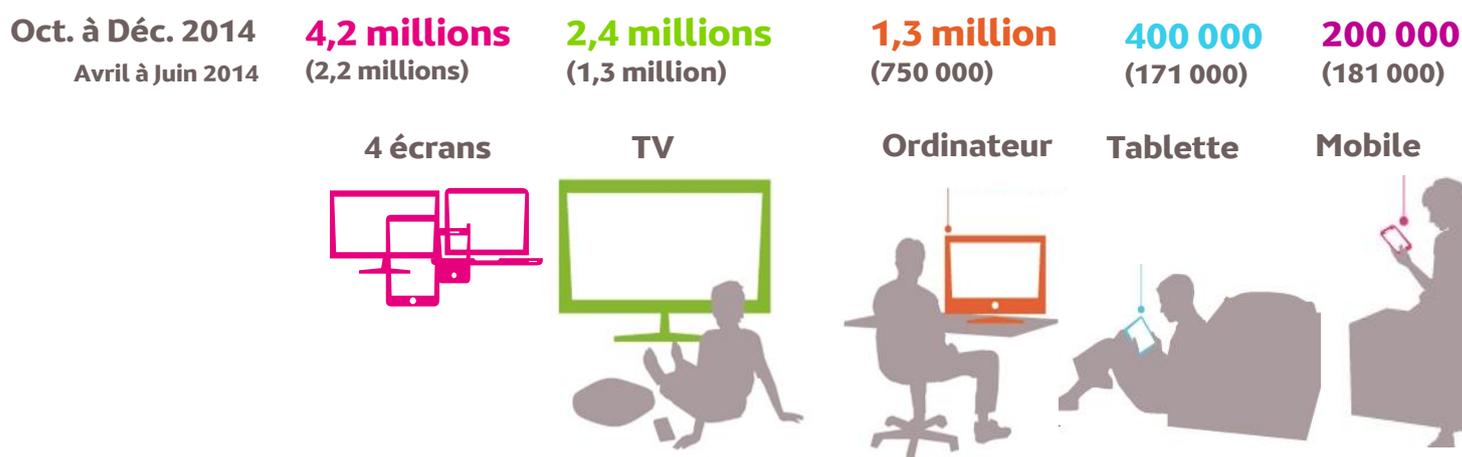


Global TV

TV de rattrapage : presque 2 fois plus de catch-uppers en 6 mois

La TV de rattrapage - appelée également replay ou catch-up TV - attire chaque jour 4,2 millions de 15 ans et plus qui s'adonnent à cette pratique en moyenne plus d'1h30 quotidiennement. Cet usage en forte progression est porté par les jeunes, les CSP+ ou encore les femmes de moins de 50 ans.

Nombre de personnes de 15 ans et + ayant regardé un programme en catch-up TV au cours d'une journée



De plus en plus d'adeptes du replay sur tous les écrans

Chaque jour 4,2 millions de 15 ans et plus, soit 8,1% de personnes, regardent la TV en replay quel que soit l'écran. En 6 mois, le nombre de catch-uppers a pratiquement doublé démontrant un attrait croissant pour cette pratique qui permet de voir ou de revoir un programme TV à l'envi après sa diffusion sur les chaînes.

Les individus qui pratiquent le replay y consacrent en moyenne 1h33 chaque jour.

Les jeunes au cœur de la pratique du replay

Les jeunes de 15-24 ans ont été les premiers à adopter la catch-up et ils sont encore aujourd'hui les plus gros consommateurs du genre. Près de 15% d'entre eux pratiquent le replay chaque jour et ce pendant près d'1h40.

Primo adoptants il y a quelques années, les 15-24 ans tirent encore la croissance de la pratique aujourd'hui : ils sont 500 000 de plus qu'il y a 6 mois à regarder la TV en replay.

Les femmes de moins de 50 ans (12,8% de catch-uppers) ou encore les CSP+ (11%) sont également plus consommateurs de catch-up que la moyenne des 15 ans et plus.

La TV, l'écran préféré pour le replay

Près de 60% des catch-uppers regardent quotidiennement des programmes de rattrapage sur leur téléviseur. Les 25-34 ans favorisent tout particulièrement cet écran : ils sont plus de 62% à l'utiliser chaque jour pour le replay contre 44% pour les autres écrans. Ces proportions s'inversent pour les 15-24 ans plus enclins à utiliser en priorité les autres écrans à cet usage (60% vs 44% pour le téléviseur).

Le replay, quand et pourquoi faire ?

Près de la moitié des catch-uppers regardent leurs programmes de rattrapage entre 18h et 22h que ce soit sur leur téléviseur ou sur un autre écran. Plus de 82% d'entre eux utilisent le replay pour voir un programme qu'ils ont manqué et 30% pour revoir un contenu. Mais la catch-up est aussi un moyen de découvrir un programme puisque plus d'1 catch-upper sur 5 l'utilise à cet effet.

Global TV

L'étude Global TV a pour objectif de suivre l'ensemble de la consommation de contenus TV quels que soient le moment, le lieu et l'écran. Elle complète ainsi les études de références de Médiamétrie dédiées à la télévision et à l'internet qui permettent de mesurer l'audience des contenus sur téléviseur, ordinateur et téléphone mobile. Nouveauté : cette année l'étude Global TV comprend un volet sur la consommation de VoD / SVoD.

Ces résultats sont issus de la 14^{ème} vague de l'étude Global TV, menée par Médiamétrie en octobre – décembre 2014 auprès de 9 400 personnes représentatives de la population âgée de 15 ans et plus.

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 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2 M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie Bourotte

Tél : 01 47 58 97 55

nbourotte@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr