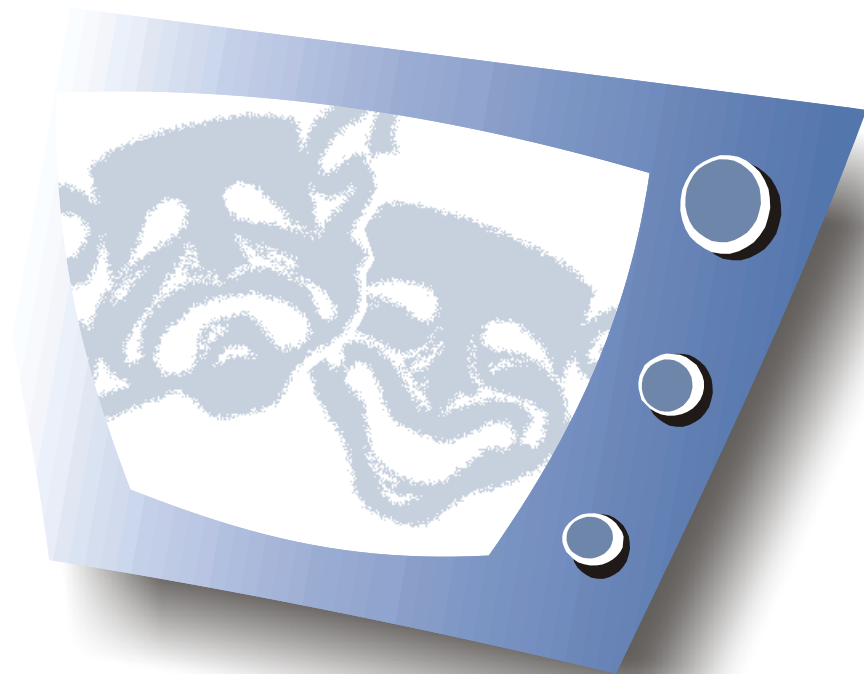


*Tendances de la programmation  
télévisuelle internationale et  
de ses auditoires  
1996 - 2001*



*Un rapport préparé pour le CRTC*

*par Barry Kiefl  
Canadian Media Research Inc.*

*Mai 2003*

Ce rapport est disponible en version électronique à [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca)

Barry Kiefl de Canadian Media Research Inc. a rédigé la version originale de ce rapport qui a été traduit par un tiers.

*This document is also available in English*

## Résumé

Ce rapport examine les récentes tendances de la programmation télévisuelle et de ses auditoires aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Australie, en France et en Italie. Son but principal est d'analyser les changements aux créneaux-horaires attribués à différentes catégories d'émissions, notamment aux œuvres de fiction/divertissement, par rapport aux émissions vérité, entre 1996 et 2001.

### Faits saillants

- Les œuvres de fiction appelées au Canada les dramatiques<sup>1</sup> restent la plus vaste et la plus importante catégorie d'émissions des heures de grande écoute en Europe, en Australie et aux États-Unis. Au cours des cinq à six dernières années, les émissions vérité et les jeux questionnaires ont eu peu d'influence sur le volume des dramatiques mises à l'horaire par les télédiffuseurs européens et australiens. Aux États-Unis, un pourcentage substantiel de comédies a été remplacé par les émissions vérité/jeux questionnaires qui, par contre, n'ont pas eu d'incidence sur les autres types d'émissions dramatiques. La production nationale de dramatiques a en fait augmenté ou est restée stable au cours des cinq dernières années en Europe, alors qu'elle a diminué en Australie. Dans tous les pays étudiés, les auditoires des émissions dramatiques aux heures de grande écoute sont restés forts, bien que l'arrivée des nouvelles chaînes commence à provoquer une fragmentation des auditoires dans presque tous les pays.
- Entre 1996 et 2001, les réseaux de télévision européens et américains ont significativement accru le nombre d'émissions vérité/jeux questionnaires de leur grille horaire et ces émissions ont remporté un grand succès auprès de l'auditoire, surtout en première diffusion. Dans ce genre, c'est l'émission *Who Wants To Be a Millionaire?* qui fut le plus grand succès; diffusée dans quelque 80 pays, elle a conquis un auditoire phénoménal.

---

<sup>1</sup> Dans la plupart des pays et dans cette étude, les dramatiques ou œuvres de fiction comprennent les longs métrages, les films pour la télévision, les mini-séries, les séries, les feuilletons et les collections de fiction; aux USA les sitcoms ou comédies de situation constituent une catégorie à part.

- Alors que l'on voit sur les écrans de télévision européens et australiens un nombre considérable de dramatiques étrangères, surtout américaines, on y voit aussi un nombre important et d'ailleurs croissant de productions nationales, surtout aux heures de grande écoute; en Europe, les émissions dramatiques d'origine nationale en première diffusion, ont atteint en 2001 leur plus haut volume depuis 1996. Dans des pays comme le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne, *plus de 50 %* des dramatiques en heures de grande écoute sont maintenant des productions nationales. On estime à plus de 4 milliards de dollars canadiens la valeur des dramatiques d'origine nationale produites annuellement en Europe.
- Dans les principaux pays européens, les formats des dramatiques d'origine nationale diffèrent selon les pays producteurs. En 2001, les séries constituaient la plus importante catégorie d'émissions produites au Royaume-Uni et en Espagne; l'Italie produisait beaucoup de mini-séries et l'Allemagne et la France surtout des téléfilms. Ces faits semblent indiquer que le contexte national influence le processus créatif à l'origine des différents formats dans chaque pays.
- Les chaînes et les émissions étrangères constituent la base de la programmation dans plusieurs pays d'Europe. Les dramatiques américaines, dont les films et les séries, restent un élément important de la plupart des grilles-horaires, surtout sur les chaînes privées et en dehors des heures de grande écoute. Les États-Unis vendent annuellement pour plus de 9 milliards de dollars d'émissions en Europe.
- La télévision par câble n'est pas aussi populaire en Europe qu'en Amérique du Nord. Son taux de pénétration varie de moins de 10 (en Italie, Turquie, Espagne) à plus de 90 % dans certains pays (Belgique, Lituanie, Pays-Bas) mais en moyenne, le câble reste le choix d'une minorité de foyers. La pénétration du service de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) a augmenté tout récemment mais ses abonnés sont encore une minorité.
- La DVD et les grands écrans 16:9 ont connu un vif succès au cours des 12 à 18 derniers mois, indiquant par-là que le potentiel de la télévision de haute définition pourrait bientôt devenir une réalité.

- On a noté que dans la plupart des pays européens, au cours des quatre à cinq dernières années, les gens avaient tendance à passer de plus en plus de temps devant la télévision. Le temps d'écoute varie d'un pays à l'autre, mais même dans les pays où l'on regarde le moins la télévision, on constate que la moyenne d'écoute quotidienne reste relativement élevée.
- Dans la plupart des pays européens, les chaînes de télévision publiques se disputent les parts d'auditoire et continuent à dominer le marché; dans la majeure partie de l'Europe, la télévision publique occupe au moins 30 % de l'auditoire. Un nombre limité de stations locales privées a aussi conquis une bonne part de l'auditoire, contre une part minime pour les chaînes spécialisées.
- Pour l'année 2000, l'ensemble des revenus nets des chaînes européennes publiques et privées se montait à plus de 60 milliards d'euros, bien des fois supérieur aux revenus de l'industrie canadienne de la radiodiffusion mais inférieur aux revenus combinés de l'industrie américaine (environ 80 milliards de dollars U.S.).

## Table des matières

|   |    |
|---|----|
| <b>Introduction</b> .....   | 1  |
| <b>Sources</b> .....  | 4  |
| <b>Première partie</b>  |    |
| Vue d'ensemble des statistiques :   |    |
| Europe, Australie et États-Unis .....   | 5  |
| Pénétration de la télévision par câble .....                                    | 8  |
| Pénétration de la distribution par satellite de<br>radiodiffusion directe ..... | 9  |
| Pénétration du magnétoscope .....   | 10 |
| Les lecteurs de DVD .....   | 11 |
| Les téléviseurs à grand écran 16:9 .....  | 12 |
| Temps d'écoute .....  | 13 |
| Auditoire de la télévision publique .....                                       | 14 |
| Auditoire des chaînes étrangères .....  | 15 |
| Revenus nets des télédiffuseurs européens .....                                 | 16 |
| Ventes d'émissions américaines en Europe .....                                  | 17 |
| Le rôle d'Hollywood en Europe .....   | 18 |
| Programmation américaine à la télévision européenne .....                       | 20 |
| Principaux formats européens d'émissions dramatiques .....                      | 24 |
| <b>Deuxième Partie</b>  |    |
| Vue d'ensemble de la situation au Royaume-Uni .....                             | 29 |
| Vue d'ensemble de la situation en Italie .....                                  | 34 |
| Vue d'ensemble de la situation en France .....                                  | 39 |
| Vue d'ensemble de la situation en Australie .....                               | 43 |
| Vue d'ensemble de la situation aux États-Unis .....                             | 54 |
| <b>Conclusion</b> .....   | 60 |

## Introduction

La télévision est l'une de nos premières sources d'information; elle nous renseigne sur la politique, la famille, le sexe, la religion et la plupart des aspects de la vie. La télévision crée et alimente la célébrité, la mode, et des tendances en tous genres, certaines peut-être moins attrayantes que d'autres mais aussi plus éphémères. La télévision est le principal médium utilisé par les diverses cultures du monde pour raconter des histoires. Elle occupe une immense part de notre temps. Si l'économie mondiale est passée du marché des marchandises de base au marché polymérique du 21<sup>e</sup> siècle, c'est autant grâce à la télévision qu'à la découverte de l'électricité et à l'invention de l'ordinateur.

Ce rapport analyse les récentes tendances de la programmation télévisuelle et des auditoires dans les pays suivants : États-Unis, Royaume-Uni, Australie, France et Italie. Le rapport présente également des données sur un certain nombre d'autres pays européens en fonction de leur disponibilité. Nous examinons surtout les données portant sur les heures de grande écoute mais dans certains cas, les recherches à notre disposition ne portent que sur l'ensemble de la journée. Le but premier de cette étude est d'analyser les changements de créneaux-horaires de certaines catégories d'émissions, notamment des dramatiques/divertissement par rapport aux émissions vérité, de 1996 à 2001. La question de base est de savoir si les émissions dramatiques traditionnelles comme les séries, les comédies de situation, les films et les téléfilms ont été remplacées, aux heures de grande écoute, par des émissions vérité telles que *Big Brother* et *Survivor* et des émissions de jeux-questionnaires comme *Who Wants To Be a Millionaire?* et *The Weakest Link*. Ces émissions sont devenues un phénomène à l'échelle mondiale et plusieurs croient qu'elles ont remplacé les dramatiques traditionnelles à la télévision.

À titre d'exemple, *Big Brother*, a été diffusée en Amérique du Nord et dans au moins 10 pays européens, pratiquement dans le même format; le concept consiste à nous montrer des gens ordinaires obligés de vivre ensemble dans un appartement ou une maison 24 heures sur 24. Lors des premières diffusions, le concept a été durement critiqué par la presse et par des groupes d'intérêt un peu partout, mais il s'est quand même avéré un grand succès. Lors de la première diffusion de *Big Brother* à CBS, le vice-président de la recherche sur l'auditoire a interrompu ses vacances annuelles, pour la

première fois de sa carrière; il est revenu à New York juste pour vérifier les premières cotes d'écoute anormalement élevées rapportées par Nielsen. L'émission est passée trois fois dans certains pays. Des formats identiques ont été mis au point; par exemple, aux Pays-Bas et en Allemagne l'émission *Big Diet* met en scène un certain nombre de concurrents qui vivent dans une maison pendant environ 100 jours et celui qui perd le plus de poids gagne son poids en or.<sup>2</sup>

*Survivor* représente le second type de ces nouvelles émissions vérité en y apportant les caractéristiques des émissions de jeux-questionnaires. *Survivor* a d'abord été lancé en Suède sous le nom de *Expedition Robinson*. Dans ce type d'émission, les concurrents travaillent en équipe pour accomplir les tâches qui leur sont assignées et relever des défis qui visent à éliminer les participants jusqu'à ce qu'il n'en reste plus qu'un. Le gagnant remporte un gros montant d'argent. Il existe d'autres émissions similaires dont *The Mole*, *Boat of Love* et *Temptation Island*. *Popstars*, aussi connue sous le nom de *Starmaker*, est le troisième type d'émissions vérité/jeux questionnaires mettant en présence des concurrents qui tentent de devenir des stars du rock. On a utilisé le même concept dans bon nombre de pays. En Allemagne, *Deine Band* a connu un immense succès et le groupe de rock vainqueur, *No Angels*, a vu une de ses chansons se classer numéro un au palmarès allemand.

Les émissions de jeux plus traditionnelles qui ont fait leur apparition aux heures de grande écoute un peu partout dans le monde incluent *Who Wants To Be a Millionaire?*, *The Weakest Link* et *Greed*. Dans ce genre, c'est l'émission *Who Wants To Be a Millionaire?* qui fut le plus grand succès; diffusée dans environ 80 pays elle a battu des records d'auditoire, même si, comme beaucoup de ces nouvelles émissions vérité/jeux questionnaires, les fortes cotes d'écoute du début ont baissé après la première saison.<sup>3</sup> Récemment, elle a été déplacée et inscrite dans un créneau plus habituel pour les jeux questionnaires, c'est-à-dire juste à la limite des heures de grande écoute.

Ce rapport informe sur les changements de créneaux-horaires dans divers pays qui ont essayé ces nouveaux formats d'émission, au cours des cinq à six dernières années. Les pays sont étudiés à la fois individuellement et en

---

<sup>2</sup> Television 2001: European Key facts, IP/RTL Group, p. 51.

<sup>3</sup> Television 2001: European Key facts, IP/RTL Group, p. 55.



groupe. Le rapport présente d'abord une vue d'ensemble des systèmes de radiodiffusion télévisuelle et des statistiques de base sur la télévision, dont celles sur la population et les foyers, la pénétration des magnétoscopes et des lecteurs DVD, du câble et du satellite, des tendances des auditoires, des revenus de la télévision, etc. Ensuite, le rapport examine en détail les cinq pays préalablement ciblés, y compris les grilles-horaires et auditoires de leurs services de télévision.

## Sources

Pour mener cette étude, CMRI a communiqué avec les organismes des secteurs de la radiodiffusion, de la production et de la recherche qui sont énumérés ci-après.

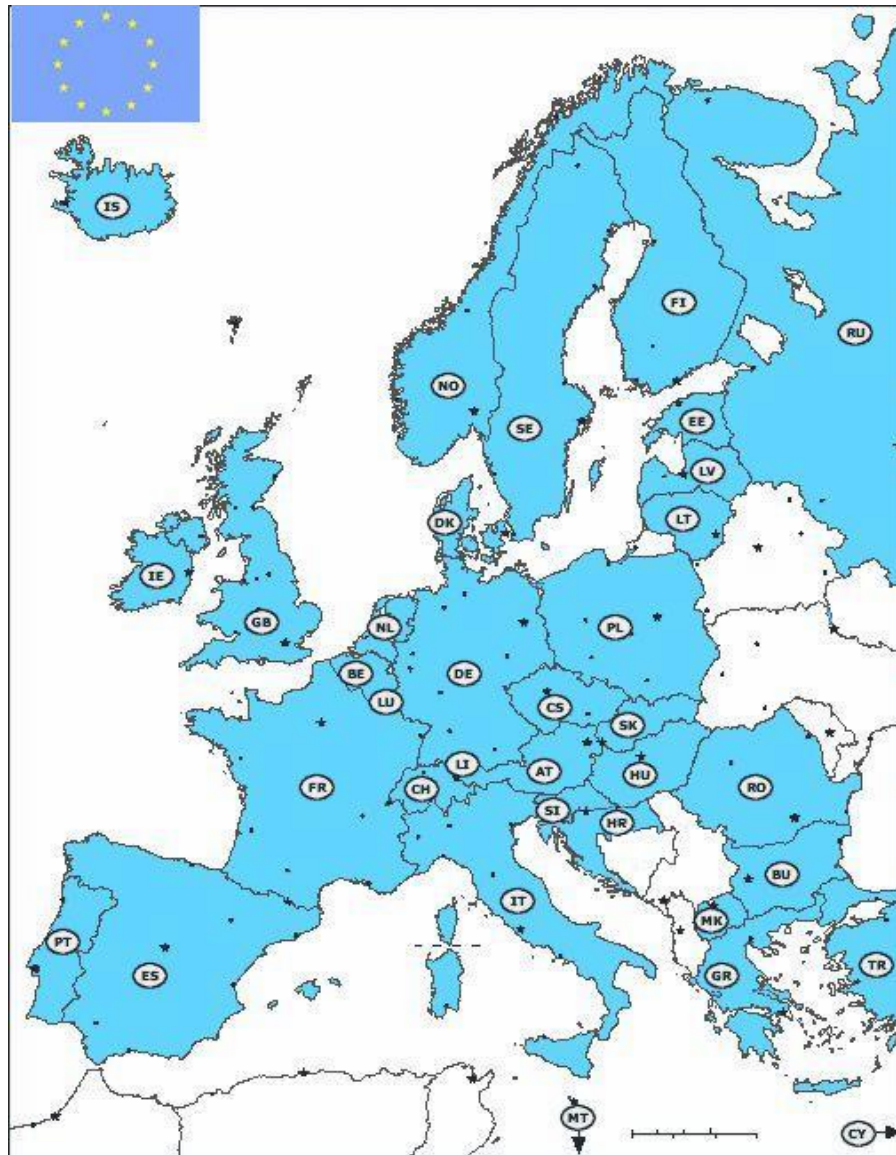
Advertising Research Foundation  
AFMA  
AGB Italia  
Association of Commercial Television in Europe  
Australian Broadcasting Authority  
BBC  
Canadian Advertising Research Foundation  
CBS Research Department  
Communication Institute For Online Scholarship  
Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)  
Essential Television Statistics  
Eurodata  
Eurofiction/Fondazione Hypercampo  
European Audiovisual Observatory  
European Broadcasting Union  
European Commission  
European Institute for the Media  
European Journalism Center  
Gfk  
Group of European Audience Researchers  
IP, Television 2001  
Journal of Broadcasting and Electronic Media  
MPAA  
NBC Research Department  
Nielsen Media Research/A.C. Nielsen  
ORF  
Research International  
RTL Group  
Screen Digest  
Taylor Nelson Sofres  
World Advertising Research Center  
World Federation of Advertisers  
YLE

CMRI tient à remercier tout particulièrement Heikki Kasari (YLE), Dave Poltrack (CBS) et Markus Booms (EAO) pour leur collaboration et leurs conseils.

## **Première partie**

**Vue d'ensemble des statistiques :  
Europe, Australie et États-Unis**

## Codes ISO des pays européens :



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

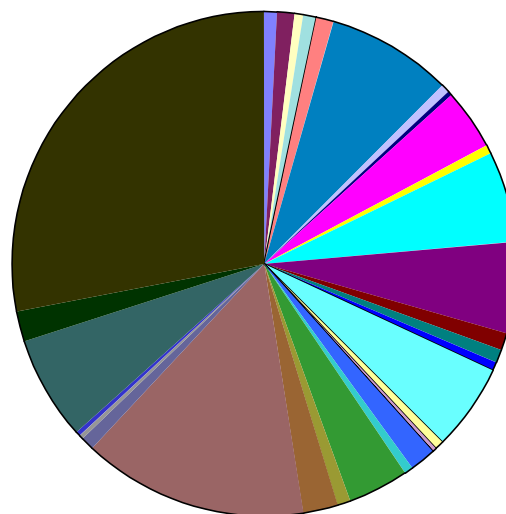
## Vue d'ensemble des statistiques - Europe, Australie et États-Unis

L'Union européenne comprend quelque 18 pays membres; 16 autres pays associés à divers degrés avec l'UE sont membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA). Avec l'appui des gouvernements de l'UE, l'OEA surveille les industries de la radio, de la télévision et du film. Le tableau ci-dessous illustre les grands écarts de population entre ces 34 pays européens.

En milliers.  
Pays 2001

|    |         |
|----|---------|
| US | 264,800 |
| RU | 144,819 |
| DE | 82,193  |
| TR | 65,783  |
| GB | 59,863  |
| FR | 59,040  |
| IT | 57,844  |
| ES | 40,122  |
| PL | 38,644  |
| RO | 22,431  |
| AU | 19,200  |
| NL | 15,987  |
| GR | 10,565  |
| CZ | 10,267  |
| BE | 10,263  |
| PT | 10,243  |
| HU | 10,005  |
| SE | 8,883   |
| BG | 8,150   |
| AT | 8,121   |
| CH | 7,204   |
| SK | 5,403   |
| DK | 5,349   |
| FI | 5,181   |
| NO | 4,503   |
| IE | 3,781   |
| LT | 3,699   |
| LV | 2,366   |
| MK | 2,031   |
| SI | 1,990   |
| EE | 1,367   |
| CY | 759     |
| LU | 441     |
| MT | 383     |
| IS | 283     |
| LI | 33      |

Population des pays européens de l'Australie et des États-Unis en 2001



Source: ABS, EAO

|    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| AT | BE | BG | CH | CY | CZ | DE | DK | EE | ES | FI | FR | GB | GR | HU | IE | IS | IT | LI | LT |
| LU | LV | MK | MT | NL | NO | PL | PT | RO | RU | SE | SI | SK | TR | AU | US |    |    |    |    |

□ Source : Conseil de l'Europe, Bureau australien des statistiques, Recensement américain et observatoire européen de l'audiovisuel

Avec plus de 50 millions d'habitants chacun, l'Italie, la France et le Royaume-Uni, dont nous allons analyser en détail les grilles-horaires, comptent parmi les pays européens les plus peuplés. Avec 284 millions d'habitants, les États-Unis ont la plus forte population de tous les pays étudiés alors que les 19 millions d'habitants de l'Australie en font un pays relativement petit.

## Pénétration de la télévision par câble

La télévision par câble a évolué de façons différentes en Europe et en Australie. Dans ce dernier, seulement 19 % des foyers ont actuellement ce que l'on appelle la télévision payante. Aux États-Unis et au Canada, la vaste majorité des foyers sont abonnés à divers types de services de câble. Aux États-Unis, quelque 61 % des foyers avaient le câble à la fin de 2001. En Europe, la pénétration du câble allait de moins de 10 % (Italie, Turquie,

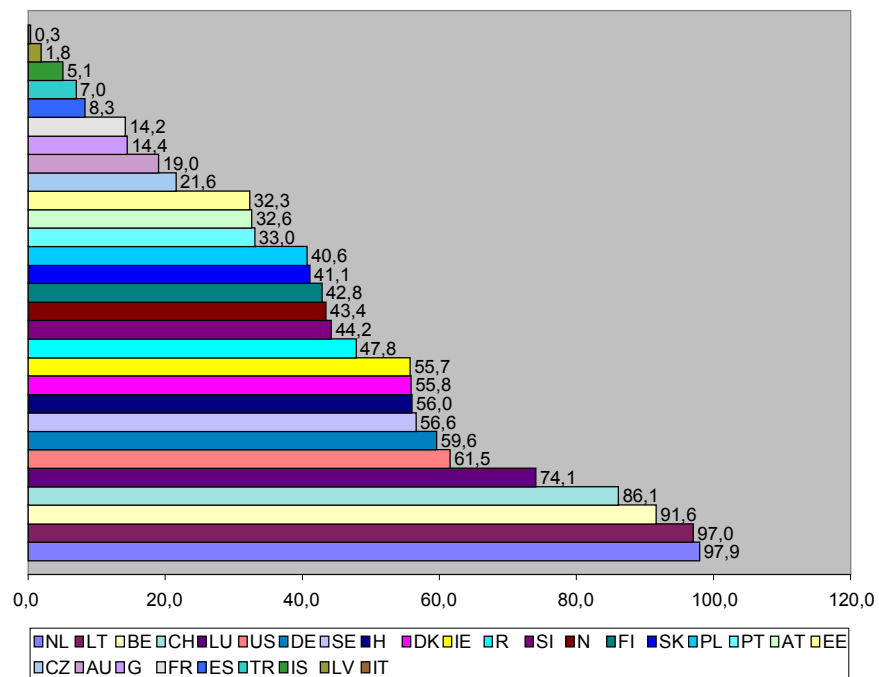
foyers abonnés au câble en Europe

En milliers

Pays 2001

|    |        |
|----|--------|
| AT | 1,043  |
| BE | 3,815  |
| CH | 2,629  |
| CZ | 850    |
| DE | 22,100 |
| DK | 1,400  |
| EE | 167    |
| ES | 1,083  |
| FI | 1,000  |
| FR | 3,239  |
| GB | 3,618  |
| HU | 2,024  |
| IE | 683    |
| IS | 5      |
| IT | 70     |
| LT | 1,435  |
| LU | 120    |
| LV | 17     |
| NL | 6,600  |
| NO | 800    |
| PL | 5,000  |
| PT | 1,119  |
| RO | 3,200  |
| SE | 2,200  |
| SI | 300    |
| SK | 645    |
| TR | 860    |
| AU | 1,368  |
| US | 68,980 |

Pénétration de la câblodistribution en Europe, en Australie et aux États-Unis en 2001  
(Pays où la pénétration est importante)



Source: EOCA, Screen Digest / CBSAC, Nielsen

Espagne) à plus de 90 % dans certains pays (Belgique, Lituanie, Pays-Bas). Cependant, la plupart des pays européens restent bien en deçà du nombre d'abonnés aux États-Unis et au Canada.

