

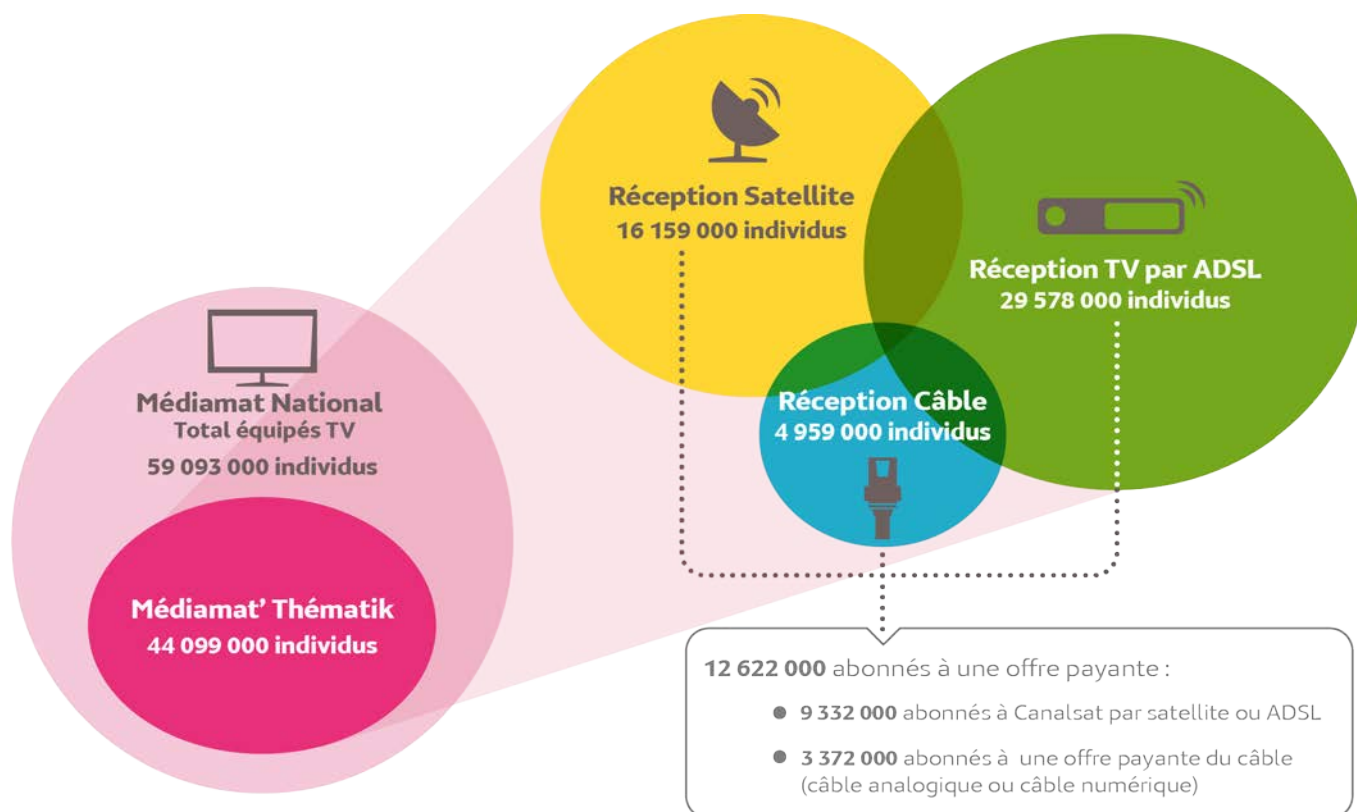
Médiamat'Thématik

L'audience des chaînes sur le câble, le satellite et la TV par ADSL

Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

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 75% de la population équipée TV résidant en France.

Echantillon de référence : 8 866 personnes âgées de 4 ans et plus vivant dans 3 635 foyers recevant une de ces offres.



