

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 8 juin 2015

## Médiamat Mensuel

Audience consolidée

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015



Mediametrie

Durée d'écoute par individu de la télévision

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

	mai-15	avr-15	mars-15	févr-15	janv-15	déc-14	nov-14	oct-14	sept-14	août-14	juil-14	juin-14	mai-14
INDIVIDUS DE 4 ANS ET +	3h36	3h41	3h51	4h00	4h05	3h57	3h57	3h42	3h23	3h13	3h26	3h31	3h38
INDIVIDUS DE 15 ANS ET +	3h53	3h59	4h11	4h19	4h26	4h16	4h17	3h59	3h40	3h28	3h42	3h49	3h55
INDIVIDUS DE 15-49 ANS	2h58	3h01	3h07	3h14	3h20	3h10	3h12	3h04	2h52	2h39	2h49	3h00	3h01
INDIVIDUS DE 15-34 ANS	2h17	2h18	2h20	2h29	2h32	2h26	2h29	2h25	2h14	2h12	2h22	2h30	2h27
ENFANTS DE 4-14 ANS	1h49	1h53	1h52	2h07	2h01	2h05	1h58	2h05	1h43	1h48	1h55	1h46	1h57
MENAGERES - 50 ANS	3h30	3h34	3h46	3h53	3h59	3h42	3h53	3h43	3h28	3h00	3h11	3h25	3h38
INDIVIDUS DE 50 ANS ET +	4h54	5h06	5h24	5h33	5h42	5h31	5h31	5h00	4h35	4h24	4h42	4h45	4h56
INDIVIDUS DE CSP +	3h00	3h03	3h11	3h19	3h27	3h11	3h17	3h03	2h51	2h27	2h39	2h53	2h58

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

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015

Part d'audience (%) et couverture nationale des agrégats et des chaînes  
**Jour moyen Lundi-Dimanche - de 3h00 à 3h00 - 4 ans et plus**

	mai-15	avr-15	mai-14	mai-15
<b>TOTAL TV</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	–
CHAINES NATIONALES <sup>(1)</sup> dont	89,7	89,8	88,9	–
Nouvelles chaînes de la TNT HD <sup>(2)</sup>	5,7	5,7	4,0	–
AUTRES TV : CHAÎNES THEMATIQUES, LOCALES ET ETRANGERES	10,3	10,2	11,1	–
<b>AGREGATS</b>				
TF1	21,0	21,3	22,1	54 008 000
FRANCE 2	14,3	14,1	14,0	52 128 000
FRANCE 3	9,0	9,0	9,3	50 334 000
CANAL + <sup>(3)</sup>	2,9	3,0	2,7	33 933 000
FRANCE 5	3,4	3,3	3,2	43 694 000
M6	9,6	9,5	9,7	51 680 000
ARTE	2,1	2,1	2,0	39 735 000
D8	3,6	3,5	3,4	44 095 000
W9	2,6	2,6	2,7	43 675 000
TMC	3,2	3,2	3,3	39 777 000
NT1	2,2	2,1	2,0	39 753 000
NRJ12	2,1	2,0	2,4	38 719 000
<b>CHAINES</b>				
FRANCE 4	1,7	1,7	1,6	39 606 000
BFM TV	1,8	1,9	1,9	33 094 000
i>TELE	0,9	0,9	0,9	28 282 000
D17	1,3	1,2	1,3	34 943 000
GULLI	1,6	1,5	1,7	31 303 000
FRANCE Ô <sup>(4)</sup>	0,6	0,7		28 404 000
HD1	1,2	1,2	1,0	25 411 000
L'EQUIPE 21	0,5	0,5	0,5	20 602 000
6TER	1,2	1,1	0,7	25 466 000
NUMERO 23	0,6	0,7	0,5	23 270 000
RMC DECOUVERTE HD 24	1,5	1,5	0,9	23 342 000
CHERIE 25	0,7	0,7	0,4	20 816 000

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 + Décalé, Canal + Family et Canal + Séries est intégrée au poste "Autres TV".

(4) La chaîne France Ô a intégré le Médiamat National Quotidien le 1<sup>er</sup> septembre 2014.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Médiamat Mensuel



### Audience consolidée

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015

#### Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion		Horaire de début
<b>TF1</b>							
HUMOUR	C'EST CANTELOUP (+ 8 scores > 11,5%)	13,3	7 758	31,4	21/05/2015	Je	20h49
SERIE	FOREVER \ A L'ARTICLE DE SA VIE (+ 3 scores > 11,5%)	12,9	7 517	27,7	05/05/2015	Ma	21h02
VARIETES	STARS 80 : LE CONCERT \ EN DIRECT DU STADE DE FRANCE	11,6	6 779	32,1	09/05/2015	Sa	21h01
JEU	LES AVENTURIERS DE KOH-LANTA \ JOHOR - EPISODE 3	11,5	6 720	29,1	08/05/2015	Ve	21h04
SERIE	ALICE NEVERS, LE JUGE EST UNE FEMME \ LA LOI DE LA JUNGLE	11,5	6 713	26,3	21/05/2015	Je	21h02
<b>FRANCE 2</b>							
SERIE	DISPARUE \ EPISODE CINQ (+ 3 scores > 7,2%)	10,4	6 084	22,1	06/05/2015	Me	20h55
THEATRE	JE PREFERE QU'ON RESTE AMIS \ EN DIRECT DU THEATRE ANTOINE	9,2	5 341	19,9	26/05/2015	Ma	20h53
SERIE	CANDICE RENOIR \ SI CE N'EST TOI, C'EST DONC TON FRERE (+ 5 scores > 7,2%)	8,9	5 159	20,6	29/05/2015	Ve	20h56
VARIETES	CONCOURS EUROVISION DE LA CHANSON \ 60EME EDITION - 2015	7,7	4 463	27,2	23/05/2015	Sa	21h00
SPORT	FOOTBALL COUPE DE FRANCE \ AUXERRE - PARIS S-G - FINALE	7,2	4 177	19,2	30/05/2015	Sa	21h02
<b>FRANCE 3</b>							
FEUILLETON	PLUS BELLE LA VIE (+ 17 scores > 6,6%)	8,6	4 998	19,1	04/05/2015	Lu	20h24
TELEFILM	MEURTRES AU MONT VENTOUX	8,0	4 661	20,9	23/05/2015	Sa	20h52
TELEFILM	MEURTRES A CARCASSONNE	7,8	4 521	19,3	09/05/2015	Sa	20h50
TELEFILM	UN PARFUM DE SANG	6,7	3 930	17,7	30/05/2015	Sa	20h53
FEUILLETON	PLUS BELLE LA VIE (PRIME) \ SUR LES QUAIS - DETTE D'HONNEUR	6,6	3 831	14,3	19/05/2015	Ma	20h51
<b>CANAL + (EN CLAIR)</b>							
MAGAZINE	LE PETIT JOURNAL \ SARAH - SOLENE - ARIELLE (+ 16 scores > 2,1%)	3,4	1 985	7,6	04/05/2015	Lu	20h28
MAGAZINE	CEREMONIE DE CLOTURE \ 68EME FESTIVAL DE CANNES - 2015	2,6	1 493	9,3	24/05/2015	Di	18h53
SPORT	FOOTBALL CHAMPIONNAT DE FRANCE \ AVANT MATCH MARSEILLE - MONACO	2,4	1 425	5,8	10/05/2015	Di	20h58
MAGAZINE	CANAL FOOTBALL CLUB (+ 1 score > 2,1%)	2,3	1 351	6,4	10/05/2015	Di	19h41
SPORT	FOOTBALL LIGUE DES CHAMPIONS \ AVANT MATCH FC BARCELONE - BAYERN MUNICH	2,1	1 239	4,9	06/05/2015	Me	20h40
<b>FRANCE 5</b>							
MAGAZINE	C DANS L'AIR \ LE PEN : LA CHUTE (+ 13 scores > 1,9%)	2,5	1 452	13,0	05/05/2015	Ma	17h49
MAGAZINE	ENQUETE DE SANTE, LE DEBAT \ VAINCRE LE MAL DE DOS	2,1	1 247	4,8	12/05/2015	Ma	21h34
DOCUM.	DOULEUR EN DOS MAJEUR	2,1	1 209	4,7	12/05/2015	Ma	20h43
DOCUM.	CENTRES COMMERCIAUX : LA GRANDE ILLUSION	1,9	1 100	4,1	05/05/2015	Ma	20h41
DOCUM.	MOZZARELLA : LE BUSINESS DE L'OR BLANC	1,9	1 081	4,4	31/05/2015	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

