

Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

Offre - consommation - usages
Juin 2013

14 100 heures disponibles en juin 2013

En juin 2013, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de plus de 14 100 heures de programmes. L'offre diminue de 2,0 % par rapport à mai 2013 (-2,4 % pour les chaînes nationales historiques et -1,6 % pour les chaînes gratuites de la TNT). Elle est en baisse de 0,9 % à 12 300 heures pour les programmes de flux et de 8,7 % à 1 900 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 13,1 % de l'offre de TVR en juin. Les principales offres sont proposées par France Ô, M6 et 6ter pour la fiction, par TF1, Gulli et France 5 pour l'animation et par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire. En juin, la fiction française compose 42,4 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 27,3 % pour la fiction américaine, 19,2 % pour la fiction européenne non française et 11,0 % pour la fiction d'autres nationalités. 31,2 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 400 heures). 66,0 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (9 300 heures).

217,5 millions de vidéos visionnées

En juin 2013, 217,5 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 augmente de 6,1 % par rapport au mois de mai 2013. 1 221,1 millions de vidéos ont été regardées en TVR sur les six premiers mois de l'année. 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 276,7 millions de vidéos vues en juin 2013 (+12,4 %) et 1 491,4 millions de vidéos visionnées depuis le début de l'année. Sur un mois, elle progresse de 13,9 % sur l'ordinateur (à 132,7 millions de vidéos vues), de 10,8 % sur l'écran de télévision (à 93,1 millions) et de 11,7 % sur les mobiles et tablettes (à 50,9 millions). L'augmentation du nombre de vidéos vues s'explique principalement par la croissance de la consommation du genre divertissement (+55,9 %). En juin, les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 37,7 % de la consommation. Les meilleures audiences de fiction française en télévision de rattrapage sont réalisées par *Alice Nevers, le juge est une femme* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *Soda* pour le groupe M6 et *les Mystères de l'amour* pour le groupe TMC/NT1.

70,3 % des internautes utilisent les services de TVR

70,3 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en juin 2013 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois. Cette proportion est en hausse de 2,9 points par rapport à juin 2012. La pénétration de la TVR s'établit à 71,2 % chez les 15-24 ans, 80,6 % chez les 25-34 ans, 74,3 % chez les 35-49 ans et 54,2 % chez les 50 ans et plus. 44,7 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 29,0 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 26,4 % moins d'une fois par mois. Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 62,7 % des internautes en juin 2013. 62,3 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un écran de télévision, 60,2 % sur un ordinateur, 16,4 % sur un appareil mobile dont 13,6 % sur une tablette et 7,0 % sur un téléphone mobile. 54,3 % du public déclare utiliser les services de TVR entre 20 heures et 22 heures. En juin 2013, TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR. 52,8 % du public déclare en effet avoir regardé en TVR des programmes diffusés sur TF1. M6 se situe en deuxième position (50,9 %) devant France 2 (31,5 %). Parmi les chaînes de la TNT, W9 (14,7 %) est en tête devant NRJ12 (10,0 %) et D8 (9,7 %).

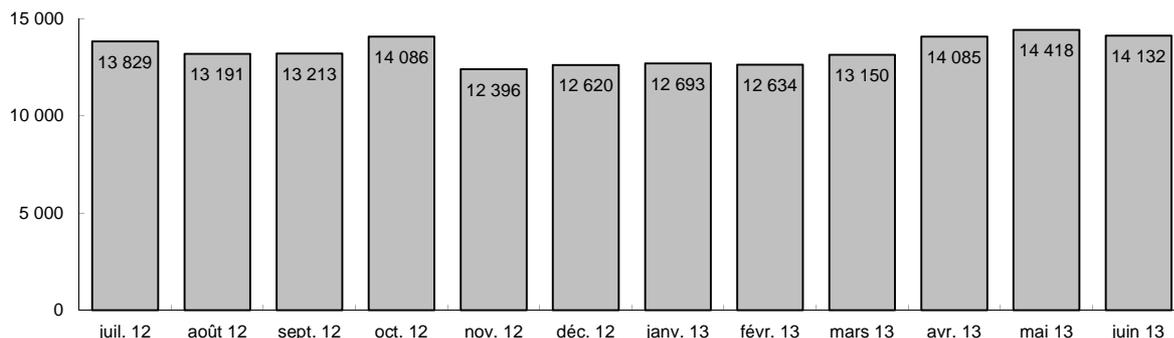
L'offre de TVR - juin 2013

L'offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				volume horaire			
	avr 13	mai 13	juin 13	moy 2013 ¹	avr 13	mai 13	juin 13	moy 2013 ¹
0 à 7 jours	11 674	11 735	11 566	11 741	4 388	4 525	4 407	4 377
8 à 14 jours	750	524	244	475	345	299	165	287
15 à 30 jours	684	778	823	543	285	273	228	240
plus 30 jours	49 920	51 807	53 308	49 071	9 067	9 321	9 332	8 614
total	63 028	64 844	65 941	61 830	14 085	14 418	14 132	13 519

