

Le 16 décembre 2014

Quels nouveaux usages audiovisuels ?

Benoît DANARD

Directeur des études, des statistiques et de la prospective



De nouveaux écrans...

- Les écrans se sont multipliés : 6,5 écrans par foyer en 2013 (contre 5,3 en 2007)
- La taille du téléviseur s'est agrandie : 88 cm en 2013 contre 65 cm en 2006 (moyenne écrans vendus) ; passage à la HD
- Ecran collectif / écrans individuels (de toutes les tailles)
- Du téléviseur à tube cathodique...

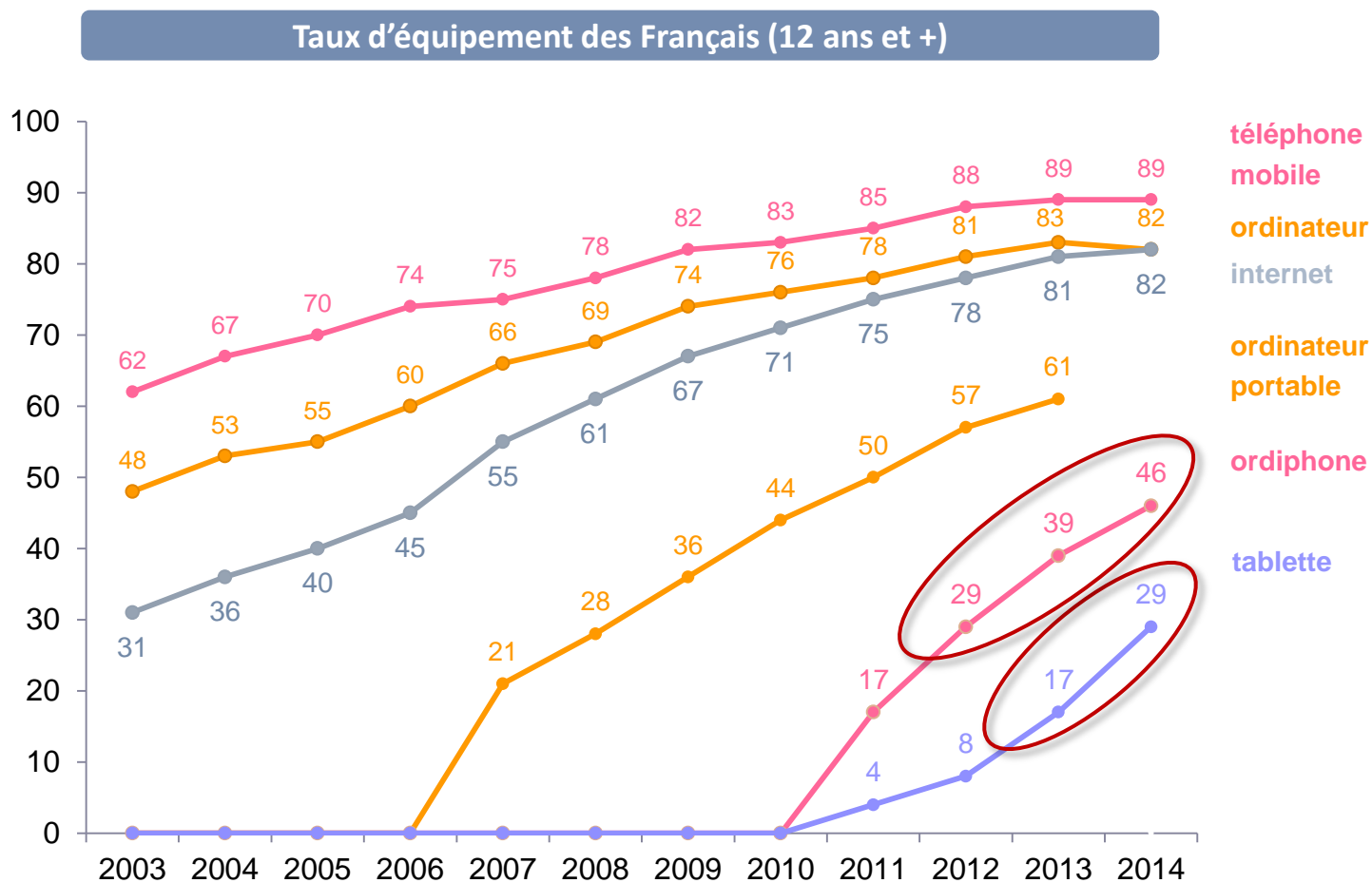


... aux écrans numériques connectables à internet



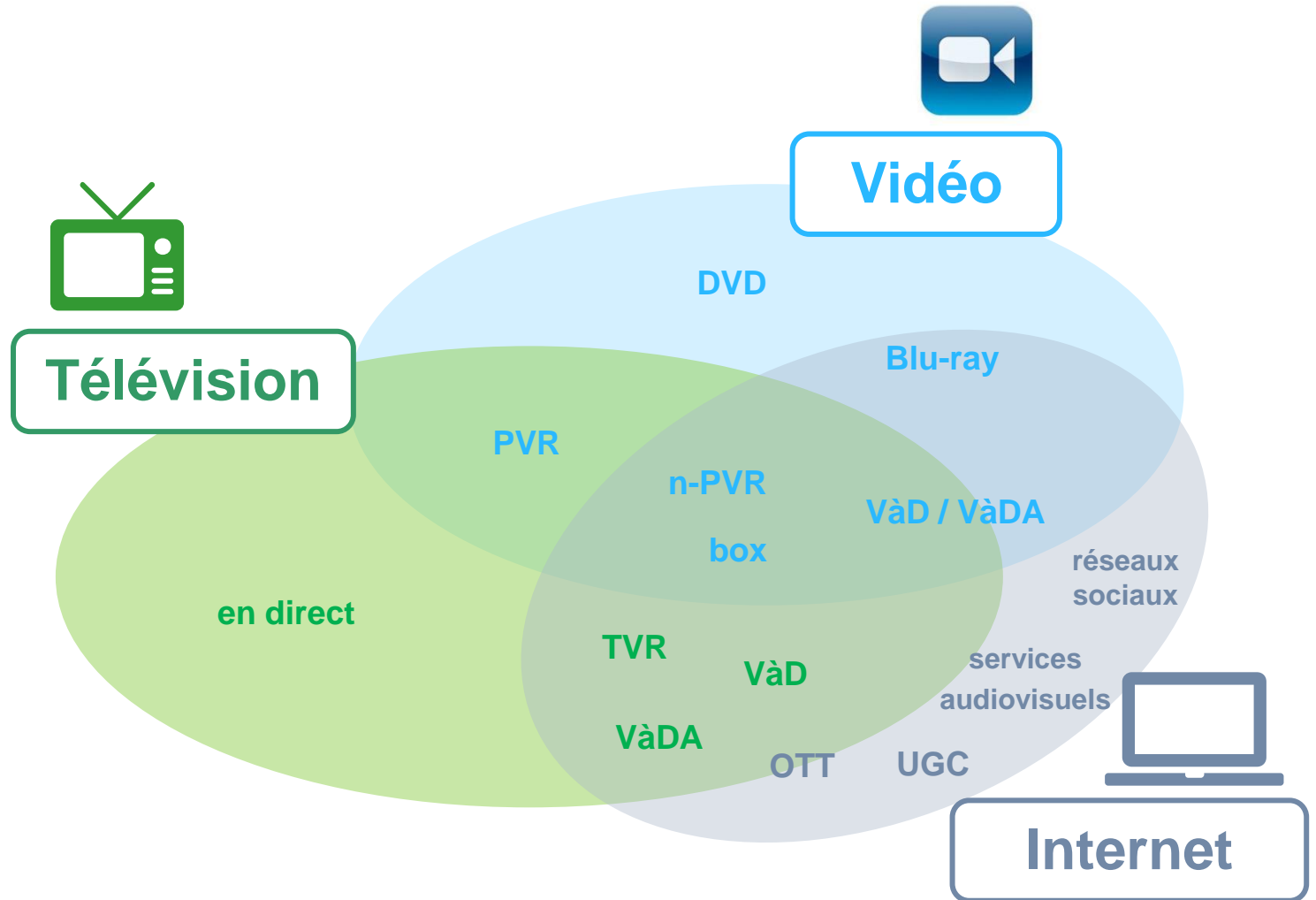
Des évolutions rapides.....

