



L'Année TV 2021 :

Télévision : média singulier, écran pluriel

Que reste-t-il de 2020, cette année « exceptionnelle » pendant laquelle le média Télévision s'est imposé, incontournable, pour accompagner les Français tout au long de la crise sanitaire et au-delà ?

Un premier constat s'impose : dans une offre vidéo croissante et diversifiée, le spectateur est de plus en plus acteur de ses choix et de sa consommation. Et la télévision reste le média privilégié des Français pour regarder des contenus.

Isabelle Maurice, Directrice Etudes, Veille et Prospective de Médiamétrie : « **En 2021, les Français ont passé 3h41 minutes par jour devant des programmes de télévision, soit 1 minute de plus qu'en 2019. Un retour à une certaine 'normalité', en somme.** »

« **Le temps d'utilisation de l'écran de télévision à quant à lui augmenté de 10% par rapport à 2019**, ajoute Laurence Deléchart, Directrice TV & Cross Médias de Médiamétrie, **signe que le téléviseur constitue aussi une porte d'entrée vers des usages complémentaires. Dans ce contexte, pourtant, les programmes TV concentrent 81% du temps passé devant l'écran TV !** »

► L'après 2020

La durée d'écoute de la télévision affiche une stabilité par rapport à 2019, après une année 2020 exceptionnellement haute.

Cette stabilité recouvre deux réalités. En 2021, les téléspectateurs ont été plus nombreux chaque jour : **44,5 millions** en moyenne. Ils sont en revanche restés moins longtemps devant le petit écran.

Si la durée d'écoute des 15-24 ans reste stable, la durée d'écoute des plus petits (4-14 ans) est en retrait de **18** minutes quotidiennes (vs 2019). Les CSP+, revenus au petit écran en 2020, continuent de renouer avec le média en 2021 : leur durée d'écoute quotidienne enregistre une croissance de **10%** vs 2019 à **2h56**.

Côté programmes, l'information consolide sa place de choix et affiche une progression de **18%** versus 2019 en temps passé. Le rendez-vous pris par les Français avec les Journaux télévisés en 2020 perdure en 2021, puisque **20,7 millions** d'entre eux regardent chaque jour un 20H en 2021, versus **17,5 millions** en 2019. Les chaînes d'information en continu bénéficient elles aussi des habitudes prises en 2020 pour des besoins évidents d'information en temps de crise sanitaire avec ses vagues successives. Elles rassemblent chaque jour **16,6 millions** de téléspectateurs en 2021, contre **12,4 millions** en 2019.

La TV : un média singulier

Un média qui rassemble : une allocution du Président de la République en pleine crise sanitaire ? « **Seule la télévision rassemble près d'1 Français sur 2 le temps d'un discours** » note Laurence Deléchapt. **31,4 millions** de téléspectateurs ont en effet écouté Emmanuel Macron le 31 mars 2021 (Extension du couvre-feu à tous les départements + modification du calendrier des vacances scolaires).

Un média qui s'adapte : pour décrypter les programmes des candidats, les chaînes de télévision adaptent leur programmation en période pré-électorale. Les chaînes info participent elles aussi à l'éclairage citoyen et investissent un créneau centré sur les débats : **9,7 millions** de Français ont vu au moins un instant du débat Mélenchon-Zemmour diffusé sur BFM TV le 23 septembre dernier.

Un média réactif, notamment quand il s'agit de rendre hommage aux célébrités disparues. **33,5 millions** de Français ont regardé un film ou une émission consacrés à Jean-Paul Belmondo, les jours suivants sa disparition.

Enfin, un média inspiré, qui s'empare de sujets de société, comme la prostitution adolescente (*Fugueuse* sur TF1) ou encore le milieu carcéral (*Le bruit des trousseaux* sur France 2), pour proposer des fictions, souvent suivies de débats qui accompagnent le téléspectateur dans sa compréhension du sujet.

Un été de sport, un été record

Privés de sport en 2020, les téléspectateurs ont renoué avec le genre en 2021. L'offre de programmes sportifs fait un bond considérable (**+34%** versus 2019), le temps passé devant ces programmes explose (**+65%** vs 2019).

