européenne non française et 14,7 % pour la fiction d'autres nationalités. 32,2 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 100 heures). 64,0 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (8 100 heures).

### 206,6 millions de vidéos visionnées

En janvier 2013, 206,6 millions de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage sur les services des chaînes du panel, composé notamment des six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) et de huit chaînes gratuites de la TNT (D8, W9, TMC, NT1, France 4, i>télé, D17, France Ô). La consommation de TVR progresse de 2,6 % par rapport au mois de décembre 2012. La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 245,2 millions de vidéos vues en janvier 2013 (+4,2 %). Le volume de vidéos vues augmente sur l'ordinateur (+11,4 %) alors qu'il diminue sur l'écran de télévision (-4,3 %). L'ordinateur est le support principal de la consommation de télévision en ligne (52,6 % des vidéos vues en janvier), devant la télévision (32,1 %) et les terminaux mobiles (15,3 %). En termes de genres, la fiction occupe la première position (29,5 % des vidéos vues), devant le divertissement (23,9 %), l'information (10,6 %), le magazine (7,6 %), les programmes jeunesse (4,8 %), le cinéma (3,9 %), le sport (2,3 %) et le documentaire (1,1 %). En janvier, les meilleures audiences de fiction française en télévision de rattrapage sont réalisées par *R.I.S police scientifique* pour le groupe TF1, par *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, par *Soda* pour le groupe M6 et par *les Mystères de l'amour* pour le groupe TMC/NT1.

### 66,3 % des internautes utilisent les services de TVR

66,3 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en janvier 2013 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois. Cette proportion est en hausse de 4,7 points par rapport à janvier 2012. La pénétration de la TVR s'établit à 69,3 % chez les 15-24 ans, 72,4 % chez les 25-34 ans, 69,1 % chez les 35-49 ans et 53,6 % chez les 50 ans et plus. 38,4 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 28,6 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 33,0 % moins d'une fois par mois. Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 56,6 % des internautes en janvier 2013. 63,5 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un ordinateur, 55,2 % sur un écran de télévision, 12,5 % sur un appareil mobile dont 8,0 % sur une tablette et 6,6 % sur un téléphone mobile. 48,2 % du public déclare utiliser les services de TVR entre 20 heures et 22 heures. Cette proportion s'établit à 45,8 % chez les 15-24 ans, 55,8 % chez les 25-34 ans, 51,0 % chez les 35-49 ans et 36,2 % chez les 50 ans et plus. En janvier 2013, TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR. 54,1 % du public déclare en effet avoir regardé en TVR des programmes diffusés sur TF1. M6 se situe en deuxième position (51,4 %) devant France 2 (28,4 %). Parmi les chaînes de la TNT, W9 (11,0 %) est en tête devant NRJ12 (9,9 %) et D8 (8,7 %).

