Mediametrie
High trust data

Communiqué de Presse

16 novembre 2026

Médiamat Hebdo

Du 9 au 15 novembre 2026 – Semaine 46

Audience en Jour de Vision

Moyenne Lundi-Dimanche - de 3h00 à 3h00 - 4 ans et plus

Couverture hebdomadaire		
Total TV		**60 314 000**
Part d'audience en %		
Agrégats	Chaînes nationales[1]	**92,2**
	Autres TV : chaînes thématiques, locales et étrangères	**7,8**
Chaînes	TF1	**20,1**
	FRANCE 2	**13,3**
	FRANCE 3	**9,3**
	FRANCE 5	**3,9**
	M6	**8,8**
	ARTE	**3,3**
	W9	**3,2**
	TMC	**3,7**
	TFX	**1,7**
	GULLI	**1,2**
	CSTAR	**1,2**
	TF1 SERIES FILMS	**1,4**
	6TER	**1,3**
	RMC STORY	**1,3**
	RMC DÉCOUVERTE	**1,8**
	RMC LIFE	**1,0**
	CANAL+[2]	**1,0**

(1) Chaînes nationales : chaînes historiques et chaînes de la TNT.

(2) Les résultats sont calculés sur toute la période de diffusion, que celle-ci soit en clair ou cryptée. L'audience des chaînes Canal+ Cinéma(s), Canal+ Sport, Canal+ Docs, Canal+ Grand Ecran, Canal+ Foot, Canal+ Kids, Canal+ Sport 360 et Canal+ Box Office est intégrée dans l'agrégat "Autres TV".

Médiamétrie – Médiamat - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Communiqué de Presse

Médiamat Hebdo
Du 9 au 15 novembre 2026 – Semaine 46

Définitions

Audience Jour de vision : somme des audiences des programmes visionnés en live, en différé privé, en preview et en replay sur un jour donné, quelle que soit la date de diffusion en live.

Couverture hebdomadaire : nombre d'individus ayant eu au moins un contact de 10 secondes consécutives avec le média télévision au cours de la semaine.

Part d'audience (PDA) : part que représente la durée d'écoute d'une chaîne dans la durée d'écoute totale du média télévision sur un jour moyen.

Le **Médiamat Hebdo** fait partie de l'univers d'offres MediaMat de Médiamétrie.

Le **Médiamat**, mesure automatique de référence de l'audience de la télévision en France, restitue quotidiennement **l'audience des programmes regardés en tous lieux, sur tous les écrans et visionnés en live, différé, replay ou preview** par l'ensemble des Français âgés de 4 ans et plus, soit **63,6 millions** d'individus.

La mesure repose sur **2 panels** représentatifs de la population :

- Un premier panel d'environ **12 000 individus** répartis dans **5 500 foyers** composé de :
  - 5 000 foyers équipés de téléviseurs à domicile reliés chacun à un audimètre fixe, source de la mesure de l'audience TV à domicile
  - 500 foyers sans téléviseur à domicile

- Un second panel d'environ **5 000 individus** portant un **audimètre miniature** pour mesurer notamment les audiences TV hors domicile (tous écrans confondus) et sur les écrans internet à domicile. Ces audiences sont ensuite attribuées aux individus du premier panel par fusion statistique.

À propos de Médiamétrie, High trust data

Médiamétrie traite chaque jour plus d'1 milliard de données pour accompagner ses clients français et internationaux dans l'élaboration de leur stratégie. Au cœur de nos valeurs et de nos offres : une mesure juste, impartiale, comparable et vérifiable.
Médiamétrie met toute l'expertise de ses équipes au service de la conception et de la production de mesures d'audience de référence communes et souveraines pour les médias, les plateformes et le marché publicitaire, pour les univers audios et vidéos.
Société à Mission, Médiamétrie s'engage à « agir en faveur d'une mesure d'audience rigoureuse, transparente et concertée, permettant l'équilibre de l'écosystème des médias, socle de notre vie démocratique ».
Médiamétrie compte près de 700 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 102,2 M€ en 2025.

Retrouvez notre espace presse, nos audiences et notre expertise sur www.mediametrie.fr

Et rejoignez-nous sur : @Mediametrie Mediametrie.officiel Médiamétrie

Contacts Presse : rex@mediametrie.fr
Marie Liutkus
Stéphanie Haoun
Juliette Destribats

Les Mots de la Mesure
Notre glossaire

Médiamétrie - Médiamat - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Méthodologie auditée par CESP audited