Source : Médiamétrie

Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

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

Ensemble des 4 ans et +

	Ensemble univers	Ensemble des personnes équipées TV
Durée d'Ecoute par Individu en heures / minutes	3h36	3h50

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 :	100,0	100,0
Chaînes nationales ^{a)}	85,4	73,0
Chaînes thématiques	13,8	26,2

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	41 510	22,5	21,6
FRANCE 2	39 544	13,1	11,7
FRANCE 3	38 202	7,3	6,9
CANAL+	28 124	3,4	5,0
FRANCE 5	33 035	2,9	2,3
M6	39 685	10,7	8,9
ARTE	31 026	1,8	1,2
D8	33 432	3,3	2,4
W9	33 580	2,5	1,7
TMC	30 417	2,7	1,8
NT1	29 613	1,6	1,1
NRJ 12	28 943	1,6	1,0
FRANCE 4	29 756	1,4	0,8
BFM TV	25 696	2,0	1,5
ITELE	21 701	0,9	1,0
D17	26 587	1,0	0,6
GULLI	23 575	1,6	0,7
FRANCE Ô	20 539	0,5	0,3
HD1	16 105	0,9	0,5
L'EQUIPE 21	15 957	0,5	0,3
6TER	17 164	0,8	0,3
NUMERO 23	18 185	0,6	0,4
RMC DECOUVERTE	17 596	1,2	0,6
CHERIE 25	15 488	0,3	0,2

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat'Thématik



Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAÎNES THEMATIQUES 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
AB 1	5 965	0,1	0,2
AB MOTEURS	2 914	0,1	<0,1
ANIMAUX	1 227	<0,1	<0,1
BEIN SPORTS 1	4 863	0,4	0,6
BEIN SPORTS 2	3 634	0,1	0,2
BEIN SPORTS 3	2 307	0,1	0,1
BOING ¹⁾	1 765	0,1	0,1
BOOMERANG ¹⁾	3 646	0,2	0,4
BOOMERANG +1 ¹⁾	853	<0,1	<0,1
CANAL+ CINEMA	8 395	0,2	0,4
CANAL+ DECALE	8 985	0,3	0,5
CANAL+ FAMILY	8 164	0,3	0,5
CANAL+ SERIES	6 454	0,1	0,2
CANAL+ SPORT	9 438	0,5	1,0
CANAL J	1 919	0,1	0,2
CARTOON NETWORK ¹⁾	1 932	0,1	0,4
CHASSE ET PECHE	653	<0,1	<0,1
CINE+ CLASSIC	3 821	0,1	0,2
CINE+ CLUB	4 248	0,1	0,1
CINE+ EMOTION	5 288	0,1	0,3
CINE+ FAMIZ	5 197	0,1	0,3
CINE+ FRISSON	5 324	0,2	0,6
CINE+ PREMIER	5 867	0,2	0,5
COMEDIE +	4 692	0,1	0,4
CUISINE +	2 496	<0,1	0,1
DISCOVERY CHANNEL ¹⁾	3 651	0,2	0,7
DISCOVERY SCIENCE ¹⁾	3 450	0,1	0,4
DISNEY CHANNEL	9 284	0,7	0,6
DISNEY CHANNEL +1	5 210	0,2	0,2
DISNEY CINEMAGIC	2 750	0,1	0,2
DISNEY CINEMAGIC +1	2 155	<0,1	0,1
DISNEY JUNIOR	3 882	0,3	0,9
DISNEY XD	2 902	0,1	0,2
E! ¹⁾	3 458	0,1	0,1

Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAÎNES THEMATIQUES
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
ENCYCLO	912	<0,1	<0,1
EQUIDA LIFE	1 482	<0,1	<0,1
EQUIDIA LIVE	1 838	0,1	0,1
ESCALES / TREK ²⁾	904	<0,1	<0,1
EUROSPORT	5 603	0,3	0,6
FRANCE 24	3 147	<0,1	<0,1
GAME ONE	5 257	0,2	0,2
GAME ONE +1	1 845	0,1	<0,1
GONG BASE ¹⁾	837	<0,1	<0,1
HISTOIRE	2 629	0,1	0,1
I24 NEWS ¹⁾	1 497	<0,1	<0,1
INFOSPORT +	3 975	0,1	0,4
J-ONE	2 126	<0,1	0,1
JIMMY	2 337	0,1	0,2
JUNE	2 752	<0,1	0,1
LA CHAÎNE METEO	2 561	<0,1	0,1
LCI	4 921	0,2	0,5
LUXE TV ¹⁾	609	<0,1	<0,1
M6 MUSIC	2 517	0,1	<0,1
M6 MUSIC BLACK	965	<0,1	<0,1
M6 MUSIC CLUB	635	<0,1	<0,1
MA CHAÎNE SPORT	2 190	<0,1	0,1
MAISON +	2 138	<0,1	0,1
MANGAS	2 243	0,1	0,1
MCM	3 923	0,1	0,1
MCM TOP	1 693	<0,1	<0,1
MCS BIEN-ÊTRE	1 721	<0,1	<0,1
MCS EXTRÊME	1 589	<0,1	<0,1
MELODY	754	<0,1	0,1
MOTORS TV	1 236	<0,1	0,1
MTV ¹⁾	3 630	0,1	0,2
MTV +1 ¹⁾	195	<0,1	<0,1
MTV BASE ¹⁾	1 662	<0,1	0,1

Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

COUVERTURE ET PART D'AUDIENCE DES CHAÎNES THEMATIQUES
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
MTV IDOL ¹⁾	1 676	<0,1	<0,1
MTV PULSE ¹⁾	1 357	<0,1	0,1
NAT GEO WILD ¹⁾	4 713	0,2	0,3
NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL ¹⁾	5 446	0,2	0,4
NICKELODEON ¹⁾	2 070	0,1	0,3
NICKELODEON JUNIOR ¹⁾	2 144	0,2	0,5
NOLIFE	1 105	<0,1	<0,1
NON STOP PEOPLE	2 198	<0,1	0,1
NRJ HITS	5 326	0,2	0,2
PARAMOUNT CHANNEL ¹⁾	6 177	0,2	0,2
PARIS PREMIERE	12 754	0,5	0,8
PIWI +	3 570	0,3	0,3
PLANETE +	3 389	0,1	0,3
PLANETE + A&E	3 123	0,1	0,3
PLANETE + CI	2 352	0,1	0,3
PLANETE + THALASSA	2 794	0,1	0,2
RFM TV	1 777	<0,1	0,1
RTL9	11 745	0,5	0,4
SERIE CLUB	3 711	0,2	0,5
SPORT +	3 269	0,1	0,3
SYFY ¹⁾	4 551	0,3	0,7
TCM CINEMA	5 513	0,2	0,3
TELETOON +	2 598	0,1	0,2
TELETOON +1	1 426	0,1	0,2
TEVA	11 644	0,4	0,5
TIJI	1 696	0,1	0,2
TOUTE L'HISTOIRE	2 020	<0,1	0,1
TRACE URBAN	2 627	0,1	0,1
13EME RUE	4 676	0,4	1,1
TV5 MONDE	7 365	0,1	0,1
TV BREIZH	6 318	0,7	1,3
USHUAIA TV	3 108	0,1	0,2
VOYAGE	3 879	0,1	0,2

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat'Thématik



Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

NOTE SUR LES AGREGATS

a) Chaînes nationales : chaînes historiques, chaînes de la TNT gratuite dont le seuil d'initialisation dépasse 95% de la population française (TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP – Assemblée Nationale / Public Sénat, France 4, BFM TV, iTELE, D17, Gulli et France Ô) et chaînes de la TNT HD gratuite (HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte HD 24, Chérie 25).

NOTES SUR LES CHAÎNES

¹⁾ Chaînes soumises au régime déclaratif avec des contraintes réglementaires moindres que les chaînes conventionnées : quotas de diffusion, programmation de films cinéma, publicité, obligations de production. Elles ne s'inscrivent donc pas dans le même univers de concurrence.

²⁾ Escales est devenue Trek le 2 février 2015.

DEFINITIONS

Offre payante : Abonnés à Canalsat (via satellite ou ADSL) ou abonnés au câble (analogique ou numérique).

DEI (Durée d'écoute par Individu) : Moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par un individu faisant partie de la population étudiée. Elle est exprimée en heures / minutes. Les résultats sont fournis en moyenne du lundi au dimanche, sur l'ensemble de la journée (3h00 à 27h00).

Part d'audience en % - Ensemble univers : Il s'agit de la répartition de l'audience 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 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 au nombre 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 la chaîne concernée en moyenne sur quatre semaines consécutives.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat'Thématik



Du 1^{er} septembre 2014 au 15 février 2015

Médiamat'Thématik intègre l'audience des programmes visionnés en live, en différé (après enregistrement personnel ou en léger différé) ou via un service de Catch-Up TV :

- Les résultats portant sur les durées d'écoute et sur les parts d'audience par agrégat comprennent les audiences du live, du différé et de l'ensemble des services de Catch-Up TV marqués.
- 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.
- Les chaînes thématiques étant en cours de marquage de leurs services de Catch-Up, leurs parts d'audience et couvertures intègrent uniquement les audiences en direct et en différé.

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 plateformes 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. 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

llellouche-filliau@mediametrie.fr