

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 9 mars 2015

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



Durée d'écoute par individu de la télévision

En heures et minutes – Jour moyen Lundi – Dimanche – de 3h00 à 3h00

	févr-15	janv-15	déc-14	nov-14	oct-14	sept-14	août-14	juil-14	juin-14	mai-14	avr-14	mars-14	févr-14
INDIVIDUS DE 4 ANS ET +	4h00	4h05	3h57	3h57	3h42	3h23	3h13	3h26	3h31	3h38	3h37	3h45	4h00
INDIVIDUS DE 15 ANS ET +	4h19	4h26	4h16	4h17	3h59	3h40	3h28	3h42	3h49	3h55	3h54	4h02	4h19
INDIVIDUS DE 15-49 ANS	3h14	3h20	3h10	3h12	3h04	2h52	2h39	2h49	3h00	3h01	2h59	3h08	3h19
INDIVIDUS DE 15-34 ANS	2h29	2h32	2h26	2h29	2h25	2h14	2h12	2h22	2h30	2h27	2h24	2h30	2h38
ENFANTS DE 4-14 ANS	2h07	2h01	2h05	1h58	2h05	1h43	1h48	1h55	1h46	1h57	1h55	2h04	2h10
MENAGERES - 50 ANS	3h53	3h59	3h42	3h53	3h43	3h28	3h00	3h11	3h25	3h38	3h36	3h48	4h01
INDIVIDUS DE 50 ANS ET +	5h33	5h42	5h31	5h31	5h00	4h35	4h24	4h42	4h45	4h56	4h58	5h05	5h29
INDIVIDUS DE CSP +	3h19	3h27	3h11	3h17	3h03	2h51	2h27	2h39	2h53	2h58	2h58	3h06	3h23

L'audience consolidée du média TV est la somme de l'audience du jour J (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme et, depuis le 29/09/2014, de l'audience Catch-Up sur téléviseurs.

► Source : Médiamétrie – Médiamat – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015

Part d'audience (%) et couverture nationale des agrégats et des chaînes

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

AGREGATS

	Parts d'audience nationale			Couverture mensuelle
	févr-15	janv-15	févr-14	févr-15
TOTAL TV	100,0	100,0	100,0	-
CHAINES NATIONALES ⁽¹⁾ dont	89,2	89,6	90,1	-
Nouvelles chaînes de la TNT HD ⁽²⁾	4,9	4,6	3,3	-
AUTRES TV : CHAÎNES THEMATIQUES, LOCALES ET ETRANGERES	10,8	10,4	9,9	-
TF1	21,8	21,8	22,5	55 349 000
FRANCE 2	13,9	14,5	15,6	53 269 000
FRANCE 3	9,2	8,9	10,4	51 885 000
CANAL + ⁽³⁾	3,2	2,7	2,9	37 385 000
FRANCE 5	3,5	3,5	3,1	44 441 000
M6	9,9	10,0	10,0	52 894 000
ARTE	2,2	2,2	1,9	42 315 000
D8	3,5	3,3	3,1	44 756 000
W9	2,6	2,5	2,7	45 679 000
TMC	3,2	2,9	3,1	40 818 000
NT1	1,8	1,7	1,8	40 655 000
NRJ12	1,6	1,6	1,8	38 914 000
FRANCE 4	1,6	1,5	1,6	40 924 000
BFM TV	1,8	3,0	1,7	34 239 000
i>TELE	0,8	1,2	0,7	29 114 000
D17	1,1	1,1	1,1	36 193 000
GULLI	1,7	1,5	2,0	32 978 000
FRANCE Ô ⁽⁴⁾	0,6	0,6	-	30 333 000
HD1	1,1	1,0	0,9	24 709 000
L'EQUIPE 21	0,4	0,5	0,3	20 866 000
6TER	1,0	0,9	0,5	26 759 000
NUMERO 23	0,7	0,7	0,4	24 094 000
RMC DECOUVERTE HD 24	1,2	1,2	0,9	23 221 000
CHERIE 25	0,4	0,4	0,3	21 585 000

CHAINES

L'audience consolidée des chaînes TV est la somme de l'audience du jour J (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme et, depuis le 29/09/2014, de l'audience Catch-Up sur téléviseurs. Les résultats des chaînes suivantes intègrent l'audience de leurs services de Catch-Up : TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6, ARTE, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, Numéro 23, RMC Découverte HD24.