- 97 % des Français possèdent un poste de TV
- Forte progression de l'équipement en tablettes et en ordiphones



Source : CREDOC
12 ans et plus

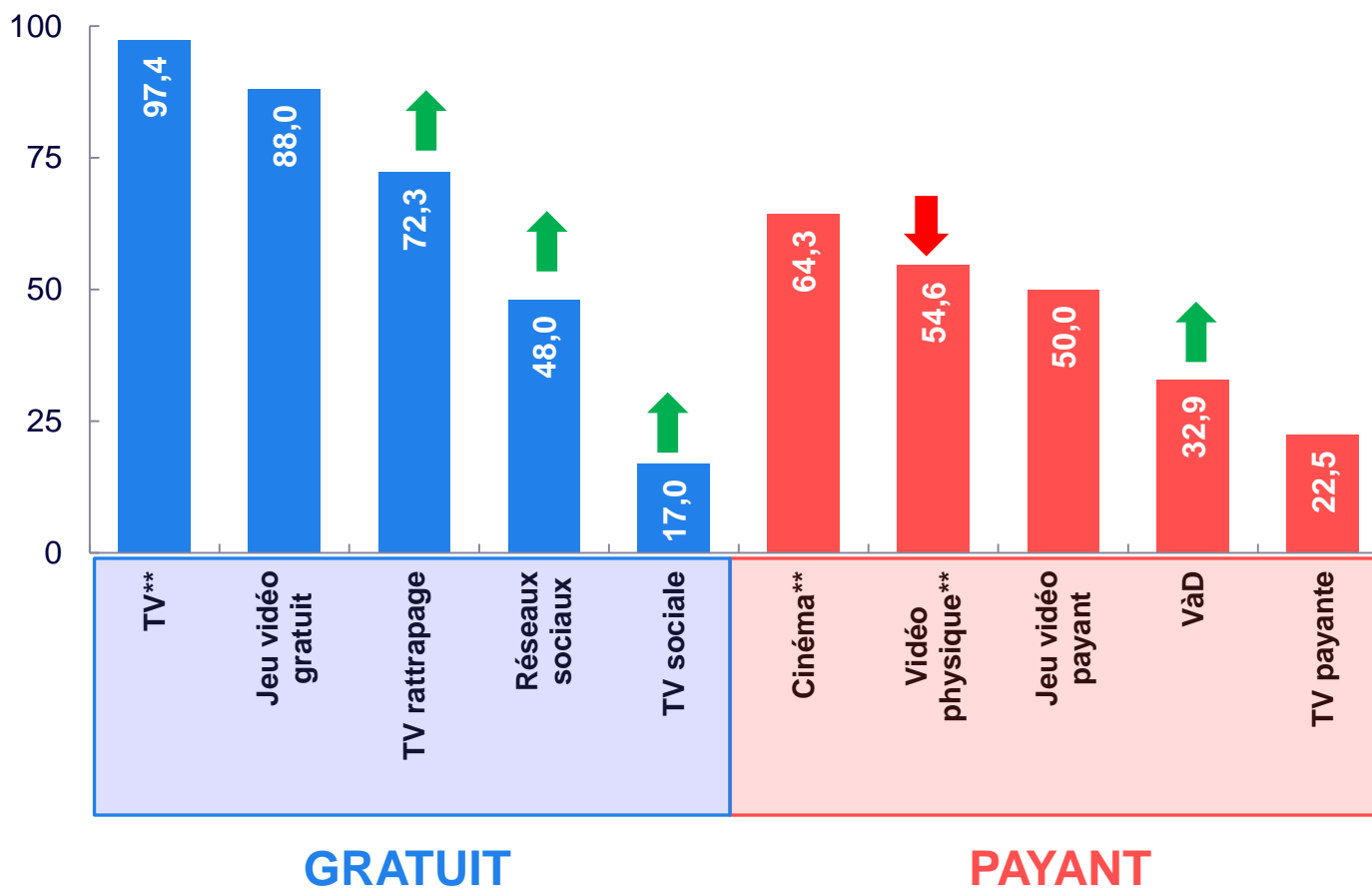
Des services audiovisuelsde plus en plus connectés



Les usages audiovisuels

- Des usages gratuits plus répandus que les services payants

Pénétration des usages audiovisuels en 2014 (% de la population)



TV : 15 ans et plus

TVR : internautes de 15 ans et plus

TV payante : 4 ans et plus

VàD : 15 ans et plus

Cinéma : 6 ans et plus

Joueurs vidéo : 6 ans et plus

Commentateurs : internautes 15 ans et plus

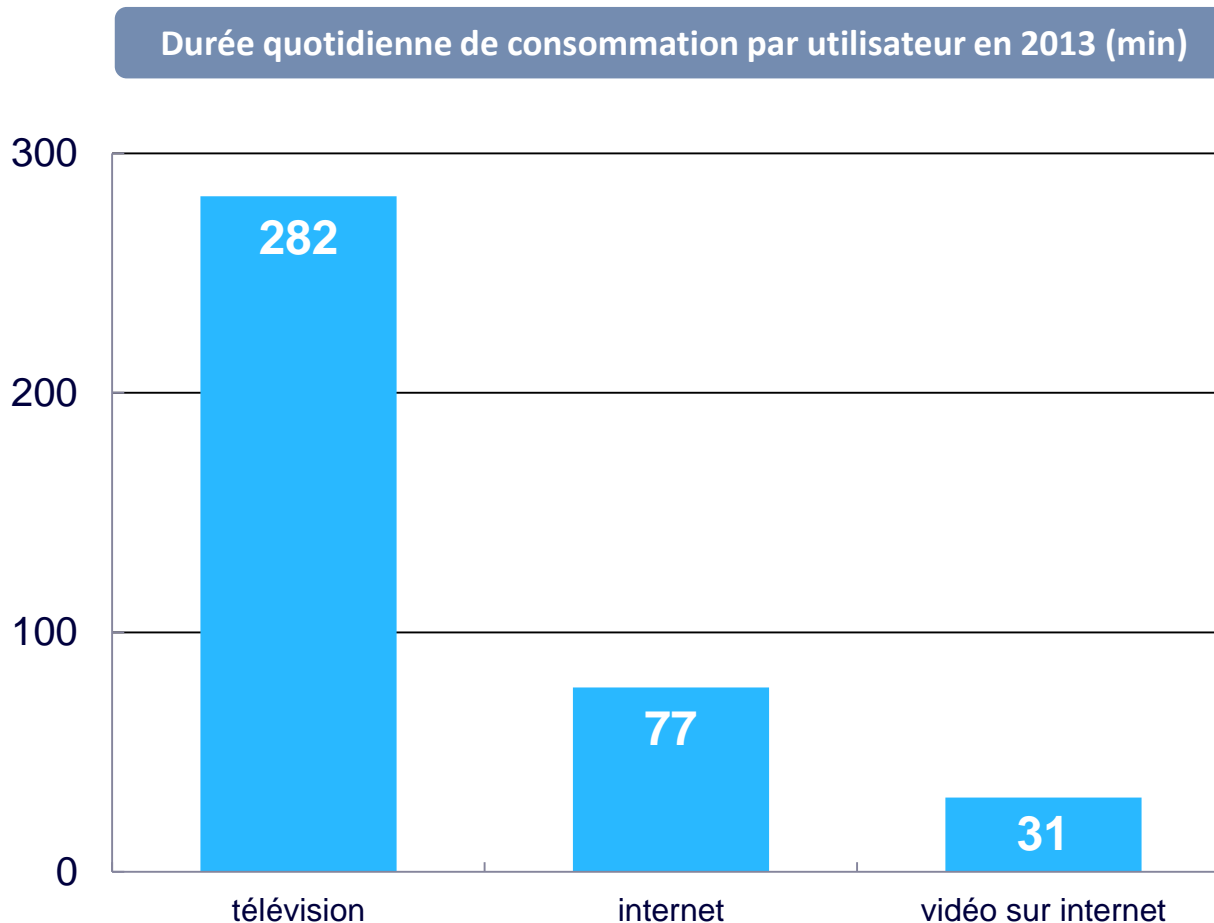
Vidéo physique : spectateurs cinéma 15 ans et plus

** 2013

Source : CNC, Mediamétrie, TNS Sofres, CREDOC, GfK, Harris Interactive

Les durées de consommation

- Chaque jour les Français passent 3,6 fois plus de temps devant la télévision (4h42) que sur internet (1h17)



Source :
Médiamétrie

télespectateurs
15 ans et plus

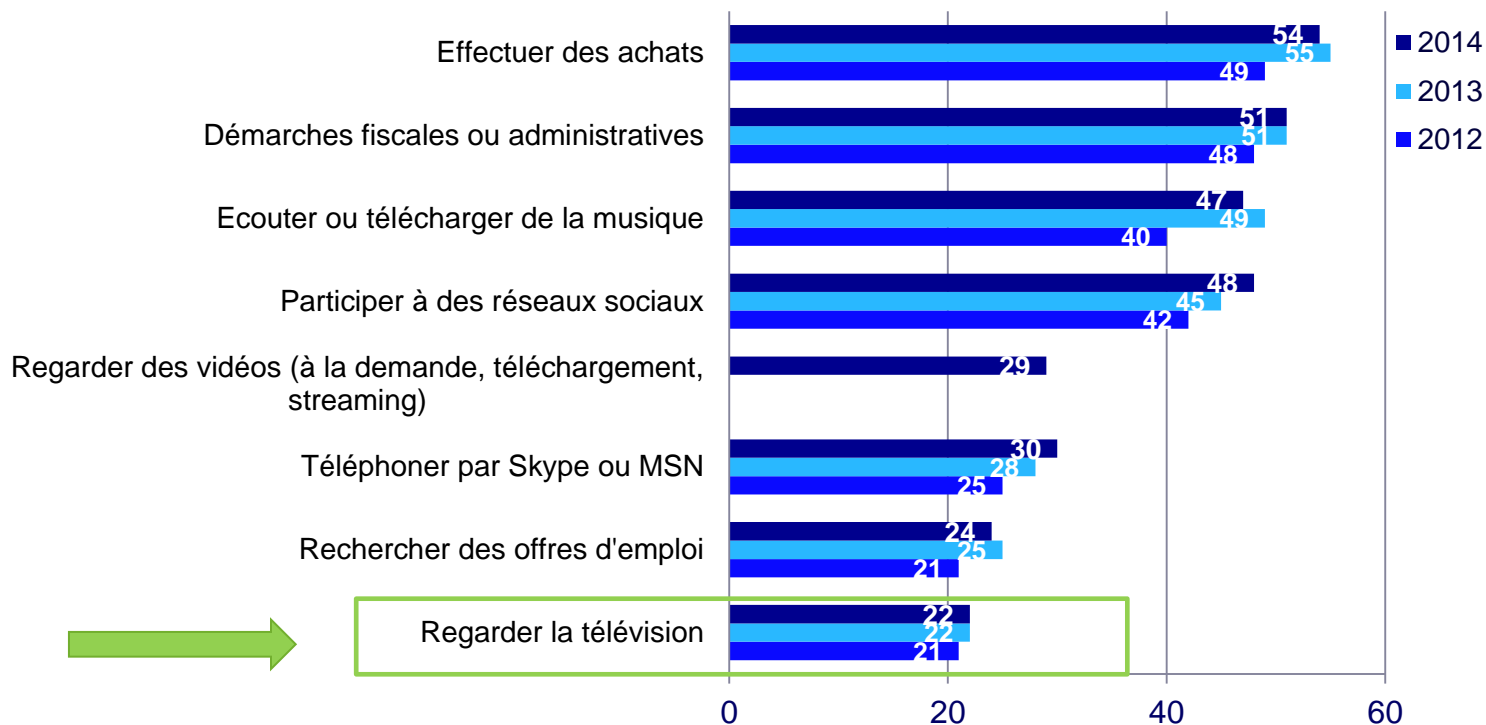
internautes
2 ans et plus

vidéonautes
2 ans et plus

Quels usages sur internet ?

