

les études du CNC
mars 2013



l'économie de la télévision de rattrapage en 2012



Centre national du cinéma et de l'image animée
Direction des études, des statistiques et de la prospective
12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16
Tél : 01.44.34.38.26
Fax : 01.44.34.34.55
www.cnc.fr

Nicolas Besson, Benoît Danard

Sommaire

I.	L'offre de télévision de rattrapage.....	8
A.	Une offre de services multi-écrans.....	8
B.	59 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en TVR	11
C.	13 200 heures de programmes disponibles chaque mois	14
II.	La consommation	19
A.	2,5 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2012.....	19
B.	L'ordinateur est le premier support de consommation.....	20
C.	La fiction française réalise près de la moitié des meilleures audiences mensuelles ...	22
D.	Le développement de l'équipement audiovisuel.....	25
III.	Le public	27
A.	La pénétration de la TVR augmente de 6,7 points à 67,2 %	27
B.	Progression de l'usage de l'écran de télévision et recul de l'ordinateur.....	29
C.	Les heures de grande écoute se situent entre 18 heures et minuit	30
IV.	Le chiffre d'affaires	31

Définitions et méthodologie

La télévision de rattrapage (TVR), ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

Le CNC a mis en place, en fin d'année 2010, trois outils pour suivre le développement de la télévision de rattrapage sur le marché français. Le marché de la télévision de rattrapage est ainsi appréhendé sous trois angles : l'offre, la consommation et le public.

- L'étude de l'offre de télévision de rattrapage, réalisée par www.tv-replay.fr pour le CNC depuis octobre 2010, présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire. L'analyse de l'offre porte sur 18 chaînes jusqu'en novembre 2012 (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP Assemblée Nationale, Public Sénat, France 4, D17, Gulli et France Ô) puis 22 chaînes à partir de décembre 2012 (les quatre chaînes supplémentaires étant HD1, 6ter, RMC Découverte et Chérie 25).
- L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, est réalisée depuis janvier 2011 à la demande du CNC 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. En 2011, le baromètre était constitué par les résultats concernant 14 chaînes dont les 6 chaînes nationales historiques : Canal+, i>Télé pour le groupe Canal+ ; 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô pour le groupe France Télévisions ; M6, W9, Paris Première, Teva pour le groupe M6 ; TF1, LCI pour le groupe TF1. En 2012, l'analyse de la consommation est complétée par les résultats des chaînes TMC et NT1 à partir de janvier, de D8 et D17 à partir d'octobre. Fin 2012, le baromètre est donc constitué des résultats de 18 chaînes.
- Le public de la télévision de rattrapage et ses usages sont mesurés depuis octobre 2010 par un sondage en ligne réalisé par Harris Interactive pour le CNC auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus chaque mois.

La présente étude propose ainsi un panorama du marché de la télévision de rattrapage en France. Elle analyse l'évolution de l'offre, de la consommation et du public et aborde en conclusion la question des recettes générées par les services de télévision de rattrapage.

Le baromètre de la télévision de rattrapage est publié tous les mois sur www.cnc.fr dans la rubrique « statistiques ».

Synthèse

Pour la deuxième année consécutive, le CNC publie une étude sur l'économie de la télévision de rattrapage (TVR) en France. En 2012, le développement de l'offre de TVR se poursuit. Le nombre de services disponibles augmente sur les différents écrans. Les chaînes de télévision enrichissent également le catalogue de programmes mis à disposition du public. En parallèle, la consommation de TVR est en très forte croissance, portée notamment par la progression de l'équipement audiovisuel des ménages.

59 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sont disponibles en TVR

En novembre 2012, 59 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites (historiques et de la TNT) sont disponibles en TVR sur internet. Cette proportion progresse de 3 points en un an. Elle est stable à 84 % pour les chaînes nationales historiques alors qu'elle progresse de 5 points à 44 % pour les chaînes de la TNT. La part des programmes disponibles demeure très contrastée selon les chaînes, notamment entre les chaînes historiques et les chaînes de la TNT. Sur l'ensemble des chaînes nationales, 78 % des programmes de flux et 41 % des programmes de stock sont disponibles en TVR sur internet en novembre 2012 (respectivement 75 % et 38 % en novembre 2011).

13 200 heures de programmes disponibles en TVR par mois en 2012

En 2012, 13 200 heures de programmes diffusés sur l'ensemble de la journée sur les chaînes nationales gratuites sont disponibles chaque mois en moyenne en TVR sur internet. L'offre de TVR progresse de 25,3 % par rapport à 2011 (+27,1 % pour les chaînes historiques et +23,0 % pour les chaînes de la TNT). La répartition de l'offre selon la durée de disponibilité et le genre des programmes est relativement stable. En 2012, 31,9 % de l'offre de TVR est disponible entre 0 et 7 jours et 63,8 % des programmes sont consultables plus de 30 jours. Les programmes de stock composent 12,0 % de l'offre de TVR dont 6,1 % pour la fiction, 3,2 % pour le documentaire, 2,6 % pour l'animation et 0,2 % pour les films. En 2012, l'offre de fiction des chaînes nationales gratuites en TVR sur internet est majoritairement française (41,7 %). La part de la fiction française progresse de 6,3 points par rapport à 2011 alors que la part de la fiction américaine recule de 5,8 points à 37,1 %.

2,5 milliards de vidéos sont consommées en TVR en 2012

En 2012, 2,5 milliards de vidéos sont visionnées en TVR sur les services des chaînes du panel de l'enquête, composé de dix-huit chaînes dont les six chaînes nationales historiques, contre 1,8 milliard de vidéos pour quatorze chaînes en 2011. En 2012, 6,9 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en TVR (5,0 millions en 2011). Si l'ordinateur demeure le premier support de consommation de la 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), la part de ce support dans la consommation totale est en baisse (58,3 % en 2012, contre 71,0 % en 2011) en raison de la très forte progression de la consommation sur les autres écrans. En 2012, l'écran de télévision génère 28,5 % de la consommation totale, contre 23,3 % en 2011. L'usage des supports mobiles (téléphone mobile et tablette) se développe rapidement avec 13,2 % des vidéos vues en 2012, contre 5,6 % en 2011. En

2012, les trois genres principaux en termes de consommation sont le divertissement (31,0 % des vidéos vues), la fiction (29,5 %) et l'information (9,0 %). Les meilleures audiences de télévision en ligne sont généralement des succès de l'antenne, tels que *Secret Story* sur TF1, le *20 heures* sur France 2, *Plus belle la vie* sur France 3, *Bref* sur Canal+, *C dans l'air* sur France 5 et *Scènes de ménages* sur M6. En 2012, la fiction française réalise 45,0 % des meilleures audiences mensuelles des cinq groupes audiovisuels qui participent à l'enquête, contre 13,3 % pour la fiction étrangère.

67,2 % des internautes regardent des programmes en TVR en 2012

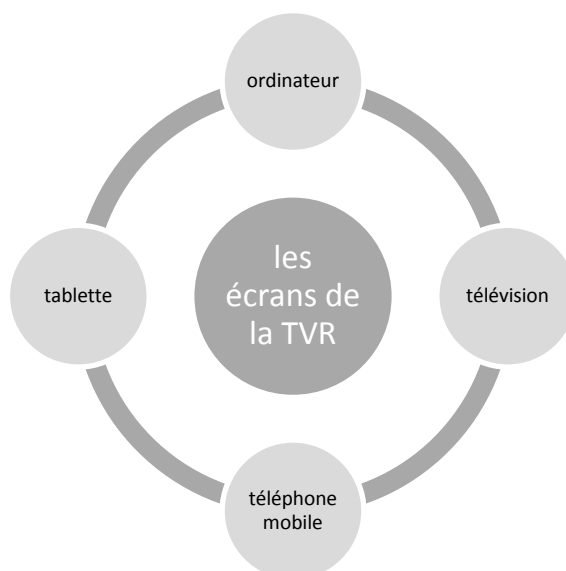
En 2012, la pénétration de la TVR progresse de 6,7 points par rapport à 2011. 67,2 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en 2012 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois, contre 60,5 % en 2011. L'usage de la TVR s'intensifie. En 2012, 41,9 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 37,5 % en 2011. La part des utilisateurs quotidiens demeure faible mais elle progresse (+1,9 point à 7,9 % en 2012). 34,0 % du public utilise les services de TVR au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour (+2,5 points par rapport à 2011), 28,5 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine (-1,2 point) et 29,6 % moins d'une fois par mois (-3,2 points). Les heures de grande écoute de la TVR se situent entre 18 heures et minuit. 49,0 % du public déclare en effet avoir regardé des programmes en TVR entre 20 heures et 22 heures, 30,2 % entre 22 heures et minuit et 23,2 % entre 18 heures et 20 heures.

I. L'offre de télévision de rattrapage

En 2012, le développement de l'offre de télévision de rattrapage se poursuit. Le nombre de services de TVR disponibles augmente sur les différents écrans : l'ordinateur, la télévision et les écrans mobiles (téléphone, tablette, etc.). En février 2013, plus de 60 services sont disponibles sur l'écran de télévision. Les chaînes de télévision enrichissent également le catalogue de programmes mis à disposition du public en TVR. En 2012, l'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet s'élève à 13 200 heures en moyenne par mois. L'offre de TVR progresse de 25,3 % par rapport à 2011.

A. Une offre de services multi-écrans

Les offres de télévision de rattrapage sont disponibles sur de multiples écrans : l'ordinateur, la télévision et les écrans mobiles (téléphone, baladeur multimédia, tablette). Toutes les chaînes nationales ont adopté une stratégie de déploiement multi-écrans de leur offre de TVR afin de toucher le public le plus large possible. Malgré cette stratégie partagée par les différents acteurs, l'offre est différente selon les supports. Sur l'ordinateur, l'offre est généralisée, l'accès s'effectuant par les sites internet édités par les chaînes et dont elles ont la maîtrise totale. Sur la télévision et sur les appareils mobiles, l'offre n'est pas homogène parce que les chaînes n'ont pas le contrôle exclusif de l'exploitation sur ces terminaux. Sur la télévision, la disponibilité des services de TVR est variable selon les opérateurs télécoms, pour qui ces services sont un coût et un élément différenciant de leur offre. Sur les appareils mobiles, l'absence de normalisation technologique et la multiplicité des terminaux sur le marché sont également un obstacle.



Une offre généralisée sur ordinateur

Les premiers services de télévision de rattrapage sur internet ont été lancés en 2007. Ils se sont progressivement multipliés. En 2012, l'ensemble des chaînes nationales gratuites, y compris les chaînes de la TNT HD, disposent d'un site internet mettant à disposition du public leurs programmes en télévision de rattrapage. Les chaînes de la TNT HD (HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25), disponibles depuis le 12 décembre 2012, proposent dès leurs débuts ou dans les semaines suivant leur lancement une offre de télévision de rattrapage sur internet. Pour ces chaînes, la TVR permet d'élargir la diffusion de leurs programmes avant de couvrir tout le territoire par le réseau hertzien d'ici 2015. L'accès aux programmes de TVR sur ordinateur, par le site des chaînes (comme www.tf1.fr) ou via un site dédié (comme pluzz.francetv.fr), est ouvert à tous et gratuit (hors abonnement à internet). La plupart des sites valorisent ce service en intégrant des publicités aux programmes proposés et/ou des espaces publicitaires sur les pages internet. En 2012, France Télévisions et M6 ont procédé à une refonte de leurs sites de TVR sur internet, en développant les fonctionnalités sociales et en modifiant leur ergonomie.

