



L'Année TV 2023

La TV, plateforme des plateformes

#AnnéeTV2023

Laurence Deléchant – Directrice TV & Cross Médias
Isabelle Maurice – Directrice Études, Veille et Prospective



Les **usages** évoluent, la **mesure** aussi





En 2023, la
**consommation
TV** mesurée par
Médiamétrie,
c'était :

PÉRIMÈTRE

Écrans TV



Écrans Internet



ÉQUIPÉS TV

90% des foyers
français

DOMICILE

HORS DOMICILE



RÉSULTATS 2023

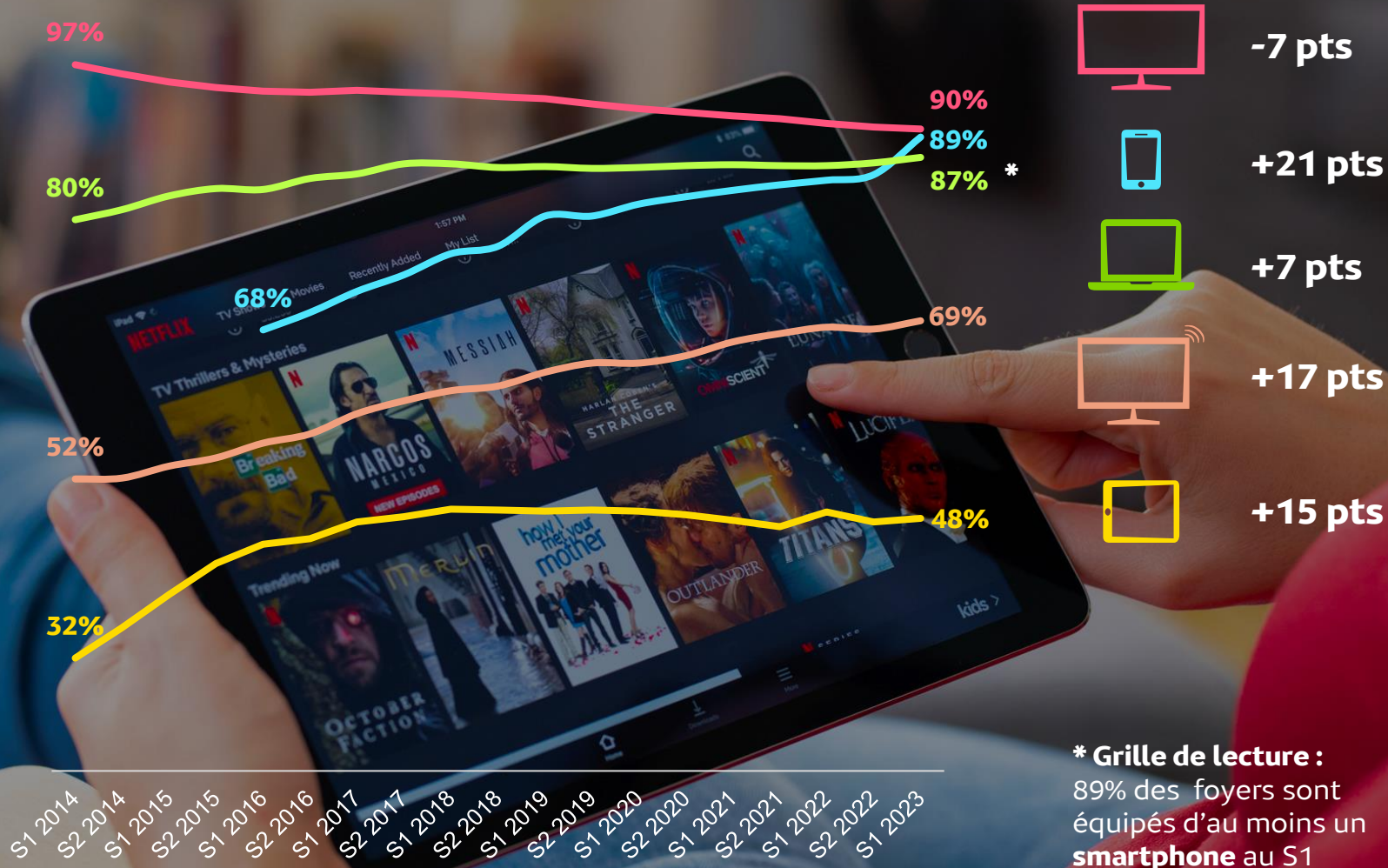
Durée
d'écoute
3h19
-7min
vs 2022

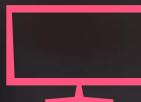


Couverture
quotidienne
43M
- 300 000
vs 2022



En 10 ans, une évolution de l'équipement, une révolution des usages...

