

MIPJunior 2021

Animation, divertissement et événements en direct séduisent les plus jeunes à la télévision et sur les plateformes

Le premier semestre 2021 marque un retour à une vie plus normale pour les enfants comme pour leurs aînés. A l'occasion du MIP Junior 2021, Glance analyse les grandes tendances qui traversent les programmes jeunesse cette année. Si le sport et le divertissement séduisent particulièrement les jeunes téléspectateurs en 2021, l'animation reste leur genre préféré avec des disparités dans certains pays où les programmes de live action demeurent très populaires.

En ouverture du MIPJunior, Avril Blondelot, Directrice Content Insight de Glance, déclare: « À côté des franchises à succès, les nouvelles séries lancées cette année font apparaître plusieurs thématiques dans les contenus : l'arrivée en TV de personnalités issues du digital, un intérêt pour les sciences et la technologie ou au contraire pour le simple quotidien des enfants, la puissance des jeux et le pouvoir de l'inventivité notamment auprès des tout petits. »

Les événements en direct et les divertissements trustent les tops

Selon le rapport Kids TV réalisé par Glance au premier semestre 2021, les jeunes téléspectateurs se sont joints à leurs parents pour assister au retour des événements en live, principalement à celui des grands rendez-vous sportifs. Ils ont massivement pris part à ces moments de rassemblement. Les événements en direct s'affichent ainsi à la première place des programmes les plus regardés par les enfants dans les 5 pays européens étudiés et dans 4 pays sur 5, il s'agit de sport. Seul l'incontournable festival de San Remo reste en tête du classement en Italie.

En deuxième position dans les tops, le divertissement attire également les enfants. En France et au Royaume-Uni par exemple, les enfants représentent de 13 à 15% de l'audience de ces programmes.

Candice Alessandra, Responsable d'études et de clientèle chez Glance précise : « les enfants regardent principalement la TV en live. On note également que les programmes sont davantage regardés en famille. Au premier semestre 2021, dans les 5 pays européens étudiés, les enfants regardaient la télévision en moyenne 1h21 par jour. Avec cependant certaines disparités : les enfants passant plus de temps devant l'écran de TV dans le sud de l'Europe que dans le nord. »

L'animation fait toujours globalement rêver les plus jeunes

Parmi les émissions destinées aux enfants, l'animation représente les 2/3 des 20 programmes les plus regardés dans l'ensemble des pays étudiés. Par ailleurs, les héros favoris des plus jeunes comme **Paw Patrol**, **Super Wings** et **Ricky Zoom** sont majoritaires dans les tops nationaux.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MIPJunior 2021

Animation, divertissement et événements en direct séduisent les plus jeunes à la télévision et sur les plateformes



Sur la deuxième marche du podium, les séries de live action pèsent en moyenne 15% des 20 meilleurs programmes. Elles devancent même l'animation en Italie avec entre autres **The Thundermans** et **Henry Danger**.

Enfin plus de la moitié (51%) des 20 programmes les plus regardés sont importés. Suivent les productions nationales (33%) et les coproductions (16%). Au premier semestre 2021, la dynamique du marché a permis à 34 nouvelles émissions d'entrer directement dans les tops 20 nationaux ou dans les tops 3 par chaîne.

Sur les plateformes de SVoD, les enfants ont tendance à regarder les mêmes séries qu'à la télévision, en linéaire. Ainsi, que ce soit dans les familles allemandes, italiennes, espagnoles ou britanniques, les 3 premières séries les plus regardées sur Netflix sont les mêmes franchises à succès qu'à la télévision : **Peppa Pig**, **Teen Titans Go!** et **Paw Patrol**.

En revanche, les succès locaux peuvent varier selon les pays, en particulier pour l'Allemagne et le Royaume-Uni. Le Royaume-Uni est ainsi le seul pays à compter des séries de live action dans son top 10 des programmes les plus regardés sur Netflix. En France, en Italie, en Allemagne et en Espagne, les séries d'animation japonaises s'affichent dans le haut du classement.

Tendances contenu 2021 : des inspirations digitales aux enjeux environnementaux des jeux d'enfants à la science et aux courtes séries d'animation

Glance a identifié plusieurs tendances émergentes dans les programmes jeunesse ces 6 derniers mois.

La première consiste à transposer les héros du digital au petit écran, dans des émissions de divertissement ou des séries animées. Par exemple, **The Moshaya Family Animation** est la version animée en 13 épisodes d'un programme présent sur YouTube. Elle a été diffusée à la télévision en janvier 2021 aux Emirats arabes unis. **Adam Loves Adventure!** est une série d'animation irlandaise mettant en scène Adam King un petit garçon de six ans, vu pour la première fois à *The Late Late Show* et célèbre pour ses « câlins virtuels ».

Une autre tendance vise les jeunes férus de technologie, notamment pour répondre aux problématiques environnementales. C'est le cas de **Pigsy Express**, une série d'animation taïwanaise, se déroulant dans un monde futuriste où le personnage principal recherche des colis non livrés par les drones.

D'autres programmes se penchent tout simplement sur le quotidien des enfants. **Rabalder**, par exemple, est une fiction norvégienne qui met l'accent sur le passage à l'âge adulte d'un groupe d'enfants vivant à la campagne. De son côté la série **Gabby's Farm** montre à travers les yeux d'une petite fille de six ans la vie d'une ferme dans l'Ontario. Lancée au printemps 2021, les deux programmes ont augmenté de 50% la part d'audience des enfants sur leurs chaînes respectives.

Dans l'émission australienne **The Wonder Gang**, c'est la curiosité des enfants qui est mise en avant. Les jeunes participants doivent en effet présenter eux-mêmes leurs recherches sur des phénomènes scientifiques.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MIPJunior 2021

Animation, divertissement et événements en direct séduisent les plus jeunes à la télévision et sur les plateformes



Les jeux télévisés plaisent en général beaucoup aux enfants. **Don't Unleash the Beast** - un jeu qui se déroule dans un univers souterrain mythologique - le prouve puisqu'il est classé meilleur programme pour et par les enfants sur la chaîne britannique ITV.

Enfin, les programmes d'animation destinés aux plus petits rivalisent de créativité sur des séries courtes de moins de 10 min. La série **Pip & Posy** a été lancée en mars 2021 sur Channel 5 au Royaume-Uni. Elle suit les aventures de Pip, un lapin, et de Posy, une souris. Le programme a connu un grand succès et s'est classé premier chez les 4-15 ans dans le pays ce premier semestre. Autre exemple, **My Little Heroes** est une introduction aux figures historiques à travers les yeux de deux jeunes frère et sœur. La série sera diffusée sur Clan en Espagne. La production s'appuie sur des scénaristes du monde entier pour valoriser les figures historiques locales.

A propos du Kids TV Report

Le 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. Avec plus de 230 clients de référence, Glance est le leader mondial de la connaissance et de l'expertise des marchés TV et vidéo.

*www.glance-mediаметrie.com
Twitter : @Glance_Insights*

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias.

*www.mediаметrie.fr
Twitter : @Mediаметrie
Instagram : mediаметrie.official*

Contact Presse :

Stéphanie Haoun

Tél : 01 71 09 93 18

shaoun@mediаметrie.fr