



Mediametrie



Glance
Global Audience &
Content Evolution

Communiqué de presse

19 octobre 2024

MIPJunior 2024

2024 : L'audience des chaînes jeunesse en hausse, boostée par les contenus originaux et les nouveautés



Glance, département international de Médiamétrie, analyse le marché des programmes jeunesse au MIPJunior et révèle les tendances globales en matière de contenus.

“ Tandis que la télévision à destination du jeune public poursuit sa mue, on observe un grand intérêt pour les contenus originaux et porteurs de sens, qui stimulent et relancent l'audience des chaînes pour enfants. ”

Candice Alessandra, Directrice d'Études et Relations Clients chez Glance

Les chaînes TV destinées à la jeunesse ont connu une évolution positive de leur écoute durant le premier semestre 2024 dans plusieurs grands marchés européens. En Allemagne, en Espagne et en Italie, les chaînes pour enfants ont ainsi vu leurs parts d'audience respectives augmenter auprès des plus jeunes téléspectateurs (préscolaires) par rapport au premier semestre 2023, gagnant partout des points : **+1,6 pts** outre-Rhin, **+2,1 pts** en Espagne et **+0,6 pts** en Italie. En France, les chaînes ont maintenu une part d'audience stable, tandis que l'on observe un déclin au Royaume-Uni.

Autre fait remarquable cette année, la case jeunesse TFOU en France, diffusée désormais sur TF1 et TFX, a augmenté son temps d'antenne et élargi son audience.

Nouveaux programmes et contenus originaux en tête des lancements réussis

Au premier semestre 2024, **21** nouveaux programmes jeunesse ont été lancés avec succès. Plus de la moitié était des créations originales*. Parmi les programmes marquants, citons **Mille Bornes Challenge** sur TF1, **Mystery Lane** sur Rai Gulp et **Vida the Vet** sur Treehouse. Ces programmes originaux trouvent écho auprès des jeunes publics, accentuant davantage la demande de contenus inédits.

*Méthodologie : émissions présentes dans le Top 20 ou le Top 3 regardées par au moins une cible démographique Enfants ou Préscolaires



Côté diffuseurs, les programmes les mieux classés sur cette période, sont bien connus et appréciés des jeunes téléspectateurs : la série ***Bienvenue chez les Loud*** totalise **46,8 millions** d'heures vues, suivie de ***Bluey*** avec **44,3 millions** d'heures. ***La Pat Patrouille*** se classe à la troisième place avec **40,5 millions** d'heures vues, soit **3,6 millions** d'heures de plus qu'au premier semestre 2023.

Sur les plateformes de SVoD, dans les foyers avec enfants, la série ***Bluey*** est restée le programme le plus regardé avec **59,3 millions** d'heures vues sur Disney+.

Tendances 2024 : de nouvelles thématiques dans les contenus jeunesse

Trois tendances majeures dans les contenus jeunesse se dessinent cette année, marquant des changements dans les types de récits qui captivent le jeune public.

Prise de conscience environnementale et citoyenneté

Des programmes comme ***Le refuge d'Audrey*** (France 4) et ***Vida the Vet*** (Treehouse) encouragent la prise de conscience environnementale. ***Groep 8 aan de macht*** aux Pays-Bas et ***De raad van Soekie*** en Belgique inspirent les téléspectateurs avec des thèmes sur la démocratie et la responsabilité de la communauté, enregistrant des parts d'audience en hausse notable dans les tranches d'âge cibles.

Transmission et découverte de soi

Des programmes explorant l'identité et la transmission rencontrent un fort écho auprès du jeune public, à l'instar de la série brésilienne ***Luz*** sur Netflix, qui raconte l'histoire d'une jeune fille adoptée en quête de ses origines.

Au Canada, la série ***Gangnam Project*** voit Hannah, jeune canado-coréenne, s'envoler vers la Corée du Sud pour enseigner l'anglais à des stars de la K-pop tout en renouant avec ses origines. En Italie, ***Clan*** sur RaiPlay suit le parcours d'un jeune homme tentant d'échapper à un environnement criminel. Les aspects culturels originaux de ces programmes suscitent l'intérêt du public.

Réinterprétation des classiques

Des marques et des thèmes familiers sont revisités, avec des émissions comme ***SuperThings Rivals of Kaboom***, dessin animé dérivé d'un jouet qui poursuit son succès sur ***Clan*** en Espagne ou ***Max and the Midknights***, adapté de l'œuvre de Lincoln Peirce, une série comique avec une bande-son originale. Ces programmes contribuent à élargir la diversification des marques grâce à de nouveaux angles de narration, attirant le jeune public tout en revigorant les comédies classiques.



A propos du Kids TV Report

Kids TV Report offre deux fois par an **une vision complète de l'ensemble du paysage audiovisuel européen dédié aux jeunes publics**. Il combine à la fois une vue d'ensemble sur chaque marché ainsi qu'une analyse détaillée chaîne par chaîne.

Ce rapport étudie les **5 pays européens majeurs** (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni). Plus de 20 territoires additionnels peuvent être étudiés à la demande.

A propos de Glance

Entité de Médiamétrie, Glance est l'expert des marchés TV à l'international : il délivre les données d'audience de plus de 7 000 chaînes de télévision dans plus de 120 territoires dans le monde ainsi que des analyses approfondies. Glance détecte les nouveaux contenus et tendances TV et vidéo dans plus de 50 territoires. Glance fournit également des conseils stratégiques sur le développement et la distribution de contenu avec des outils prédictifs indexant l'attrait de l'audience. Avec plus de 230 clients de référence, Glance est le leader mondial de la connaissance et de l'expertise des marchés TV et vidéo.

Plus d'informations : www.glance-mediаметrie.com  @Glance  Glance [Online store](#)

A propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines.

Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 800 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international. En 2022, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 104,2 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

Plus d'informations : www.mediаметrie.fr  @Mediаметrie  Mediаметrie.official  Médiamétrie

Contacts presse:

Isabelle Lellouche-Filliau
Tél : +33 (0)1 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediаметrie.fr

Stéphanie Haoun
Tel: +33(0)1 71 09 93 18
shaoun@mediаметrie.fr