## Pénétration de la distribution par satellite de radiodiffusion directe

La télévision par SRD a considérablement augmenté sa pénétration en Europe, au cours des sept dernières années. L'Allemagne et l'Autriche ont la plus forte pénétration de SRD, avec respectivement 36 % et 44 % en milieu d'année 2001. L'Italie (16 %), la France (18 %) et le Royaume-Uni (22 %) comptent également une forte proportion de foyers qui reçoivent la télévision par satellite, tout comme les États-Unis (15 %).

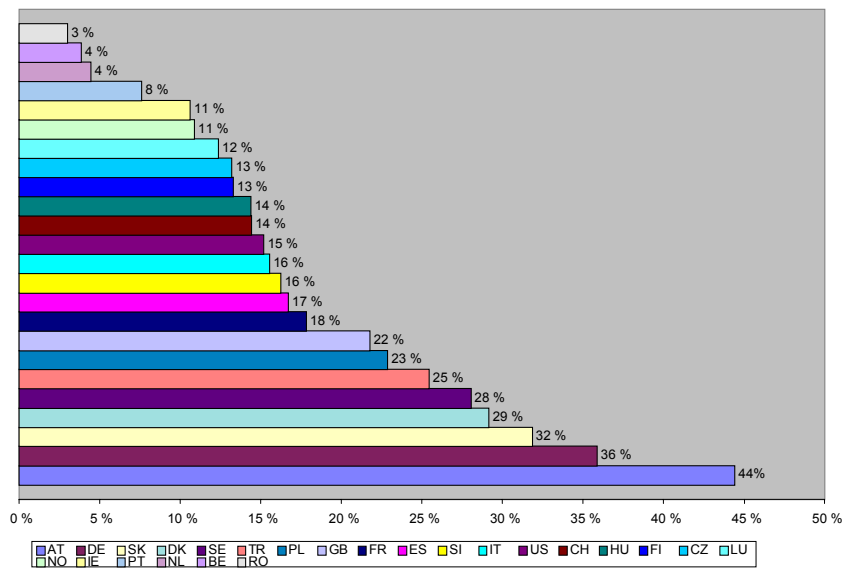
### Foyers abonnés au satellite en Europe en 2001

En milliers

mi-2001

| Pays | En milliers |
|------|-------------|
| AT   | 1,420       |
| BE   | 160         |
| CH   | 440         |
| CZ   | 520         |
| DE   | 13,300      |
| DK   | 730         |
| ES   | 2,200       |
| FI   | 310         |
| FR   | 4,080       |
| GB   | 5,450       |
| HU   | 520         |
| IE   | 130         |
| IT   | 3,360       |
| LU   | 20          |
| NL   | 300         |
| NO   | 200         |
| PL   | 2,810       |
| PT   | 257         |
| RO   | 200         |
| SE   | 1,090       |
| SI   | 110         |
| SK   | 500         |
| TR   | 3,140       |
| US   | 17,000      |
| AU   | n/a         |

Pénétration de la télévision par SRD en Europe et aux États-Unis en 2001



Source: ECCA, Screen Digest / OBS/A.C. Nielsen

## Pénétration du magnétoscope

Dans les sociétés modernes, le magnétoscope a été largement adopté comme auxiliaire du téléviseur. Dans la plupart des pays de l'Ouest, comme aux États-Unis et en Australie, au moins 75 % des foyers ont maintenant au moins un magnétoscope. Dans les pays de l'Europe de l'Est, où les systèmes de radiodiffusion ne sont pas aussi évolués, la pénétration des magnétoscopes est un peu plus faible. Par exemple, en Russie et en Hongrie, moins de 40 % des foyers avaient un magnétoscope en 2001.

| <b>Pénétration du magnétoscope dans les foyers avec téléviseur (1992-2001)</b> |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| En % de foyers avec téléviseur   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|  | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> | <b>1995</b> | <b>1996</b> | <b>1997</b> | <b>1998</b> | <b>1999</b> | <b>2000</b> | <b>2001</b> |
| AT   | 54,6        | 58,2        | 63,0        | 66,3        | 70,3        | 74,2        | 77,1        | 80,1        | 82,4        | 84,0        |
| BE   | 52,1        | 55,5        | 59,3        | 61,5        | 64,7        | 68,1        | 70,8        | 73,4        | 76,1        | 76,1        |
| CH   | 60,6        | 63,6        | 66,4        | 69,5        | 72,6        | 74,6        | 76,8        | 75,4        | 80,8        | 82,4        |
| CZ   | 30,9        | 36,2        | 41,8        | 48,0        | 53,1        | 57,5        | 61,5        | 65,2        | 68,2        | 71,2        |
| DE   | 56,2        | 60,7        | 65,4        | 70,2        | 74,2        | 77,3        | 80,4        | 83,3        | 84,5        | 86,4        |
| DK   | 58,5        | 62,3        | 66,6        | 71,3        | 76,2        | 79,0        | 82,3        | 85,2        | 87,8        | 89,9        |
| ES   | 51,7        | 54,8        | 58,5        | 60,3        | 63,2        | 66,5        | 70,3        | 71,7        | 73,3        | 74,5        |
| FI   | 57,1        | 61,1        | 64,1        | 66,4        | 69,7        | 72,3        | 74,2        | 77,9        | 80,1        | 82,3        |
| FR   | 59,5        | 63,7        | 67,4        | 71,1        | 74,4        | 79,0        | 81,9        | 83,5        | 85,6        | 84,6        |
| GB   | 73,8        | 76,3        | 79,5        | 82,5        | 84,1        | 85,6        | 86,3        | 88,9        | 90,6        | 92,4        |
| GR   | 36,2        | 38,3        | 42,5        | 46,2        | 49,0        | 51,9        | 54,6        | 63,9        | 67,7        | 71,6        |
| HR   | 3,6         | 6,7         | 9,8         | 12,2        | 14,5        | 17,1        | 19,9        | 22,8        | 25,9        | 27,8        |
| HU   | 21,7        | 24,3        | 25,5        | 26,9        | 28,4        | 31,0        | 32,8        | 34,4        | 36,0        | 37,4        |
| IE   | 61,4        | 64,6        | 67,6        | 69,2        | 71,0        | 71,3        | 71,8        | 75,9        | 77,4        | 79,0        |
| IS   | 70,7        | 72,1        | 73,3        | 76,7        | 78,8        | 80,9        | 82,7        | 84,1        | 85,2        | 86,6        |
| IT   | 39,4        | 44,4        | 48,9        | 52,8        | 56,2        | 59,2        | 62,5        | 65,8        | 67,7        | 69,2        |
| NL   | 56,8        | 58,6        | 61,1        | 63,6        | 65,8        | 68,0        | 70,7        | 71,4        | 73,9        | 75,9        |
| NO   | 52,0        | 55,6        | 59,4        | 63,5        | 68,2        | 72,1        | 75,7        | 78,9        | 81,7        | 84,2        |
| PL   | 26,0        | 32,3        | 37,8        | 43,4        | 48,9        | 53,7        | 58,6        | 63,3        | 68,1        | 72,8        |
| PT   | 38,4        | 41,3        | 44,0        | 47,2        | 50,3        | 52,0        | 54,6        | 57,1        | 59,6        | 61,5        |
| RU   | 2,1         | 4,6         | 7,7         | 11,1        | 14,6        | 18,0        | 21,3        | 25,2        | 29,0        | 39,5        |
| SE   | 60,7        | 64,9        | 68,0        | 70,3        | 72,2        | 77,6        | 79,7        | 83,6        | 85,5        | 87,0        |
|  |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| <b>EUR15</b>   | <b>51,7</b> | <b>56,1</b> | <b>59,9</b> | <b>63,8</b> | <b>67,1</b> | <b>70,4</b> | <b>73,1</b> | <b>75,6</b> | <b>77,8</b> | <b>79,4</b> |
|  |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| US   | 71,9        | 73,7        | 69,0        | 71,0        | 73,8        | 75,7        | 76,8        | 77,8        | 78,4        | 78,8        |
| AU   |             |             |             | 81,0        | 84,0        | 85,0        | 87,0        | 87,0        | 87,0        | 88,0        |

Source : Screen Digest/AFC



## Les lecteurs de DVD

La plus récente technologie vidéo domestique à avoir gagné du terrain est le lecteur DVD qui est venu s'ajouter ou a remplacé le magnétoscope dans de nombreux foyers, au cours des deux dernières années. Aux États-Unis, la pénétration des lecteurs DVD est passée de moins de 2 % en 1998 à quelque 20 % en 2001. Dans les 15 plus grands pays européens on a vu la pénétration du DVD passer de moins de 1 % en 1998 à environ 10 % en 2001.

| <b>Pénétration du lecteur DVD dans les foyers avec téléviseur (1998-2001)</b> |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| En % de foyers avec téléviseur  |             |             |             |             |
|   | <b>1998</b> | <b>1999</b> | <b>2000</b> | <b>2001</b> |
| AT  | 0,1         | 0,5         | 1,8         | 7,8         |
| BE  | 0,2         | 1,3         | 4,4         | 10,1        |
| CH  | 0,2         | 1,6         | 4,5         | 11,3        |
| CZ  | 0,2         | 0,4         | 1,9         | 4,8         |
| DE  | 0,1         | 0,8         | 2,8         | 8,0         |
| DK  | 0,4         | 1,2         | 2,9         | 7,2         |
| ES  | 0,3         | 1,0         | 2,4         | 6,7         |
| FI  | 0,1         | 0,6         | 1,9         | 5,9         |
| FR  | 0,3         | 1,7         | 5,2         | 12,0        |
| GB  | 0,1         | 1,0         | 4,4         | 12,0        |
| GR  | 0,1         | 0,5         | 1,5         | 4,8         |
| HR  | 0,2         | 0,4         | 0,7         | 1,2         |
| HU  | 0,1         | 0,2         | 0,4         | 2,5         |
| IE  | 0,1         | 0,7         | 2,2         | 7,5         |
| IS  | 0,5         | 1,7         | 4,0         | 10,2        |
| IT  | 0,1         | 0,4         | 1,4         | 4,1         |
| NL  | 0,2         | 1,0         | 3,1         | 9,7         |
| NO  | 0,1         | 1,2         | 4,3         | 9,7         |
| PL  | 0,0         | 0,2         | 0,5         | 1,4         |
| PT  | 0,1         | 0,4         | 1,1         | 3,2         |
| RU  | 0,0         | 0,0         | 0,1         | 0,3         |
| SE  | 0,1         | 0,8         | 2,6         | 8,0         |
| <b>EUR15</b>  | <b>0,2</b>  | <b>1,2</b>  | <b>3,9</b>  | <b>10,4</b> |
| US  | 1,3         | 4,7         | 11,5        | 20,0        |

Source : Screen Digest

## Les téléviseurs à grand écran 16:9

Les lecteurs DVD et les téléviseurs à grand écran 16:9 sont les premiers indicateurs de l'intérêt des consommateurs envers la télévision de haute définition (THD). Dans la plupart des systèmes de radiodiffusion évolués, en Europe et ailleurs, les téléviseurs à grand écran ont pour de nombreuses raisons, pris du temps à percer, mais notamment parce qu'un téléviseur dure longtemps et que les consommateurs répugnent à se débarrasser de leurs vieux appareils.

Toute l'incertitude qui a entouré l'introduction et la normalisation de la THD, ou télévision terrestre numérique TTN comme disent les Européens, a probablement contribué à retarder son essor. Cependant, au cours de la dernière année environ, les téléviseurs 16:9 se sont vendus en grand nombre. En 2000, on a vendu quelque 3,5 millions de téléviseurs à grand écran dans les plus importants marchés européens, ce qui représente une augmentation de 48,8 % par rapport aux ventes de 1999. Peut-on voir là l'indicateur d'un intérêt croissant envers la télévision numérique de haute définition ?

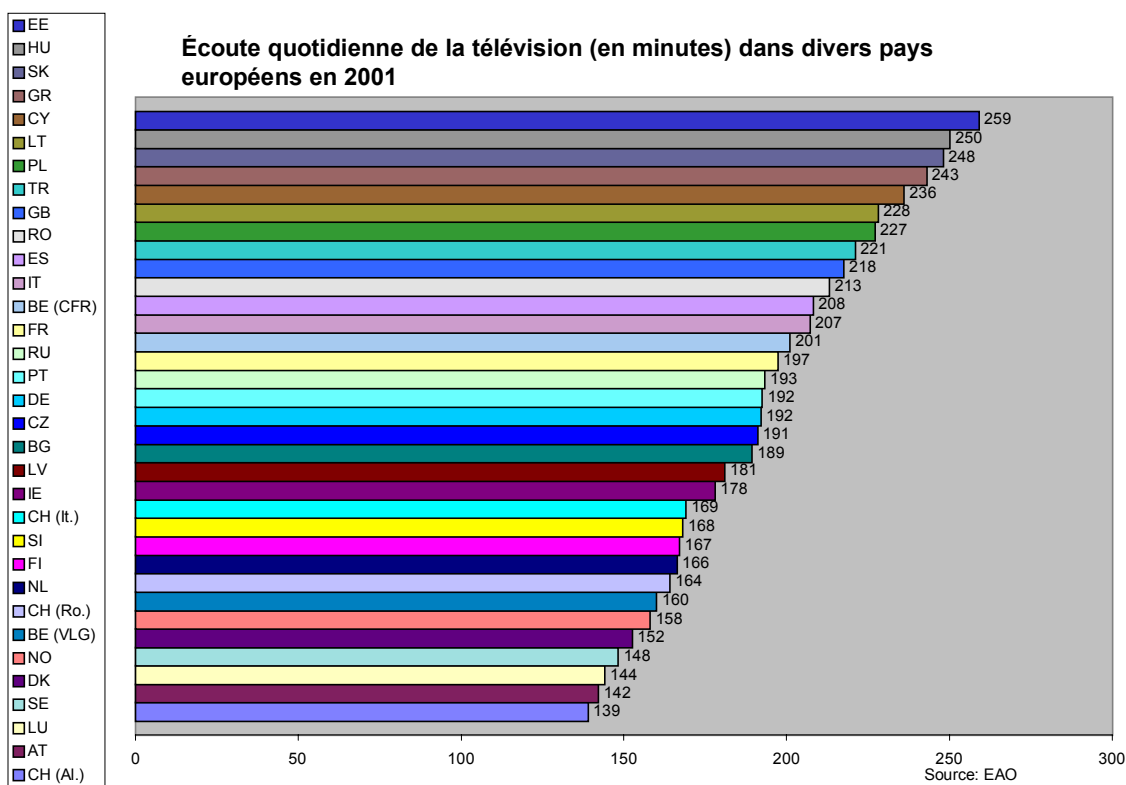
| Expéditions de téléviseurs à écran 16:9 (1996-2000) |                |                |                  |                  |                  |                  |               |
|---|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| En unités   |                |                |                  |                  |                  |                  |               |
|   | 1996           | 1997           | 1998             | 1999             | 2000             | Total            | 2000/1999     |
| <b>AT</b>   | 12 000         | 22 000         | 25 000           | 30 000           | 40 000           | 129 000          | 33,3 %        |
| <b>BE / LU / NL</b>                                 | 134 000        | 181 000        | 270 000          | 340 000          | 440 000          | 1 365 000        | 29,4 %        |
| - BE / LU   | 46 000         | 64 000         | 90 000           | 110 000          | 120 000          | 430 000          | 9,1 %         |
| - NL  | 88 000         | 117 000        | 180 000          | 230 000          | 320 000          | 935 000          | 39,1 %        |
| <b>CH</b>   | 56 000         | 61 000         | 60 000           | 60 000           | 70 000           | 307 000          | 16,7 %        |
| <b>DE</b>   | 144 000        | 236 000        | 260 000          | 310 000          | 440 000          | 1 390 000        | 41,9 %        |
| <b>ES</b>   | 17 000         | 34 000         | 65 000           | 110 000          | 190 000          | 416 000          | 72,7 %        |
| <b>FR</b>   | 114 000        | 179 000        | 280 000          | 480 000          | 610 000          | 1 663 000        | 27,1 %        |
| <b>GB / IE</b>                                      | 23 000         | 86 000         | 320 000          | 850 000          | 1 340 000        | 2 619 000        | 57,6 %        |
| <b>GR</b>   | 3 000          | 5 000          | 8 000            | 15 000           | 20 000           | 51 000           | 33,3 %        |
| <b>IT</b>   | 13 000         | 27 000         | 65 000           | 115 000          | 190 000          | 410 000          | 65,2 %        |
| <b>PT</b>   | 3 000          | 5 000          | 8 000            | 15 000           | 70 000           | 101 000          | 366,7 %       |
| <b>SCAN</b>   | 12 000         | 30 000         | 55 000           | 120 000          | 210 000          | 427 000          | 75,0 %        |
| - DK  | 10 000         | 30 000         | 47 000           | n.c.             | n.c.             | 87 000           | n.c.          |
| - FI  | 200            | n.c.           | n.c.             | n.c.             | n.c.             | 200              | n.c.          |
| - SE  | 1000           | n.c.           | n.c.             | n.c.             | n.c.             | 1 000            | n.c.          |
| <b>EUR 15</b>                                       | <b>475 000</b> | <b>805 000</b> | <b>1 356 000</b> | <b>2 385 000</b> | <b>3 550 000</b> | <b>8 571 000</b> | <b>48,8 %</b> |

Source : EACEM

## Temps d'écoute

On note, dans la plupart des pays européens, une tendance à la hausse du nombre d'heures passées devant la télévision, au cours des quatre à cinq dernières années. Le graphique ci-dessous indique que le temps d'écoute varie d'un pays à l'autre, et que même dans les pays où on regarde moins la télévision, on passe encore en moyenne, quotidiennement, beaucoup de temps devant le petit écran.

Les pays où l'on regarde le plus la télévision (~4 heures par jour) se trouvent plutôt en Europe de l'Est (Estonie, Hongrie, Slovaquie). Les pays ayant le plus faible temps d'écoute (~2,5 par jour) sont des pays comme l'Autriche, la Suède et le Danemark. Les trois pays européens ciblés dans cette étude, la France, l'Italie et le Royaume-Uni, se classent dans la moyenne avec 3 heures par jour de temps d'écoute. Aux États-Unis, Nielsen Media Research chiffre le temps passé quotidiennement devant la télévision à 4 heures, alors qu'en Australie A. C. Nielsen rapporte que la télévision est allumée un peu plus de 3 heures par jour. Le lecteur doit noter que certaines différences de temps d'écoute entre les pays peuvent être dues bien davantage à l'utilisation de différents systèmes de mesure de l'auditoire et de méthodologie d'échantillonnage qu'à de réelles différences culturelles.



## **Auditoire de la télévision publique**

En Europe, les réseaux publics de télévision se disputent féroce­ment les auditoires. En conséquence, la télévision publique a joué et joue toujours un rôle prédominant dans la plupart des pays européens, malgré l'arrivée des chaînes terrestres commerciales presque partout et la prolifération des services par câble et par satellite, dont beaucoup sont des chaînes mondiales comme CNN et MTV. Le nombre de chaînes de télévision disponible en Europe est passé de 50, au milieu des années 80, à environ 1 500 aujourd'hui. Mais cette abondance de l'offre ne s'est pas forcément traduite par une augmentation équivalente des auditoires.

Dans un petit nombre de pays comme la Grèce et la Turquie, les chaînes publiques de télévision n'ont que des parts d'auditoire inférieures à 10 %, mais dans la majeure partie de l'Europe, la télévision publique détient au moins 30 % de l'auditoire. En Autriche et au Danemark, les services publics de télévision accaparent plus de 50 % de l'auditoire alors qu'en France, en Italie et au Royaume Uni, la part de la télévision publique s'élève à plus de 40 % de l'auditoire national. La télévision publique joue un rôle minime aux États-Unis (3 % du marché) alors qu'en Australie, elle occupe une place significative sans pour autant dominer le marché (~18 % du marché).

| Part d'auditoire quotidienne de la télévision publique (1997-2001) |      |       |      |       |       |
|--|------|-------|------|-------|-------|
| En %   |      |       |      |       |       |
|  | 1997 | 1998  | 1999 | 2000  | 2001  |
| AT   | 62,4 | 61,7  | 58,5 | 56,6  | 55,5  |
| BE (CFR)   | 20   | 20,8  | 22,2 | 23,2  | 23    |
| BE (VLG)   | 27,8 | 30,3  | 30,6 | 31,7  | 33,5  |
| BG   | 75,1 | 76    | 69,6 | 66,5  | 31,8  |
| CH (Al.)   | 34,3 | 35,4  | 34,6 | 34    | 34,4  |
| CH (It.)   | 35,6 | 35,2  | 35,7 | 33,7  | 33,7  |
| CH (Ro.)   | 36,5 | 37,7  | 37,3 | 36,3  | 35,2  |
| CY   | n.a. | 25,0  | 20,5 | 20,4  | 18,9  |
| CZ   | n.a. | 33,29 | 32,1 | 31,22 | 29,2  |
| DE   | 40,5 | 42,5  | 42,8 | 43,1  | 43,3  |
| DK   | 68,6 | 69    | 66,8 | 67,32 | 64,5  |
| EE   | n.a. | 22,4  | 18,3 | 16,6  | 17,1  |
| ES   | 51,4 | 51    | 49,4 | 49,3  | 49,6  |
| FI   | 48   | 46    | 43   | 42,3  | 43,3  |
| FR   | 44,1 | 43    | 42,2 | 42,3  | 41,7  |
| GB   | 53   | 51,1  | 49,5 | 48,5  | 48    |
| GR   | 8,2  | 10,0  | 9,5  | 10,6  | 9,5   |
| HU   | n.a. | 25,5  | 15,6 | 13,6  | 13,2  |
| IE   | 53   | 52    | 49,7 | 47,3  | 43,4  |
| IT   | 48,1 | 48    | 47,6 | 47,29 | 46,94 |
| LT   | n.a. | 16,3  | 10,3 | 10,2  | 9,1   |
| LV   | n.a. | 24,9  | 18,3 | 18,2  | 18,1  |
| NL   | 35,1 | 36,5  | 34,5 | 36,4  | 36    |
| NO   | 43,2 | 40,9  | 39,8 | 40,5  | 41    |
| PL   | 57,5 | 52,6  | 51,1 | 46,2  | 45,4  |
| PT   | 38,6 | 37,7  | 32,6 | 29,9  | 25,7  |
| RO   | n.a. | 46,4  | 39,2 | 40,4  | 35,9  |
| RU   | 65   | 59    | 47,7 | 46,21 | 43,75 |
| SE   | 47,6 | 48,2  | 47,2 | 43,8  | 41,9  |
| SI   | 33   | 32,4  | 32,1 | 32,9  | 34,4  |
| SK   | 27,5 | 24,3  | 18,1 | 18,4  | 20,2  |
| TR   | n.a. | 2,2   | 5,3  | 5,9   | 6,9   |
| AU   |      |       |      |       | 18,4  |
| US   |      |       |      |       | 3     |

Source : Eurodata-TV / OBS/NMR

## Auditoire des chaînes étrangères

Le Canada n'est pas le seul pays où l'on regarde beaucoup de chaînes étrangères. En fait, dans de nombreux pays européens, les chaînes étrangères constituent le choix de base des téléspectateurs. En Belgique et en Autriche, de 43 à 44 % des téléspectateurs ont regardé des chaînes étrangères en 2001. En Suisse, des télédiffuseurs étrangers ont accaparé environ deux tiers de l'auditoire national. En Lituanie, les chaînes étrangères ont conquis près de 87 % de l'auditoire.

| Part d'auditoire des chaînes de télévision étrangères (2001) |                                    |  |  |   |
|--|------------------------------------|--|--|---|
| En %   |                                    |  |  |   |
|  | Chaînes<br>publiques<br>étrangères | Chaînes<br>étrangères ciblant<br>le marché | Autres chaînes<br>étrangères<br>(est.) | Total des chaînes<br>étrangères<br>(est.) |
| AT   | 10                                 | 15,8                                       | 18                                     | 44  |
| BE (CFR)   | 17,8                               | —  | 25                                     | 43  |
| BE (VLG)   | 9,6                                | 6,4  | 13                                     | 29  |
| CH (Al.)   | 16,5                               | 18,7                                       | 30                                     | 65  |
| CH (It.)   | 24,3                               | —  | 42                                     | 66  |
| CH (R.)  | 15,8                               | —  | 49                                     | 65  |
| CY   | 2,8                                | —  | 35                                     | 38  |
| CZ   | n.a.                               | —  | n.a.                                   | <6  |
| DE   | n.a.                               | —  | n.a.                                   | <7  |
| DK   | 0,9                                | 12,5                                       | 8                                      | 21  |
| EE   | 19,3                               | —  | 20                                     | 39  |
| ES   | —                                  | —  | n.a.                                   | n.a.                                      |
| FI   | n.a.                               | —  | n.a.                                   | <6  |
| FR   | —                                  | n.a.                                       | n.a.                                   | <3  |
| GB   | —                                  | n.a.                                       | n.a.                                   | <1  |
| GR   | —                                  | —  | n.a.                                   | n.a.                                      |
| IE   | 17,7                               | —  | 26,4                                   | 44  |
| IT   | n.a.                               | n.a.                                       | n.a.                                   | <3  |
| LT   | 3,9                                | —  | 19                                     | 23  |
| LU   | 22                                 | —  | 65                                     | 87  |
| LV   | n.a.                               | —  | n.a.                                   | n.a.                                      |
| NL   | 4,3                                | 19,4                                       | n.a.                                   | 24  |
| NO   | n.a.                               | 6,7  | <10                                    | 7   |
| PL   | n.a.                               | 2,5  | <14                                    | 3   |
| PT   | n.a.                               | n.a.                                       | n.a.                                   | n.a.                                      |
| RO   | n.a.                               | n.a.                                       | n.a.                                   | <10                                       |
| RU   | —                                  | —  | n.a.                                   | n.a.                                      |
| SI   | n.a.                               | n.a.                                       | n.a.                                   | <22                                       |
| SK   | 2,1                                | —  | <24                                    | <26                                       |
| TR   | —                                  | —  | n.a.                                   | n.a.                                      |

Source : OBS

## Revenus nets des télédiffuseurs européens

Les revenus des radiodiffuseurs européens privés et publics proviennent de divers secteurs. L'Observatoire européen de l'audiovisuel a évalué qu'en 2000, les revenus des radiodiffuseurs publics de l'Union européenne y compris ceux de la radio, se montaient à quelque 26,3 milliards d'euros (41,2 milliards de dollars canadiens) qui provenaient essentiellement des droits de licence (15,2 milliards d'euros). Les radiodiffuseurs publics ont également récolté 8,5 milliards d'euros de revenus publicitaires en 2002.

Cette même année, les revenus des radiodiffuseurs privés de l'UE s'élevaient à 35,9 milliards d'euros, dont 17 milliards d'euros de revenus de publicité télévisée. Comme en Amérique du Nord, les revenus publicitaires ont baissé en 2001, ce qui pourrait avoir une incidence sur la programmation de 2002-2003. En l'an 2000, les revenus des services publics et privés de télévision s'élevaient au total à plus de 60 milliards d'euros, de nombreuses fois supérieurs à ceux de l'industrie canadienne mais inférieurs à ceux de l'industrie américaine (environ 80 milliards de dollars U.S.). Aux États-Unis, les revenus de publicité télévisée représentaient à eux seuls 54 milliards en 2001.

| <b>Ventilation des revenus nets du secteur radio-télévision de l'Union européenne (1996-2000)</b> |                            |                   |                   |                   |                   |
|---|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Sociétés publiques<br/>(radio comprise)</b>  | <b>En milliers d'euros</b> |                   |                   |                   |                   |
|   | <b>1996</b>                | <b>1997</b>       | <b>1998</b>       | <b>1999</b>       | <b>2000</b>       |
| <b>Total des revenus publics</b>  | <b>14 097 251</b>          | <b>15 585 559</b> | <b>15 718 419</b> | <b>16 936 404</b> | <b>17 224 355</b> |
| - Aide / Subventions  | 1 439 431                  | 1 319 006         | 1 387 225         | 1 465 880         | 1 663 437         |
| - Droits de licence   | 12 459 440                 | 14 027 222        | 14 007 514        | 15 124 115        | 15 231 537        |
| - Taxes sur les services  | 129 393                    | 154 143           | 208 285           | 193 000           | 193 000           |
| - Autres revenus publics  | 68 987                     | 85 188            | 115 395           | 153 409           | 136 381           |
| <b>Total des revenus commerciaux</b>  | <b>5 997 675</b>           | <b>6 658 044</b>  | <b>7 043 992</b>  | <b>7 930 542</b>  | <b>8 518 599</b>  |
| - Publicité   | 4 105 267                  | 4 394 421         | 4 738 291         | 5 185 946         | 5 487 157         |
| - Commandite  | 121 463                    | 119 170           | 131 662           | 129 213           | 178 166           |
| - Vente d'émissions   | 498 044                    | 574 980           | 521 502           | 636 364           | 732 847           |
| - Marchandisage   | 278 985                    | 418 004           | 370 547           | 460 716           | 489 164           |
| - Télévision payante  | 0                          | 22 411            | 20 157            | 65 435            | 111 038           |
| - Autres revenus commerciaux  | 993 916                    | 1 129 058         | 1 261 833         | 1 452 868         | 1 520 227         |
| <b>Autres revenus</b>   | <b>517 713</b>             | <b>588 653</b>    | <b>556 387</b>    | <b>466 608</b>    | <b>595 362</b>    |
| <b>TOTAL DES REVENUS</b>  | <b>20 612 639</b>          | <b>22 832 256</b> | <b>23 318 798</b> | <b>25 333 554</b> | <b>26 338 316</b> |
| <b>Société privées</b>  |                            |                   |                   |                   |                   |
|   | <b>1996</b>                | <b>1997</b>       | <b>1998</b>       | <b>1999</b>       | <b>2000</b>       |
| - Publicité télévision  | 10 246 644                 | 11 979 575        | 13 880 556        | 15 655 989        | 17 045 626        |
| - Publicité radio (est.)  | 1 613 721                  | 2 112 162         | 2 456 653         | 2 883 969         | 3 150 000         |
| - Achats à domicile   | 152 842                    | 384 906           | 490 952           | 755 280           | 920 875           |
| - Télévision payante  | 4 159 169                  | 5 768 684         | 6 975 794         | 8 678 183         | 10 608 106        |
| - Autres revenus commerciaux  | 1 556 430                  | 1 815 968         | 2 077 012         | 2 492 323         | 4 233 351         |
| <b>TOTAL DES REVENUS</b>  | <b>17 728 806</b>          | <b>22 061 295</b> | <b>25 880 967</b> | <b>30 465 744</b> | <b>35 957 958</b> |

Source : OBS

## Ventes d'émissions américaines en Europe

Bien qu'elle soit en baisse, la présence américaine sur les écrans européens de cinéma et de télévision reste encore très forte. Les ventes d'émissions de télévision, de vidéo et de films américains, en Europe, sont substantielles et écrasent littéralement les ventes de vidéo européennes aux États-Unis. Les

ventes américaines sont passées de 5,3 milliards (U.S.) en 1995 à 9 milliards de dollars (U.S.) en 2000, une augmentation d'environ 70 %. Par contre, les ventes européennes de vidéo et de films en Amérique du Nord, bien qu'en hausse, représentaient seulement 827 millions de dollars (U.S.) au cours de 2000, moins de un dixième des ventes d'émissions américaines en Europe.

| Estimation des ventes d'émissions télévisuelles entre l'Union européenne et les États-Unis (1995-2000) |              |              |              |              |              |              |               |            |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|------------|
| En million de \$ U.S.  |              |              |              |              |              |              |               |            |
| Les données en italique proviennent de l'OEA   |              |              |              |              |              |              |               |            |
| Ventes des sociétés américaines sur le marché de l'Union européenne (sans les radiodiffuseurs)         | 1995         | 1996         | 1997         | 1998         | 1999         | 2000         | 2000/1999     | Sources    |
| MPA - Locations / Salles de cinéma   | 1 001        | 1 155        | <i>1 188</i> | <i>1 405</i> | <i>1 270</i> | <i>1 240</i> | -2,4 %        | OBS        |
| AFMA - Ventes / Salles de cinéma   | 177          | 237          | 306          | 329          | 451          | 510          | 13,0 %        | AFMA       |
| MPA - Location à la télévision   | <i>1 655</i> | <i>2 202</i> | <i>2 407</i> | <i>2 611</i> | <i>2 950</i> | <i>3 600</i> | 22,0 %        | OBS        |
| AFMA - Ventes à la télévision  | 407          | 443          | 473          | 576          | 831          | 784          | -5,7 %        | AFMA       |
| MPA - Location de vidéos   | <i>1 930</i> | <i>2 026</i> | <i>2 030</i> | <i>2 034</i> | <i>2 124</i> | <i>2 570</i> | 21,0 %        | OBS        |
| AFMA - Ventes de vidéos  | 162          | 198          | 242          | 358          | 416          | 328          | -21,2 %       | AFMA       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>5 331</b> | <b>6 262</b> | <b>6 645</b> | <b>7 313</b> | <b>8 042</b> | <b>9 031</b> | <b>12,3 %</b> | <b>OBS</b> |
| <b>Estimations des revenus européens en Amérique du Nord</b>   |              |              |              |              |              |              |               |            |
| Total des revenus de la GB   | 426          | 499          | 536          | 550          | 705          | 691          | -2,0 %        | ONS        |
| - Revenus / production films   | 343          | 422          | 343          | 350          | 508          | 511          | 0,5 %         | ONS        |
| - Revenus / production télévisuelle  | 83           | 77           | 193          | 200          | 197          | 180          | -8,5 %        | ONS        |
| Total des revenus des sociétés non britanniques  | 92           | <i>115</i>   | <i>132</i>   | <i>156</i>   | <i>148</i>   | <i>136</i>   | -8,0 %        | OBS        |
| - Revenus des films français   | 10           | 10           | 32           | 6            | 31           | 7            | -77,6 %       | CNC        |
| - Revenus / production française en télévision (*)   | 46           | 84           | 73           | 113          | 87           | 95           | 9,6 %         | INA/CNC    |
| - Revenus des distributeurs allemands  | 16           | 1            | 8            | 13           | 5            | 9            | 86,9 %        | BAW        |
| - Autres revenus européens (estimés)   | 20           | 20           | 20           | 30           | 25           | 25           | n.a.          | OBS        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>518</b>   | <b>614</b>   | <b>668</b>   | <b>706</b>   | <b>853</b>   | <b>827</b>   | <b>-3,0 %</b> | <b>OBS</b> |
| <b>Différences des revenus</b>   |              |              |              |              |              |              |               |            |
| <b>Union européenne / Amérique du Nord</b>   |              |              |              |              |              |              |               |            |
| Déficit (millions de \$ U.S.)  | -4 813       | -5 648       | -5 977       | -6 607       | -7 190       | -8 204       | 14,1 %        | OBS        |

(\*) y compris Amérique du Sud jusqu'en 1995

<http://www.obs.coe.int/db/gavis/00001775.html>

Source : OBS

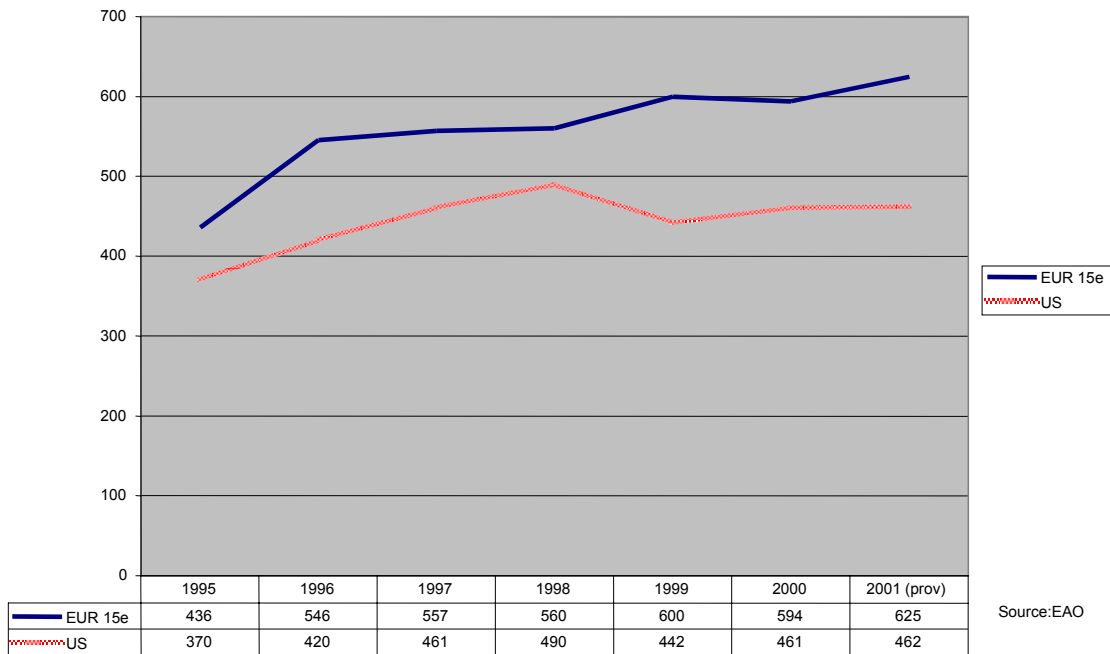
## Le rôle d'Hollywood en Europe

Les longs métrages américains jouent un rôle important dans les grilles-horaires des télévisions européennes. Les superproductions comme *Le Titanic* ou *Men in Black* se retrouvent souvent en première position dans les pays européens. Ce qui est intéressant, c'est que le plus important studio



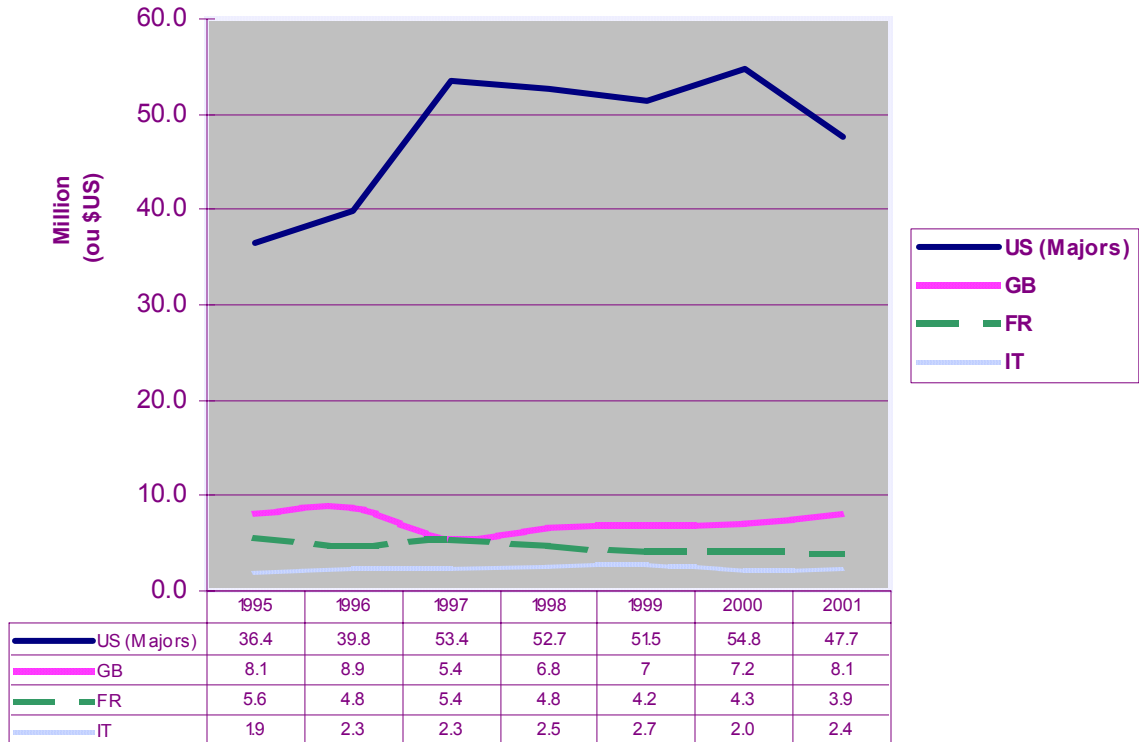
américain produit annuellement moins de films que les producteurs européens. Moins de 500 films par an sortent de la capitale mondiale du cinéma, Hollywood. En comparaison, les pays européens ont produit en 2001, plus de 600 longs métrages.

### Nombre de longs métrages produits en Europe et aux États-Unis



Cependant, le coût de production moyen d'un film américain, juste un peu moins de 50 millions en 2001, est plusieurs fois supérieur à celui des films européens (voir graphique à la page suivante). Les producteurs de films du Royaume-Uni ont dépensé plus que les producteurs italiens, mais une production y coûte toujours, en moyenne, moins de 10 millions par film.

## Coût moyen des longs métrages (1995-2001)

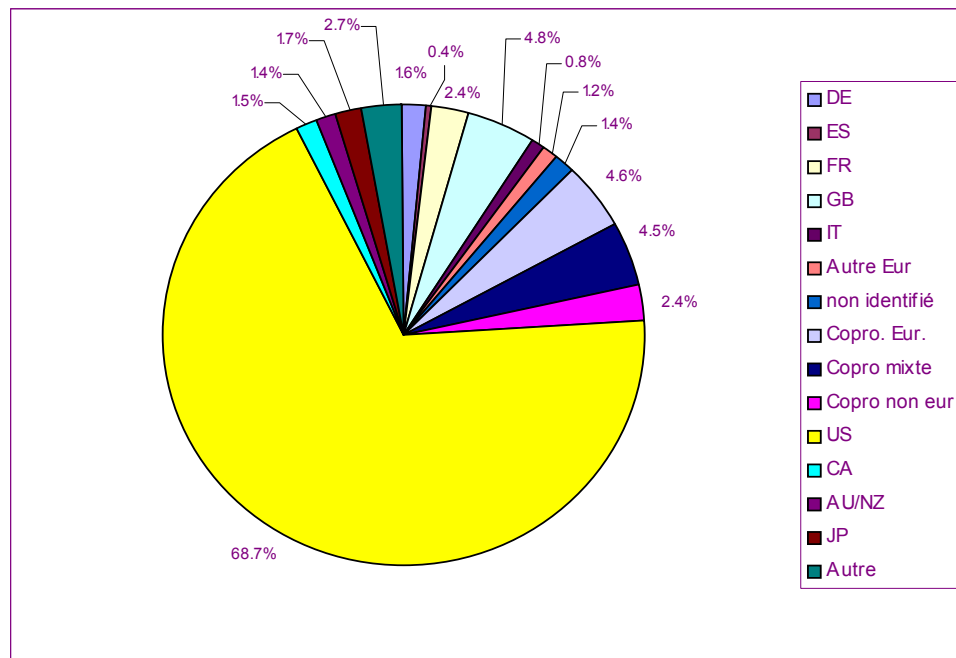


Source:EAO

## Programmation américaine à la télévision européenne

Un volume surprenant de programmation américaine, des longs métrages hollywoodiens tout comme des séries dramatiques, passent à la télévision européenne. De toutes les dramatiques importées en Europe, pratiquement deux ou trois viennent des États-Unis (voir graphique) et sont généralement doublées dans la langue locale. Aucun autre pays que les États-Unis ne représente une part importante des importations; en 2000, les œuvres canadiennes ne constituaient que 1,5 % des importations de dramatiques.

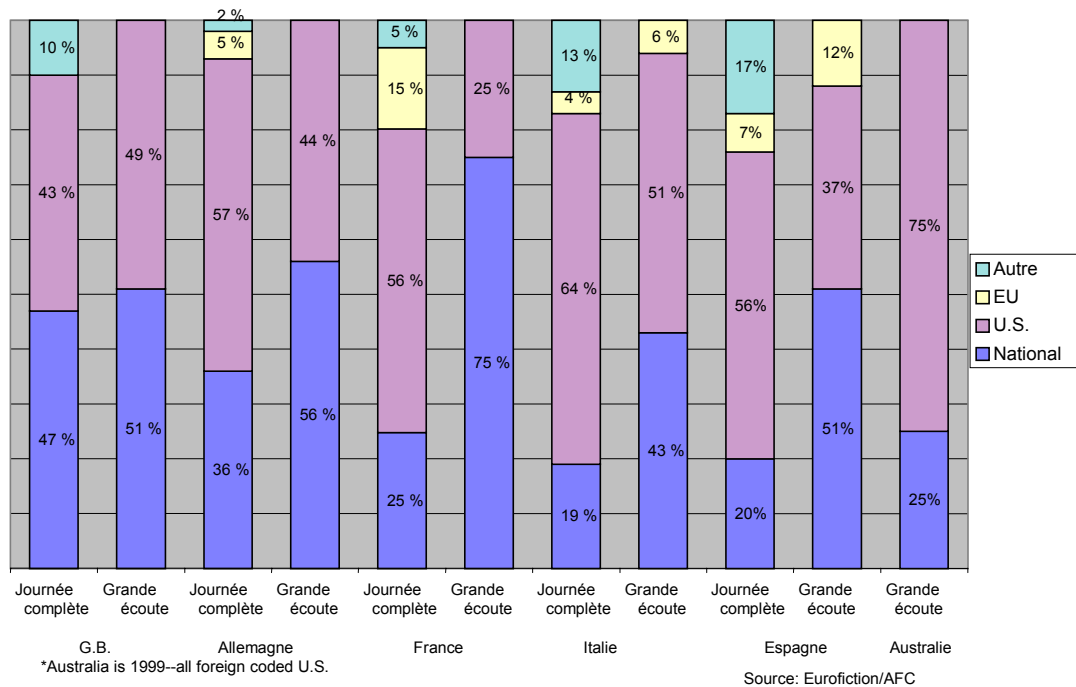
## Origine des dramatiques importées (film + téléfiction) diffusées par 101 réseaux de l'UE en 2000, % d'heures



Source: Essential Television Statistics

Généralement, en matière de programmation de fiction, le Royaume-Uni, est le seul des grands pays européens où moins de 50 % des dramatiques proviennent des États-Unis. (voir graphique). L'Italie arrive en tête des pays européens avec 64 % de dramatiques américaines, suivie par l'Allemagne avec 57 % et la France avec 56 %.

Origine des dramatiques dans les principaux pays européens, semaine de mars 2000\* en % d'heures.



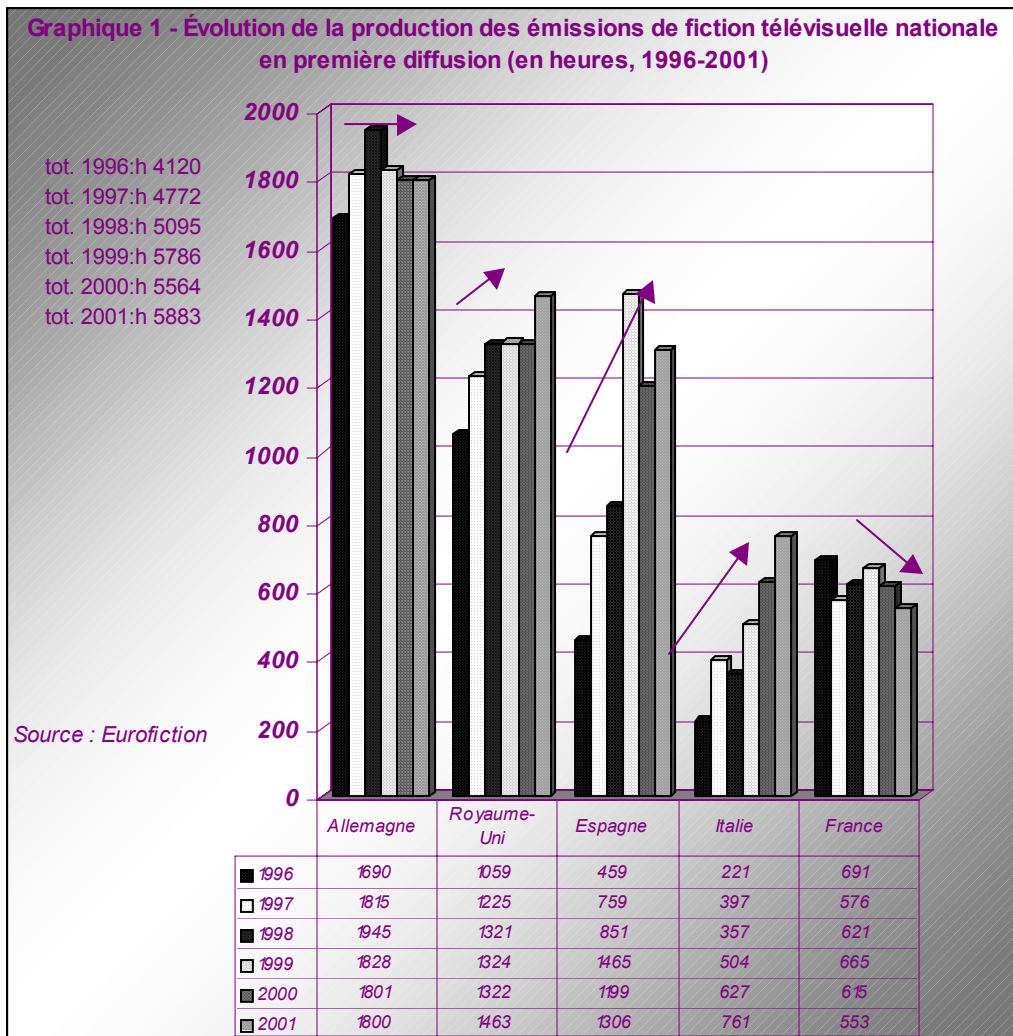
Cependant, aux heures de grande écoute, la situation est inversée.<sup>4</sup> La plupart des pays affichent plus de 50 % de dramatiques d'origine nationale aux heures de grande écoute. La France diffuse le plus haut pourcentage de dramatiques d'origine nationale en heures de grande écoute (75 %). L'Australie se démarque des pays européens car, aux heures de grande écoute, les télévisions publiques et privées mettent à l'horaire environ 25 % de dramatiques australiennes alors que le reste des émissions est surtout américain.

Alors que l'on trouve un grand nombre de dramatiques étrangères, surtout américaines, sur les écrans européens et australiens, on y trouve aussi un nombre important et croissant de productions nationales, surtout aux heures de grande écoute. Donc, comme on l'a dit, en Europe plus de 50 % des dramatiques en heure de grande écoute sont des productions nationales, sauf en Italie où l'industrie de la production s'est développée un peu plus lentement.

<sup>4</sup> Les heures de grande écoute se définissent comme suit selon les pays : Allemagne 20:00-22:30; France et Italie 20:30-22:30; Royaume-Uni 19:00-22:00; Espagne 20:30-23:00; Australie 17:00-24:00.

L'étude Eurofiction 2002 qui vient d'être publiée, révèle qu'en 2001, la programmation de dramatiques d'origine nationale en première diffusion a atteint son plus haut niveau depuis 1996. Le communiqué de presse ci-dessous, qui annonce les nouvelles données semble très optimiste :

L'offre globale d'émissions de fiction domestique européenne en première diffusion a représenté pour l'année 2001 un volume de 5 883 heures pour l'ensemble des cinq principaux marchés de la télévision européenne (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni). Ce chiffre représente un supplément d'un peu plus de 300 heures, soit une augmentation de 5,7 %, par rapport à 2000. Cette augmentation parvient à combler le déclin observé entre 1999 et 2000. Par rapport à 1996, année de référence de la première étude Eurofiction, la présence d'émissions nationales de fiction en première diffusion (à l'exclusion des longs-métrages) dans les programmations des chaînes, tant publiques que privées, a augmenté de plus de 1 700 heures (+ 43 %).



Cependant, l'étude Eurofiction décrivait l'environnement 2002 en Europe comme « troublé » et expliquait, comme suit, l'incidence des émissions vérité/jeux questionnaires :

En dépit de chiffres indiquant une croissance significative en 2001, il est indéniable que les conditions de la production de fiction télévisuelle ont empiré sur l'ensemble du territoire européen. Cela est dû à la conjonction de plusieurs facteurs défavorables. L'un des plus significatifs est l'introduction des reality shows et des reality games dans les programmations télévisées européennes. Ces deux types d'émissions sont devenus des priorités stratégiques pour les diffuseurs. Ceux-ci investissent dans ce genre télévisuel en termes de créneaux horaires, de promotion et de réalisation. Comparés à la fiction, les reality shows ont un double avantage concurrentiel. Ils impliquent des coûts imbattables par rapport à ceux d'une fiction moyenne et peuvent avoir autant de succès auprès du public. En outre, les diffuseurs réalisent des économies de conception en reprenant des standards internationaux déjà éprouvés

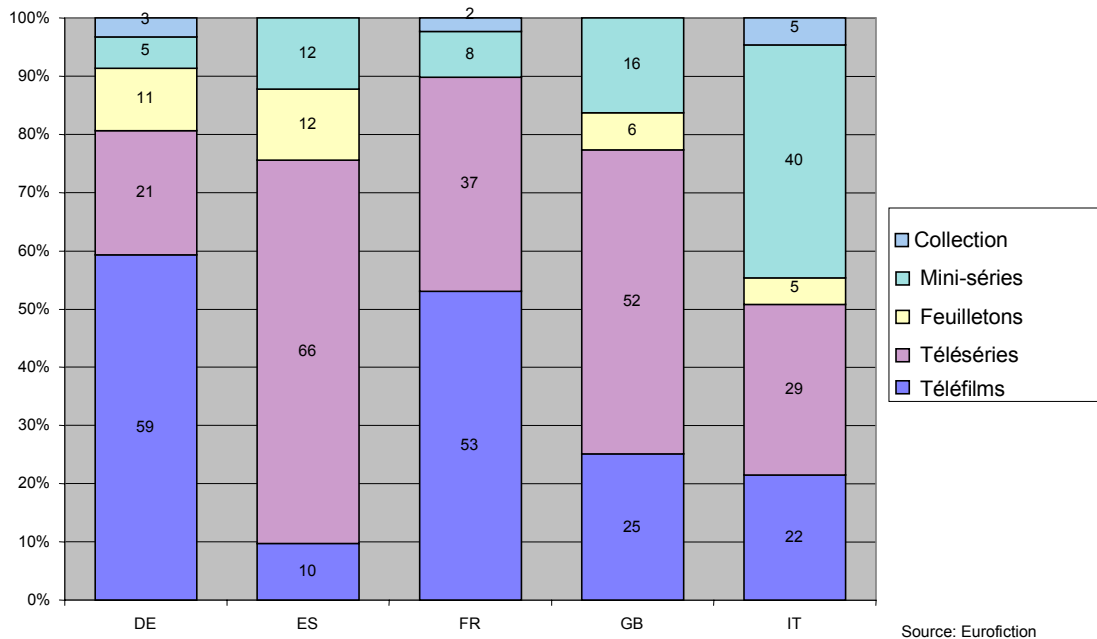
Autre facteur défavorable : la production télévisuelle indépendante reste une activité faible pour des raisons bien connues (capacités de financement insuffisantes, absence de droits permanents sur les productions et sous-développement des marchés secondaires des émissions de fiction en Europe).

On attribue à l'effet conjugué de la baisse des revenus publicitaires et de l'arrivée d'émissions vérité/jeux questionnaires relativement bon marché, un ralentissement potentiel de la production nationale de dramatiques. Tout comme l'étude Eurofiction, les magazines spécialisés européens rapportent une tendance inquiétante et presque à la baisse des dramatiques d'origine nationale, malgré la preuve matérielle de la croissance de l'industrie et de son rôle d'une importance sans précédent.

### **Principaux formats européens d'émissions dramatiques**

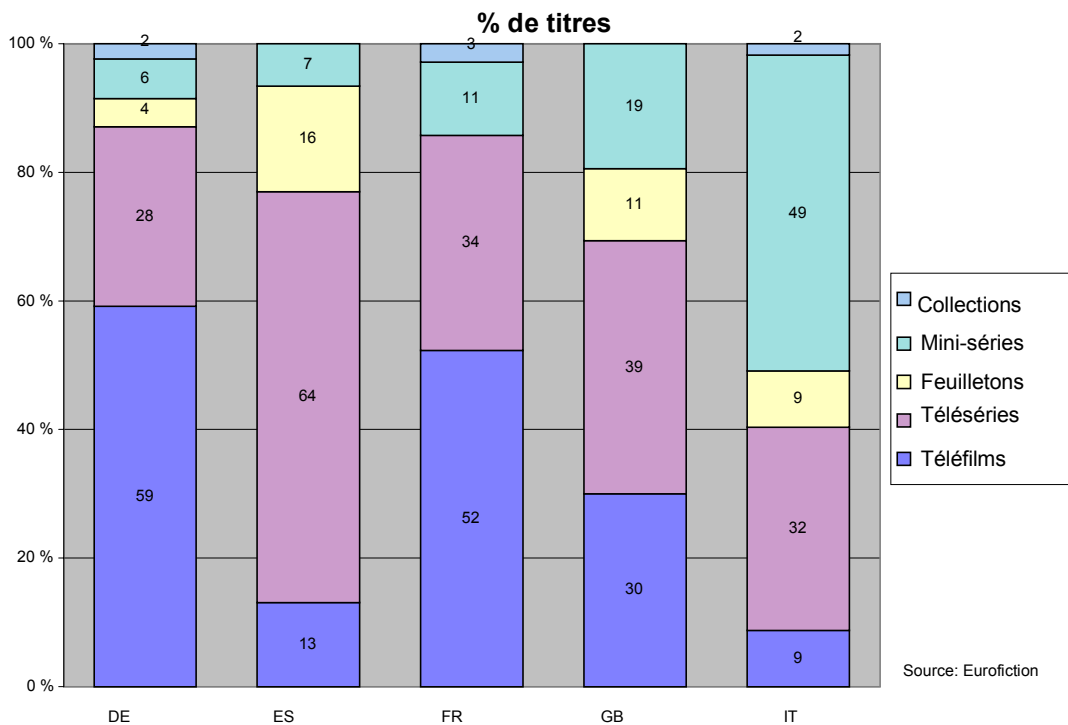
Les formats d'émissions dramatiques révèlent des différences sensibles entre les principaux pays européens visés par l'étude (voir graphique). En 1999, les *séries* dramatiques constituaient la plus importante catégorie au Royaume-Uni et en Espagne alors que l'Italie diffusait davantage de *mini-séries* et que l'Allemagne et la France produisaient une grande quantité de *téléfilms*. Ces faits semblent indiquer que le contexte national a une influence décisive sur le processus créatif à l'origine des différents formats d'émissions dans chacun des pays.

## Émissions dramatiques européennes en première diffusion, par format, 1999, % de titres



Deux ans plus tard, le tableau de la production de la fiction télévisuelle n'a pas beaucoup changé dans les cinq principaux pays européens. On a noté quelques variantes en 2001, comme par exemple une légère diminution des séries au profit des films, au Royaume-Uni. Selon les données de la dernière étude Eurofiction, en 2001, certains pays ont un peu augmenté le volume des mini-séries mais sinon, le tableau général de la production de fiction télévisuelle reste similaire à celui de 1999 ( voir tableau ci-dessous).

### Émissions dramatiques européennes en première diffusion par format, 2001



L'estimation de la valeur financière de la production nationale de fiction dans les cinq plus grands marchés européens est très révélatrice. En 1999, l'Institut National de l'Audiovisuel a évalué la programmation de cette seule année à 2,7 milliards d'euros ou plus de 4 milliards de dollars canadiens (voir tableau). Ce montant explique au moins en partie pourquoi les télédiffuseurs européens ont réussi à produire des émissions dramatiques qui ont séduit un grand nombre de téléspectateurs.



**Comparaison du nombre d'unités de programme  
de fiction d'origine nationale diffusées,  
leur volume en heures et leur valeur financière**

|              | <b>Nombre d'unités<br/>de programme (*)</b> | <b>Volume en heures</b> | <b>Valeur financière<br/>(millions d'euros)</b> |
|--------------|---|-------------------------|---|
| Allemagne    | 2 712                                       | 1 828                   | 1 026,3   |
| Royaume-Uni  | 2 225                                       | 1 324                   | 904,8   |
| France       | 815   | 665                     | 416,8   |
| Italie       | 737   | 504                     | 208,8   |
| Espagne      | 2 256                                       | 1 465                   | 187,0   |
| <b>Total</b> | <b>8 745</b>                                | <b>5 786</b>            | <b>2 743,7 (**)</b>                             |

(\*) Une « unité de programme » est un programme unitaire (téléfilm), un numéro de série ou un épisode d'un feuilleton ou mini série. Par souci de simplification, nous appellerons par la suite « épisode » cette unité de base.

(\*\*) Total « consolidé » après identification et traitement des doubles comptages des coproductions impliquant au moins deux des cinq pays compris dans l'étude.

**Source : INA**

## **Deuxième Partie**

**Analyse par pays :**

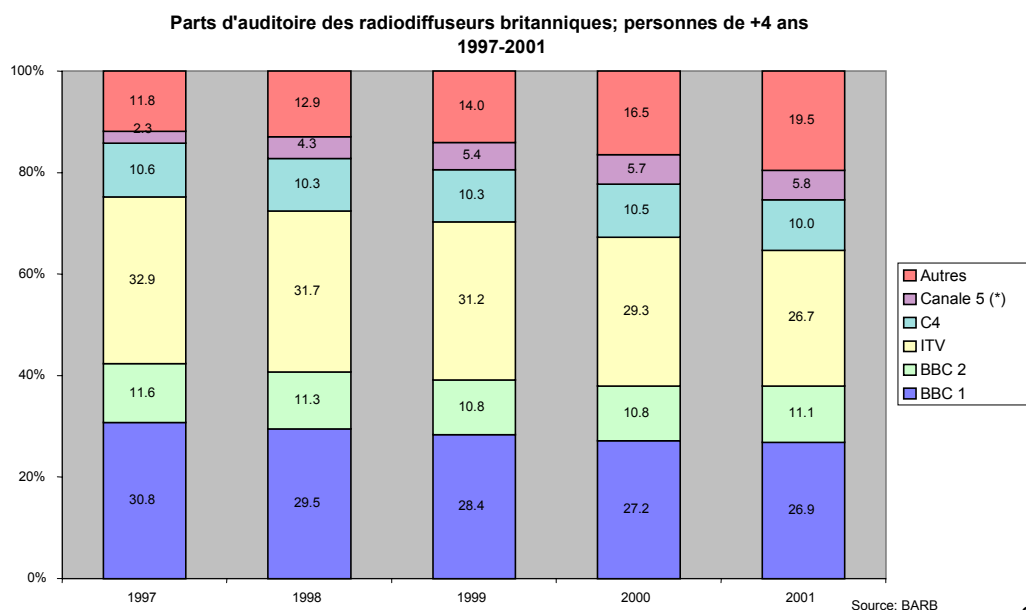
**Royaume-Uni, Italie, France,  
Australie et les États-Unis**

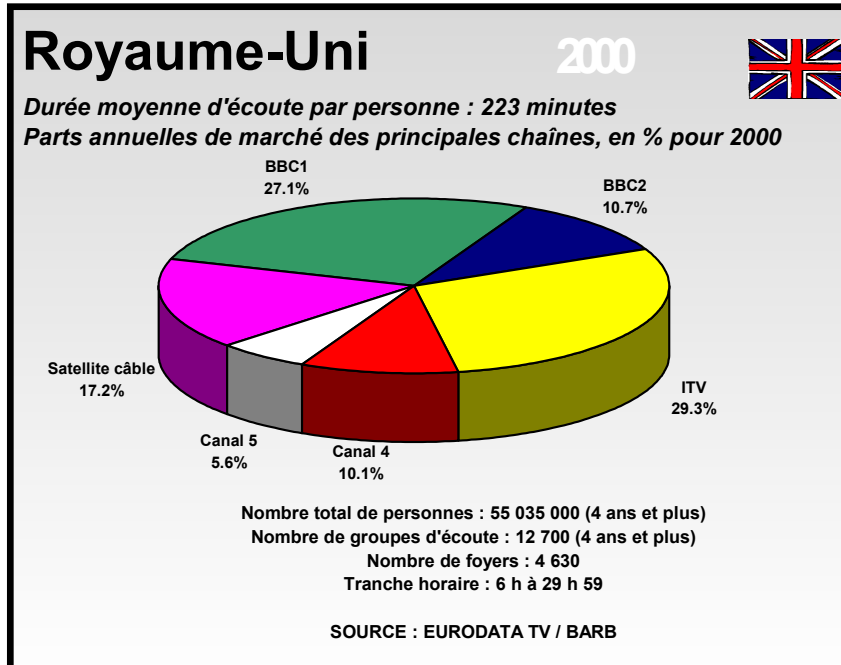
## Vue d'ensemble de la situation au Royaume-Uni

### Les parts d'auditoire et les 10 émissions les mieux classées

Le Royaume-Uni est tout à fait représentatif d'une bonne partie de l'Europe en ce sens que la BBC, radiodiffuseur public, y est une force dominante; la BBC a toujours détenu, comme aujourd'hui, une part significative de l'auditoire. En 2001, avec 27,1 % de l'auditoire, BBC1 devenait la chaîne de télévision la plus cotée, pour la première fois depuis 1955, année d'introduction de la télévision privée dans le pays. BBC2, qui vise un auditoire plus haut de gamme, s'est gagnée 11,1 % de l'auditoire. Avec un revenu total pour 2001 de plus de 5 milliards d'euros (7,5 milliards de dollars canadiens), la BBC, qui venait juste d'obtenir une forte augmentation de son droit de licence, a pu faire face à la concurrence croissante des radiodiffuseurs terrestres privés ainsi que des services de câble et de SRD.

Au cours des quatre à cinq dernières années, ITV, la principale chaîne privée que l'on appelle souvent le second télédiffuseur britannique, a vu son auditoire décliner d'environ 33 % à environ 27 %. L'industrie de la télévision privée au Royaume-Uni a subi une fragmentation croissante due à l'arrivée de la câblodistribution et surtout du service par satellite de Rupert Murdoch, BSkyB, qui a doublé le nombre de ses abonnés au cours des dernières années; ce dernier est de plus responsable de l'augmentation de la part d'auditoire de Others, qui est passée de 11,8 % en 1997 à 19,5 % en 2001. La BBC exploite aussi un certain nombre de services numériques par satellite. Malgré la perte d'auditoire, les cinq chaînes terrestres détiennent encore, ensemble, environ 80 % de l'auditoire du Royaume-Uni.





## Royaume-Uni 2000

**les 10 émissions en tête de palmarès**

Durée minimale de l'émission : 5 minutes  
 Sports : Pas plus d'une émission sélectionnée

| Rg | Chaîne | Date      | Début | Émission                      | Genre      | Origine | Nombre de diffusions* | Durée | Cote d'écoute 4+ (%) | '000   | Part d'auditoire 4+ (%) |
|----|--------|-----------|-------|-------------------------------|------------|---------|-----------------------|-------|----------------------|--------|-------------------------|
| 1  | ITV1   | Lun 03/01 | 19:33 | Coronation Street             | Feuilleton | UK      | 179                   | 26    | 33,7                 | 18 446 | 63,3                    |
| 2  | BBC1   | Lun 03/01 | 20:00 | Eastenders                    | Feuilleton | UK      | 92                    | 29    | 32,8                 | 17 953 | 61,3                    |
| 3  | ITV1   | Mer 19/01 | 20:02 | Who wants to be a millionaire | Jeu        | UK      | 34                    | 57    | 28,2                 | 15 435 | 58,3                    |
| 4  | ITV1   | Lun 12/06 | 19:35 | EURO 2000 : Portugal/England  | Soccer     | -       | 1                     | 121   | 27,2                 | 14 888 | 60,3                    |
| 5  | ITV1   | Dim 23/01 | 20:02 | Heartbeat                     | Séries     | UK      | 16                    | 57    | 26,7                 | 14 614 | 54,6                    |
| 6  | ITV1   | Mer 22/03 | 18:59 | Emmerdale                     | Feuilleton | UK      | 16                    | 27    | 23,1                 | 12 644 | 58,3                    |
| 7  | ITV1   | Mer 15/11 | 20:32 | Inspector Morse               | Séries     | UK      | 1                     | 117   | 22,9                 | 12 534 | 49,4                    |
| 8  | ITV1   | Mar 10/10 | 20:01 | National TV Awards            | Évén.      | UK      | 1                     | 123   | 21,7                 | 11 877 | 58,9                    |
| 9  | ITV1   | Dim 19/03 | 20:02 | Seeing Red                    | Docum.     | UK      | 1                     | 116   | 21,6                 | 11 823 | 46,2                    |
| 10 | ITV1   | Sam 02/12 | 22:24 | Stars in your eyes Results    | Divert.    | UK      | 1                     | 16    | 21,2                 | 11 604 | 53,9                    |

\* Nombre de diffusions avant le classement dans les 10 premières  
 Source : EURODATA TV / BARB

Au Royaume-Uni, les 10 émissions les mieux classées en 2000 (voir le graphique ci-dessus) représentent bien les récentes tendances de la programmation et de l'auditoire. *Coronation Street*, *Eastenders* et *Emmerdale*, toutes des séries qui tiennent l'affiche depuis longtemps,

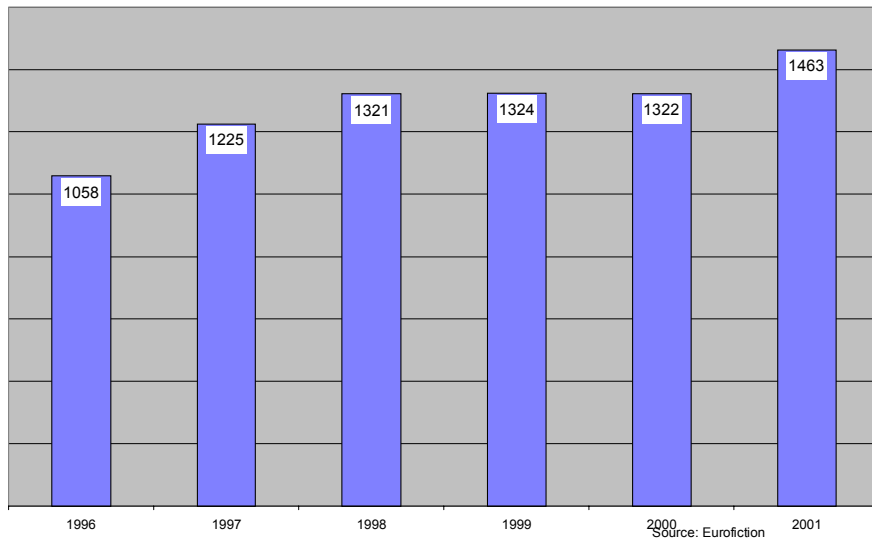
conservent leur place parmi les 10 émissions les mieux classées (top 10), une position occupée depuis 1960 dans le cas de *Coronation Street*. Malgré le succès de ces émissions nationales, des critiques assez durs se plaignent du manque d'innovation des émissions dramatiques britanniques et parlent d'une « sclérose des grilles- horaires<sup>5</sup>. »

Au heures de grande écoute, ITV diffuse généralement des jeux-questionnaires comme *Who Wants To Be a Millionaire*. Ces jeux ont marqué les grilles-horaires britanniques, se classant ainsi juste derrière les deux feuilletons les plus populaires en 2000. Cependant, ils n'ont pas supplanté les populaires séries dramatiques nationales du Royaume-Uni.