ÉQUIPEMENTS DANS LES FOYERS FRANÇAIS



-  -7 pts
-  +21 pts
-  +7 pts
-  +17 pts
-  +15 pts

*** Grille de lecture :**
89% des foyers sont équipés d'au moins un **smartphone** au S1 2023.



En 2024, le **Médiamat** c'est **100%** des foyers et **100%** des écrans mesurés










PÉRIMÈTRE

ÉQUIPÉS TV

90% des foyers français

NON-ÉQUIPÉS TV

10% des foyers français

	DOMICILE	HORS DOMICILE	DOMICILE	HORS DOMICILE
Écrans TV 				
Écrans Internet 				

100%
des foyers français
mesurés

soit
62,4M
de Français
+5,1M
vs 2023

100%
des écrans
mesurés



Qui sont les non-équipés TV ?



NON-ÉQUIPÉS TV

10%
des foyers

9%
des individus

+ JEUNES

73% de -50 ans
vs 51% pour les
équipés TV

+ « SOLOS »

37% d'individus vivant seuls
vs 18% pour les équipés TV

+ CSP+

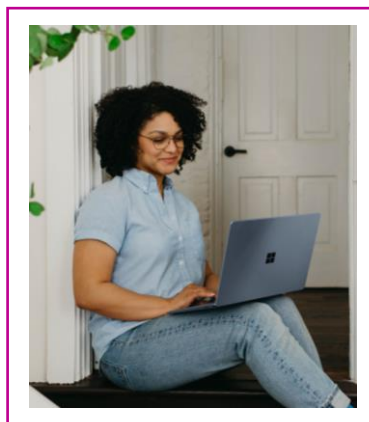
43% de CSP+
vs 29% pour les
équipés TV

+ CITADINS

57% d'individus dans des villes
+200 000 hab. ou agglo. parisienne
vs 39% pour les équipés TV



Les écrans internet à domicile, c'est **2,5%** de la consommation totale des programmes TV



