

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2009

**Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Janvier-Mars 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 29 décembre 2008 au 29 mars 2009, mesurée auprès de 3 895 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 Janvier-Mars 2009, 5 Jours de Moindre Activité ont été relevés : la semaine du lundi 29 décembre 2008 au vendredi 2 janvier 2009.

### Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	JANVIER-MARS 2009	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008	JANVIER-MARS 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	85	65
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	5	7	5
Nombre de jours de vacances scolaires	15	14	15
Taux d'activité <u>hors JMA</u> en Ile de France (en %) <sup>(1)</sup>	74,2	76,5	76,7

<sup>(1)</sup> 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

	JANVIER - MARS 2009					SEPTEMBRE - DECEMBRE 2008					JANVIER - MARS 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	12,9	1 240	80,6	7 773	3h02	12,3	1 175	82,7	7 873	2h50	12,6	1 198	81,8	7 781	2h56
7H - 9H	24,5	2 364	48,5	4 680	1h01	23,2	2 204	47,4	4 511	0h59	23,1	2 202	47,3	4 504	0h59

**Pour toute information:** Isabelle MAURICE -Tél: 01 47 58 97 55 -Fax: 01 47 58 09 26 -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)

<sup>(1)</sup> 1 % = 96 470 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2009		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		JANVIER-MARS 2008	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>80,6</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>100,0</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<b>36,9</b>	<b>42,3</b>	37,7	39,7	34,4	37,7
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	11,2	9,6	11,8	9,4	10,3	9,4
FRANCE INTER	11,1	12,0	11,7	10,4	10,2	9,8
RMC	7,7	6,5	6,5	6,3	4,9	4,0
RTL	13,4	13,3	13,4	13,1	14,5	14,1
<i>Programmes musicaux</i>	<b>33,9</b>	<b>23,6</b>	35,2	27,5	38,1	29,1
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	4,1	3,0	3,6	2,4	4,4	3,8
FUN RADIO	3,8	1,3	3,8	1,9	4,4	2,7
LE MOUV'	1,3	0,5	ND	ND	1,2	0,5
MFM	1,6	1,0	2,1	1,5	2,3	1,6
NOSTALGIE	4,1	2,3	4,9	3,5	4,9	3,2
NRJ	7,1	3,2	7,4	3,7	6,9	3,8
RFM	4,7	2,8	4,0	2,8	4,6	3,5
RIRE ET CHANSONS	3,7	1,7	3,8	1,6	3,5	1,6
RTL2	3,7	1,7	3,4	1,9	4,2	2,0
SKYROCK	8,4	5,0	9,7	5,8	9,9	4,8
VIRGIN RADIO	3,0	1,0	3,3	2,0	4,3	1,5
<i>Programmes thématiques</i>	<b>19,2</b>	<b>12,7</b>	19,5	12,2	18,6	11,9
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,7	1,1	2,2	1,3	1,9	1,5
FRANCE INFO	11,9	4,5	12,4	5,1	12,0	5,1
FRANCE MUSIQUE	1,5	1,3	1,3	1,1	2,2	1,4
RADIO CLASSIQUE	3,8	4,2	2,9	2,5	2,5	2,5
RFI	1,1	0,6	1,6	0,9	1,3	0,8
<i>Programmes locaux</i>	<b>26,1</b>	<b>19,7</b>	26,0	18,6	26,6	18,7
<i>Dont</i>						
ADO FM	4,1	1,6	3,5	1,5	3,8	1,5
BEUR FM	1,0	0,6	1,3	0,9	1,1	0,7
FIP	1,7	1,5	2,0	1,3	2,0	1,7
GENERATIONS	1,6	1,0	1,8	0,9	ND	ND
OUI FM	2,7	1,5	2,2	1,2	2,2	1,0
RADIO FG	2,2	1,6	2,4	1,2	3,0	1,3
RADIO LATINA	2,6	1,3	2,5	1,7	3,0	2,0
RADIO NOVA	2,1	1,2	1,8	1,1	1,7	0,9
TROPIQUES FM	1,4	0,8	1,2	0,9	ND	ND
TSF JAZZ	2,6	1,9	1,4	0,8	1,8	1,4
VOLTAGE	2,7	1,0	3,1	1,1	3,5	1,5

