



Communiqué de Presse

Pour diffusion immédiate

16 Juin 2011

Affaire #DSK, la TV traditionnelle bousculée par **twitter**

1er distributeur de télévision gratuite et en direct sur internet, Play TV s'est penché sur les audiences des dernières semaines ainsi que sur le rôle qu'ont joué les chaînes d'information et l'outil de micro-blogging **Twitter** dans la couverture de cette affaire.

Au centre de notre réflexion, **des pics d'audience surprenants** qui sont logiquement imputables à la chronologie des événements et qui débutent le **15 mai dès l'aube**. Nous avons compilé des statistiques de consultation des chaînes de télévision sur la totalité des utilisateurs du site soit plus d'un million d'internautes chaque mois. Ces données ont été comparées à une semaine « habituelle ». Enfin, nous avons analysé des centaines de milliers de tweets postées par les chaînes ou les téléspectateurs qui commentaient les événements pendant la même période notamment via le hashtag viral **#dsk**.

L'affaire s'articule autour de **3 événements majeurs** : les comparutions successives de Dominique Strauss-Kahn au tribunal pénal de New-York :

- **La première, le 16 mai**, génère un pic à **plus de 400% d'audience** sur les chaînes d'information diffusées sur Play TV. Mais plus fort encore, le live-tweet depuis la salle d'audience pousse le nombre de tweets par heure à environ 9000.
- **L'audition du 19 mai**, qui précède **la libération de DSK**, enregistrera le même sursaut d'audience que la précédente. Et les internautes se déchaînent sur **Twitter** : l'audience est encore suivie de l'intérieur par des millions de personnes grâce à des journalistes présents dans la salle, qui décrivent méticuleusement ce qui s'y passe. Nous avons enregistré une pointe record pour l'affaire à plus de **200 tweets chaque minute**.
- **L'audience très attendue du 6 juin** marquera un nouveau record spectaculaire pour toutes les chaînes d'information, alors que **sur Twitter, comme dans le tribunal pénal de New-York, il ne se passe pas grand-chose**. À tel point que lorsque l'audience s'achève, les journalistes présents dans la salle sont moins rapides que certains sur Twitter. Sur France 2, on se demande même si la comparution a bien eu lieu, tant elle a été rapide. Pour bilan, on retiendra le « **not guilty** » de DSK, que les caméras présentes n'ont même pas eu le temps de filmer !

Quelques constats :

Les chaînes d'info en continu comme **BFMTV** ou **France 24** ont supplanté les chaînes généralistes sur notre portail web.

La nature même de l'affaire nécessite de privilégier un traitement dynamique, axé sur l'immédiateté de l'information. Les chaînes comme **France 2** ont eu du mal à suivre cette dimension de direct, et ont par conséquent **perdu de l'audience** au profit de concurrentes mieux adaptées.

Pas dupes, les chaînes ont toutefois multiplié les **émissions spéciales « DSK »** qui enregistrent des audiences très importantes, malgré des heures de diffusion parfois tardives.

Notamment le **lundi 16 mai 2011** : la communauté Twitter se déchaîne sur l'ex-futur présidentiable, à la sortie de sa première comparution. L'élan s'essouffle en fin de journée mais redémarre grâce aux émissions « *Mots Croisés* » sur **France 2** et « *Ce soir ou jamais* » sur **France 3**, qui s'emparent de l'affaire.

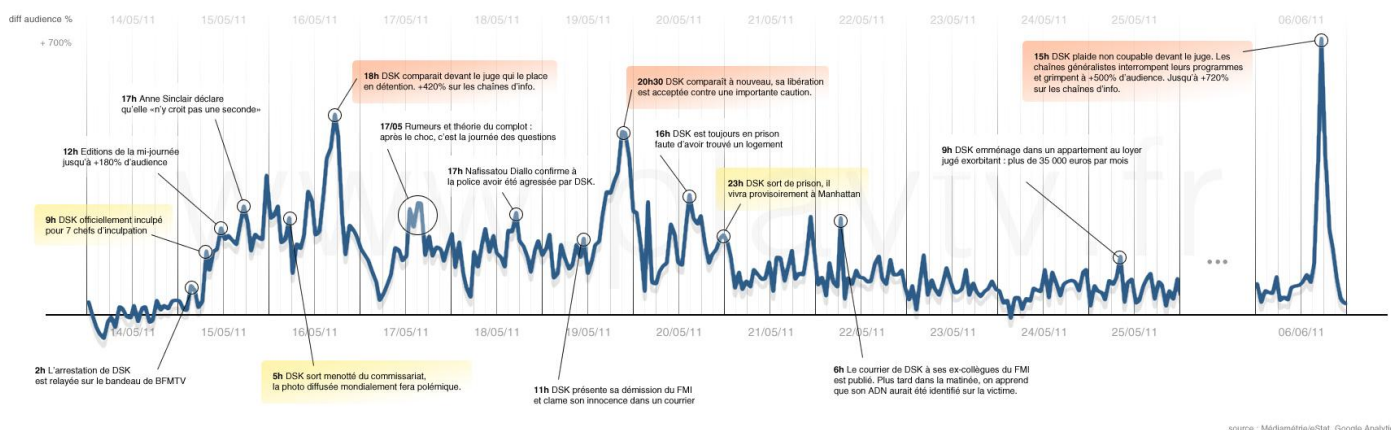
Des écarts entre les audiences TV et les pics de tweets sont facilement attribuables à la réactivité inégale des deux médias. Du côté des audiences TV, **les évolutions sont plus régulières** : chaque comparution de Dominique Strauss-Kahn provoque logiquement un pic d'audience à plus de 700% de nos statistiques habituelles. Du côté des internautes, ce sont les deux premières audiences et les rumeurs du début de l'affaire, qui feront vibrer Twitter.

