



Médiamat Mensuel

Février 2025 - du 3 février au 2 mars 2025

Audience en Jour de Vision

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

| | | Part d'audience (%) | Couverture mensuelle |
|-------------|--|---------------------|----------------------|
| | | fév-25 | |
| Agrégats | Total TV | 100,0 | 61 488 000 |
| | Chaînes nationales ⁽¹⁾ | 90,4 | 61 015 000 |
| | Autres TV : chaînes thématiques, locales et étrangères | 9,6 | 58 087 000 |
| Chaînes | TF1 | 18,5 | 57 825 000 |
| | FRANCE 2 | 14,9 | 56 234 000 |
| | FRANCE 3 | 8,7 | 48 781 000 |
| | CANAL+ ⁽²⁾ | 1,3 | 38 782 000 |
| | FRANCE 5 | 3,6 | 46 987 000 |
| | M6 | 7,8 | 54 146 000 |
| | ARTE | 3,0 | 41 596 000 |
| | C8 | 3,3 * | 44 115 000 * |
| | W9 | 2,3 | 43 861 000 |
| | TMC | 2,6 | 42 524 000 |
| | TFX | 1,6 | 36 038 000 |
| | NRJ12 | 0,7 * | 32 443 000 * |
| | BFM TV | 2,6 | 44 093 000 |
| | CNEWS | 3,0 | 35 329 000 |
| | CSTAR | 1,0 | 31 783 000 |
| | GULLI | 1,1 | 30 650 000 |
| | TF1 SERIES FILMS | 1,7 | 29 945 000 |
| | L'EQUIPE | 2,2 | 35 081 000 |
| | 6TER | 1,9 | 31 901 000 |
| | RMC STORY | 1,7 | 36 403 000 |
| | RMC DÉCOUVERTE | 1,9 | 30 767 000 |
| | CHÉRIE 25 | 1,1 | 24 495 000 |
| | LCI | 1,7 | 29 362 000 |
| FRANCEINFO: | 0,8 | 25 931 000 | |

(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".

* Arrêt des programmes de C8 et NRJ12 à partir du vendredi 28 février à minuit.

Pour ces deux chaînes, les résultats de ce communiqué prennent en compte les programmes regardés en live, en différé privé et en délinéaire jusqu'au vendredi 28 février minuit, et uniquement les consommations en différé privé et en délinéaire pour les journées des 1^{er} et 2 mars.



Couverture mensuelle de la télévision par cible

Audience en Jour de Vision

Lundi-Dimanche - de 3h00 à 3h00 - 4 ans et +

| | Couverture mensuelle extrapolée | Couverture mensuelle (%) |
|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Individus de 4 ans et + | 61 488 000 | 98,0 |
| Individus de 15 ans et + | 54 233 000 | 99,6 |
| Individus de 4-14 ans | 7 228 000 | 86,8 |
| Individus de 15-34 ans | 14 982 000 | 99,2 |
| Individus de 25-49 ans | 19 418 000 | 99,6 |
| Individus de 25-59 ans | 27 964 000 | 99,7 |
| Femmes RDA - de 50 ans | 10 490 000 | 99,6 |
| Individus de 50 ans et + | 27 105 000 | 99,7 |
| Individus de CSP+ | 15 755 000 | 99,5 |



Caractéristiques de l'étude



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 **62,4 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.



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.

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.

Couverture mensuelle : nombre ou pourcentage d'individus ayant eu au moins un contact de 10 secondes consécutives avec le média Télévision ou la chaîne citée en moyenne sur 4 semaines consécutives.

À propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines.

Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 800 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international. En 2023, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 104,1 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

Plus d'informations : www.mediametrie.fr @Mediametrie Mediametrie.official Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr



Les Mots des Médias
Consultez + de 500 définitions