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

	JANVIER-MARS 2009		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		JANVIER-MARS 2008	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>80,6</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>100,0</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>
GRUPE NRJ	17,2	10,2	17,7	11,2	18,0	12,4
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	18,4	11,1	19,2	12,6	19,5	14,1
IMPACT +	12,2	7,9	12,7	9,0	13,6	10,2
IP RADIO IDF	20,1	16,3	19,9	16,9	22,5	18,7
FIRST ILE DE FRANCE	7,2	3,0	7,0	3,8	8,5	4,7
LAGARDERE PUBLICITE	17,5	13,5	ND	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	9,4	5,4	8,8	6,0	9,9	6,0
LAGARDERE METROPOLES IDF 2	9,6	5,5	9,0	6,1	ND	ND
LES INDEPENDANTS	19,8	13,4	18,6	11,8	19,6	12,3
PUISSANCE CAPITALE	11,0	6,4	10,8	5,6	10,2	5,5
LES PARISIENNES	9,4	6,1	8,5	5,3	9,9	6,0
PUBAUDIO IDF	8,5	3,9	7,8	4,4	9,3	5,0
SKYREGIE IDF	8,8	5,1	10,7	6,3	10,8	5,3

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 Janvier-Mars 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\*** = 118 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, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, 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 Jérico, 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) ex-Radio Valmont 1, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, **Sweet FM**, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, Voltage.

\* En italique figurent les couplages modifiés et nouvelles stations intégrant le couplage.

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

<sup>(1)</sup> 1 % = 96 470 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2009		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		JANVIER-MARS 2008	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>80,6</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>100,0</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	26,2	22,5	26,8	21,0	26,2	21,2
dont : RADIO FRANCE	25,5	21,9	25,9	20,1	25,4	20,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	67,4	73,2	68,6	75,1	68,4	74,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,7	2,1	1,1	2,7	1,5

## 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, ELISA.

### 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 Janvier-Mars 2009, allant du 29 décembre 2008 au 29 mars 2009, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- Une grève générale, émaillée de nombreuses manifestations, paralyse la Guadeloupe et la Martinique pendant plus de 6 semaines. **Le 20 janvier**, le collectif *LKP* déclenche la grève générale en Guadeloupe. Des mouvements sociaux suivent quelques jours plus tard en Martinique. **Le 4 mars**, un protocole d'accord est signé avec l'Etat. L'appel à la reprise est lancé.
- La période est marquée par de fortes intempéries. En particulier, **les 23 et 24 janvier**, le sud-ouest de la France est traversé par une violente tempête, faisant quatre morts et privant près d'1,7 million de foyers d'électricité.
- Deux grandes journées de mobilisation nationale ont lieu **le 29 janvier** et **le 19 mars**, perturbant fortement des antennes de Radio France, et l'ensemble de l'audiovisuel public. Plus d'1 million de manifestants se mobilisent dans toute la France. Par ailleurs, des mouvements économiques et sociaux ont lieu suite à l'annonce de plusieurs plans de licenciements.

L'actualité française est également marquée par les décès du producteur Claude Berri, **le 12 Janvier**, et du chanteur Alain Bashung, **le 14 mars**.

A l'international :

- **Le 20 janvier**, investiture de Barack Obama aux Etats-Unis. **Le 17 février**, Obama signe un plan de relance de 787 milliards de dollars pour faire face à la crise financière mondiale.

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 29 décembre 2008 au 29 mars 2009** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 5 Jours de Moindre Activité ont été relevés : la semaine du lundi 29 décembre 2008 au vendredi 2 janvier 2009.
- Les résultats portent sur **3 081 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.