L'Euro 2020 (diffusé en 2021), les JO de Tokyo et le Tour de France ont ainsi battu leurs records de téléspectateurs. Notamment grâce à la prise en compte de l'audience réalisée en dehors du domicile. Avec **54,2 millions** de téléspectateurs en cumulé, l'Euro 2020 affiche à la fois un record pour un Euro de football et un record d'audience hors domicile avec **2,6 millions** de téléspectateurs pour la finale Italie-Angleterre. Un record porté par les 15-24 ans puisque près de la moitié (**46%**) d'entre eux l'ont regardée en dehors de leur domicile.

Ainsi grâce au sport, l'été 2021 enregistre une durée d'écoute TV record, avec **3h25** en moyenne quotidienne sur juillet-août.

En 2021, l'Access et le Prime s'affirment

Cette année plus encore que les précédentes, la durée d'écoute de la télévision est portée par l'Access (18h30-21h) et le Prime (21h-23h). « **Carrefour d'audience incontournable, les deux tranches horaires captent près de la moitié (46% versus 44% en 2019) de l'audience quotidienne du média** », déclare Isabelle Maurice. D'année en année, le pic d'audience se confirme en soirée avec **24,1 millions** de téléspectateurs à 21h29 en 2021. C'est **1,1 million** de plus qu'en 2019 (à 21h29).

Quelques performances... Les 8 épisodes de la série franco-belge *HPI (Haut potentiel intellectuel)* ont réuni **11,9 millions** de téléspectateurs en moyenne. Soit **9 millions** en live auxquels s'ajoutent **2,9 millions** d'adeptes qui ont regardé la série en replay. Côté films, *Le sens de la fête*, avec Jean-Pierre Bacri, disparu le 18 janvier, s'est imposé (meilleur score pour un film en 2021) en rassemblant **7,5 millions** de téléspectateurs en moyenne le 24 janvier 2021.

« **Au-delà de ce carrefour d'audience, l'Access et le Prime constituent également un carrefour d'usages de l'écran TV** », commente Isabelle Maurice.

Le Téléviseur, porte d'entrée vers d'autres usages

« **Jeux vidéo, films et photos personnelles, VoD/SVoD, DVD, guide des programmes, plateformes vidéos, applications Smart TV... Chaque jour, les Français passent 50 minutes de plus sur leur écran TV pour des usages complémentaires, dont 39% en Access et en Prime soit 1 point de plus qu'en 2019** », précise Laurence Deléchapt .

En moyenne chaque jour, **8,7 millions** de Français de 15 ans et + regardent un programme de SVoD. Parmi les programmes consommés, **72%** le sont sur l'écran TV. C'est **3** points de plus qu'en 2020. Et c'est encore plus vrai pour les séries phénomènes comme *Lupin* (**77%** des visionnage sur l'écran TV) ou encore *Squid Game* (**78%**).

Boostés par les confinements de 2020, les jeux vidéo séduisent de plus en plus de joueurs récurrents : la discipline compte **55%** d'« assidus » (tous les jours ou presque ou plusieurs fois par jour). Et là encore, **61%** des *gamers* de 15 à 24 ans utilisent l'écran TV pour s'adonner à leur pratique.

Enfin, les TV connectées permettent elles aussi de nombreux usages complémentaires, comme regarder d'autres contenus vidéos (**39%** des usages pratiqués par les utilisateurs assidus* à partir d'une TV connectée), écouter la radio ou des podcasts et plus simplement surfer sur internet.

Ces usages complémentaires, souvent permis par internet, occupent une part grandissante du temps passé devant l'écran TV. Dans le même temps, la télévision investit elle aussi chaque année un peu plus les écrans internet. En effet, chaque jour, **3,7 millions** de personnes regardent un programme TV sur les écrans digitaux (ordinateur, mobile, tablette). Et la moitié d'entre elles ont moins de 25 ans.

* tous les jours ou presque

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année TV 2021 – Télévision : média singulier, écran pluriel

A propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines. Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 1 000 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international.

En 2020, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de près de 100 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

LinkedIn : Médiamétrie

Contacts Presse :

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr

Stéphanie Haoun

Tél : 01 71 09 93 18

shaoun@mediametrie.fr