

# Audiences doublées : la télé-réalité a entamé sa transformation numérique

La télé-réalité constitue le genre de la TNT le plus consommé en différé TV. S'il affiche en live des performances déjà honorables, ces dernières sont presque doublées à J+7. Alors que la mesure 4 écrans est imminente[1], NPA Conseil dresse un aperçu du poids du différé TV sur la consommation globale de la télé-réalité et s'intéresse à l'impact de la nouvelle mesure de l'audience sur le discours commercial des chaînes vis-à-vis des annonceurs.

## Le genre le plus rattrapé de la saison

Sur l'ensemble des programmes diffusés sur la TNT depuis la rentrée, toutes cases confondues, la télé-réalité est le genre le plus rattrapé. Le replay TV permet en effet à l'épisode des *Marseillais South America* du 3 mars de dépasser le million de téléspectateurs, une audience supplémentaire qui représente plus d'un tiers de l'audience globale (+367 000 tvsp). L'épisode des *Anges 9* diffusé le 24 février est le programme de télé-réalité présent au classement dont le poids de la consommation en différé TV est le plus élevé (38,8% de la consommation globale). À noter que dans le Top 10 des programmes les plus rattrapés à J+7, la télé-réalité occupe 6 places. Les quatre autres entrées sont partagées entre la fiction et le flux unitaire (diffusion live en Prime).



## Le différé TV : près de la moitié de la consommation globale chez les 25-34 ans

Sur les 6 épisodes de télé-réalité présents au classement des programmes les plus rattrapés depuis septembre, les individus âgés de 25 à 34 ans sont ceux dont le poids de la consommation en différé est le plus élevé (+74 000 tvsp en moyenne soit 45,1% de la consommation globale). Si l'on effectue le même exercice avec les 6 fictions TNT les plus

rattrapées depuis la rentrée, les gains de téléspectateurs sont bien moins conséquents et la répartition du rattrapage est moins équitable. Ce sont en effet les individus de âgés de 25 à 34 ans qui ont le poids du différé le plus élevé à 31,7% suivis des plus de 50 ans (20%). Par ailleurs, toujours sur cibles, le différé TV permet aux programmes de télé-réalité de gonfler de manière considérable leurs parts d'audience. Ainsi, sur la sélection, la PdA des individus des 25-34 ans est quasiment doublée, passant de 5,6% à 9,4%. Sur les 15-24 ans, la PdA passe de 13,3% en live à 18,2% en différé.



## MATHILDE WARNIER

(*Le Petit Journal*, C+)

À peine arrivée, déjà partie ! La «reporter» ne fait plus partie du talk de Cyrille Eldin, «d'un commun d'accord» dit C+...

## **La mesure 4 écrans : un double-enjeu**

Le différé TV représente ainsi aujourd'hui un poids considérable dans la consommation globale de la TV et plus particulièrement pour la télé-réalité. Avec la valorisation à venir du visionnage des programmes TV sur ordinateurs, mobiles et tablettes, les chaînes vont adapter leurs discours commerciaux en apportant des données plus précises et des espaces publicitaires mieux ciblés pour les annonceurs. En effet, au-delà de l'enjeu éditorial pour la chaîne, l'enjeu publicitaire sera majeur : il s'agira de permettre aux annonceurs de cibler le public désiré avec des campagnes pertinentes pour leurs audiences.

[1] Médiamétrie commencera à diffuser les audiences dès le deuxième trimestre 2017