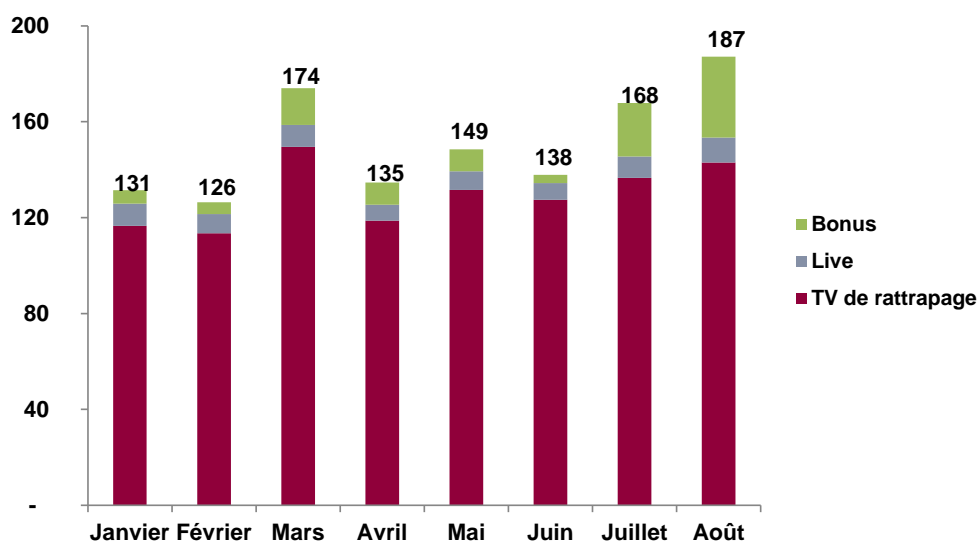


TV en ligne : nouveau record, avec près de 200 M de programmes consommés en août

Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil et TF1 Publicité Digital publient en partenariat avec le CNC les résultats du Baromètre de la TV en ligne du mois d'août 2011.

La consommation de TV en ligne atteint un nouveau record en août 2011 avec **187M de programmes** consommés. Sur 8 mois (janvier-août 2011), le nombre de programmes consultés en ligne sur les sites des chaînes de télévision françaises¹ est en augmentation de 42%, signe que ce mode de consommation **s'intègre rapidement dans les usages**.

Consommations totales mensuelles de télévision en ligne (M de programmes)



Sources : Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil, TF1 Publicité Digital
Périmètre : Canal+, ITélé // 1ère, France2, France3, France4, France5, France Ô // M6, W9, Paris Première, Teva // TF1, LCI
Outils utilisés : Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et données opérateurs

La TV en ligne s'affirme comme **la télévision du contexte et de la disponibilité, Ma TV où je veux et quand je veux !** :

Si la consommation sur TV continue de progresser en valeur absolue, **le poids des écrans mobiles a atteint un niveau record en août**, avec 7% des consommations totales, reflet de la complémentarité des écrans (TV en période scolaire, mobile/PC en vacances).

Enfin, la **TV de rattrapage reflète...l'actualité de la télévision** : avec 45% des consommations totales, le segment Divertissement s'inscrit au plus haut en août. Programmation estivale oblige, le divertissement est à l'honneur et les grandes marques du genre figurent en bonne place dans le TOP10 de chacune des chaînes participant au Baromètre.

Retrouvez l'ensemble des résultats détaillés sur les sites du CNC, des Régies et sur www.npaconseil.com.

¹ Périmètre : Canal+, ITélé // 1ère, France2, France3, France4, France5, France Ô // M6, W9, Paris Première, Teva // TF1, LCI



Méthodologie du Baromètre TV en ligne Canal+-France Télévisions-M6-NPA Conseil-TF1-GfK Retail & Technology

La mise en place de cet outil unique en son genre est rendue possible par la collaboration des principales régies publicitaires audiovisuelles françaises d'une part et leur association avec NPA Conseil et GfK d'autre part.

Les données « global marché » publiées par NPA Conseil et GfK sont issues des données de consommation individuelles transmises par les Régies, dénombrées au travers de leurs outils propres², et compilées au sein d'une base de référence unique.

La mise en place de ce Baromètre vient compléter la panoplie d'outils de suivi du marché des contenus numériques et dématérialisés proposés par NPA Conseil, GfK et leurs partenaires depuis 2007. GfK et NPA Conseil publient en effet chaque mois depuis 4 ans le « Baromètre VoD » qui constitue l'instrument de mesure incontournable de la consommation de Vidéo à la Demande payante en France.

A propos de CANAL+ Régie

CANAL+REGIE commercialise les espaces publicitaires TV, Web et Mobile des chaînes du GROUPE CANAL+. Sur tous ces médias, CANAL+REGIE développe une stratégie d'innovation tournée vers la mise en valeur qualitative de son offre premium et la maximisation de l'attention portée à la publicité de ses clients (ciblage, émergence, visibilité, garantie d'exposition publicitaire)..

A propos de France Télévisions Publicité

France Télévisions Publicité assure la commercialisation des chaînes de service public et d'un large portefeuille de médias indépendants. Pionnière en matière de gestion des flux numériques, France Télévisions Publicité s'est très vite positionnée, grâce à une architecture technologique innovante, comme la régie de tous les écrans. Disposant de marques médias leaders rassemblant des publics à haut pouvoir d'achat, France Télévisions Publicité propose une offre globale et premium et s'affirme ainsi comme la Marque des Marques.

A propos de M6 Publicité Digital

M6 Publicité Digital est la régie publicitaire des sites Internet et nouveaux médias de M6 Web, filiale du Groupe M6. Avec un réseau de plus de 20 sites, son offre multi-écrans (PC, IPTV, Mobile, Tablette) s'articule autour de contenus média aux marques fortes (M6 Replay, W9 Replay, Clubic.com, Deco.fr, M6.fr, Jeuxvideo.fr, Turbo.fr,...) et touche plus de 12 millions de visiteurs uniques mensuels, soit une couverture de plus de 30% des internautes français.

Source : Médiamétrie / NetRatings, tous lieux, janvier 2011, 12 933 000 visiteurs uniques

A propos de TF1 Publicité Digital

La stratégie de TF1 Publicité Digital est de s'adapter à la nouvelle donne de la consommation média : multiplication des écrans et délinéarisation des contenus et d'orchestrer la diffusion des contenus du groupe sur l'ensemble des supports digitaux, en jouant sur leur complémentarité

Elle s'appuie sur trois piliers :

- des MARQUES : une offre de marques premium pour adresser les principales cibles média
- des ÉCRANS : une présence sur les 4 écrans des médias digitaux, Internet, Mobile, Tablette et IPTV
- de l'ADVERTAINMENT : une offre publicitaire multiple pour vos communications marques / institutionnelles / produits

² Outils utilisés : Médiamétrie eStat, Comscore Digital Analytics, Omniture, données opérateurs



A propos du Groupe GfK

Le groupe GfK offre les connaissances indispensables à l'industrie, aux distributeurs, aux sociétés de services et aux médias dans leur prise de décisions sur les marchés. Le groupe propose une gamme complète de services liés à l'information et au conseil par ses trois secteurs d'activité que sont Custom Research, Retail and Technology et Media. Le N°4 mondial des sociétés d'études de marché est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 10 000 collaborateurs. En 2009, le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,16 Milliard d'Euros. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.gfk.com. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/gfk_group.

A propos de NPA Conseil

Fondé en 2001, NPA Conseil est un cabinet de conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des médias et des nouveaux services numériques, et plus spécialement des « Nouveaux Paysages Audiovisuels » (TNT, TV sur ADSL, VoD-PVR, TV Mobile, TVHD...). Au cœur de la convergence médias et télécoms, NPA Conseil s'attache à accompagner l'ensemble des acteurs dans le passage au numérique tout particulièrement concernant : le développement de nouveaux réseaux et nouveaux services liés au numérique (VoD, TVHD, TV Mobile...), l'évolution des contenus et leur impact sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Contacts presse

CANAL+REGIE : Virginie Dremeaux - 01 71 35 38 34 / virginie.dremeaux@canal-plus.com

France Télévisions Publicité : Véronique Viviano-Saussine - 01 56 22 64 23 / veronique.viviano@ftv-publicite.fr

M6 Web : Florence Magnier le Bars - 01 41 92 28 66 / fmagnier@m6.fr

TF1 Publicité Digital : Arielle Renouf - 01 41 41 32 46 / arf@tf1.fr

GfK : Raphaël Couderc - 01 47 14 21 78 / raphael.couderc@gfk.com

Fleishman-Hillard : Violaine Djen-Louandre & Constance Poupard - 01 47 42 48 15 / constance.poupard@fleishmaneuropa.com ; violaine.louandre@fleishmaneuropa.com

NPA Conseil : Matthieu Amelin & Lydiane Le Roy 01 74 71 43 80 / mamelin@npaconseil.com ; lroy@npaconseil.com