

Télévision

Chaînes publiques et privées composent le paysage télévisuel français en 2021

Au 31 décembre 2021, trente services de télévision à vocation nationale étaient diffusés en métropole par voie hertzienne terrestre. Parmi eux, vingt-cinq sont accessibles gratuitement et cinq sont diffusés sous condition d'accès ; vingt-huit de ces chaînes sont diffusées en haute définition.

Quarante-trois services de télévision à vocation locale (dont un du service public, Via Stella) sont autorisés à diffuser leurs programmes par voie hertzienne terrestre sur le territoire métropolitain, contre quarante-deux en 2020, et quatorze sur les territoires ultramarins, contre treize en 2020. Au 31 décembre 2021, trois groupes d'opérateurs peuvent être distingués :

- les opérateurs du secteur public : groupe France Télévisions, Arte France, LCP-Assemblée nationale et Public Sénat ;
- les opérateurs privés historiques : groupe TF1, groupe M6 et groupe Canal Plus ;
- les opérateurs privés non adossés à une chaîne historique : groupe NextRadioTV (BFM TV, RMC Découverte et RMC Story), NRJ Group (NRJ 12 et Chérie 25) et groupe Amaury (L'Équipe).

Les trois opérateurs privés historiques détiennent conjointement le plus grand nombre de chaînes sur la télévision numérique terrestre (TNT) nationale. Ils contrôlent l'intégralité des chaînes payantes (quatre pour le groupe Canal Plus et une pour le groupe M6) et 12 des 26 chaînes gratuites qui se répartissent de la façon suivante : cinq sont détenues par le groupe TF1, quatre par le groupe M6 et trois par le groupe Canal Plus. Au total, 17 des 30 chaînes que compte la TNT sont détenues par des opérateurs privés historiques, soit plus de la moitié d'entre elles (7 pour le groupe Canal Plus, 5 pour le groupe TF1 et 5 pour le groupe M6). Les opérateurs publics et les opérateurs privés non adossés à une chaîne historique diffusent un nombre de services proche (respectivement 5 et 6), tous gratuits.

Dans chaque territoire ultramarin où une offre TNT est disponible, sont proposées une chaîne locale du service public (« La 1^{ère} ») et, le cas échéant, jusqu'à trois autres chaînes locales hertziennes. Parmi elles :

- 2 sont éditées par des sociétés d'économie mixte (Calédonia et Tahiti Nui Télévision) ;
- 4 sont éditées par des associations (Chiconi FM TV, NC9, KMT et KTV) ;
- 8 sont éditées par des sociétés privées (Alizés Guadeloupe, Antenne Réunion, Canal 10, Éclair TV, IO TV, Kwezi TV, ViàATV Martinique et Zitata TV).

Enfin, au 31 décembre 2021, 283 chaînes (hors services de télévision destinés aux informations locales, qui sont traités dans une partie spécifique plus bas) étaient conventionnées ou déclarées pour une diffusion en France ou en Europe sur les réseaux n'utilisant pas de fréquence assignée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (câble, satellite, ADSL, mobile, Internet).

Équipement en téléviseur : plus de neuf foyers sur dix en sont équipés, et huit sur dix ont un téléviseur connecté

En 2021, 91 % des foyers sont équipés d'un téléviseur, une part en léger recul depuis quatre ans (– 2 points). La télévision reste le premier écran au sein des foyers, devant l'ordinateur (86 %) et la tablette (46 %). La part de foyers français disposant d'un téléviseur et d'une

connexion à Internet et équipés de téléviseurs connectés est de 81 %. Parmi les foyers non équipés d'un téléviseur, les personnes vivant seules, les catégories sociales supérieures et les habitants des villes de plus de 200 000 habitants sont surreprésentés. La part des jeunes âgés de 15 à 24 ans et celle des habitants de l'agglomération parisienne progressent parmi les foyers non équipés de téléviseurs (tableau 1).