¹ Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

Evolution de l'offre de télévision de rattrapage (heures)



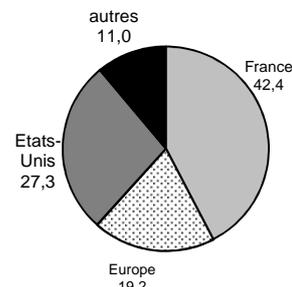
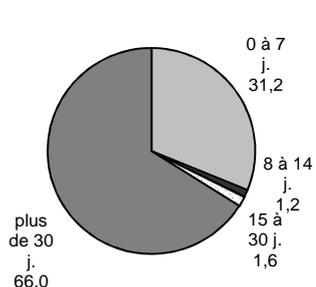
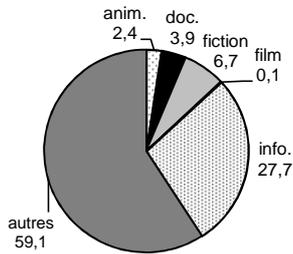
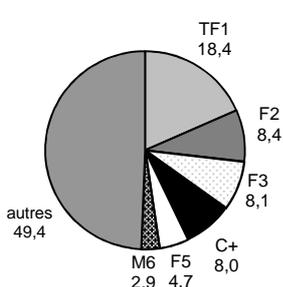
Répartition de l'offre en volume horaire - juin 2013

selon la chaîne (%)

selon le genre (%)

selon la disponibilité (%)

nationalité de la fiction (%)

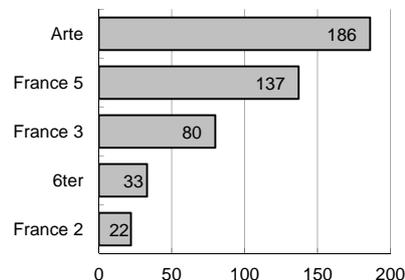
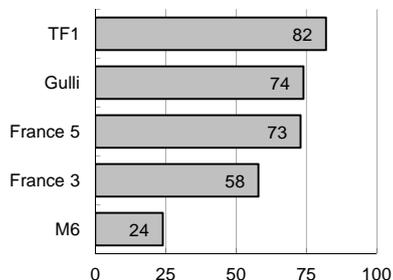
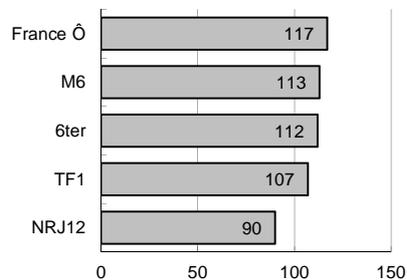


Principales offres par genre (heures) - juin 2013

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 www.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 - www.tv-replay.fr

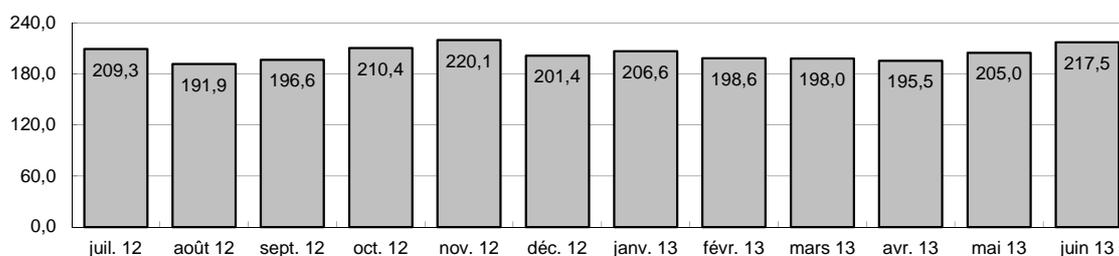
La consommation de TVR - juin 2013

La consommation de télévision en ligne¹ (millions de vidéos vues)

	juil 12	août 12	sept 12	oct 12	nov 12	déc 12	janv 13	févr 13	mars 13	avr 13	mai 13	juin 13	cumul 2013
rattrapage	209,3	191,9	196,6	210,4	220,1	201,4	206,6	198,6	198,0	195,5	205,0	217,5	1 221,1
flux direct	29,8	33,4	24,4	27,0	31,7	28,7	33,1	33,6	34,3	32,9	32,8	36,3	203,0
bonus	33,8	45,9	14,0	6,5	7,5	5,3	5,4	9,2	10,2	11,1	8,3	22,9	67,2
total	272,9	271,3	234,9	243,9	259,2	235,4	245,2	241,3	242,5	239,5	246,2	276,7	1 491,4

