

La durée d'écoute de la télévision progresse dans le monde

Description

On regarde de plus en plus la télévision, 3 h 12 en 2009 contre 3 h 03 en 2004, soit 9 minutes de plus. L'année 2009 bat ainsi un record jamais atteint.

Selon l'enquête annuelle « One Television Year in the World », la première place du classement mondial 2009 concernant la durée d'écoute de la télévision revient toujours aux Etats-Unis, plus gros pays consommateur de télévision dans le monde, avec 4 h 40 d'écoute moyenne quotidienne, soit + 3 minutes en 2009 par rapport à 2008.

L'Amérique du Nord, où les téléspectateurs passent 4 h 35 en moyenne par jour devant le petit écran, devance de peu le Moyen-Orient, également gros consommateur de programmes TV avec 4 h 34, suivi de l'Europe avec 3 h 42, de l'Amérique latine (3 h 30), et de la région Asie-Pacifique (2 h 41). En Chine, la durée d'écoute a progressé de 5 minutes en 2009 à 2 h 38, ce qui est probablement une conséquence des Jeux olympiques de 2008.

L'étude menée par Eurodata TV, le département international de l'institut Médiamétrie, dans 89 pays, soit 3 milliards de téléspectateurs potentiels et 2 000 chaînes de télévision, dresse pour l'année 2009 un constat important et inattendu à l'heure de la prédominance de l'Internet : nulle part dans le monde la durée d'écoute ne fléchit. L'Afrique est le seul continent où elle n'a pas évolué, à 3 h 52, cependant deux pays seulement ont été étudiés, l'Afrique du Sud et le Maroc.

Selon Médiamétrie, ce succès infaillible de la télévision s'explique par l'apport des nouvelles technologies numériques dont la haute définition, ainsi que par le contenu des programmes. Si les programmes s'internationalisent toujours davantage, les productions nationales remportent encore de grands succès d'audience.

Aux Etats-Unis, le championnat Super Bowl a battu le record d'audience en rassemblant devant le petit écran près de 99 millions de téléspectateurs. Dans le palmarès américain des meilleures audiences, se trouvent la *Cérémonie des Oscars* l'équivalent du programme français *Nouvelle Star*, *American Idol*, ; ainsi que les séries *Experts* et *The Office*. L'année TV 2009 a également été marquée aux Etats-Unis par la cérémonie d'investiture du président Obama, suivie par 38 millions de téléspectateurs, toutefois moins que celle du président Reagan en 1981 avec 42 millions.

Les programmes plurinationalistes montrent une grande stabilité du goût des consommateurs accordant

toujours une forte audience à la finale de l'Eurovision, classée parmi les dix meilleurs scores dans 14 pays. La fiction reste, quant à elle, de tous les programmes, celui qui est le plus regardé.

Mesurant désormais le coût de programmes en différé dans huit pays, l'étude Eurodata TV montre que l'équipement croissant en décodeurs enregistreur et disques durs numériques entraîne une hausse significative de la consommation de télévision. En Europe, la durée de coût moyenne quotidienne des pays du Nord se rapproche ainsi de celle des pays du Sud, toujours plus téléphages, grâce au développement de l'usage de ces nouveaux matériels. En outre, la mesure de coût en différé montre que les deux tiers des programmes ainsi enregistrés sont généralement visionnés le lendemain et le surlendemain.

Premier marché européen, avec une offre de télévision composée de plus de 30 chaînes gratuites, l'Allemagne est le pays d'Europe le plus gros consommateur de télévision avec 3 h 32 en 2009, soit 5 minutes de plus qu'en 2008. A titre de comparaison, la durée de coût en France s'élève à 3 h 25 pour la même année. Les données collectées depuis 2007 dans les pays d'Europe du Nord attestent que la durée de coût a bondi au Danemark, passant de 2h28 en 2007 à 3h09 en 2009, en Norvège de plus de 19 minutes entre 2007 et 2009 à 2h54, et de plus de 10 minutes en Finlande à 2 h 50 en 2009.

Par ailleurs, l'effritement de l'audience des chaînes historiques se poursuit avec la multiplication des chaînes thématiques dans tous les pays du monde où l'offre de télévision a ainsi été considérablement bouleversée. Aux Etats-Unis, ces chaînes concurrentes directes des quatre grands diffuseurs hertziens CBS, ABC, NBC et Fox, bénéficient désormais d'une part de marché d'audience de 75 %, contre seulement 54 % en 2000.

La consommation de télévision n'est pas appelée à faiblir en 2010, année de la Coupe du monde de football. Internet n'est pas encore parvenu à entamer l'hégémonie de la télévision.

Sources :

- « La consommation de télévision ne cesse d'augmenter dans le monde », AFP, tv5.org, 18 mars 2010.
- « La télévision toujours plus consommée dans le monde, selon une étude Eurodata TV Worldwide », *La Correspondance de la Presse*, 19 mars 2010.
- « Les télé-spectateurs mondiaux ne décrochent pas », *Les Echos*, 19-20 mars 2010.

Categorie

1. Ailleurs
2. Repères & tendances

date crée

20 mars 2010

Auteur
françoise