

# indice télé fiction

## QUELLE AUDIENCE POUR LA FICTION FRANÇAISE ?

Dans un environnement récessif, les grands argentiers de la fiction française – les groupes audiovisuels privés et publics – traversent des turbulences financières. Leurs ressources diminuent et leurs modèles économiques sont questionnés. Parallèlement, la consommation TV non-linéaire poursuit sa montée en puissance. Affranchies de la chronologie des médias et dotées d'une qualité intrinsèque élevée, les séries en constituent le fer de lance. Une telle équation impose une forte réaction des grands groupes. Elle incite à une refonte du cadre réglementaire et à une organisation plus intégrée de la fiction française où les diffuseurs détiennent davantage de droits.

La fiction française est ainsi à la croisée des chemins mais la démarche des groupes ne peut prendre tout son sens que si le produit lui-même est performant et réellement patrimonialisable.

### 1. Objectifs

L'ambition de l'étude Télé Indice fiction® est de donner la mesure objective des performances d'audience de la fiction française et de préciser les points clés de ce diagnostic par des éclairages ciblés :

- La fiction française est-elle enfin en phase de rebond ?
- Le renouvellement des héros porte-t-il ses fruits ?
- La fiction française s'adresse-t-elle à un public en phase avec celui de ses diffuseurs ?
- Comment les chaînes optimisent-elles leur programmation de fiction française ?
- Le second marché de la fiction française en TNT est-il une réalité ?
- Quel potentiel affichent les séries de France 3 et M6, les pastilles de TF1 et France 2 et les tentatives des TNT en access prime time ?
- La démarche différenciée en fiction française d'Arte et Canal+ rencontre-t-elle le succès et porte-t-elle des enseignements pour les diffuseurs généralistes ?
- La fiction européenne peut-elle constituer une alternative efficace ?

# tele indice fiction

## 2. Méthodologie

Télé Indice fiction® se fonde sur les seules données objectives du marché, la demande du public (l'audience), et sur l'expertise et l'indépendance de Popcorn Media. L'analyse porte sur TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6ter et Numéro 23 avec comme cibles d'étude : les 4 ans et plus et les Ménagères 15-49 ans. Nous exploitons les bases de données quantitatives du marché (Médiamat & Popcorn Media) et qualitatives développées par Popcorn Media dans le domaine de la fiction TV. L'étude couvre la dernière saison, de septembre 2013 à juin 2014, et son historique.

## 3. Mode de commercialisation

Télé Indice fiction® 2014 est commercialisée en souscription multi-clients. Elle est **disponible le 10 décembre 2014**, date de clôture de la souscription. Le document reprend la maquette de Télé Indice hebdo®. Chaque souscripteur bénéficie de trois exemplaires papier, de l'étude au format pdf et d'une présentation personnalisée des grandes lignes de l'étude à son siège social.

## 4. Conditions d'accès

Télé Indice fiction® 2014 n'est accessible qu'aux seuls souscripteurs de l'étude Médiamat de Médiamétrie. Les résultats Médiamat sont la propriété de Médiamétrie et ne peuvent être reproduits ou communiqués sans l'autorisation de cette dernière.

## 5. Contacts

Pour tout renseignement, veuillez contacter :

Popcorn Media / Pierre-Alain Benoit

18, rue Jean Giraudoux 75116 Paris

Téléphone : 01.56.89.32.32 / Télécopie : 01.56.89.32.30

e-mail : pab@popcorn-media.fr

Vous pouvez retrouver ce document sur [www.popcorn-media.fr](http://www.popcorn-media.fr)