

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 30 juin 2014



Mediametrie

Médiamat Hebdo

Audience veille

Du 23 au 29 juin 2014 - Semaine 26 / 2014

Durée d'écoute de la télévision et part d'audience (%) des chaînes et agrégats

Jour moyen Lundi-Dimanche - de 3h00 à 3h00 - 4 ans et plus

		Durée d'écoute	
		Du 23 au 29 juin 2014	
TOTAL TV		3h31	
		Part d'audience (%)	
		Du 23 au 29 juin 2014	
AGREGATS	CHAINES NATIONALES ⁽¹⁾ dont	88,2	
	Nouvelles chaînes de la TNT HD ⁽²⁾	4,2	
	AUTRES TV : CHAÎNES THEMATIQUES, LOCALES ET ETRANGERES	11,8	
	TF1	25,9	
	FRANCE 2	12,6	
	FRANCE 3	8,5	
	CANAL + ⁽³⁾	1,9	
	FRANCE 5	2,9	
	M6	9,7	
	ARTE	1,9	
CHAINES	D8	3,5	
	W9	2,6	
	TMC	3,1	
	NT1	1,6	
	NRJ12	2,0	
	FRANCE 4	1,6	
	D17	1,1	
	GULLI	1,4	
	HD1	1,0	
	6TER	0,6	
	NUMERO 23	0,5	
	RMC DECOUVERTE HD 24	0,9	

L'audience veille est un focus sur le jour de diffusion du programme : c'est la somme de la consommation en direct de ce programme et de sa consommation en différé le même jour.

(1) Chaînes Nationales : chaînes historiques, chaînes de la TNT gratuite dont le seuil d'initialisation dépasse 95% de la population française et chaînes de la TNT HD gratuite.

(2) Cet agrégat est constitué de : HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte HD 24 et Chérie 25.

(3) Ces résultats comprennent exclusivement l'audience de la chaîne Canal + ; l'audience des chaînes Canal + Cinéma, Canal + Sport, Canal + Décalé, Canal + Family et Canal + Séries est intégrée au poste "Autres TV".

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Hebdo



Du 23 au 29 juin 2014 - Semaine 26 / 2014

1- CARACTERISTIQUES DU MEDIAMAT

Le Médiamat est la mesure de référence de l'audience de la télévision en France. Au 23 juin 2014, le panel Médiamat était composé de 11 387 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 5 001 foyers équipés d'un audimètre à bouton-poussoir.

Ce panel est représentatif des individus résidant en France métropolitaine et possédant la télévision dans leur résidence principale. Les résultats d'audience des chaînes comprennent les modes de réception de la télévision par le public en hertzien numérique (TNT), par câble analogique et numérique, ainsi que par satellite et ADSL.

2- CARACTERISTIQUES DE CALCUL ET INDICATEURS D'AUDIENCE

Audience veille : programmes diffusés et regardés la veille (entre 3h et 3h), en direct ou via un enregistrement personnel ou en léger différé ("time-shifting") rendu possible par les équipements numériques.

Durée d'écoute par individu (DEI) en minutes : moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les chaînes de télévision par l'ensemble des individus composant la population étudiée.

Part d'audience (PDA) en pourcentage : part que représente la durée d'écoute d'une chaîne dans la durée d'écoute totale du média télévision.

Pour Canal +, les résultats sont calculés sur toute la période de diffusion, que celle-ci soit en clair ou cryptée.

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 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr