



## Médias

### 11,5 millions de Français sont concernés par la TNT



**M**édiamétrie est une entreprise de mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs <sup>(1)</sup>. Dans une récente étude portant sur la période du 2 au 29 juillet 2007, elle mesure l'audience de la TNT gratuite (télévision numérique terrestre), qui comprend à ce jour dix-huit chaînes, dont les sept hertziennes (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, Arte et M6). Ces chaînes peuvent être reçues par le public via un adaptateur TNT ou via les offres du câble, du satellite et de l'ADSL.

L'étude porte sur 1 576 personnes de 4 ans ou plus, au sein de foyers recevant la TNT sur leur poste de télévision. En France, 56,7 millions de personnes de 4 ans ou plus vivent dans un foyer équipé d'au moins un poste de télévision, dont 16,5 millions abonnés au câble, à Canalsat ou à TPS, et 11,6 millions ayant au moins un adaptateur TNT.

L'étude montre que les personnes ayant la TNT via un adaptateur sont plus consommatrices que l'ensemble des personnes équipées : la durée d'écoute quotidienne (du 2 au 29 juillet) est de 3h24 pour les premières, contre seulement 3h11 pour l'ensemble.

Par ailleurs, la part d'audience pour les chaînes hertziennes est de 77,7 % concernant les personnes disposant de la TNT, contre 83,2 % pour l'ensemble des personnes équipées.

Dans le détail, concernant les personnes disposant de la TNT, voici la répartition pour dix-sept chaînes <sup>(2)</sup> selon la part d'audience :

TF1 .....	31,4 %	} 50 %
France 2 .....	18,6 %	
France 3 .....	11,2 %	
M6.....	10,2 %	
France 5 .....	3,5 %	
W9.....	3,1 %	
TMC.....	3,1 %	
Gulli.....	3,1 %	
NT1.....	1,9 %	
Europe 2TV.....	1,9 %	
Arte.....	1,6 %	
NRJ 12 .....	1,6 %	
France 4 .....	1,4 %	
Canal+ .....	1,2 %	
BFM TV.....	1,0 %	
Direct 8.....	0,9 %	
I> Télé .....	0,8 %	
Autres TV.....	3,5 %	
Total .....	100,0 %	

#### Qui est derrière Médiamétrie ?

Médiamétrie revendique fortement son indépendance qu'elle légitime par son actionariat : 35 % pour les télévisions (France Télévisions, TF1 et Canal+), 35 % pour les publicitaires, 27 % pour les radios (Radio France, Europe 1, RMC et RTL), 2,8 % pour l'INA...

<sup>(1)</sup> - <http://www.mediаметrie.fr/>

<sup>(2)</sup> - LCP - Assemblée nationale / Public Sénat n'ont pas souscrit à la mesure d'audience. On peut le regretter car au niveau du contenu, c'est une chaîne non hertzienne intéressante.

# Economie

## 25 % du budget des ménages pour le logement

En 2006, selon l'INSEE, les dépenses de consommation des ménages français se sont élevées à 993,2 milliards d'euros (+ 2,1 % par rapport à l'année précédente).

L'INSEE souligne que pour la deuxième année d'affilée, les ventes de livres sont en repli de 1,1 %. La situation est encore moins favorable pour les journaux et périodiques, qui connaissent la baisse la plus marquée depuis dix ans (- 2,7 %), avec un repli surtout sensible pour les journaux.

Source : Georges Consalès, « Une consommation toujours dynamique en 2006 malgré le recul de l'automobile », INSEE Première n° 1143 de juillet 2007.



Quand un ménage a dépensé 100 euros, voici comme il les a utilisés :

### 25,2 pour le logement, le chauffage et l'éclairage.

dont : Location de logement ..... 18,6  
Chauffage, éclairage ..... 3,8

### 14,7 pour le transport.

dont : Achats de véhicules ..... 3,8  
Carburants, lubrifiants ..... 3,5

### 13,7 pour l'alimentation et les boissons non alcoolisées.

dont : Viandes ..... 3,6  
Fruits et légumes ..... 2,3  
Pain et céréales ..... 1,9  
Lait, fromages et œufs ..... 1,9

### 11,2 pour divers biens et services.

dont : Assurances ..... 3,5  
Soins personnels ..... 2,3

### 9,3 pour les loisirs et la culture.

dont : Services culturels et récréatifs ..... 3,5  
App. électroniques et informatiques ..... 2,1  
Presse, livres et papeterie ..... 1,3

### 6,2 pour les hôtels, cafés et restaurants.

### 5,9 pour l'équipement du logement.

### 4,7 pour les articles d'habillement et chaussures.

dont : Articles d'habillement ..... 3,9

### 3,4 pour la santé.

dont : Médicaments ..... 1,5

### 3,0 pour les boissons alcoolisées et le tabac.

### 2,8 pour les communications.

### 0,7 pour l'éducation.

## La pensée hebdomadaire

« Des armes, encore des armes, toujours des armes ! Fabriquées, vendues, données, échangées... Ce commerce ne cessera-t-il donc jamais ? Nous savons pourtant, depuis toujours, que plus il y a d'armes, plus il y a de dangers (...). Rançon d'infirmières ou pas, nous voulions venir sur ce marché pour ne pas le laisser complètement aller à d'autres. Nous savons bien que c'est folie car c'est un calcul à court terme. Qu'en sera-t-il de l'avenir ? Quel usage sera-t-il fait de ces armes et contre qui ? Contre la paix, en tout cas, qui ne peut que s'en trouver davantage menacée ».

François-Régis Hutin, éditorial de *Dimanche Ouest-France* du 5 août 2007.