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015



#### Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspec- tateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion	Horaire de début
<b>M6</b>						
DOCUM.	L'AMOUR EST DANS LE PRE : QUE SONT-ILS DEVENUS ?	8,9	5 192	21,3	25/05/2015	Lu 21h02
MAGAZINE	CAPITAL \ ARGENT PUBLIC, LE GASPILLAGE CONTINUE	6,5	3 775	15,8	17/05/2015	Di 20h58
SERIE	SCENES DE MENAGES	6,3	3 687	14,3	04/05/2015	Lu 20h19
DOCUM.	CAUCHEMAR EN CUISINE \ ORBEC	6,3	3 659	14,1	04/05/2015	Lu 20h59
MAGAZINE	ZONE INTERDITE \ ACHETEURS, VENDEURS DE CHOC ET INVENTEURS : LA FOIRE DE PARIS...	6,2	3 593	15,0	10/05/2015	Di 20h58
<b>ARTE</b>						
FILM	L'ESCLAVE LIBRE	2,3	1 322	6,1	24/05/2015	Di 20h47
FILM	ROSETTA	2,0	1 143	4,4	20/05/2015	Me 20h55
FILM	UN SHERIF A NEW YORK	1,8	1 075	4,4	31/05/2015	Di 20h47
FILM	FARGO	1,6	941	3,8	17/05/2015	Di 20h51
FILM	UNE JOURNEE PARTICULIERE	1,5	862	3,2	25/05/2015	Lu 20h53
<b>D8</b>						
HUMOUR	LA FOLLE SOIREE DU PALMASHOW 2	2,8	1 603	6,5	14/05/2015	Je 20h57
MAGAZINE	TOUCHE PAS A MON POSTE \ PASCAL LEGITIMUS - KIM (+ 7 scores > 1,9%)	2,4	1 409	6,7	18/05/2015	Lu 18h59
CONCERT	60 ANS D'EUROPE 1	2,2	1 298	5,5	21/05/2015	Je 21h01
HUMOUR	LA TELE DES INCONNUS	2,2	1 255	5,0	19/05/2015	Ma 21h04
FILM	DEMOLITION MAN	1,9	1 126	4,7	04/05/2015	Lu 21h06
<b>W9</b>						
FILM	KILLER ELITE	3,2	1 881	7,2	25/05/2015	Lu 20h53
FILM	PERCY JACKSON, LE VOLEUR DE Foudre	2,7	1 573	6,2	04/05/2015	Lu 20h53
SPORT	FOOTBALL EUROPA LEAGUE \ DNIPROPETROVSK - FC SEVILLE - FINALE	2,0	1 178	4,7	27/05/2015	Me 20h45
SERIE	MARVEL : LES AGENTS DU S.H.I.E.L.D. \ PROTOCOLE ECLIPSE TOTALE (+ 1 score > 1,9%)	2,0	1 147	4,2	06/05/2015	Me 21h40
MAGAZINE	ENQUETE D'ACTION \ TRAFICS, VITESSE, CONDUITE A RISQUE : QUAND LES DEUX ROUES...	1,9	1 099	7,7	29/05/2015	Ve 22h46
<b>TMC</b>						
FILM	DIRTY DANCING	2,3	1 346	5,5	28/05/2015	Je 20h55
FILM	ON NE CHOISIT PAS SA FAMILLE	2,1	1 252	5,4	07/05/2015	Je 20h55
FILM	BRAQUAGE A L'ITALIENNE	2,1	1 234	5,0	18/05/2015	Lu 20h55
FILM	SHERLOCK HOLMES : JEU D'OMBRES	1,8	1 062	4,5	11/05/2015	Lu 20h56
FILM	LE CASSE DE CENTRAL PARK	1,8	1 035	4,2	21/05/2015	Je 20h55

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.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Médiamat Mensuel