2,5%

de la consommation TV des Français de 15 ans et +

Jusqu'à **8,9%**
pour les **15-24 ans**

Jusqu'à **4,1%**
pour les **individus issus de foyers > 3 individus**

Jusqu'à **5,3%**
pour les **CSP+**



Après
l'évolution de la
mesure TV,
**cap sur la
mesure
Total vidéo...**

... AVEC UN NOUVEAU PÉRIMÈTRE FIN 2024



Consommation TV
des programmes
mis à l'antenne



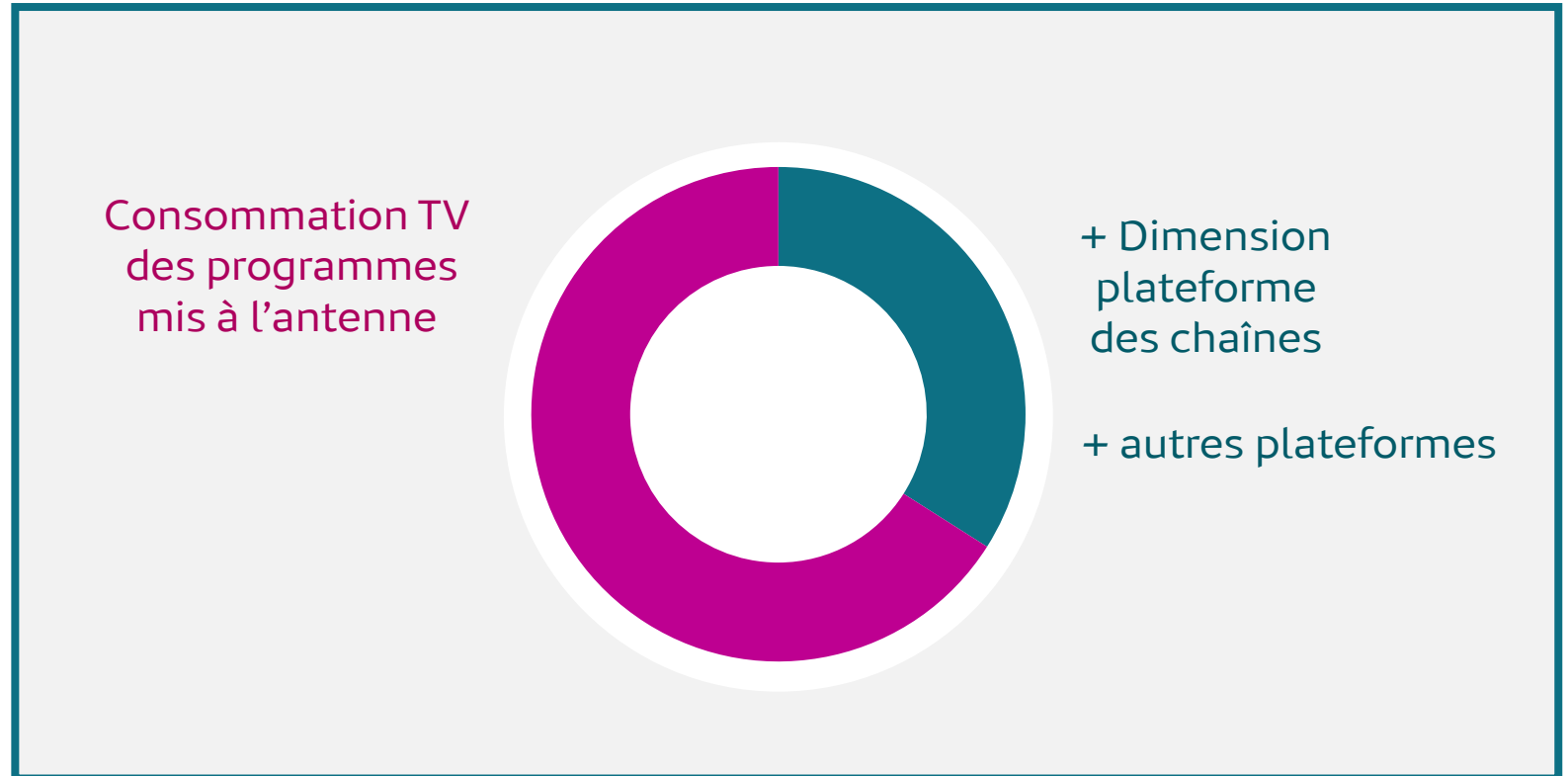
73%

du Total vidéo



Après
l'évolution de la
mesure TV,
**cap sur la
mesure
Total vidéo...**

... AVEC UN NOUVEAU PÉRIMÈTRE FIN 2024



Demain, Médiamétrie mesurera

100%
du Total vidéo



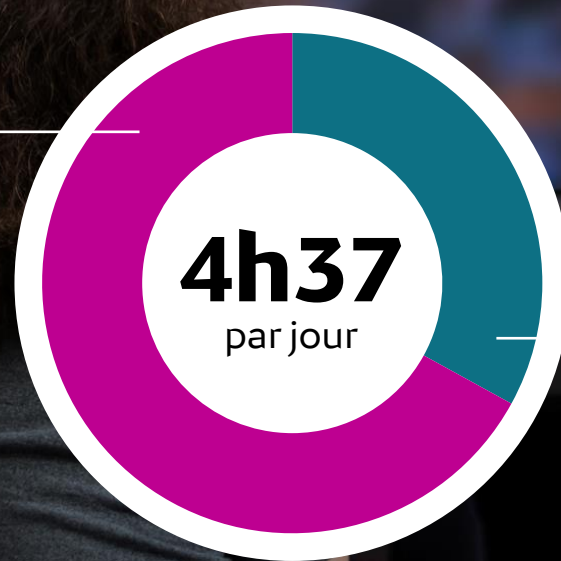
1. La TV à l'heure des **plateformes**





Aujourd'hui,
les Français
consomment
4h37 de vidéo
chaque jour
quel que soit
l'écran

TV LIVE



VIDÉO À LA DEMANDE

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES



La vidéo à la demande, une consommation rapidement adoptée par les Français

TV LIVE

4h37
par jour

+7 pts
vs 2019

Plateformes **BVoD**

Plateformes **SVoD**

Plateformes **AVoD**

Plateformes **sociales**

33%

VIDÉO À LA DEMANDE

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES



La plateforme, un support incontournable pour tous les acteurs de la vidéo

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES

BVoD

Broadcaster Video
on Demand

TF1+

france.tv

6play

my CANAL

NRJ
PLAY

| MY TFI |

RMC
BFM
play

arte.tv

SVoD

Subscription Video
on Demand

NETFLIX

prime video

Disney+
ORIGINAL

Paramount+

DA
ZN

Apple tv+

OCS

CANAL+
SERIES

Pro
MAX

8
MAX

AVoD

Advertising Video
on Demand

YouTube

twitch

dailymotion

vimeo

Rakuten TV

MANGO
A LA DEMANDE

pluto tv

SAMSUNG
TV Plus

Plateformes sociales



TikTok

Instagram





La Smart TV, un portail d'accès à toutes les plateformes

**1 foyer
sur 2**
équipé
Smart TV*

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES

14 - L'ANNÉE TV 2023



*Téléviseur bénéficiant de sa propre interface et, s'il est connecté à Internet, permettant de surfer sur Internet, de télécharger et d'installer des applications directement sur sa télévision.

