



La TV perd de l'audience

publié le 27/01/2023

Bilan 2022 sur l'audience du média télévision

L'article paru sur le site e-marketing.fr (<https://www.e-marketing.fr/Thematique/media-1093/tv-2208/Breves/Baisse-de-la-duree-d-ecoute-du-media-TV-en-377969.htm>) reprend les audimats télévisuelles de l'année écoulée, et il semble qu'un tassement s'opère sur ce média grand public, validant le transfert d'une partie de son audience vers d'autres médias.

Le temps moyen passé devant le petit écran passe sous la barre des 3h30 toutes catégories confondues. Il va sans dire qu'il existe des disparités entre les différentes catégories de spectateurs, en particulier les 4 ans et + qui voit leur temps d'exposition baisser de manière progressive en comparaison avec les deux années précédentes. De là à penser que l'usage des tablettes et autres smartphones s'est largement répandues, est un pas qu'il conviendra de franchir après étude plus approfondie de la question.

L'article nous énonce aussi que les chaînes nationales et généralistes voient leur audimat s'éroder même si elles restent majoritaires dans le choix des Français au profit des chaînes thématiques tel que les chaînes infos comme données en exemple dans l'article en question.

D'autres informations vous attendent dans cet article mais il semble que ces données confirment la tendance actuelle de l'usage de canaux digitaux pour communiquer auprès des cibles potentiels, surtout si elles correspondent aux segments touchés par cette tendance à aller voir ailleurs que sur le traditionnel écran de télévision.



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.