

Levallois, le 25 janvier 2010

Communiqué de Presse

Enquête exclusive

Les Français fans de fiction française

Sources

- Etude Médiamétrie réalisée les 13 et 14 janvier 2010 par Internet auprès de 1032 pers. de 15 ans et plus
- Médiamétrie TV Performances
- Eurodata TV Worldwide – NOTA (coproduit avec IMCA)

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Dans le cadre de son partenariat avec le Festival de Luchon, Médiamétrie publie en exclusivité les résultats d'une étude sur la fiction* française. Cette étude, qui s'appuie sur l'analyse des performances d'audience de l'année 2009, est complétée par une enquête *ad hoc* menée en janvier 2010 pour analyser la perception et l'attitude des téléspectateurs à l'égard de la fiction française.

Les Français sont adeptes de la fiction française : 3 téléspectateurs sur 4 regardent au moins une fiction française par mois ; ils sont **plus de la moitié** à en regarder **au moins une par semaine**. Parmi ce public, ce sont **les femmes qui sont les plus assidues** : près de 3 femmes sur 5 regardent au moins une fiction française par semaine.

Les téléspectateurs sont également fidèles à leurs séries et feuilletons préférés : **6 Français sur 10** suivent régulièrement une œuvre de fiction française.

Les téléspectateurs veulent du rire... et des frissons

Les genres « Comédies » et « Policier / Espionnage / Suspense » sont les deux préférés du public :

- Plus de **2 Français sur 3** (69%) plébiscitent les comédies. C'est particulièrement vrai chez les **femmes** qui sont près de 3 sur 4 (**75%**) à les apprécier
- Plus de la moitié (58%) des téléspectateurs plébiscitent les fictions policières
- 29% des téléspectateurs recherchent les fictions d'aventure, et autant les fictions historiques

* Le genre « Fiction » regroupe les téléfilms, les feuilletons et les séries TV. Les téléfilms correspondent à tous les films produits par et pour la télévision en 4 parties maximum. Dans une série, un ou plusieurs personnages (toujours les mêmes) reviennent dans des épisodes généralement indépendants les uns des autres (PJ, Joséphine Ange Gardien...). Le feuilleton se caractérise par le « à suivre », et peut durer de quelques minutes à plus d'une heure (Plus belle la vie...).

Les **jeunes** sont plutôt attirés par le rire : près des **trois quart** des fans de **comédies** ont entre 15 et 34 ans. A l'inverse, le deuxième genre phare de fictions, les « **Policier / Espionnage / Suspense** », emporte plutôt les suffrages d'un **public plus âgé**, avec près des deux tiers des plus de 50 ans qui déclarent apprécier ce genre.

Une bonne fiction, c'est avant tout une bonne histoire !

L'intrigue et le scénario sont les éléments essentiels d'une fiction pour plus de 8 téléspectateurs sur 10 (**81%**). Viennent ensuite les personnages pour 13,9% d'entre eux.

52 minutes d'évasion

Le format de **52 minutes** a désormais conquis plus de la moitié des téléspectateurs (58%) ; près d'1 téléspectateur sur 3 (29%) plébiscite le format 90 minutes, et enfin 13% le 26 minutes.

Les fictions se regardent aussi en DVD et catch up

La vie des fictions françaises auprès du public s'étend au-delà de leur diffusion à la télévision : **1 Français sur 6** achète ou loue des séries, notamment en DVD. Plus de **22%** des jeunes de 15 à 24 ans ont déjà acheté, rien qu'en DVD, une fiction française, et plus d'1 sur 3 tous supports confondus.

La fiction française se regarde aussi via la télévision de rattrapage : plus d'1 **jeune sur 4** a déjà regardé des fictions françaises via un service de télévision de rattrapage (catch-up TV), que ce soit sur ordinateur ou bien le téléviseur.

La presse magazine en première ligne

Concernant les moyens de s'informer sur le thème des fictions françaises, c'est la **presse magazine qui est la première source d'information** pour plus de la moitié (52%) des Français. Viennent ensuite **Internet** pour près d'1 Français sur 3 (30%) et le bouche à oreille pour 1 Français sur 5. Les **jeunes entre 15 et 24 ans sont 44%** à s'informer sur leurs fictions préférées via **Internet**.

La fiction – nationale et internationale – à la télévision en 2009

Le public français adore...

La fiction – française et internationale - est l'un des genres les plus regardés par les téléspectateurs et les plus diffusés par les chaînes. En 2009, les téléspectateurs âgés de 4 ans et plus ont consacré plus d'un quart de leur temps passé devant l'écran (25,4%) à regarder des fictions. Leur part dans la programmation représente 18% du temps total d'antenne des chaînes. Les téléspectateurs sont principalement fans de séries : 70% du temps accordé aux fictions est dédié aux séries, 20% aux téléfilms, et les 10% restant aux feuilletons.