Source : Médiamétrie - Baromètre TV connectée – Base : Ensemble Foyers accédant Internet et équipés TV – S1 2023



La BVoD, d'un service de rattrapage à **une** **plateforme de** **destination**

BVoD
Broadcaster Video
on Demand



2X

plus de contenus
replay (J+7)
supérieurs à
500m tisp
vs 2018



REPLAY

(avec extension de
la fenêtre de mise
à disposition)

**CONTENUS
EXCLUSIFS**



**CHAINES
100 %
NUMÉRIQUES**

PREVIEW

10,3M
d'individus
consommateurs
de **preview en**
novembre 2023



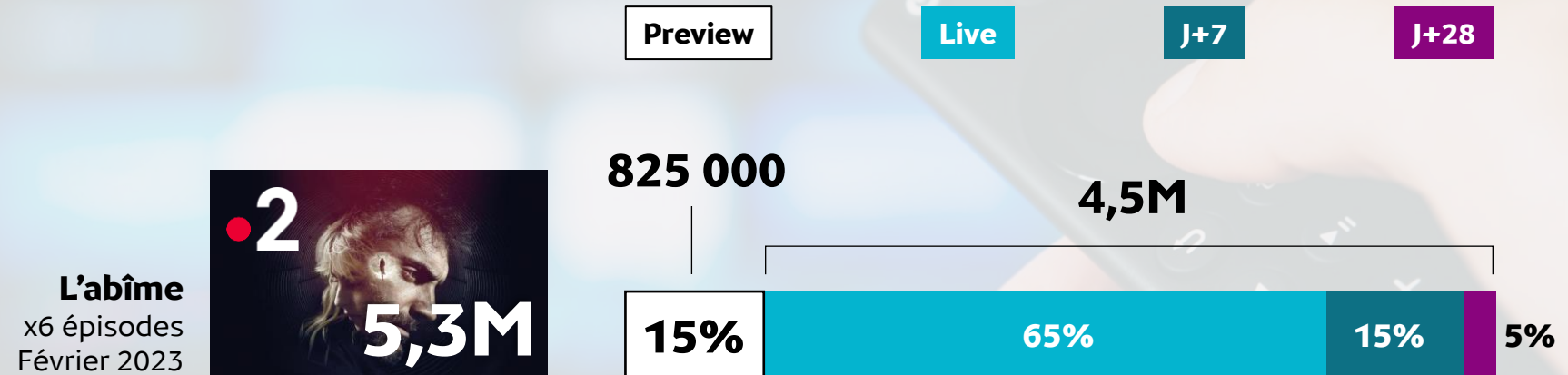
Accompagner la plateformisation des chaînes TV, c'est aussi **mesurer le preview des programmes**

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES

ÉTÉ
2024

PREVIEW

Intégration de l'audience preview
des programmes dans le Médiamat





La fiction, le genre des plateformes par excellence

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES

17 - L'ANNÉE TV 2023

BVoD

Broadcaster Video
on Demand

Les fictions* représentent

53% du replay
des plateformes TV

vs 20% de la consommation live

TF1



1,5M de tlsp

à la demande*

3



1,2M de tlsp

à la demande

arte



634 000 tlsp

à la demande

SVoD

Subscription Video
on Demand

Les fictions* représentent

64% de la consommation
SVoD estimée

Source : Médiamétrie - Médiamat - Base : Ind4+ Équipés TV – Chaînes du Médiamat National Quotidien - *preview + différé privé + timeshifting + replay
Baromètre de la Consommation SVoD Médiamétrie – Harris Interactive * Fictions : séries et téléfilms, hors cinéma et « originals »



Le téléviseur, écran privilégié pour regarder des contenus sur les plateformes

1. LA TV À L'HEURE
DES PLATEFORMES

18 - L'ANNÉE TV 2023

BVoD
Broadcaster Video
on Demand

La BVoD est consommée à

78% sur un
écran TV

SVoD
Subscription Video
on Demand

La SVoD est consommée à

78% sur un écran TV

Source : Médiamétrie - Global Vidéo, moyenne vagues 31 et 32 intermédiaire (du 8/10/23 au 2/12/23) - Médiamat - Base : Ind4+ Équipés TV



