



Chambourcy, le 12 mai 2011

Kantar Media analyse l'impact médiatique (UBM) des récents évènements mondiaux

Les grands évènements qui ont marqué l'actualité depuis le début de l'année :

- **L'ouverture de la 64^e édition du Festival de Cannes** > 197 UBM le 11 mai.
- **Mitterrand Président, l'héritage du 10 Mai 1981** > 619 UBM le 10 mai.
- **L'annonce de la mort d'Oussama Ben Laden** a produit en quelques heures un bruit médiatique inégalé depuis le début de l'année > 3000 UBM le 02 mai. **Soit 30 occasions, pour chaque français de 15 ans et plus, d'être exposé à cette information durant la journée.**
- **La béatification du Pape** > 532 UBM le 1^{er} mai. **La radio offre à cet évènement une couverture majeure avec plus de 100 minutes de temps d'antenne le 1er mai (dans les journaux d'information).**
- **La cérémonie du mariage princier** > 1233 UBM le 29 avril. Soit 12 occasions, pour chaque français de 15 ans et plus, d'être exposé à cette information durant la journée. **La première source de visibilité de l'évènement est la télévision avec 69% du bruit médiatique, contre 20% pour la presse écrite ou en ligne, et 11% pour la radio. Le Parisien Aujourd'hui en France et le Figaro sont les vecteurs les plus puissants en presse écrite.**
- **L'attentat perpétré à Marrakech** > 480 UBM le 29 avril.
- **Les catastrophes environnementales puis la menace nucléaire au Japon** > plus de 2000 UBM par jour entre le 12 et le 18 mars.
- **La crise et les offensives armées en Lybie** > plus de 1000 UBM par jour entre le 22 et le 24 février et entre le 19 et le 21 mars.
- **Le soulèvement populaire en Tunisie** > plus de 1000 UBM par jour entre le 14 et le 17 janvier.

Méthodologie de l'UBM:

L'UBM (Unité de Bruit Médiatique), créée en 2000, est l'indicateur de référence de mesure de l'impact médiatique. Il est produit par le pôle information de Kantar Media, en partenariat avec Médiamétrie.

Cet indicateur composite intègre l'espace rédactionnel (en pages ou en minutes) consacré à un sujet et l'audience du média qui véhicule cette information sur la cible 15 ans et plus. 1 UBM correspond à 1% de la population potentiellement exposée à une page ou une minute d'information sur un sujet dans les médias.

Indice de pression médiatique, l'UBM est mis en œuvre quotidiennement sur un panel de 110 supports (43 supports de Presse écrite, 54 tranches d'information Radio et TV, 13 supports de Presse en ligne) leaders en terme d'audience.

Contact : Service Communication Kantar Media france.courtieux@kantarmedia.com