



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

audience

Question écrite n° 13433

Texte de la question

M. Olivier de Chazeaux appelle l'attention de Mme le ministre de la culture et de la communication sur les modalités de mesure de l'audience des chaînes de télévision par l'institut Médiamétrie. Il souhaite plus particulièrement avoir des précisions sur l'interdiction faite aux chaînes de télévision par Médiamétrie de rendre compte des activités de l'institut au motif que si une chaîne diffuse un reportage sur la mesure d'audience de la télévision, elle attire de fait les téléspectateurs panélisés à le regarder ; cela ayant pour conséquence de fausser la mesure d'audience. En l'absence d'un droit de regard des chaînes de télévision agissant dans le cadre de leur mission d'information, il est utile de connaître les moyens de contrôle susceptibles de rendre compte de l'activité de l'institut Médiamétrie. En effet, la mesure d'audience est un élément essentiel de la politique commerciale des chaînes sur le marché publicitaire. C'est pourquoi il lui demande de bien vouloir lui indiquer si l'institut est fondé juridiquement à prendre une telle interdiction, quelle est la pertinence des mesures effectuées par l'institut Médiamétrie et plus généralement de lui faire part de sa position à ce sujet.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire a attiré l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur le fonctionnement de l'institut Médiamétrie. Née en 1985, à l'initiative des pouvoirs publics, pour réaliser des enquêtes d'audience des services de radio et de télévision, la société Médiamétrie regroupe désormais tous les acteurs au sein de cinq comités spécialisés. Cette structure professionnelle, dont le capital est détenu par les services de radio et de télévision et les publicitaires, a vocation à créer des systèmes d'information sur les médias. Ces professionnels participent à la mise en oeuvre des dispositifs par lesquels leur audience va être mesurée. Par ailleurs, un contrôle externe peut être réalisé à leur demande par le Centre d'études des supports de publicité (CESP). En contrepartie, Médiamétrie s'engage à ne pas diffuser publiquement des informations jugées confidentielles. Les obligations auxquelles ces entreprises se sont engagées envers Médiamétrie ne relèvent que d'un cadre strictement contractuel qu'il leur appartient de modifier selon les évolutions de leur secteur d'activité. La mesure d'audience étant, aujourd'hui, un véritable enjeu du marché de la communication par les analyses sociologiques qu'elle permet de développer pour analyser la demande des consommateurs, Médiamétrie s'est engagée à affiner ses modalités de contrôle, notamment en termes de chronologie et de fréquence des relevés, afin de consolider la nécessaire crédibilité que s'est acquise l'institut, et de s'adapter à l'émergence des chaînes thématiques.

Données clés

Auteur : [M. Olivier de Chazeaux](#)

Circonscription : Hauts-de-Seine (5^e circonscription) - Rassemblement pour la République

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 13433

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 avril 1998, page 2303

Réponse publiée le : 3 août 1998, page 4279