### Les dramatiques par rapport aux autres émissions

La production nationale de dramatiques au Royaume-Uni a atteint un niveau inégalé en 2001. Les cinq chaînes terrestres britanniques (BBC1, BBC2, ITV et Channel 4 et channel 5) ont produit ou fait produire presque 1 550 heures d'émissions dramatiques originales en 2001, une augmentation de 38 % par rapport à 1996 (voir graphique).

Volume horaire des dramatiques en première diffusion au Royaume-Uni, 1996-2001



Le rapport Eurofiction 2002 explique comme suit la première raison de cette augmentation :

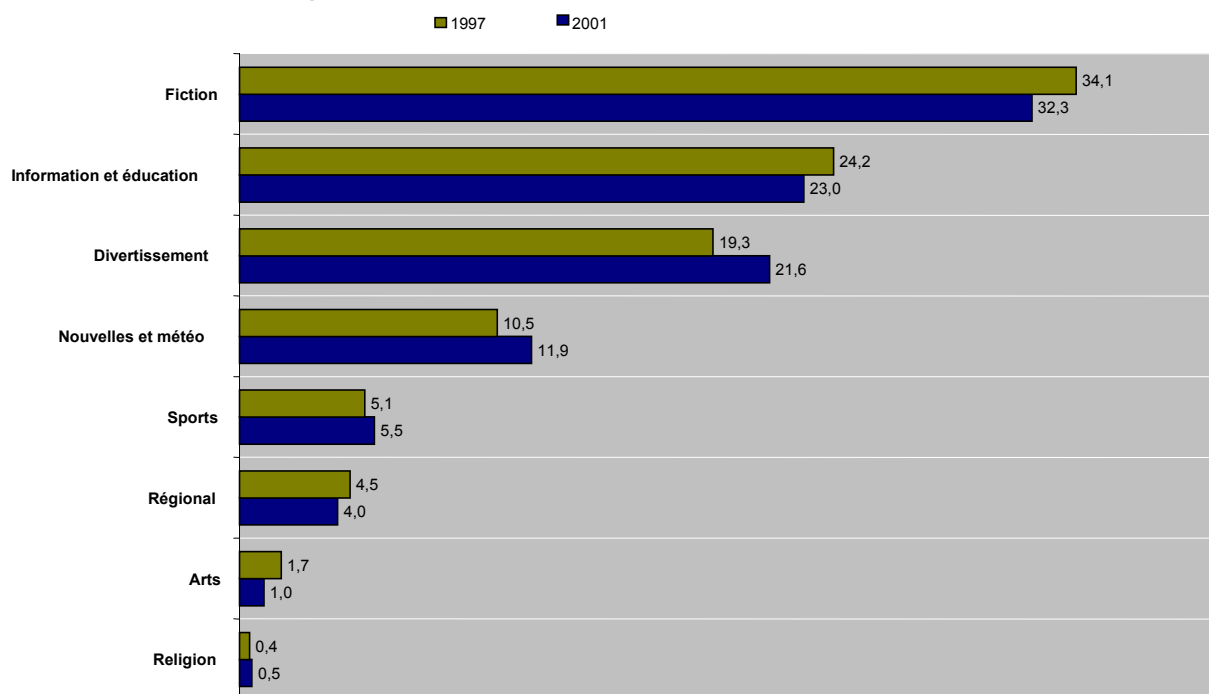
---

<sup>5</sup> Eurofiction 2002, p.99

[Traduction] Les téléséries tout comme des feuilletons récurrents ont une place presque réservée dans les grilles-horaires de télévision, ce qui laisse peu de marge de manœuvre à toute tentative de renouvellement du genre. Des émissions dramatiques médicales comme *Casualty* à BBC1 (qui a à son origine *Holby City*) ... sont restées des émissions gagnantes en termes de cotes d'écoute et les responsables de programmation ne pouvaient se décider à les supprimer de la grille.

Au Royaume-Uni, la fiction a beaucoup de succès, peut-être plus que dans tout autre pays européen. Les radiodiffuseurs nationaux publics et privés ont su bâtir sur leurs succès passés et faire en sorte que la programmation d'émissions dramatiques d'origine nationale reste la pierre angulaire des grilles-horaires de la télévision publique et privée dans ce pays. C'est ce que confirme le graphique ci-dessous en comparant l'importance des dramatiques en 1997 et en 2001.

### Programmation par genre des radiodiffuseurs britanniques en heures de grande écoute en 1997 et 2001; en % d'heures



Selon une étude de David Graham & Associates pour ITC, les dramatiques représentaient en 2001 environ un tiers de toute la programmation de radiodiffusion du Royaume-Uni aux heures de grande écoute (voir le graphique). Les dramatiques ont connu un léger déclin, passant de 34,1 % en 1997 à 32,3 % en 2001. Les émissions de divertissement, dont les émissions

vérité et les jeux questionnaires, ont connu au cours de cette période une croissance de 19,3 % à 21,6 %. En d'autres mots, les émissions vérité et les jeux questionnaires n'ont eu que peu d'effet sur les grilles-horaires des radiodiffuseurs du Royaume-Uni, puisque les dramatiques ont gardé une position prédominante.

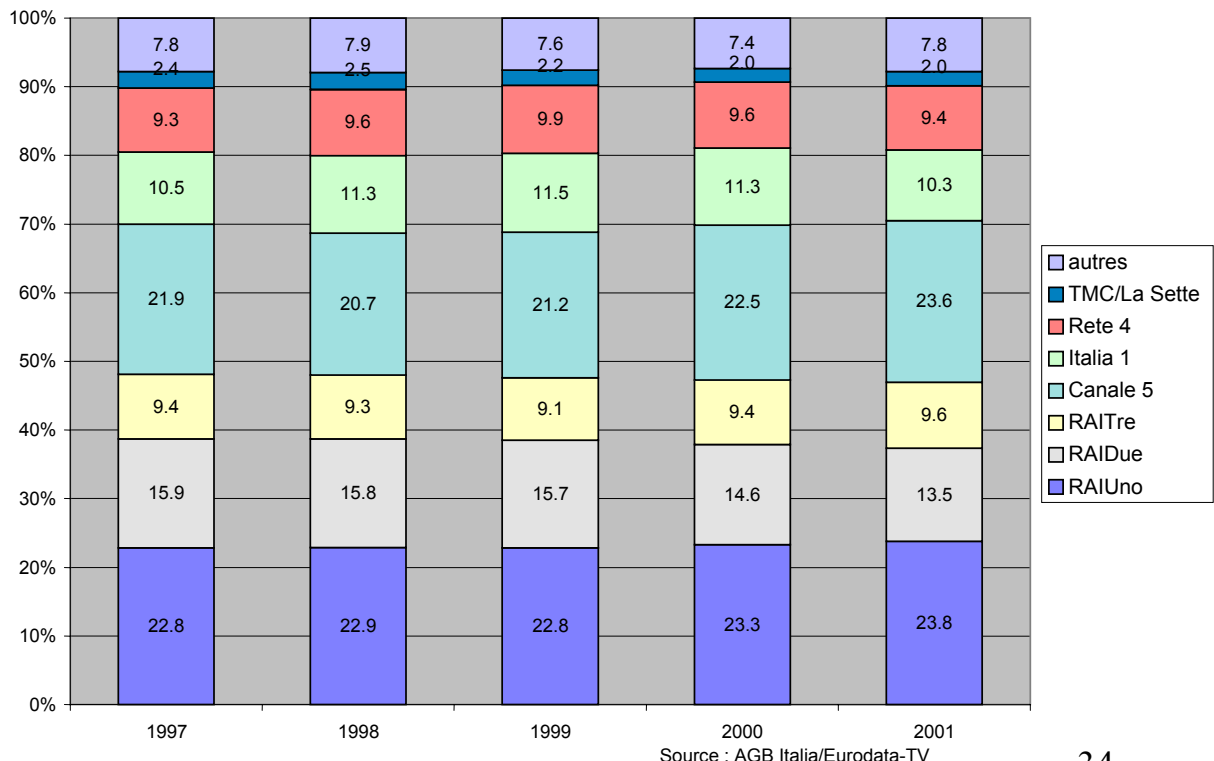
## Vue d'ensemble de la situation en Italie

### Les parts d'auditoire et les 10 émissions les mieux classées

L'histoire de la radiodiffusion italienne a été tumultueuse, troublée notamment par les scandales et les incursions des stations pirates aux premiers jours de sa télévision. À l'époque moderne, l'industrie est demeurée très stable et les radiodiffuseurs italiens n'ont presque pas été touchés par les effets de la fragmentation de l'auditoire causée par la câblodistribution, les services par SRD ou autre nouvelle technologie.

Le radiodiffuseur public, la RAI, détenait une part totale d'auditoire d'à peine 50 % en 2001, légèrement en baisse par rapport à 1997. Des revenus d'exploitation de 2,6 milliards d'euros en 1999 (4,1 milliards de dollars canadiens), ont permis à la RAI d'offrir une grille de programmation irrésistible afin de concurrencer les radiodiffuseurs terrestres privés et de détourner les téléspectateurs de leur intérêt pour le câble et les services par SRD. Les trois réseaux privés, propriété de Mediaset, détenaient ensemble une part d'auditoire de quelque 43 % en 2001, légèrement en hausse depuis 1997. Tous les autres services de télévision, fournis surtout par satellite, représentaient seulement environ 10 % du total de l'auditoire italien.

**Parts d'auditoire des radiodiffuseurs italiens;  
personnes de + 4 ans 1997-2001**



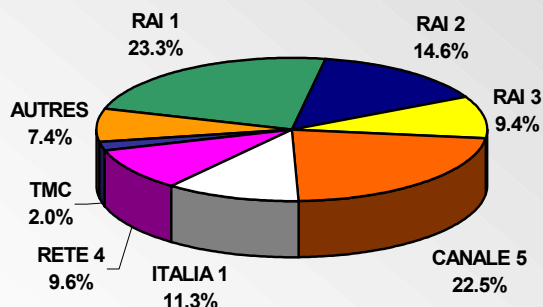


# Italie

## 2000



*Durée moyenne d'écoute par jour par individu : 230 minutes*  
*Parts annuelles de marché des principales chaînes, en % pour 2000*



Nombre total de personnes : 55 489 000 (4 ans et plus)  
 Nombre de groupes d'écoute : 13 800 (4 ans et plus)  
 Nombre de foyers : 5 070  
 Tranche horaire: 02.00 à 25.59

SOURCE : EURODATA TV / AGB ITALIA

# Italie

## 2000



### les 10 émissions en tête de palmarès

Durée minimale de l'émission : 5 minutes  
 Sports : Pas plus d'une émission sélectionnée

| Rg | Chaîne | Date      | Début | Émission                    | Genre       | Origine | Nombre de diffusions* | Durée | Cote d'écoute 4+ (%) | '000   | Part d'auditoire 4+ (%) |
|----|--------|-----------|-------|-----------------------------|-------------|---------|-----------------------|-------|----------------------|--------|-------------------------|
| 1  | RAI 1  | Dim 02/07 | 20:00 | EURO 2000 : France-Italy    | Sport       | -       | 1                     | 108   | 38,5                 | 21 340 | 81,1                    |
| 2  | RAI 1  | Lun 21/02 | 20:05 | 50° Festival Di Sanremo     | Musique     | Italie  | 7                     | 109   | 31,7                 | 17 571 | 56,5                    |
| 3  | RAI 1  | Dim 02/07 | 20:05 | TG1                         | Nouvelles   | Italie  | 1                     | 5     | 29,2                 | 16 186 | 62,9                    |
| 4  | Can 5  | Jeu 21/12 | 21:09 | Grande Fratello             | Jeux Quest. | Italie  | 3                     | 167   | 28,9                 | 16 036 | 60,1                    |
| 5  | RAI 1  | Lun 13/11 | 20:48 | Padre Pio Tra Cielo E Terra | TéléFilm    | Italie  | 1                     | 107   | 25,4                 | 14 094 | 44,9                    |
| 6  | Can 5  | Jeu 21/12 | 20:41 | Striscia La Notizia         | Divert.     | Italie  | 1                     | 27    | 23,4                 | 12 984 | 46,2                    |
| 7  | RAI 1  | Jeu 06/01 | 20:59 | Carramba Che Fortuna!       | Divert.     | Italie  | 1                     | 166   | 22,0                 | 12 195 | 50,5                    |
| 8  | RAI 1  | Lun 11/09 | 20:04 | Miss Italia 2000            | Divert.     | Italie  | 1                     | 224   | 21,6                 | 11 986 | 51,2                    |
| 9  | Can 5  | Mar 28/03 | 21:03 | Tre Uomini E Una Gamba      | Film        | Italie  | 1                     | 114   | 21,5                 | 11 917 | 40,3                    |
| 10 | RAI 1  | Lun 20/11 | 20:05 | Una Storia Qualunque        | TéléFilm    | Italie  | 1                     | 106   | 20,1                 | 11 153 | 37,1                    |

\* Nombre de diffusions avant le classement dans les 10 premières

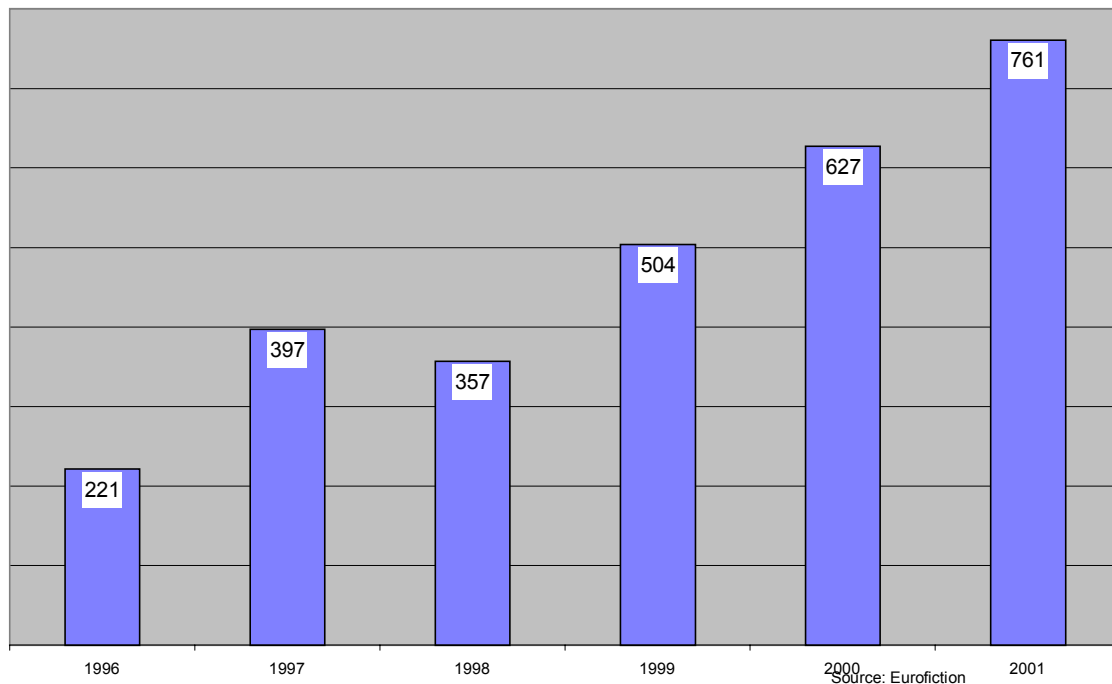
Source : EURODATA TV / AGB ITALIA

## Les dramatiques par rapport aux autres émissions

Au milieu des années 90, l'industrie italienne de la télévision apparaissait sous-développée comparativement à celle du Royaume-Uni, de l'Allemagne et d'autres grands pays européens. Depuis lors, les radiodiffuseurs italiens publics et privés ont soutenu l'industrie nationale de la production, si bien que, maintenant, l'Italie est considérée comme l'un des plus grands producteurs de dramatiques d'origine nationale. Le volume des émissions dramatiques d'origine nationale en première diffusion a battu son propre record en atteignant un total de 761 heures en 2001.

L'Italie a stimulé son industrie de production par le lancement, en 1996, de trois feuilletons, *Un posto al sole*, *Ricomincio* et *Vivere* qui attirent toujours de vastes auditoires. La RAI et Mediaset ont dépensé ensemble un total de 600 millions de liras (491 millions de dollars canadiens) pour des fictions nationales en 2002 ( source : puntocom 3.7.2002). Avant 1996, on croyait que les Italiens ne regarderaient pas les feuilletons nationaux et les dramatiques de jour étaient presque entièrement composée d'émissions américaines. Ces dernières sont encore très importantes et, tout comme pour les radiodiffuseurs canadiens, elles représentent ici une façon économique de remplir la grille-horaire.

Volume horaire des dramatiques nationales en première diffusion en Italie 1996-2001



## « Ultimi Fuochi »?

En Europe, dans le milieu de la télévision on parle souvent de grande victoire mais toujours associée à une menace de crise imminente. Les Italiens s'y réfèrent en parlant de « ultimi fuochi » terme utilisé pour décrire le bouquet d'un feu d'artifice, donc le clou du spectacle mais toujours suivi de la noirceur. La fragmentation associée à la distribution par SRD, le soi-disant manque d'innovation au sein des systèmes de radiodiffusion souvent composé d'un radiodiffuseur public majeur et d'un gros radiodiffuseur privé, une réduction des revenus de publicité causée par le 11 septembre et l'effondrement du secteur des télécommunications, sont autant de facteurs qui ont contribué à faire croire que de grands défis restent à relever.

Eurofiction 2002 dit à propos de l'Italie :

[Traduction] Pour la première fois en six ans, l'offre pour la saison 2001-2002 n'affichait aucun signe de croissance par rapport à la précédente; même si quelques miniséries ont connu d'extraordinaires cotes d'écoute et une popularité phénoménale, les fictions ont perdu un demi-million de téléspectateurs et un point de part d'auditoire. Ce n'est pas uniquement l'engouement pour les émissions vérité ( et dans certains cas la concurrence des films américains) qui a provoqué la baisse d'intérêt envers les fictions nationales...

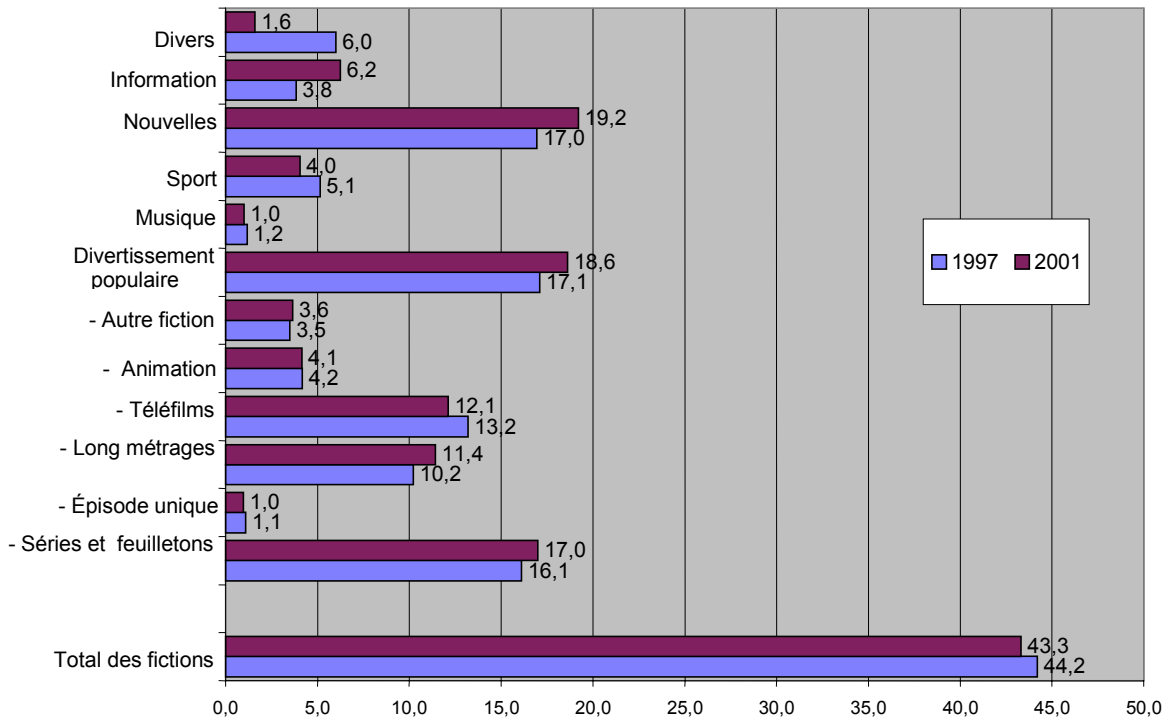
Malgré l'inquiétude qui provient peut-être d'une sur-réaction à la légère fragmentation causée par l'arrivée des nouvelles chaînes, les cotes des dramatiques italiennes restent remarquablement élevées. En 2001, les 20 épisodes de dramatiques les mieux classés, en première diffusion, avaient accaparé de 25-35 % de l'auditoire et un nombre moyen de téléspectateurs de 6,4 millions à 9,9 millions (dans un pays de 60 millions environ).

On a entrepris une analyse des grilles des radiodiffuseurs italiens, par catégorie d'émissions.

Dans l'ensemble, la grille des émissions en heures de grande écoute n'a pas considérablement varié au cours des quatre à cinq dernières années ( voir graphique ci-dessous). En 1997, les dramatiques représentaient 44,2 % de la grille-horaire, presque autant qu'en 2001, c'est-à-dire 43,3 %. Les émissions populaires de divertissement y compris les émissions vérité/jeux questionnaires ont légèrement augmenté de 17,1 % à 18,6 % mais il semble qu'au sein de cette catégorie, les émissions vérité/jeux

questionnaires en aient supplanté d'autres. L'Italie a donc suivi le même chemin que le Royaume-Uni, en conservant les dramatiques traditionnelles comme pierre angulaire de sa programmation.

**Programmation nationale et étrangère, par genre, des radiodiffuseurs italiens en heures de grande écoute en 1997 et 2001, en % d'heures**



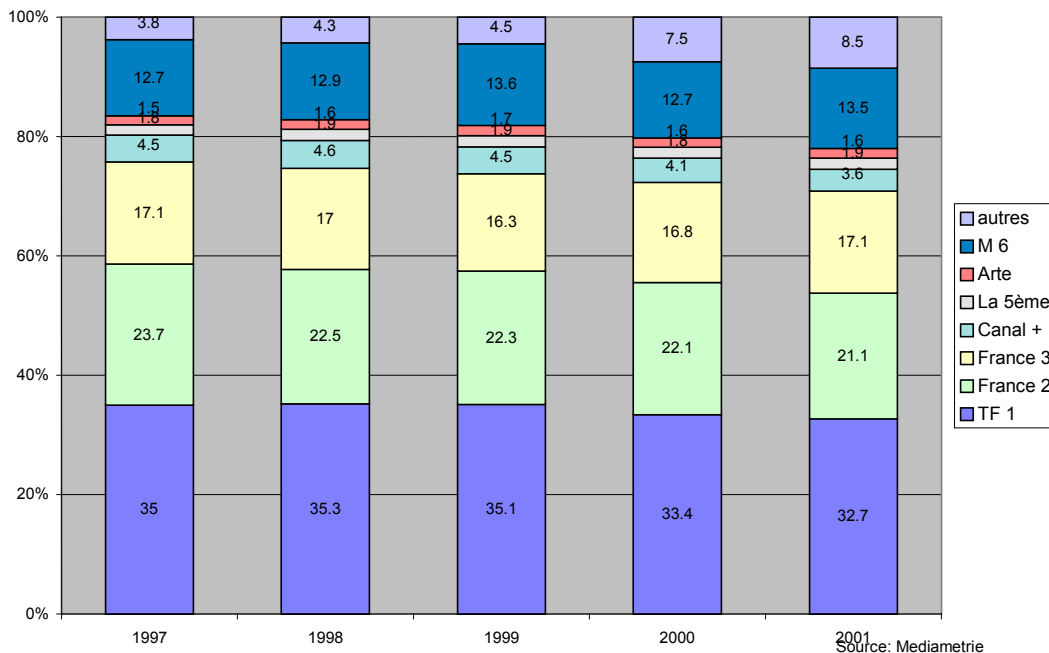
Source: CMRI estimate based on EAO data

## Vue d'ensemble de la situation en France

### Les parts d'auditoire et les 10 émissions les mieux classées

La situation en France diffère de celle de la plupart des autres pays européens comparables. C'est le seul des grands pays européens où la production nationale de dramatiques n'a pas augmenté au cours des cinq à six dernières années. Pourtant, comme dans la plupart des pays européens, quelques grandes stations de télévision s'accaparent la majorité de l'auditoire. TF1, un ancien radiodiffuseur public privatisé en 1987, a perdu des téléspectateurs au cours des dernières années mais restait la première station en 2001 avec une part d'auditoire de 32,7 %. Les deux stations publiques, France 2 et France 3, détiennent ensemble 38,2 % de l'auditoire, légèrement en baisse depuis la mi-90, mais elles ont encore une très forte présence. En Amérique du Nord, seul le réseau TVA a une part de marché comparable.

**Parts d'auditoire des stations françaises; personnes de + de 4 ans, 1997-2001**

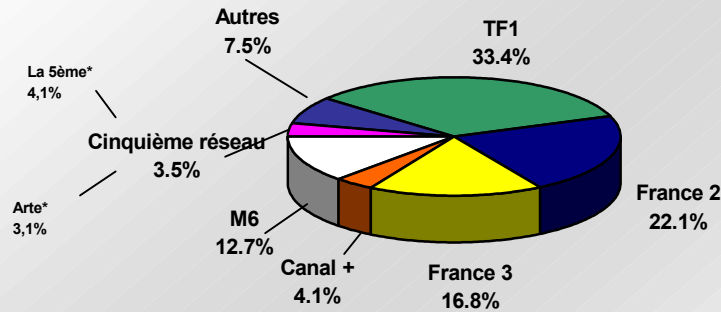


# France

2000



Durée moyenne d'écoute par personnes : 193 minutes  
Parts annuelles de marché des principales chaînes, en % pour 2000\*\*



\*Chiffres basés sur la population qui reçoit ces chaînes et à l'intérieur des tranches horaires (Arte, La 5ème)  
\*\* Période des relevés : de 03/01/00 à 31/12/00  
Nombre total de personnes : 52 810 000 (4 ans et plus)  
Nombre de groupes d'écoute : 5 550 (4 ans et plus)  
Nombre de foyers : 2 300  
Tranche horaire : de 03:00 à 27:00

Source : EURODATA TV / MEDIAMAT-MEDIAMETRIE

# France

2000



## les 10 émissions en tête de palmarès

Durée minimale de l'émission : 5 minutes  
Sports : Pas plus d'une émission sélectionnée

| Rg | Chaîne | Date      | Début | Émission                     | Genre     | Origine | Nombre de diffusions* | Durée | Cote d'écoute 4+ (%) | '000   | Part d'auditoire 4+ (%) |
|----|--------|-----------|-------|------------------------------|-----------|---------|-----------------------|-------|----------------------|--------|-------------------------|
| 1  | TF1    | Dim 02/07 | 20:00 | EURO 2000 : France-Italy     | Soccer    | -       | 1                     | 106   | 41,7                 | 23 236 | 79,6                    |
| 2  | TF1    | Jeu 29/06 | 20:45 | 20 Heures                    | Nouvelles | France  | 5                     | 9     | 24,3                 | 12 833 | 59,3                    |
| 3  | TF1    | Mar 26/09 | 21:01 | Taxi                         | Film      | France  | 1                     | 85    | 23,1                 | 12 190 | 48,0                    |
| 4  | TF1    | Jeu 17/02 | 20:53 | Julie Lescaut                | Séries    | France  | 7                     | 88    | 22,7                 | 11 988 | 52,6                    |
| 5  | TF1    | Sam 09/12 | 20:57 | Election de Miss France 2001 | Évén.     | France  | 1                     | 138   | 21,3                 | 11 268 | 53,8                    |
| 6  | TF1    | Dim 20/02 | 20:56 | Independence Day             | Film      | É.-U.   | 1                     | 132   | 21,2                 | 11 183 | 50,4                    |
| 7  | TF1    | Jeu 18/01 | 20:53 | Les Bronzes font du ski      | Film      | France  | 1                     | 82    | 21,0                 | 11 110 | 48,5                    |
| 8  | TF1    | Jeu 19/10 | 21:15 | Une femme d'honneur          | Séries    | France  | 2                     | 94    | 20,8                 | 10 997 | 52,5                    |
| 9  | TF1    | Jeu 02/11 | 20:57 | Les cordier juge et flic     | Séries    | France  | 1                     | 97    | 20,7                 | 10 925 | 43,8                    |
| 10 | F2     | Lun 09/10 | 20:53 | Le bicyclette bleue          | Téléfilm  | France  | 1                     | 92    | 20,3                 | 10 720 | 42,6                    |

\* Nombre de diffusion avant le classement dans les 10 premières

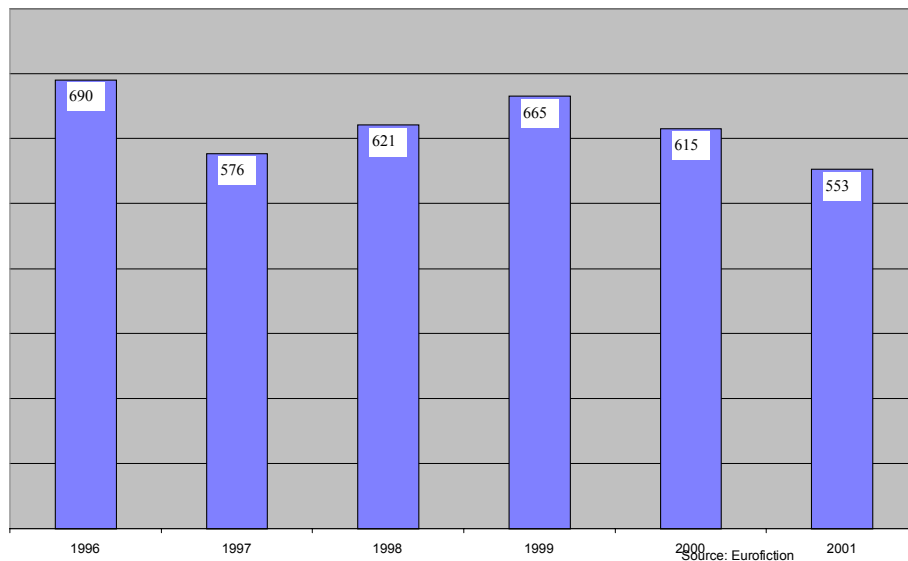
Source : EURODATA TV / MEDIAMAT-MEDIAMETRIE

Parmi les dix émissions en tête en 2000, on compte un certain nombre de dramatiques d'origine nationale, dont les très populaires séries *Julie Lescaut* et *Les Cordier Juge et Flic* ainsi que pas moins de quatre téléfilms. La télévision française a généralement dédaigné les feuilletons quotidiens et a répugné à produire des comédies de situation mais *Un gars, une fille*, émission qui s'inspire des deux formats, a eu beaucoup de succès depuis sa première mise en ondes en octobre 1999 sur France2. Le titre ne nous est pas inconnu puisque France 2 a acheté le concept à Radio-Canada, bien que l'émission qui dure ici une demi-heure dure sept minutes en France et est diffusée juste avant les nouvelles de la soirée.

### Les dramatiques par rapport aux autres émissions

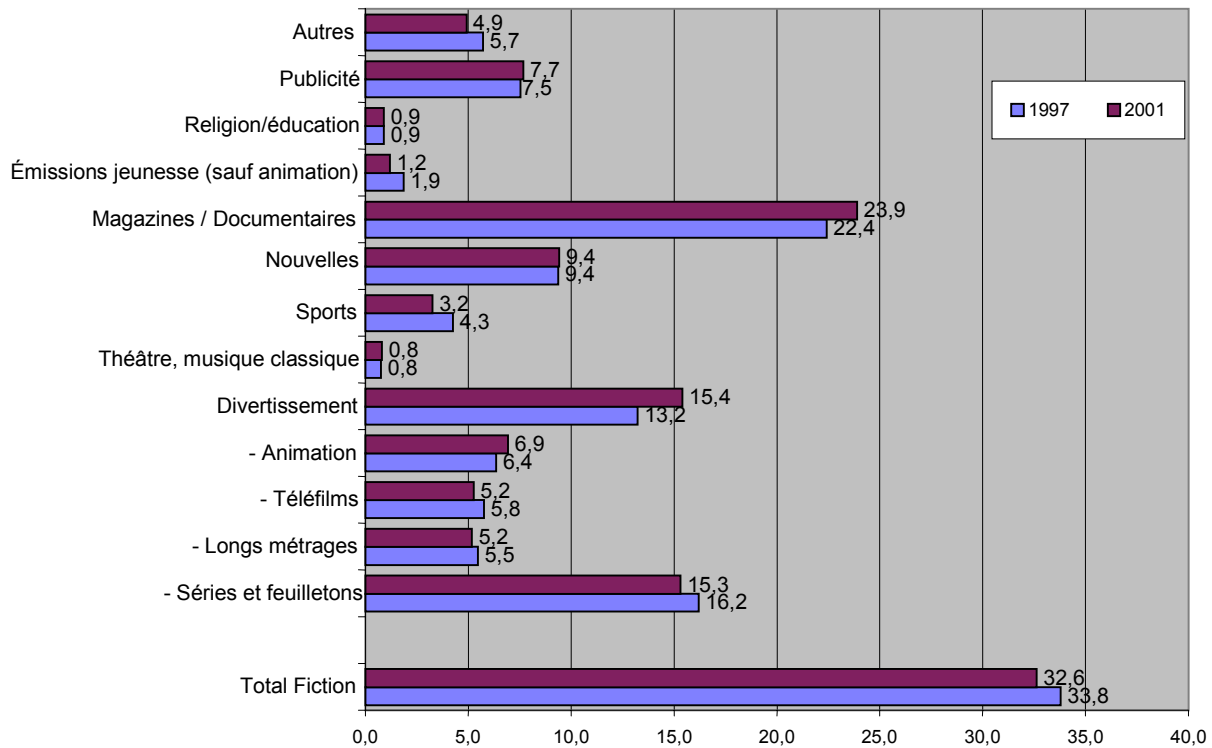
Comme partout dans le monde, les émissions vérité ont aussi influencé les grilles-horaires de la télévision française. Sur M6, une chaîne qui s'adresse surtout à un auditoire plus jeune, on a diffusé plus de 200 épisodes de *Loft Story*, adaptation de *Big Brother*, en dix semaines au cours de 2001. Les Français ont été captivés par cette série. Même le prestigieux journal *Le Monde* a vu monter ses ventes quotidiennes en consacrant sa première page aux personnages de *Loft Story*. *Popstars* sur M6 et *Star Academy* sur TF1 ont été diffusées la même année sans toutefois remporter le même succès d'auditoire. *Popstars* a fait l'objet d'une importante controverse à la suite de son classement, par les décideurs, dans les documentaires. Malgré cet influx d'émissions vérité, le volume des dramatiques d'origine nationale en première diffusion au cours de cette même période n'a pas baissé significativement (voir graphique ci-dessous).

Volume horaire des dramatiques nationales en France, 1996-2001



Enfin, l'analyse des grilles-horaires de la télévision française, par catégorie d'émissions, a révélé que le pourcentage de toutes les dramatiques, nationales et importées, sur les plus grands réseaux français ne présentait pas de baisse significative en 2001 (voir graphique ci-dessous). Les émissions dramatiques qui incluent des films, des séries, des feuilletons et des animations représentait environ un tiers des grilles-horaires françaises de télévision en 1997 et en 2001. La catégorie divertissement populaire a augmenté de 13,2 % à 15,4 %. Là encore, il semble que les nouvelles émissions vérité/jeux questionnaires aient supplanté les autres émissions de divertissement. En France, comme en Italie et au Royaume-Uni, on a assisté à l'apparition de nombreuses émissions vérité/jeux questionnaires mais elles n'ont pas supplanté les dramatiques traditionnelles dans les grilles-horaires.

**Programmation quotidienne en 1997 et en 2001; tous les radiodiffuseurs français; % du total d'heures nationales et étrangères**



Source: CMRI estimate based on EAO data



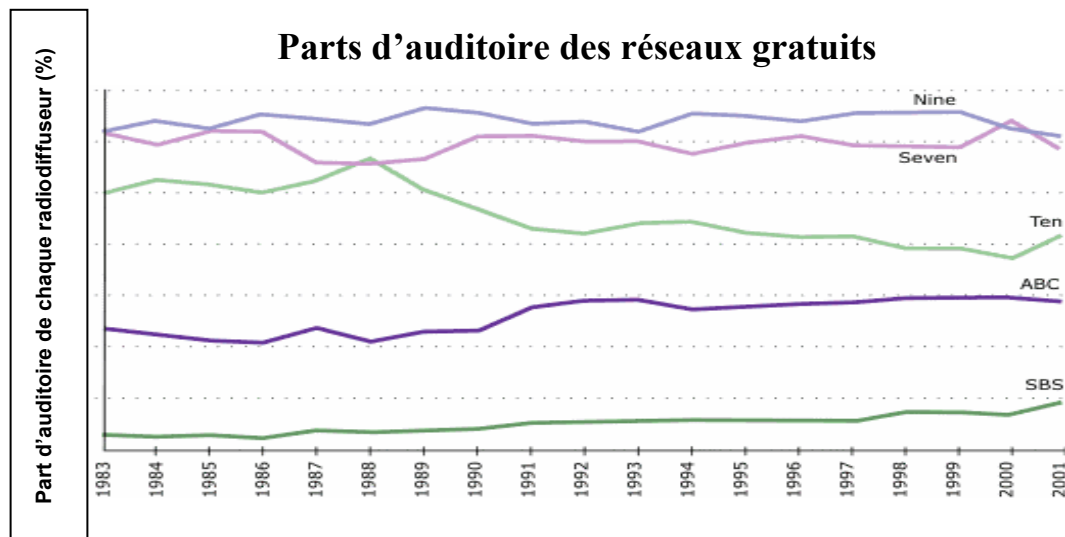
## Vue d'ensemble de la situation en Australie

### Les parts d'auditoire et les 10 émissions les mieux classées

Trois réseaux australiens commerciaux et deux réseaux non commerciaux gratuits, appartenant au gouvernement dominent le système australien de la télévision. Ils ont affiché de bons résultats financiers au cours des 10 dernières années, malgré un certain nombre de défis à relever, dont les suivants :

- l'introduction de la télévision payante en 1995;
- le succès auprès du public des jeux informatiques et des services en ligne;
- des coupures budgétaires substantielles imposées au plus important radiodiffuseur public, Australian Broadcasting Corporation (ABC) vers la fin de la décennie.

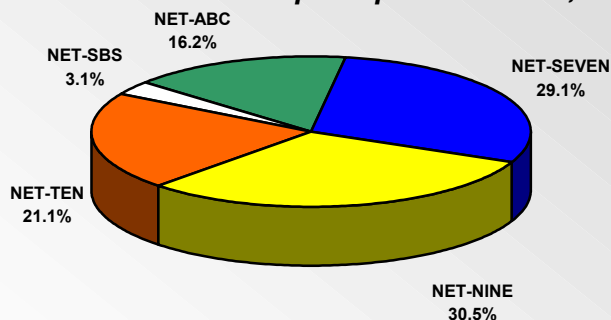
Malgré les coupures budgétaires, les deux radiodiffuseurs publics australiens, ABC et SBS, ont augmenté leurs auditoires au cours des cinq à six dernières années. Cependant, leurs parts d'auditoires restent relativement petites comparées à celles de la plupart des radiodiffuseurs publics européens. Par ailleurs, on s'aperçoit qu'en Australie les réseaux privés, Nine et Seven ont conservé depuis les 20 dernières années des parts d'auditoire dominantes autour de 30 %. Channel Ten, une troisième chaîne privée, a toujours représenté une part légèrement plus modeste de l'auditoire, environ 20 %.



Source: AFC(ACN)

# Australie - Sydney 2000

*Durée moyenne d'écoute par personne : 151 minutes*  
*Parts annuelles de marché des principales chaînes, en % pour 2000*



Nombre total de personnes : 4 097 000 (0 an et plus)  
 Nombre de groupes d'écoute : 1 613 (0 an et plus)  
 Nombre de foyers : 551  
 Tranche horaire : Dim-Sam 6 h à 30 h

SOURCE : EURODATA TV / ACNIELSEN AUSTRALIA

# Australie-Sydney 2000

## *les 10 émissions en tête de palmarès*

Durée minimale de l'émission : 5 minutes  
 Sports : Pas plus d'une émission sélectionnée

| Rg | Chaîne | Début     | Heure | Émission                       | Genre      | Origine  | Nombre de diffusions* | Durée | Cote d'écoute 4+ (%) | '000  | Part d'auditoire 4+ (%) |
|----|--------|-----------|-------|--------------------------------|------------|----------|-----------------------|-------|----------------------|-------|-------------------------|
| 1  | NET7   | Ven 15/09 | 18:30 | OLY : 2000 Opening             | Sport      | -        | 42                    | 300   | 53,4                 | 2 187 | 96,3                    |
| 2  | NET7   | Dim 01/10 | 18:25 | Seven News                     | Nouvelles  | Austral. | 12                    | 30    | 32,4                 | 1 327 | 83,0                    |
| 3  | NET7   | Lun 25/09 | 18:30 | Today Tonight                  | Nouvelles  | Austral. | 6                     | 15    | 27,1                 | 1 110 | 65,8                    |
| 4  | NET9   | Lun 04/09 | 20:30 | Who wants to be a millionnaire | Jeu Quest. | Austral. | 2                     | 60    | 25,1                 | 1 028 | 59,6                    |
| 5  | NET9   | Lun 20/03 | 19:30 | Friends                        | Séries     | É.-U.    | 2                     | 30    | 19,4                 | 794   | 48,4                    |
| 6  | NET7   | Mar 03/10 | 19:30 | Better Homes Grdns             | Magazine   | -        | 1                     | 60    | 19,0                 | 778   | 46,1                    |
| 7  | ABC    | Dim 10/12 | 19:30 | Seachange Series 3             | TéléFilm   | Austral. | 1                     | 60    | 18,8                 | 770   | 51,2                    |
| 8  | NET9   | Dim 13/08 | 18:30 | Backyard Blitz                 | Magazine   | Austral. | 1                     | 30    | 18,8                 | 770   | 45,9                    |
| 9  | NET9   | Dim 13/08 | 18:00 | Nat. Nine News                 | Nouvelles  | Austral. | 1                     | 30    | 18,6                 | 762   | 55,0                    |
| 10 | NET7   | Dim 05/03 | 19:00 | Popstars                       | Musique    | Austral. | 1                     | 30    | 18,3                 | 753   | 48,3                    |

\* Nombre de diffusion avant le classement dans les 10 premières

Source : EURODATA TV / ACNIELSEN AUSTRALIA

Les 10 premières émissions les mieux classées en 2000 incluent l'incontournable émission de jeu *Who Wants To Be a Millionaire?*, ainsi que *Popstars* qui sont classées dans la catégorie des émissions musicales. Si l'on regarde la programmation des dramatiques de la même année, l'Australie avait 5 émissions nationales parmi les 20 premières séries de fiction. Les 15 émissions dramatiques étrangères comprenaient *Friends*, *E.R.* et beaucoup d'autres titres bien connus des Canadiens.

Les 20 séries et feuilletons les mieux classés à la télévision australienne en 2000; les émissions australiennes sont en italique

| 2000                         |            |             |
|------------------------------|------------|-------------|
| Titre                        | Station    | Cote        |
| <i>Friends</i>               | 9          | 18.2        |
| <i>Spin City</i>             | 9          | 15.9        |
| <i>E.R.</i>                  | 9          | 15          |
| <i>Blue Heelers</i>          | 7          | <b>13.7</b> |
| <i>Seachange</i>             | <b>ABC</b> | <b>13.7</b> |
| <i>The Drew Carey Show</i>   | 9          | 11.9        |
| <i>Monarch of the Glen</i>   | ABC        | 11.8        |
| <i>The Bill</i>              | ABC        | 11.4        |
| <i>All Saints</i>            | 7          | <b>11.2</b> |
| <i>Dharma and Greg</i>       | 7          | 11.1        |
| <i>Ally McBeal</i>           | 7          | 10.9        |
| <i>Home and Away</i>         | 7          | <b>10.9</b> |
| <i>Ballykissangel</i>        | ABC        | 10.7        |
| <i>JAG</i>                   | 7          | 10.7        |
| <i>3rd Rock from the Sun</i> | 7          | 10.7        |
| <i>The Practice</i>          | 7          | 10.1        |
| <i>Will and Grace</i>        | 7          | 10.1        |
| <i>Water Rats</i>            | 9          | <b>9.4</b>  |
| <i>Stargate SG-1</i>         | 7          | 9.3         |
| <i>Cold Feet</i>             | 7          | 9.1         |

Source: ACNielsen, *TV Trends* 1999, 2000, 2001

Ce sont les films hollywoodiens que l'on retrouve le plus souvent parmi les 10 films les mieux classés à la télévision australienne. Les longs métrages peuvent attirer un très grand nombre de téléspectateurs. Par exemple, en 2000 les films les plus cotés en ont accaparé de 21,7 % à 33,4 %. Sachant que un pour cent de cote correspond à 1 pour cent de la population, ceci signifie qu'une personne sur trois a regardé *The Castle* sur Channel 9, qui était le film classé numéro un à Melbourne en 2000. Incidemment, c'était le seul film australien classé dans les 10 premiers.

**Les 10 longs métrages les mieux classés diffusés  
à la télévision à Sydney et Melbourne, 2000  
Les émissions australiennes sont en italique**

| Télévision à Sydney      |          |             |
|--------------------------|----------|-------------|
| Film                     | Station  | Cote        |
| Air Force One            | 7        | 30.4        |
| My Best Friend's Wedding | 10       | 28.6        |
| Con Air                  | 7        | 26.2        |
| Men in Black             | 10       | 24.9        |
| Pretty Woman             | 7        | 24.8        |
| Conspiracy Theory        | 9        | 24.4        |
| As Good as It Gets       | 10       | 24.3        |
| The Rainmaker            | 7        | 23.8        |
| In & Out                 | 9        | 21.9        |
| One Fine Day             | 7        | 21.7        |
| Télévision à Melbourne   |          |             |
| Film                     | Station  | Cote        |
| <i>The Castle</i>        | <b>9</b> | <b>33.4</b> |
| Con Air                  | 7        | 32.3        |
| My Best Friend's Wedding | 10       | 31.2        |
| Air Force One            | 7        | 28.5        |
| Good Will Hunting        | 9        | 26.8        |
| As Good as It Gets       | 10       | 26.5        |
| The Negotiator           | 9        | 25.9        |
| In & Out                 | 9        | 25.9        |
| Liar Liar                | 10       | 25.7        |
| Conspiracy Theory        | 9        | 25.4        |

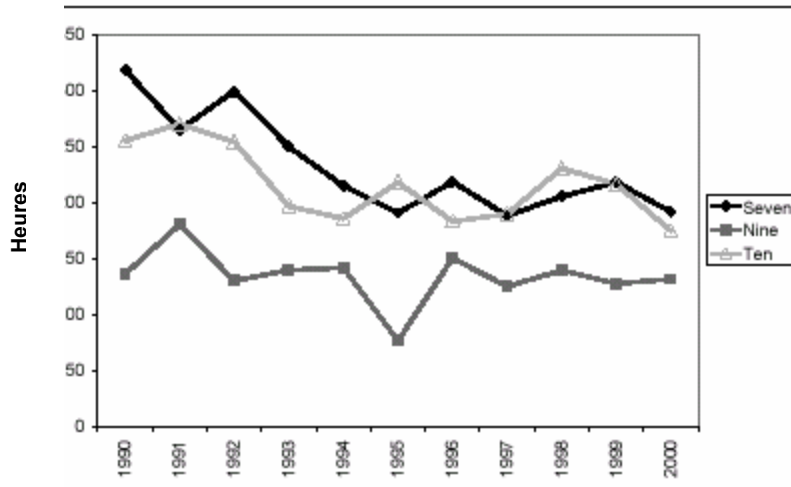
Source: ACNielsen; compiled by the Australian Film Commission

## Les dramatiques par rapport aux autres émissions

En 1999, l'Australian Broadcasting Authority (ABA) a entrepris une revue exhaustive de la Réglementation australienne sur le contenu (Australian Content regulations). Le rapport final devait sortir avant la fin 2002. Pour procéder à cette étude, ABA a publié des données complètes sur les grilles-horaires et les auditoires de tous les radiodiffuseurs, surtout les radiodiffuseurs privés dominants.

On a assisté à un long déclin du volume des dramatiques d'origine nationale diffusées par les radiodiffuseurs australiens privés. Cette baisse est le premier facteur qui a mené ABA à entreprendre la revue de ses politiques de programmation télévisuelle. Notez que pendant que les radiodiffuseurs privés ont réduit les dramatiques étrangères, le réseau public ABC a augmenté la fiction d'origine nationale dans sa grille-horaire.<sup>6</sup>

### Dramatiques australiennes en première diffusion chez les radiodiffuseurs privés, 1990-2000

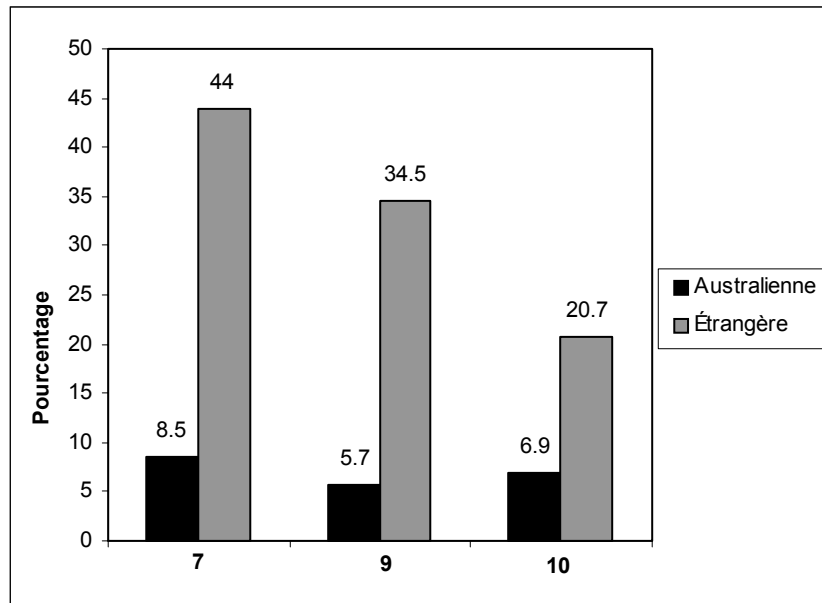


Source : ABA

En Australie, la présence de dramatiques étrangères sur les réseaux privés constitue un dossier majeur en terme de politique. Nous avons vu qu'en Europe, les émissions américaines occupent une place de choix dans la grille-horaire de jour; mais en Australie c'est également le cas en heures de grande écoute, comme le démontre le graphique ci-dessous.

<sup>6</sup> Australian Film Commission

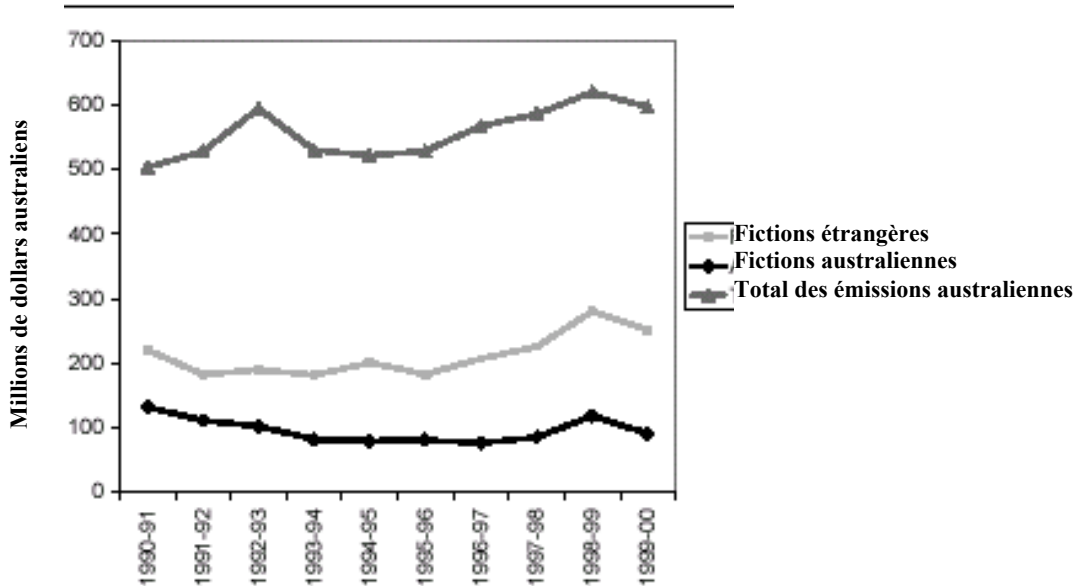
### Volume des dramatiques australiennes et étrangères de 17 h à 24 h, Sydney, 2000



Source: ABA commercial television database

Les dépenses annuelles en dramatiques étrangères ont augmenté jusqu'à ce qu'un fléchissement de l'économie australienne affecte toutes les dépenses de programmation en 1999-2000. Les dépenses en dramatiques étrangères sont actuellement le triple de celles consacrées aux dramatiques d'origine nationale. Il est toutefois remarquable que les dépenses affectées aux dramatiques nationales (91 millions de dollars en 1999-2000) par les trois réseaux privés australiens représentent environ le double des dépenses des radiodiffuseurs canadiens privés de langue anglaise pour les dramatiques canadiennes, au cours de la même période.  
( Source: Rapport de surveillance du CRTC).

## Dépenses en dramatiques australiennes et étrangères de 1990-2000 (dollars australiens de 1990)



Source: ABA Broadcasting Financial Results 1999-00

Le coût total annuel d'acquisition des dramatiques étrangères, surtout américaines, se montait à environ 250 millions de dollars australiens en 1999-2000, soit environ 29 % du total des dépenses des principaux radiodiffuseurs privés pour leurs émissions.

## Dépenses des radiodiffuseurs privés australiens pour leurs émissions, 1999-2000

| Origine et genre des émissions                    |                                   | Millions de \$ | Pourcentage du total |
|---|-----------------------------------|----------------|----------------------|
| Émissions australiennes                           | Dramatiques                       | 91             | 10,5                 |
|   | Dramatiques enfants               | 11,9           | 1,4                  |
|   | Autres/enfants                    | 7,2            | 0,8                  |
|   | Nouvelles et affaires publiques   | 153,2          | 17,7                 |
|   | Documentaires                     | 3,4            | 0,4                  |
|   | Sports                            | 187,3          | 21,7                 |
|   | Divertissement populaire/Variétés | 48,6           | 5,6                  |
|   | Divertissement populaire/Autres   | 71,2           | 8,2                  |
|   | Autres                            | 22,6           | 2,6                  |
| <b>Total des dépenses en émissions nationales</b> |                                   | <b>596,6</b>   | <b>69,1</b>          |
| Émissions étrangères                              | Dramatiques étrangères            | 250,7          | 29,0                 |
|   | Autres                            | 16,5           | 1,9                  |
| <b>Total des dépenses en émissions étrangères</b> |                                   | <b>267,3</b>   | <b>30,9</b>          |
| <b>Total des dépenses d'émissions</b>             |                                   | <b>863,9</b>   | <b>100,0</b>         |

Source : ABA Broadcasting Financial Results 1999-00

## Les émissions dramatiques sont-elles une catégorie d'émission en déclin <sup>7</sup>?

Par son examen de contenu, ABA voulait déterminer si le déclin des dramatiques en Australie était le résultat d'un déclin général de la fiction dans les grilles-horaires.

[Traduction] ABA a tenté de déterminer si la fiction avait conservé la faveur du public au cours de cette période ou si la baisse du volume des fictions nationales était liée à une réduction générale de la diffusion des émissions de fictions. Bien que l'on ne dispose pas des données pour toutes les années, l'information publiée dans le rapport ABT/ABA, *Broadcasting in Australia*, semble indiquer que le volume des fictions en heures de grande écoute à la télévision commerciale, fin 80 et début 90, était plus élevé que ce qu'indiquaient les chiffres de ABA pour la période de 1998 à 2000.<sup>8</sup>

Cependant, ABA a conclu que depuis la mi-90, période que nous étudions, le pourcentage des émissions dramatiques dans les grilles-horaires australiennes n'a pas baissé, comme l'indique le tableau suivant :

### Programmation de dramatiques par les chaînes australiennes en direct, 6 h –24 h, 1996-2000 ( en %)

| Année | Dramatiques<br>(% de programmation totale) |
|-------|--|
| 1996  | 28   |
| 1997  | 30   |
| 1998  | 27   |
| 1999  | 29   |
| 2000  | 30   |

Source : ACNielsen TV Trends, 1997-01 éditions

Note : Les dramatiques comprennent les films, les comédies et les feuilletons

La programmation de dramatiques s'est maintenue à 30 % des grilles-horaires quotidiennes sur les réseaux privés. Une analyse plus précise des créneaux-horaires clés en période de grande écoute révèle que les dramatiques y étaient encore plus importantes, bien que l'analyse démontre clairement la prépondérance des dramatiques étrangères à la télévision australienne.

<sup>7</sup> C'est ainsi que ABA avait formulé sa question dans un Issues Paper de novembre 2001.

<sup>8</sup> ABA, Issues Paper, Novembre 2001, p.25.



**Programmation de dramatiques  
chez les principaux radiodiffuseurs privés australiens,  
de 18 h à 22 h, en %. 1998-2000**

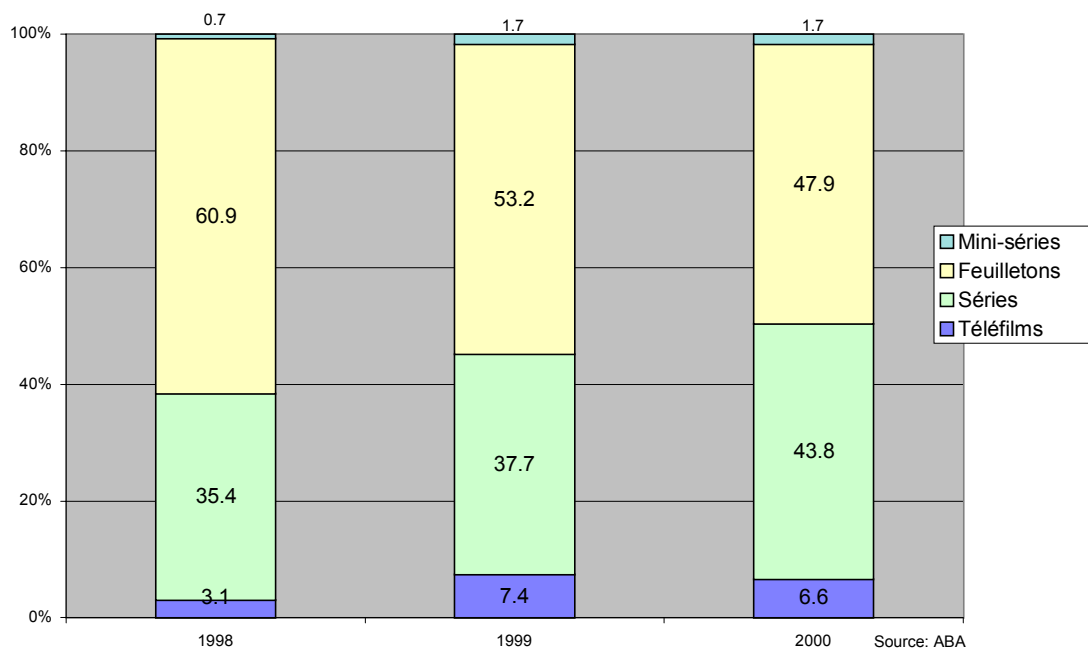
| <b>Année</b> | <b>Total des dramatiques<br/>(% de programmation<br/>totale)</b> | <b>Dramatiques nationales<br/>(% de programmation<br/>totale)</b> | <b>Dramatiques étrangères<br/>(% de programmation<br/>totale)</b> |
|--------------|--|---|---|
| <b>1998</b>  | <b>41,26</b>   | <b>10,69</b>  | <b>30,58</b>  |
| <b>1999</b>  | <b>40,91</b>   | <b>10,39</b>  | <b>30,52</b>  |
| <b>2000</b>  | <b>39,39</b>   | <b>9,69</b>   | <b>29,7</b>   |

Source : ABA, 2001

Aux heures de grande écoute, les dramatiques représentaient environ 40 % des grilles-horaires des réseaux privés en heures de grande écoute, à la fin des années 1990 et au cours de l'année 2000. Si la faible baisse des dramatiques des deux ou trois dernières années a touché à la fois la fiction nationale et étrangère, cette baisse s'avère proportionnellement plus importante pour les dramatiques d'origine nationale.

En même temps que la baisse de la production nationale des dramatiques, on a assisté au remplacement d'un certain nombre de feuilletons par des téléseries. Le graphique ci-dessous, qui vient d'un document d'information de ABA, nous donne la ventilation des émissions de fiction par format, des trois réseaux privés australiens.

**Dramatiques australiennes en première diffusion, par format, chez les radiodiffuseurs privés, 1998-2000 (en % d'heures)**



Parallèlement, la grille-horaire du principal radiodiffuseur public, ABC, a affiché une augmentation du volume des dramatiques et de celui des émissions de divertissement au cours des cinq dernières années. Le total des heures d'émissions dramatiques diffusées a augmenté de 6,8 % en 1996-1997 à 8,1 % en 2000-2001 ( voir tableau).

La programmation de divertissement a augmenté de 9,4 % à 11,9 % au cours de la même période. Il est intéressant de noter que le contenu étranger à ABC est resté stable à environ 42-43 % dans les cinq dernières années, donc bien plus élevé que chez son homologue canadien, CBC. La majeure partie du contenu étranger est composée de trois catégories d'émissions. En 2000-2001, les émissions étrangères pour enfants représentaient 14,7 % du total de la grille-horaire de ABC, les films étrangers 8,8 % et les émissions dramatiques étrangères 4 %.

Contenu de la grille horaire en pourcentage à ABC de 1996-1997 à 2000-2001

|                             | 1996/1997 |         |                | 1997/1998 |         |                | 1998/1999 |         |                | 1999/2000 |         |                | 2000/2001 |         |                |
|-----------------------------|-----------|---------|----------------|-----------|---------|----------------|-----------|---------|----------------|-----------|---------|----------------|-----------|---------|----------------|
|                             | Local     | Import. | Total          | Local     | Import. | Total          | Local     | Import. | Total          | Local     | Import. | Total          | Local     | Import. | Total          |
| <b>Arts</b>                 | 5.70%     | 2.30%   | <b>8.00%</b>   | 0.90%     | 1.90%   | <b>2.80%</b>   | 0.90%     | 2.30%   | <b>3.20%</b>   | 2.10%     | 2.30%   | <b>4.40%</b>   | 1.50%     | 2.20%   | <b>3.70%</b>   |
| <b>Enfants</b>              | 5.40%     | 12.50%  | <b>17.90%</b>  | 5.10%     | 14.20%  | <b>19.30%</b>  | 6.10%     | 14.40%  | <b>20.50%</b>  | 5.40%     | 15.70%  | <b>21.10%</b>  | 5.90%     | 14.70%  | <b>20.60%</b>  |
| <b>Comédie</b>              | 0.70%     | 2.50%   | <b>3.20%</b>   | 1.20%     | 2.00%   | <b>3.20%</b>   | 0.70%     | 2.40%   | <b>3.10%</b>   | 1.50%     | 1.30%   | <b>2.80%</b>   | 1.00%     | 2.10%   | <b>3.10%</b>   |
| Documentaires               | 1.40%     | 2.50%   | <b>3.90%</b>   | 1.90%     | 4.10%   | <b>6.00%</b>   | 2.30%     | 4.20%   | <b>6.50%</b>   | 2.20%     | 3.60%   | <b>5.80%</b>   | 2.70%     | 3.90%   | <b>6.60%</b>   |
| <b>Fiction</b>              | 3.10%     | 3.70%   | <b>6.80%</b>   | 2.30%     | 5.60%   | <b>7.90%</b>   | 1.90%     | 5.60%   | <b>7.50%</b>   | 1.70%     | 5.70%   | <b>7.40%</b>   | 4.10%     | 4.00%   | <b>8.10%</b>   |
| <b>Éducation</b>            | 9.80%     | 9.00%   | <b>18.80%</b>  | 9.40%     | 8.20%   | <b>17.60%</b>  | 9.60%     | 7.20%   | <b>16.80%</b>  | 10.20%    | 5.90%   | <b>16.10%</b>  | 9.40%     | 4.30%   | <b>13.70%</b>  |
| <b>Divertissement</b>       | 8.30%     | 1.10%   | <b>9.40%</b>   | 11.20%    | 0.60%   | <b>11.80%</b>  | 11.70%    | 0.60%   | <b>12.30%</b>  | 11.10%    | 0.70%   | <b>11.80%</b>  | 11.70%    | 0.20%   | <b>11.90%</b>  |
| <b>Reportages</b>           | 1.90%     | 0.00%   | <b>1.90%</b>   | 2.00%     | 0.20%   | <b>2.20%</b>   | 1.80%     | 0.30%   | <b>2.10%</b>   | 2.30%     | 0.20%   | <b>2.50%</b>   | 2.50%     | 0.30%   | <b>2.80%</b>   |
| <b>Aborigènes</b>           |           |         |                |           |         |                |           |         |                |           |         |                | 0.10%     | 0.00%   | <b>0.10%</b>   |
| <b>Films</b>                | 0.00%     | 8.20%   | <b>8.20%</b>   | 0.00%     | 5.20%   | <b>5.20%</b>   | 0.00%     | 5.60%   | <b>5.60%</b>   | 0.00%     | 6.40%   | <b>6.40%</b>   | 0.10%     | 8.80%   | <b>8.90%</b>   |
| <b>Nouvelles</b>            | 5.90%     | 0.00%   | <b>5.90%</b>   | 6.60%     | 0.10%   | <b>6.70%</b>   | 5.70%     | 0.00%   | <b>5.70%</b>   | 4.30%     | 0.00%   | <b>4.30%</b>   | 3.40%     | 0.00%   | <b>3.40%</b>   |
| <b>Affaires publiques</b>   | 9.30%     | 0.30%   | <b>9.60%</b>   | 9.20%     | 0.00%   | <b>9.20%</b>   | 9.40%     | 0.00%   | <b>9.40%</b>   | 9.50%     | 0.00%   | <b>9.50%</b>   | 9.70%     | 0.00%   | <b>9.70%</b>   |
| <b>Religion</b>             | 0.50%     | 0.60%   | <b>1.10%</b>   | 0.40%     | 1.00%   | <b>1.40%</b>   | 0.30%     | 0.80%   | <b>1.10%</b>   | 0.40%     | 0.90%   | <b>1.30%</b>   | 0.40%     | 0.80%   | <b>1.20%</b>   |
| <b>Sciences et causerie</b> | 0.00%     | 0.00%   | <b>0.00%</b>   | 0.00%     | 0.00%   | <b>0.00%</b>   | 0.10%     | 0.00%   | <b>0.10%</b>   | 0.20%     | 0.00%   | <b>0.20%</b>   | 0.20%     | 0.00%   | <b>0.20%</b>   |
| <b>Sport</b>                | 4.50%     | 0.70%   | <b>5.20%</b>   | 5.60%     | 0.80%   | <b>6.40%</b>   | 6.00%     | 0.10%   | <b>6.10%</b>   | 6.30%     | 0.00%   | <b>6.30%</b>   | 4.90%     | 1.00%   | <b>5.90%</b>   |
| <b>Total</b>                | 56.50%    | 43.50%  | <b>100.00%</b> | 56.00%    | 44.00%  | <b>100.00%</b> | 56.50%    | 43.50%  | <b>100.00%</b> | 57.30%    | 42.70%  | <b>100.00%</b> | 57.60%    | 42.40%  | <b>100.00%</b> |

Source: ABC

Jusqu'à un certain point, le radiodiffuseur public a compensé la réduction de la programmation des dramatiques sur les réseaux privés australiens. On peut donc dire que dans l'ensemble, les radiodiffuseurs australiens n'ont pas fondamentalement modifié les proportions de base entre les dramatiques et les autres émissions de divertissement dans leurs grilles-horaires. Cependant, le déclin à long terme du volume des dramatiques australiennes sur les réseaux privés, plus populaires, reste une préoccupation.

