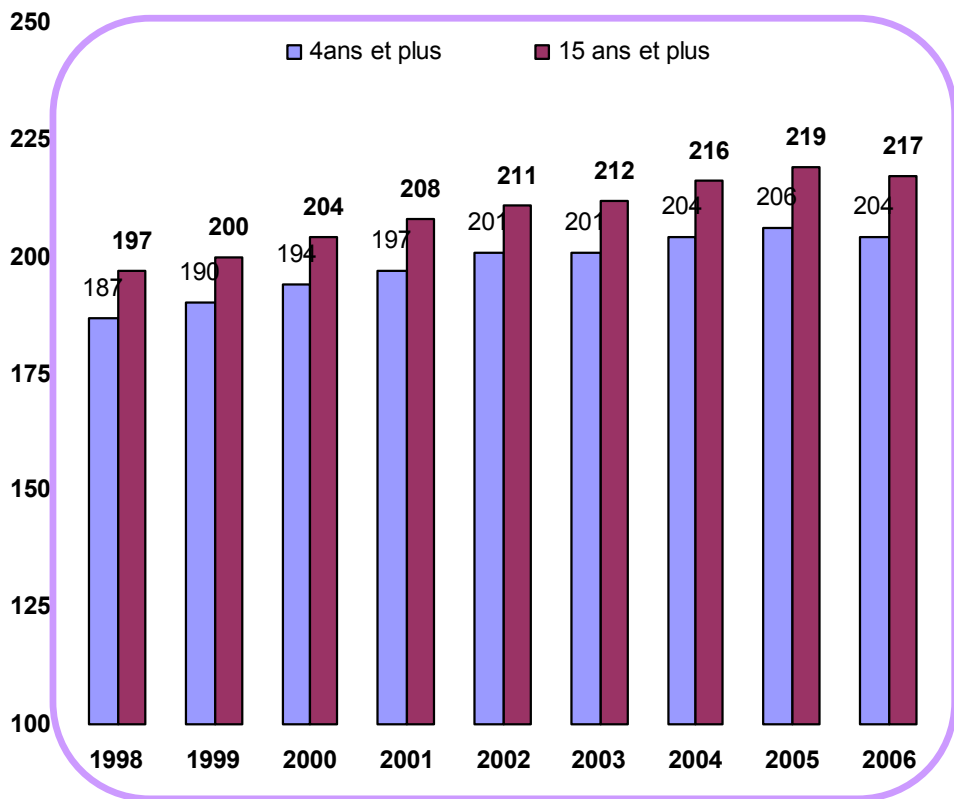


. Durée d'écoute moyenne quotidienne par individu

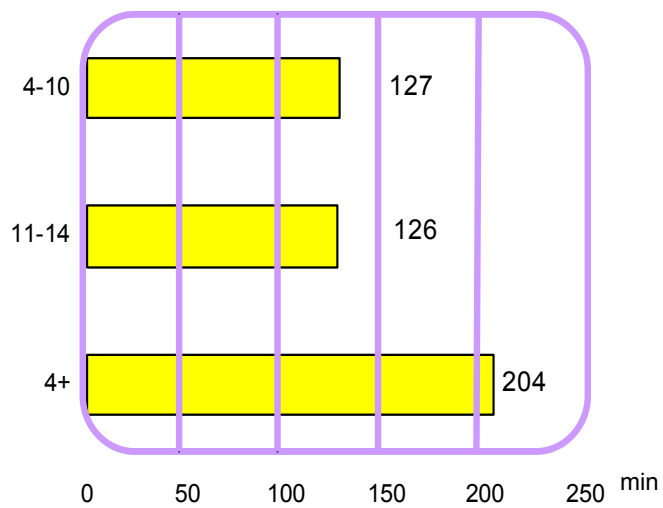


Source: Médiamétrie lundi-dimanche ensemble journée 2006

En moyenne, les individus de plus de 4 ans regardent la télévision pendant 3h24 chaque jour.

Entre 1998 et 2006, l'écoute TV des 4 ans et + a progressé de 17 minutes en moyenne.

