



mediametrie

Levallois, le 8 mars 2011

COMMUNIQUE DE PRESSE

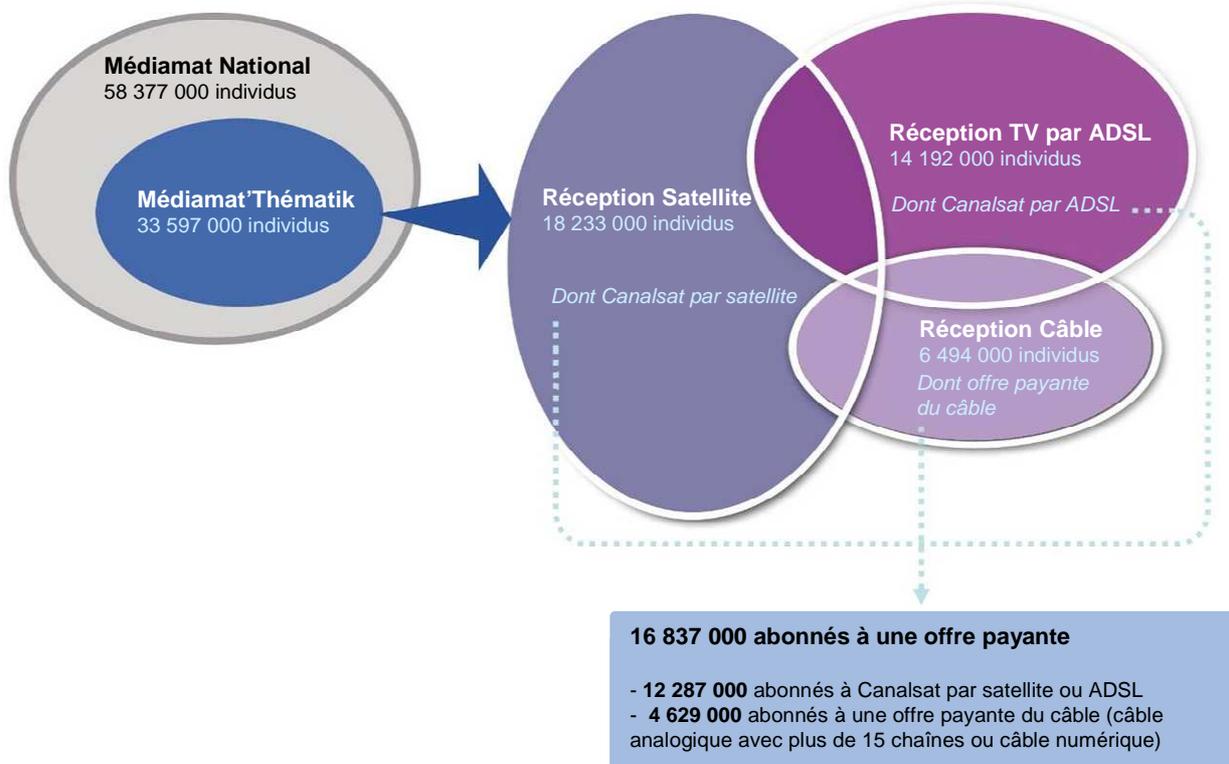
Médiamat'Thématik

L'audience des chaînes sur le câble, le satellite et la TV par ADSL du 30 août 2010 au 13 février 2011

Source : Médiamétrie - Médiamat'Thématik - septembre 2010 / février 2011
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Médiamat'Thématik est la mesure audimétrique de l'audience de la télévision auprès des personnes recevant une offre de chaînes via le câble, le satellite ou la télévision par ADSL soit 58% de la population résidant en France équipée TV.
Echantillon de référence : 6 091 personnes âgées de 4 ans et plus vivant dans 2 301 foyers recevant une de ces offres.

Pour rappel, les résultats de ce communiqué sont en audience live. Le différé sera intégré à partir des résultats portant sur la période janvier - juin 2011, communiqués le 13 juillet prochain.



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



mediametrie

DUREE D'ECOUTE – MOYENNE LUNDI - DIMANCHE 3h - 27h

Ensemble des 4 ans et +

Période du 30 août 2010 au 13 février 2011 (moyenne lundi-dimanche 3h-27h)	Ensemble univers	Ensemble des personnes équipées TV
Durée d'écoute par Individu en heures / minutes	3h34mn	3h45mn

PART D'AUDIENCE PAR AGREGAT - MOYENNE LUNDI - DIMANCHE 3h - 27h

Ensemble des 4 ans et +

	Part d'audience en % Ensemble univers	Part d'audience en % Univers payant abonnés Canalsat ou câble
Total TV dont :	100	100
Chaînes hertziennes nationales historiques ^{a)}	64,2	61,2
Chaînes thématiques	19,0	27,2
Autres chaînes reprises sur la TNT gratuite ^{b)}	15,1	9,8

COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAÎNES REPRISES SUR LA TNT GRATUITE - MOYENNE LUNDI - DIMANCHE 3h - 27h

Ensemble des 4 ans et +

CHAÎNES	Couverture 4 semaines Nb individus en milliers Ensemble univers	Part d'audience en % Ensemble univers	Part d'audience en % Univers payant abonnés Canalsat ou câble
	TF1	31 999	23,6
FRANCE 2	31 007	13,8	13,5
FRANCE 3	30 621	8,3	8,0
CANAL +	25 911	4,5	5,5
FRANCE 5	25 858	2,5	2,1
M6	30 871	10,5	9,1
ARTE	23 517	1,1	0,9
DIRECT 8	23 036	1,6	1,1
W9	25 336	2,8	1,8
TMC	23 909	2,7	1,8
NT1	21 027	1,2	0,7
NRJ 12	20 613	1,4	0,9
FRANCE 4	22 385	1,4	1,1
BFM TV	15 842	0,8	0,5
i>TELE	16 388	0,7	0,8
DIRECT STAR	18 831	0,6	0,3
GULLI	16 444	1,7	0,7



mediametrie

**COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAINES THEMATIQUES
MOYENNE LUNDI - DIMANCHE 3h - 27h - ENSEMBLE DES 4 ANS ET +**

CHAINES	Couverture 4 semaines Nb individus en milliers Ensemble univers	Part d'audience en % Ensemble univers	Part d'audience en % Univers payant abonnés Canalsat ou câble
AB 1	9 077	0,4	0,3
AB MOTEURS	2 276	0,1	0,1
ANIMAUX	1 471	<0,1	0,1
BOOMERANG ¹⁾	2 892	0,2	0,2
CANAL+ CINEMA	10 285	0,4	0,6
CANAL+ DECALE	10 995	0,5	0,7
CANAL+ FAMILY	10 190	0,6	0,8
CANAL+ SPORT	11 431	1,1	1,6
CANAL J	4 530	0,2	0,3
CARTOON NETWORK ¹⁾	3 181	0,2	0,3
CHASSE ET PECHE	267	<0,1	<0,1
CINE CINEMA CLASSIC	3 402	0,1	0,1
CINE CINEMA CLUB	4 085	0,1	0,1
CINE CINEMA EMOTION	4 456	0,1	0,2
CINE CINEMA FAMIZ	4 529	0,1	0,2
CINE CINEMA FRISSON	4 786	0,2	0,4
CINE CINEMA PREMIER	5 261	0,3	0,4
CINE CINEMA STAR	4 355	0,1	0,2
COMEDIE	9 171	0,4	0,6
CUISINE TV	4 272	0,2	0,2
DISCOVERY CHANNEL ¹⁾	4 362	0,2	0,3
DISNEY CHANNEL	4 702	0,5	0,8
DISNEY CHANNEL +1	2 130	0,1	0,2
DISNEY CINEMAGIC	2 732	0,1	0,2
DISNEY CINEMAGIC +1	2 014	0,1	0,1
DISNEY XD	3 748	0,3	0,4
E! ENTERTAINMENT ¹⁾	7 492	0,1	0,2
ENCYCLOPEDIA	938	<0,1	<0,1
EQUIDIA	2 524	0,2	0,2
ESCALES	777	<0,1	<0,1
EUROSPORT	7 929	0,5	0,8
EUROSPORT 2	1 658	<0,1	0,1
GAME ONE	4 858	0,3	0,4
GUYSEN TV ²⁾	614	<0,1	<0,1
HISTOIRE	3 049	0,1	0,1
INFOSPORT	6 838	0,3	0,4
JIMMY	9 372	0,3	0,5
JUNE	5 688	0,1	0,2
LA CHAINE METEO	5 248	0,1	0,2
LCI	6 884	0,4	0,7
L'EQUIPE TV	6 373	0,2	0,2
M6 MUSIC BLACK	1 617	<0,1	<0,1
M6 MUSIC CLUB	1 796	<0,1	<0,1
M6 MUSIC HITS	3 086	0,1	0,1
MA CHAINE SPORT	2 055	<0,1	<0,1



mediametrie

**COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAINES THEMATIQUES
MOYENNE LUNDI - DIMANCHE 3h - 27h - ENSEMBLE DES 4 ANS ET +**