Un élément de différenciation sur la télévision

Les services de télévision de rattrapage sont un élément de différenciation des offres de télévision des fournisseurs d'accès à internet. C'est pourquoi les offres de TVR sont hétérogènes selon les opérateurs, en fonction des accords passés avec les chaînes. Elles combinent des services accessibles à tous (MyTF1, M6 replay, etc.) et d'autres réservés aux abonnés des chaînes en option (Canal+ à la demande, OCS, etc.). Free propose l'offre de TVR la plus large. En 2012, les plates-formes ont continué à étoffer leur offre de TVR. Parmi les nouveautés de l'année, Bouygues Telecom a déployé les services de TVR de France Télévisions et d'Arte, W9 replay a intégré l'offre de SFR, de Bouygues Telecom et de Numericable, les programmes de TMC et NT1 sont devenus disponibles à la demande chez SFR et Bouygues Telecom et Gulli replay a fait son apparition chez Orange. L'accès à la télévision par les réseaux haut débit ne constitue pas le principal mode d'accès à la télévision (37,1 % des foyers, contre 59,6 % pour le réseau hertzien), ce qui réduit de fait la consommation de TVR via le téléviseur. Sur l'écran de télévision, les services de TVR se déploient également sur les portails des télévisions connectées. L'offre de services disponibles, très variable selon les constructeurs, demeure moins riche que celle des fournisseurs d'accès à internet.

Les services de TVR distribués par les opérateurs télécoms sur la télévision (février 2013)

	Orange	SFR	Free	Bouygues Telecom	Numericable
chaînes nationales gratuites					
MyTF1	oui	oui	oui	oui	-
Pluzz (France Télévisions)	oui	oui	oui	oui	oui ¹
M6 replay	oui	oui	oui	oui	oui
Arte+7	oui	oui	oui	oui	oui ¹
W9 replay	oui	oui	oui	oui	oui
TMC	-	oui	-	oui	-
NT1	-	oui	-	oui	-
NRJ12 replay	oui	oui	oui	oui	oui
LCP AN	-	-	oui	-	-
BFMTV	-	oui	oui	oui	-
Gulli replay	oui	oui	oui	oui	oui

	Orange	SFR	Free	Bouygues Telecom	Numericable
autres chaînes					
AB Moteurs	-	oui	oui	oui	-
AB1	oui	oui	oui	oui	-
Al Jadeed	-	-	oui	-	-
Animaux	oui	-	oui	-	-
BBC World News	-	-	oui	-	-
Boing	oui	-	oui	-	oui
Boomerang	oui	-	oui	-	oui
Canal+ à la demande	oui	oui	oui	oui	oui
CanalSat à la demande	oui	oui	oui	oui	-
Cartoon Network	-	-	-	-	oui
Chasse et pêche	-	-	oui	-	-
Ciné+ (4 chaînes)	-	oui	oui	-	oui ¹
CNN	-	-	oui	-	-
Disney Channel	oui	oui	oui	oui	oui
Disney Cinemagic	-	-	-	-	oui
Disney Junior	-	-	-	-	oui
Disney XD	-	-	-	-	oui
Encyclo	-	-	oui	-	-
Equidia	-	oui	oui	-	oui
Escales	-	-	oui	-	-
Euronews	-	-	oui	-	oui
Eurosport	-	oui	-	oui	oui
Eurosport 2	-	oui	-	oui	oui
France 24	oui	-	oui	-	-
Game One replay	oui	oui	oui	oui	oui
Golf Channel	-	-	oui	-	-
Histoire	-	oui	-	oui	oui
LCI	oui	oui	-	oui	oui
Mangas	oui	oui	oui	-	-
MCM	oui	-	oui	-	-
Motors TV	-	-	oui	-	-
MTV	-	-	-	-	oui
National Geographic Channel	-	-	-	-	oui
Nat Geo Wild	-	-	-	-	oui
Nickelodeon	-	-	-	-	oui
OCS (5 chaînes)	oui	oui	-	-	-
O'TV	-	-	oui	-	-
Paris Première	oui	oui	-	oui	oui
Piwi+	oui	oui	oui	-	-
RTL9	oui	oui	oui	oui	-
Série Club	-	-	-	-	oui
Stylia	oui	-	oui	-	oui
TCM	-	-	oui	-	oui
Télétoon+	oui	oui	oui	-	-
Teva	oui	oui	-	oui	oui
TF6	-	-	-	-	oui
Toute l'Histoire	oui	-	oui	-	-
TV Breizh	-	oui	-	oui	oui
TV5 Monde	-	-	oui	-	oui
Ushuaïa TV	-	oui	-	oui	oui
Voyage	-	-	-	-	oui

¹ Prochainement.

Les services sont inclus dans l'abonnement basique ou réservés aux abonnés des chaînes.

Source : CNC, opérateurs.

La question de la compatibilité sur mobile

Sur les appareils mobiles (téléphone, tablette, etc.), la télévision de rattrapage est disponible via les applications des opérateurs pour les abonnés à une offre de télévision et via les applications développées par les chaînes. La majorité des chaînes nationales proposent une application pour téléphone et tablette sur iOS et/ou Android, les deux principaux systèmes d'exploitation mobile en France. Paradoxalement, le nombre d'applications permettant de voir des programmes à la demande est plus important sur iOS alors qu'Android équipe un plus grand nombre d'utilisateurs. En février 2013, M6 replay est notamment absent de la plate-forme Android. Parmi les nouvelles chaînes de la TNT HD, trois chaînes proposent une application intégrant une offre de TVR sur iOS, contre une seule chaîne sur Android. L'accès à la télévision de rattrapage sur mobile bute également sur des problèmes de compatibilité, selon les versions des logiciels, selon les technologies utilisées et selon les terminaux. L'application Pluzz sur Android précise par exemple que « *la technologie vidéo utilisée demande un certain niveau de performances qui oblige parfois à rendre incompatible certains terminaux* ».

B. 59 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en TVR

En novembre 2012, 59 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites (historiques et de la TNT) sont disponibles en télévision de rattrapage sur internet. Cette proportion progresse de 3 points en un an. Elle est stable à 84 % pour les chaînes nationales historiques alors qu'elle progresse de 5 points à 44 % pour les chaînes de la TNT. La part des programmes disponibles demeure très contrastée selon les chaînes, notamment entre les chaînes historiques et les chaînes de la TNT.

Part des programmes disponibles en TVR sur internet¹ (%)

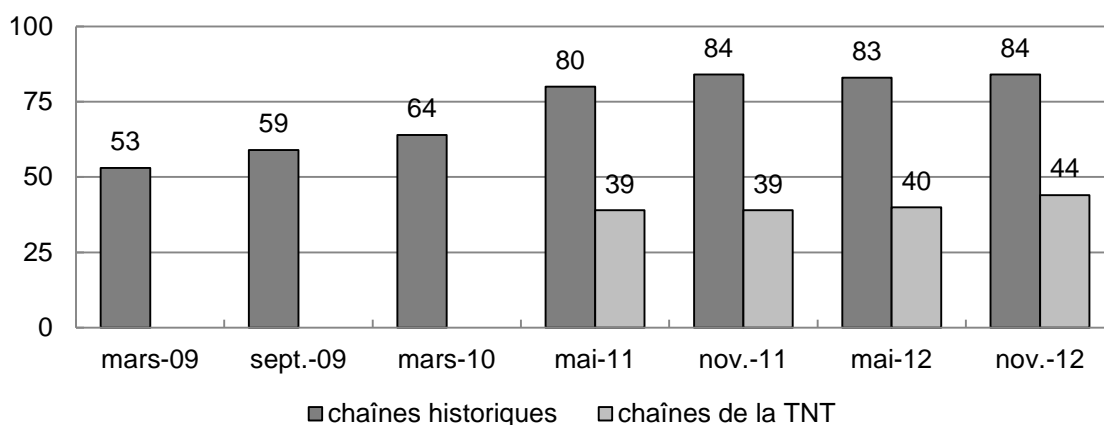
	mars 2009	sept. 2009	mars 2010	mai 2011	nov. 2011	mai 2012	nov. 2012
TF1	36	42	56	87	73	81	85
France 2	41	48	53	80	89	83	90
France 3	52	63	59	86	81	85	87
Canal+ (clair)	71	72	73	73	76	76	74
France 5	75	64	74	81	87	83	87
M6	67	79	88	85	91	87	82
Arte	41	53	51	63	85	80	76
chaînes historiques	53	59	64	80	84	83	84
Direct 8/D8	-	-	-	68	40	37	54
W9	-	-	-	56	31	43	34
TMC	-	-	-	17	29	16	33
NT1	-	-	-	14	23	12	23
NRJ12	-	-	-	36	48	57	61
LCP AN - Public Sénat	-	-	-	64	64	46	69
France 4	-	-	-	24	28	19	28
Direct Star/D17	-	-	-	47	41	57	38
Gulli	-	-	-	23	25	23	44
France Ô	-	-	-	39	62	87	57
chaînes TNT	-	-	-	39	39	40	44
total	-	-	-	55	56	56	59

¹ Programmes diffusés à l'antenne entre 17 heures et minuit.

Source : www.tv-replay.fr et, de mars 2009 à mars 2010, NPA Conseil.

La part des programmes mis à disposition en télévision de rattrapage par les chaînes nationales historiques semble avoir atteint un plafond. En novembre 2012, 84 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6 et Arte) sont disponibles en TVR sur internet. Cette proportion est stable par rapport aux deux périodes précédentes d'observation (novembre 2011 et mai 2012). La part des programmes disponibles est relativement homogène selon les chaînes. Elle est comprise entre 74 % et 90 %. France 2 propose l'offre la plus complète selon l'indicateur de novembre 2012 et TF1 présente la plus forte progression par rapport à novembre 2011 (+12 points).

Part des programmes disponibles en TVR sur internet¹ (%)

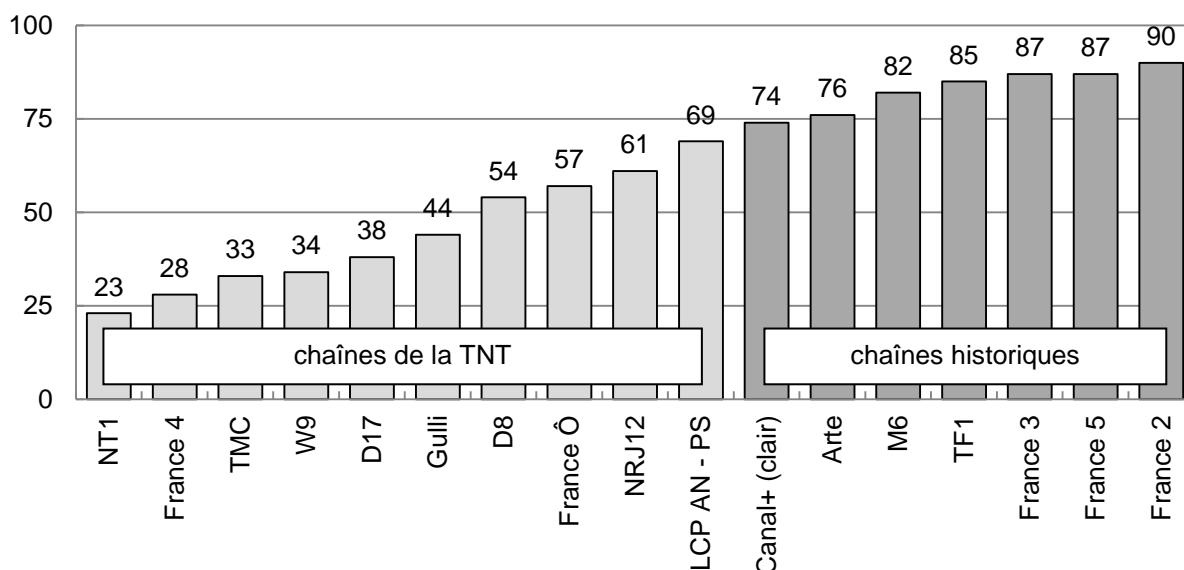


¹ Programmes diffusés à l'antenne entre 17 heures et minuit.

Source : www.tv-replay.fr et, de mars 2009 à mars 2010, NPA Conseil.

