

L'audience de la télévision et de la radio en Nouvelle-Calédonie

Septembre 2013 - Etude *ad hoc*

Pour la première fois, Médiamétrie a réalisé une étude d'audience de la télévision et de la radio sur la Nouvelle Calédonie.

Résultats Télévision, jour moyen Lundi-Dimanche, 0h-24h

	Septembre 2013		
	AC%	PDA%	DET h:min
Total Télévision	79,2	100	4h16
Chaînes de la TNT gratuite ¹	60,2	54,4	3h03
Chaînes de l'offre élargie payante ²	41,5	41,3	3h22

¹ Chaînes de télévision à diffusion locale hertzienne gratuite, originaires analogiques et chaînes diffusées sur la TNT gratuite

² Supports nécessitant un abonnement à une offre payante (Canal+), au satellite et/ou à un service de télévision par ADSL.

Résultats Radio, jour moyen Lundi-Vendredi, 5h-24h

	Septembre 2013		
	AC%	PDA%	DEA h:min
Total Radio	69,8	100	3h24
Par format			
Radios généralistes	52,8	69,6	3h08
Radios musicales	31,6	28,1	2h07
Radios thématiques	NS	NS	NS
Par statut			
Radios privées commerciales	35,1	31,9	2h09
Radios privées associatives	36,0	36,7	2h25
Radios de service public	29,4	29,7	2h24

Les agrégats incluent toutes les stations qu'elles souscrivent ou non à l'étude.

NS: non significatif

1% d'audience cumulée en 2013 représente 2 010 personnes âgées de 13 ans et plus



Résultats Télévision par chaîne

	Septembre 2013		
	AC%	PDA%	DEA h:min
FRANCE 2	13,5	5,6	1h24
FRANCE 3	7,6	2,2	0h58
FRANCE 4	12,3	5,1	1h25
FRANCE 5	6,0	1,4	0h49
FRANCE Ô	9,1	4,5	1h40
NOUVELLE CALEDONIE 1ère	49,8	29,6	2h00
WALLIS ET FUTUNA 1ère	2,6	1,2	1h34

Seuls sont mentionnés dans le tableau ci-dessus les résultats des chaînes qui ont souscrit à l'étude au jour de parution, et dont l'audience cumulée pour un jour moyen de semaine Lundi - Dimanche (0h-24h) atteint 2%.

Résultats Radio par station

	Septembre 2013		
	AC%	PDA%	DEA h:min
NOUVELLE CALEDONIE 1ère	25,5	26,1	2h26

Seuls sont mentionnés dans le tableau ci-dessus les résultats des stations qui ont souscrit à l'étude au jour de parution, et dont l'audience cumulée pour un jour moyen de semaine Lundi - Vendredi (5h-24h) atteint 2%.

1% d'audience cumulée en 2013 représente 2 010 personnes âgées de 13 ans et plus

Principaux événements pendant la période d'enquête

Sur la période d'enquête Septembre 2013, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements des téléspectateurs et des auditeurs.

SEPTEMBRE

- 16** L'ONU publie son rapport confirmant l'emploi d'armes chimiques en Syrie.
Fusillade mortelle dans les locaux de la Navy à Washington (12 morts)
- 21** Des islamistes somaliens shebabs ont pris d'assaut le centre commercial Westgate à Nairobi. Le bilan est de 68 morts.
Réélection de Angela Merkel pour un troisième mandat.
- 22** L'équipe de France de basket est sacrée championne d'Europe à la Lituanie.
- 24** Journée de la citoyenneté.
- 27 au 29** Visite du ministre des Outre-mer, Victorin Lurel, en Nouvelle Calédonie

Principales caractéristiques de l'enquête

L'étude *ad hoc* d'audience TV & Radio en Nouvelle Calédonie a été réalisée du 16 au 29 septembre 2013 auprès d'un échantillon de plus de 1 000 personnes représentatives de la population âgée de 13 ans et plus, interrogées par interviews téléphoniques assistées par ordinateur.

Environ 50% de ces interviews ont été réalisées sur téléphone mobile.

Définition des indicateurs d'audience

Audience cumulée (AC) : nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant regardé une chaîne de télévision ou écouté une station de radio au cours d'une période donnée quelle que soit la durée de leur écoute.

La population des 13 ans et plus étant de 201 000 individus en Nouvelle Calédonie, le point d'audience cumulée représente 2 010 personnes.

Part d'audience (PDA) en pourcentage : part que représente la durée d'écoute d'une chaîne/station dans la durée d'écoute totale du média télévision/radio. La somme des parts d'audience de l'ensemble des supports est égale à 100 %.

Durée d'écoute par téléspectateur (DET) / auditeur (DEA) en minutes : moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les chaînes de télévision/stations de radio par l'ensemble des téléspectateurs/auditeurs du support étudié.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediаметrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediаметrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediаметrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediаметrie.fr

Adélie Ménager

Tél : 01 47 58 95 18

amenager@mediаметrie.fr