

Paris, le 7 mars 2012

## NOTE D'INFORMATION

### **Analyse de l'impact de la fermeture de MegaUpload : +25,7% d'audience pour les plateformes de *Catch-Up TV* et de VOD**

**Dans le cadre de sa mission d'observation des usages numériques et de valorisation de l'offre légale, l'Hadopi a analysé l'audience de plateformes de contenus audiovisuels en ligne, à la suite de la fermeture de MegaUpload intervenue le 19 janvier 2012.**

A cette fin, l'Hadopi s'est notamment appuyée sur l'**audience mesurée** par Médiamétrie//NetRatings<sup>1</sup> d'un échantillon de **50 sites représentant les diverses formes d'offre légale** – plateformes de VOD payante, services de *Catch-Up TV* (télévision de rattrapage), agrégateurs ou portails de référencement – **et les principaux sites de *streaming gratuit*** ayant poursuivi leur activité après le 19 janvier. Cette première observation permet de mesurer les éventuels reports d'usages des utilisateurs vers les offres légales.

L'Hadopi a complété son analyse par l'observation de différentes études, notamment le Baromètre « TV en ligne »<sup>2</sup> et les statistiques provenant de plateformes labellisées PUR (Promotion des usages responsables), interrogées sur l'évolution constatée de leurs audiences et de leurs volumes de transactions, au cours des semaines qui ont suivi la fermeture du site MegaUpload.

---

<sup>1</sup> Mesure d'audience quotidienne sur 50 sites. Composition de l'échantillon de plateformes de streaming : 22 sites gratuits (hors YouTube, Dailymotion, Vimeo). Echantillon des plateformes légales composé de 12 services de Replay TV, 12 plateformes de VOD, 4 agrégateurs / portails.

<sup>2</sup> Sources : Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil, TF1 Publicité Digital. Périmètre : Canal+, ITélé // 1ère, France2, France3, France4, France5, France Ô // M6, W9, Paris Première, Teva // TF1, LCI. Outils utilisés : Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et données opérateurs.

## Un report d'audience significatif vers les plateformes légales

L'audience quotidienne moyenne sur les plateformes de VOD, *Catch-Up TV* et agrégateurs a augmenté de 26% entre les semaines de janvier précédant la fermeture et celles postérieures à l'arrêt des activités de MegaUpload.

Dans le même temps, on constate une diminution de 20% du nombre moyen de visiteurs uniques quotidiens sur les sites de *streaming*, entre la période du 1<sup>er</sup> au 18 janvier 2012 et celle du 18 au 31 janvier 2012<sup>3</sup>.

### Audiences quotidiennes moyennes comparées d'un échantillon de plateformes légales et de sites de *streaming* gratuit

	VOD, Catch-Up TV, agrégateurs (Visiteurs Uniques quotidiens)	Sites de <i>streaming</i> gratuit (Visiteurs Uniques quotidiens)
Jusqu'au 18 janvier 2012	748 000	517 000
Du 19 au 31 janvier 2012	941 000	416 000
Variation	+25,7%	-19,5%

*Moyennes quotidiennes. Visiteurs uniques.*

*Source : Médiamétrie//NetRatings. Panel Internet / France. Janvier 2012*

Cette hausse d'audience bénéficie à l'ensemble des segments de l'offre en ligne : télévision de rattrapage (*Catch-Up TV*, +25%), VOD payante (+35%) et agrégateurs (+85%). Sur l'ensemble des segments, le gain est supérieur à la diminution de l'audience constatée sur des sites de *streaming* gratuit (-19,5%).

### Audiences quotidiennes moyennes comparées par types de services

	Catch-Up TV (Visiteurs Uniques quotidiens)	VOD (Visiteurs Uniques quotidiens)	Agrégateurs / Portails (Visiteurs Uniques quotidiens)
Jusqu'au 18 janvier 2012	452 000	244 000	59 000
Du 19 au 31 janvier 2012	563 000	330 000	109 000
Variation	+25%	+35%	+85%

*Moyennes quotidiennes. Visiteurs uniques.*

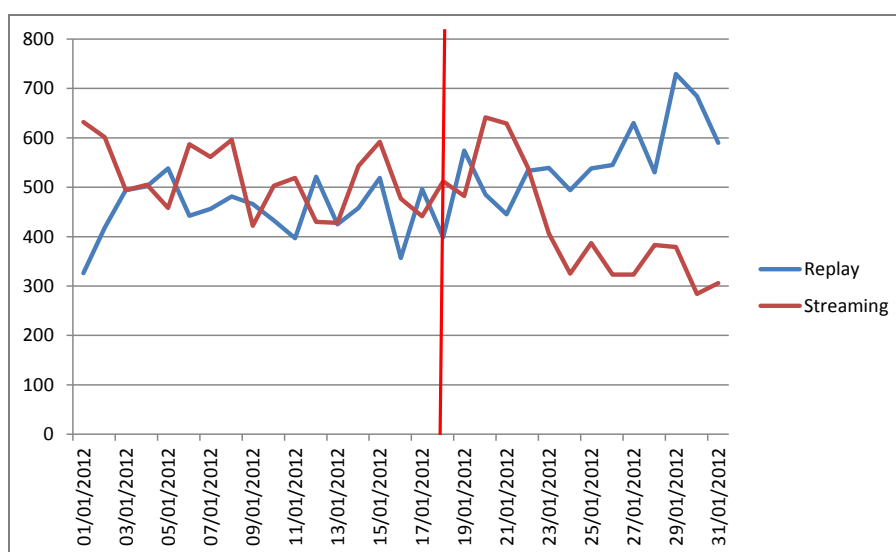
*Source : Médiamétrie//NetRatings. Panel Internet / France. Janvier 2012*

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie//NetRatings, Panel Internet / France, Janvier 2012.