. Durée d'écoute moyenne quotidienne par cible

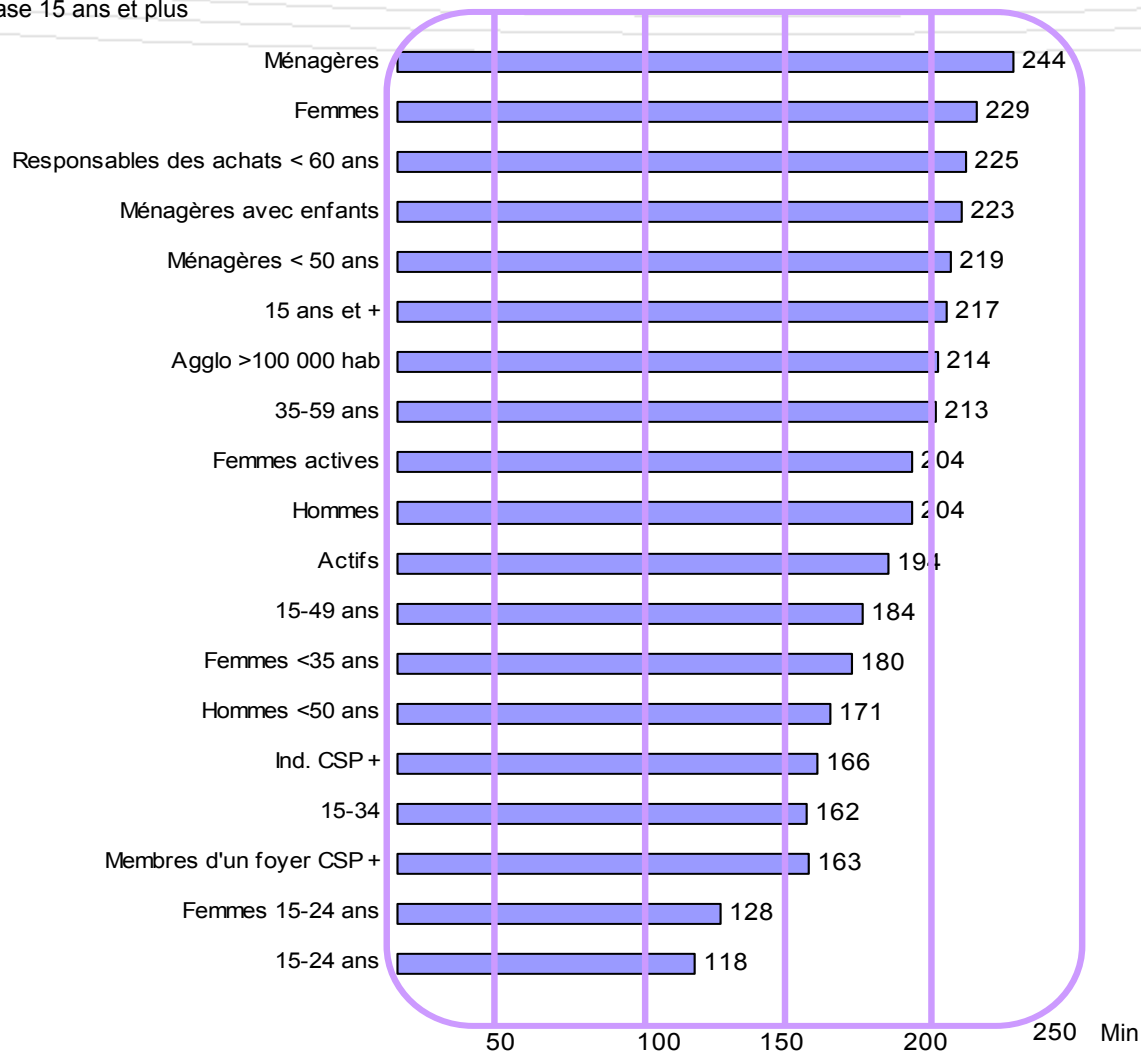


Source: Médiamétrie lundi-dimanche ensemble journée 2006

Contrairement à une idée largement répandue, les enfants ne sont pas de gros consommateurs de télévision : leur durée d'écoute est inférieure de plus d'une heure à celle des adultes.

