

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

## Résultats intermédiaires Septembre-Octobre 2008

**Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Résultats intermédiaires Septembre-Octobre 2008**  
**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 1<sup>er</sup> septembre au 2 novembre 2008**, mesurée auprès de **3 507 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 Septembre-Octobre 2008, aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2007
Nombre de jours de semaine de la vague	45	40
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	0	0
Nombre de jours de vacances scolaires	6	1
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) <sup>(1)</sup>	75,8	79,5

<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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
5 h - 24 heures	12,5	1 189	82,5	7 852	2h53	12,6	1 194	82,1	7 760	2h55
7 h - 9 heures	23,2	2 204	47,0	4 468	0h59	23,4	2 216	48,0	4 540	0h59

**Pour toute information:** Nelly Dubner - Tél: 01 47 58 97 26 - Fax: 01 47 58 09 26 - E-mail: ndubner@mediametrie.fr  
 Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediaprometrie.fr>

***Ce communiqué de presse présente les résultats d'audience intermédiaires en Ile de France, publiés à mi-parcours de la période de référence septembre-décembre 2008.***

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

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,5</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<b>37,5</b>	<b>39,1</b>	36,4	35,8
<i>Dont</i>				
EUROPE 1	11,7	9,5	11,6	9,6
FRANCE INTER	11,0	9,8	12,1	9,2
RMC	6,7	6,2	5,9	4,7
RTL	13,4	13,2	13,1	12,0
<i>Programmes musicaux</i>	<b>34,8</b>	<b>27,1</b>	38,0	29,8
<i>Dont</i>				
CHERIE FM	4,0	2,5	5,4	3,5
FUN RADIO	4,0	2,2	4,4	1,7
MFM	2,1	1,5	1,9	0,9
NOSTALGIE	4,2	3,6	6,3	5,2
NRJ	7,6	3,9	7,6	3,8
RFM	3,8	2,6	5,0	3,4
RIRE ET CHANSONS	3,5	1,4	4,0	1,9
RTL2	3,3	1,5	4,4	2,3
SKYROCK	10,1	5,7	8,4	4,7
VIRGIN RADIO*	3,2	1,6	3,9	1,6
<i>Programmes thématiques</i>	<b>19,0</b>	<b>11,9</b>	20,1	11,4
<i>Dont</i>				
FRANCE CULTURE	1,7	1,0	2,0	1,0
FRANCE INFO	12,5	4,9	13,0	5,0
FRANCE MUSIQUE	1,6	1,4	ND	ND
RADIO CLASSIQUE	2,7	2,5	3,1	2,5
RFI	1,5	0,8	2,1	1,1
<i>Programmes locaux</i>	<b>27,9</b>	<b>19,8</b>	28,2	20,5
<i>Dont</i>				
ADO FM	3,5	1,4	3,6	1,6
BEUR FM	1,6	1,0	2,0	1,1
FIP	2,1	1,4	1,7	1,8
GENERATIONS	1,8	0,9	ND	ND
OUI FM	2,2	1,2	2,2	1,0
RADIO FG	2,2	1,3	3,1	1,4
RADIO LATINA	2,8	1,9	2,6	1,7
RADIO NOVA	2,0	1,2	1,7	1,1
RADIO ORIENT	2,5	1,5	2,2	1,1
TSF JAZZ	1,5	0,9	1,8	1,2
VOLTAGE	3,2	1,2	3,2	1,0

\* Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

ND = Non Disponible.

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
(1) 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus				
(2) 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus				
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,5</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	17,3	11,3	20,3	14,3
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	18,7	12,9	21,3	15,3
IMPACT +	12,1	8,9	15,5	11,5
IP RADIO IDF	20,2	17,0	21,0	16,1
FIRST ILE DE FRANCE	7,1	3,8	8,5	4,1
GROUPE RTL IDF	20,2	17,0	ND	ND
LAGARDERE PUBLICITE	35,2	26,2	36,2	26,8
LAP IDF	8,6	5,4	10,1	6,0
LES INDEPENDANTS	19,6	12,4	20,2	12,2
PUISSANCE CAPITALE	11,4	5,8	11,6	5,8
TOUT PARIS	19,4	11,2	20,8	11,8
LES PARISIENNES	8,7	5,6	9,9	6,0
PUBAUDIO IDF	8,2	4,5	8,5	4,2
SKYREGIE IDF	11,1	6,1	9,4	5,3

ND = Non Disponible. La composition des couplages publicitaires peut être différente sur les vagues précédentes.

## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

A compter de la période septembre-octobre 2008, 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, Sud Radio, Wit FM

**First Ile de France** = Fun Radio, RTL2

**Groupe RTL IDF\*** = **Fun Radio, RTL, RTL2**

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

**L.A.P. IDF** = OUI FM, RFM, Virgin Radio

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

**Tout Paris** = L.A.P. IDF, Puissance Capitale

**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\*** = **113 stations suivantes :**

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayais, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (59), Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact FM (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct 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, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, **Jazz Radio**, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus (ex Thollon), Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, 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) ex-Radio Valmont 1, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz ex-TSF, Variation ex-Tregor FM, VFM, Vibration, Voltage.

\* En gras italique figurent les nouveaux couplages ou couplages modifiés.

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
(1) 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus (2) 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus				
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,5</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	26,5	20,3	28,5	20,2
dont : RADIO FRANCE	25,7	19,5	27,4	19,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	69,2	76,0	68,5	74,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,1	1,0	3,5	2,6

## 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, 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 septembre-octobre 2008, allant du 1<sup>er</sup> septembre au 2 novembre 2008, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :*

- Sur l'ensemble de la période :
  - La crise financière mondiale affecte *Wall Street*, puis l'ensemble des places financières. **Le 15 septembre**, la banque américaine *Lehman Brothers* fait faillite. **Le 25 septembre**, Nicolas Sarkozy prononce un discours sur la crise financière. **Le 3 octobre**, le plan de sauvetage bancaire américain *Paulson 2* est promulgué par le Président Bush. **Les 6, 10 et 24 octobre**, chute historique des Bourse. **Le 31 octobre**, *Wall Street* s'affiche en hausse.
  - La campagne présidentielle aux Etats-Unis entre dans sa dernière ligne droite. En France, le candidat démocrate Barack Obama suscite une vive « *Obamania* ». **Le 16 octobre**, dernier débat entre John McCain et Barack Obama.
- **Le 2 septembre**, rentrée scolaire pour plus de 8 millions d'élèves en France.
- **Le 6 septembre**, premier match qualificatif pour le Mondial 2010 : défaite de la France face à l'Autriche. **Le 10 septembre**, victoire de la France face à la Serbie.
- **Le 12 septembre**, arrivée du Pape Benoît XVI en France. Il célèbre une messe à Lourdes, **le 14 septembre**.
- **Le 18 octobre**, le FMI annonce l'ouverture d'une enquête sur Dominique Strauss-Kahn, soupçonné d'abus de pouvoir. **Le 26 octobre**, Dominique Strauss-Kahn est blanchi par le conseil d'administration du FMI.

Cette période a été marquée par plusieurs journées de manifestations et de grèves : grève des syndicats CGT et Sud à la SNCF **les 22, 23 et 24 septembre**, grève à La Poste **le 22 septembre**, et à FIP **le 15 octobre**.

L'actualité a également été marquée par les décès de Paul Newman **le 26 septembre**, Jörg Haider **le 11 octobre**, Guillaume Depardieu **le 13 octobre**, et Sœur Emmanuelle **le 20 octobre**.

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **3 006 interviews** réalisées auprès d'individus **âgés de 13 ans et plus** en Ile de France, entre **le 1<sup>er</sup> septembre et le 2 novembre 2008** pour l'audience en **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 95 150 = 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.