- En 2014, 22 % des individus regardent la TV par internet sur l'ordinateur.
- En 2014, près de 30 % des individus utilisent internet pour regarder des vidéos (à la demande, en téléchargement ou en streaming).

Les activités sur internet (% individus)

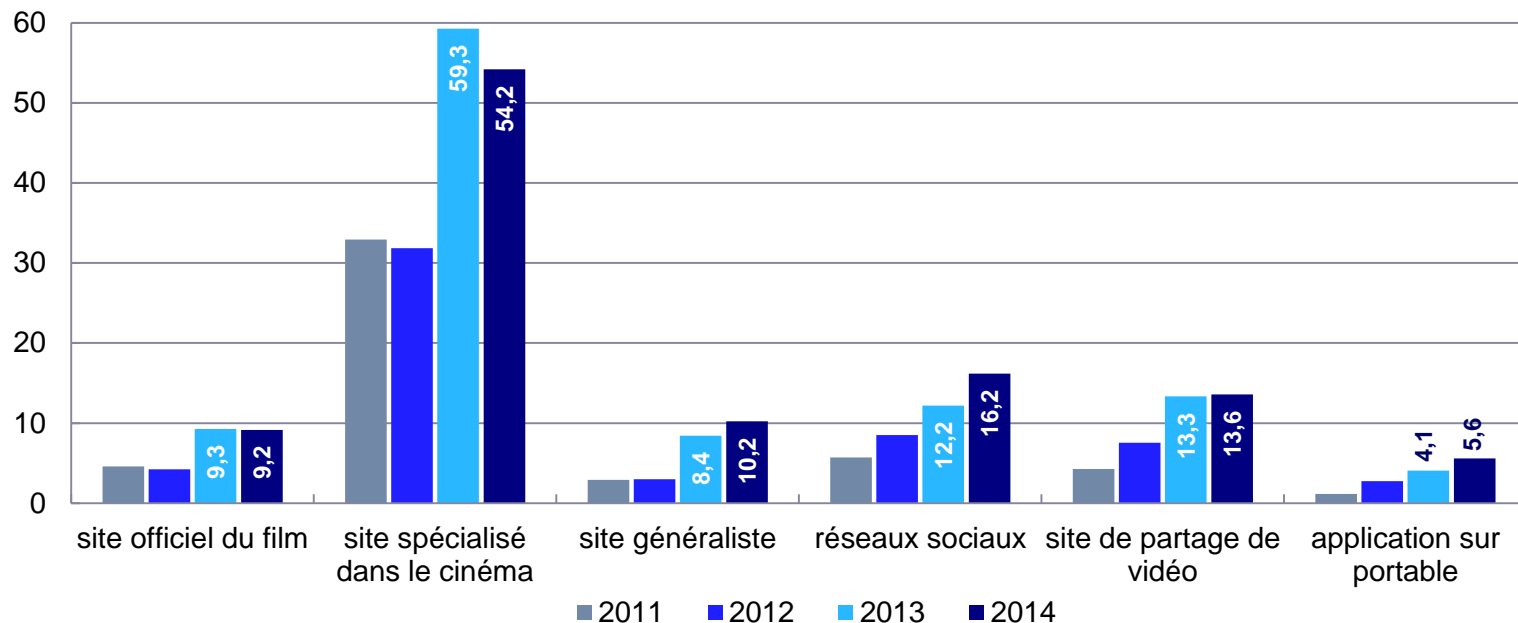


Source : CREDOC
12 ans et plus

Internet pour aller au cinéma

- 54,2 % des spectateurs de cinéma déclarent s'informer sur la sortie des films avec des sites internet spécialisés dans le cinéma en 2014
- Les réseaux sociaux et les sites de partage de vidéo jouent un rôle croissant en 2014 pour s'informer sur la sortie des films :
 - 16,2 % pour les réseaux sociaux
 - 13,6 % pour les sites de partage vidéo


L'information sur les films via internet (% des spectateurs)





Source : Harris
Interactive, *Publixiné*
Cible : 15 ans et plus

Les réseaux sociaux et le cinéma

- 97,0 % des internautes sont des spectateurs de cinéma
- Les spectateurs de cinéma, souvent membres des réseaux sociaux :



 67,8 % des spectateurs

 26,4 % des spectateurs


 19,8 % des spectateurs

 8,4 % des spectateurs

- Les visiteurs des pages  de films :

27,7 % des spectateurs ont déjà visité la page  d'un film, dont 12,9 % ont parfois cliqué sur 

- Les spectateurs publient sur internet leur avis sur les films :

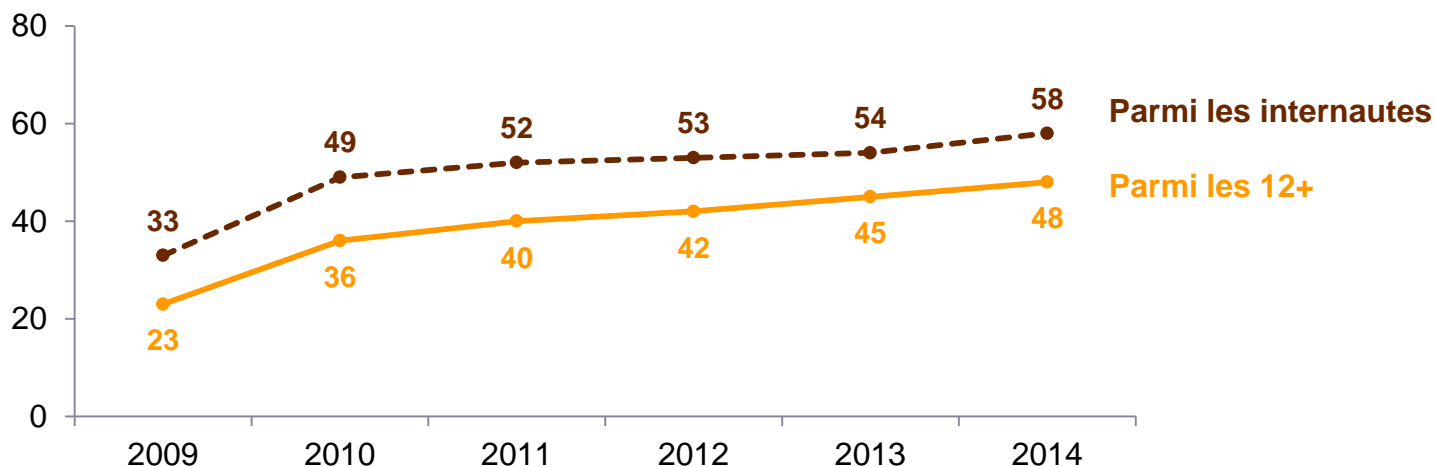
 15,1 % l'ont déjà fait sur les réseaux sociaux

 9,2 % l'ont déjà fait sur un site dédié au cinéma

Les réseaux sociaux et la télévision

Près de 60 % des internautes sont membres d'un réseau social...

Proportions d'individus ayant participé à des réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois (Facebook, MySpace, LinkedIn, etc.)



... mais les pratiques sociales sont minoritaires :

- 17 % ont déjà écrit des commentaires au sujet du programme TV regardé et 32 % des 15-24 ans

12 ans et plus

15 ans et plus

Source :
CREDOC,
Médiamétrie
Screen 360

La télévision sociale

- Election de Miss France 2015 le 6 décembre 2014 : 2,4 % des téléspectateurs de l'émission ont tweeté



Les plus fortes audiences sociales en 2013

1	NRJ Music Awards 2014	TF1 - Sam 14 décembre	2 801 893 tweets
2	NRJ Music Awards 2013	TF1 - Sam 26 janvier	1 447 288 tweets
3	Election de Miss France 2014	TF1 - Sam 7 décembre	1 220 195 tweets
4	Football: Barrages de la Coupe du Monde 2014 - France/Ukraine	TF1 - Mardi 19 novembre	1 113 968 tweets
5	Secret Story 7 : premier prime-time	TF1 - Vend 7 juin	866 141 tweets
6	Secret Story 7 : la finale	TF1 - Vend 13 septembre	578 655 tweets
7	Football : 9ème journée de Ligue 1 2013/2014 - OM/PSG	Canal+ - Dim 6 octobre	478 839 tweets
8	The Voice 2 : la plus belle voix, la finale	TF1 - Sam 18 mai	450 171 tweets
9	The Voice 2 : la plus belle voix, premier prime	TF1 - Sam 2 février	441 051 tweets
10	Secret Story 7	TF1 - Vend 6 septembre	440 333 tweets