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

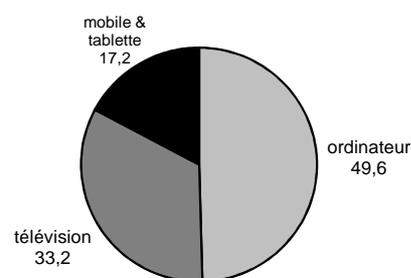
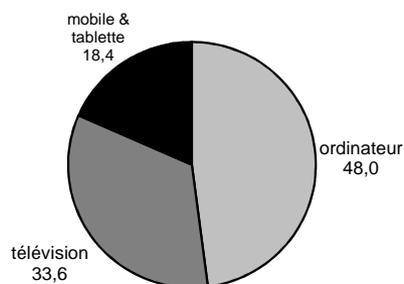
Evolution de la consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



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

juin 2013

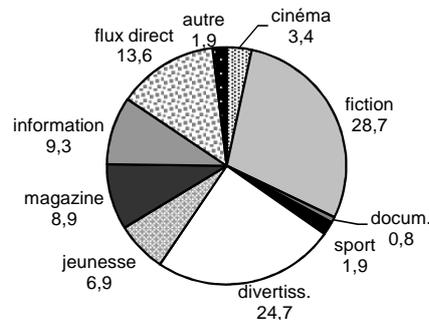
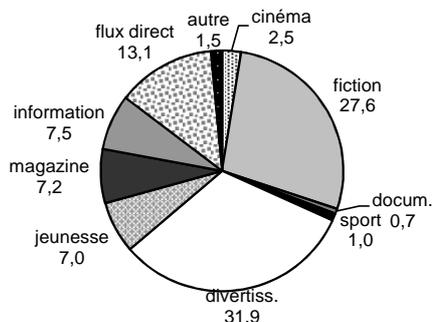
cumul 2013



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

juin 2013

cumul 2013



Classement des programmes les plus consommés - juin 2013

Groupe TF1	Groupe France TV	Groupe Canal+	Groupe M6	Groupe TMC/NT1
Secret Story	Plus belle la vie	Le Petit Journal	Les Marseillais à Cancún	Les Mystères de l'amour
Grey's Anatomy	La Parenthèse inattendue	Palmashow	Hawaii 5-0	Catch
Journaux télévisés	JT 20H France 2	Touche pas à mon poste !	NCIS Los Angeles	Vampire Diaries
Revenge	Amour, gloire et beauté	Zapping	L'Amour est dans le pré	Téléfilms
Les Feux de l'amour	On n'est pas couché	Le Grand Journal	Les Reines du shopping	Sous le soleil de St Tropez

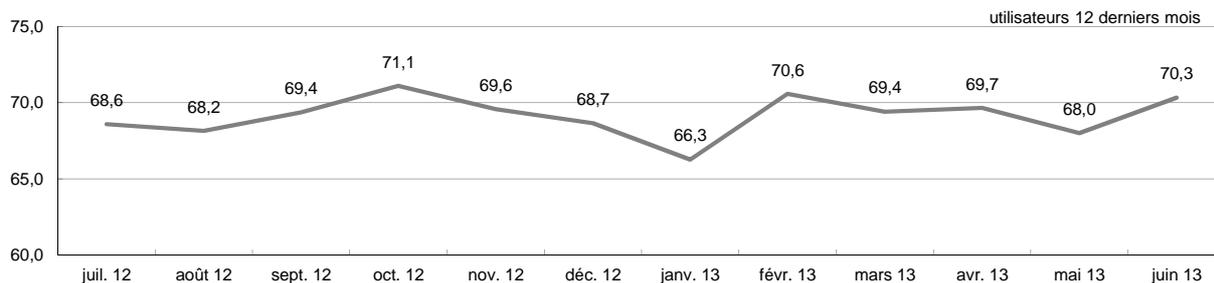
Méthodologie

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^{ère}, 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 - juin 2013

