

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 23 mars 2020

Médiamat Hebdo

Audience en jour de vision

Du 16 au 22 mars 2020 - Semaine 12 / 2020



Mediametrie

Durée d'écoute de la télévision et part d'audience (%) des agrégats et des chaînes

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

Depuis le début de l'épidémie de coronavirus et tout particulièrement depuis les mesures de confinement annoncées le 16 mars dernier, les Français passent plus de temps devant le téléviseur. La Durée d'Ecoute Individuelle moyenne de la TV sur la semaine du 16 au 22 mars 2020 est de **4h48** soit 1h17 mn de plus par rapport à la même semaine l'an dernier. Dimanche 22 mars, la DEI s'est élevée à 5h15, un niveau jamais atteint depuis 2006. Sur cette même semaine, la durée d'écoute de la télévision des 15-24 ans est passée de 1h01 en 2019 à 1h49 en 2020.

	Durée d'écoute
	Du 16 au 22 mars 2020
TOTAL TV	4h48

	Part d'audience (%)
	Du 16 au 22 mars 2020
CHAINES NATIONALES ⁽¹⁾	89,9
AUTRES TV : CHAÎNES THEMATIQUES, LOCALES ET ETRANGERES	10,1
TF1	18,7
FRANCE 2	14,6
FRANCE 3	8,5
CANAL + ⁽²⁾	2,0
FRANCE 5	3,7
M6	8,5
ARTE	2,4
C8	2,5
W9	2,4
TMC	2,8
TFX	1,4
NRJ12	1,1
FRANCE 4	1,2
CSTAR	1,0
GULLI	1,1
TF1 SERIES FILMS	1,7
6TER	1,7
RMC STORY	1,2
RMC DECOUVERTE	2,2
CHERIE 25	0,9

AGREGATS

CHAINES

Les résultats des chaînes intègrent l'audience de leurs services de Catch-Up.

⁽¹⁾ Chaînes Nationales : chaînes historiques, chaînes de la TNT gratuite dont le seuil d'initialisation dépasse 95% de la population française.

⁽²⁾ L'audience des chaînes Canal + Cinéma, Canal + Sport, Canal + Décalé, Canal + Family et Canal + Séries est intégrée au poste "Autres TV".

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamat Hebdo

Du 16 au 22 mars 2020 - Semaine 12 / 2020



La mesure de l'audience de la Télévision



Caractéristiques du Médiamat

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

Au 16 mars 2020, le panel Médiamat était composé de 11 552 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 5 000 foyers équipés d'un audimètre.

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 : hertzien numérique (TNT), câble, satellite, ADSL ou fibre optique.

Caractéristiques de calcul et indicateurs d'audience

Audience Jour de vision : somme des audiences des programmes visionnés en live, en différé et en catch up sur un jour donné, quelle que soit la date de diffusion initiale en live des programmes rattrapés.

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.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

Contact Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr