

Quelle durée d'écoute pour les
Ménagères abonnées CabSat ?

Les chaînes qui montent ?

Qui sont les abonnés à
une offre élargie ?

Affinité et chaînes ?

**CROISSANCE d'audience et
cœur de cible pour la chaîne C ?**

La structure de
mon auditoire ?

Quelles évolutions d'audience
sur les 15-34 ans ?

DEI, DET, PDA, TM, TC... ?

MEDIACABSAT / CROISSANCE d'audience et cœur de cible pour la chaîne C ?

TM (Extrap.) de la chaîne C / 4 ans et +

Janv. 09 – Juin 09

Sept. 09 – Fév. 10

13 776
contacts

+10,6%

15 233
contacts

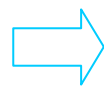
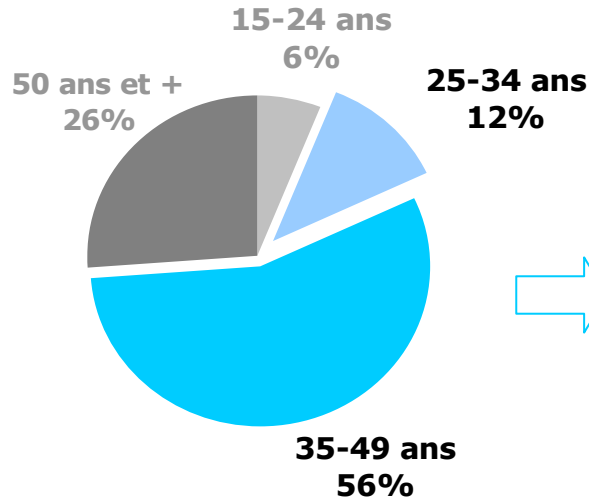
**La chaîne C AFFICHE UNE FORTE
CROISSANCE EN UNE VAGUE !**



Source : Médiamétrie MediaCabSat / Sept 09 - Fév 2010

Une AUDIENCE BOOSTÉE PAR LES ADULTES, CŒUR DE CIBLE DE LA CHAÎNE C

Répartition des âges de l'auditoire



68%
de 25-49 ans

> Les 25-49 ans

+36%
d'audience

+ 4 rangs

TM# LD 3H-27H

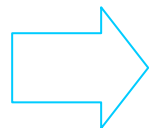
9 470



79% des ¼ d'heure en progression !

Source : Médiamétrie MediaCabSat / Sept 09 - Fév 2010. Evolution vs Janv. 09 – Juin 09

Recueillir les audiences des chaînes du Câble et du Satellite pour analyser les niveaux de consommation et leurs évolutions sur les cibles publicitaires



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

MEDIACABSAT / METHODOLOGIE

Définition

- Le MEDIACABSAT, réalisé par MEDIAMETRIE, est l'étude de référence de la mesure de l'audience des chaînes du Câble et du Satellite.

Méthodologie

- L'étude est réalisée auprès d'un panel d'environ **1 051 foyers**, soit **3 132 individus** âgés de 4 ans et plus, dont le foyer est abonné à une offre élargie soit via le câble ou le satellite.
- Le **recueil** de l'information est **audimétrique** et permet **d'enregistrer en permanence** :
 - Toutes les utilisations du ou des téléviseurs du foyer
 - Toutes les audiences de chacun des membres du foyer et de leurs invités

Résultats

- Les indicateurs disponibles sont :
 - Le taux moyen
 - Le taux cumulé
 - La part d'audience
 - La durée d'écoute par individu
 - La durée d'écoute par téléspectateurs
 - L'indice d'affinité
 - L'indice d'attractivité
 - L'indice d'assiduité
 - La structure d'auditoires
 - La couverture 1, 2, 3 ou 4 semaines

Planning des sorties

- 2 vagues par an.

Dernières vagues

- Vague 17 : du 29 déc. 2008 au 14 juin 2009
- **Vague 18 : du 14 sept. 2009 au 28 fév. 2010**