Les chaînes gratuites de la TNT continuent d'enrichir l'offre de programmes mis à disposition en télévision de rattrapage. En novembre 2012, 44 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes gratuites de la TNT sont disponibles en TVR sur internet. Cette proportion progresse de 5 points par rapport à novembre 2011. La part des programmes disponibles demeure très disparate selon les chaînes, l'écart entre la proportion la plus élevée et la proportion la plus faible atteignant 46 points en novembre 2012. Quatre chaînes de la TNT proposent plus de la moitié de leurs programmes en TVR sur internet (D8, France Ô, NRJ12 et LCP Assemblée Nationale - Public Sénat). NRJ12 (+13 points), D8 (+14 points) et Gulli (+19 points) enregistrent les progressions les plus importantes par rapport à novembre 2011.

Part des programmes disponibles en TVR sur internet – novembre 2012¹ (%)

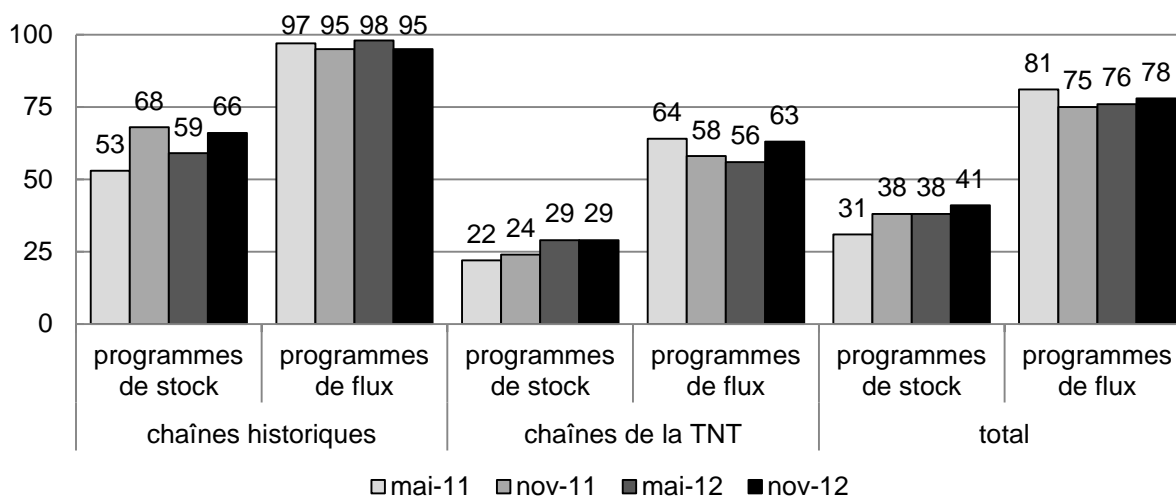


¹ Programmes diffusés à l'antenne entre 17 heures et minuit.

Source : www.tv-replay.fr.

La part des programmes de flux (divertissement, information, magazine, sport) disponibles en TVR demeure plus élevée que la part des programmes de stock (animation, documentaire, fiction, film), tant sur les chaînes historiques que sur les chaînes gratuites de la TNT. Sur l'ensemble des chaînes nationales, 78 % des programmes de flux et 41 % des programmes de stock diffusés entre 17 heures et minuit sont disponibles en TVR sur internet en novembre 2012. Ces proportions augmentent de 3 points par rapport à novembre 2011. La part des programmes de flux disponibles en TVR est stable à 95 % pour les chaînes historiques et progresse de 5 points à 63 % pour les chaînes de la TNT. La part des programmes de stock disponibles en TVR recule de 2 points à 66 % pour les chaînes historiques alors qu'elle progresse de 5 points à 29 % pour les chaînes de la TNT.

Part des programmes disponibles en TVR sur internet¹ (%)



¹ Programmes diffusés à l'antenne entre 17 heures et minuit.

Programmes de stock : animation, documentaire, fiction, film cinématographique.

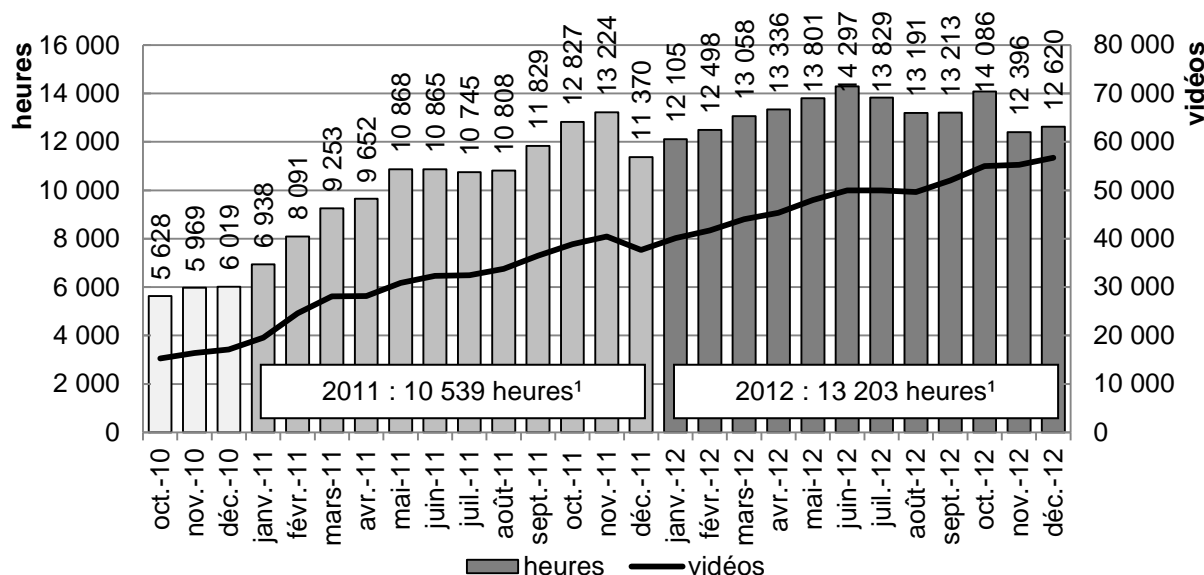
Programmes de flux : divertissement, information, magazine, sport.

Source : www.tv-replay.fr.

C. 13 200 heures de programmes disponibles chaque mois

En 2012, 13 200 heures de programmes diffusés sur l'ensemble de la journée sur les chaînes nationales gratuites sont disponibles en moyenne chaque mois en télévision de rattrapage sur internet (49 000 vidéos). L'offre de TVR progresse de 25,3 % par rapport à 2011. Elle s'est toutefois relativement stabilisée au cours de l'année 2012 après une forte croissance entre janvier 2011 et décembre 2011.

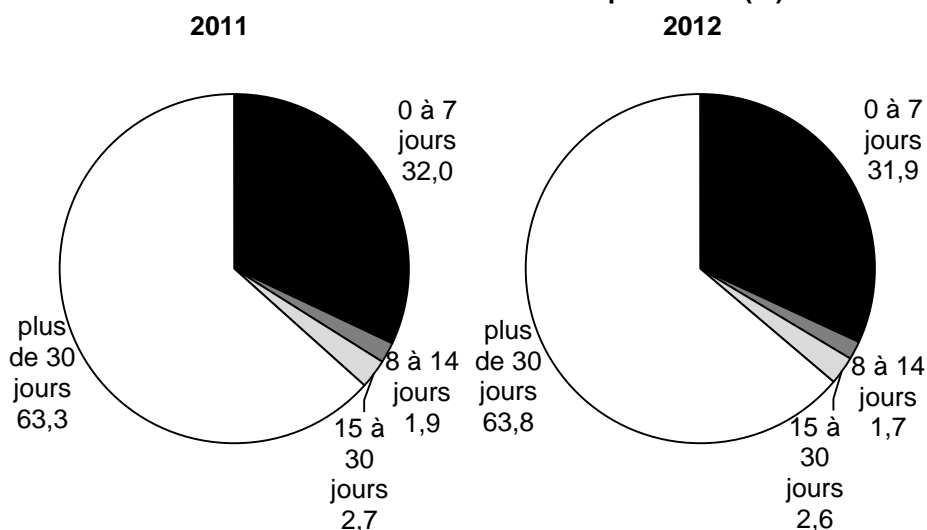
L'offre de télévision de rattrapage sur internet



¹ Moyenne mensuelle.
Source : www.tv-replay.fr.

La répartition de l'offre selon la durée de disponibilité des programmes est stable. En 2012, 31,9 % de l'offre de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 200 heures mensuelles en moyenne). 63,8 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (8 400 heures mensuelles en moyenne).

L'offre de TVR sur internet selon la durée de disponibilité¹ (%)



¹ En volume horaire.
Source : www.tv-replay.fr.

En 2012, l'offre de télévision de rattrapage sur internet progresse de 27,1 % par rapport à 2011 pour les chaînes historiques et de 23,0 % pour les chaînes de la TNT. Les chaînes historiques proposent plus de la moitié de l'offre totale (56,1 % en 2012). Parmi ces chaînes, TF1 présente le volume horaire le plus élevé, devant France 2 et France 3.

L'offre moyenne mensuelle de TVR sur internet selon la chaîne (heures)

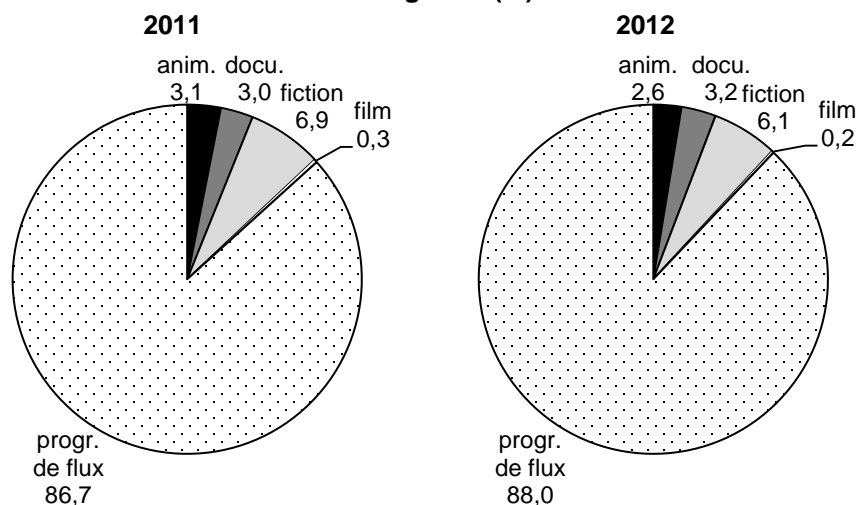
	2011	2012	évolution
TF1	1 375	2 072	+50,8%
France 2	1 340	1 789	+33,5%
France 3	1 419	1 593	+12,3%
Canal+ (clair)	424	624	+47,0%
France 5	562	568	+1,1%
M6	426	450	+5,6%
Arte	286	318	+11,3%
chaînes historiques	5 831	7 413	+27,1%
Direct 8/D8	822	736	-10,5%
W9	237	270	+14,2%
TMC	44	93	+112,9%
NT1	65	124	+91,5%
NRJ12	194	170	-12,1%
LCP AN	428	466	+8,8%
Public Sénat	2 078	3 043	+46,5%
France 4	228	262	+14,8%
Direct Star/D17	372	236	-36,5%
Gulli	73	86	+17,2%
France Ô	167	286	+70,8%
HD1	-	5	-
6ter	-	5	-
RMC Découverte	-	2	-
Chérie 25	-	4	-
chaînes de la TNT	4 708	5 789	+23,0%
total	10 539	13 203	+25,3%

Source : www.tv-replay.fr.