⁽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⁾ L'audience des chaînes Canal + Cinéma, Canal + Sport, Canal + Décaté, Canal + Family et Canal + Séries est intégrée au poste "Autres TV".

⁽⁴⁾ La chaîne France Ô a intégré le Médiamat National Quotidien le 1^{er} septembre 2014.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion	Horaire de début
TF1						
HUMOUR	C'EST CANTELOUP (+ 8 scores > 12,0%)	14,1	8 335	29,6	09/02/2015 Lu	20h49
JEU	THE VOICE : LA PLUS BELLE VOIX (+ 3 scores > 12,0%)	13,4	7 939	33,7	07/02/2015 Sa	21h03
FILM	LES BRONZES FONT DU SKI	12,3	7 249	26,1	08/02/2015 Di	21h02
SERIE	SECTION DE RECHERCHES \ CHASSE AU TRESOR	12,2	7 210	26,6	26/02/2015 Je	21h00
SERIE	NOS CHERS VOISINS	12,0	7 070	29,5	07/02/2015 Sa	20h49
FRANCE 2						
SPORT	RUGBY TOURNOI DES SIX NATIONS \ FRANCE - ECOSSE	9,8	5 772	31,9	07/02/2015 Sa	18h00
SERIE	RIZZOLI AND ISLES \ ASSASSINAT POLITIQUE (+ 3 scores > 7,9%)	9,0	5 307	18,4	09/02/2015 Lu	20h51
SPORT	RUGBY TOURNOI DES SIX NATIONS \ FRANCE - PAYS DE GALLES	8,9	5 270	30,7	28/02/2015 Sa	18h01
SPORT	RUGBY TOURNOI DES SIX NATIONS \ IRLANDE - FRANCE	8,9	5 237	29,4	14/02/2015 Sa	18h01
SERIE	CHEFS \ EPISODE PILOTE	7,9	4 660	17,3	11/02/2015 Me	20h53
FRANCE 3						
FEUILLETON	PLUS BELLE LA VIE (+ 19 scores > 6,2%)	9,5	5 600	20,8	25/02/2015 Me	20h26
TELEFILM	LA STAGIAIRE	8,5	5 013	17,9	03/02/2015 Ma	20h51
TELEFILM	MEURTRES A GUERANDE	7,3	4 286	17,5	14/02/2015 Sa	20h51
MAGAZINE	DES RACINES ET DES AILES \ PASSION PATRIMOINE - EN REMONTANT LE LOT	6,6	3 895	15,3	25/02/2015 Me	20h51
SERIE	LES ENQUETES DE VERA \ DES CHATEAUX EN ESPAGNE	6,2	3 648	12,9	08/02/2015 Di	20h51
CANAL + (EN CLAIR)						
MAGAZINE	LA NUIT DES CESAR \ 40EME NUIT DES CESAR - EDITION 2015	4,1	2 399	13,4	20/02/2015 Ve	21h00
MAGAZINE	LE PETIT JOURNAL (+ 14 scores > 2,6%)	3,6	2 134	7,9	04/02/2015 Me	20h30
SPORT	FOOTBALL LIGUE DES CHAMPIONS \ AVANT MATCH PARIS SAINT-GERMAIN - CHELSEA	3,1	1 819	6,8	17/02/2015 Ma	20h38
MAGAZINE	CANAL FOOTBALL CLUB (+ 3 scores > 2,6%)	3,1	1 812	7,2	01/03/2015 Di	19h40
MAGAZINE	LE GRAND JOURNAL CANAL+ \ INNA SHEVCHENKO - SEBASTIEN CHENU - ...	2,6	1 533	7,0	16/02/2015 Lu	19h06
FRANCE 5						
MAGAZINE	C DANS L'AIR \ VALLS AU-DESSUS D'UN NID DE DEALEURS (+ 19 scores > 1,8%)	3,1	1 844	13,2	10/02/2015 Ma	17h48
MAGAZINE	C A VOUS (+ 1 score > 1,8%)	1,9	1 124	5,3	09/02/2015 Lu	19h00
MAGAZINE	ECHAPPEES BELLES	1,9	1 095	4,3	07/02/2015 Sa	20h38
MAGAZINE	LA MAISON FRANCE 5	1,8	1 081	4,0	11/02/2015 Me	20h40
DOCUM.	CEREALES, PAS DE BOL POUR LE PETIT-DEJ !	1,8	1 079	3,9	22/02/2015 Di	20h41

Seules sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 minutes. Les journaux d'information sont exclus de ce palmarès.