Le volume d'écoute

Base 15 ans et plus

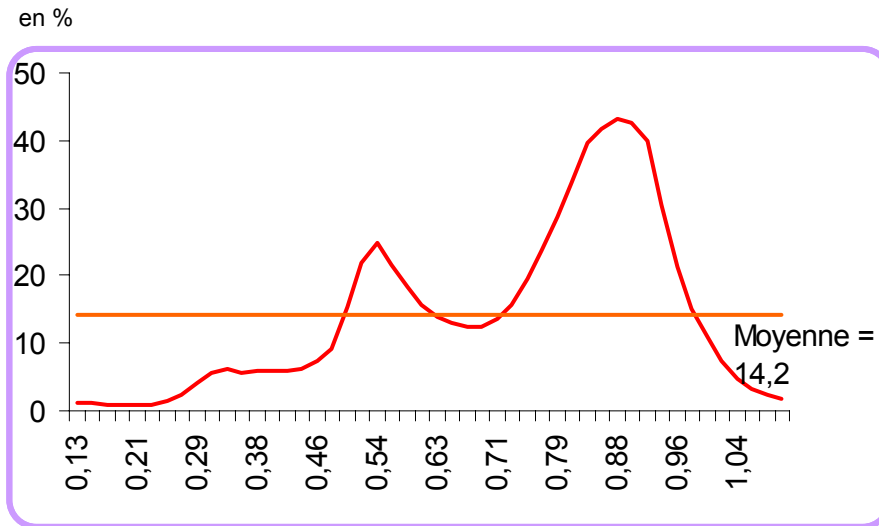


Source: Médiamétrie lundi-dimanche ensemble journée 2006

Les femmes sur-consomment la télévision. A l'inverse, les individus de moins de 50 ans sont de faibles consommateurs de télévision

. Évolution de l'audience au cours de la journée

Base 4 ans et plus



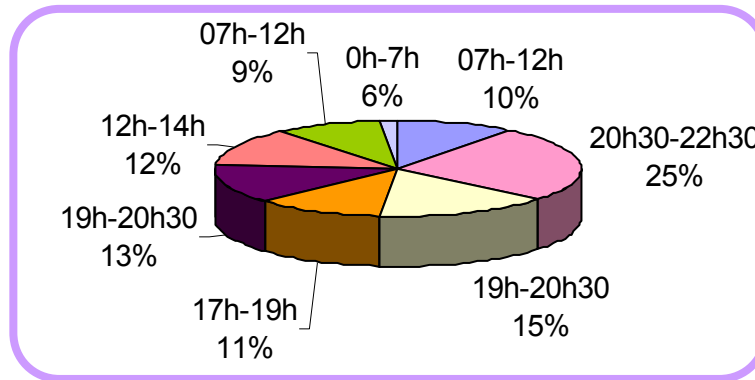
Source Médiamétrie lundi-dimanche 2006

Sur l'ensemble de la journée, l'audience de télévision se caractérise par deux pics importants :

- . l'heure du déjeuner (entre 12H00 et 14H00) qui représente 12,5% de la durée d'écoute moyenne quotidienne
- . la soirée (entre 20H30 et 22H30) où 4 français sur 10 en moyenne regardent la télévision

