

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE L'audience de la Radio en Avril-Juin 2009

Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Avril-Juin 2009
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- L'audience de la Radio en Ile de France, lundi-vendredi p. 2
- L'audience et la composition des couplages publicitaires et GIE p. 3
- L'audience et la définition des agrégats par format et par statut p. 4
- Les événements sur la période, les caractéristiques de l'enquête et la définition des indicateurs p. 5

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant du 30 mars au 28 juin 2009, mesurée auprès de 3 901 personnes âgées de 13 ans et plus.

Les résultats d'audience portent sur la base temporelle « Lundi-Vendredi » construite en mettant à part les Jours de Moindre Activité (JMA), jours pour lesquels le taux d'activité national est inférieur à 55%.

Sur la période Avril-Juin 2009, 6 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 13 avril, vendredi 1er mai, vendredi 8 mai, jeudi 21 mai, vendredi 22 mai et lundi 1er juin.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	AVRIL-JUIN 2009	JANVIER-MARS 2009	AVRIL-JUIN 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	6	5	5
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité <u>hors JMA</u> en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	77,1	74,2	76,6

⁽¹⁾ Taux d'activité : part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview.

L'audience du Média Radio en Ile de France, population des 13 ans et plus, en Lundi-Vendredi

	AVRIL - JUIN 2009					JANVIER - MARS 2009					AVRIL - JUIN 2008				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
5H - 24H	12,1	1 172	80,9	7 807	2h51	12,9	1 240	80,6	7 773	3h02	12,3	1 175	80,4	7 649	2h55
7H - 9H	24,3	2 348	49,5	4 779	0h59	24,5	2 364	48,5	4 680	1h01	23,1	2 199	47,9	4 556	0h58

Pour toute information: Isabelle MAURICE - Tél: 01 47 58 97 55 - E-mail : imaurice@mediametrie.fr

Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediapmetrie.fr>

Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs atteignant 1% d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h).

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

⁽¹⁾ 1 % = 96 470 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2009		JANVIER-MARS 2009		AVRIL-JUIN 2008	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	80,9	100,0	80,6	100,0	80,4	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	36,5	40,3	36,9	42,3	36,7	40,2
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	11,0	10,0	11,2	9,6	10,8	8,9
FRANCE INTER	10,7	10,3	11,1	12,0	10,1	8,5
RMC	7,5	6,1	7,7	6,5	6,5	6,5
RTL	13,6	13,2	13,4	13,3	14,8	15,9
<i>Programmes musicaux</i>	36,5	25,5	33,9	23,6	35,3	29,1
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	4,6	2,6	4,1	3,0	3,9	2,3
FUN RADIO	3,7	1,5	3,8	1,3	4,5	2,6
LE MOUV'	1,2	0,4	1,3	0,5	1,1	0,5
MFM	2,1	0,8	1,6	1,0	2,1	1,4
NOSTALGIE	5,5	3,6	4,1	2,3	5,5	4,5
NRJ	7,2	3,6	7,1	3,2	6,9	4,6
RFM	3,7	3,1	4,7	2,8	4,4	2,8
RIRE ET CHANSONS	4,4	1,4	3,7	1,7	2,9	1,3
RTL2	3,2	1,5	3,7	1,7	3,7	2,2
SKYROCK	9,9	5,7	8,4	5,0	8,7	5,3
VIRGIN RADIO	2,9	1,1	3,0	1,0	3,6	1,6
<i>Programmes thématiques</i>	19,6	12,9	19,2	12,7	17,4	11,3
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,8	2,2	1,7	1,1	1,8	1,5
FRANCE INFO	10,7	3,9	11,9	4,5	11,1	4,3
FRANCE MUSIQUE	1,8	1,1	1,5	1,3	1,0	0,7
RADIO CLASSIQUE	4,1	3,7	3,8	4,2	3,1	3,0
RFI	1,0	0,6	1,1	0,6	ND	ND
<i>Programmes locaux</i>	26,1	18,8	26,1	19,7	26,8	17,2
<i>Dont</i>						
ADO FM	4,2	1,9	4,1	1,6	4,2	1,6
CHANTE FRANCE	1,0	0,2	ND	ND	1,1	0,3
EVASION	1,2	0,7	ND	ND	1,0	0,8
FIP	2,0	1,2	1,7	1,5	1,9	1,8
GENERATIONS	2,2	1,7	1,6	1,0	ND	ND
OUI FM	2,2	1,0	2,7	1,5	3,3	1,5
RADIO FG	1,8	0,7	2,2	1,6	2,2	0,7
RADIO LATINA	3,3	1,8	2,6	1,3	3,2	1,9
RADIO NOVA	1,7	1,0	2,1	1,2	2,1	1,7
TROPIQUES FM	1,7	1,6	1,4	0,8	1,3	0,8
TSF JAZZ	1,7	1,1	2,6	1,9	1,8	0,8
VOLTAGE	2,9	1,2	2,7	1,0	2,7	0,8

ND = Non Disponible.