Les séries se situent en bonne place dans le palmarès des meilleures performances de l'année 2009. Sur les 50 programmes qui ont réalisé les meilleures audiences 2009, 18 sont des fictions.

Quels téléspectateurs pour la fiction ?

La fiction – française et internationale - attire un public plutôt féminin, très friand en particulier des feuilletons et des téléfilms dont l'auditoire est composé au deux tiers de femmes (respectivement 66% et 64%).

Les séries ont quant à elles un public plus équilibré entre les hommes / femmes. Avec 61% de l'auditoire composé de femmes, le public des séries se rapproche du profil de l'ensemble des téléspectateurs, composé à 57% de femmes.

En revanche, les séries attirent un public plutôt jeune, avec une part importante de 25-49 ans qui représentent près de 4 téléspectateurs de séries sur 10. Les plus de 50 ans sont quant à eux surtout adeptes des feuilletons et téléfilms.

La fiction à l'international

Comment parler de fiction et de création française sans évoquer la concurrence féroce des séries américaines. En 2009, les *International Audience Awards** désignaient **Dr House** comme la série la plus regardée dans le monde en 2008 avec plus de 81,8 millions de téléspectateurs à travers 66 pays. Pour la 4^{ème} année consécutive **Les Experts** et **Desperate Housewives** apparaissent dans les trios de tête.

Pourtant, la suprématie américaine est de plus en plus souvent bousculée par une fiction locale européenne très ambitieuse. Les créations européennes, notamment britanniques ou espagnoles, possèdent des atouts qui séduisent tous les publics, y compris les plus jeunes, adeptes des nouveaux usages de consommation des médias (Vidéo à la demande, Web...). Parmi les titres récents identifiés par *NOTA***, **Braquo** (Canal+), **Cast-offs** (Channel4), **El Castigo** (Antena3) sont emblématiques du vent de créativité qui souffle sur la fiction européenne.

* International Audience Awards - Prix de l'audience internationale co-organisé par Eurodata TV Worldwide et le Festival de télévision de Monte-Carlo

** NOTA - Service de détection et d'analyse coproduit par Eurodata TV Worldwide et IMCA.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs 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 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.

A propos de Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide 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 2000 chaînes, soit 2,8 milliards de téléspectateurs, dans plus de 80 pays 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.

A propos de NOTA

Créé par Eurodata TV Worldwide et IMCA, **NOTA** (New On The Air) détecte tous les nouveaux programmes de Divertissement, Fiction et Factuels (documentaires, magazines...) en Allemagne, Australie, Espagne, aux Etats-Unis, en France, Italie, au Japon, aux Pays Bas, au Royaume-Uni et en Suède. Grâce à sa base de données mise à jour chaque semaine et son site Internet www.e-nota.com, le Service Premium NOTA fournit une description détaillée de ces nouveaux programmes : concept, producteurs, distributeurs, programmation, environnement concurrentiel, audience ... Nota propose également l'accès à des extraits vidéos des nouveaux programmes. Avec plus de 2000 programmes détectés chaque année, la base de données d'audiences unique d'Eurodata TV permet aux utilisateurs de visualiser en un coup d'œil les nouvelles émissions les plus performantes en termes d'audience.

A propos de Médiamétrie TV Performances

Médiamétrie TV Performances répond aux besoins des producteurs qui souhaitent évaluer les performances de leurs programmes. Basée sur des indicateurs synthétiques issus du Médiamat, cette nouvelle offre s'adresse aux producteurs de flux, de fictions et de documentaires. Médiamétrie TV Performances permet aux producteurs de suivre l'état de santé de leurs émissions, de mettre en perspective les performances de leurs programmes, d'évaluer les apports de leurs programmes par rapport aux performances de la chaîne, d'analyser le positionnement de leurs programmes... Médiamétrie TV Performances se décline également dans les domaines du sport et du cinéma avec Ciné-TV-Performances et Sports-TV-Performances pour évaluer les performances des films de cinéma à la télévision et des magazines consacrés au cinéma, et des retransmissions sportives et des magazines sportifs.

Contacts

Communication Partenariat

Arnaud Annebicque – Tel : 01 47 58 94 44 – Email : annebicque@mediametrie.fr

Presse

Laure Osmanian Molinero – Tel : 01 47 58 97 55 – Email : losmanian@mediametrie.fr

Nelly Dubner – Tel : 01 47 58 97 26 – Email : ndubner@mediametrie.fr

Médiamétrie TV Performances

Patrick Ballarin – Tel : 01 55 62 56 85 – Email : pballarin@mediametrie.fr

Eurodata TV Worldwide - NOTA

Amandine Cassi – Tel : 01 47 97 49 – Email : acassi@mediametrie.fr