



Etude TV Locales – Septembre-Décembre 2014

Un public de près de 13 millions de personnes pour les chaînes locales, et plus d'1,2 million de téléspectateurs au quotidien

12,9 millions de personnes ont regardé* au moins une chaîne locale mesurée dans l'étude « **TV Locales** » sur la période intermédiaire septembre – décembre 2014. Chaque jour, **plus d'1,2 million de téléspectateurs** ** regardent une de ces chaînes, en moyenne **42 minutes** par jour.

En France, on compte **plus de 30 millions** de personnes âgées de 15 ans et plus, équipées de téléviseurs et habitant au sein du bassin de diffusion hertzienne d'au moins une des 33 chaînes mesurées à ce jour dans l'étude TV Locales :

- 26 chaînes en régions : Alsace20, Canal 32, DICI, Grand Lille TV, LCM, LCN, LMtv, Ma Télé, Mirabelle TV, Normandie TV, Tébéo, TébéSud, Télénantes, Télélim TV, TLT, TL7, TLM, TV7, TV Fil78, TV Sud Camargue-Cévennes, TV Sud Montpellier, TV Tours, TV Vendée, TV Rennes 35 Bretagne, Vosges TV et Wéo
- 7 chaînes en Île-de-France: les 4 chaînes du Canal 31 (BDM TV, Cinaps, Demain!, Télé Bocal), BFM Business, France 24 et IDF1.

Les résultats annuels de l'étude « TV Locales », seront publiés en juillet. Cette étude, propose aux chaînes locales des indicateurs de notoriété, d'habitudes d'écoute et d'audience. Elle fournit les performances détaillées, chaîne par chaîne, de **33 chaînes locales** sur l'ensemble de la saison. L'enquête est effectuée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de la population âgée de 15 ans et plus, équipée TV et habitant la zone de diffusion numérique hertzienne de la chaîne.

* Habitudes d'écoute des chaînes locales du lundi au dimanche : tous les jours, presque tous les jours, une à deux fois par semaine, moins souvent.

** Indicateur : Audience cumulée (nombre d'individus de 15 ans et plus, équipés TV, ayant regardé la chaîne, ne serait-ce qu'une fois, sur un jour moyen de la période étudiée et quelle qu'en soit la durée).

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Jeanne Laversin

Tél : 01 47 58 97 83

jlaversin@mediametrie.fr

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr