



## Année Médias Outremer 2015

### La télévision et la radio confirment leur puissance, internet la renforce

Médiamétrie décrypte les habitudes médias des habitants des départements et des territoires d'Outremer (Caraïbes, Océan Indien, Océan Pacifique).

« Les habitants de l'Outremer sont de grands consommateurs de médias traditionnels, et au fil des ans, nos enquêtes démontrent que cette tendance se confirme.

Leurs niveaux d'écoute de la télévision et de la radio restent très élevés. Et la généralisation d'internet et des écrans mobiles renforce encore leur attrait pour ces médias que les habitants d'Outremer consultent aussi en ligne » commente Caroline Petit, Responsable d'Etudes et de Clientèle chez Médiamétrie.

#### Télévision et Radio, au cœur de la consommation média à l'Outremer

Les habitants d'Outremer sont attachés aux médias traditionnels comme la télévision et la radio. Chacun de ces médias les accompagne dans leur quotidien plus de 4 heures et ce depuis de nombreuses années.

En moyenne, plus de 8 personnes sur 10, soit près de **1,8 million** de 13 ans et plus, regardent chaque jour la **télévision** à l'Outremer. Certains territoires sont encore plus adeptes de ce média : **89%** des Martiniquais et **84%** des Guyanais regardent la télévision quotidiennement, respectivement **5h03** et **4h57**. Ce chiffre s'élève à **4h34** en Métropole (durée d'écoute quotidienne par téléspectateur).

La **radio** est aussi très écoutée dans les territoires de l'Outremer ; aux Antilles par exemple plus de **4h20** par jour et par auditeur en moyenne contre 2h56 en Métropole. Ce sont les Martiniquais et les Guadeloupéens qui consacrent le plus de temps à la radio avec respectivement **4h27** et **4h21** d'écoute quotidienne.

#### Des pics d'audience caractéristiques

Si comme en Métropole, la télévision et la radio ont une place prépondérante dans la vie des habitants de l'Outremer, l'écoute au quotidien de ces médias comporte des spécificités intimement liées au rythme de la vie quotidienne.

A l'Outremer, les journées commencent et se terminent plus tôt qu'en Métropole. Les prime times et les heures de grande écoute sont donc décalés par rapport à ceux de la Métropole.

Ainsi, dans tous les départements et territoires d'Outremer, les journaux télévisés du soir, diffusés entre **19h** et **20h**, sont les programmes qui fédèrent le plus de téléspectateurs. En France Métropolitaine, le pic d'audience est plus tardif; il se situe aux alentours de **21h**.

Ce rythme de vie plus matinal des Ultramarins influence aussi l'écoute de la radio. Son pic d'audience se situe durant les émissions matinales entre **6h30** et **7h15**, contre **8h-8h15** en Métropole.

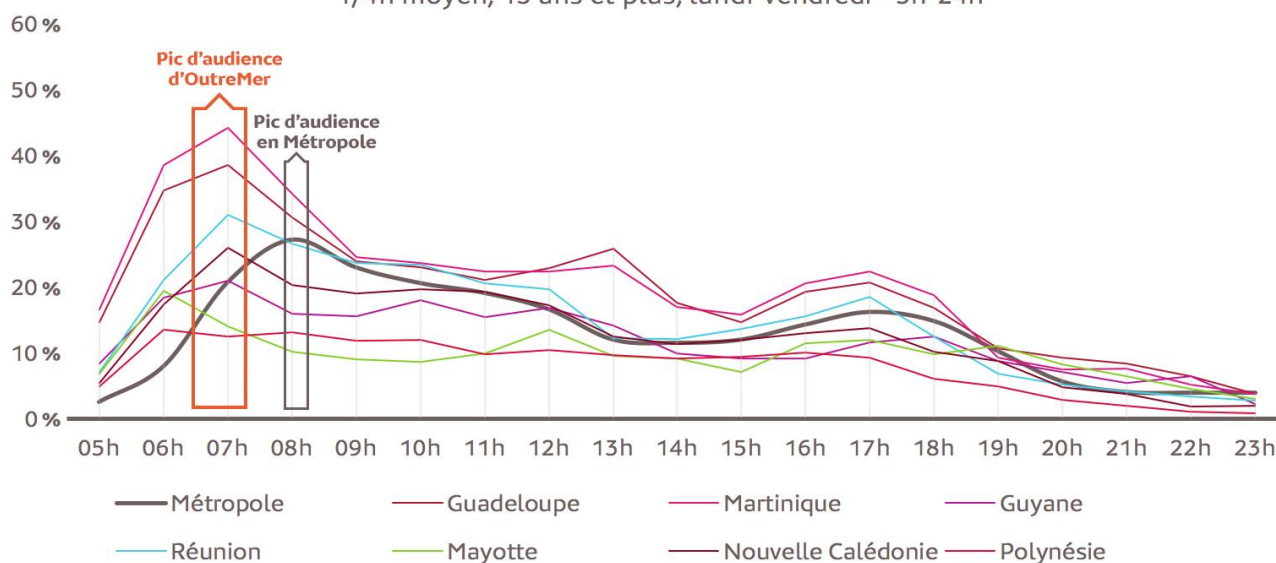
# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Médias Outremer 2015