La répartition de l'offre de télévision de rattrapage selon le genre évolue peu par rapport à 2011. En 2012, les programmes de stock composent 12,0 % de l'offre de TVR dont 6,1 % pour la fiction TV, 3,2 % pour le documentaire, 2,6 % pour l'animation et 0,2 % pour les films cinématographiques. Les programmes de flux représentent la majorité de l'offre (88,0 % du volume horaire). La composition de l'offre est très différente selon la durée de disponibilité des programmes. La catégorie des programmes disponibles jusqu'à 7 jours après leur première diffusion est constituée d'une large part de programmes de stock (32,7 %) alors que les programmes disponibles plus de 30 jours sont quasi exclusivement des programmes de flux (99,1 %). La durée de disponibilité des programmes est en effet très variable selon le genre. En 2012, 87,4 % des programmes de stock sont disponibles au maximum 7 jours

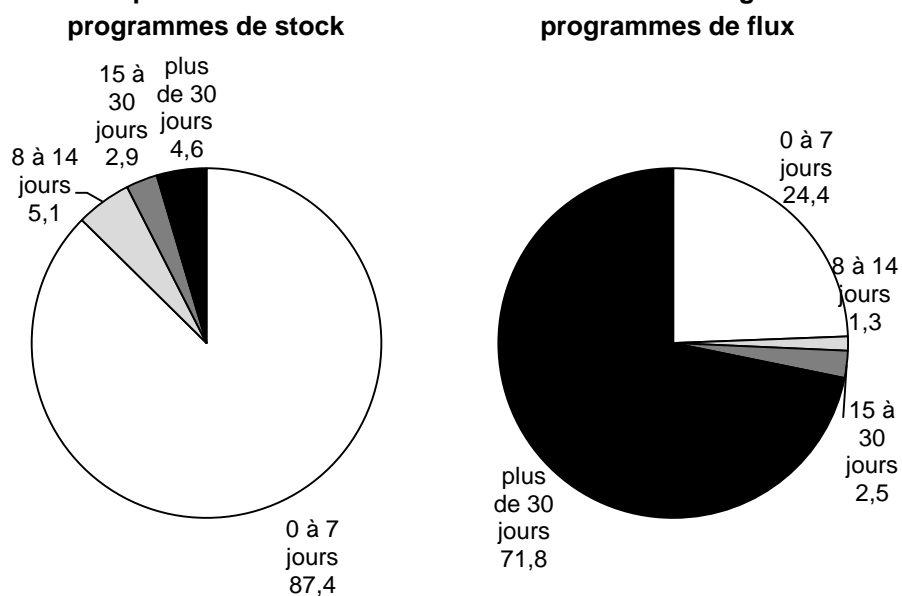
après leur première diffusion alors que 71,8 % des programmes de flux sont consultables plus de 30 jours.

L'offre de TVR sur internet selon le genre¹ (%)



¹ En volume horaire.
Source : www.tv-replay.fr.

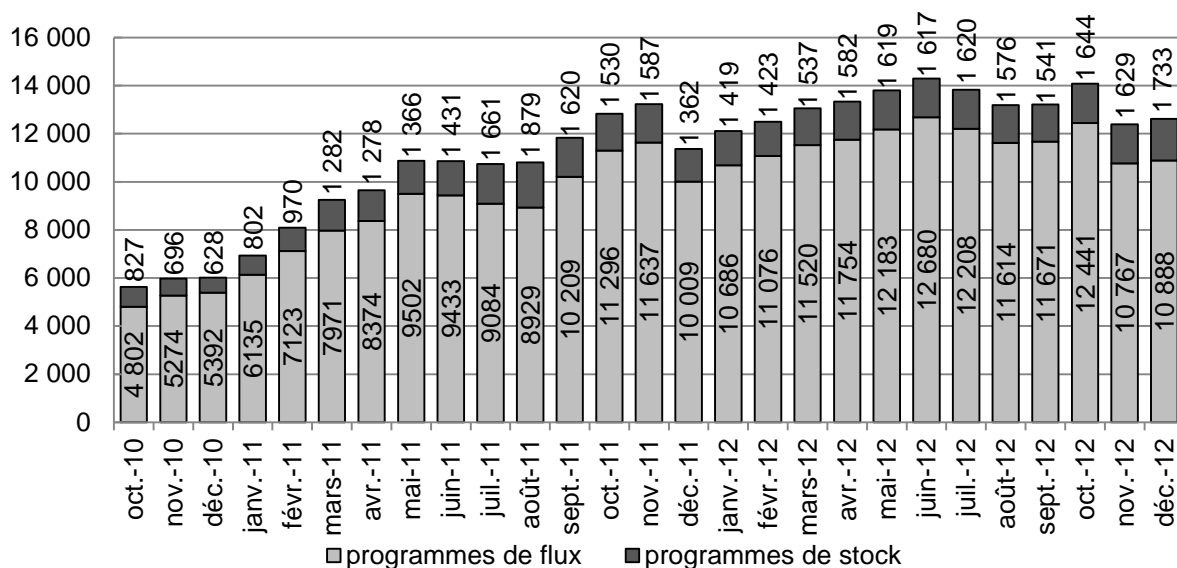
Durée de disponibilité de l'offre de TVR sur internet selon le genre en 2012¹ (%)



¹ En volume horaire.
Source : www.tv-replay.fr.

En 2012, l'offre de programmes de flux augmente de 27,2 % par rapport à 2011 à 11 600 heures par mois en moyenne et l'offre de programmes de stock progresse de 13,0 % à 1 600 heures.

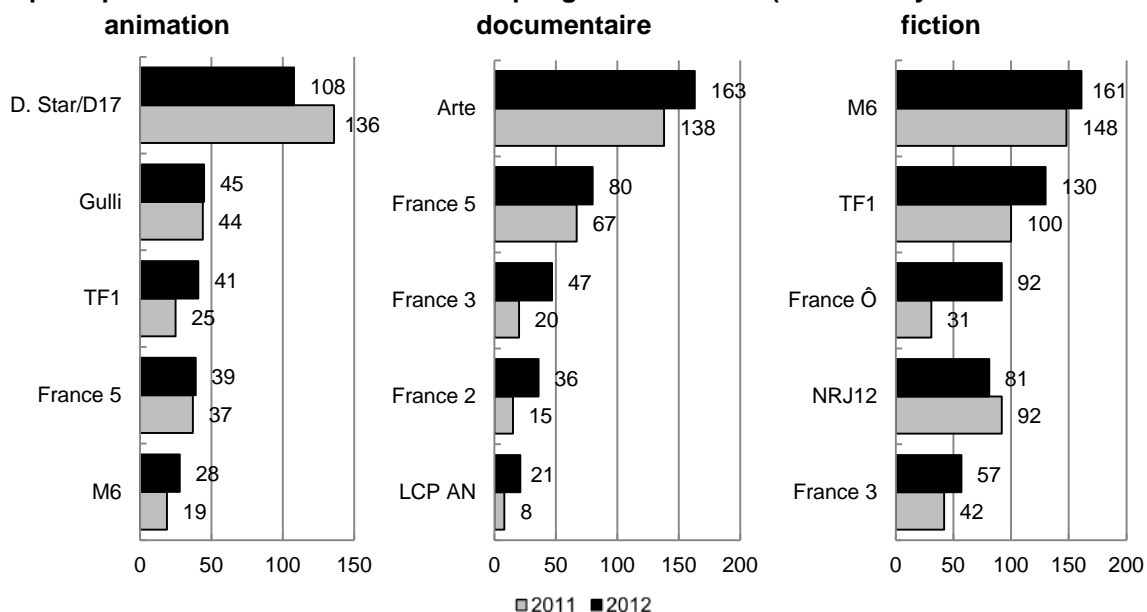
L'offre de TVR sur internet selon le genre (heures)



programmes de stock : animation, documentaire, fiction, film.
 programmes de flux : divertissement, information, magazine, sport.
 Source : www.tv-replay.fr.

En 2012, les principales offres de télévision de rattrapage sur internet sont proposées par Direct Star/D17, Gulli et TF1 pour l'animation, par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire et par M6, TF1 et France Ô pour la fiction TV.

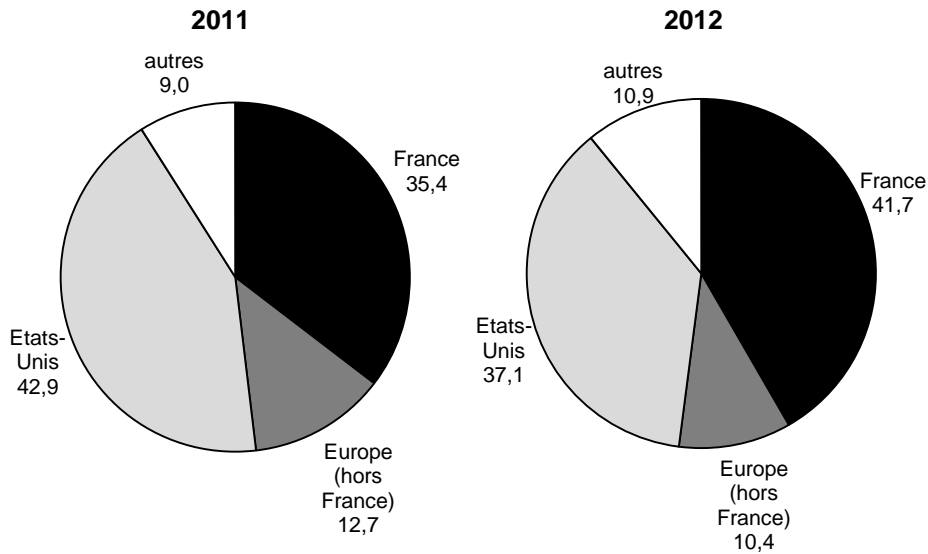
Les principales offres de TVR sur internet par genre télévisuel (heures moyennes mensuelles)



Source : www.tv-replay.fr.

En 2012, l'offre de fiction des chaînes nationales gratuites en télévision de rattrapage sur internet est majoritairement française (41,7 % du volume horaire). La fiction américaine compose 37,1 % de l'offre de fiction en TVR. La part de la fiction française progresse de 6,3 points par rapport à 2011 alors que la part de la fiction américaine recule de 5,8 points.

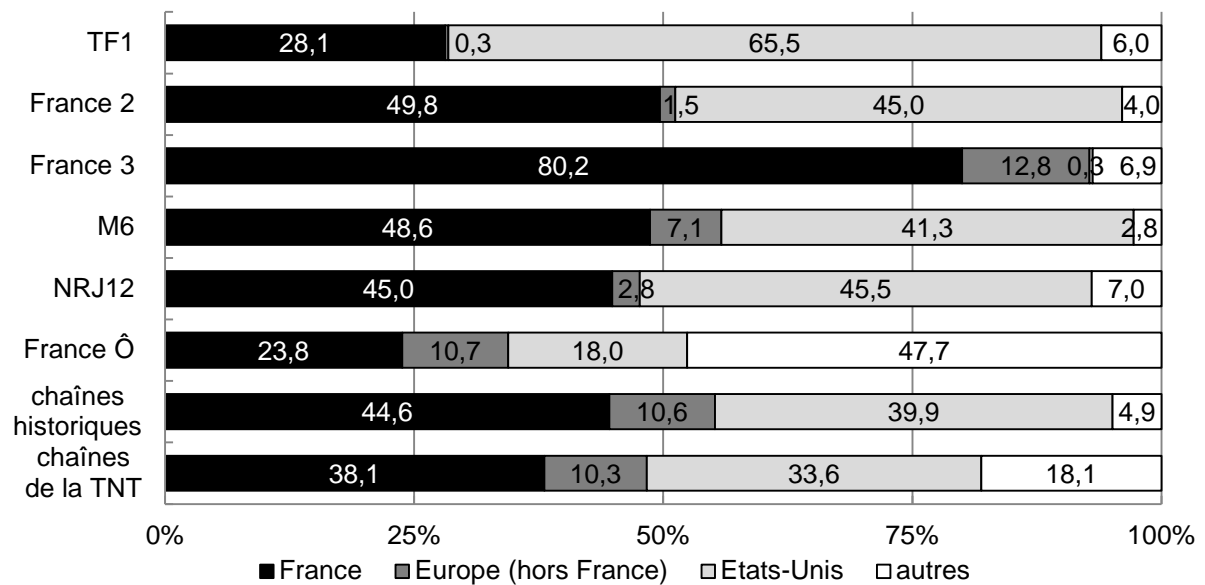
L'offre de fiction en TVR sur internet selon la nationalité¹ (%)



¹ En volume horaire.
Source : www.tv-replay.fr.