Source :
Médiamétrie,
Mesagraph,
Seevibes

La consommation TV

Audience cumulée
part de l'ensemble
des 15+ touchée
quotidiennement

DET
Durée d'écoute
quotidienne par
téléspectateur

Source :
Médiamétrie
Global TV
Juin 2014
15 ans et plus

79,8%

des 15+ regardent quotidiennement la TV
**en direct ou en différé (enregistré) sur un
téléviseur**

Pour une durée moyenne de **4h42**



6,1%

des 15+ regardent quotidiennement la TV **sur un
autre écran ou en rattrapage sur un téléviseur**

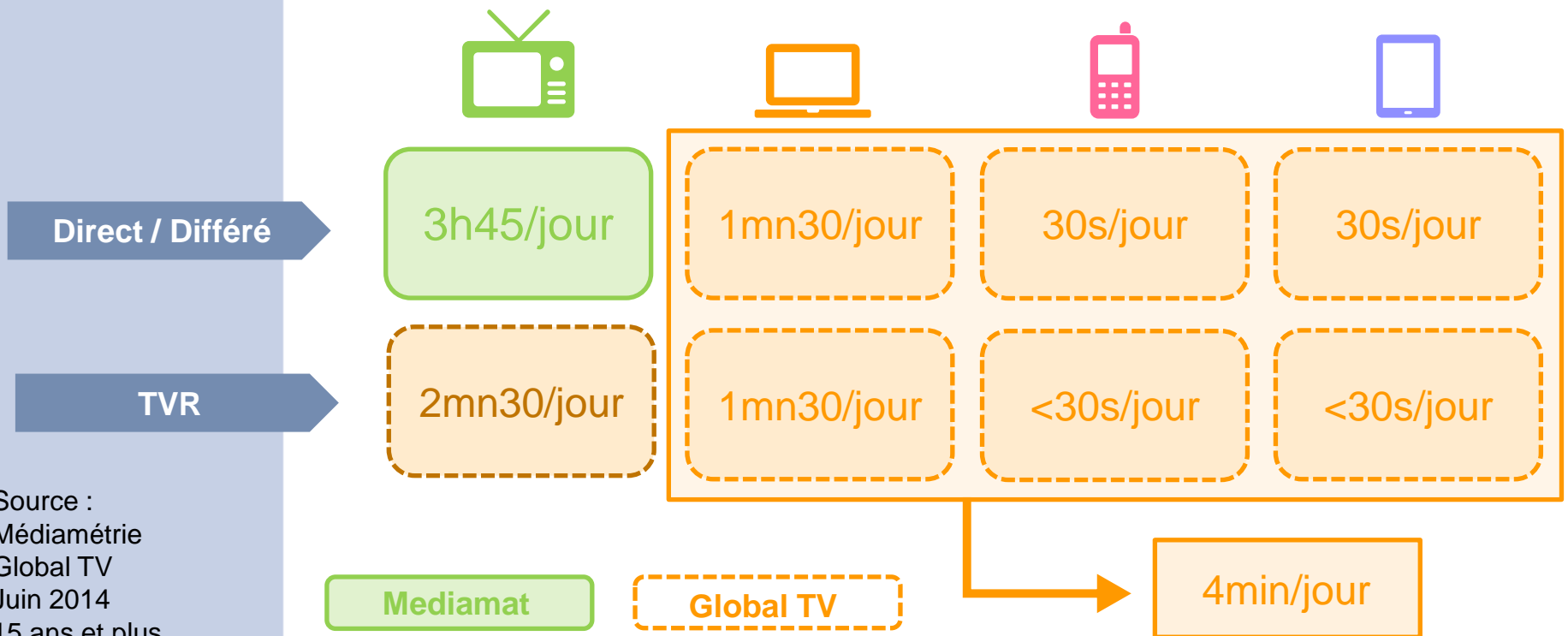
Pour une durée moyenne de **1h47**



La consommation TV sur quel écran ?

- La télévision sur les autres écrans : 4 minutes par jour
- La TV de rattrapage : 4 minutes par jour

Durées quotidiennes d'écoute par individu (DEI)

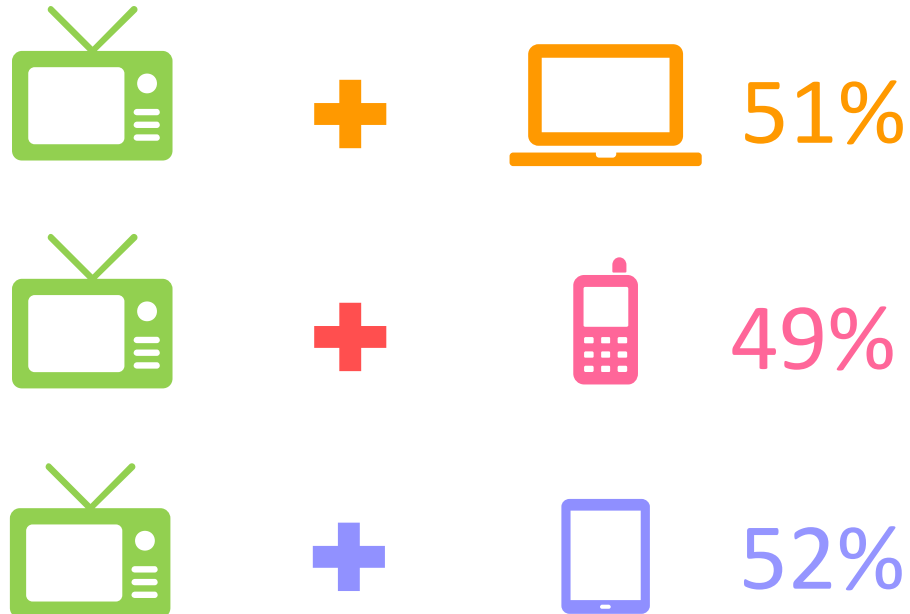


Source :
Médiamétrie
Global TV
Juin 2014
15 ans et plus

L'utilisation des écrans en simultané

- Près de 80 % des internautes ont déjà utilisé un autre écran en même temps que la télévision et 65 % le font au moins une fois par semaine

L'utilisation simultanée du second écran au moins une fois par semaine
(% utilisateurs de chaque écran)



52 % des utilisateurs de tablette la regardent simultanément au poste de TV au moins une fois par semaine

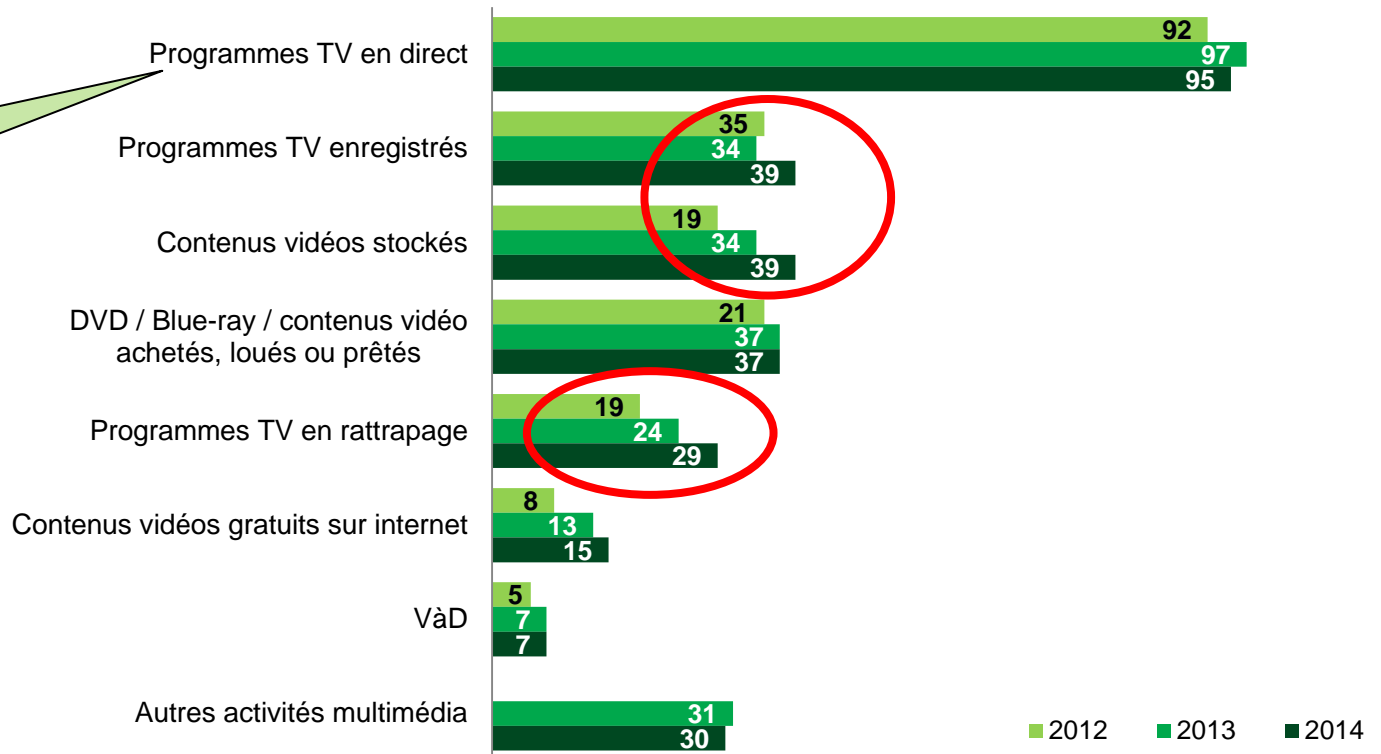


Quels usages vidéos sur le téléviseur ?

**La TV :
un usage
collectif**

- Développement du visionnage de programmes enregistrés, de contenus vidéos stockés et de la télévision de rattrapage

Activités vidéos réalisées au moins une fois par mois sur le téléviseur
(% des internautes utilisateurs)



71 % les regardent à plusieurs

Source : Médiamétrie
Screen 360
15 ans et plus

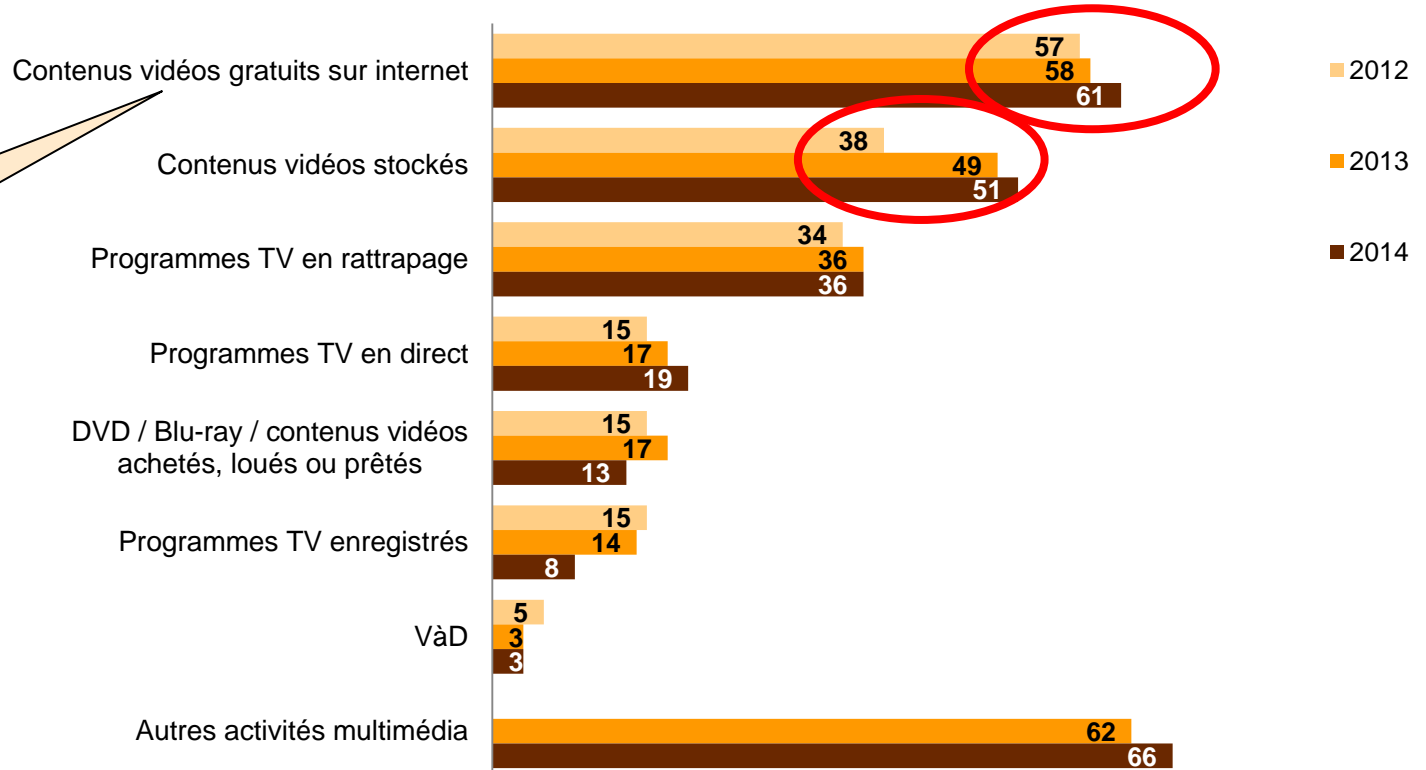
Quels usages vidéos sur l'ordinateur ?



**L'ordinateur :
un usage
individuel**

- L'ordinateur portable est plus souvent utilisé que l'ordinateur fixe pour des usages vidéos

Activités vidéos réalisées au moins une fois par mois
sur l'ordinateur fixe ou portable (% des internautes utilisateurs)



**85 % les
regardent
seul**

Source : Médiamétrie
Screen 360
15 ans et plus



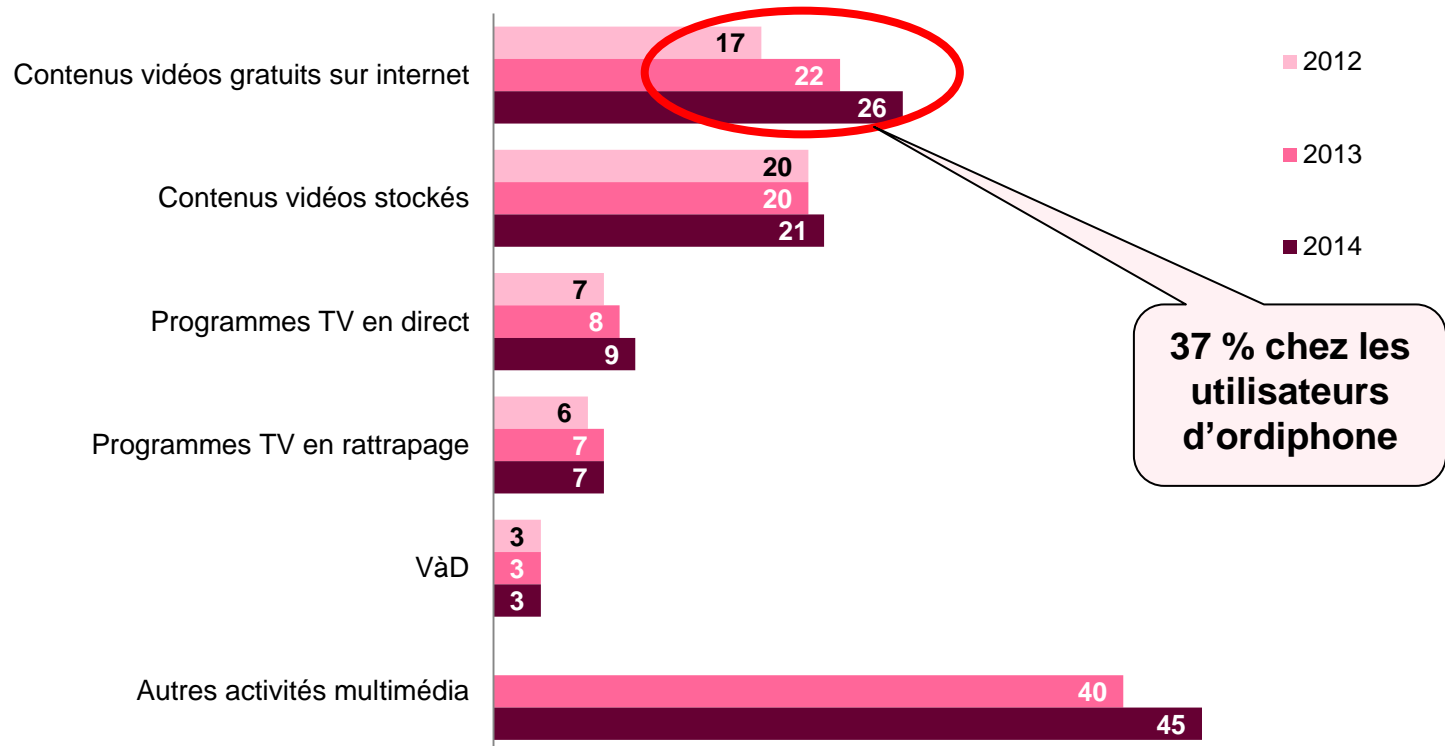
Quels usages vidéos sur le mobile ?

**Le mobile :
un usage
individuel**

- 26 % des internautes utilisateurs visionnent des contenus vidéos gratuits sur internet avec leur mobile.
- Une pratique répandue chez 47 % des jeunes (15-24 ans)

**Un usage
souvent en
mobilité**

Activités vidéos réalisées au moins une fois par mois sur le téléphone mobile (% des internautes utilisateurs)



Source : Médiamétrie
Screen 360
15 ans et plus

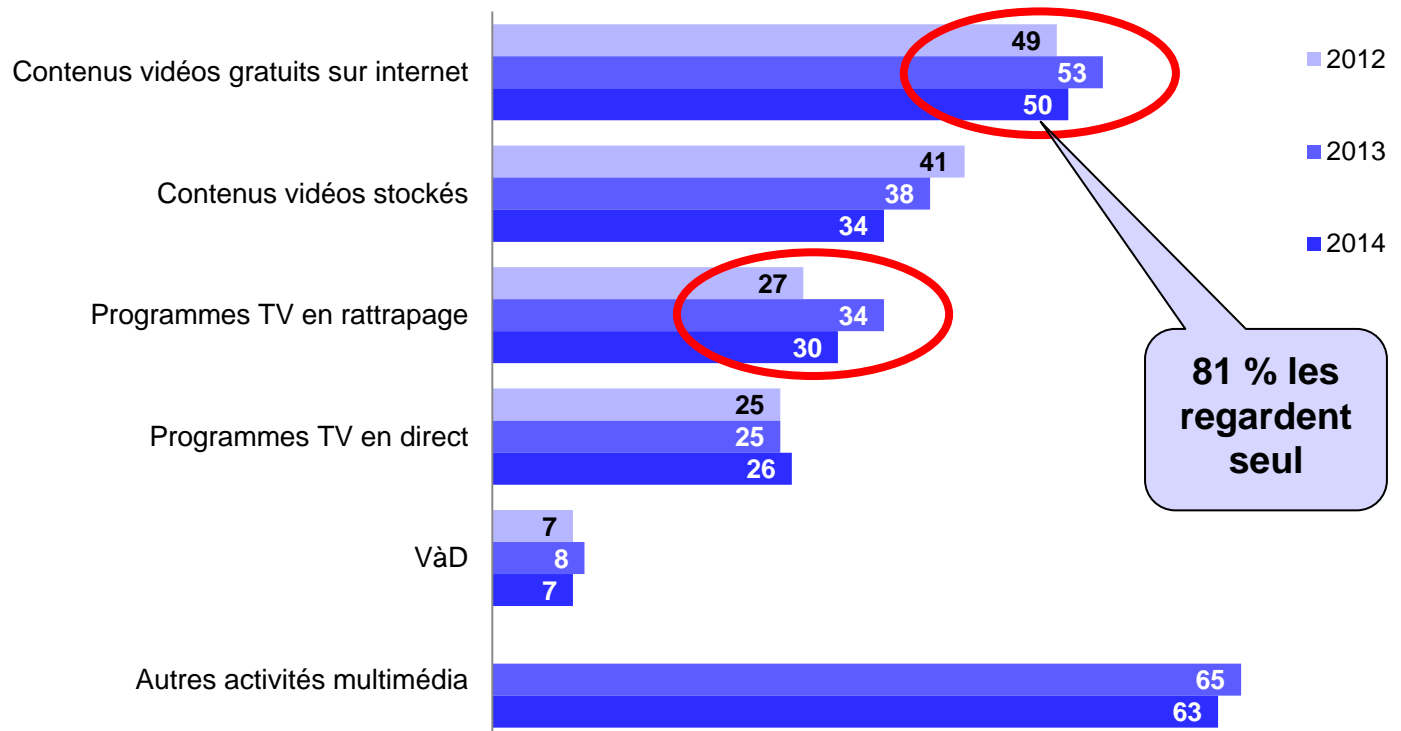


Quels usages vidéos sur tablette ?

**La tablette :
un usage
individuel**

- Fort développement des usages vidéos sur tablette
- La moitié des utilisateurs de tablette regardent des vidéos gratuites sur internet

Activités vidéos réalisées au moins une fois par mois
sur tablette (% des internautes utilisateurs)



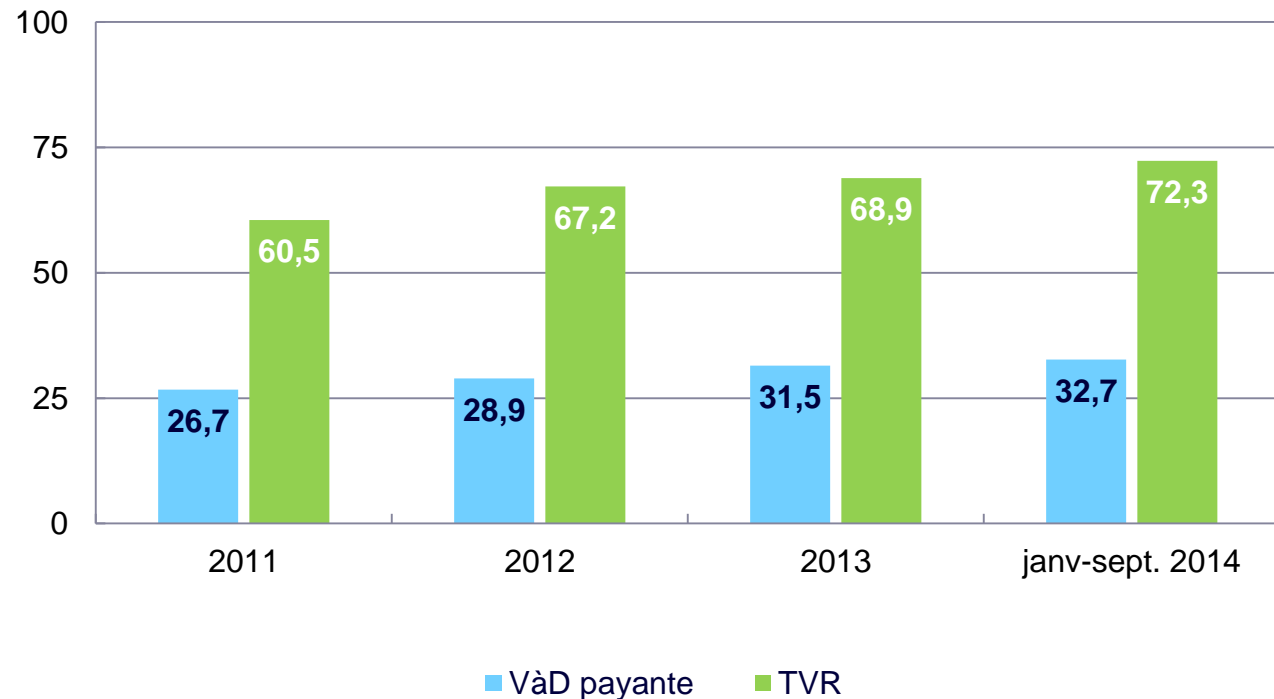
**Un usage
souvent en
mobilité**

Source : Médiamétrie
Screen 360
15 ans et plus

Pénétration comparée VàD / TVR

- Une pratique plus répandue de la télévision de rattrapage
- 72,3 % des internautes sont des utilisateurs de la TVR
- 32,7 % sont des utilisateurs de VàD payante

Evolution du taux de pénétration de la TVR et de la VàD payante (% des internautes)



Source : CNC - Harris Interactive

Base : utilisateurs 12 DM

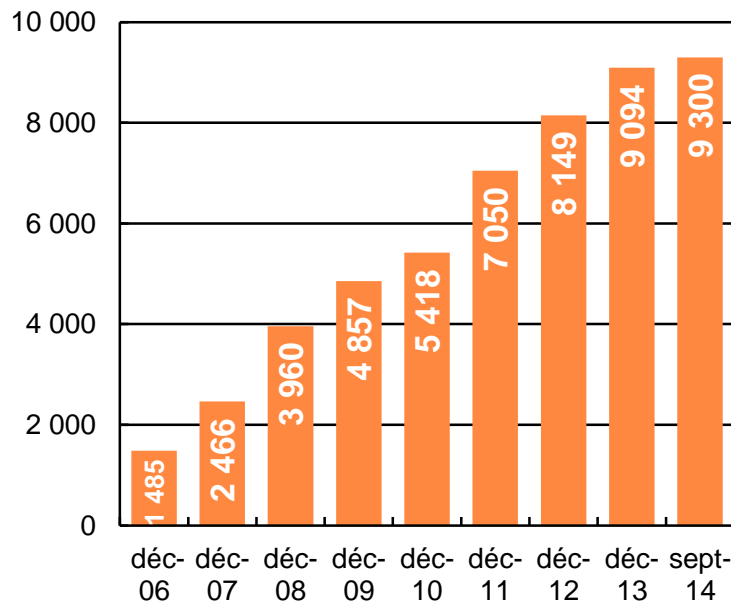
La vidéo à la demande

OFFRE

Sur janvier-septembre 2014 :

- **56 112 programmes actifs** (+ 10,1 % par rapport à janvier-septembre 2013)
- **12 160 films actifs** (+ 9,5 % par rapport à janvier-septembre 2013)

Offre de films actifs disponibles

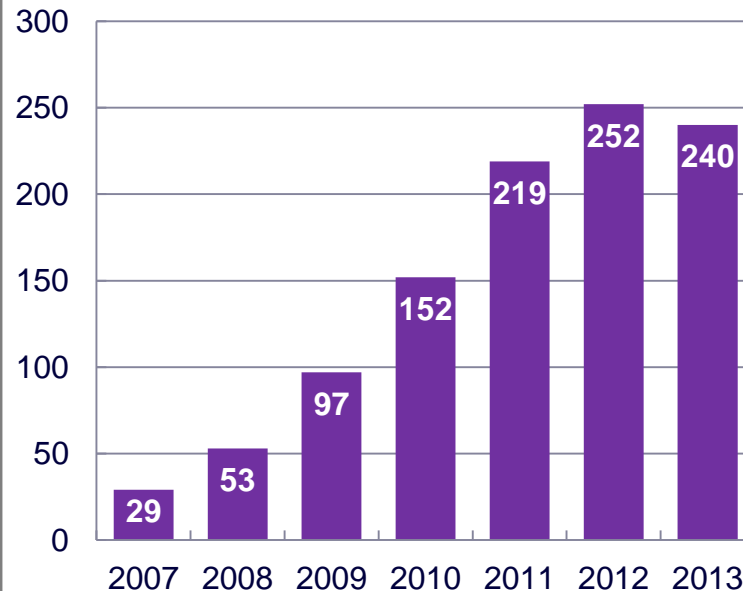


CONSOMMATION

Sur janvier-septembre 2014 (Panel GfK) :

- **182,06 M€** de chiffre d'affaires
+ **6,1 %** par rapport à janvier-sept. 2013
- Location : 71,5 %, Vente : 16,0 %, V_àDA : 12,5 %

Evolution du CA de la V_àD (M€)



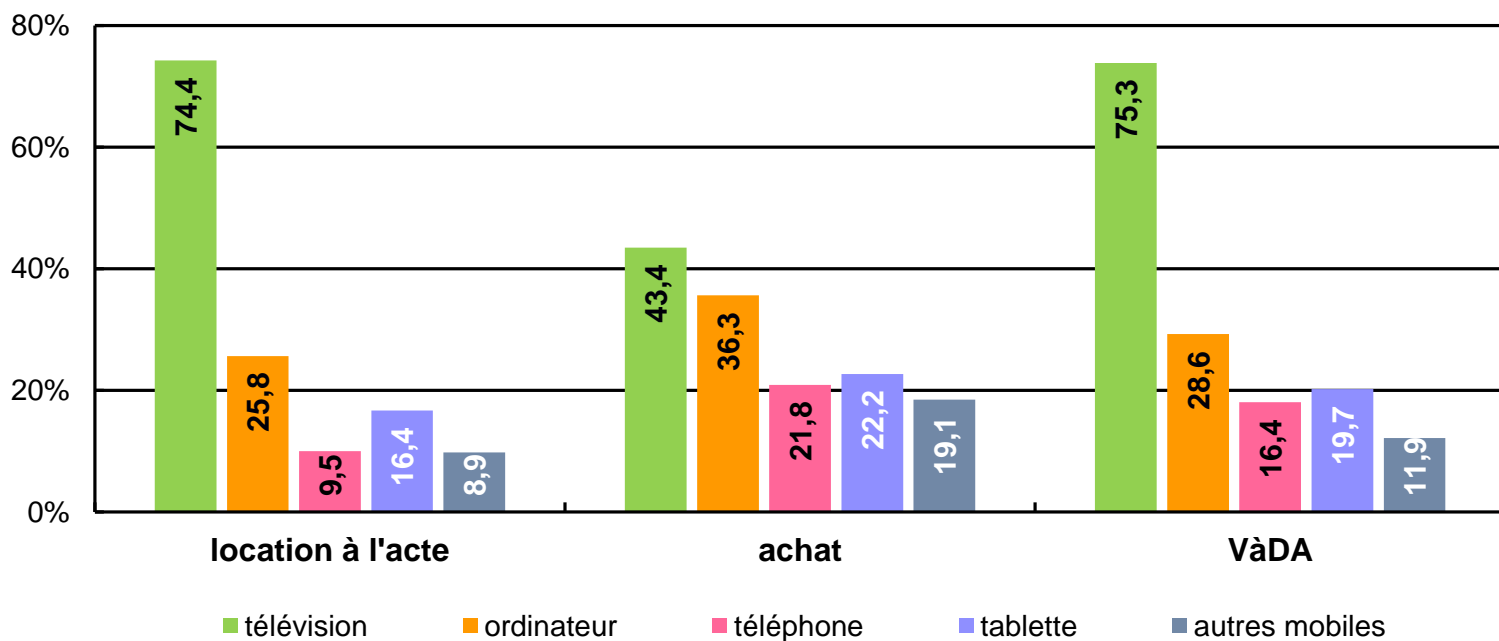
Films : œuvres cinémas avec visa et films en direct vidéo

Source : GfK Consumer Choices – NPA Conseil

La VàD sur quel écran ?

- La télévision, écran privilégié pour la VàD à l'acte et la VàDA
- L'achat moins souvent visionné sur l'écran de télévision
- La tablette est aujourd'hui le 3^{ème} écran pour la consommation de la VàD et souvent pour visionner des fichiers achetés

Modes et supports de consommation de la VàD / janvier-sept. 2014 (%)

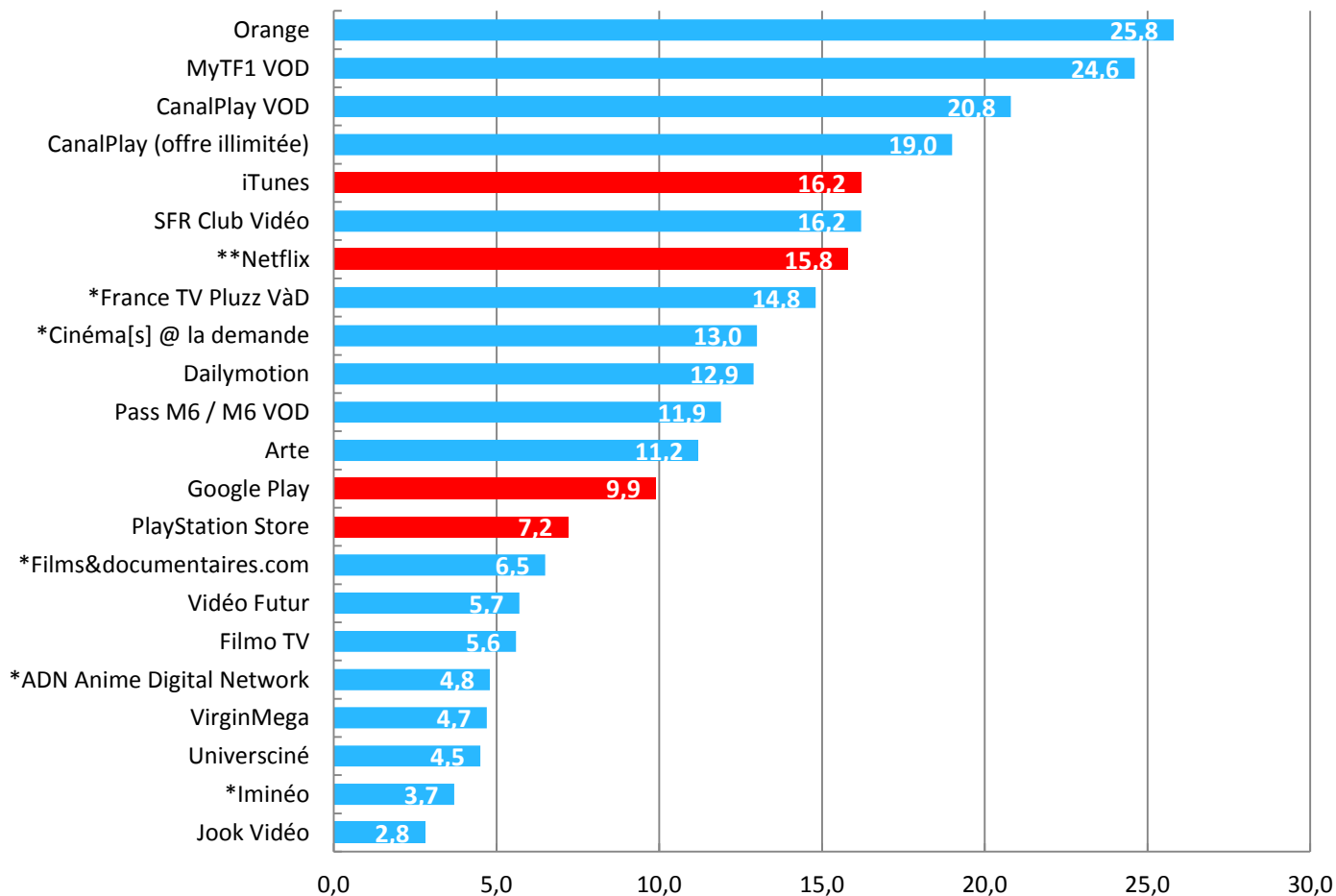


Base : utilisateurs
VàD 30 derniers jours

Source : CNC - Harris
Interactive

Classement des plateformes de VàD

Taux d'utilisateurs au cours des 30 derniers jours (%) - janvier-oct. 2014



* plateformes comptabilisées à partir du mois d'août : août-octobre 2014

** plateforme apparue en cours d'année : sept-octobre 2014

Plateformes étrangères

Base : utilisateurs VàD 30 derniers jours

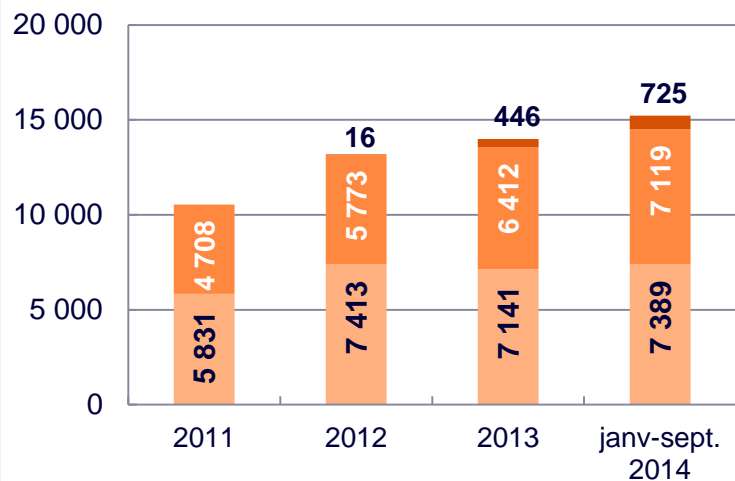
Source : CNC - Harris Interactive

La télévision de rattrapage

OFFRE

- Sur janvier-septembre 2014, l'offre totale de TVR sur internet s'élève à **15 234 heures par mois** en moyenne.
- En mai 2014, 90 % des programmes diffusés entre 17h et minuit sur les chaînes nationales historiques sont disponibles en TVR sur internet, 45 % sur les chaînes TNT, 27 % sur les chaînes TNT HD

Offre de TVR sur internet (heures/mois)