Dans le cas d'une émission récurrente, seule entre dans le palmarès celle dont l'audience est la meilleure.

L'audience consolidée des programmes est la somme de l'audience du jour J (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme, et pour les chaînes TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, NRJ12 de l'audience de la Catch-Up sur téléviseurs, dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme.

► Source : Médiamétrie – Médiamat – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion	Horaire de début
M6						
SERIE	SCENES DE MENAGES \ ENFIN ILS SORTENT - Prime Time	7,6	4 465	16,9	03/02/2015 Ma	20h59
SERIE	SCENES DE MENAGES (+ 11 scores > 6,2%)	6,8	4 042	14,8	03/02/2015 Ma	20h17
SERIE	PEPLUM \ EPISODE PILOTE	6,5	3 843	14,3	24/02/2015 Ma	20h59
SERIE	ELEMENTARY \ PAVILLONS EN BERNE	6,4	3 800	14,1	06/02/2015 Ve	21h00
DOCUM.	RECHERCHE APPARTEMENT OU MAISON	6,2	3 678	14,3	04/02/2015 Me	20h59
ARTE						
FILM	LA NUIT NOUS APPARTIENT	2,6	1 531	5,6	02/02/2015 Lu	20h52
DOCUM.	DAECH, NAISSANCE D'UN ETAT TERRORISTE	2,5	1 448	5,3	10/02/2015 Ma	20h56
FILM	LE TEMPS D'AIMER, LE TEMPS DE MOURIR	2,4	1 444	5,5	09/02/2015 Lu	20h52
MAGAZINE	THEMA DEBAT : DAECH, NAISSANCE D'UN ETAT TERRORISTE	2,2	1 282	4,9	10/02/2015 Ma	21h50
FILM	PARLEZ-MOI DE VOUS	2,2	1 282	4,8	18/02/2015 Me	20h53
D8						
MAGAZINE	TOUCHE PAS A MON POSTE \ MICHEL BOUJENAH - CLARA MORGANE - ... (+ 18 scores > 1,7%)	2,7	1 605	6,9	23/02/2015 Lu	18h55
HUMOUR	LES CAMERAS PLANQUEES DE FRANCOIS DAMIENS	2,6	1 536	6,2	11/02/2015 Me	21h00
FILM	IDENTITE SECRETE	2,0	1 193	4,4	09/02/2015 Lu	21h02
JEU	NOUVELLE STAR \ EDITION 2014 (+ 3 scores > 1,7%)	1,9	1 130	4,7	05/02/2015 Je	20h57
JEU	L'OEUF OU LA POULE	1,7	1 002	4,7	18/02/2015 Me	21h00
W9						
FILM	PIRATES DES CARAIBES : LA FONTAINE DE JOUVENCE	3,2	1 871	7,3	23/02/2015 Lu	20h52
FILM	PIRATES DES CARAIBES : LA MALEDICTION DU BLACK PEARL	2,9	1 701	6,8	16/02/2015 Lu	20h53
SPORT	FOOTBALL EUROPA LEAGUE \ GUINGAMP - DYNAMO KIEV	2,7	1 574	6,3	19/02/2015 Je	21h05
FILM	PRETTY WOMAN	2,6	1 537	6,2	05/02/2015 Je	20h52
FILM	ASTERIX ET LES VIKINGS	2,4	1 406	5,2	17/02/2015 Ma	20h53
TMC						
MAGAZINE	IL ETAIT UNE FOIS... \ RENAUD	2,1	1 231	4,9	04/02/2015 Me	20h54
SERIE	LES EXPERTS : MIAMI \ A BOUT DE SOUFFLE (+ 7 scores > 1,6%)	2,1	1 215	5,0	13/02/2015 Ve	21h39
FILM	US MARSHALS	2,0	1 179	4,5	23/02/2015 Lu	20h53
MAGAZINE	90' ENQUETES \ MARSEILLE : QUAND LA JEUNESSE DERAPE	1,8	1 070	3,9	24/02/2015 Ma	20h50
FILM	LE FLIC DE BEVERLY HILLS II	1,6	972	3,5	09/02/2015 Lu	20h54

Seules sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 minutes. Les journaux d'information sont exclus de ce palmarès.

