

BILAN d'AUDIENGE DES CHAINES GRATUITES Décryptage de la saison 2016/2017 Réussites, échecs, stratégies de programmation



En introduction à la saison 2017-2018, NPA propose un bilan d'audience de la saison 2016-2017 des chaînes gratuites de la TNT

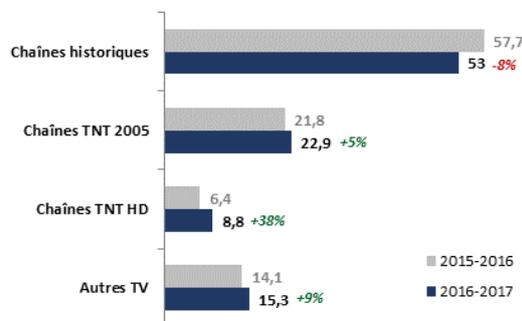
- L'étude détaille en premier lieu l'évolution générale des différents agrégats de la télévision gratuite : évolution des parts d'audience par chaîne, par cible, évolution de la durée d'écoute individuelle, mais aussi place de la **TV de rattrapage** dans l'audience des programmes. Pour la première fois, l'étude s'intéressera à l'impact de la **consommation 4 écrans**.
- Une attention particulière sera portée à la cible des **Millennials**, courtisée par tous les médias.
- L'analyse des audiences se décline dans un deuxième temps sous forme de fiches chaînes et s'attachera aux **performances** : quelles ont été les cases fortes et les cases faibles ? Comment se sont installées les nouveautés ? Quelles ont été les stratégies de programmation gagnantes ?
- Dans cette nouvelle édition, l'analyse s'enrichira également d'une **prospective éditoriale** touchant à tous les genres.

Le Bilan d'audience 2016-2017 est un document de synthèse conçu comme un outil de pilotage pour les producteurs et les diffuseurs de contenus. Il s'adresse également aux régies et aux agences médias.

1^{ers} résultats de l'étude

+38% de PdA pour les chaînes TNT HD au détriment des chaînes historiques qui pour la première fois enregistrent un recul de 8% sur le PdA de 4+.

Tous les détails dans le bilan d'audience.



Méthodologie : L'ensemble des audiences citées dans le dossier sont tirées des outils MMW et Restit de Médiamétrie et sont calculées en mode consolidé, soit la somme de l'audience du jour J et de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme.

Médiamétrie communique désormais les audiences 4 écrans par chaîne. En plus des données sur téléviseur, la nouvelle mesure intègre le visionnage des programmes sur ordinateurs, tablettes et smartphones sur une base d'individus 0+, en Live et en Catch-up. Cet enrichissement concerne à ce jour TF1, TMC, NT1, HD1, France 2, France 3, France 5, France 4, France Ô, M6, W9, 6ter, Arte et Gulli.

La période d'analyse des audiences va du **29 août 2016 au 28 mai 2017**. Elle est comparée à la période septembre 2015 – mai 2016.

Périmètre de l'étude : les chaînes historiques, les TNT 1^{ère} génération et les TNT HD, à l'exception de L'Equipe 21, LCP-AN/Public Sénat et des chaînes d'information.

Livraison : 30 juin 2017 sous version électronique

Prix : 1 500 € HT ramené à 1 200 € HT pour toute commande passée avant le 30 juin

Contact : Chantal Giner-Dufour - cginerdufour@npaconseil.com – 01 41 31 99 22 – 06 63 01 59 7