

## L'année TV 2018 : 1 média, 4 écrans

**« En 2018 plus que jamais, les 4 écrans - téléviseur, ordinateur, smartphone et tablette - ont participé au développement du média et à l'expérience télévisuelle. Ils rassemblent chaque jour plus de 44 millions de téléspectateurs ».**

C'est ainsi que Julien Rosanvallon, Directeur Exécutif Télévision et Internet de Médiamétrie a ouvert la conférence annuelle L'année TV 2018.

**« En 2017, nous notions déjà une convergence accrue des usages TV, internet et vidéo. Toujours en croissance, ces usages s'additionnent et se complètent. Mais la force du téléviseur ne se dément pas, il reste l'écran roi pour les téléspectateurs portés par une année 2018 de sport et d'actualité »**, a-t-il ajouté.

### Des contenus qui se regardent à la carte et sur tous les écrans

En 2018, l'expérience audiovisuelle continue de se transformer et s'enrichit. Les nouveaux usages de la TV - le replay et le visionnage de programmes sur les écrans Internet - poursuivent leur progression. Chaque jour en 2018, plus de **7,2 millions de Français** ont regardé des programmes TV en replay pendant plus d'**une heure** chacun (1h03mn). Un usage en croissance de **26%** en deux ans, favorisé par la montée en puissance de la réception TV par fibre et ADSL.

Les écrans internet contribuent aussi à cette évolution de l'audience TV avec aujourd'hui **40%** de foyers équipés des 4 écrans (téléviseur, smartphone, ordinateur et tablette). Aussi, en 2018, **4,5 millions** de Français ont regardé quotidiennement des programmes TV sur leur ordinateur, leur tablette ou leur smartphone pendant **1h16mn** chacun. Un usage en croissance de près de **30%** en deux ans.

Ces nouveaux modes de consommation des programmes TV bénéficient particulièrement aux fictions qui voient leurs audiences se renforcer grâce au replay et aux écrans internet. Ce genre dont les Français sont adeptes représente **50%** de la consommation en replay tous écrans et **1/3** de la consommation de programmes sur internet. Preview, replay et écrans internet pèsent même pour plus des **2/3** dans l'audience de certaines séries.

Enfin la SVoD, nouvelle composante du paysage audiovisuel, s'invite de plus en plus dans les foyers et séduit chaque jour **4,6 millions** de Français.

### Près de 4 heures de télévision chaque jour

Au quotidien, les Français regardent des programmes TV pendant **3 heures et 46 minutes**, tous écrans et tous lieux confondus.

A la faveur d'une année exceptionnelle et riche en événements sportifs et d'actualité, le téléviseur joue un rôle clé dans la robustesse du média. Il s'octroie **3 heures et 36 minutes** du temps d'écoute quotidien des Français. Un chiffre en recul de **6 minutes** en un an, mais en augmentation de **12 minutes** sur 10 ans.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année TV 2018 : 1 média, 4 écrans

Média « météo sensible » par excellence, la TV a notamment été affectée par des températures records. 2018 a été l'année la plus chaude depuis 1900, avec un été dont de nombreux Français ont profité plus longtemps, retardant leur retour de vacances. Cette baisse de la durée d'écoute sur le téléviseur en 2018 s'explique aussi en partie par le développement de la SVoD et par le piratage sportif, phénomène émergent en concurrence avec les diffusions traditionnelles.

Mais la TV continue d'être fortement ancrée dans le quotidien des Français : **60%** d'entre eux la regardent au moins **4 soirs** par semaine. Et ils ne sont pas moins nombreux qu'avant : quand le fameux pic d'audience touchait **24,1 millions** de Français en 2008, il rassemble toujours aujourd'hui **23,9 millions** de téléspectateurs à 21h29.

2018, c'est bien entendu l'année de la Coupe du Monde de football. Elle occupe à elle seule les **22** premières places du **Top 50** des programmes de l'année. La Coupe du Monde a par ailleurs favorisé le rééquipement des foyers en TV high-tech : au 2<sup>ème</sup> trimestre 2018, à la veille de l'évènement sportif planétaire, **95%** des équipés TV avaient un téléviseur HD et **66%** possédaient une TV connectée. C'est **3,1 points** de plus qu'un an auparavant. Le téléviseur reste ainsi l'équipement média le plus présent dans les foyers français.

Enfin, les « Gilets jaunes » ont eux aussi porté l'audience des chaînes en mobilisant **151 heures** de programmes entre le 6 novembre et la fin de l'année.

Au global, même si le paysage audiovisuel évolue, le média TV reste incontournable et pèse près de **90%** dans le temps vidéo des Français en 2018. **« Nous mesurons déjà les contenus TV de manière exhaustive, mais dès 2020 nous pourrons en donner les audiences quotidiennes sur tous les écrans et en tous lieux »**, conclut Julien Rosanvallon.

## A propos de Médiamétrie

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.*

[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

### Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

[ilellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediametrie.fr)

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

[jdestribats@mediametrie.fr](mailto:jdestribats@mediametrie.fr)