En 2012, la fiction française constitue 44,6 % de l'offre de fiction disponible en TVR pour les chaînes historiques, contre 38,1 % pour les chaînes de la TNT. La part de la fiction française atteint 80,2 % pour France 3. La part de la fiction américaine s'établit à 65,5 % pour TF1.

L'offre de fiction en TVR sur internet selon la nationalité en 2012¹ (%)



¹ En volume horaire.
Source : www.tv-replay.fr.

II. La consommation

En 2012, la consommation de télévision de rattrapage est en très forte croissance, portée notamment par la progression de l'équipement audiovisuel des ménages.

Chiffres clés de la consommation de TVR¹ (millions de vidéos vues)

	2011	2012
consommation totale	1 812,4	2 531,1
consommation moyenne mensuelle	151,0	210,9
consommation moyenne quotidienne	5,0	6,9

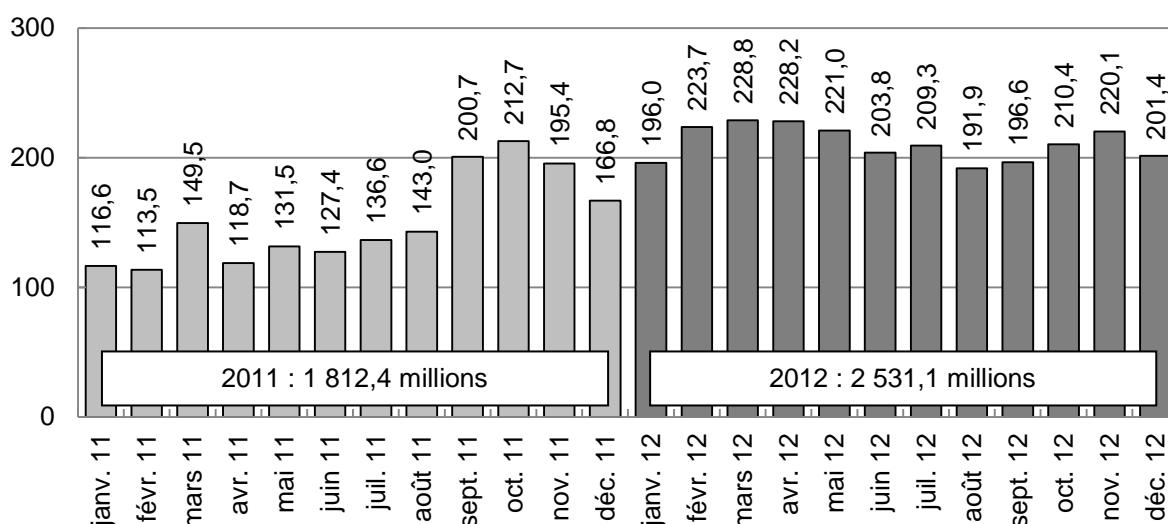
¹ Le périmètre de l'étude est élargi en 2012 en intégrant TMC et NT1 en janvier, D8 et D17 en octobre.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

A. 2,5 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2012

En 2012, 2,5 milliards de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage, contre 1,8 milliard en 2011. Il convient de souligner que le périmètre de l'étude a évolué. En 2012, le panel de l'enquête est composé de dix-huit chaînes, soit quatre chaînes de plus qu'en 2011. Quatre chaînes de la TNT ont en effet été intégrées au panel en 2012 : TMC et NT1 en janvier, D8 et D17 en octobre. En 2012, le panel est ainsi constitué des six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6), de huit chaînes de la TNT (D8, W9, TMC, NT1, France 4, i>télé, D17, France Ô) et de quatre autres chaînes (Outre mer 1^{ère}, LCI, Paris Première, Teva). 210,9 millions de vidéos sont visionnées en moyenne chaque mois en TVR (151,0 millions en 2011). Le record de consommation est atteint en mars avec 228,8 millions de vidéos visionnées. A l'image de la consommation de la télévision en direct, la plus faible audience de TVR est enregistrée au mois d'août (191,9 millions de vidéos vues). En 2012, 6,9 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en télévision de rattrapage (5,0 millions en 2011).

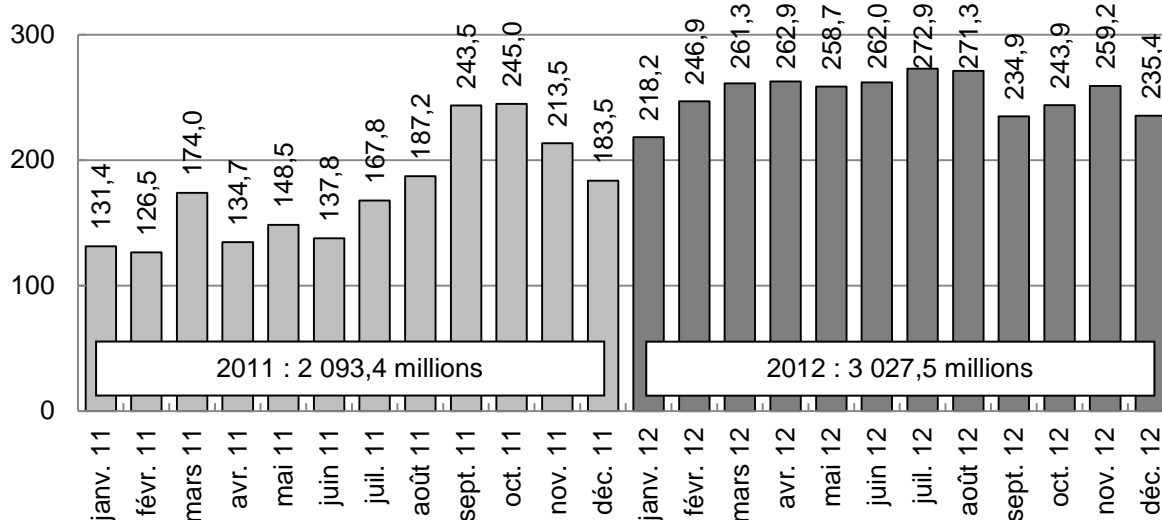
Consommation de télévision de rattrapage (millions de vidéos vues)



Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

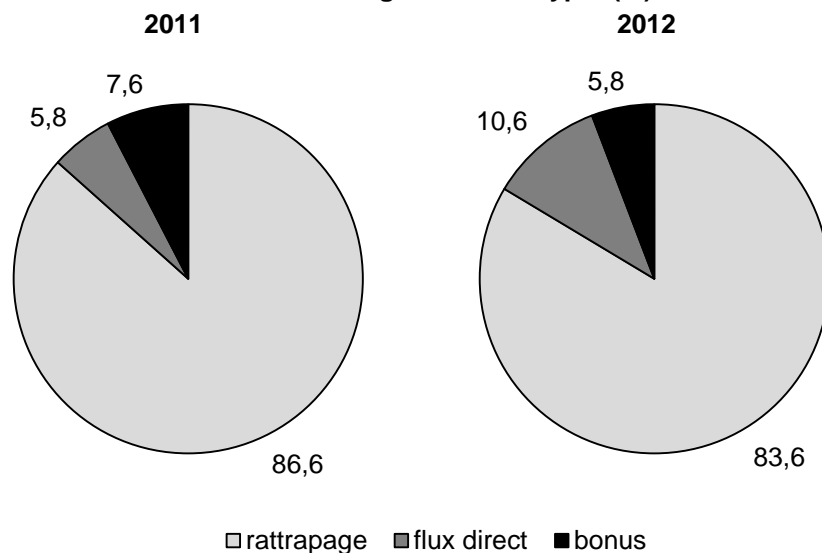
La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 3,0 milliards de vidéos visionnées sur l'ensemble de l'année 2012, contre 2,1 milliards en 2011. En 2012, la TVR compose 83,6 % de la consommation de télévision en ligne (86,6 % en 2011). La part des flux directs s'élève à 10,6 % (5,8 % en 2011) alors que la part des bonus est en baisse (5,8 %, contre 7,6 % en 2011).

Consommation de télévision en ligne (millions de vidéos vues)



Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

Consommation de télévision en ligne selon le type¹ (%)



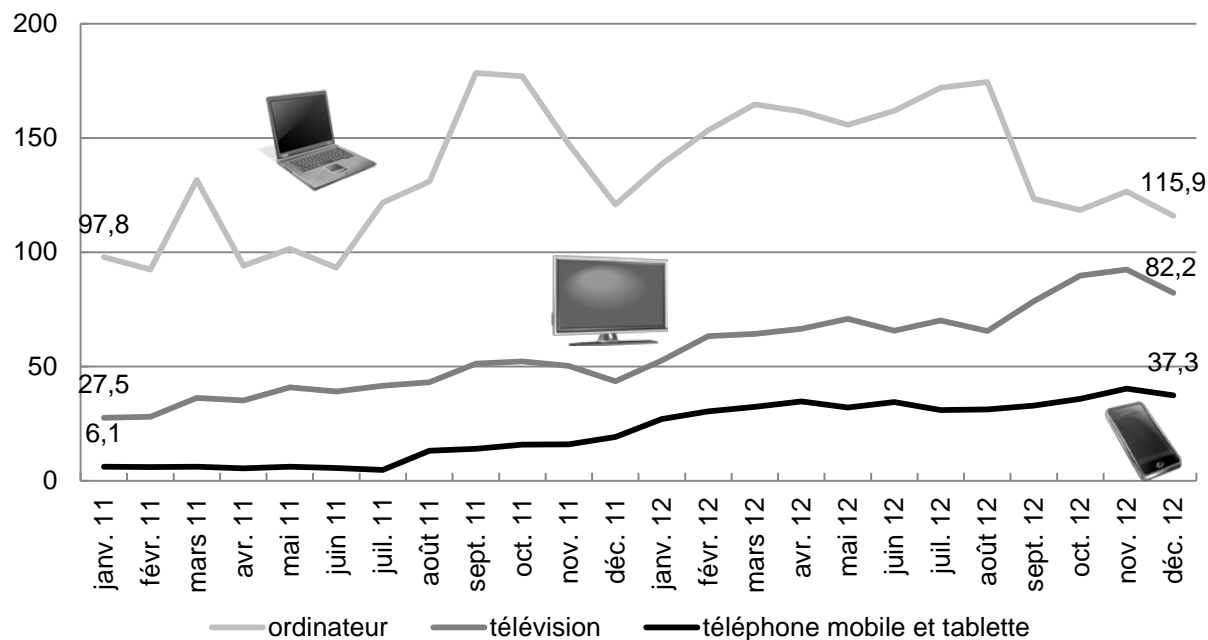
¹ En nombre de vidéos visionnées.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

B. L'ordinateur est le premier support de consommation

La consommation de télévision en ligne est en progression sur les trois types de supports étudiés. En 2012, 1 766,5 millions de vidéos sont visionnées sur un ordinateur (1 486,7 millions en 2011), 861,6 millions sur un écran de télévision (488,4 millions en 2011) et 399,4 millions sur un téléphone mobile ou une tablette (118,2 millions en 2011).