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ET GIE LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

⁽¹⁾ 1 % = 96 470 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2009		JANVIER-MARS 2009		AVRIL-JUIN 2008	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	80,9	100,0	80,6	100,0	80,4	100,0
GRUPE NRJ	19,1	11,2	17,2	10,2	17,0	12,6
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	20,4	12,1	18,4	11,1	18,5	14,0
IMPACT +	14,5	8,4	12,2	7,9	12,8	9,4
IP RADIO IDF	19,9	16,2	20,1	16,3	22,2	20,7
FIRST ILE DE FRANCE	6,9	3,1	7,2	3,0	7,9	4,8
LAGARDERE PUBLICITE	17,1	14,4	17,5	13,5	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,1	5,2	9,4	5,4	10,2	5,9
LAGARDERE METROPOLES IDF 2	8,5	5,4	9,6	5,5	ND	ND
LES INDEPENDANTS	19,0	12,2	19,8	13,4	19,8	11,2
PUISSANCE CAPITALE	11,8	8,0	11,0	6,4	10,2	4,5
LES PARISIENNES	9,4	4,9	9,4	6,1	9,8	5,5
PUBAUDIO IDF	9,4	5,0	8,5	3,9	8,9	4,3
SKYREGIE IDF	11,0	5,9	8,8	5,1	9,8	5,7

Le nom et /ou la composition des couplages publicitaires pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Avril-Juin 2009, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

Groupe NRJ = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

NRJ Global Massive Impact = Chérie FM, MFM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

Impact + = Chérie FM, MFM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio IDF = Fun Radio, RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio, RTL2

Lagardère Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Métropoles IDF = OUI FM, RFM, Virgin Radio

Lagardère Métropoles IDF 2 = Europe 1 Sport, OUI FM, RFM, Virgin Radio

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Tropiques FM, Voltage

Les Parisiennes = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz

Pubaudio IDF = Ado FM, Radio Latina, Voltage

Skyrégie IDF = Chante France, Skyrock

Les Indépendants* = 120 stations suivantes :

100%, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (02,59), Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex-Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations, Gold FM, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, **K6 FM**, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, **Magic La Radio**, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTL, Normandie FM, Océane FM (35,44,56), ODS Radio, Or FM, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RV1 (57), RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendence Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, Voltage.

* En italique figurent les nouvelles stations intégrant le couplage.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

⁽¹⁾ 1 % = 96 470 personnes de 13 ans et plus
⁽²⁾ 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2009		JANVIER-MARS 2009		AVRIL-JUIN 2008	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	80,9	100,0	80,6	100,0	80,4	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	25,8	20,4	26,2	22,5	24,6	18,6
dont : RADIO FRANCE	25,3	19,7	25,5	21,9	24,0	17,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	68,9	75,0	67,4	73,2	67,2	77,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,7	1,5	2,0	1,7	2,5	1,6

LA DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC, RTL, SUD RADIO.

Les programmes généralistes privés regroupent les stations : EUROPE 1, RMC, RTL, SUD RADIO.

Les programmes musicaux regroupent les stations : CHERIE FM, FUN RADIO, LE MOUV', MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK, VIRGIN RADIO.

Les programmes thématiques regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUE, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

Les programmes locaux comptent FIP et les radios locales non affiliées à un réseau national.

Radio France : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUE, FRANCE CULTURE, LE MOUV', FRANCE VIVACE.

LES AGREGATS PAR STATUT

Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

Les radios privées commerciales regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

Les radios privées associatives regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête Avril-Juin 2009, allant du 30 mars au 28 juin 2009, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Le 12 mai**, Jean-Luc Hees est nommé président du groupe Radio France sur proposition de Nicolas Sarkozy ; c'est la première nomination d'un dirigeant d'un groupe audiovisuel public dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel.
- **30 mai**, les Girondins de Bordeaux remportent le championnat de France de Ligue 1 de football.
- **Le 1^{er} juin**, le vol AF447 d'Air France, qui assurait la liaison Rio-Paris, disparaît au-dessus de l'Atlantique, faisant 228 morts.
- **Le 6 juin**, Barack Obama assiste à la commémoration du débarquement du 6 juin 1944 sur les plages de Normandie.
- **Le 7 juin**, victoire historique de Roger Federer en finale des Internationaux de France de Roland Garros.
- **Le 7 juin**, les élections européennes sont marquées par un record d'abstention, avec une participation de 43%.
- **Le 21 juin**, Nicolas Sarkozy s'adresse au Parlement réuni en Congrès à Versailles. **Le 23 juin**, il remanie le gouvernement. Frédéric Mitterrand est nommé Ministre de la Culture et de la Communication.

La période est également marquée par des mouvements de grève de l'audiovisuel public : **le 7 avril**, les antennes de Radio France sont perturbées, et **le 12 mai**, Radio France Internationale entre dans une grève illimitée en réaction à un plan social.

A l'international :

- **Le 1^{er} avril**, le sommet du G20, à Londres, est émaillé de manifestations.
- **Le 6 avril**, un violent tremblement de terre touche le sud de l'Italie, faisant près de 200 morts.
- **Le 24 avril**, première alerte à la grippe porcine au Mexique et aux Etats-Unis. **Le 1^{er} mai**, 500 cas sont confirmés dans le monde, avec l'apparition des premières transmissions intra-européennes.
- **Le 13 juin**, la réélection du président iranien Mahmoud Ahmadinejad suscite de vives protestations donnant lieu à plusieurs journées manifestations dans les rues de Téhéran.
- **Le 26 juin**, Michael Jackson, le "roi de la pop", décède à la suite d'une crise cardiaque à l'âge de 50 ans.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 30 mars et le 28 juin 2009** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 6 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 13 avril, vendredi 1er mai, vendredi 8 mai, jeudi 21 mai, vendredi 22 mai et lundi 1er juin.
- Les résultats portent sur **3 086 interviews pour la période Lundi-Vendredi**.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition entre les jours d'enquête.
- Interviews téléphoniques (téléphones filaires et mobiles) assistées par ordinateur entre 17h30 et 21h30.
- Recueil effectué sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour même de l'enquête). Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs :
audience cumulée (en %) x 96 470 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire, en pourcentage de la population, ou en Milliers.

AC : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire ou la journée (5h-24h), en pourcentage de la population, ou en Milliers.

DEA : Durée d'Ecoute par Auditeur (en heures / minutes).

PDA : Part D'Audience (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.