Poids des tranches horaires dans l'audience d'une journée

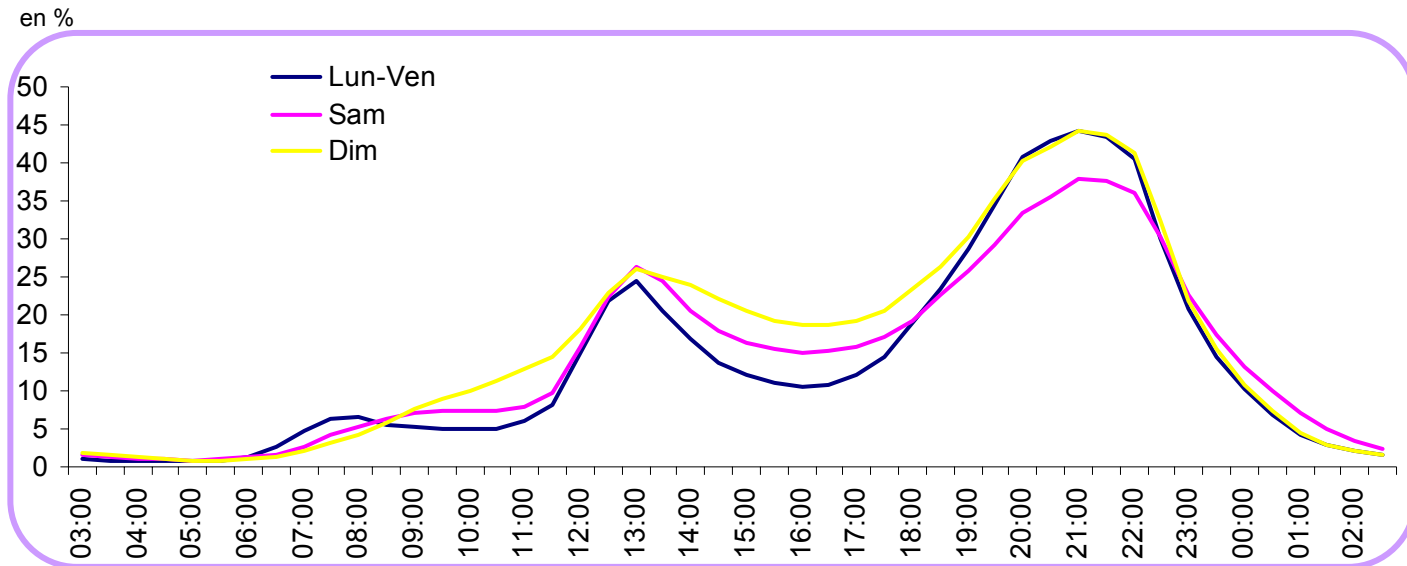
Base 4 ans et plus



Source Médiamétrie lundi-dimanche 2005

Évolution de l'audience par jour nommé

Base 4 ans et plus



Source Médiamétrie ensemble journée 2006

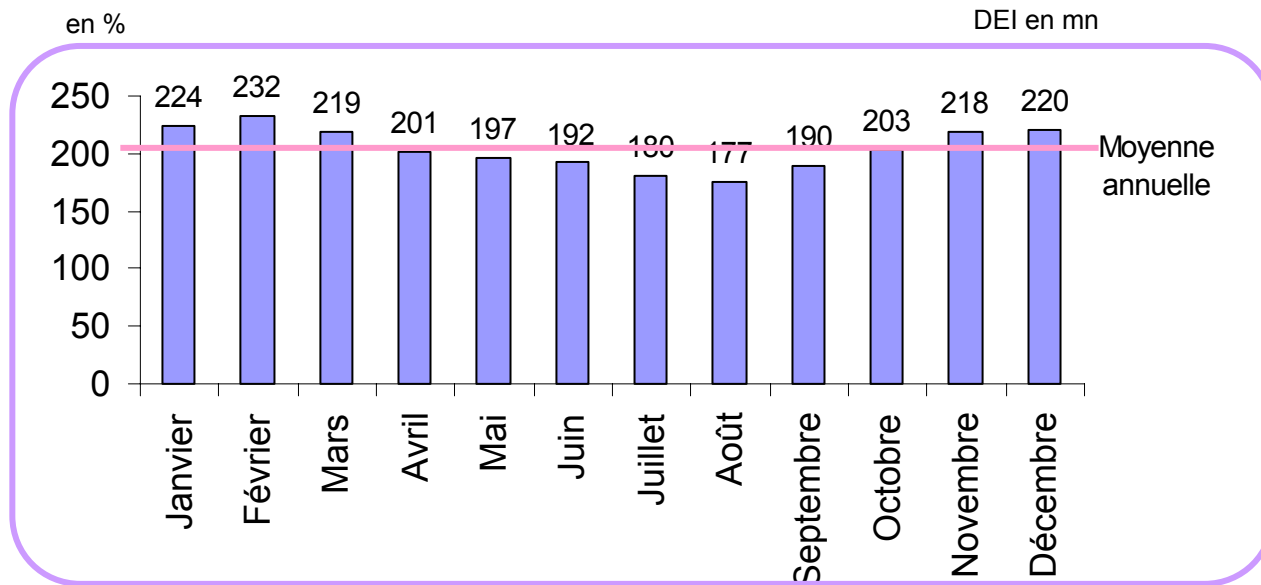
Par rapport à un jour de semaine, la consommation TV varie significativement les jours de week-end:

- . Un renforcement de l'audience le matin entre 9H00 et 12H00, principalement le dimanche
- . Une forte progression des tranches de l'après-midi entre 14H00 et 19H00
- . Un recul du prime time et une hausse du night time le samedi

Le dimanche est la journée pour laquelle on enregistre le niveau d'audience le plus élevé

. Saisonnalité de l'audience

Base 4 ans et plus



Source Médiamétrie ensemble journée 2006

Étroitement liée aux conditions météorologiques, l'audience de la télévision est supérieure à la moyenne annuelle d'octobre à avril.

Le total TV

La télévision est un média de masse qui par définition, touche la quasi-totalité de la population.

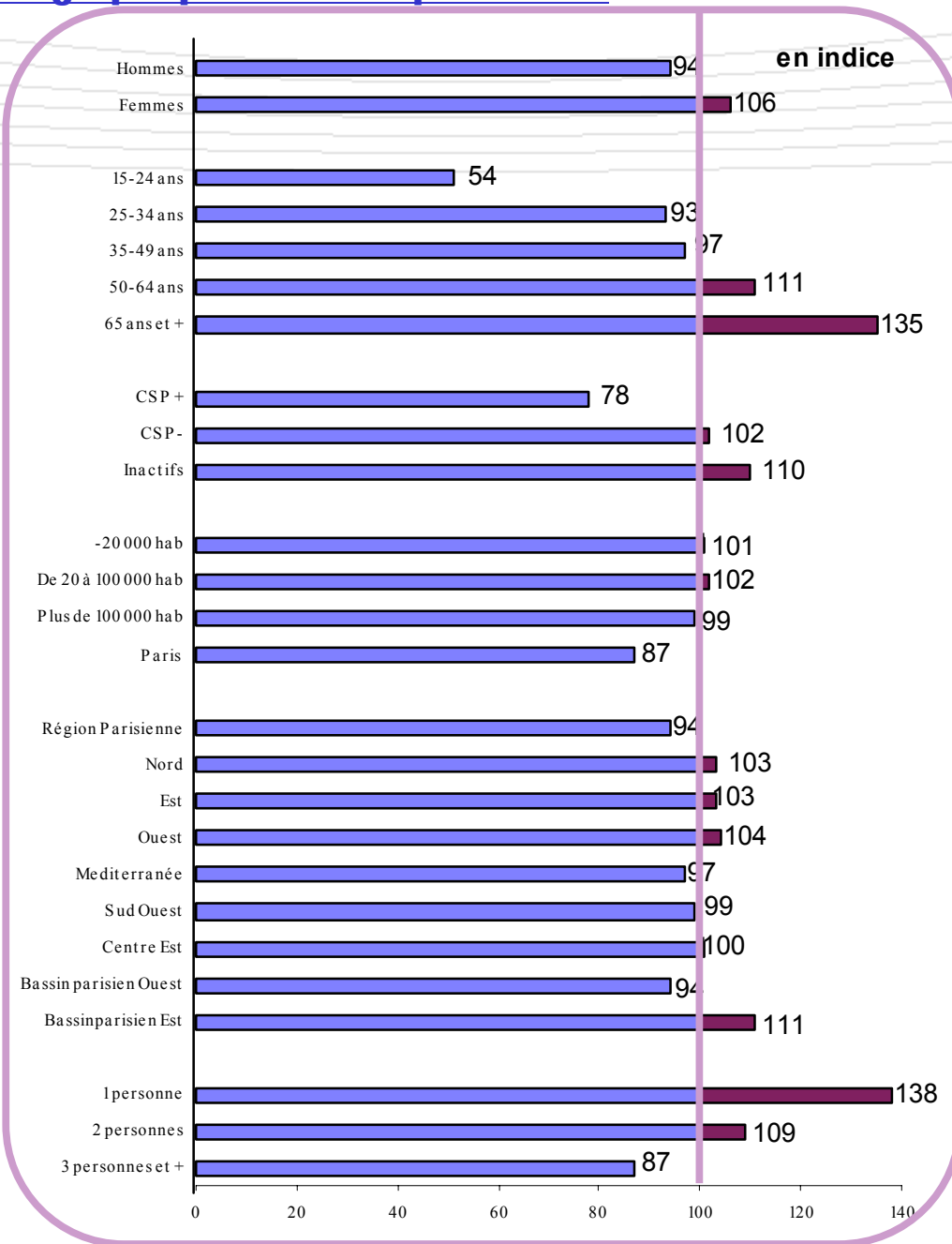
Il existe, cependant, deux caractéristiques majeures de profil des téléspectateurs, à savoir:

- . Une sur-consommation du média par les femmes et les individus de plus de 50 ans
- . Une sous-consommation du média par les individus de catégories socio-professionnelles supérieures



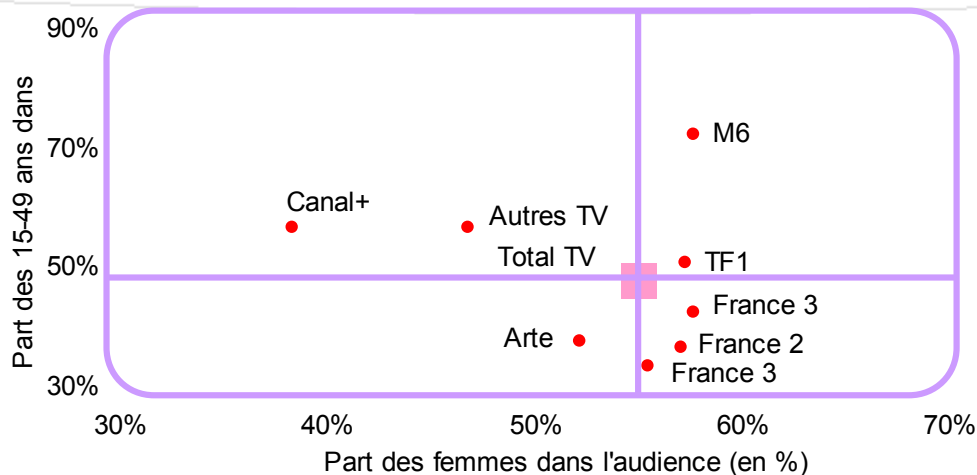
Profil Socio-démographique des téléspectateurs

Base 100: 15 ans et plus équipés TV



Source: Médiamétrie Médiamat 2006 (ensemble journée lundi-dimanche)

▪ Profils par chaîne



Source: Médiamétrie Médiamat ensemble journée lundi-dimanche 2006 (Base 15 ans et plus)

Autres TV = réception des chaînes du câble et du satellite en mode analogique et numérique, des chaînes locales ou régionales Hertzienne (RTL9, TMC...) ainsi que des chaînes étrangères.

- TF1 présente le profil le plus proche de celui du total TV avec toutefois une légère sous-représentation des individus CSP+ et des urbains.
- Les chaînes publiques France 2 et France 3 ont un profil similaire qui se démarque du total TV par leur public âgé et donc inactif.
- Canal + est la chaîne la plus éloignée du total TV : son public est composé principalement d'hommes de moins de 50 ans, Urbains et CSP+
- Comme Canal +, les téléspectateurs de M6 sont plus jeunes que la moyenne. La part des actifs et des ménagères de moins de 50 ans est supérieure à celle du total TV.

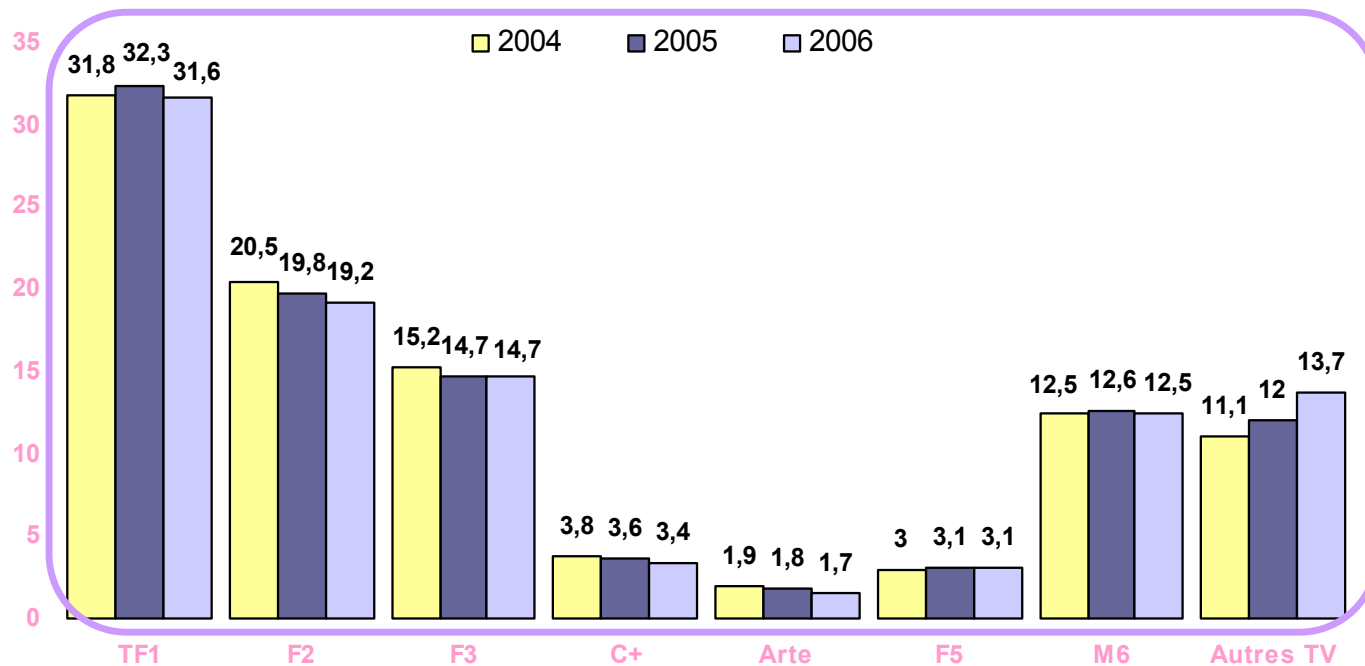
. Profil Socio-démographique de l'audience des chaînes

Base 100: Total TV	Total TV en %V	TF1	F2	F3	C+	Arte	F5	M6	Autres TV
Hommes	45,1	95	93	102	149	106	106	95	118
Femmes	54,8	105	101	104	76	95	119	106	85
15-24	8,3	104	65	59	110	61	46	205	126
25-34	14,8	107	64	67	126	70	105	163	110
35-49	24,8	104	84	80	125	69	78	133	121
50 +	52,0	94	121	133	83	111	125	56	88
Inactifs	52,3	97	112	122	89	89	134	79	89
I CSP +	16,3	90	93	84	158	88	98	117	131
I CSP -	31,7	111	78	78	101	67	76	134	106
M-50	21,9	112	77	68	99	66	99	160	99
Urbains	44,1	91	101	97	122	101	127	107	107
Non urbains	55,6	106	96	108	99	66	99	99	94