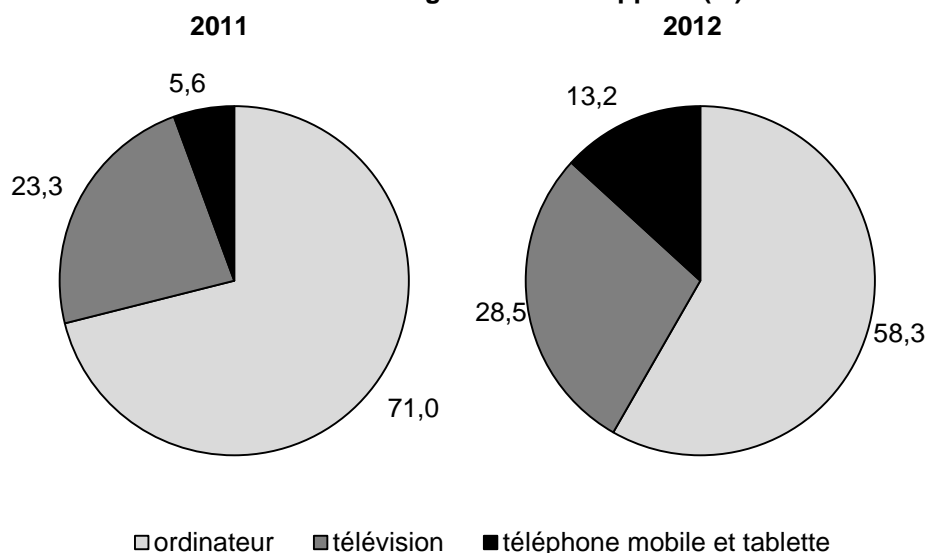
Consommation de télévision en ligne selon le support (millions de vidéos vues)



Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

Si l'ordinateur demeure ainsi le premier support de consommation de télévision en ligne, la part de ce support dans la consommation totale est en baisse (58,3 % en 2012, contre 71,0 % en 2011) en raison de la très forte progression de la consommation sur les autres écrans. En 2012, l'écran de télévision génère 28,5 % de la consommation totale (23,3 % en 2011). L'usage des supports mobiles (téléphone mobile et tablette) se développe rapidement avec 13,2 % des vidéos vues en 2012, contre 5,6 % en 2011.

Consommation de télévision en ligne selon le support¹ (%)

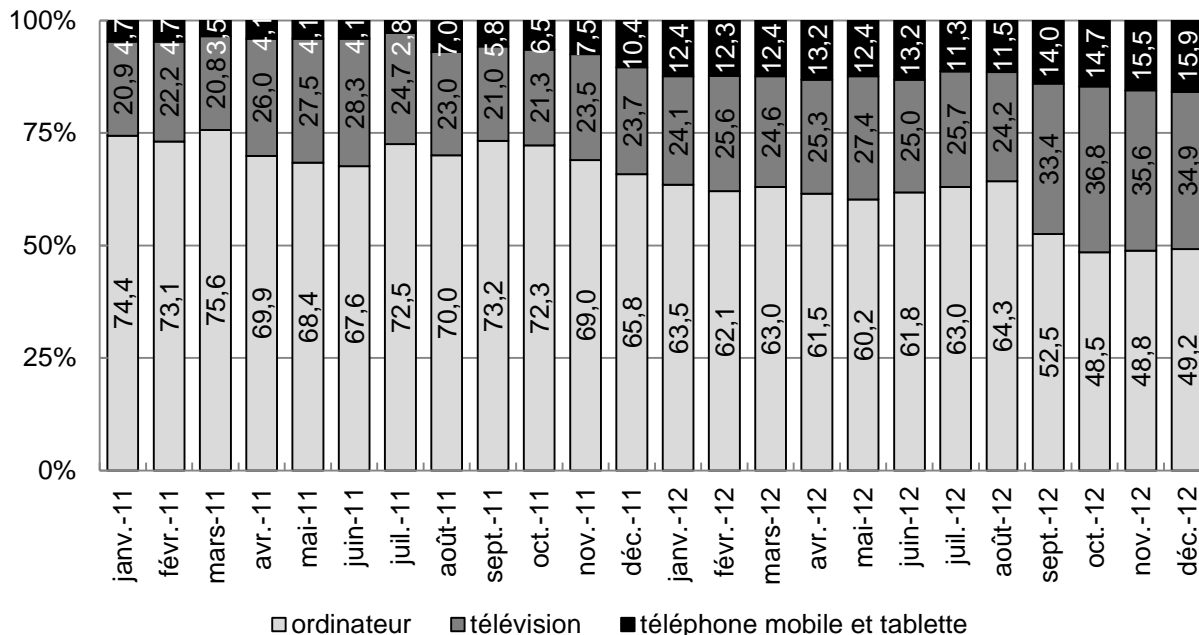


¹ En nombre de vidéos visionnées.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

La part de la consommation sur ordinateur se situe en-deçà de 50 % au cours des trois derniers mois de l'année 2012. Le volume de vidéos vues atteint un record en novembre sur l'écran de télévision (92,3 millions) et sur les mobiles et tablettes (40,3 millions).

Consommation de télévision en ligne selon le support¹ (%)



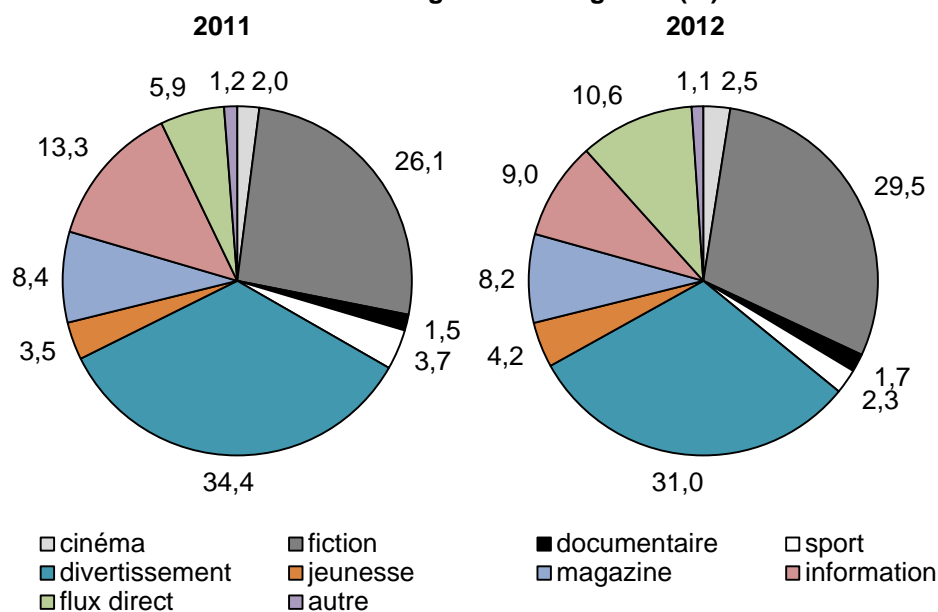
¹ En nombre de vidéos visionnées.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

C. La fiction française réalise près de la moitié des meilleures audiences mensuelles

En 2012, les trois genres principaux de la télévision en ligne en termes de consommation sont le divertissement, la fiction et l'information. Pour la deuxième année consécutive, le divertissement occupe la première position (31,0 % des vidéos vues en 2012), devant la fiction (29,5 %) et l'information (9,0 %). La fiction est le genre qui enregistre la plus forte croissance en nombre de vidéos vues. La consommation des programmes d'information est stable avec près de 23 millions de vidéos visionnées chaque mois. En 2012, les programmes jeunesse (animation et autres programmes) représentent 4,2 % de la consommation totale, contre 3,5 % en 2011. Le cinéma constitue 2,5 % de la consommation en 2012. Le documentaire est le genre le moins consommé (1,7 %). En 2012, la fiction, les programmes jeunesse, le cinéma et le documentaire composent 37,8 % de la consommation totale (33,1 % en 2011).

Consommation de télévision en ligne selon le genre¹ (%)



¹ En nombre de vidéos visionnées.

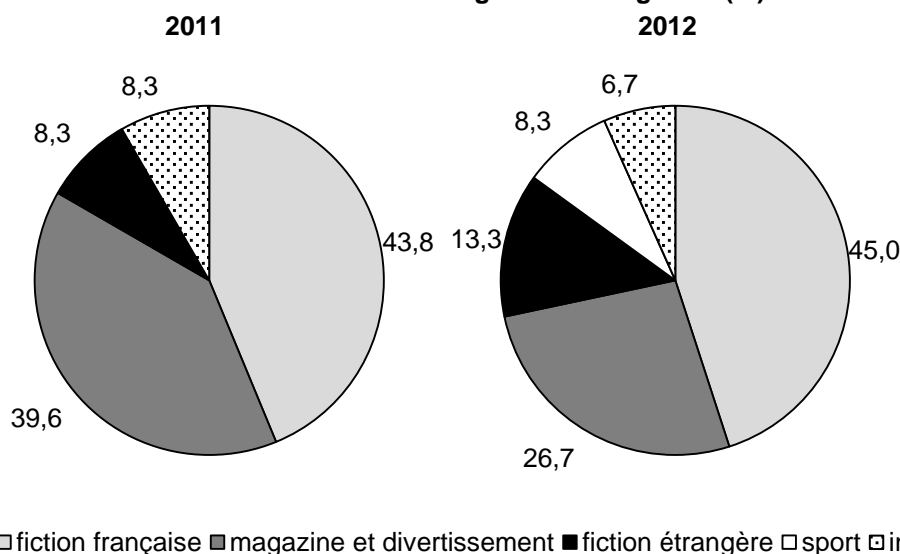
Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

Les meilleures audiences de télévision en ligne

Les meilleures audiences de télévision en ligne sont généralement des succès de l'antenne, tels que *Secret Story* sur TF1, le *20 heures* sur France 2, *Plus belle la vie* sur France 3, *Bref* sur Canal+, *C dans l'air* sur France 5 et *Scènes de ménages* sur M6.

En 2012, la fiction française réalise 45,0 % des meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne sur les services des cinq groupes audiovisuels qui participent à l'enquête (TF1, France Télévisions, Canal+, M6, TMC/NT1). La fiction française dépasse ainsi largement la fiction étrangère, qui engrange 13,3 % des meilleures audiences.

Meilleures audiences de télévision en ligne selon le genre¹ (%)



¹ Répartition selon le genre de la meilleure audience mensuelle de chaque groupe.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

En 2012, cinq séries françaises apparaissent en tête des meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne : *Plus belle la vie*, *Bref*, *Scènes de ménages*, *Soda* et *les Mystères de l'amour*. *Plus belle la vie* est le programme le plus consommé sur les services du groupe France Télévisions en 2012. Le feuilleton de France 3 est en première position tous les mois, à l'exception du mois d'août (Jeux Olympiques 2012), pour le groupe audiovisuel public. *Bref*, dont la diffusion s'est achevée en juillet sur Canal+, apparaît en tête des programmes les plus visionnés en télévision de rattrapage sur les services du groupe Canal+ jusqu'au mois d'août. La fiction française occupe la première place du classement sur les services du groupe M6 à cinq reprises en 2012 : en janvier avec *Scènes de ménages* et de mai à août avec *Soda*. *Les Mystères de l'amour* est en tête du classement des meilleures audiences de télévision en ligne du groupe TMC/NT1 en février, en juin et en novembre.

Vingt-deux autres séries françaises sont classées dans les dix meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne en 2012 : *Clem*, *No Limit*, *Profilage*, *Section de recherches* et *Vive la colo* sur TF1, *Une famille formidable* sur TF1 et TMC, *Clash*, *Des soucis et des hommes*, *Fais pas ci, fais pas ça*, *Inquisitio*, *les Hommes de l'ombre* et *Lignes de vie* sur France 2, *Famille d'accueil*, *la Nouvelle Maud* et *Un village français* sur France 3, *WorkinGirls* sur Canal+, *En famille* sur M6, *Un gars, une fille* sur M6 et W9, *H* sur D8, *Kaamelott* sur W9, *Paris enquêtes criminelles* sur TMC et *Cœur océan* sur France 4.

Meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne en 2012

	groupe TF1	groupe France Télévisions	groupe Canal+	groupe M6	groupe TMC/NT1
janv.	Grey's Anatomy	Plus belle la vie	Bref	Scènes de ménages	Catch
févr.	Journaux télévisés	Plus belle la vie	Bref	90210 Beverly Hills NG	Les Mystères de l'amour
mars	The Voice	Plus belle la vie	Bref	Les Ch'tis font du ski	You Can Dance
avr.	The Voice	Plus belle la vie	Bref	La Belle et ses Princes...	Catch
mai	Journaux télévisés	Plus belle la vie	Bref	Soda	Catch
juin	Secret Story 6	Plus belle la vie	Bref	Soda	Les Mystères de l'amour
juil.	Secret Story 6	Plus belle la vie	Bref	Soda	Vampire Diaries
août.	Secret Story 6	JO 2012	Bref	Soda	Vampire Diaries
sept.	Secret Story 6	Plus belle la vie	Le Grand Journal	Les Ch'tis... à Mykonos	Vampire Diaries
oct.	Journaux télévisés	Plus belle la vie	Les Guignols de l'info	Les Ch'tis... à Mykonos	Vampire Diaries
nov.	Journaux télévisés	Plus belle la vie	Les Guignols de l'info	Desperate Housewives	Les Mystères de l'amour
déc.	Koh Lanta	Plus belle la vie	Le Palmashow	Once Upon A Time	Catch

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie.

En 2012, huit séries d'animation apparaissent dans les palmarès des dix meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne des cinq groupes qui composent le panel : *Chloé magique*, *Ninjago*, *Sam le pompier*, *Tchoupi* et *Doudou* pour le groupe France Télévisions, *Une minute avant* pour le groupe Canal+, *Barbapapa*, *Charlotte aux fraises* et *le Petit Nicolas* pour le groupe M6.

D. Le développement de l'équipement audiovisuel

La croissance de la consommation de télévision de rattrapage est portée par le développement de l'équipement des foyers. En 2012, l'ensemble des supports et des modes de réception qui permettent un accès à la TVR présentent en effet un taux d'équipement en hausse par rapport à 2011 : l'accès à internet à domicile (+3 points), les tablettes (+4 points), la télévision par ADSL (+6,3 points), la télévision connectable (+6,3 points) et les ordiphones (+15,8 points).

Selon le CREDOC, 78 % des individus âgés de 12 ans et plus ont accès à internet à domicile en 2012. Cette proportion progresse de 3 points par rapport à 2011. Selon la même source, le taux d'équipement en tablettes double en un an. Il passe de 4 % des individus âgés de 12 ans en 2011 à 8 % en 2012.

Equipement internet à domicile

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
% des individus ¹	40	45	55	61	67	71	75	78

¹ Individus âgés de 12 ans et plus

Source : CREDOC.

Selon GfK et Médiamétrie, 37,1 % des foyers ont accès à la télévision par ADSL en France au 4^e trimestre 2012. Cette proportion progresse de 6,3 points par rapport au 4^e trimestre 2011. Par ailleurs, plus de 3,8 millions de foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet au 4^e trimestre 2012, soit 13,9 % des foyers (2,1 millions et 7,6 % au 4^e trimestre 2011). Selon le Simavelec, un tiers des écrans connectables étaient effectivement connectés en fin d'année 2011.

Equipement télévision par ADSL

	4 ^e trim. 2009	4 ^e trim. 2010	4 ^e trim. 2011	4 ^e trim. 2012
% des foyers	18,4	23,4	30,8	37,1

Source : GfK - Médiamétrie.

Selon Médiamétrie, 55,8 % des personnes équipées d'un téléphone mobile en France possèdent un ordiphone au 3^e trimestre 2012, contre 40,0 % un an plus tôt. La progression du taux d'équipement apparaît aussi importante que l'année précédente.

Equipement ordiphone

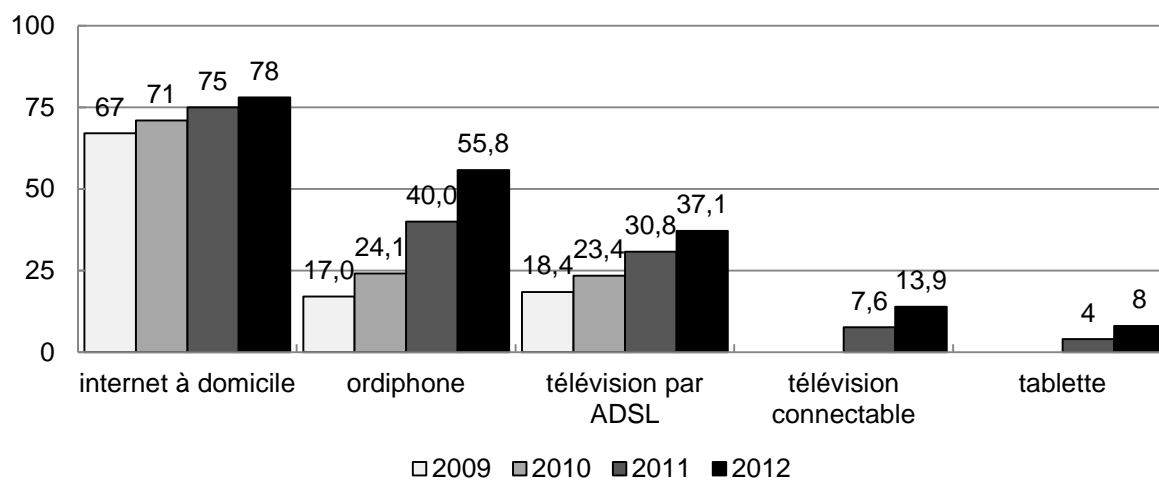
	1 ^{er} trim. 2009	3 ^e trim. 2009	1 ^{er} trim. 2010	3 ^e trim. 2010	1 ^{er} trim. 2011	3 ^e trim. 2011	1 ^{er} trim. 2012	3 ^e trim. 2012
% équipés mobiles	10,7	17,0	19,7	24,1	31,4	40,0	45,4	55,8

Source : Médiamétrie.

La progression du poids de la télévision et des terminaux mobiles dans la consommation de télévision de rattrapage s'explique en partie par le développement de l'équipement des foyers. La pénétration de la télévision par ADSL et des ordiphones augmente plus rapidement que l'accès à internet à domicile. La différence de taux d'équipement selon les

terminaux et les modes d'accès est également une des raisons de la prédominance de l'ordinateur sur la télévision.

Equipement pour recevoir la télévision de rattrapage¹ (%)



¹ Internet à domicile et tablette : % des individus âgés de 12 ans et plus ; ordiphone : % des équipés mobiles (3^e trimestre) ; télévision par ADSL et télévision connectable : % des foyers (4^e trimestre).

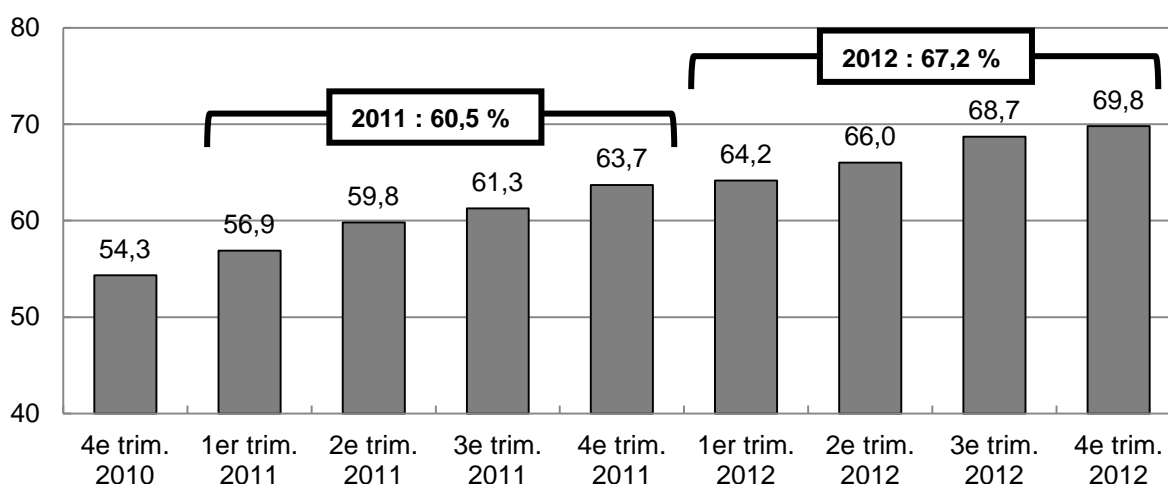
Source : CREDOC, GfK, Médiamétrie.

III. Le public

A. La pénétration de la TVR augmente de 6,7 points à 67,2 %

En 2012, la pénétration de la télévision de rattrapage progresse de 6,7 points par rapport à 2011. 67,2 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en 2012 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois, contre 60,5 % en 2011. Cette pratique se développe de manière continue. Ainsi, au quatrième trimestre 2012, 69,8 % des internautes déclarent être utilisateurs des services de TVR, contre 63,7 % au dernier trimestre 2011 et 54,3 % au dernier trimestre 2010. La pénétration de la TVR progresse donc de 15,5 points en deux ans.

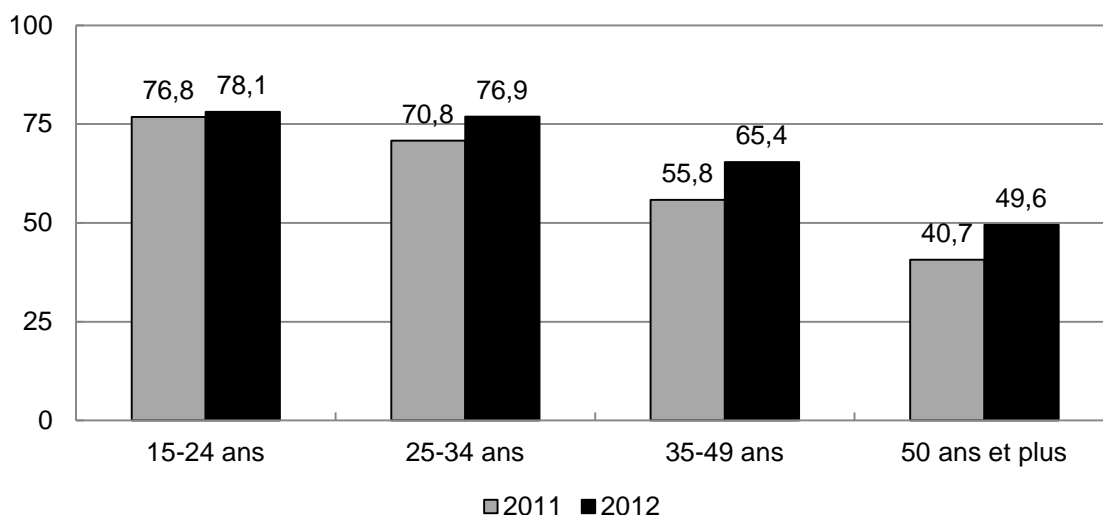
Pénétration de la télévision de rattrapage¹ (%)



¹ Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Source : CNC - Harris Interactive.

En 2012, la proportion d'utilisateurs augmente de 7,3 points par rapport à 2011 pour les femmes et de 6,0 points pour les hommes. La part des femmes (69,1 %) qui regardent des programmes en télévision de rattrapage est plus élevée que celle des hommes (65,2 %). La majorité des internautes de moins de 50 ans regardent des programmes en TVR. La pénétration de cet usage décroît avec l'âge : 78,1 % des 15-24 ans, 76,9 % des 25-34 ans, 65,4 % des 35-49 ans et 49,6 % des 50 ans et plus. Toutefois, les plus fortes progressions sont enregistrées parmi les 35-49 ans (+9,6 points) et les 50 ans et plus (+8,9 points). Le pourcentage d'utilisateurs augmente autant à Paris et en région parisienne (+6,8 points à 68,9 %) qu'en régions (+6,7 points à 66,7 %). La pénétration de la TVR progresse de 8,7 points à 69,2 % pour les CSP+, de 6,0 points à 67,7 % pour les CSP- et de 5,0 points à 64,4 % pour les inactifs.

Pénétration de la TVR selon l'âge¹ (%)



¹ Internauteurs utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).

Source : CNC - Harris Interactive.