### Audience consolidée

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015

#### Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspectateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion		Horaire de début
<b>NT1</b>							
MAGAZINE	APPELS D'URGENCE \ SECURITE ROUTIERE : LES NOUVELLES ARMES ANTI-CHAUFFARDS	1,8	1 065	4,1	18/05/2015	Lu	20h51
FILM	DAREDEVIL	1,8	1 043	4,2	14/05/2015	Je	20h53
FILM	HULK	1,8	1 039	4,9	07/05/2015	Je	20h55
FILM	LA LIGNE VERTE	1,7	999	5,0	21/05/2015	Je	20h52
FILM	COMME UN CHEF	1,7	985	3,9	17/05/2015	Di	20h53
<b>NRJ12</b>							
DOCUM	LES ANGES 7 : LATIN AMERICA (+ 16 scores > 1,2%)	1,7	967	8,5	21/05/2015	Je	18h07
FILM	PIEGE EN HAUTE MER	1,4	797	3,0	26/05/2015	Ma	20h50
FILM	PLUIE D'ENFER	1,2	717	2,8	12/05/2015	Ma	20h50
FILM	ULTIME DECISION	1,2	714	2,9	05/05/2015	Ma	20h51
FILM	ENNEMIS RAPPROCHES	1,2	703	2,7	19/05/2015	Ma	20h51
<b>FRANCE 4</b>							
SERIE	FBI : PORTES DISPARUS \ HANDICAP (+ 2 scores > 1,1%)	1,7	1 009	4,3	07/05/2015	Je	21h31
FILM	NEUILLY SA MERE	1,5	895	4,0	24/05/2015	Di	20h46
FILM	LE PETIT LIEUTENANT	1,5	858	3,5	27/05/2015	Me	20h57
SERIE	LES 100 \ SIGNES DE VIE (+ 7 scores > 1,1%)	1,5	849	3,3	08/05/2015	Ve	21h30
FILM	L'ETRANGE POUVOIR DE NORMAN	1,1	650	2,5	13/05/2015	Me	21h01
<b>D17</b>							
TELEFILM	EN TERRITOIRE ENNEMI : MISSION COLOMBIE	1,2	684	2,6	20/05/2015	Me	20h53
TELEFILM	RED SKY	1,1	668	2,7	27/05/2015	Me	20h53
SPORT	FOOTBALL MATCH AMICAL FEMININ \ FRANCE - ECOSSE	1,1	630	2,6	28/05/2015	Je	21h00
SPORT	FOOTBALL MATCH AMICAL FEMININ \ FRANCE - RUSSIE	0,9	545	2,2	22/05/2015	Ve	21h00
FILM	UNE PETITE ZONE DE TURBULENCES	0,9	543	2,4	07/05/2015	Je	20h51
<b>GULLI</b>							
SERIE	L'INSTIT \ LA GIFLE	0,8	445	1,7	13/05/2015	Me	20h50
FILM	MONSTRES CONTRE ALIENS	0,7	429	2,5	19/05/2015	Ma	18h29
DA	SONIC BOOM	0,7	415	2,5	14/05/2015	Je	19h02
DA	REKKIT	0,7	412	3,0	18/05/2015	Lu	18h44
DA	MONSTRES CONTRE ALIENS	0,7	389	7,5	09/05/2015	Sa	09h53

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

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015

#### Palmarès des émissions - 4 ans et plus

		Taux Moyen (%)	Nb de téléspectateurs (milliers)	PDA (%)	Jour de diffusion		Horaire de début
<b>FRANCE Ô <sup>(1)</sup></b>							
SERIE	FAMILLE D'ACCUEIL \ CLAIR DE RONDE (+ 5 scores > 0,5%)	0,9	547	2,4	07/05/2015	Je	21h42
FILM	COTTON CLUB	0,6	371	1,5	18/05/2015	Lu	20h49
FILM	INDIGENES	0,6	349	1,4	21/05/2015	Je	20h47
FILM	LES MYTHOS	0,5	294	1,1	04/05/2015	Lu	20h50
FILM	AMISTAD	0,5	287	1,3	10/05/2015	Di	20h49
<b>HD1</b>							
FILM	THE DESCENDANTS	1,4	788	3,6	24/05/2015	Di	20h52
SERIE	SECTION DE RECHERCHES \ UNE PLACE AU SOLEIL - PARTIE 2 (+ 1 score > 1,0%)	1,3	729	3,1	27/05/2015	Me	21h51
FILM	CODE MERCURY	1,1	664	2,6	19/05/2015	Ma	20h53
FILM	TRAFFIC	1,1	662	2,7	05/05/2015	Ma	20h53
FILM	BATMAN BEGINS	1,0	597	2,4	26/05/2015	Ma	20h52
<b>6TER</b>							
FILM	IRON MAN (+ 1 score > 0,6%)	1,5	858	3,6	17/05/2015	Di	20h47
DOCUM.	STORAGE WARS : ENCHERES SURPRISES (+ 12 scores > 0,6%)	0,9	523	3,6	20/05/2015	Me	22h52
FILM	GHOST RIDER	0,7	419	1,8	07/05/2015	Je	20h53
FILM	ASTERIX ET LA SURPRISE DE CESAR	0,7	395	1,6	10/05/2015	Di	20h47
FILM	L'INCROYABLE HULK	0,6	374	3,4	07/05/2015	Je	22h45
<b>NUMERO 23</b>							
FILM	DOUBLE JEU (BRUCE BERESFORD)	0,6	358	1,4	11/05/2015	Lu	20h46
FILM	ESPRITS REBELLES	0,5	318	1,3	10/05/2015	Di	20h47
FILM	L'AMOUR A TOUT PRIX	0,5	272	1,0	04/05/2015	Lu	20h46
FILM	PRISONNIERS DU TEMPS	0,4	232	1,0	07/05/2015	Je	20h47
FILM	SUNSHINE (DANNY BOYLE)	0,4	218	0,9	28/05/2015	Je	20h47
<b>RMC DECOUVERTE HD 24</b>							
DOCUM.	STORAGE WARS : ADJUGE VENDU \ SALE TEMPS A WESTON (+ 6 scores > 0,7%)	0,9	537	4,0	08/05/2015	Ve	13h39
MAGAZINE	TOP GEAR \ HAMMOND EN DETRESSE (+ 4 scores > 0,7%)	0,9	531	2,2	27/05/2015	Me	21h43
DOCUM.	ENCHERES A L'AVEUGLE \ JACKPOT	0,7	423	2,9	08/05/2015	Ve	13h13
DOCUM.	ENCHERES A TOUT PRIX \ MYSTERIEUSE EPAVE	0,7	392	2,5	25/05/2015	Lu	13h15
DOCUM.	WHEELER DEALERS - OCCASIONS A SAISIR \ PORSCHE	0,7	382	2,5	25/05/2015	Lu	18h14

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.

<sup>(1)</sup> Intégrée le 1<sup>er</sup> septembre 2014

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

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Médiamat Mensuel

Mai 2015 – du 4 au 31 mai 2015



### 1- CARACTERISTIQUES DU MEDIAMAT

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

Au 25 mai 2015, le panel Médiamat était composé de 11 357 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 4 990 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.

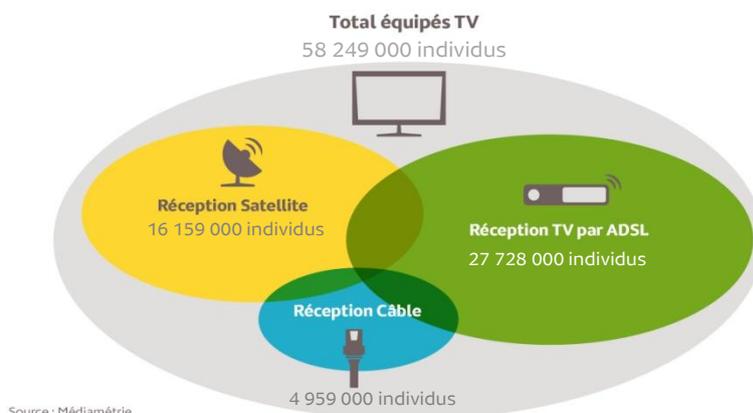
**Couverture mensuelle** : nombre d'individus ayant eu au moins un contact de 10 secondes consécutives avec la chaîne sur le mois.

**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 28 de MédiamatThématik (du 1<sup>er</sup> septembre 2014 au 15 février 2015) 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 28 de MédiamatThématik (du 1<sup>er</sup> septembre 2014 au 15 février 2015) 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 – novembre-décembre 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 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.

Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)

Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)

### Contacts Presse :

Jeanne Laversin  
Tél : 01 47 58 97 83  
jlaversin@mediametrie.fr

Nathalie Bourotte  
Tél : 01 47 58 97 55  
nbourotte@mediametrie.fr