Les jeunes adultes, amateurs de BVoD

CONSOMMATION GLOBALE REPLAY

B V O D

44%

des téléspectateurs ont entre 15 et 49 ans

L I V E

36%

EXEMPLES

TF1



64%

46%

2



63%

des téléspectateurs ont entre 15 et 49 ans

33%

6



62%

35%

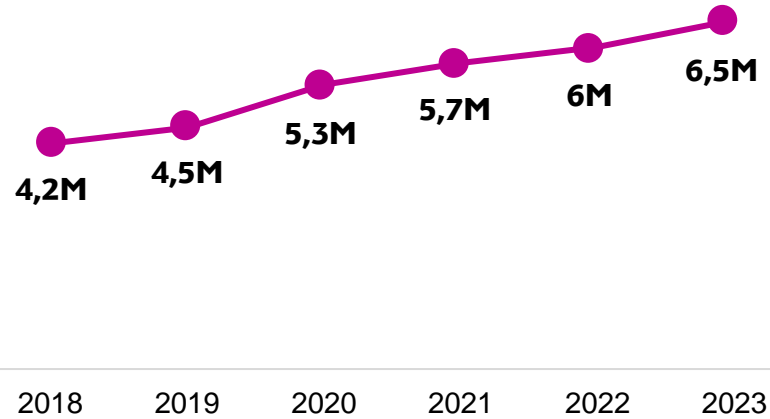
1. LA TV À L'HEURE DES PLATEFORMES



En 2023, les meilleures audiences de vidéo à la demande jamais enregistrées

CONSOMMATION A LA DEMANDE* DE PROGRAMMES TV

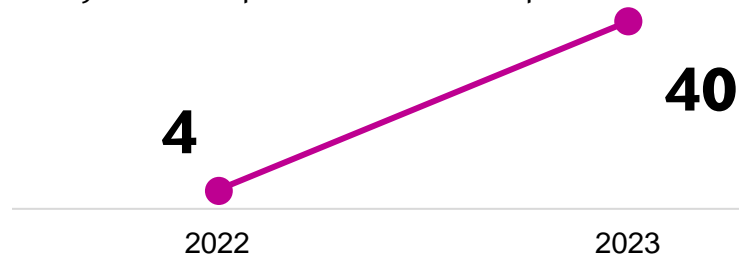
COUVERTURE QUOTIDIENNE



+2,3M
de tlsp
en 5 ans

FOCUS PREVIEW

NOMBRE DE CONTENUS PREVIEW ayant réuni plus de 500 000 tlsp



10 fois +
de programmes
> 500m tlsp
en 1 an



2. TV & plateformes : échange de bons procédés





Les divertissements TV, sources d'inspiration pour la SVoD

2. TV & PLATEFORMES : ÉCHANGE DE BONS PROCÉDÉS

TV



SVoD

Télé réalité
compétition >



556m

Télé réalité
Talent show >



3,4M

Immobilier >



RECHERCHE APPARTEMENT OU MAISON

1,8M

Culinaire >



2,7M

Télé réalité

Offre X3
Conso X2
vs 2020

NETFLIX



prime video

popstars

À venir en 2024

NETFLIX
TMC



Disney+
ORIGINAL





Le sport, objet de toutes les convoitises



DES CO-DIFFUSIONS
TV/SVoD



LA SVoD SURFE SUR
LES COMPÉTITIONS TV



SVoD ET AVoD CRÉENT
LEURS PROPRES
COMPÉTITIONS





La **SVoD**
s'investit dans
**les contenus
locaux** avec
succès

2. TV & PLATEFORMES :
ÉCHANGE DE BONS PROCÉDÉS

24 - L'ANNÉE TV 2023

74%
des SVoDistes

estiment important
que leur catalogue
SVoD propose des
contenus français

NETFLIX



LUPIN – Saison 3

7 épisodes

4^{ème} du top 10 séries

Toutes plateformes SVoD confondues

prime video



LOL : QUI RIT SORT – Saison 3

7 épisodes

1^{er} du top 10 TV réalité

Toutes plateformes SVoD confondues

NETFLIX



AKA – Film

1^{er} du top 10 films

Toutes plateformes SVoD confondues

Source : Médiamétrie - Baromètre de la Consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive – Observatoire des usages et comportements de la (S)VoD, juin 2023, SVoDistes 15+ - Séries et TVR : top 10 basé sur du temps passé estimé / Film : top 10 films basé sur le nombre de contact avec le titre



TV & SVoD : une collaboration au service du contenu

2. TV & PLATEFORMES :
ÉCHANGE DE BONS PROCÉDÉS

•2 > NETFLIX



•2 > NETFLIX



ACCORDS DE DIFFUSION

prime video > TMC



NETFLIX > TFO



france.tv



prime video



COPRODUCTIONS



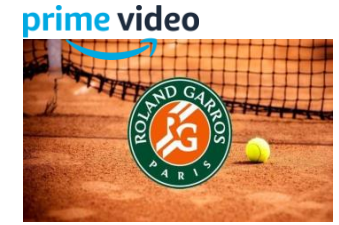
france.tv



apple tv



Bientôt une mesure éditoriale des plateformes



popstars



QUELLES AUDIENCES POUR CES CONTENUS ?