## L'audience de la télévision de rattrapage en hausse de 25%

Les sites de la télévision de rattrapage ont fortement bénéficié du surcroît de consommation constaté au cours de la deuxième moitié du mois de janvier. L'audience des sites de *Catch-Up TV* a cru de 25% pendant cette période en s'inscrivant dans une tendance à la hausse à partir du 21 janvier.

### Audiences quotidiennes moyennes de services de Catch-Up TV et de sites de streaming



Source : Médiamétrie//NetRatings. Panel Internet / France. Janvier 2012

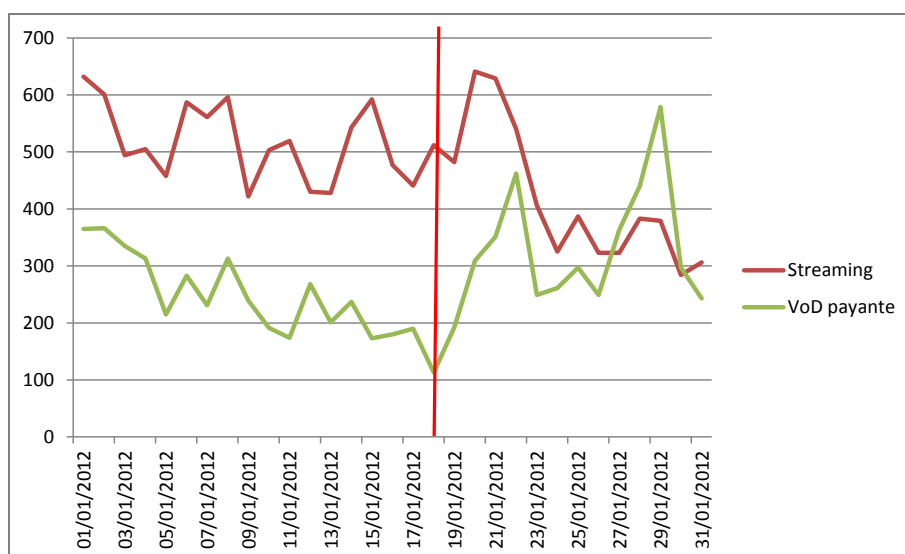
Les chiffres du Baromètre « TV en ligne »<sup>4</sup> confirment cette hausse pour les services de télévision de rattrapage en janvier 2012. Selon cette étude, **la consommation de programmes en *Catch-Up TV* a augmenté de près de 17% entre décembre 2011 et janvier 2012**, pour un total proche de 220 millions de programmes consommés au cours du mois. Cette croissance de la télévision de rattrapage renforce une tendance de fond, puisque sur un an, on constate une hausse de la consommation de *Catch-Up TV* de 67%.

## Hausse de 35% pour l'audience des services de VOD payante

Parallèlement au repli de l'audience des sites de *streaming*, les chiffres quotidiens d'audience sur les services de VOD montrent également un bond sur la deuxième partie du mois de janvier, et laissent à penser que **l'offre payante a également profité de façon très significative de la fermeture de MegaUpload**.

<sup>4</sup> Sources : Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil, TF1 Publicité Digital. Périmètre : Canal+, ITélé // 1ère, France2, France3, France4, France5, France Ô // M6, W9, Paris Première, Teva // TF1, LCI. Outils utilisés : Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et données opérateurs.

### Audiences quotidiennes moyennes de services de VOD et de sites de *streaming*



Source : Médiamétrie//NetRatings. Panel Internet / France. Janvier 2012

Cette augmentation de l'audience sur les services de VOD a été vérifiée auprès de certaines plateformes labellisées PUR (Promotion des usages responsables) qui témoignent d'une hausse de 22% d'audience et **une consommation en progression de 25%** en janvier 2012<sup>5</sup>. Les agrégateurs de contenus audiovisuels ont communiqué à l'Hadopi une augmentation de 19,3% de leur trafic<sup>6</sup>.

\*

\* \*

Ce constat s'explique certainement par un déplacement des utilisateurs vers les offres légales directement substituables, accessibles sur le Web depuis un ordinateur personnel. Une analyse des chiffres consolidés à la fin du premier trimestre permettra de confirmer les premiers résultats observés.

<sup>5</sup> Source : données Hadopi recueillies auprès 7 plateformes audiovisuelles labellisées.

<sup>6</sup> Source : données Hadopi recueillies auprès de 3 agrégateurs français.