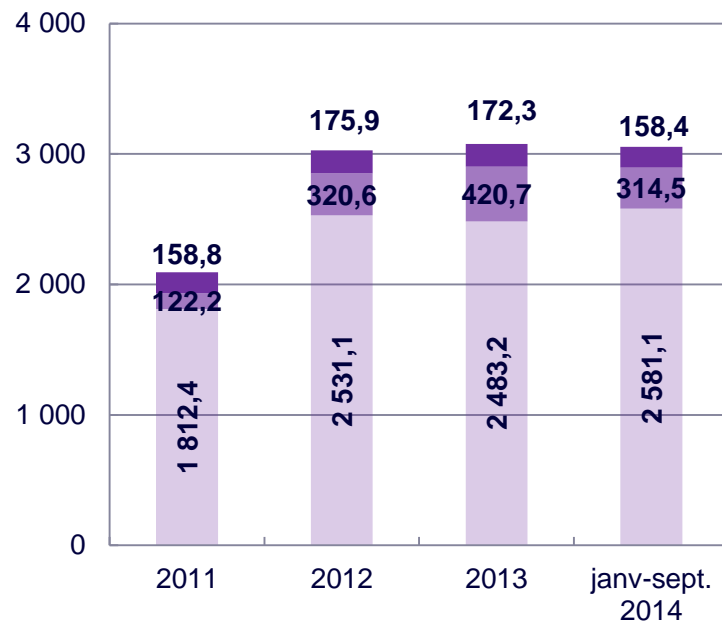


■ chaînes historiques ■ chaînes TNT ■ chaînes TNT HD

CONSOMMATION

- Sur janvier-septembre 2014, la consommation de TVR s'établit à **2,6 milliards de vidéos vues** (TV, Internet, mobile, tablette)

Consommation de télévision en ligne (millions de vidéos vues)

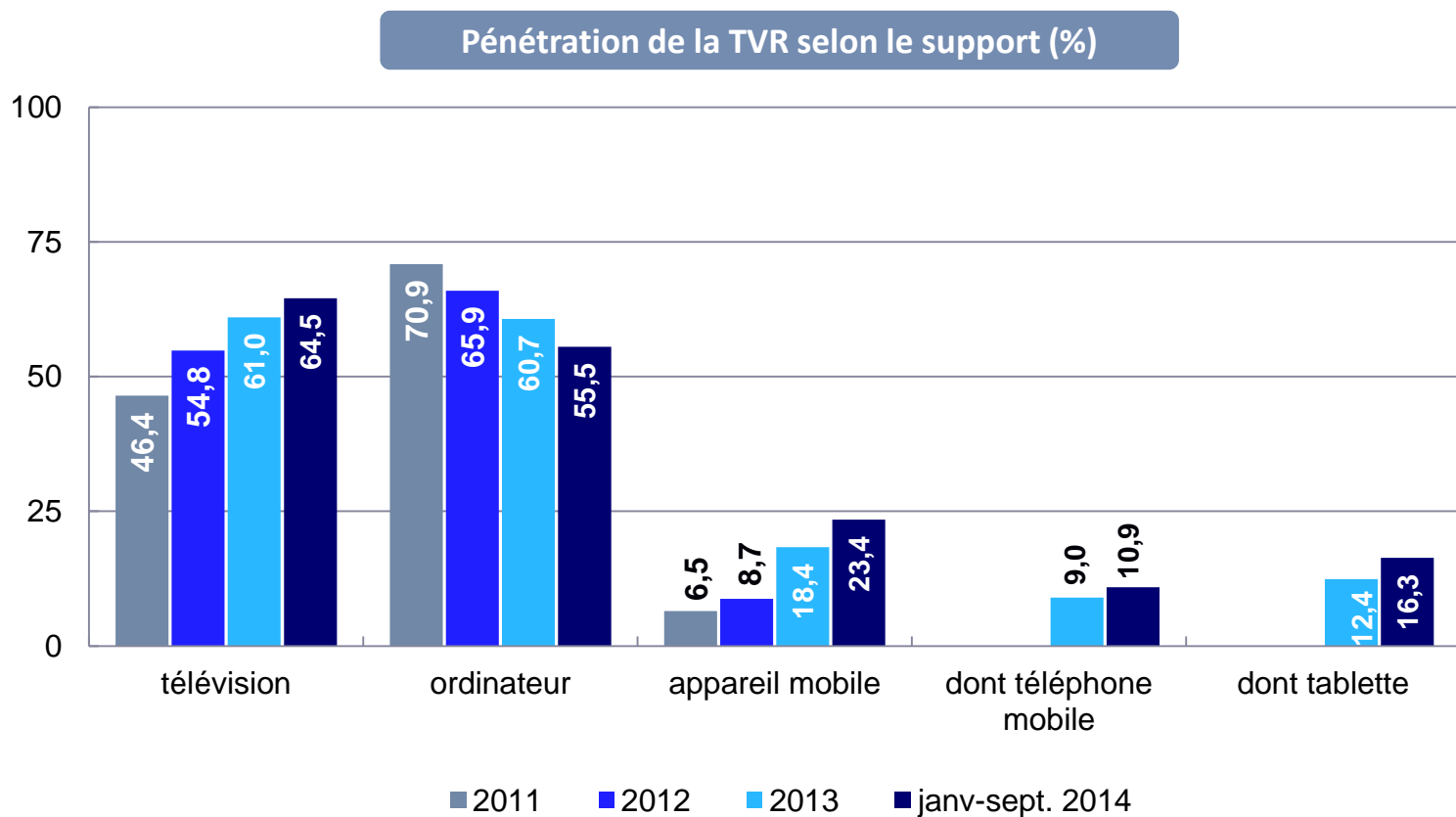


■ TV de rattrapage ■ flux direct ■ bonus

Source : CNC,
www.tv-replay.fr,
NPA-GfK-régies

La TV de rattrapage sur quel écran ?

- Sur janvier-septembre 2014 :
 - 64,5 % des utilisateurs regardent la TVR sur un écran TV,
 - 55,5 % sur un ordinateur,
 - 23,4 % sur un appareil mobile dont 16,3 % sur une tablette et 10,9 % sur un téléphone mobile

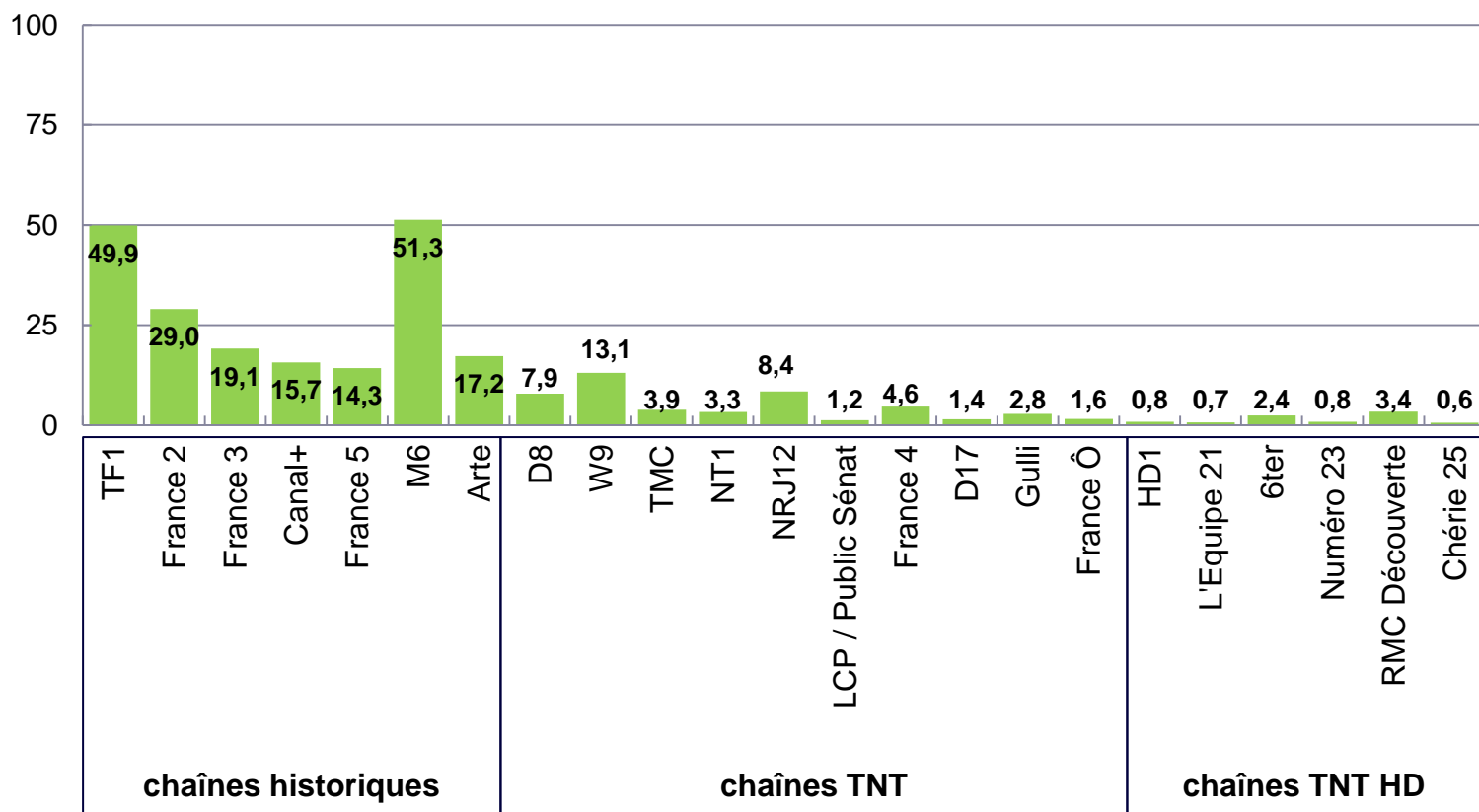


Source :
CNC - Harris Interactive
(internaute
utilisateurs 30 DJ)

Les plateformes de TV de rattrapage

- Sur janvier-septembre 2014, les chaînes les plus regardées en TVR sont M6 (51,3 % du public), TF1 (49,9 %) et France 2 (29,0 %).

Pénétration de la TVR par chaîne - janvier-septembre 2014 (%)



Source :
CNC - Harris Interactive
(internauts
utilisateurs 30 DJ)

Le 16 décembre 2014

Merci