Dans le cas d'une émission récurrente, seule entre dans le palmarès celle dont l'audience est la meilleure.

L'audience consolidée des programmes est la somme de l'audience du jour J (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme, et pour les chaînes TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, NRJ12 de l'audience de la Catch-Up sur téléviseurs, dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion	Horaire de début
NT1						
FILM	21 JUMP STREET	1,6	924	3,6	19/02/2015 Je	20h52
CONCERT	M. POKORA, 10 ANS DE CARRIERE : LE CONCERT	1,3	769	2,9	24/02/2015 Ma	20h52
FILM	AMERICAN PIE 4	1,3	753	2,8	02/02/2015 Lu	20h52
SERIE	GREY'S ANATOMY \ DISPARITIONS (+ 2 scores > 1,0%)	1,2	705	3,6	09/02/2015 Lu	18h48
DOCUM.	SUPER NANNY	1,0	612	2,4	11/02/2015 Me	20h53
NRJ12						
SERIE	LES CORDIER, JUGE ET FLIC \ UNE ASSOCIEE EN TROP (+ 1 score > 1,1%)	1,3	744	3,0	13/02/2015 Ve	20h50
FILM	RESCUE DAWN	1,2	731	3,0	19/02/2015 Je	20h50
SERIE	SAUVEUR GIORDANO \ DESCENTE AUX ENFERS	1,2	713	2,8	04/02/2015 Me	20h52
MAGAZINE	CRIMES \ DANS LE LIMOUSIN	1,1	672	2,4	02/02/2015 Lu	20h52
MAGAZINE	SOS MA FAMILLE A BESOIN D'AIDE	1,1	631	2,3	22/02/2015 Di	20h52
FRANCE 4						
FILM	USUAL SUSPECTS	1,9	1 131	4,2	15/02/2015 Di	20h43
FILM	LE SEIGNEUR DES ANNEAUX : LA COMMUNAUTE DE L'ANNEAU	1,7	1 030	4,5	22/02/2015 Di	20h51
FILM	LE SEIGNEUR DES ANNEAUX : LES DEUX TOURS	1,6	922	3,9	01/03/2015 Di	20h50
SPORT	RUGBY TOURNOI DES SIX NATIONS FEMININ \ FRANCE - PAYS DE GALLES	1,4	837	3,3	27/02/2015 Ve	20h54
FILM	LA CITE DE L'OMBRE	1,4	817	3,1	18/02/2015 Me	20h55
D17						
FILM	POUR CENT BRIQUES, T'AS PLUS RIEN...	1,2	698	2,6	26/02/2015 Je	20h52
TELEFILM	INDESTRUCTIBLE	0,9	550	2,1	25/02/2015 Me	20h53
TELEFILM	S.W.A.T. : FIREFIGHT	0,9	543	2,1	11/02/2015 Me	20h58
TELEFILM	JEU FATAL	0,8	487	1,9	18/02/2015 Me	20h58
TELEFILM	UN PRESIDENT EN DANGER	0,8	484	1,9	04/02/2015 Me	20h57
GULLI						
JEU	TAHITI QUEST (+ 3 scores > 0,8%)	1,1	649	2,5	06/02/2015 Ve	20h45
DA	SHEZOW	0,9	522	3,1	12/02/2015 Je	18h49
SERIE	L'INSTIT \ L'ANGELUS DU CORBEAU	0,8	474	1,8	18/02/2015 Me	20h49
DA	MES PARRAINS SONT MAGIQUES	0,8	465	3,2	09/02/2015 Lu	18h15
TELEFILM	NI REPRIS, NI ECHANGE	0,8	455	1,8	26/02/2015 Je	20h49

Seules sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 minutes. Les journaux d'information sont exclus de ce palmarès.

Dans le cas d'une émission récurrente, seule entre dans le palmarès celle dont l'audience est la meilleure.

