

Quelles audiences hier ?

Taux moyen ?

Les points forts de la grille ?

Qui voit sa PDA croître sur un an ?

Quelles cibles sur le POSTE "AUTRES TV" ?

Les pics d'audience du mercredi ?

RDA et télé-achat ?

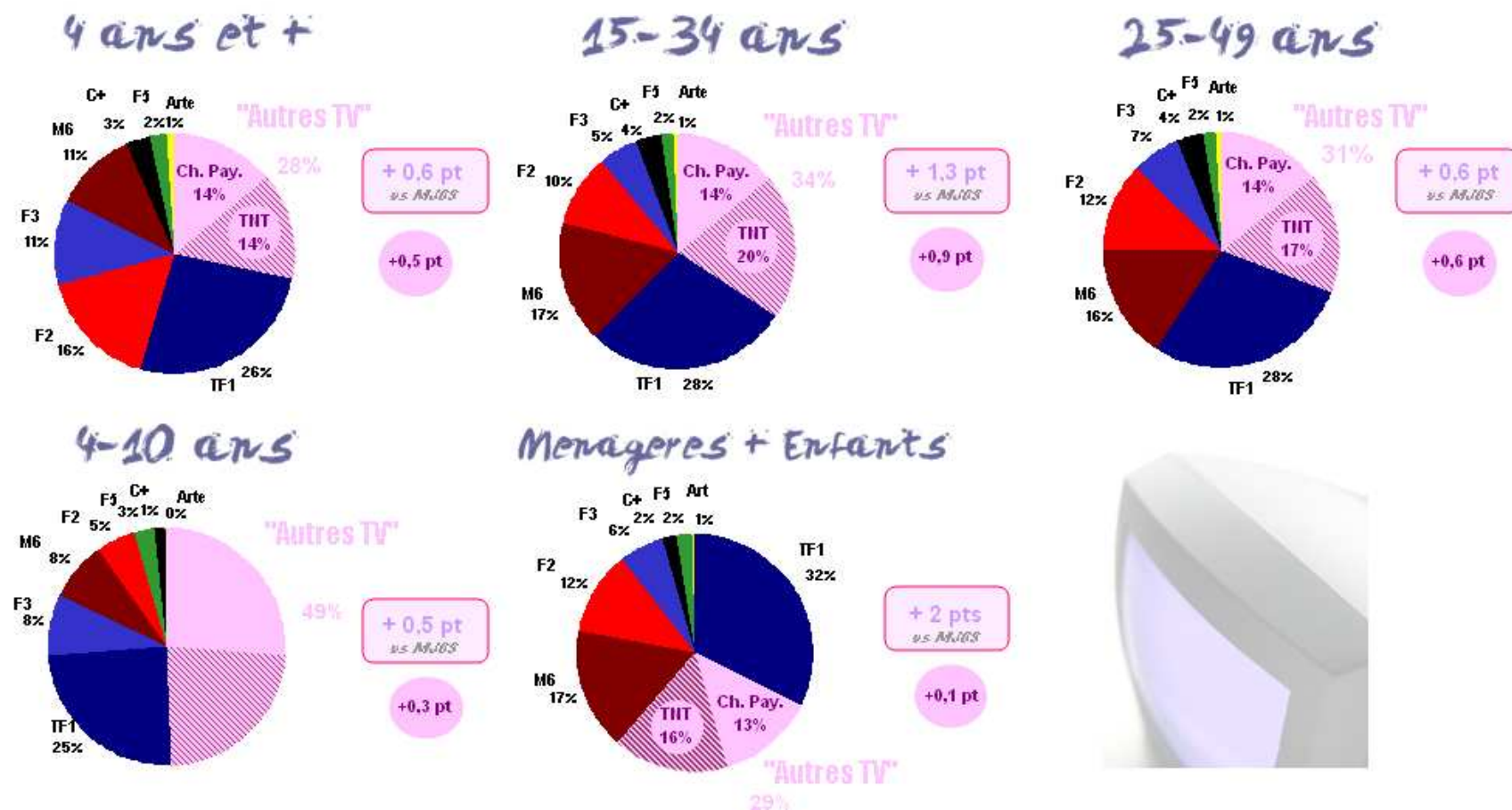
Le programme 14h-16h est-il en affinité avec ma cible ?

MEDIAMAT / Mes cibles sur le POSTE "AUTRES TV" ?

Le poste « **AUTRES TV** » s'impose comme **1er POSTE** de consommation TV sur les principaux cœurs de **CIBLES PUBLICITAIRES** poste.

PDA % - « Poste Autres TV » - SO 09 vs MJ 09

Chaînes de la TNT, chaînes thématiques, locales, régionales ou étrangères, chaînes non signées et services interactifs



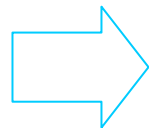
Source : Médiamétrie Médiamat

Recueillir précisément les audiences TV

pour analyser

les niveaux de consommation

et leurs évolutions sur les cibles publicitaires



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

Définition

- Le MEDIAMAT, réalisé par l'institut MEDIAMETRIE, est **l'étude de référence de la mesure quotidienne de l'audience des chaînes hertziennes nationales** et du poste Autres TV.

Méthodologie

- L'étude s'effectue sur un panel de plus de **3 845 foyers**, soit **plus de 9 479 individus** de 4 ans et plus, représentatifs de la population française équipée TV.
- Le **recueil d'information électronique audimétrique** à la seconde s'effectue par l'intermédiaire d'un boîtier de mesure branché au poste de télévision des panélistes. Ce système permet de **collecter les données en permanence** et de transmettre celles-ci au centre de traitement de Médiamétrie.

Résultats

- Les **données d'audience** sont **transmises quotidiennement** dès 9 heures du matin et sont disponibles sur :
 - Des indicateurs majeurs : la durée d'écoute, l'attractivité, le taux moyen et la part d'audience...
 - En jour daté
 - Par émission, écran, tranche horaire, minute...
 - Sur 24 cibles standards
- Le **logiciel MMW** permet **d'analyser de façon détaillée les comportements** des téléspectateurs et **d'analyser qualitativement les programmes**. Il permet également de **créer des cibles croisées** à partir de données socio-démographiques et de comportement d'audience, et de **consulter la base de données d'audience agrégée**, issue du panel MEDIAMAT, sur des cibles standards.

Planning des sorties

- Quotidiennement