Enfin, au quatrième trimestre 2021, on compte en moyenne 5,7 écrans par foyer : 1,5 téléviseur, 1,6 ordinateur, 2 téléphones mobiles dont 1,6 smartphone, et moins d'une tablette tactile (0,6).

La réception se fait principalement par télévision numérique terrestre (TNT, 22 % des foyers équipés) et par Internet (39 %) ou par un mixte des deux modes (graphique 1). Au cours de la dernière décennie, la part de la réception par Internet a évolué : la part de la réception par TNT a reculé de 20 points tandis que celle par Internet a progressé (+ 24 points).

Audience de la télévision : 3 heures 41 minutes par jour en 2021

En 2021, selon Médiamétrie, la durée d'écoute individuelle moyenne de la télévision des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur atteint 3 heures 41 minutes, soit un recul significatif par rapport à l'année 2020, une année exceptionnelle en raison de la pandémie mondiale de Covid-19 et des épisodes successifs de confinement et de couvre-feu, au cours de laquelle les Français avaient regardé la télévision 18 minutes de plus qu'en 2019. La durée individuelle d'écoute retrouve donc son niveau de 2019, qui tend à se contracter au cours de la dernière décennie, et ce même en intégrant la mesure de l'écoute en différé (graphique 2).

La consommation télévisuelle baisse en particulier chez les plus jeunes : leur durée individuelle d'écoute a reculé de près de 50 minutes en sept ans, pour passer d'1 heure 58 minutes en 2014 à 1 heure 10 minutes en 2021. À l'inverse, les seniors, âgés de 50 ans ou plus, regardent plus la télévision au quotidien : leur temps d'écoute a progressé de 36 minutes au cours de la même période (tableau 2). Les catégories socioprofessionnelles supérieures, qui tendaient à regarder de moins en moins la télévision (2 h 50 en 2018 et 2 h 40 en 2019), voient en revanche leur consommation progresser de 16 minutes en 2021 par rapport à l'avant-pandémie.

Les chaînes nationales historiques représentent 60 % de l'audience télévisuelle en 2021

Les parts d'audience des chaînes nationales historiques et de l'ensemble des autres chaînes gratuites lancées à partir de 2005 sont relativement stabilisées quinze ans après le démarrage de la TNT. En 2021, la part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) s'établit à 60 %, en très légère hausse par rapport à 2020 (+ 1 point de %). Les autres chaînes de la TNT et TNT haute définition rassemblent 30 % de parts d'audience. Enfin, les chaînes thématiques réalisent 10 % de parts d'audience. En 2021, TF1 est la première chaîne nationale en termes d'audience (20 %) devant France 2 (15 %), France 3 (9 %), M6 (9 %), France 5 et Arte (3 %). En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, le groupe France Télévisions (stable à 29 % de parts d'audience) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2020 devant le groupe TF1 (27 %), le groupe M6 (14 %), le groupe Canal+ (7 %), Altice (7 %) et le groupe NRJ (2 %). Les chaînes gratuites rassemblent 90 % de l'audience de la télévision, contre 10 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus).

La fiction est le premier genre de programmes consommés à la télévision

En 2021, la fiction (fictions télévisuelles, 19 %, et films cinématographiques, 3 %) est le premier genre de programmes proposés sur les chaînes nationales : elle représente 22 % de l'offre en volume horaire (tableau 3). Les programmes dits de stock ou de catalogue (fictions, films de cinéma, documentaires et programmes pour la jeunesse) forment près de la moitié de l'offre télévisuelle (48 %) sur les chaînes nationales et 40 % des programmes consommés, tandis que

ceux dits de flux (destinés à être diffusés une seule fois comme les compétitions sportives, les bulletins d'information, de météo, les émissions de plateau) rassemblent plus de téléspectateurs.

En 2021, le marché publicitaire reprend de la vigueur (+ 2 points en termes d'offre et de part d'audience) après une année 2020 marquée par la crise sanitaire et le retrait des investissements publicitaires. Enfin, la part d'audience des films cinématographiques, dont les règles de diffusion ont été assouplies depuis le décret 2020-984 du 5 août 2020 limitant les restrictions de diffusion au samedi, a progressé : ils représentent 3 % de l'offre pour 6 % de la consommation. En 2021, *Le Sens de la fête*, diffusé pour la première fois en clair sur TF1, a rassemblé 7,5 millions de spectateurs.

La diffusion de films de cinéma (selon l'article 2 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990) à la télévision est soumise à plusieurs critères, de délai de diffusion par rapport à leur date de sortie en salles d'une part, et de nombre de films diffusés dans l'année d'autre part : moins de 200 films dans l'année pour les chaînes gratuites, dont 75 % aux heures de grande écoute (20 h 30-22 h 30). Un quota supplémentaire est accordé pour les films classés « art et essai ». Les chaînes thématiques de cinéma, payantes et accessibles par abonnement, sont autorisées à diffuser 500 films par an et à multidiffuser. En 2021, 2 336 œuvres cinématographiques différentes ont été diffusées pour plus de 5 600 diffusions (tableau 4). C'est moins qu'en 2020, année de pandémie et de confinement, au cours de laquelle les chaînes avaient augmenté leurs propositions cinématographiques. Canal+ demeure la première chaîne nationale en matière de diffusion d'œuvres cinématographiques avec 417 films diffusés en 2021, et Arte la première chaîne gratuite pour le cinéma avec 448 films diffusés, en volume comme en diversité d'offre, avec trois cases régulières hebdomadaires en première partie de soirée (lundi, mercredi et dimanche).

Télévision de rattrapage (TVR) : 7,3 milliards de vidéos vues en 2021

Au deuxième semestre 2021, 57 % des programmes diffusés sur les chaînes nationales sont disponibles en télévision de rattrapage, un mode de consommation dit « délinéarisé ». Sur les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte), 71 % des programmes sont disponibles en télévision de rattrapage, contre 48 % pour les chaînes privées de la TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP-Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25).

En 2021, sur un panel composé de 37 chaînes (6 chaînes nationales historiques, 11 chaînes TNT/TNT haute définition, 20 autres chaînes) 7,3 milliards de vidéos ont été visionnées en télévision de rattrapage. C'est significativement moins qu'en 2020 (- 19 %) (tableau 5). Les programmes dits de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes pour la jeunesse) représentent 46 % de l'offre de télévision en ligne et rassemblent 65 % de la consommation. La fiction est le genre le plus vu (38 % des vidéos) devant les programmes pour la jeunesse (20 %), le divertissement (13 %), le cinéma (6 %), l'information (2 %), le sport (2 %) et le documentaire (2 %).

Les écrans mobiles (téléphone et tablette) concentrent plus de la moitié de la consommation de programmes télévisuels en ligne (54 %), contre 28 % sur téléviseur et 18 % sur ordinateur.

Baisse du financement par les chaînes de la production audiovisuelle et cinématographique en 2021

Les chaînes de télévision, en particulier hertziennes, ont plusieurs obligations en matière de diffusion d'œuvres cinématographiques, mais aussi de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique : une obligation globale de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles, et une obligation patrimoniale de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales. Une part des dépenses des chaînes doit être consacrée à la production d'œuvres indépendantes. En 2021, les chaînes de télévision ont contribué au financement de 221 films, soit 65 % des films agréés, un record depuis 2010, et à près des trois quarts des films d'initiative française (196 films).

En 2021, la part des financements des chaînes de télévision dans les plans de financement des films d'initiative française ayant obtenu l'agrément de production s'établit à 30 %, soit une légère baisse de 1 point par rapport à 2020.

Financement de la télévision : des ressources publicitaires en hausse en 2021

En 2021, les ressources publicitaires de la télévision s'élèvent à 3,5 milliards d'euros, soit une hausse de 17 % par rapport à l'année 2020 marquée par un recul des investissements publicitaires dans les médias historiques (– 12 % par rapport à 2019) (voir fiche « Financement de la culture »). En 2021, le marché publicitaire bénéficie donc du retour des annonceurs et la télévision reste, avec 25 % de parts de marché, le deuxième média privilégié par les annonceurs après Internet.

