

Médianalyses

Médias 2012 Les tendances à l'œuvre

Avril 2009

Table des matières

I. Introduction et méthodologie.....	3
II. Les dépenses de communication.....	4
III. Le cinéma.....	6
A. L'exploitation cinématographique.....	6
B. Les recettes cinématographiques.....	7
IV. La vidéo.....	8
A. Le chiffre d'affaires des éditeurs vidéo.....	8
B. La vente de vidéos.....	9
C. La vidéo en haute définition.....	9
D. La vidéo à la demande.....	10
E. La vidéo en ligne.....	11
V. La télévision.....	13
A. La durée d'écoute.....	13
B. Part d'audience des chaînes.....	14
C. Le financement de la télévision.....	16
D. Le coût des grilles des chaînes hertziennes.....	18
E. Les accès TV.....	20
F. La télévision sur haut débit.....	21
G. La télévision à la demande.....	25
H. La haute définition.....	29
I. La télévision mobile personnelle.....	31
J. La vidéo sur Internet.....	34
VI. La presse.....	35
VII. Les recettes publicitaires des médias.....	37
VIII. Les télécommunications.....	38
A. Les abonnements.....	38
B. Internet.....	39
C. Nouveaux réseaux d'accès Internet.....	41
D. Le trafic.....	43
E. Les revenus.....	44
IX. Annexes.....	45