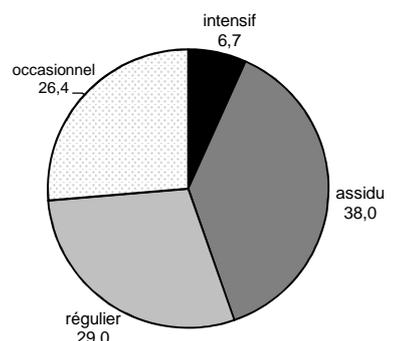
Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



Le public de la TVR (%)

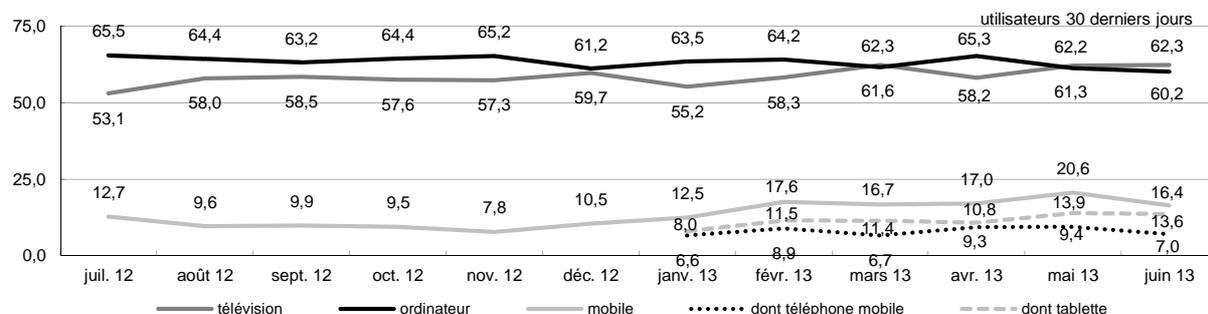
	pénétration		structure du public	
	juin 2013	cumul 2013	juin 2013	cumul 2013
sexe				
homme	73,5	68,9	52,3	49,9
femme	67,2	69,2	47,7	50,1
âge				
15-24 ans	71,2	74,7	23,3	24,9
25-34 ans	80,6	76,9	25,2	24,5
35-49 ans	74,3	70,0	33,8	32,4
50 ans et plus	54,2	54,7	17,7	18,2
CSP				
CSP+	74,4	72,6	39,2	38,9
CSP-	73,0	69,3	31,1	30,1
inactifs	63,4	64,8	29,7	31,0
<i>dont étudiants</i>	69,4	71,6	10,5	12,3
habitat				
Paris RP	75,6	72,2	23,6	23,0
régions	68,9	68,2	76,4	77,0
ensemble	70,3	69,1	100,0	100,0

Habitudes du public de la TVR - juin 2013 (%)

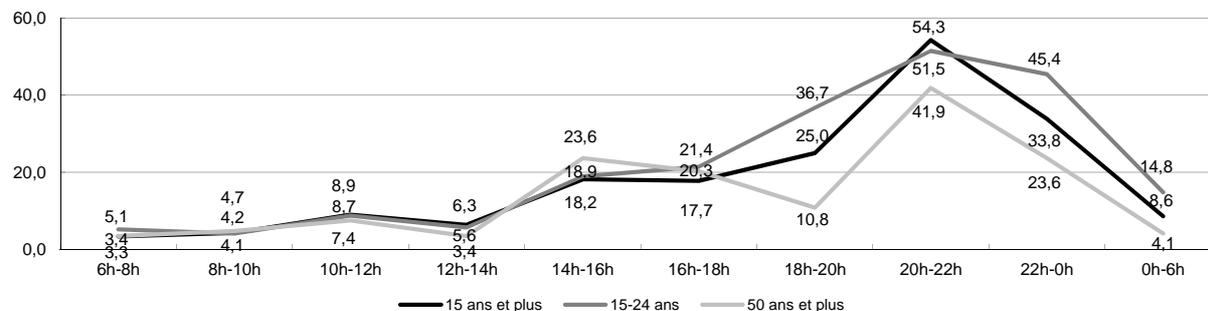


utilisateur intensif : au moins une fois par jour,
 assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour,
 régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine,
 occasionnel : moins souvent.

Pénétration de la TVR selon le support (%)



Pénétration de la TVR selon l'heure (%) - juin 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.