

# Nouveaux écrans, nouveaux publics pour la télé

**Étude** En 2016, le replay, mesuré aussi par Médiamétrie, gagne du terrain.

L'institut Médiamétrie, qui scrute les audiences de la télévision en France, fait évoluer ses outils en permanence, pour coller au plus près de la réalité des modes de consommation. En janvier 2016, les analystes ont intégré à leurs mesures (le Médiamat) les résultats d'audience en replay pour chaque programme sur quatre écrans

(TV, tablette, ordinateur, smartphone).

En novembre 2016, ils ont même livré leurs premiers résultats de la mesure TV 4 écrans par groupe Médias : TF1/Arte/France Télévisions/M6. Ils notent que le replay se généralise avec 4,6 millions de téléspectateurs au quotidien, tous écrans confondus. "Nous avons inventé un nouveau mode de mesure de l'audience, le jour de vision, qui permet de mesurer les usages sur un jour donné", expliquait mercredi en confé-

rence de presse Julien Rosanvallon, le directeur des départements Télévision et Internet chez Médiamétrie.

Cette nouvelle mesure, qui englobe le direct, le différé et le replay, s'ajoute à une mesure plus classique des audiences en direct sur 7 jours. "Médiamétrie se situe dans une position unique au monde. Généralement, les mesureurs se concentrent soit sur la télé, soit sur le web", souligne Julien Rosanvallon.

## Baisse du live

Ces nouveaux usages n'ont pas nui à la consommation de télévision. Au contraire. Si la durée d'écoute en direct a baissé de 3 minutes en moyenne, la durée d'écoute en différé, replay et sur les nouveaux écrans a augmenté de 5 minutes, compensant largement cette baisse.

En outre, grâce aux écrans Internet, les chaînes peuvent atteindre de nouveaux téléspectateurs : ceux qui ne sont pas équipés en téléviseur,

et les jeunes. Ils sont 26,2 % parmi les 15-24 ans à regarder des programmes en live ou en replay par le biais des smartphones, tablettes et ordinateurs.

Plus globalement, les Français passent en moyenne 3h52 à regarder des programmes TV. Le live reste le cœur de la pratique, mais le poids du délinéaire et des

écrans Internet s'intensifie, représentant 8% de la durée d'écoute quotidienne, soit près de 19 minutes. Précisons que les programmes télé représentent 93 % de la consommation vidéo sur tous les écrans.

## La fiction séduit en replay

Si les téléspectateurs regardent de plus en plus la télé sur les écrans Internet, on remarque que certains types de programmes, comme la fiction ou le cinéma, se prêtent davan-

tage au replay. La fiction constitue près

de la moitié du temps consacré par les téléspectateurs aux programmes regardés en différé enregistré ou en replay (45 %).

A l'inverse, le sport est plus puissant sur le live, en particulier de gros événements rassembleurs comme l'Euro et les Jeux olympiques de Rio, suivis en direct par 99,5 % des téléspectateurs. Quant à l'information, dont la consommation a été stimulée par l'arrivée de deux nouvelles chaînes gratuites sur la TNT (LCI et Franceinfo), elle se consomme surtout à chaud, sur le téléviseur et sur les autres écrans.

Caroline Gourdin, à Paris

# 4,6

## MILLIONS

Le nombre de téléspectateurs au quotidien pour les programmes en replay a été multiplié par trois en trois ans.