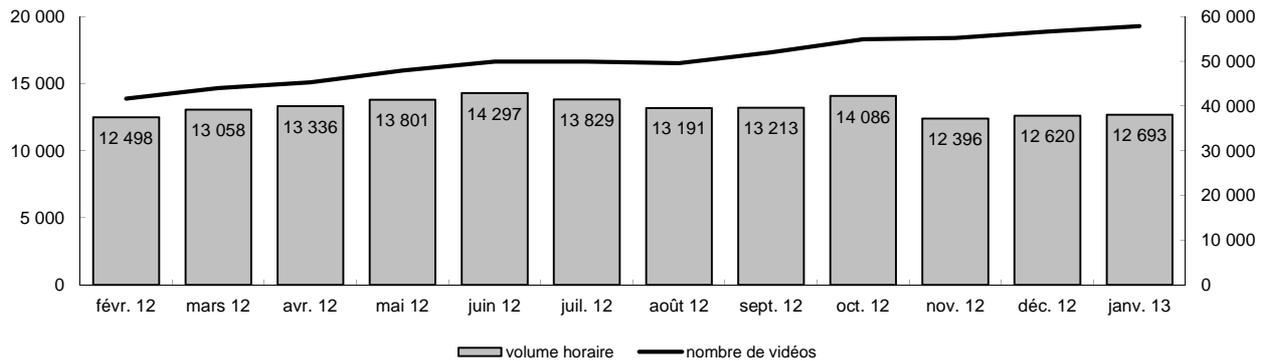
# L'offre de TVR - janvier 2013

## L'offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				volume horaire			
	nov 12	déc 12	janv 13	moy 2013 <sup>1</sup>	nov 12	déc 12	janv 13	moy 2013 <sup>1</sup>
0 à 7 jours	11 619	11 706	11 607	11 607	4 211	4 192	4 093	4 093
8 à 14 jours	292	279	372	372	206	246	283	283
15 à 30 jours	1 032	486	306	306	297	225	190	190
plus 30 jours	42 290	44 213	45 633	45 633	7 681	7 957	8 127	8 127
<b>total</b>	<b>55 233</b>	<b>56 684</b>	<b>57 918</b>	<b>57 918</b>	<b>12 396</b>	<b>12 620</b>	<b>12 693</b>	<b>12 693</b>

<sup>1</sup> Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

## Evolution de l'offre de télévision de rattrapage



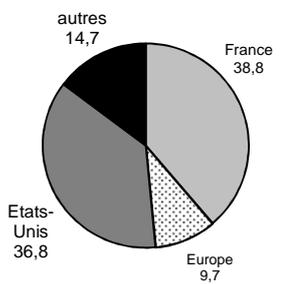
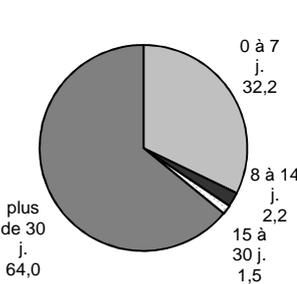
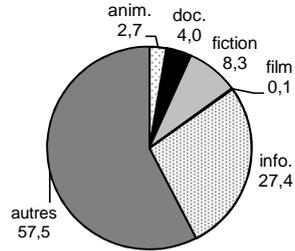
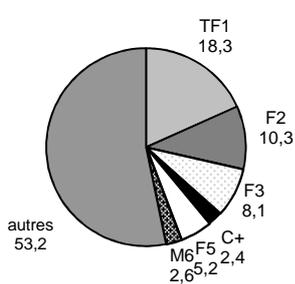
## Répartition de l'offre en volume horaire - janvier 2013

selon la chaîne (%)

selon le genre (%)

selon la disponibilité (%)

nationalité de la fiction (%)

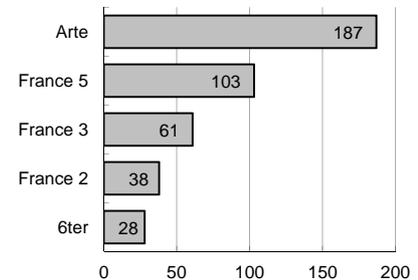
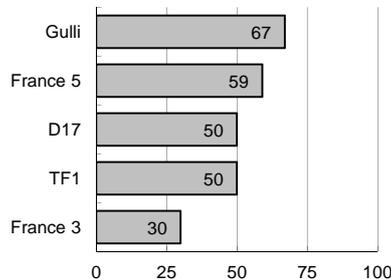
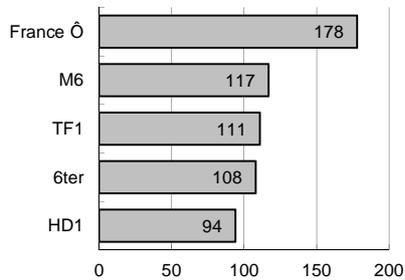


## Principales offres par genre en volume horaire - janvier 2013

fiction

animation

documentaire



### Méthodologie

Le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, un baromètre mensuel sur l'offre de télévision de rattrapage, réalisé par TV-replay.fr. Il présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (22 chaînes) disponible en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire.