## Courbe d'audience de la Radio Outremer et Métropole sur un jour moyen de semaine

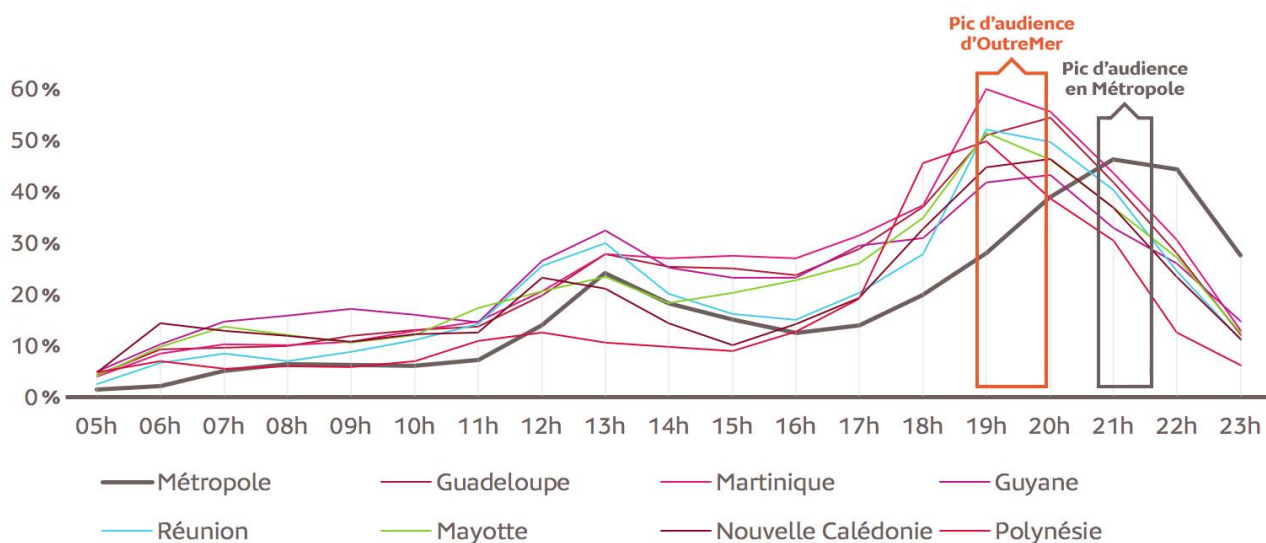
1/4h moyen, 13 ans et plus, lundi-vendredi - 5h-24h



Source : Année Médias Outremer 2015 - Médiamat 13 ans et plus

## Courbe d'audience de la Télévision Outremer et Métropole sur un jour moyen de semaine

1/4 moyen, 13 ans et plus, lundi-vendredi - 5h-24h



Source : Année Médias Outremer 2015 - Médiamat 13 ans et plus

### Internet : des points de contacts supplémentaires avec la TV et la radio

Avec internet, les opportunités de regarder la télévision et d'écouter la radio se multiplient, tout comme en Métropole.

A l'Outremer, le nombre d'internautes est en augmentation constante. Par exemple en 2015, **70%** des Réunionnais de 13 ans et plus se sont connectés à internet au cours du dernier mois, soit une augmentation de **16%** en 2 ans.

Cette progression du nombre d'internautes à l'Outremer et la multiplication des écrans favorisent l'écoute des médias sur internet. Ainsi, aux Caraïbes – Guadeloupe, Guyane, Martinique – plus de **7 personnes sur 10** de 13 ans et plus ont déjà écouté la Radio sur un téléviseur, un ordinateur, un téléphone mobile, une tablette tactile et/ou un baladeur numérique.

Source : Année Médias Outremer 2015 / Médiamat Lu-Ve 13 ans et plus



## Les études d'audience Outremer

Depuis 1991, l'enquête Métridom mesure l'audience des médias radio et télévision dans les départements de Guadeloupe, Martinique et Réunion et depuis 1994 en Guyane.

Depuis 2011, Médiamétrie mesure aussi l'audience des médias radio et télévision à Mayotte (pour rappel Mayotte est devenu le 5<sup>ème</sup> département d'Outremer), depuis 2013 en Nouvelle Calédonie et 2014 en Polynésie.

En 2015, l'échantillon de l'étude Métridom Guyane TV & Radio, s'étoffe : 1 650 interviews réalisées au global (vs 1 300 depuis 2012) réparties sur 2 périodes de l'année (une vague Avril-Mai de 650 interviews sur 6 semaines / une vague de rentrée Octobre-Décembre de 1 000 interviews sur 8 semaines).

En 2016, Médiamétrie lance une étude d'audience Presse aux Caraïbes.

## Définition des indicateurs d'audience

**Audience cumulée (AC) :** nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant regardé une chaîne de télévision ou écouté une station de radio au cours d'une période donnée quelle que soit la durée de leur écoute.

**Durée d'écoute par téléspectateur (DET) / auditeur (DEA) :** moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les chaînes de télévision/stations de radio par l'ensemble des téléspectateurs/auditeurs du support étudié.

## 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 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,5M€.*

Web : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr)

Twitter : [www.twitter.com/Mediаметrie](http://www.twitter.com/Mediаметrie)

Facebook : [www.facebook.com/Mediаметrie](http://www.facebook.com/Mediаметrie)

### Contacts Presse :

Jeanne Laversin

Tél : 01 47 58 97 83

[jlaversin@mediаметrie.fr](mailto:jlaversin@mediаметrie.fr)

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

[ilellouche-filliau@mediаметrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediаметrie.fr)