

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 11 septembre 2013



Mediametrie



## Kids TV Report

### Les enfants aiment la télé, de toutes façons !

« Le marché de la jeunesse, comme le marché de la TV dans son ensemble, évolue et suit les changements de comportements et les nouvelles habitudes d'écoute des téléspectateurs. Grâce aux différentes plateformes mises à leur disposition, les enfants n'ont jamais autant consommé de contenus TV » note Johanna Karsenty, Responsable des Etudes Jeunesse à Eurodata TV Worldwide, se référant à la nouvelle édition du Kids TV Report.

#### Des disparités dans les durées d'écoute

Au premier semestre 2013, la consommation TV des enfants en Europe (France, Allemagne, Italie, Espagne, Royaume-Uni) a atteint en moyenne 2h14 par jour, soit une augmentation de 5 minutes en cinq ans.

Ce semestre, l'Italie et l'Allemagne ont vu leur durée d'écoute croître par rapport à 2012. Ce sont les seuls pays où l'on note une augmentation. Les petits Italiens sont les plus gros consommateurs de télévision parmi les cinq pays étudiés dans le Kids TV Report. Ils ont même regardé la télévision 7 minutes de plus par rapport à l'an passé, pour atteindre en moyenne 2h49 par jour devant le petit écran. Les enfants allemands, qui enregistrent la durée d'écoute la plus faible, ont vu leur consommation augmenter de 2 minutes par rapport à 2012 pour atteindre 1h33.

#### L'animation, chouchou des enfants

Parmi la grande variété de programmes jeunesse proposés, l'animation reste le genre préféré des jeunes téléspectateurs. Elle représente plus de 60% des programmes présents dans les palmarès. Les séries jeunesse, quant à elles, renforcent leur popularité auprès des pré-adolescents. Les programmes factuels et le divertissement dominant le classement au Royaume-Uni.

En France, en Italie et en Espagne, les enfants apprécient particulièrement les hits américains comme **Bob L'Eponge** (TF1, Boing, Clan), **Les Pingouins de Madagascar** (Boing, Clan) ou encore **Dora L'Exploratrice** (TF1, Clan). Les petits Français plébiscitent une fois de plus les classiques comme **Tom & Jerry**, **Titi & Grosminet** (France 3) et **Les Mystérieuses Cités d'Or** (TF1), nouvelle version.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kids TV Report



Parmi les séries jeunesse, **Violetta**, la telenovela à succès des studios Disney réalise toujours d'excellentes performances en Italie (Rai Gulp) et en Espagne (Disney Channel). La récente co-production de BBC/ZDF, **Wolfblood** (Disney Channel), est entrée directement à la 7<sup>ème</sup> place du palmarès espagnol.

Par ailleurs, les programmes factuels et de divertissement dédiés aux enfants sont globalement plus présents dans les palmarès. Au Royaume Uni, ces genres n'occupent pas moins de douze places dans le top 20, avec en tête trois nouveautés : **Officially Amazing**, **Marrying Mum and Dad** et **Disaster Chefs** (CBBC). Ces genres sont portés par les chaînes jeunesse CBBC et CBeebies, qui sont depuis le début de l'année les seules chaînes du groupe BBC à diffuser des programmes pour enfants. Cette stratégie, déjà observée dans certains pays, a profité à CBeebies qui a vu sa part d'audience augmenter de 1,9 point auprès des 4-6 ans.

## Les nouveaux arrivants prennent leurs marques

Les géants du Web commencent à conquérir leurs consommateurs de demain. Amazon, Hulu, iTunes, Netflix ou encore Samsung proposent tous des programmes jeunesse, que ce soit des productions originales ou des programmes qui ont déjà fait leurs preuves sur les chaînes de télévision.

L'arrivée de ces acteurs sur le marché annonce de nouvelles opportunités : médias traditionnels et nouveaux médias s'allient afin de proposer leurs programmes sur différents écrans et plateformes. Netflix, l'une des plus importantes plateformes OTT, a notamment signé un accord avec Dreamworks alors que de son côté, Amazon a établi un partenariat avec Nickelodeon. Cette large diffusion des contenus permet ainsi de multiplier les contacts et de renforcer le lien avec les jeunes téléspectateurs.

Eurodata TV Worldwide sera présent au MIP Junior et MIPCOM 2013 sur le stand 06.10, une occasion de découvrir ce rapport ainsi que l'ensemble des rapports thématiques sur la fiction, le divertissement, le cinéma et le sport.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kids TV Report



## **A propos d'Eurodata TV Worldwide**

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide analyse et distribue l'information des sociétés de mesure de l'audience de la télévision dans le monde, grâce à des accords de partenariat. La banque de données Eurodata TV Worldwide couvre plus de 5 500 chaînes, dans plus de 100 territoires et fournit une information quotidienne et exhaustive sur la programmation, les contenus, la production, la distribution internationale et les audiences des programmes par cible, provenant directement de ses homologues dans le monde entier. Ces résultats s'intègrent dans une gamme de services d'aide à la décision qui s'adressent aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droits, sponsors, etc.

Web : [www.eurodatatv.com](http://www.eurodatatv.com)

Twitter: @EurodataTV

Facebook: [www.facebook.com/EurodataTV](http://www.facebook.com/EurodataTV)

## **A propos de Médiamétrie**

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : @Mediametrie\_TM

Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)

### **Pour plus d'informations :**

Alexandre Callay,  
Directeur Eurodata TV Worldwide  
Tél. : 01 47 58 36 24  
[acallay@eurodatatv.com](mailto:acallay@eurodatatv.com)

### **Contacts Presse :**

Isabelle Lellouche Filliau  
Tél : 01 47 58 97 26  
[llellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:llellouche-filliau@mediametrie.fr)