

Baromètre de la télévision de rattrapage (TVR)

offre - consommation - public
mars 2018

Plus de 23 000 heures de programmes disponibles en mars 2018 (-2,8 % sur un an)

En mars 2018, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet est constituée de 23 015 heures de programmes. Elle est stable par rapport à février 2018 et en baisse de 2,8 % sur un an (-9,0 % pour les chaînes historiques et +1,6 % pour les chaînes TNT/TNT HD). Les chaînes historiques composent 39,3 % de l'offre en février. Sur un mois, l'offre est stable (+0,7 %) à 19 564 heures pour les programmes de flux et en baisse de 4,5 % à 3 450 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 15,0 % de l'offre de TVR en mars. Les principales offres sont proposées par TF1, M6 et France Ô pour la fiction, par France 4, Gulli et France 3 pour l'animation et par RMC Découverte, Arte et Public Sénat pour le documentaire. En mars, la fiction française compose 36,2 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 28,4 % pour la fiction américaine, 12,6 % pour la fiction européenne non française et 22,8 % pour la fiction d'autres nationalités. 13,1 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (3 004 heures). 81,4 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (18 731 heures).

609,4 millions de vidéos visionnées (+3,8 % sur un an)

En mars 2018, 609,4 millions de vidéos sont visionnées sur les services de télévision de rattrapage du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 19,7 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation diminue de 3,0 % par rapport à février 2018 et progresse de 3,8 % sur un an. La consommation de télévision en ligne, qui inclut la TVR ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 795,7 millions de vidéos vues en mars 2018 (+3,3 % sur un mois et +13,7 % sur un an). Les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 46,3 % des vidéos visionnées. Les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par *La Villa des cœurs brisés* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *Les César 2018* pour le groupe Canal +, *Les Marseillais Australia* pour le groupe M6, et *Foot 2 rue extrême* pour le groupe Lagardère Active.

75,6 % des internautes utilisent les services de TVR (-4,4 points en un mois)

75,6 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en mars 2018 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois (-4,4 points par rapport à février 2018). La pénétration de la TVR s'élève à 80,1 % chez les femmes, à 84,4 % chez les 25-34 ans et 83,6 % chez les CSP+. 56,2 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine et 12,1 % du public regarde des programmes en TVR tous les jours. Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 75,6 % des internautes en mars 2018 (+2,0 points par rapport à février 2018). 71,8 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un téléviseur, 38,5 % sur un ordinateur, 21,1 % sur un appareil mobile dont 12,4 % sur un téléphone et 12,6 % sur une tablette. 85,6 % du public regarde en TVR des programmes des chaînes historiques, 29,8 % des programmes des chaînes TNT et 15,9 % des programmes des chaînes TNT HD. TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR (56,7 % du public) devant M6 (39,4 %) et France 2 (28,8 %). La première place est occupée par W9 (12,0 %) devant C8 (8,2 %) parmi les chaînes de la TNT.

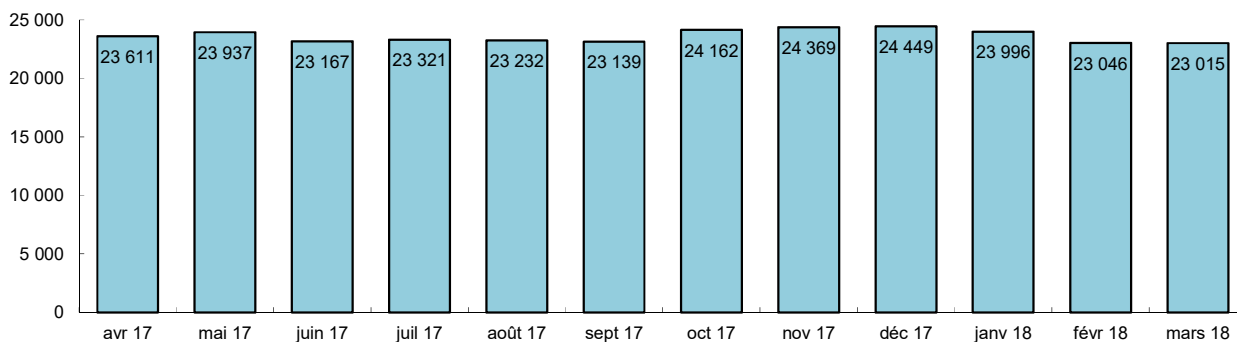
L'offre de TVR

Offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos				nombre d'heures			
	janv 18	févr 18	mars 18	moy 2018 ¹	janv 18	févr 18	mars 18	moy 2018 ¹
0 à 7 jours	7 280	6 591	6 819	6 897	3 508	2 916	3 004	3 143
8 à 14 jours	687	648	640	658	421	378	323	374
15 à 30 jours	2 870	2 691	2 729	2 763	1 113	1 012	957	1 027
plus 30 jours	102 138	101 734	102 036	101 969	18 953	18 739	18 731	18 808
total	112 975	111 664	112 224	112 288	23 996	23 046	23 015	23 352

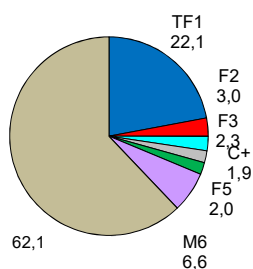
¹ Moyenne mensuelle depuis le début de l'année.

Offre de télévision de rattrapage (heures)

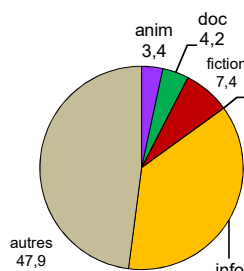


Répartition de l'offre de TVR en volume horaire - mars 2018

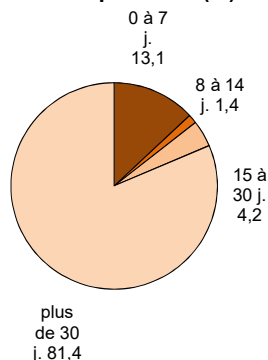
selon la chaîne (%)



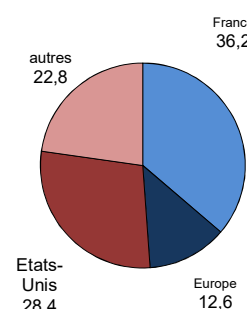
selon le genre (%)



selon la disponibilité (%)

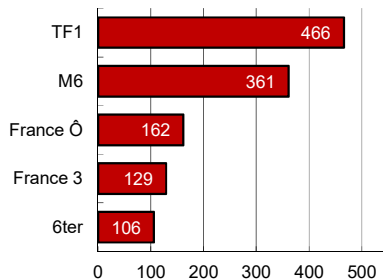


nationalité de la fiction (%)

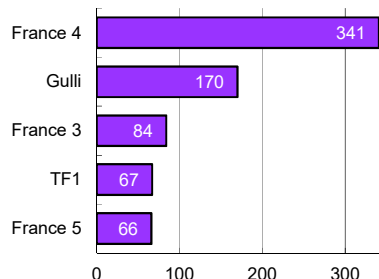


Principales offres de TVR par genre (heures) - mars 2018

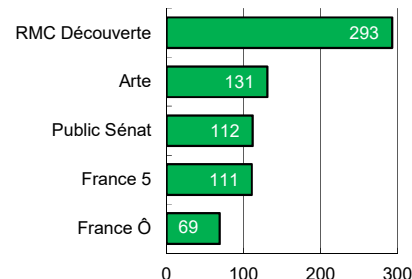
fiction



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 (23 chaînes) disponible en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire.

Source : www.tv-replay.fr

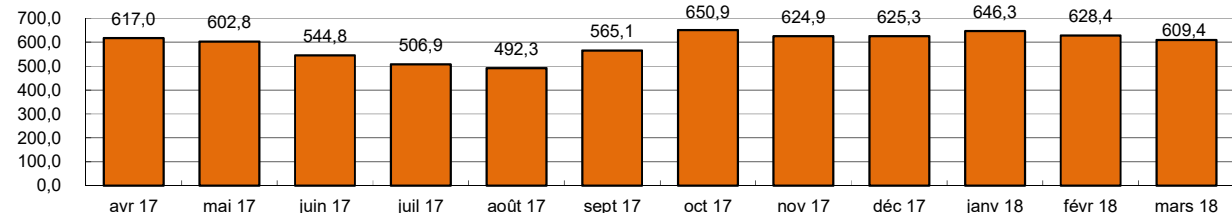
La consommation de TVR

Consommation de télévision en ligne¹ (millions de vidéos vues)

	avr 17	mai 17	juin 17	juil 17	août 17	sept 17	oct 17	nov 17	déc 17	janv 18	févr 18	mars 18	cumul 2018
rattrapage	617,0	602,8	544,8	506,9	492,3	565,1	650,9	624,9	625,3	646,3	628,4	609,4	1 884,1
flux direct	48,9	58,1	47,9	38,0	32,4	40,8	50,9	53,6	52,8	61,3	75,0	120,7	257,0
bonus	55,8	66,6	62,4	56,5	53,9	69,7	75,9	78,0	66,5	56,8	66,7	65,6	189,0
total	721,7	727,5	655,2	601,5	578,6	675,6	777,7	756,5	744,5	764,4	770,1	795,7	2 330,2

¹ Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1, en octobre 2012 avec C8 et CStar et en janvier 2014 avec Gulli, HD1 et 6ter.

