

COMMUNIQUE DE PRESSE

Médiamétrie annonce les premiers résultats d'audience de la TNT

Médiamétrie, l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs annonce aujourd'hui les tout premiers résultats d'audience de la TNT (Télévision Numérique Terrestre).

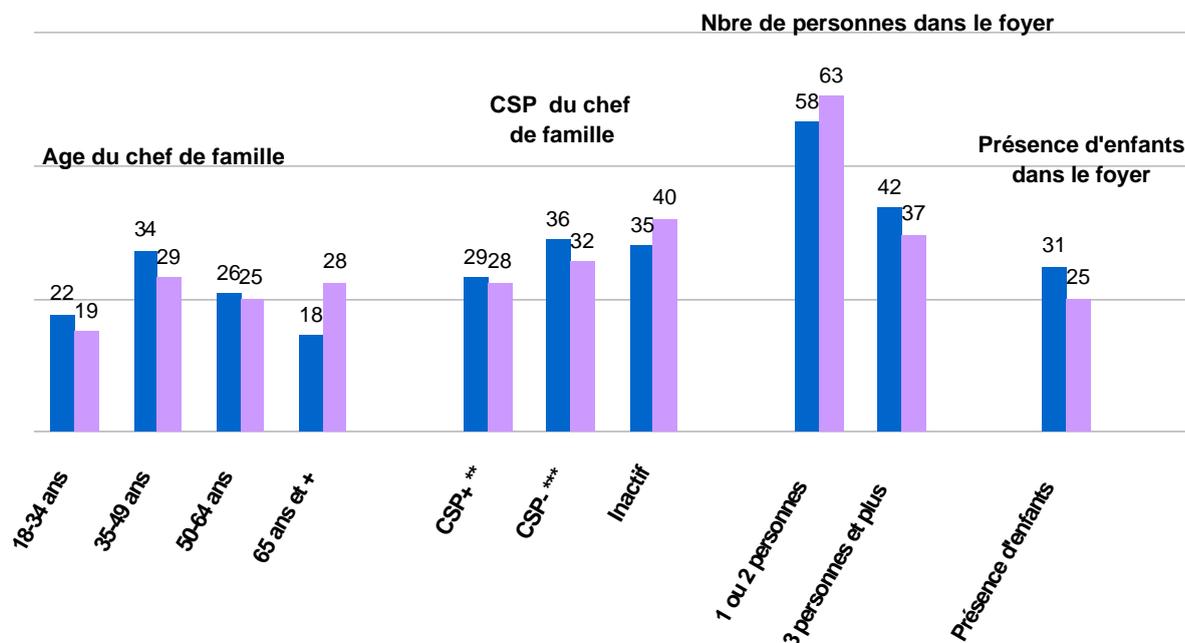
Au dernier trimestre 2005, la TNT, une offre de télévision plus large pour 3,6% des foyers en France

Au dernier trimestre 2005, près de 2 millions de personnes âgées de 4 ans et plus vivent dans les 885 000 foyers qui se sont équipés d'un adaptateur TNT, soit 3,6% de l'ensemble des foyers français équipés TV.

Au 31 décembre, à la fin de la période de Noël, plus de 1 300 000 adaptateurs avaient déjà été vendus (source GfK).

Tous les foyers sont concernés quels que soient l'âge du chef de famille, sa catégorie socioprofessionnelle ou encore le nombre de personnes vivant au sein du foyer.

■ Foyers équipés d'un adaptateur TNT (en %) comparés à la moyenne des foyers français équipés TV



Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 4^{ème} Trim. 2005 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

** Catégorie socioprofessionnelle + : artisans, commerçants, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires.

*** Catégorie socioprofessionnelle - : agriculteurs, employés et ouvriers.

LA TNT : LES PREMIERS RESULTATS D'AUDIENCE

La TNT gratuite comprend à ce jour 18 chaînes : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP- Assemblée Nationale / Public Sénat, France 4, i-Télé, Europe 2 TV, BFM TV et Gulli. Ces chaînes peuvent être reçues par le public via un adaptateur ou via les offres du câble numérique, du satellite et de l'Adsl.

Depuis le lancement de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), le 31 mars 2005, Médiamétrie recueille les comportements d'audience des foyers du panel Médiamat ⁽¹⁾ - *la mesure de référence de l'audience de la télévision en France* - recevant les chaînes de la TNT **via un adaptateur**.

Médiamétrie peut fournir aujourd'hui les premiers résultats d'audience sur le public qui reçoit ces chaînes via un adaptateur, pour deux raisons principales :

- Les audimètres - boîtiers installés chez les foyers panélistes et mesurant l'audience de la télévision - prennent en compte, depuis 2000, les chaînes en réception numérique ; Médiamétrie a été l'une des premières entreprises au monde à mesurer ce mode de diffusion.
- Le panel Médiamat, représentatif de la population française équipée en télévision, a suivi la courbe d'évolution de l'équipement en adaptateurs de la population. Ainsi, à fin janvier et depuis le 31 mars 2005, le panel de mesure d'audience de la télévision est représentatif des foyers français recevant la TNT.

