

La mesure de l'audience : la télévision

La mesure de l'audience de la télévision inclut les personnes qui visualisent ce média « malgré eux ».

« Malgré eux » signifie que nous sommes parfois amenés à regarder le média TV sans que cela ne soit forcément prévu. Par exemple, il se peut qu'un poste de télévision soit présente dans certains commerces.

Cela peut être le cas chez le coiffeur, une télévision est allumée pour servir d'ambiance de fond.

Ainsi, chaque client du coiffeur va regarder la télévision « malgré lui », pendant qu'il se fait couper les cheveux ! Nous prenons en compte cette audience un maximum, bien qu'elle soit très difficile à évaluer correctement. Il s'agit donc d'estimations.

Les principaux indicateurs quantitatifs liés au média TV sont les suivants :

- Nombre de personnes regardant la chaîne (+ estimations pour tous ceux qui regardent la chaîne sans avoir eux-mêmes allumé la télévision et sans s'être mis sur cette chaîne).
> Sur cet indicateur, nous prenons également en compte le fait que la télévision se regarde souvent à plusieurs, notamment entre membres d'un même foyer.
- Durée de la visualisation
- Part de marché (durée de visualisation de la chaîne contre la durée de visualisation totale de toutes les chaînes disponibles)
- Nombre de visualisations/commentaires/partages sur les plateformes en ligne (direct + replay)

Les indicateurs qualitatifs liés au média TV sont identiques à ceux de la presse, c'est-à-dire :

- Qui sont les auditeurs (âge, lieu de vie, catégorie socio-professionnelle, genre...) ?
- Où sont regardées les chaînes de télévision ? (dehors sur le téléphone ? à la maison ? exclusivement sur Internet, exclusivement sur un poste de télévision, un peu des deux ?)