L'audience consolidée des programmes est la somme de l'audience du jour J (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme, et pour les chaînes TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, NRJ12 de l'audience de la Catch-Up sur téléviseurs, dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme.

► Source : Médiamétrie – Médiamat – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion	Horaire de début
FRANCE Ô ⁽¹⁾						
SERIE	MEURTRES AU PARADIS \ ESCALE FATALE (+ 5 scores > 0,6%)	1,0	605	2,3	13/02/2015 Ve	20h49
SERIE	PASSEUR D'ENFANTS \ A ISTANBUL	0,7	435	1,6	05/02/2015 Je	20h50
SPORT	CYCLISME CHAMPIONNATS DU MONDE SUR PISTE \ SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES - EDITION 2015	0,6	384	1,5	20/02/2015 Ve	19h55
SERIE	FAMILLE D'ACCUEIL \ UNE VIE REVEE	0,6	363	1,3	26/02/2015 Je	20h50
FILM	LE GRAND BLEU	0,6	341	1,4	16/02/2015 Lu	20h50
HD1						
FILM	CREANCE DE SANG	1,2	689	2,6	01/03/2015 Di	20h53
SERIE	R.I.S POLICE SCIENTIFIQUE \ ALIBIS (+ 1 score > 0,7%)	0,8	499	1,7	24/02/2015 Ma	20h53
FILM	DANGER IMMEDIAT	0,8	492	1,9	08/02/2015 Di	20h53
SERIE	SECTION DE RECHERCHES \ FORET NOIRE	0,7	397	1,6	28/02/2015 Sa	20h52
FILM	48 HEURES DE PLUS	0,7	386	1,4	22/02/2015 Di	20h53
6TER						
SERIE	ONCE UPON A TIME \ ON N'EST JAMAIS AUSSI BIEN QUE CHEZ SOI (+ 1 score > 0,5%)	0,9	554	2,1	03/02/2015 Ma	21h42
DOCUM.	STORAGE WARS, ENCHERES SURPRISES (+ 6 scores > 0,5%)	0,7	441	4,1	28/02/2015 Sa	23h49
SERIE	KAAMELOTT \ LA POTION DE FECONDITE (+ 22 scores > 0,5%)	0,6	379	1,4	02/02/2015 Lu	21h49
FILM	OSS 117 : LE CAIRE, NID D'ESPIONS	0,6	328	1,2	01/03/2015 Di	20h47
SERIE	WITCHES OF EAST END \ IMMORTELLLES - EPISODE PILOTE	0,5	299	1,1	10/02/2015 Ma	20h53
NUMERO 23						
JEU	INK MASTER, LES RIVAUX (+ 3 scores > 0,4%)	0,6	354	1,4	04/02/2015 Me	21h33
FILM	LE STRATEGUE	0,6	341	1,4	26/02/2015 Je	20h46
DOCUM.	CHASSEUR DE BOLIDES \ DEGAT DES EAUX	0,5	275	1,1	25/02/2015 Me	19h53
DOCUM.	RIVER MONSTERS, MONSTRES D'EAU DOUCE \ MANGEUR D'HOMMES EUROPEEN	0,4	251	1,4	01/03/2015 Di	18h20
JEU	FACE OFF	0,4	244	1,0	13/02/2015 Ve	21h33
RMC DECOUVERTE HD 24						
MAGAZINE	TOP GEAR \ RIEN N'EST ASSEZ FOU (+ 6 scores > 0,5%)	0,8	480	2,0	11/02/2015 Me	21h39
DOCUM.	DESTRUCTION TOUT BENEF \ RETOUR A LA FAC (+ 4 scores > 0,5%)	0,6	371	2,8	01/03/2015 Di	15h30
MAGAZINE	WHEELER DEALERS - OCCASIONS A SAISIR \ SKYLINE	0,5	311	2,2	14/02/2015 Sa	13h48
DOCUM.	TRESORS OUBLIES \ LE PARADIS DES VOITURES	0,5	311	2,2	01/03/2015 Di	17h29
DOCUM.	ALIEN THEORY \ LES GENIES DE L'ANTIQUITE	0,5	309	1,3	21/02/2015 Sa	20h46

Seules sont prises en compte dans ce palmarès les émissions d'une durée supérieure ou égale à 5 minutes. Les journaux d'information sont exclus de ce palmarès.