Source : CNC - TV-replay.fr

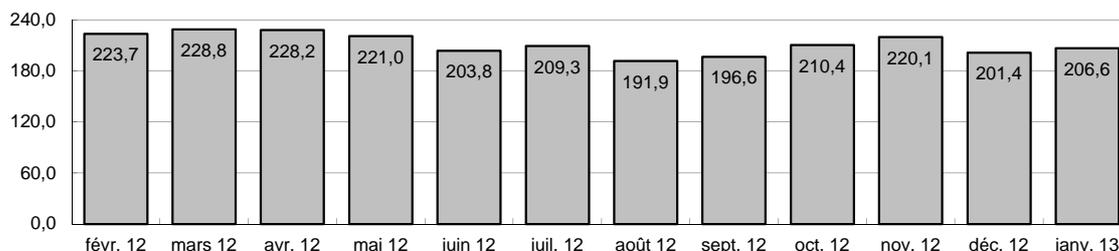
# La consommation de TVR - janvier 2013

## La consommation de télévision en ligne<sup>1</sup> (millions de vidéos vues)

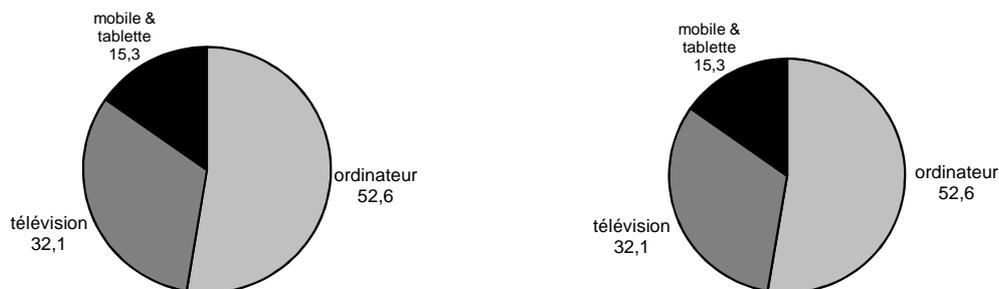
	févr 12	mars 12	avr 12	mai 12	juin 12	juil 12	août 12	sept 12	oct 12	nov 12	déc 12	janv 13	cumul 2013
rattrapage	223,7	228,8	228,2	221,0	203,8	209,3	191,9	196,6	210,4	220,1	201,4	206,6	206,6
flux direct	17,8	23,6	26,1	27,3	33,4	29,8	33,4	24,4	27,0	31,7	28,7	33,1	33,1
bonus	5,4	8,9	8,6	10,4	24,8	33,8	45,9	14,0	6,5	7,5	5,3	5,4	5,4
<b>total</b>	<b>246,9</b>	<b>261,3</b>	<b>262,9</b>	<b>258,7</b>	<b>262,0</b>	<b>272,9</b>	<b>271,3</b>	<b>234,9</b>	<b>243,9</b>	<b>259,2</b>	<b>235,4</b>	<b>245,2</b>	<b>245,2</b>

<sup>1</sup> Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1 et en octobre 2012 avec D8 et D17.

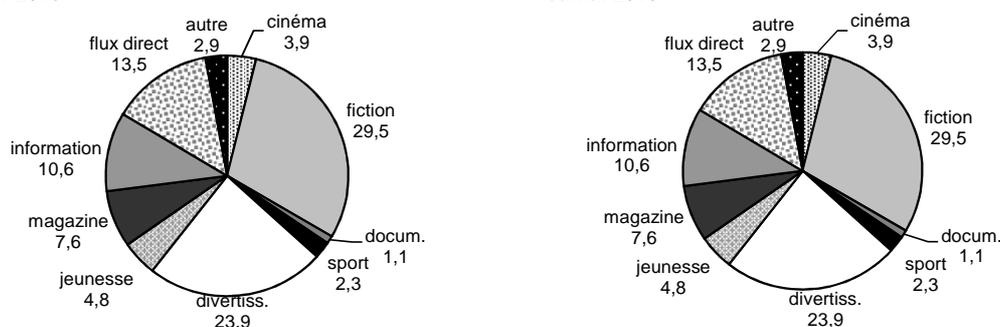
## Evolution de la consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



## Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le support (%) janvier 2013



## Répartition de la consommation de télévision en ligne selon le genre (%) janvier 2013



## Classement des programmes les plus consommés - janvier 2013

Groupe TF1	Groupe France TV	Groupe Canal+	Groupe M6	Groupe TMC/NT1
Journaux télévisés	Plus belle la vie	Le Palmashow	Les Ch'tis à Las Vegas	Les Mystères de l'amour
Koh Lanta	Le Jour où tout a basculé	Le Petit Journal	Once Upon A Time	Catch
Unforgettable	JT 20H France 2	Nouvelle Star	Soda	Bachelor
Dr House	On n'demande qu'à en rire	Le Zapping	NCIS	Las Vegas
Coup de foudre...	Des jours et des vies	Les Guignols de l'info	Scènes de ménages	Les Enquêtes impossibles

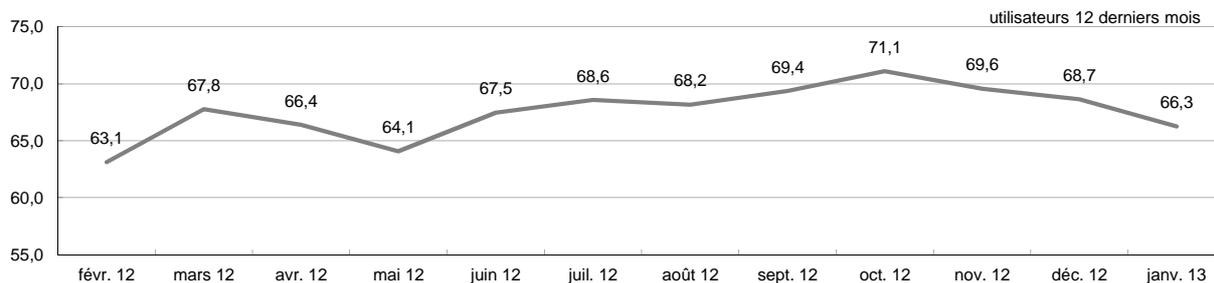
## Méthodologie

Le CNC a mis en place en 2011 un baromètre mensuel sur la consommation de télévision de rattrapage, réalisé par NPA Conseil et GfK, associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et TMC Régie, à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats concernant les chaînes suivantes : Canal+, i>Télé ; 1<sup>ère</sup>, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Teva ; TF1, LCI ; à partir de janvier 2012 TMC, NT1 ; à partir d'octobre 2012 D8, D17.

Source : Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

# Les usages de la TVR - janvier 2013

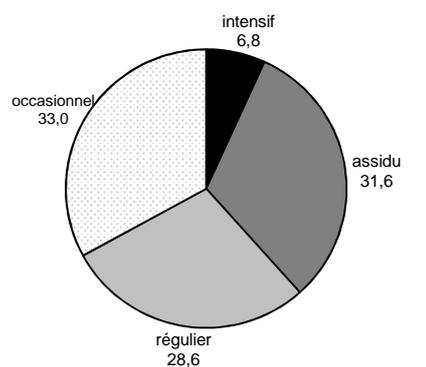
## Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



## Le public de la TVR (%)

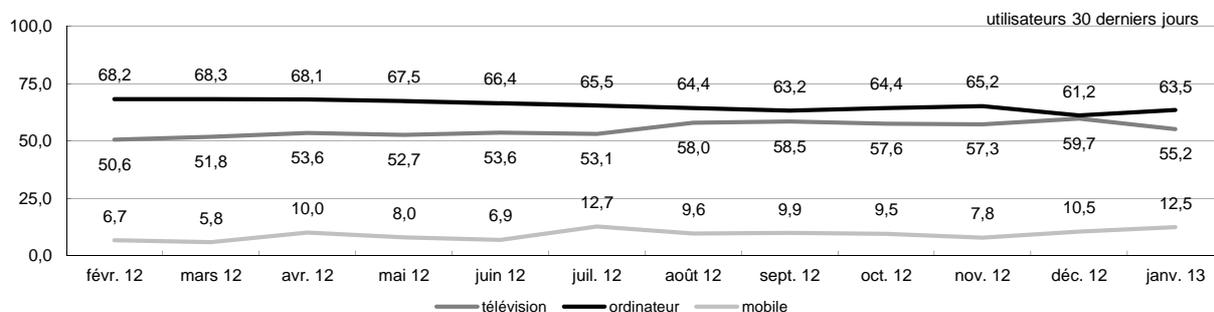
	pénétration		structure du public	
	janv. 2013	cumul 2013	janv. 2013	cumul 2013
<b>sexe</b>				
homme	62,8	62,8	47,4	47,4
femme	69,7	69,7	52,6	52,6
<b>âge</b>				
15-24 ans	69,3	69,3	24,1	24,1
25-34 ans	72,4	72,4	24,1	24,1
35-49 ans	69,1	69,1	33,3	33,3
50 ans et plus	53,6	53,6	18,5	18,5
<b>CSP</b>				
CSP+	67,9	67,9	38,0	38,0
CSP-	69,6	69,6	31,5	31,5
inactifs	61,3	61,3	30,6	30,6
<i>dont étudiants</i>	63,9	63,9	13,5	13,5
<b>habitat</b>				
Paris RP	69,3	69,3	23,0	23,0
régions	65,4	65,4	77,0	77,0
<b>ensemble</b>	<b>66,3</b>	<b>66,3</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Habitudes du public de la TVR - janv. 2013 (%)

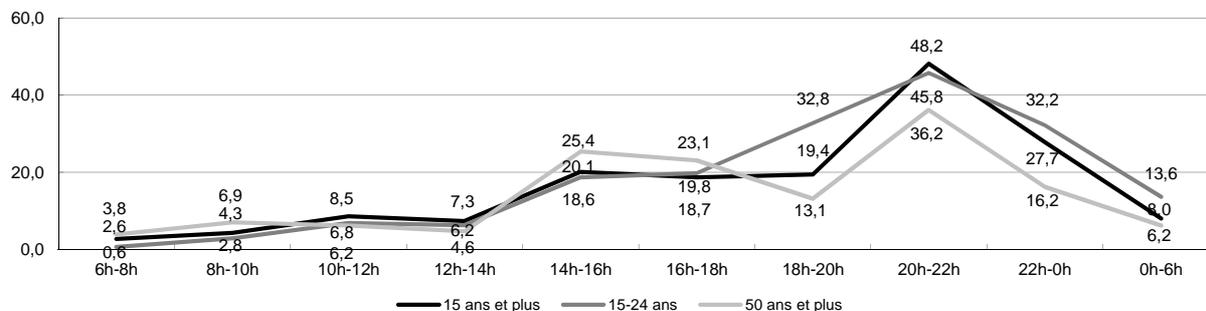


utilisateur intensif : au moins une fois par jour,  
 assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour,  
 régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine,  
 occasionnel : moins souvent.

## Pénétration de la TVR selon le support (%)



## Pénétration de la TVR selon l'horaire (%) - janvier 2013



### Méthodologie

Le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, un baromètre mensuel sur l'usage de la télévision de rattrapage. Les usages sont mesurés par un sondage en ligne réalisé par Harris Interactive auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus par mois.

Source : CNC - Harris Interactive.