L'audiovisuel public était historiquement financé par un impôt sur les ménages imposables et équipés d'un ou plusieurs téléviseurs : la contribution à l'audiovisuel public, d'un montant de 138 euros en France métropolitaine et de 88 euros dans les départements d'outre-mer. En loi de finance initiale pour 2022, le financement de l'audiovisuel public s'élevait à 3,8 milliards d'euros (voir fiche « Financement de la culture »). La loi de finances rectificative n° 2022-1157 du 16 août 2022 a toutefois supprimé la contribution à l'audiovisuel public et prévoit le remboursement des foyers contributeurs.

Poids économique de la télévision : 8,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires

En 2020, selon les données du CSA, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes nationales gratuites (hors Arte et les chaînes parlementaires Public Sénat et LCP-AN) et payantes (78 chaînes payantes dont Canal+) s'élève à 8,1 milliards d'euros, soit un recul de 19 % en une décennie (euros constants) (graphique 3). Dans le contexte de la crise sanitaire et, dans le domaine audiovisuel, du retrait des annonceurs, le recul est le plus fort pour les chaînes privées qui voient leur chiffre d'affaires reculer de plus d'un quart en une décennie, tandis que le recul est plus modéré pour les chaînes publiques (– 14 %). En 2020, année marquée par la crise sanitaire et, dans le domaine de l'audiovisuel, par le retrait des annonceurs, la baisse de chiffres d'affaires a été plus prononcée pour les chaînes publiques (– 7 %) que pour les chaînes privées (– 1 %).

Pour en savoir plus

- *La Production cinématographique en 2020*, Centre national de la cinématographie et de l'image animée, 2021
- *L'Année TV 2021. Télévision : média singulier, écran pluriel*, Médiamétrie, janvier 2022
- *Médiamat annuel 2021. Audience en jour de vision*, Médiamétrie, janvier 2022
- *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, résultats des 3^e et 4^e trimestres 2021 pour la télévision*, Arcom, 2022
- *Rapport annuel d'activité 2021*, Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2022
- *Bilan 2021*, Centre national de la cinématographie, 2022
- *L'Économie de la télévision de rattrapage en 2021*, Centre national de la cinématographie et de l'image animée, 2022

Tableau 1 – Caractéristiques des foyers équipés et non équipés en téléviseurs au quatrième trimestre 2021

En %

	Foyers équipés	Foyers non équipés
Taille du foyer*		
1 personne	35	57
2 personnes	34	21
3 ou plus	31	23
Âge du chef de famille		
15-24 ans	3	18
25-34 ans	11	22
35-49 ans	24	30
50 ans et plus	62	29
CSP du chef de famille		
CSP +	31	47
CSP –	31	23
Étudiants	1	13
Inactifs	37	17
Lieu de résidence		
< 20 000 habitants	41	30
20 000 à 200 000 habitants	18	16
> 200 000 habitants	25	33
Agglomération parisienne	16	21

* Depuis le 1^{er} janvier 2021, la personne désignée comme « la personne de référence au sein d'un foyer » n'est plus l'homme actif le plus âgé du foyer, mais la personne active la plus âgée et ce, quel que soit son sexe.
Base : ensemble des foyers.

Source : données Médiamétrie pour l'Arcom/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 2 – Évolution de la durée d'écoute individuelle quotidienne de la télévision sur un téléviseur selon l'âge et la catégorie socioprofessionnelle, 2014-2021