Les premiers résultats d'audience mettent en évidence chez les **individus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT** une consommation de la télévision supérieure de 20 minutes à celle de la population française équipée TV.

Résultats sur les 4 ans et plus et sur la période du 2 au 29 janvier 2006	Individus vivant dans un foyer disposant de la TNT via un adaptateur	Ensemble des Individus équipés TV
Durée d'Ecoute par Individu ⁽²⁾ en heures / minutes	4h04mn	3h44mn
Part d'audience ⁽³⁾ des chaînes hertziennes : <i>TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5*, Arte*, M6</i> en %	74%	87%
Part d'audience ⁽³⁾ des « Autres TV » : <i>chaînes locales, régionales, étrangères ou thématiques, chaînes de la TNT, chaînes non signées et services interactifs</i> en %	26%	13%

* Pour France 5 et Arte, les résultats sont calculés sur la base de la population recevant ces chaînes et sur les seuls horaires de diffusion en analogique : 6h45-19h pour France 5 et 19h-3h pour Arte. Les audiences de ces chaînes sur d'autres horaires sont comptabilisées dans les « Autres TV ».

NRJ12, NT1, TMC... Focus sur quelques performances

Médiamétrie publiée, aujourd'hui, les premiers résultats d'audience des trois chaînes reprises sur la TNT, déjà clientes de la mesure d'audience.

Sur l'univers des individus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT

Résultats sur les 4 ans et plus équipés d'un adaptateur TNT sur la période du 2 au 29 janvier 2006	Audience Cumulée ⁽⁴⁾ jour en % Base 100 = 1 984 000	Part d'Audience ⁽³⁾ en %	Meilleure Part d'Audience ⁽⁵⁾ en %
NRJ 12	32,4%	1,2%	10h-11h 4,2%
NT1	37,1%	3,2%	19h-20h 6,0%
TMC	38,0%	6,1%	17h-18h 11,9%

⁽³⁾**Part d'Audience (PDA)** : pourcentage d'audience d'un support (chaîne de télévision, station de radio...) ou d'un ensemble de supports (agrégats, couplages), calculé par rapport à l'audience média ou d'un sous-ensemble.

⁽⁴⁾**Audience Cumulée (AC)** : nombre ou pourcentage de personnes ayant eu au moins un contact avec le média étudié (chaîne de télévision, station de radio...) au cours d'une période (tranche horaire, journée, semaine...), quelle qu'en soit la durée.

⁽⁵⁾**Meilleure Part d'Audience** : heure de la journée (7h – 24h) au cours de laquelle la chaîne a obtenu la meilleure part d'audience sur l'univers des individus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT.

Ces 3 chaînes disposent aussi de résultats d'audience sur leur univers total de réception, c'est-à-dire via un adaptateur TNT, le câble numérique et le satellite.

Le recueil de l'audience s'est déroulé sur les 4 semaines du mois de janvier 2006. Les résultats présentés dans ce communiqué sont une moyenne des comportements quotidiens observés auprès des 360 individus de 4 ans et plus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT composant l'échantillon. Le cumul des informations sur 1 mois d'observation garantit une fiabilité et une précision au moins aussi grandes que celles du Médiamat quotidien.

Définitions

⁽¹⁾ **Médiamat** : mesure de référence de l'audience de la télévision en France

⁽²⁾ **DEI (Durée d'Ecoute par Individu)** : moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par un individu faisant partie de la population étudiée. Elle peut être calculée pour une émission, une tranche horaire ou l'ensemble de la journée. Elle est exprimée en minutes.

⁽³⁾ **Part d'Audience (PDA)** : pourcentage d'audience d'un support (chaîne de télévision, station de radio...) ou d'un ensemble de supports (agrégats, couplages), calculé par rapport à l'audience média ou d'un sous-ensemble.

⁽⁴⁾ **Audience Cumulée (AC)** : nombre ou pourcentage de personnes ayant eu au moins un contact avec le média étudié (chaîne de télévision, station de radio...) au cours d'une période (tranche horaire, journée, semaine...), quelle qu'en soit la durée.

⁽⁵⁾ **Meilleure Part d'Audience** : heure de la journée (7h – 24h) au cours de laquelle la chaîne a obtenu la meilleure part d'audience sur l'univers des individus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias. En 2004, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros avec un effectif de 324 personnes.

Contacts Presse

Charles JUSTER – Tél : 01 47 58 97 54 – Fax : 01 47 58 09 26 – E-mail : cjuster@mediametrie.fr
Mouna ABKARI – Tél : 01 47 58 97 55 – Fax : 01 47 58 09 26 – E-mail : mabkari@mediametrie.fr