

## Médiamat Annuel

du 30 décembre 2024 au 28 décembre 2025

Audience en Jour de Vision

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

		Part d'audience (%)		Couverture mensuelle
		déc-25	Année 2025	déc-25
Agrégats	Total TV	100,0	100,0	61 921 000
	Chaînes nationales <sup>(1)</sup>	89,7	90,0	61 348 000
	Autres TV : chaînes thématiques, locales et étrangères	10,3	10,0	59 103 000
Chaînes	TF1	18,3	18,7	58 653 000
	FRANCE 2	14,0	14,9	56 558 000
	FRANCE 3	8,7	9,1	49 950 000
	FRANCE 4	1,3	1,0	39 259 000
	FRANCE 5	3,5	3,5	48 845 000
	M6	8,1	7,9	55 183 000
	ARTE	3,1	3,1	42 174 000
	W9	3,1	2,5	43 633 000
	TMC	3,5	3,0	48 110 000
	TFX	1,7	1,8	39 605 000
	GULLI	1,1	1,1	32 874 000
	BFM TV	2,7	2,8	45 090 000
	CNEWS	3,2	3,4	38 928 000
	LCI	2,0	2,0	37 571 000
	FRANCEINFO:	0,9	0,9	33 280 000
	CSTAR	1,3	1,2	33 304 000
	T18*	0,9	-	27 239 000
	NOVO19*	0,9	-	26 716 000
	TF1 SÉRIES FILMS	1,6	1,7	28 018 000
	L'ÉQUIPE	1,7	1,6	33 394 000
	6TER	1,7	1,8	30 162 000
	RMC STORY	1,7	1,7	39 053 000
	RMC DÉCOUVERTE	1,8	1,8	32 358 000
	CHÉRIE 25 / RMC LIFE**	1,3	1,2	26 361 000
	CANAL+ <sup>(2)</sup>	1,3	1,4	30 929 000

(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".

\* Les deux nouvelles chaînes de la TNT gratuite, T18 et Novo19, souscrivent au service Médiamat Editeurs Quotidien depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2025. A ce titre, leurs parts d'audience respectives ne sont donc pas publiées sur l'ensemble de l'année 2025 dans ce communiqué.

\*\* Chérie 25 jusqu'au 30 septembre, puis RMC LIFE à partir du 1<sup>er</sup> octobre



## 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 (%)	
	déc-25	Année 2025	déc-25	Année 2025
Individus de 4 ans et +	61 921 000	61 796 000	98,2	98,2
Individus de 15 ans et +	54 783 000	54 620 000	99,8	99,8
Individus de 4-14 ans	7 133 000	7 163 000	87,1	87,0
Individus de 15-34 ans	15 240 000	15 156 000	99,9	99,7
Individus de 25-49 ans	19 795 000	19 665 000	99,9	99,8
Individus de 25-59 ans	28 277 000	28 171 000	99,9	99,8
Femmes RDA – de 50 ans	10 631 000	10 597 000	99,8	99,9
Individus de 50 ans et +	27 246 000	27 223 000	99,8	99,9
Individus CSP+	16 370 000	16 176 000	99,8	99,8



## Communiqué de Presse

Médiamat Annuel

du 30 décembre 2024 au 28 décembre 2025



### 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.

**Couverture mensuelle** : nombre d'individus ayant eu au moins un contact de 10 secondes consécutives avec le média télévision au cours du mois Médiamat (si mois de 5 semaines, moyenne des 4 premières et 4 dernières semaines).

**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.

Le **Médiamat Annuel** fait partie de l'univers d'offres **MediaMat** de Médiamétrie. 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 privé, preview ou replay** par l'ensemble des Français âgés de 4 ans et plus, soit **63,1 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** dont 5 000 foyers équipés de téléviseurs à domicile reliés chacun à un audimètre fixe, source de la mesure de l'audience TV à domicile, et 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.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, le Médiamat intègre l'audience des Français non équipés de téléviseurs à domicile et des contenus TV regardés sur un écran internet à domicile.

**Cette évolution méthodologique rend impossible toute comparaison avec les résultats des années antérieures à 2024.**

Au cours de l'année 2025, plusieurs évolutions sont à noter sur la TNT, dont une nouvelle numérotation des chaînes à compter du 6 juin 2025. Tous les détails : [www.arcom.fr](http://www.arcom.fr)

### À propos de Médiamétrie, High trust data

Médiamétrie traite chaque jour plus d'1 milliard de données pour accompagner ses clients français et internationaux dans l'élaboration de leur stratégie. Au cœur de nos valeurs et de nos offres : une mesure transparente, juste, impartiale, inclusive, comparable et vérifiable. Médiamétrie met toute l'expertise de ses équipes au service de la conception et de la production de mesures d'audience de référence communes et souveraines pour les médias, les plateformes et le marché publicitaire, pour les univers audios et vidéos. Médiamétrie compte plus de 700 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 103,5 M€ en 2024.

Plus d'informations : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)



@Mediametrie



Mediametrie.official



Médiamétrie

#### Contacts Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau  
Juliette Destribats  
06 88 88 03 00  
[rex@mediametrie.fr](mailto:rex@mediametrie.fr)



Les Mots des Médias  
Consultez + de 500 définitions