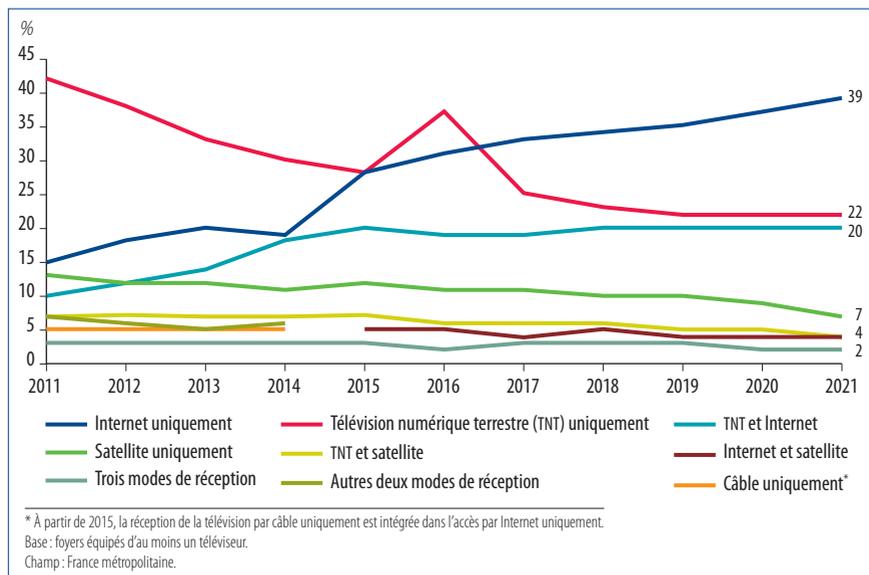
En heures et minutes

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ensemble	03:41	03:44	03:43	03:42	03:36	03:40	03:58	03:41
4-14 ans	01:58	01:56	01:53	01:46	01:39	01:28	01:28	01:10
15-34 ans	02:26	02:21	02:19	02:11	01:56	01:43	01:47	01:38
35-49 ans	03:03	03:02	03:01	02:54	02:42	n.d.	n.d.	n.d.
15-49 ans	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	02:46	02:30	02:25
50 ans et +	05:02	05:07	05:07	05:12	05:13	05:12	05:46	05:38
CSP +	03:01	03:03	03:05	03:00	02:50	02:40	03:14	02:56

Note : jour moyen lundi-dimanche, de 3 heures à 3 heures.
Depuis le 30 mars 2020, le Médiamat intègre pour les individus de 15 ans et plus toute l'audience des programmes de télévision regardés en dehors du domicile et en mobilité sur téléviseur, ordinateur, smartphone et tablette.
Base : individus âgés de 4 ans et plus ; audience en jour de vision du 4 janvier 2021 au 2 janvier 2022.
Champ : France métropolitaine.

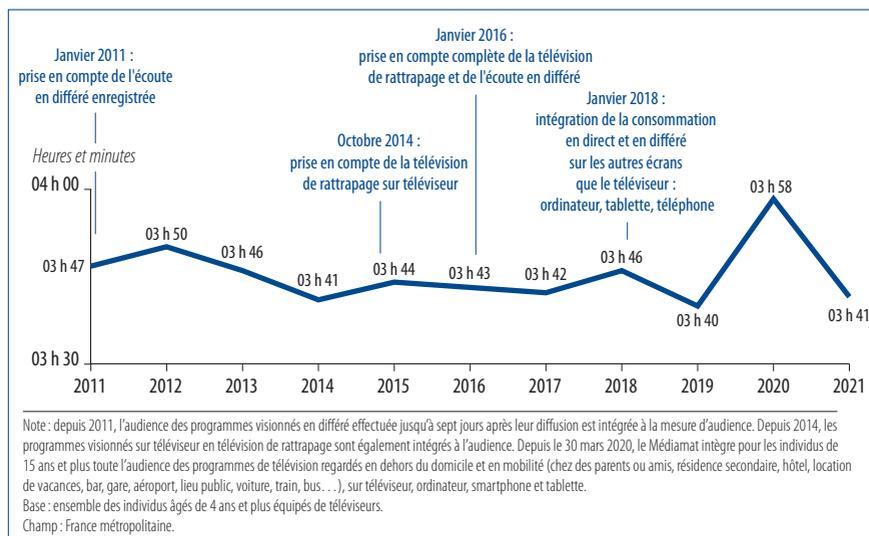
Source : Médiamétrie, Médiamat/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 1 – Évolution des modes de réception de la télévision, 2011-2021



Source : Médiamétrie pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel, la Direction générale des médias et des industries culturelles et l'Agence nationale des fréquences/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 2 – Durée d'écoute individuelle de la télévision, 2011-2021



Source : Médiamétrie, Médiamat/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 3 – Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2021

En %

	Offre	Consommation
Fictions télévisuelles	19	22
Magazines	20	17
Journaux télévisés	2	13
Publicité	11	11
Documentaires	17	10
Jeux	3	9
Films cinématographiques	3	6
Sport	1	4
Variétés	7	3
Programmes pour la jeunesse	9	2
Autres	7	3

Champ : chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, C8, W9, TFX, NRJ12, France 4, Cstar, Gulli, TF1 séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25).
Base : individus âgés de 4 ans et plus.

Source : Médiamétrie, Médiamat/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 4 – Films diffusés à la télévision, 2019-2021

En unités

	Nombre de films [*]			Nombre de diffusions		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Groupe Canal+	606	636	613	2 094	2 218	2 263
Arte	432	452	448	754	785	752
Groupe TF1	398	432	410	736	782	922
Groupe M6	345	369	377	673	803	867
France Télévision	415	466	344	570	599	379
NRJ Group	184	166	173	360	324	348
La Chaîne l'Équipe	5	17	36	10	46	54
LCP-AN	0	7	15	0	18	31
Groupe Next Radio TV**	42	2	0	76	2	0
Total	2 322	2 432	2 336	5 273	5 577	5 616

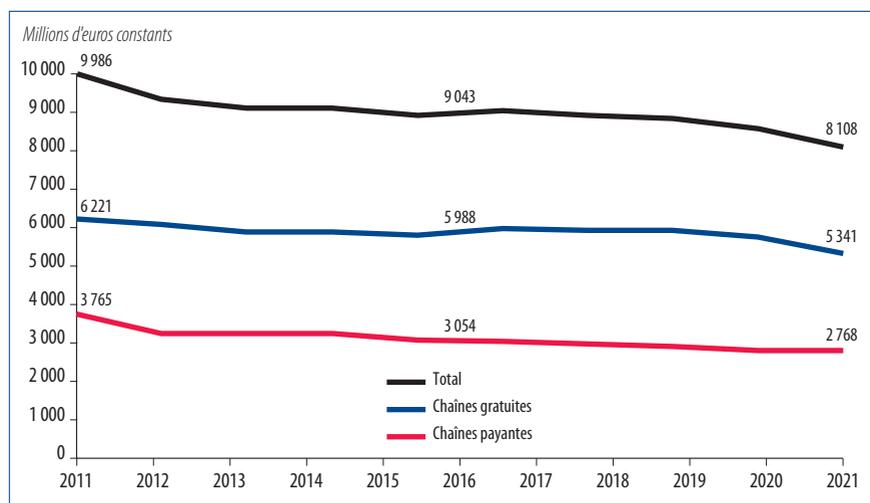
N.B. : total hors double compte.
* Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
** Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23/08/2020.

Source : Centre national du cinéma et de l'image animée/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 5 – Consommation de télévision de rattrapage : nombre de vidéos vues, 2016-2021*En millions*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Consommation totale	6 461,5	6 888,6	8 090,5	9 290,5	9 093,6	7 337,5
Consommation moyenne mensuelle	538,5	574,0	674,2	774,2	757,8	611,5
Consommation moyenne quotidienne	17,7	18,9	22,2	25,5	25,3	20,1

Source: NPA – GfK – Canal+ Régie – France Télévisions Publicité – M6 Publicité Digital – TF1 Publicité Digital – Lagardère Publicité/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 3 – Évolution du chiffre d'affaires de la télévision, 2011-2021

Source: Conseil supérieur de l'audiovisuel, bilans financiers des chaînes gratuites et payantes/DEPS, Ministère de la Culture, 2022