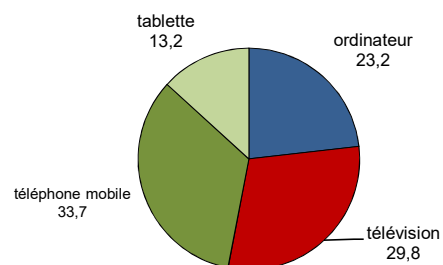
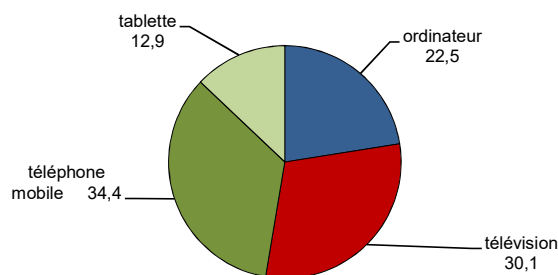
Consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



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

mars 2018

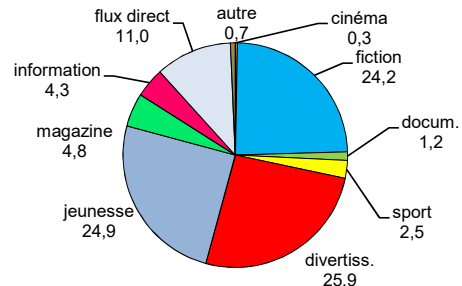
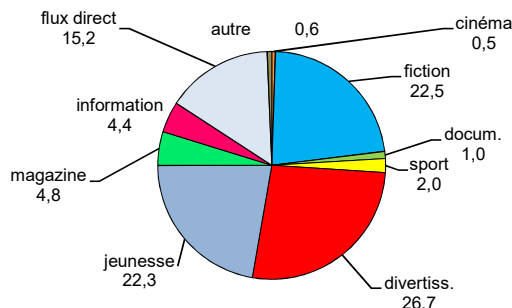
cumul 2018



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

mars 2018

cumul 2018



Classement des programmes les plus consommés - mars 2018

Palmarès par groupe	Groupe TF1			Groupe France Télévisions			Groupe Canal+		
	1	La villa des cœurs brisés		1	Plus belle la vie		1	César 2018	
	2	Demain nous appartient		2	Peppa Pig		2	Touche pas à mon poste	
	3	The Voice		3	Les Pyjamasques		3	News	
	4	Clem		4	Masha et Michka		4	Football	
	5	Les feux de l'amour		5	Les choix de l'amour		5	Autres sports	
	Groupe M6			Groupe Lagardère Active					
	1	Les Marseillais Australia		1	Foot 2 rue extrême				
	2	Top chef		2	Les Thunderman				
3	Les reines du shopping		3	Beyblade Burst					
4	Hawaii 5-0		4	Power Rangers super...					
5	Le meilleur pâtissier		5	Oggy et les cafards					

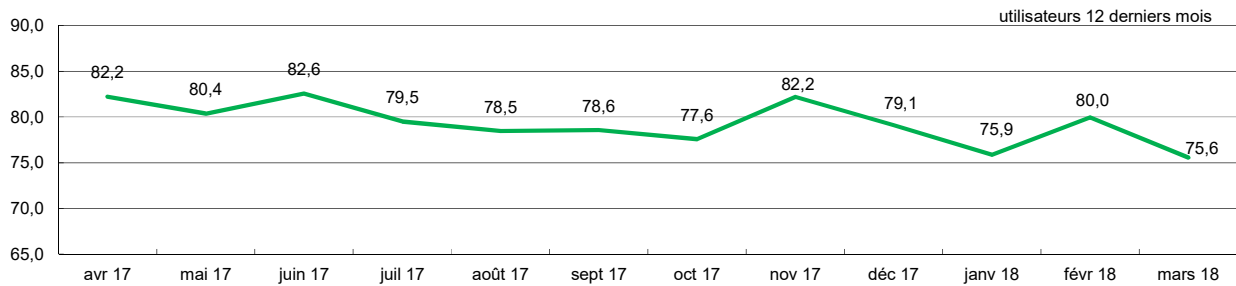
Méthodologie

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 Lagardère Publicité, à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Nedstats, Comscore, Omniture, Flurry Analytics, A&T Internet 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, C8, CStar ; à partir de janvier 2014, Gulli, HD1, 6ter ; à partir de janvier 2016, Piwi+, Télétoon+.

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

Le public de la TVR

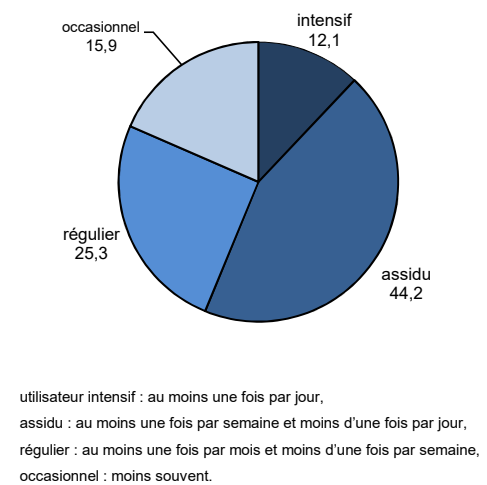
Pénétration de la télévision de rattrapage (%)



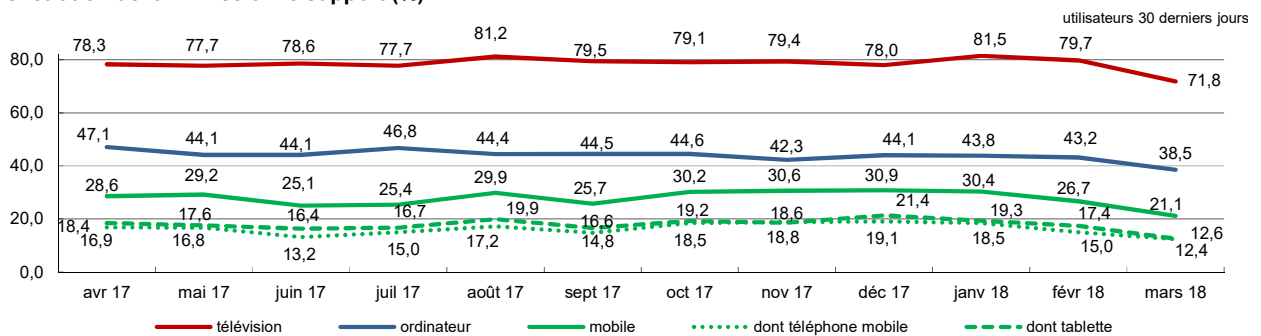
Public de la TVR (%)

	pénétration		structure du public	
	mars-18	cumul 2018	mars-18	cumul 2018
sexe				
homme	70,8	73,7	45,4	46,3
femme	80,1	80,4	54,6	53,7
âge				
15-24 ans	73,0	78,4	14,9	15,7
25-34 ans	84,4	85,6	17,8	17,6
35-49 ans	76,3	76,8	26,7	26,3
50 ans et plus	72,5	73,8	40,6	40,4
CSP				
CSP+	83,6	83,2	32,7	31,9
CSP-	71,3	73,0	28,0	28,0
inactifs	72,8	75,7	39,3	40,1
dont étudiants	73,3	80,8	9,8	10,6
habitat				
Paris RP	78,6	80,1	18,6	18,6
régions	74,9	76,5	81,4	81,4
ensemble	75,6	77,1	100,0	100,0

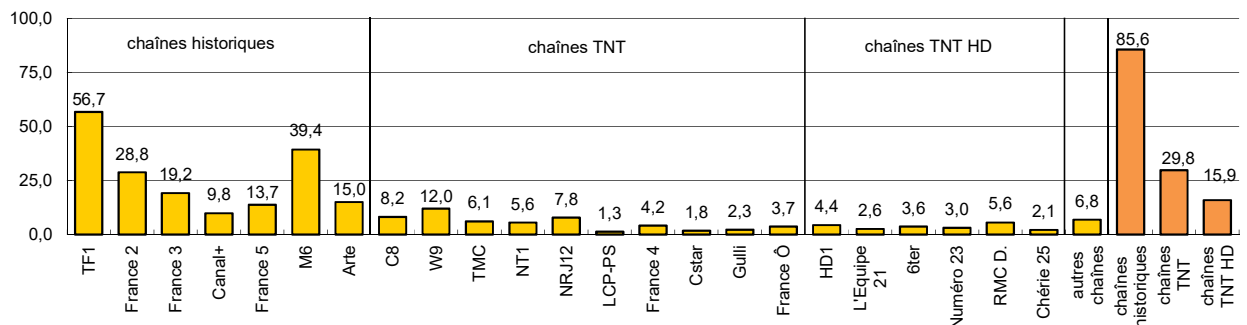
Habitudes du public de la TVR - mars 2018 (%)



Pénétration de la TVR selon le support (%)



Pénétration de la TVR selon la chaîne (%) - mars 2018



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 Vertigo auprès de 1 000 internautes âgés de 15 ans et plus par mois.

Source : Vertigo.