Le public de la TVR¹ (%)

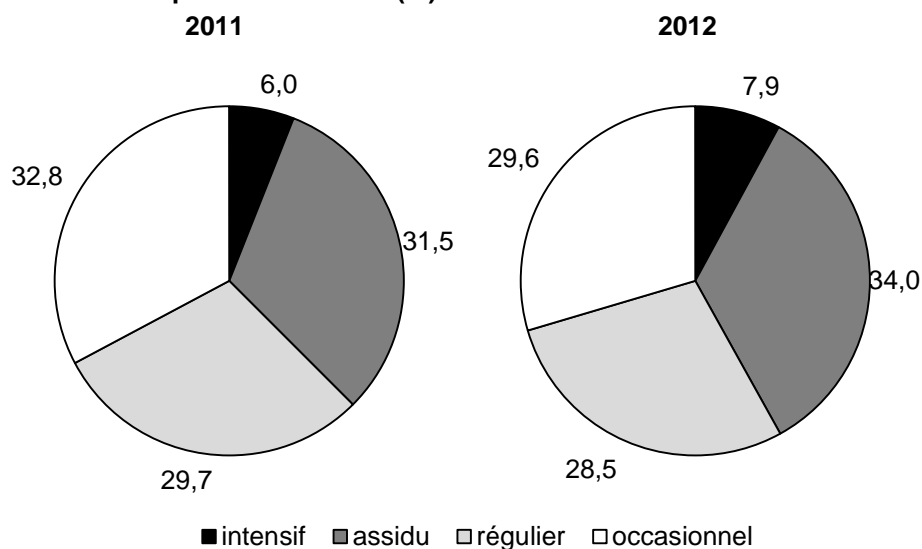
	pénétration			structure		
	2011	2012	évol. (pts)	2011	2012	évol. (pts)
sexe						
homme	59,2	65,2	+6,0	48,9	48,6	-0,3
femme	61,8	69,1	+7,3	51,1	51,4	+0,3
âge						
15-24 ans	76,8	78,1	+1,3	29,2	26,7	-2,5
25-34 ans	70,8	76,9	+6,1	25,8	25,2	-0,6
35-49 ans	55,8	65,4	+9,6	29,6	31,2	+1,6
50 ans et plus	40,7	49,6	+8,9	15,5	17,0	+1,5
CSP						
CSP+	60,5	69,2	+8,7	37,0	38,2	+1,2
CSP-	61,7	67,7	+6,0	30,6	30,3	-0,3
inactif	59,4	64,4	+5,0	32,4	31,5	-0,9
dont étudiant	76,8	78,0	+1,2	14,2	14,2	0,0
habitat						
région parisienne	62,1	68,9	+6,8	22,6	22,6	0,0
autres régions	60,0	66,7	+6,7	77,4	77,4	0,0
ensemble	60,5	67,2	+6,7	100,0	100,0	-

¹ Internauteurs utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).

Source : CNC - Harris Interactive.

L'usage de la télévision de rattrapage s'intensifie : la part des utilisateurs intensifs (qui regardent des programmes au moins une fois par jour) et assidus (au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour) est en hausse alors que la proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) et occasionnels (moins d'une fois par mois) est en recul. En 2012, 41,9 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 37,5 % en 2011. La part des utilisateurs quotidiens demeure faible mais elle progresse (+1,9 point à 7,9 % en 2012). Les 15-24 ans représentent près de la moitié des consommateurs quotidiens de TVR (44,8 %). 34,0 % du public qui utilise les services de TVR sont des assidus (+2,5 points par rapport à 2011), 28,5 % des réguliers (-1,2 point) et 29,6 % des occasionnels (-3,2 points).

Habitudes du public de la TVR¹ (%)



¹ Internaute utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).

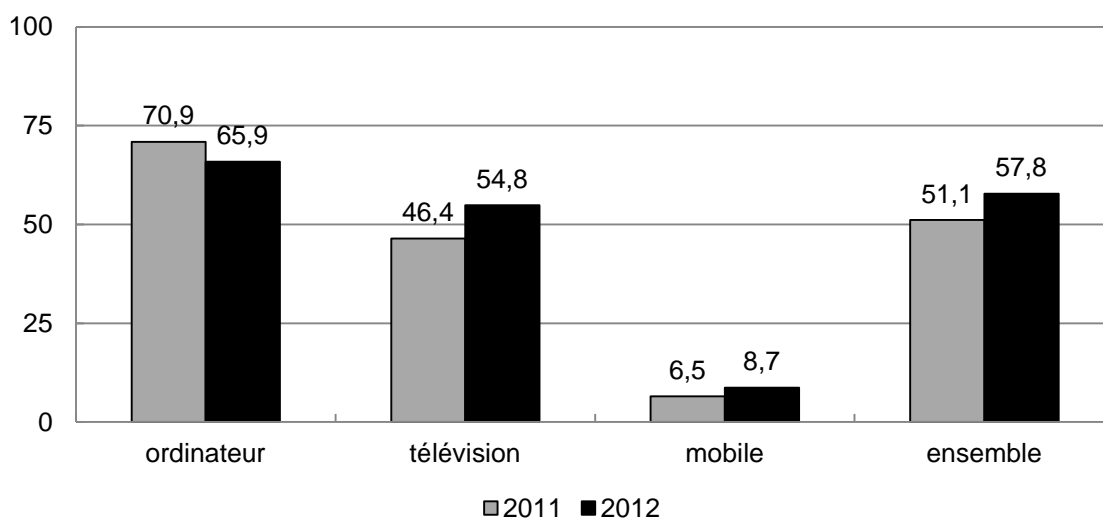
Utilisateur intensif : au moins une fois par jour ; assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour ; régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine ; occasionnel : moins souvent.

Source : CNC - Harris Interactive.

B. Progression de l'usage de l'écran de télévision et recul de l'ordinateur

En 2012, 57,8 % des internautes déclarent avoir regardé des programmes en télévision de rattrapage dans les 30 jours précédant le sondage (51,1 % en 2011). L'ordinateur est le support utilisé par le plus grand nombre de consommateurs pour regarder des programmes en TVR mais son usage est en baisse (-5,0 points à 65,9 %). Au contraire, l'écran de télévision et les appareils mobiles (téléphone, tablette, etc.) sont davantage utilisés. En 2012, 54,8 % du public regarde des programmes en rattrapage sur un écran de télévision (+8,4 points par rapport à 2011) et 8,7 % sur un appareil mobile (+2,2 points). Les 15-24 ans composent 39,4 % du public de la TVR sur mobile.

Pénétration de la TVR selon le support¹ (%)



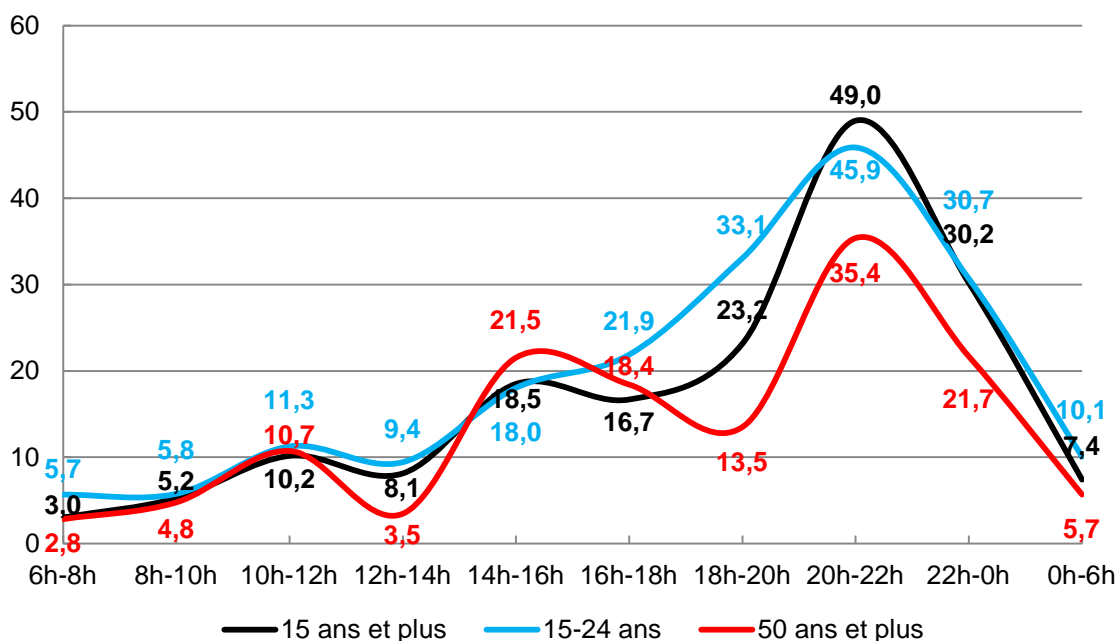
¹ Internaute utilisateurs 30 derniers jours (15 ans et plus).

Source : CNC - Harris Interactive.

C. Les heures de grande écoute se situent entre 18 heures et minuit

La pénétration de la télévision de rattrapage selon l'horaire présente des similitudes avec la courbe d'audience de la télévision en direct. Les heures de grande écoute de la TVR se situent entre 18 heures et minuit. En 2012, 49,0 % du public déclare en effet avoir regardé des programmes en TVR entre 20 heures et 22 heures, 30,2 % entre 22 heures et minuit et 23,2 % entre 18 heures et 20 heures. En revanche, le pic d'audience de la télévision à la mi-journée est décalé sur la tranche 14 heures - 16 heures (18,5 %) en TVR. La pénétration de la TVR selon l'horaire n'évolue pas significativement par rapport à 2011.

Pénétration de la TVR selon l'horaire en 2012¹ (%)



¹ Internauteurs utilisateurs 30 derniers jours (15 ans et plus).

Source : CNC - Harris Interactive.

IV. Le chiffre d'affaires

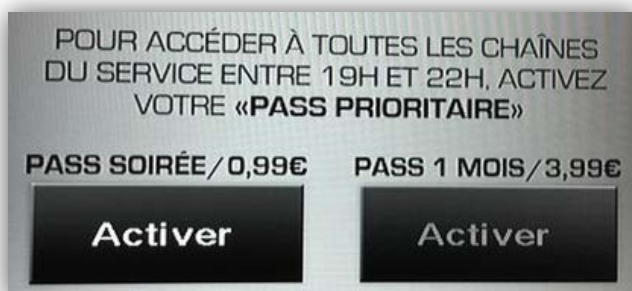
L'accès aux services de télévision de rattrapage est généralement gratuit pour le public en ce qui concerne les chaînes nationales et inclus dans l'abonnement (sans supplément) pour les chaînes payantes.

Les services gratuits de TVR enregistrent essentiellement deux types de revenus :

- des recettes de publicité, insérée dans les vidéos (avant le programme et/ou en cours de programme) et sur les portails des services.
- des rémunérations des distributeurs (Orange, Free, etc.) qui mettent à disposition du public ces services.

Une troisième source de revenus peut être identifiée : l'accès payant pour le public. Free a ainsi mis en place en 2010 un « pass prioritaire » optionnel (à 0,99 €/soirée ou 3,99 €/mois), proposé plus régulièrement aux téléspectateurs en 2012, pour s'assurer de l'accès à toutes les chaînes du service Freebox TV Replay entre 19 heures et 22 heures.

Pass prioritaire du service de télévision de rattrapage sur Freebox



Source : Free.

En 2012, le chiffre d'affaires publicitaire de la télévision de rattrapage est estimé à 45 M€, contre 30 M€ en 2011. En 2012, 29 % des annonceurs à la télévision ont effectué une campagne vidéo sur les sites de TVR selon le SNPTV et Kantar Media.

les études du CNC
l'économie de la télévision de rattrapage en 2012

**une publication du Centre national
du cinéma et de l'image animée**
12 rue de Lübeck
75784 Paris Cedex 16
www.cnc.fr

**direction des études, des statistiques
et de la prospective**
3 rue Boissière 75784 Paris Cedex 16
tél. 01 44 34 38 26
fax: 01 44 34 34 55

édité par la direction de la communication

conception graphique couverture
Anaïs Lancrenon & Julien Lelièvre

impression
Stipa

mars 2013