## **Vue d'ensemble de la situation aux États-Unis**

### **Les parts d'auditoire et les 10 émissions les mieux classées**

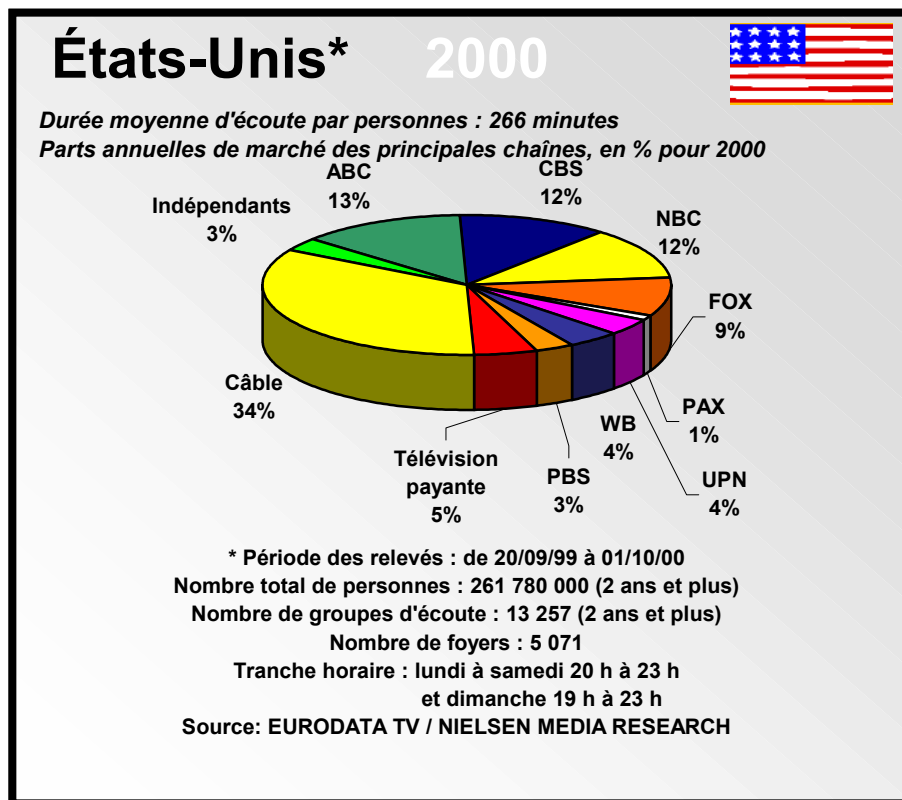
Les États-Unis sont le seul marché du monde qui ressemble à la télévision canadienne anglophone. Comme au Canada, de nombreux réseaux et stations terrestres s'y sont établis il y a des dizaines d'années, et la télévision par câble avec ses nombreuses chaînes spécialisées a largement influencé le marché depuis son arrivée dans les années 70. Récemment, les habitants des régions non desservies par le câble ont pu accéder à un plus grand nombre de chaînes traditionnelles et spécialisées grâce à la distribution par SDR. En conséquence, l'auditoire américain est éparpillé parmi des douzaines de stations.

En heures de grande écoute, les plus grands réseaux, ABC, NBC et CBS accaparent, chacun, une part d'auditoire de 12 à 13 %. Si l'on considère l'ensemble de la grille-horaire, la part respective de ces trois grands réseaux est plutôt proche de 10 %. Fox, qui est devenu le quatrième réseau en importance au cours des années 90, détient aujourd'hui près de 9 % de l'auditoire alors que UPN et WB, réseaux les plus récents, n'ont que 3 à 4 %. Les centaines de chaînes spécialisées américaines se séparent l'autre 50 % de l'auditoire.

Le système américain est presque totalement aux mains des radiodiffuseurs privés; PBS, le réseau indépendant des stations de télévision publique, détient environ 3 % de l'auditoire. Le service de radiodiffusion public diffuse des émissions britanniques et quelques émissions canadiennes. Certaines chaînes qui diffusent en langues étrangères pour les auditoires ethniques sont accessibles par satellite, mais leur part de marché n'est pratiquement pas mesurable. La télévision nationale en espagnol est la seule télévision non anglophone qui attire un nombre significatif de téléspectateurs.

En 2000 aux États-Unis, les 10 émissions de télévision les mieux classées comprenaient plus d'émissions vérité/jeux questionnaires que dans les autres pays faisant l'objet de cette étude.

*Big Brother*, *Survivor* et *Who Wants To Be a Millionaire?* se sont toutes classées parmi les 10 premières émissions de la télévision américaine. Mais, comme nous l'avons déjà mentionné, ces émissions n'ont pas supplanté les dramatiques dans les grilles-horaires des réseaux américains. Il faut également noter que les radiodiffuseurs américains ont, pour la plupart, adopté les émissions vérité/jeux questionnaires un an ou deux après l'Europe et l'Australie. C'est seulement l'année dernière ou l'année précédente que les États-Unis ont vu baisser l'auditoire des émissions vérité/jeux questionnaires en deuxième et troisième diffusion.



# É tats - U n i s 2 0 0 0



## les 10 émissions en tête de palmarès

Durée minimale de l'émission : 5 minutes  
Épisode le plus coté de chaque série ou émission spéciale à  
l'exclusion des sports sauf le Super Bowl

| Rg | Chaîne | Début     | Heure | Émission                             | Genre      | Origine | Nombre de diffusions* | Durée | Cote d'écoute 2+ (%) | '000 2+ | Part d'auditoire 2+ (%) |
|----|--------|-----------|-------|--------------------------------------|------------|---------|-----------------------|-------|----------------------|---------|-------------------------|
| 1  | ABC    | Dim 30/01 | 18:26 | Super Bowl XXXIV Tennessee/ St Louis | Foot. Am   | É.-U.   | 1                     | 212   | 34,0                 | 88 376  | 64,3                    |
| 2  | CBS    | Mer 23/08 | 20:00 | Survivor                             | Jeu Quest. | É.-U.   | 3                     | 122   | 19,9                 | 51 726  | 47,2                    |
| 3  | ABC    | Mar 07/03 | 20:05 | Who Wants To Be a Millionaire        | Jeu Quest. | É.-U.   | 10                    | 55    | 19,4                 | 50 426  | 30,5                    |
| 4  | ABC    | Dim 26/03 | 20:03 | Academy Awards                       | Évén.      | É.-U.   | 1                     | 228   | 17,8                 | 46 267  | 45,4                    |
| 5  | NBC    | Jeu 17/02 | 22:00 | E.R.                                 | Séries     | É.-U.   | 2                     | 60    | 15,2                 | 39 509  | 38,1                    |
| 6  | CBS    | Dim 12/03 | 19:00 | 60 Minutes                           | Mag. Info. | É.-U.   | 1                     | 60    | 14,7                 | 38 210  | 24,9                    |
| 7  | CBS    | Mer 05/07 | 21:00 | Big Brother                          | Jeu Quest. | É.-U.   | 1                     | 60    | 13,9                 | 36 130  | 23,0                    |
| 8  | NBC    | Jeu 09/03 | 20:00 | Friends                              | Com. Sit.  | É.-U.   | 1                     | 30    | 13,9                 | 36 130  | 22,4                    |
| 9  | ABC    | Dim 12/03 | 22:00 | The Practice                         | Séries     | É.-U.   | 1                     | 60    | 13,4                 | 34 830  | 22,3                    |
| 10 | NBC    | Jeu 18/05 | 21:00 | Frasier                              | Com. Sit.  | É.-U.   | 1                     | 60    | 13,0                 | 33 791  | 30,4                    |

\* Nombre de diffusion avant le classement dans les 10 premières

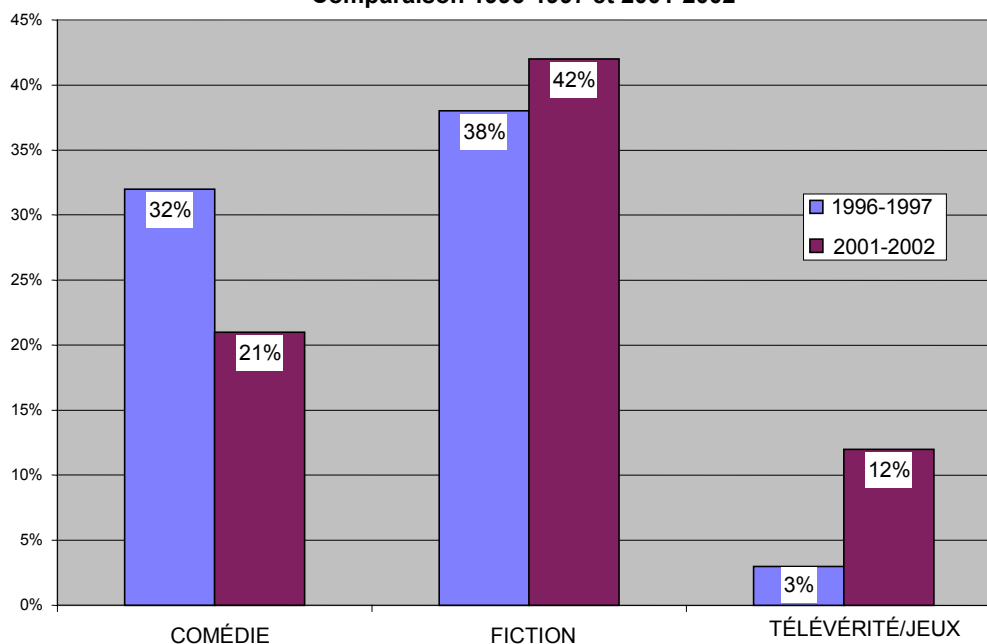
Source : EURODATA TV / NIELSEN MEDIA RESEARCH

## Les dramatiques par rapport aux autres émissions

Nous avons vu à quel point la télévision américaine peut influencer le reste du monde. Il n'est donc pas surprenant de trouver si peu d'émissions étrangères à la télévision américaine. En fait, il y en a si peu que les études comme Eurofiction, menée annuellement, ou les nombreuses commissions canadiennes, les groupes de travail, etc., qui se sont penchés sur les questions de contenu national, ne sont jamais mentionnées dans l'historique des politiques américaines en cette matière.

De 1996 à 2001 les six réseaux majeurs de radiodiffusion aux États-Unis ont significativement accru, au sein de leur grille-horaire, le nombre de leurs émissions vérité/jeux questionnaires, comme l'indique le graphique ci-dessous :

**Pourcentage des divers genres d'émissions sur les réseaux américains en heures de grande écoute  
Comparaison 1996-1997 et 2001-2002**



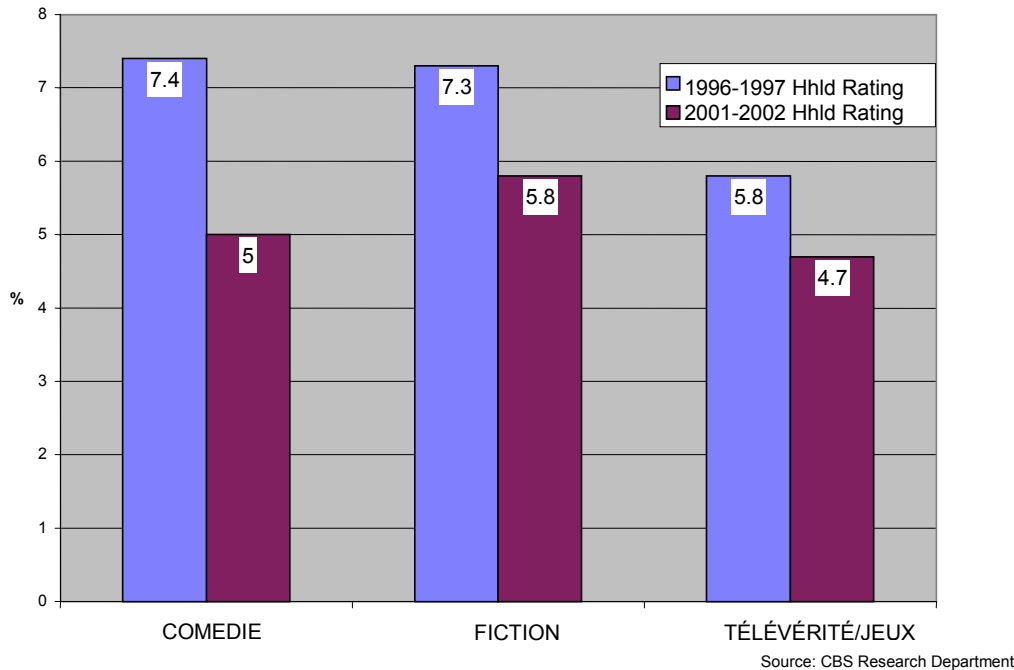
Source: CBS Research Department

Les six réseaux ont augmenté le pourcentage d'émissions vérité/jeux questionnaires de leur grille-horaire de 3 % à 12 % dans les cinq dernières années. Un changement aussi drastique des grilles-horaires constitue sans doute du jamais vu. Selon notre analyse, même si les émissions vérité/jeux questionnaires ont pris une place importante dans les autres pays, ils n'ont jamais accaparé autant d'heures dans la grille. Cependant, le phénomène des émissions vérité/jeux questionnaires a probablement atteint son plus haut niveau, au cours de la saison télévisuelle 2001-2002.

Ce qui est intéressant, c'est que l'augmentation des émissions vérité/jeux questionnaires ne se soit pas faite aux dépens des dramatiques mais de la comédie. Aux États-Unis, cette catégorie comprend les comédies de situation alors qu'au Canada elles sont classées comme dramatiques. Les comédies sont passées de 32 % à 21 % de part d'auditoire dans toutes les heures de grande écoute. En fait, les dramatiques ont légèrement augmenté à 42 %, conservant leur place de plus importante catégorie à genre unique.

Quelles en furent les conséquences sur le comportement des téléspectateurs américains, qui sont peut-être plus proches des Canadiens que les Européens ou les Australiens?

**Cotes d'écoute des divers genres d'émissions sur les réseaux des E.U.  
en heures de grande écoute en 1996-1997 et en 2001-2002**

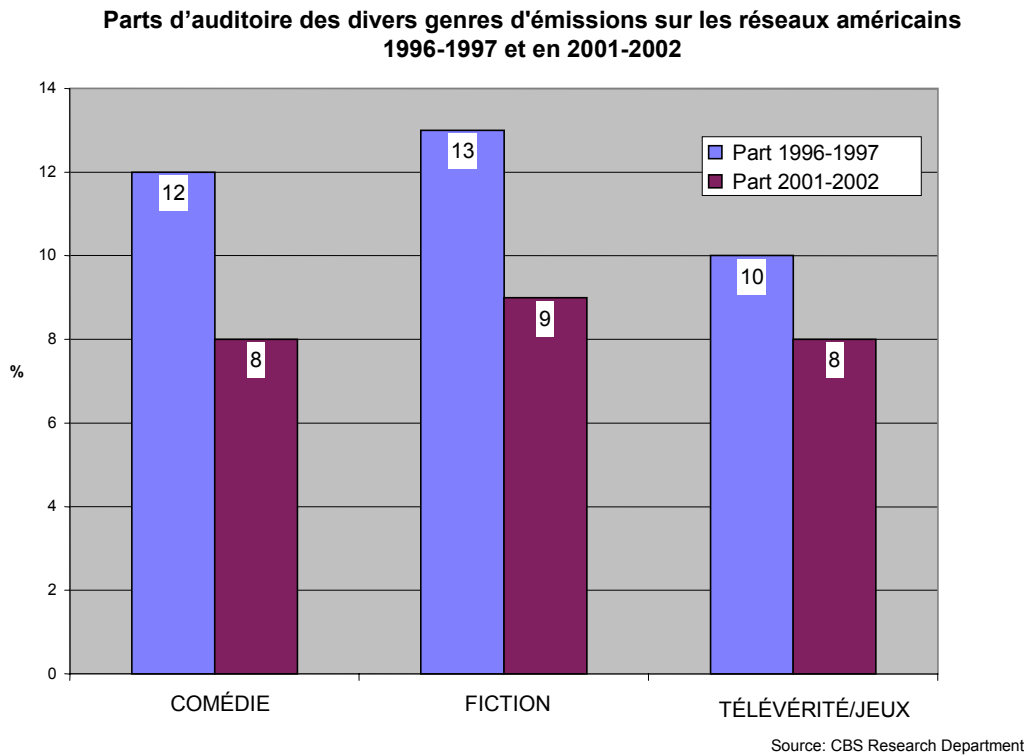


Le service de recherche de CBS nous a fourni des données qui révèlent que les auditoires de toutes les émissions du réseau en heures de grande écoute ont baissé dans les cinq dernières années, y compris les émissions vérité/jeux questionnaires. Ce sont les cotes des comédies qui ont le plus baissé ( 32 %) alors que les dramatiques et les émissions vérité/jeux questionnaires ont subi une baisse presque égale, soit respectivement 21 % et 19 %. Dave Poltrack du service de recherche de CBS a informé CMRI que [traduction] « le nombre de chaînes disponibles à tout foyer moyen américain avait doublé au cours des cinq dernières années en passant de 45 à 90 ». En conséquence, les cotes du réseau sont tombées globalement de quelque 20 %, c'est-à-dire du même pourcentage que la baisse des dramatiques ainsi que des émissions vérité/jeux questionnaires.



Il est intéressant de noter que la cote moyenne des émissions vérité/jeux questionnaires (4,7 %) en 2001-2002 était légèrement inférieure à celle des comédies (5,0 %) et celle des dramatiques (5,8 %). Cependant, les émissions vérité/jeux questionnaires restent un genre très attrayant pour les réseaux, parce qu'ils combinent de faibles coûts de production à de fortes probabilités de succès.

Le tableau suivant démontre que les parts d'auditoire des diverses catégories d'émissions des réseaux américains de télévision ont baissé, proportionnellement aux cotes d'écoute.



## **Conclusion**

La télévision est un médium très accessible à tous. Les téléspectateurs s'identifient instinctivement aux images et aux mots utilisés par la télévision, surtout dans ses dramatiques qui racontent des histoires.

La programmation télévisuelle est le fruit d'un processus culturel complexe au cours duquel les studios, les distributeurs, les réseaux et les stations éliminent tout ce qui semble moins bon, de façon à pouvoir mettre en ondes les meilleures émissions et à s'assurer qu'elles survivront aussi longtemps que possible. À toutes les étapes de ce processus, les émissions et la grille-horaire sont constamment évaluées et modifiées pour être améliorées et conquérir l'auditoire. Partout dans le monde, on dépense des milliards de dollars annuellement en recherche et développement d'émissions, en plus de nombreux milliards dépensés en production, en distribution et en promotion.

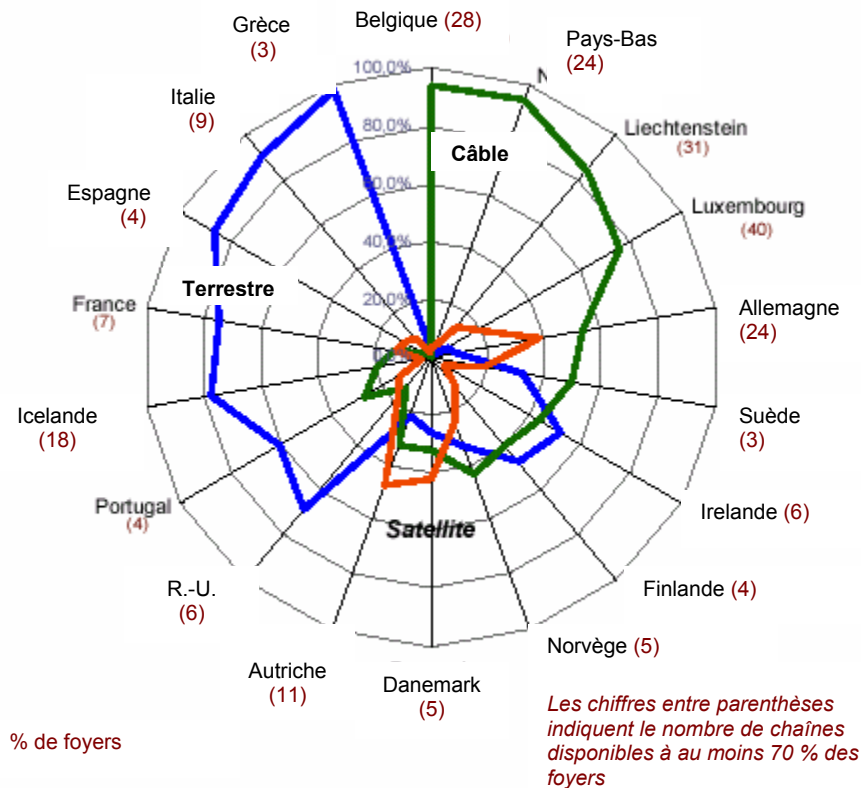
On comprend qu'étant donné leur taille gigantesque, les États-Unis soient le premier producteur de films et d'émissions de télévision. Cependant, cette étude nous révèle que l'Europe et l'Australie se sont fermement engagées à produire des dramatiques nationales pour la télévision. Le besoin de concurrencer ou de compléter les dramatiques américaines est si profondément ancré dans la culture de ces pays que l'on ne trouve nulle part d'explication rationnelle à ce besoin. Comme le cinéma, la fiction télévisuelle est considérée un art, et d'une nature égale à celle de la littérature populaire.

Le paysage médiatique européen varie considérablement d'un pays à l'autre. Ce sont les conditions prévalant dans chaque pays qui déterminent la pénétration du câble et du satellite ainsi que l'auditoire des chaînes nationales (voir graphique à la page suivante).

Grands consommateurs de télévision, les Européens lui consacrent de 2,5 à 4 heures par jour par capita. En Europe, la grande majorité de l'auditoire (et dans une moindre mesure, en Australie) reste fidèle aux radiodiffuseurs publics ainsi qu'à une ou deux chaînes de télévision privées, au lieu de s'éparpiller entre les nombreuses chaînes spécialisées qui ont conquis une vaste proportion de l'auditoire nord-américain. Les radiodiffuseurs européens et australiens se font ouvertement concurrence pour leur part d'auditoire et les cotes d'écoute apparaissent clairement comme la mesure la

plus crédible de la performance des radiodiffuseurs privés européens. Les chaînes spécialisées sont maintenant largement disponibles en Europe, mais le nombre de foyers qui décident de s'abonner au câble ou aux services par SRD restant limité, leur effet ne s'est pas encore fait sentir sur les radiodiffuseurs locaux. En Europe, les radiodiffuseurs publics ainsi que leurs homologues du secteur privé semblent très bien financés, selon les normes canadiennes, ce qui a sans doute été l'un des facteurs majeurs ayant leur permis de prendre de l'avance sur la pénétration du câble, de la distribution par SRD et des chaînes spécialisées.

### Taux de pénétration du câble, du satellite et de la disponibilité de la télévision numérique en Europe, 2000



Source: *Outlook of the development of technologies and markets for the European Audio-visual sector up to 2010*, Anderson Consulting, June 2002 (Perspective de développement des technologies et marchés de l'audio-visuel en Europe jusqu'en 2010, Anderson Consulting, juin 2002)

La programmation américaine joue un rôle significatif dans les grilles-horaires des pays européens et en Australie. Spécialement en dehors des heures de grande écoute, les émissions dramatiques américaines

constituent l'une des bases de la grille-horaire des radiodiffuseurs privés et publics. Les producteurs américains vendent actuellement pour environ 9 milliards de dollars d'émissions en Europe, annuellement.

Au cours des cinq dernières années, les grilles-horaires des radiodiffuseurs des pays étudiés ont offert un large éventail d'émissions vérité/jeux questionnaires, ce qui n'a cependant eu qu'une faible incidence sur la programmation traditionnelle de dramatiques. Tous les pays reconnaissent que les émissions vérité/jeux questionnaires sont devenues une part importante de leur grilles-horaires aux heures de grande écoute, surtout dans les chaînes spécialisées. Pratiquement dans tous les cas, il ne s'agissait pas d'importations mais d'adaptations de concepts au marché local, dans la langue et la culture nationales. Les nouvelles émissions vérité/jeux questionnaires semblent avoir remplacé les autres émissions de divertissement en Europe. Aux États-Unis, les émissions vérité/jeux questionnaires ont quadruplé entre 1996 et 2001 et, selon les données disponibles, il semble que l'ont ait assisté à un phénomène sinon égal, du moins comparable en Europe et en Australie.

Cependant, dans les pays européens étudiés ainsi qu'en Australie, les nouvelles émissions vérité/jeux questionnaires n'ont pas remplacé les dramatiques. Selon les données, les dramatiques en heures de grande écoute restent de loin la plus grande et la plus importante catégorie d'émissions en Europe et en Australie. Aux États-Unis, un pourcentage substantiel des comédies a été remplacé par les émissions vérité/jeux questionnaires mais sans affecter du tout les dramatiques. Dans les autres pays, on a, en fait, augmenté le volume des dramatiques nationales au cours des cinq dernières années, à l'exception de l'Australie (et de la France où la production est restée stable).