COMING SOON

COMING SOON

2. TV & PLATEFORMES : ÉCHANGE DE BONS PROCÉDÉS



3. Incontournable live

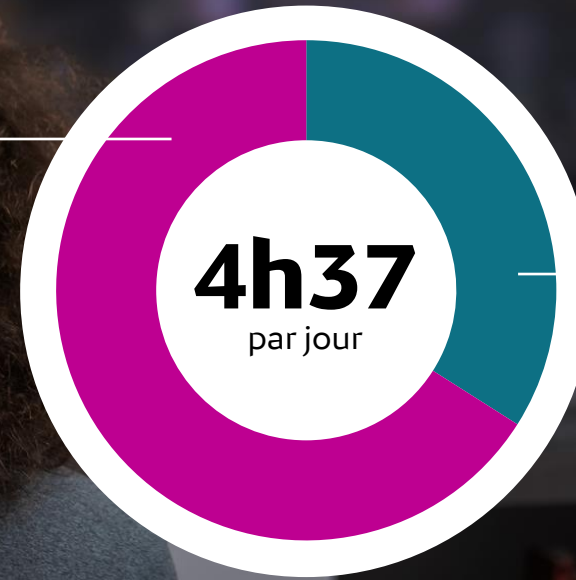




La télévision live, c'est toujours **2/3** de la consommation vidéo des Français

TV LIVE

67%

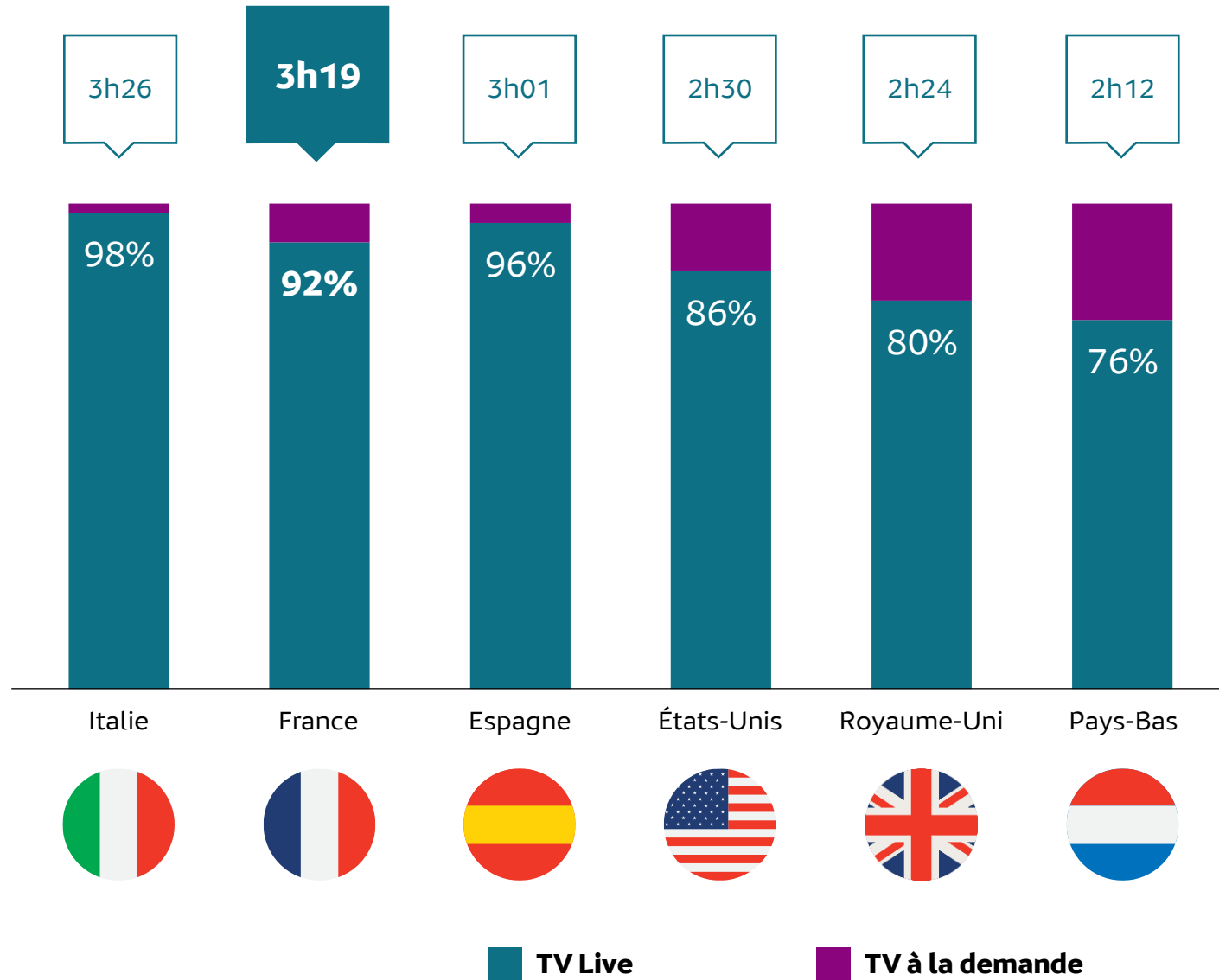


VIDÉO À LA DEMANDE

3. INCONTOURNABLE LIVE



La consommation TV en France, très **drivée** par le live



3. INCONTOURNABLE LIVE



L'information et le sport : le live sinon rien

L'INFORMATION



consommée à

99%
en live

En moyenne

22M

de t1sp regardent
des JTs en live
tous les jours



LE SPORT

consommé à

98%
en live



En 2023,

99%

des équipes TV
ont regardé
du sport en live

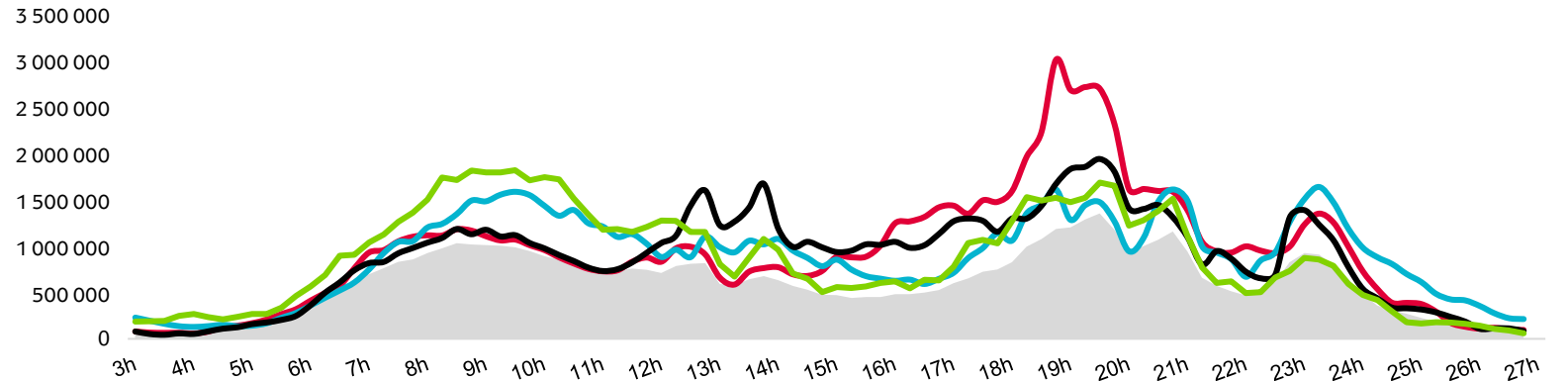


L'information n'attend pas

99%
de la consommation
des chaînes info se
fait en live

BFM TV.
LCI
C NEWS
franceinfo:

NOMBRE MOYEN DE TÉLÉSPECTATEURS SUR LES CHAÎNES D'INFORMATION EN CONTINU



Nombre
de tisp sur un
jour moyen

20 mars
Vote motion
de censure
+51%

1^{er} juillet
Émeutes nocturnes
en banlieue
+46%

13 octobre
Assassinat
Dominique Bernard
+42%

2 novembre
Lendemain de
la tempête Ciaran
+43%

vs audience moyenne 2023

3. INCONTOURNABLE LIVE



Les talk-shows se consomment à chaud

