

Replay : un succès public qui n'a cessé de se confirmer au fil des ans

Alors que la TVR fête cette année son dixième anniversaire sur le marché français, l'engouement du public pour la pratique du replay n'a jamais semblé aussi fort. D'après le CNC, plus de 80% des internautes français âgés de 15 ans et plus ont regardé des programmes en rattrapage au cours de l'année 2016. Un succès populaire qui se retrouve dans les chiffres de consommation : plus de 7,5 milliards de vidéos ont été visionnées en ligne en 2016, dont 6,5 milliards en rattrapage. Un nouveau record, en hausse de près de 30% par rapport à 2015.

TV en ligne : une consommation multipliée par près de 4 en 6 ans

Le baromètre de la TV en ligne édité par GfK-NPA depuis janvier 2011 a permis de suivre chaque mois la folle ascension de la télévision de rattrapage en France. Après un léger ralentissement en 2013, le marché a renoué avec une dynamique de croissance soutenue ces trois dernières années (hausse annuelle comprise entre +30% et +40% depuis 2014). Le rattrapage de programmes après diffusion à l'antenne continue de dominer nettement le marché (86% de la consommation en 2016), suivi désormais par le visionnage de bonus (8%) et celui de programmes en direct sur internet ou applications mobiles.

✖ Source : NPA Conseil sur données GfK-NPA

Les terminaux mobiles, moteur de la croissance de la TV en ligne


La répartition de la consommation de TVR par support de visionnage a considérablement évolué au cours de ces dernières années. Historiquement établi comme le principal moyen d'accès aux programmes à la demande, l'ordinateur a été détrôné une première fois en 2014 par le téléviseur, nouvel écran plébiscité du fait de la généralisation des services de rattrapage des chaînes sur les box des opérateurs. Un an plus tard, au mois d'août 2015, les terminaux nomades réussissaient le tour de force de supplanter à la fois ordinateur et téléviseur. Aidés par un rythme d'adoption soutenu au sein de la population française et le lancement d'applications toujours plus innovantes, smartphones et tablettes n'ont dès lors cessé de poursuivre leur dynamique de progression pour s'imposer définitivement comme les supports de prédilection de la TVR. Les appareils nomades comptent dorénavant pour 39% de la consommation de télévision en ligne (+58% en un an). Dans le détail, c'est le smartphone qui s'affirme comme le véritable moteur de la croissance du marché avec une progression de 86% en 2016 (contre une hausse de 29% pour la tablette).

✖ Source : NPA Conseil sur données GfK-NPA

La jeunesse, segment le plus dynamique du marché depuis 4 ans

Alors que le divertissement et la fiction constituent depuis le lancement des premiers services de TVR les catégories vedettes du marché, la jeunesse n'a cessé de progresser au

cours de ces dernières années pour s'imposer comme l'une des locomotives du rattrapage en France. En 2016, les programmes pour enfants affichaient pour la quatrième année consécutive la plus forte progression tous genres confondus : +65% et un total de près de 2 milliards de vidéos visionnées en ligne. La catégorie jeunesse représente désormais 26,5% de la consommation totale de TV en ligne (contre 3,5% en 2011). Un phénomène qui s'explique par la multiplication des contenus pour enfants au sein des offres de rattrapage des chaînes mais aussi par la création de véritables offres de destination et leur hyper-distribution, notamment sur les plates-formes d'hébergement de vidéos.

 *Source : NPA Conseil sur données GfK-NPA*