Source: Médiamétrie Médiamat ensemble journée lundi-dimanche 2006

. Évolution des parts d'audience ensemble journée

Base 4 ans et plus



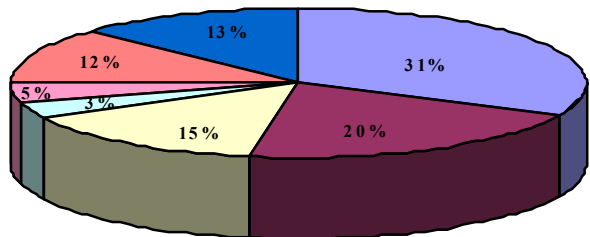
Source: Médiamétrie Médiamat ensemble journée lundi-dimanche 2004-2006

La part d'audience du poste AUTRES TV est en hausse en 2006 aux dépens de toutes les autres chaînes.

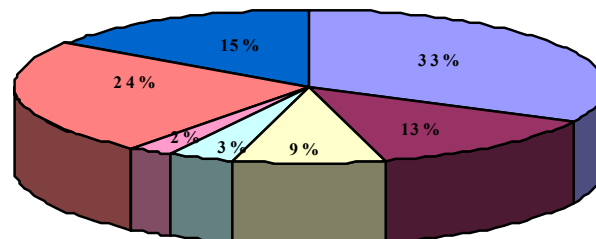
Les parts d'audience des chaînes

. Parts d'audience par cible

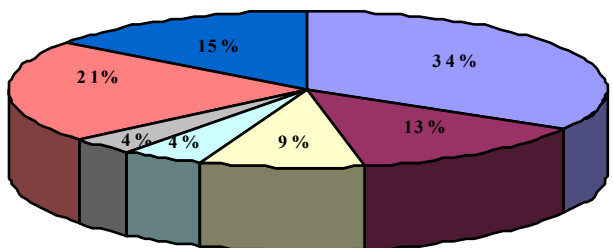
15 ans et plus



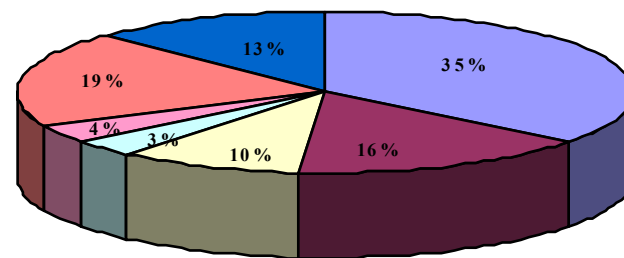
15-24 ans



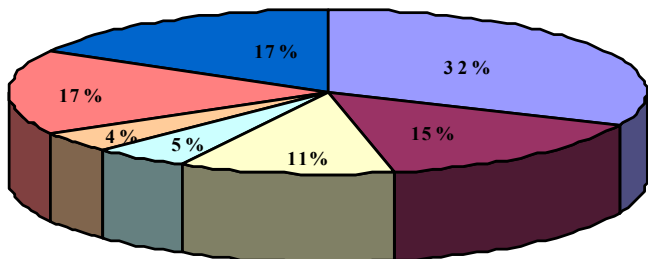
15-34 ans



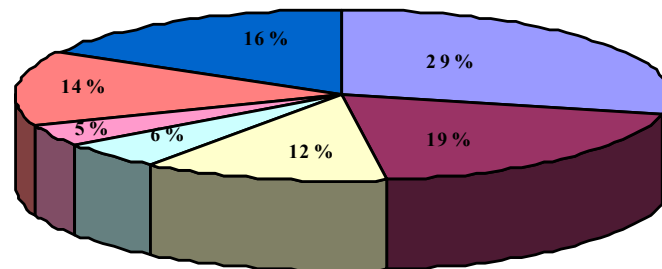
M<50 ans



H<50 ans



I CSP +



■ TF1 ■ F2 ■ F3 ■ C+ ■ Arte-F5 ■ M6 ■ Autres TV