3. INCONTOURNABLE LIVE

TMC



2,0M de t1sp
en moyenne

dont **95%** de conso live

C8



1,8M de t1sp
en moyenne*

dont **98%** de conso live

•5



1,2M de t1sp
en moyenne

dont **98%** de conso live

•2



1,3M de t1sp
en moyenne

dont **90%** de conso live
malgré un
horaire tardif



Le sport :
vivre l'instant,
tous ensemble

LE RUGBY N'AVAIT JAMAIS AUTANT FÉDÉRÉ !



Meilleur score de l'année
toutes chaînes confondues pour
le quart de finale France-Afrique du Sud

Une couverture record
de l'événement
notamment **auprès**
des jeunes adultes



94%
des 15-24 ans
en contact
avec la compétition

TF1

2

3

6

98%



de consommation live



Le sport :
vivre l'instant,
tous ensemble

3. INCONTOURNABLE LIVE

2023 : UNE BELLE ANNÉE DE SPORT



Coupe du monde de football féminin



39,5M

de t1sp en
contact

MEILLEUR MATCH

5,7M

de t1sp en moyenne
devant **Australie-France**
(malgré une diffusion
matinale)

•2 •3



98%
de conso
LIVE

Tour de France



44,2M

de t1sp en
contact

MEILLEURE ÉTAPE

6,4M

de t1sp en moyenne
le 16/07

•2

•3

99%
de conso
LIVE

Roland Garros



41,4M

de t1sp en
contact

MEILLEUR MATCH

4,4M

de t1sp en moyenne
devant **la finale**
(N.Djokovic vs C.Ruud)

•2

•3

99%
de conso
LIVE



Les plus jeunes regardent aussi leurs programmes TV en live

15 - 24 ANS

LE LIVE pour découvrir des résultats ensemble



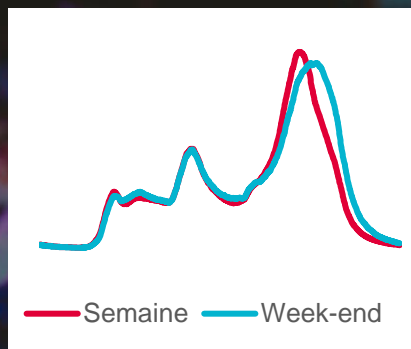
suivi à **93%** en live



suivi à **90%** en live

4 - 14 ANS

LE LIVE plus tard le week-end



15 - 34 ANS

LE LIVE pour vibrer ensemble

TF1 L'EQUIPE



EURO2024 GERMANY

Matches de qualification à l'Euro de football suivis à **98%** en live



Les acteurs de la presse investissent la TV et misent sur le live



Le Figaro TV
Canal 34



20 minutes TV
Canal 32



FAST channels : renouveler le live

49%

+3 pts
vs S2
2022

des Français **connaissent**
au moins une chaîne FAST

11%

+1 pt
vs S2
2022

des Français **utilisent**
au moins une chaîne FAST

3. INCONTOURNABLE LIVE

+ de 500
chaînes FAST

recensées en France
en septembre 2023
par NPA Conseil

LE LIVE INVESTI PAR DE NOUVEAUX ACTEURS



pluto tv

SAMSUNG
TV Plus

MANGO
A LA DEMANDE

CH LG Channels

Rakuten TV

PLEX

ET REINVESTI PAR DES ACTEURS TRADITIONNELS



6play

les
Marseillais 24/24

TF1+

En attendant
Noël

france.tv

en direct [5]
séries & fictions
france.tv séries
Notre nouvelle chaîne 100% séries

ina

ARDIVISION

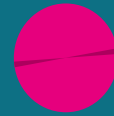


RMC
BFM
play

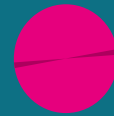
RMC
INFO TALK SPORT



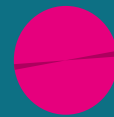
Courant 2024, encore plus d'innovations dans la mesure d'audience



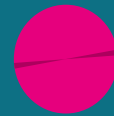
Mesure du preview



**Mesure des plateformes
Niveau marque**



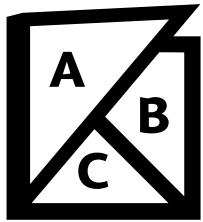
**Mesure des plateformes
Niveau contenu**



Mesure cross médias publicitaire



Glossaire



Les Mots des Médias

Consultez + de 500 définitions

- **AVoD** (*advertising video on demand*) : Plateforme de diffusion de contenus vidéo gratuite financée par la publicité
- **BVoD** (*Broadcaster video on demand*) : Plateforme de diffusion de contenus vidéo gratuite financée par la publicité, qui inclut des contenus provenant des acteurs traditionnels de la TV
- **Différé privé** : enregistrement personnel d'un programme TV sur quelque support que ce soit
- **Live** : Audience d'un programme au moment de sa diffusion à l'antenne.
- **Preview** : Mode de consommation d'un programme de télévision accessible sur une plateforme avant sa diffusion en Live
- **Replay** : Replay ou catch up, anglicisme désignant une technologie permettant aux téléspectateurs de visionner ou reVISIONNER un programme de télévision après sa diffusion live
- **Smart TV** : Téléviseur bénéficiant de sa propre interface et, s'il est connecté à Internet, permettant de surfer sur Internet, de télécharger et d'installer des applications directement sur sa télévision.
- **SVoD** (*Subscription video on demand*) : Offre d'abonnement à un catalogue numérique de vidéos à la demande. Le client paie un forfait lui donnant accès à un large choix de vidéos.
- **Télévision connectée** : Téléviseur connecté directement (Smart TV) ou indirectement (via une box opérateur, un boitiers connecté type Apple TV/Chromecast ou console de jeux) à internet, permettant d'accéder notamment à des applications de streaming.
- **Timeshifting** : contrôle de la diffusion live d'un programme (pause / play)
- **Vidéo à la demande** : Technologie qui permet aux personnes de visionner un programme vidéo à l'heure de leur choix. L'utilisateur peut ainsi faire son choix parmi une liste de programmes, lancer la diffusion et l'arrêter à sa guise. L'accès au programme se fait au moment où le téléspectateur le décide.



Mediametrie

Merci !

Laurence Deléchant & Isabelle Maurice

Contacts presse :

Isabelle Lellouche-Filliau - ilellouche-filliau@mediametrie.fr - 01 47 58 97 26

Juliette Destribats - jdestribats@mediametrie.fr - 01 71 09 93 18

www.mediametrie.fr

X : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

LinkedIn : Médiamétrie

