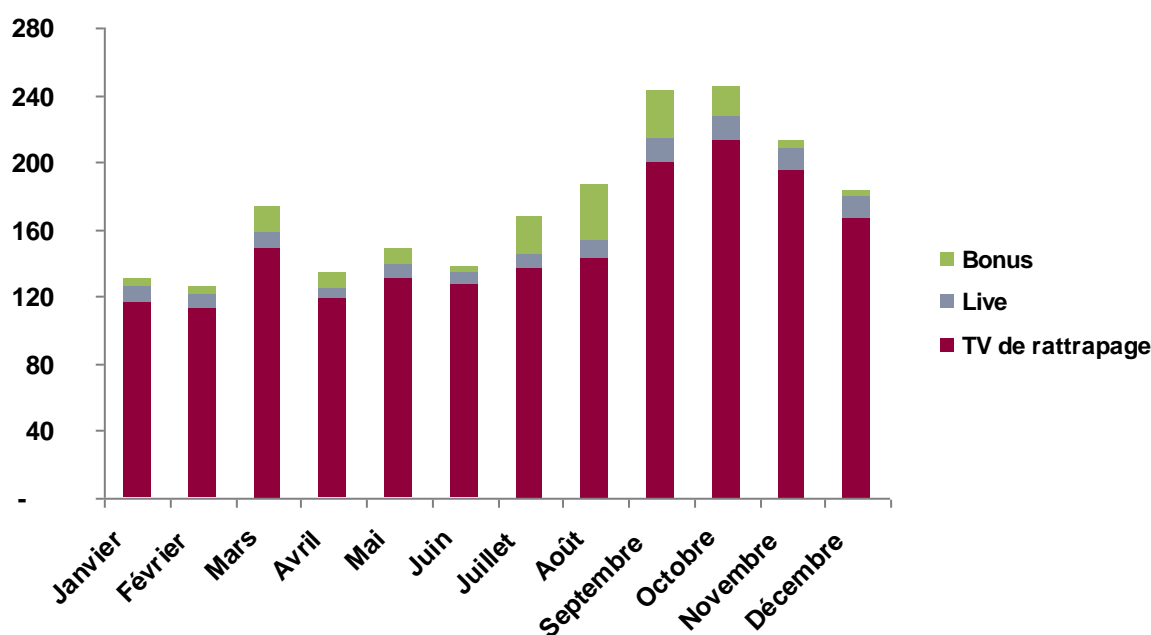


**TV en ligne :****Plus de 2 milliards de programmes premium en ligne consommés en 2011**

*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 de l'année 2011.*

Plus de 2 milliards de programmes premium en ligne ont été consommés sur l'année 2011. Cette consommation augmente tout au long de l'année avec 184 millions de programmes consommés au mois de décembre contre 130 millions au mois de janvier.

**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 rentrée des chaînes est aussi la rentrée de la TV de rattrapage** avec un pic de consommation aux mois de **septembre et d'octobre** et **plus de 243 millions de programmes consommés**. Des programmes forts tels que Bref (Canal+), Secret Story (TF1), Desperate Housewife (M6) et Plus Belle la vie (France Televisions) culminent en tête des visionnages.

**Le divertissement** reste le genre le plus prisé représentant **un tiers de la consommation totale** (34.4%) talonné par la fiction (27.1%).

Le succès des ventes de tablettes et de Smartphones influe directement sur la tv en ligne avec **une utilisation sur ces terminaux qui a plus que triplé entre janvier et décembre 2011** passant de 6 à 19 millions de programmes consommés.

Retrouvez l'ensemble des résultats détaillés sur les sites du CNC, des Régies et sur [www.npaconseil.com](http://www.npaconseil.com).

## **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 propres<sup>1</sup>, 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

<sup>2</sup> Outils utilisés : Médiamétrie eStat, Comscore Digital Analytics, Omniture, données opérateurs



### **A propos du Groupe GfK**

GfK est l'un des instituts de recherches les plus importants au monde. 11 000 experts GfK travaillent sur une nouvelle compréhension de la façon dont les gens vivent, pensent et achètent au quotidien, sur plus de 100 marchés. GfK innove constamment pour utiliser les technologies les plus récentes et les méthodologies les plus intelligentes pour offrir à ses clients la meilleure connaissance des personnes les plus importantes au monde : leurs clients. En 2010, GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,29 milliards d'euros. Pour en savoir plus, visitez le site Internet <http://www.gfk.com>

### **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](mailto:virginie.dremeaux@canal-plus.com)

**France Télévisions Publicité** : Véronique Viviano-Saussine - 01 56 22 64 23 / [veronique.viviano@ftv-publicite.fr](mailto:veronique.viviano@ftv-publicite.fr)

**M6 Web** : Florence Magnier le Bars - 01 41 92 28 66 / [fmagnier@m6.fr](mailto:fmagnier@m6.fr)

**TF1 Publicité Digital** : Arielle Renouf - 01 41 41 32 46 / [arf@tf1.fr](mailto:arf@tf1.fr)

### **Fleishman-Hillard**

Violaine Louandre 01 47 42 48 15 / [violaine.louandre@fleishmaneuropa.com](mailto:violaine.louandre@fleishmaneuropa.com)

YingYing Khong 01 47 42 48 11 / [yingying/khong@fleishmaneuropa.com](mailto:yingying/khong@fleishmaneuropa.com)

### **GfK**

Raphaël Couderc 01 47 14 21 78 / [raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

**NPA Conseil** : Lydiane Le Roy & Matthieu Amelin 01 41 31 99 26 / 01 74 71 43 80  
[mamelin@npaconseil.com](mailto:mamelin@npaconseil.com) ; [lroy@npaconseil.com](mailto:lroy@npaconseil.com)