CHAINES	Couverture 4 semaines Nb individus en milliers Ensemble univers	Part d'audience en % Ensemble univers	Part d'audience en % Univers payant abonnés Canalsat ou câble
MANGAS	1 846	0,1	0,1
MCM	4 897	0,1	0,1
MCM POP	2 986	0,1	0,1
MCM TOP	3 346	0,1	0,1
MEZZO	1 055	<0,1	0,1
MOTORS TV	1 694	<0,1	<0,1
MTV ¹⁾	3 983	0,1	0,2
MTV BASE ¹⁾	3 045	0,1	0,1
MTV IDOL ¹⁾	3 535	0,1	0,1
MTV PULSE ¹⁾	3 168	0,1	0,1
NAT GEO WILD ¹⁾	2 307	0,1	0,1
NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL ¹⁾	2 490	0,1	0,1
NICKELODEON ¹⁾	3 814	0,3	0,5
NICKELODEON JUNIOR ¹⁾	1 372	0,1	0,2
NOLIFE	1 110	0,1	<0,1
NRJ HITS	5 733	0,2	0,2
PARIS PREMIERE	14 582	0,7	0,9
PIWI	3 379	0,3	0,3
PLANETE	5 747	0,2	0,4
PLANETE JUSTICE	3 450	0,2	0,3
PLANETE NO LIMIT	6 128	0,2	0,3
PLANETE THALASSA	4 234	0,1	0,2
PLAYHOUSE DISNEY	3 558	0,3	0,5
RTL9	13 930	0,7	0,7
SERIE CLUB	7 028	0,3	0,6
SPORT +	6 808	0,3	0,5
STYLIA	2 938	<0,1	<0,1
SYFY UNIVERSAL ¹⁾	7 196	0,4	0,7
TCM	4 040	0,1	0,2
TELEMAISON	3 585	0,1	0,2
TELE MELODY	904	<0,1	<0,1
TELETOON	3 833	0,3	0,4
TELETOON +1	2 635	0,1	0,2
TEVA	11 996	0,6	0,7
TF6	9 065	0,4	0,6
TIJI	3 509	0,3	0,4
TOUTE L'HISTOIRE	883	<0,1	<0,1
TPS STAR	3 735	0,1	0,1
TRACE TV	3 699	0,1	0,1
13 EME RUE UNIVERSAL	7 794	0,5	0,8
TV5 MONDE	7 518	0,1	0,1
TV BREIZH	8 793	0,7	1,2
USHUAIA TV	2 745	0,1	0,1
VIVOLTA	3 823	<0,1	0,1
VOYAGE	4 098	0,1	0,1



mediametrie

NOTES SUR LES AGREGATS

- a) Les chaînes comprises dans cet agrégat sont : TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6 et Arte.
- b) Les chaînes comprises dans cet agrégat sont : Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP – Assemblée Nationale / Public Sénat, France 4, BFM TV, i>TELE, Direct Star et Gulli.

NOTES SUR LES CHAÎNES

- 1) Chaîne soumise au régime déclaratif avec des contraintes réglementaires moindres que les chaînes conventionnées : quotas de diffusion, programmation de films cinéma, publicité, obligations de production. Elle ne s'inscrit donc pas dans le même univers de concurrence.
- 2) Chaîne non conventionnée et non soumise au régime déclaratif.

DEFINITIONS

DEI (Durée d'Ecoute par Individu) : moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision en live par un individu faisant partie de la population étudiée. Elle peut être calculée pour une tranche horaire ou l'ensemble de la journée. Elle est exprimée en heures / minutes.

Part d'audience en % - Ensemble univers : il s'agit de la répartition de l'audience live auprès des personnes recevant la télévision par le câble, le satellite ou l'ADSL entre la chaîne concernée et l'ensemble des autres chaînes. Les résultats sont fournis en moyenne du lundi au dimanche, sur l'ensemble de la journée (3h00 à 27h00).

Part d'audience en % - Univers payant abonnés Canalsat ou câble : il s'agit de la répartition de l'audience live des abonnés au câble ou à Canalsat (via satellite ou ADSL) entre la chaîne concernée et l'ensemble des autres chaînes. Les résultats sont fournis en moyenne du lundi au dimanche, sur l'ensemble de la journée (3h00 à 27h00).

Couverture 4 semaines - Ensemble univers : la couverture 4 semaines correspond à la proportion de personnes âgées de 4 ans et plus - parmi les personnes recevant la télévision par le câble, le satellite ou l'ADSL - ayant regardé au moins 10 secondes consécutives en live la chaîne concernée en moyenne sur quatre semaines consécutives.

Offre payante : abonnés à Canalsat (via satellite ou ADSL) ou au câble analogique avec plus de 15 chaînes ou au câble numérique.

L'interprétation des résultats d'audience de l'étude Médiamat'Thématik doit prendre en compte pour chaque chaîne la diversité du public (certaines chaînes sont en effet destinées à des publics spécifiques), l'univers de concurrence, sa reprise sur une ou plusieurs plates-formes en basique ou en option, ainsi que l'ancienneté de chaque chaîne sur le câble, le satellite ou l'ADSL.

Un individu non abonné à une chaîne sur l'ensemble de la période peut avoir regardé la chaîne pendant une partie de la période (offres promotionnelles, abonnement ou désabonnement en cours de période, multi-abonnements...).

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.