D'une manière générale, **Twitter montre encore une fois sa force face aux médias classiques**. L'outil ne cesse de devenir **une véritable référence** en matière d'information « live ». Les chaînes d'information ont su s'emparer avec succès via leurs comptes Twitter respectifs. Et le réseau social a ancré ces événements dans la réalité bien plus efficacement que la télévision, entrant dans la salle d'audience là où les caméras restaient dans la rue. Une nouvelle preuve que la télé traditionnelle ne peut-être qu'enrichie par une plateforme en ligne comme Play TV.

Quelques images valent mieux que des mots, nous sommes fiers de vous présenter une infographie qui retrace chronologiquement les pics d'audience et de tweets pendant l'affaire. N'hésitez pas à la partager et la publier sur les supports de votre choix, nous sommes à votre disposition pour plus d'information.

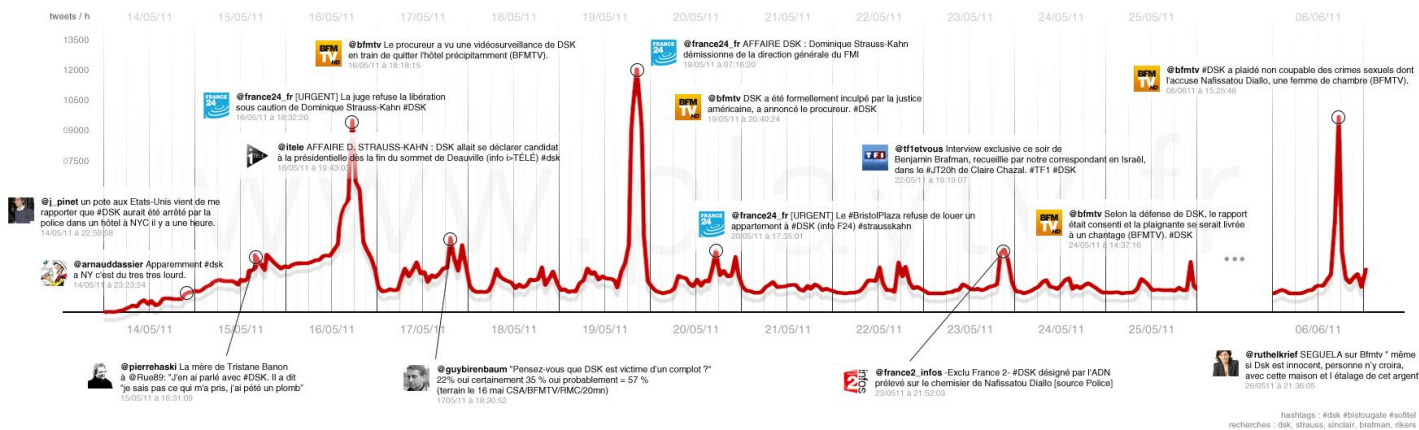
L'audience TV à l'heure du web

% de différence entre les audiences télé de l'affaire DSK (14 mai au 6 juin), et une semaine classique sur Play TV



Twitter, la primauté de l'info en direct

nombre de tweets « télé » (hashtags #dsk, #sofitel, #bistougate etc.) par heure pendant l'affaire DSK (14 mai au 6 juin)



Les chaînes d'info qui twittent le plus

nombre de tweets relatifs à l'affaire et publiés par les chaînes de TV sur leur compte Twitter



@bfmtv
161 tweets



@france24_fr
115 tweets



@itele
112 tweets



@lci
101 tweets

PLAYMEDIA SAS
53 rue du Faubourg Poissonnière
75009 PARIS.

SIREN : 513 228 013 RCS PARIS
Play tv.fr marque déposée INPI 3474336

Email : contact@playmedia.fr
Téléphone : 09 53 56 28 37
Télécopie : 01 43 52 63 81