Dans le cas d'une émission récurrente, seule entre dans le palmarès celle dont l'audience est la meilleure.

L'audience consolidée des programmes est la somme de l'audience du jour (audience veille), de l'audience en différé dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme, et pour les chaînes TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, NRJ12 de l'audience de la Catch-Up sur téléviseurs, dans les 7 jours qui suivent la diffusion du programme.

⁽¹⁾ Intégrée le 1^{er} septembre 2014

Source : Médiamétrie – Médiamat – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Mensuel

Février 2015 – du 2 février au 1^{er} mars 2015



1- CARACTERISTIQUES DU MEDIAMAT

Le Médiamat est la mesure de référence de l'audience de la télévision en France.

Au 23 février 2015, le panel Médiamat était composé de 11 461 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 4 999 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

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.

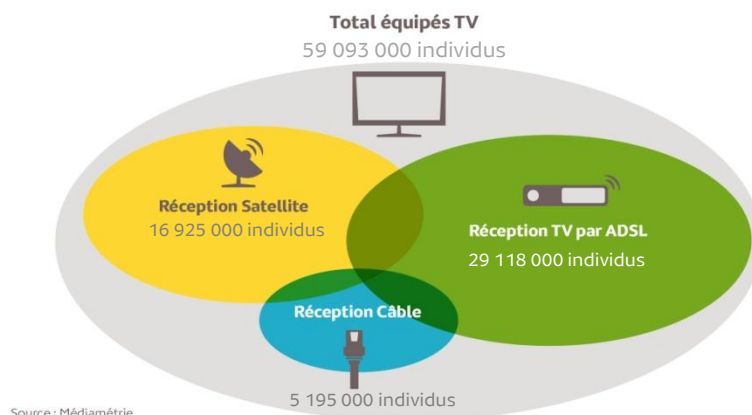
Couverture mensuelle : nombre d'individus ayant eu au moins un contact de 10 secondes consécutives avec la chaîne sur le mois.

Mesure de la Catch-Up :

- Les résultats des chaînes suivantes intègrent l'audience de leurs services de Catch-Up visionnés dans les 7 jours suivant la diffusion des programmes : TF1, France 2, France 3, France 5, NRJ12, France 4, France Ô.

- Les résultats des chaînes suivantes prennent en compte toute l'audience de leurs services de Catch-Up le jour de leur visionnage : Canal+, M6, ARTE, D8, W9, TMC, NT1, D17, Gulli, Numéro 23, RMC Découverte HD 24.

3- EQUIPEMENT, ABONNEMENT ET RECEPTION



Total équipés TV : ensemble des personnes de 4 ans et plus équipées à domicile d'au moins un poste de télévision quel que soit le mode de réception : hertzien analogique ou numérique (TNT), câble analogique et numérique, satellite, TV par ADSL.

Source : Médiamétrie - Médiamat 2015

Réception Satellite : ensemble des personnes de 4 ans et plus vivant dans un foyer équipé d'au moins un téléviseur relié au satellite, avec ou sans abonnement.

Source : estimation Médiamétrie sur la période de la vague 27 de MédiamatThématique (du 30 décembre 2013 au 15 juin 2014) sur la base des résultats issus de la Référence des Equipements Multimédias - GfK/Médiamétrie

Réception Câble : ensemble des personnes de 4 ans et plus vivant dans un foyer équipé d'au moins un téléviseur relié au câble, avec ou sans abonnement.

Source : estimation Médiamétrie sur la période de la vague 27 de MédiamatThématique (du 30 décembre 2013 au 15 juin 2014) sur la base des résultats issus de la Référence des Equipements Multimédias - GfK/Médiamétrie

Réception TV par ADSL : ensemble des personnes de 4 ans et plus vivant dans un foyer équipé d'au moins un téléviseur relié à un service de télévision par ADSL.

Source : estimation mensuelle Médiamétrie sur la base des résultats trimestriels issus de l'étude Home Devices – septembre-octobre 2014

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](https://twitter.com/Mediametrie)

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie Bourotte

Tél : 01 47 58 97 55

nbourotte@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr