

## Six minutes d'écoute par jour de plus en 2010 Selon Médiamétrie, la télévision bat des records

**3** h10 par jour : c'est la moyenne mondiale de durée d'écoute par individu (DEI) de la télévision en 2010, soit six minutes par jour de plus. Ce record a été présenté le 24 mars 2011 par l'étude « *Une année de télévision dans le monde* », réalisée par Eurodata TV Worldwide, département de Médiamétrie <sup>(1)</sup>. Le communiqué de presse de l'institut, intitulé : « *Émancipation des contenus, mutation des comportements, nouvelles temporalités : la télévision bat de nouveaux records* », analyse ces données. Il évoque les événements sportifs internationaux, la montée du divertissement, des fictions locales et régionales, ainsi que la multiplication des écrans et modes de visionnage des programmes télévisés.



En février 2010, ce sont les Jeux olympiques, à Vancouver, qui dopent la consommation de télévision : 36 minutes de DEI de plus qu'en 2009 au Canada, et 22 minutes au Danemark. En juillet, c'est la Coupe du monde de football en Afrique du Sud qui augmente de 14 minutes cette DEI en Espagne par rapport à 2009.

Le sport reste donc fédérateur de téléspectateurs, mais l'étude remarque également le succès du divertissement, qui représente en moyenne « 40 % des dix meilleures audiences sur un ensemble de soixante-dix territoires, contre 39 % pour la fiction ». Médiamétrie observe que les diffuseurs s'appuient de plus en plus sur la programmation d'émissions internationales auxquelles participent des candidats nationaux, telles que *Got Talent* (Incroyable Talent), *X-Factor*, *Strictly Come Dancing* (Danse avec les Stars)... Ces « valeurs sûres » sont entrées dans le palmarès des meilleures audiences d'une dizaine de pays.

L'étude prend en compte l'influence de la multiplication des écrans, particulièrement chez les jeunes de 15 à 24 ans, dont la DEI quotidienne continue de progresser par rapport à 2009 : quatorze minutes supplémentaires au Royaume-Uni, six minutes en Allemagne, trois minutes en France. Selon une étude réalisée par Global TV <sup>(2)</sup>, les jeunes adeptes de nouvelles pratiques dites ATAWAD <sup>(3)</sup> sont ceux qui regardent le plus la télévision en différé et sur d'autres écrans, soit « en dehors des modes classiques au domicile, en direct sur le téléviseur ». Des pratiques qui se développent et qui, d'après l'étude

d'Eurodata TV Worldwide, poussent les producteurs et diffuseurs à « développer différents univers narratifs, prolongeant l'expérience TV sur le Web et vice-versa ». Ils permettent alors à des programmes mis en ligne, et largement visionnés par ces consommateurs, d'augmenter parallèlement leur audience à la télévision.

### 3 h 32 par jour en moyenne en France

Ces nouveaux modes de consommation n'étaient pas tous pris en compte dans chaque pays en 2010 : ce n'est que depuis le 3 janvier 2011 que le différé sur le poste de télévision est intégré à la mesure de référence de la télévision en France par exemple. Or, dans son communiqué de presse « *L'année TV, Record battu !* » paru le 24 février 2011, Médiamétrie annonce déjà qu'on regarde en moyenne 3 minutes et 36 secondes la télévision via ce mode de visionnage. Quant à la télévision de rattrapage, elle occuperait plus de 11 millions de Français entre 3 et 4 minutes par jour en moyenne, depuis l'ordinateur.

Entre 2009 et 2010, la DEI en France a augmenté de sept minutes, pour arriver à 3 h 32. L'Europe est passée quant à elle de 3 h 42 à 3 h 48 de DEI. Des durées d'écoute supérieures à la moyenne mondiale, diminuées par une DEI de 2 h 34 dans la zone Asie-Pacifique. Et encore très loin de l'Amérique du Nord qui, certes, a augmenté de façon moindre sa consommation (+ 4 minutes en 2010), mais dont les citoyens visionnent en moyenne 4 h 39 de télévision par jour ! La télévision se porte bien, partout, et sur tous les supports.

<sup>(1)</sup> – Leader des études médias (télévision, radio, internet, cinéma, téléphone mobile...), l'institut Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché, en France et à l'international.

<sup>(2)</sup> – « 15-24 ans : la TV tout le temps, partout et sur tous les supports », étude réalisée par Global TV (autre département de Médiamétrie), parue le 10 mars 2011.

<sup>(3)</sup> – « anytime, anywhere, any device » : tout le temps, partout et sur tous les supports. Cela comprend les visionnages de programmes enregistrés sur des lecteurs DVD à disque dur, la télévision de rattrapage (essentiellement regardée sur ordinateur, mais aussi sur téléphone mobile ou baladeur multimédia), les applications smartphones de chaînes TV...