

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE L'audience de la Radio en Septembre-Décembre 2008

Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Septembre-Décembre 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^{er} septembre au 28 décembre 2008, mesurée auprès de 7 014 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-Décembre 2008, 7 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 10 et mardi 11 novembre, et la semaine du lundi 22 au vendredi 26 décembre 2008.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008	AVRIL-JUIN 2008	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	85	65	85
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	7	5	7
Nombre de jours de vacances scolaires	14	10	14
Taux d'activité <u>hors JMA</u> en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	76,5	76,6	77,8

⁽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

	SEPTEMBRE - DECEMBRE 2008					AVRIL - JUIN 2008					SEPTEMBRE - DECEMBRE 2007				
	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	12,3	1 175	82,7	7 873	2h50	12,3	1 175	80,4	7 649	2h55	12,7	1 203	82,9	7 844	2h55
7H - 9H	23,2	2 204	47,4	4 511	0h59	23,1	2 199	47,9	4 556	0h58	24,2	2 286	49,5	4 681	0h59

Pour toute information: Laure OSMANIAN MOLINERO -Tél: 01 47 58 97 55 -Fax: 01 47 58 09 26 -E-mail : losmanian@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 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		AVRIL-JUIN 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,7	100,0	80,4	100,0	82,9	100
<i>Programmes généralistes</i>	37,7	39,7	36,7	40,2	36,3	36,2
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	11,8	9,4	10,8	8,9	11,0	9,2
FRANCE INTER	11,7	10,4	10,1	8,5	11,4	8,9
RMC	6,5	6,3	6,5	6,5	6,3	5,2
RTL	13,4	13,1	14,8	15,9	13,3	12,5
<i>Programmes musicaux</i>	35,2	27,5	35,3	29,1	37,5	29,1
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	3,6	2,4	3,9	2,3	5,0	3,1
FUN RADIO	3,8	1,9	4,5	2,6	4,4	1,8
MFM	2,1	1,5	2,1	1,4	1,9	1,2
NOSTALGIE	4,9	3,5	5,5	4,5	6,1	4,6
NRJ	7,4	3,7	6,9	4,6	7,8	4,6
RFM	4,0	2,8	4,4	2,8	4,6	3,0
RIRE ET CHANSONS	3,8	1,6	2,9	1,3	3,9	1,7
RTL2	3,4	1,9	3,7	2,2	4,1	2,1
SKYROCK	9,7	5,8	8,7	5,3	8,6	5,0
VIRGIN RADIO*	3,3	2,0	3,6	1,6	3,6	1,4
<i>Programmes thématiques</i>	19,5	12,2	17,4	11,3	21,1	12,7
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,2	1,3	1,8	1,5	2,7	1,5
FRANCE INFO	12,4	5,1	11,1	4,3	13,3	5,5
FRANCE MUSIQUE	1,3	1,1	1,0	0,7	1,7	1,2
RADIO CLASSIQUE	2,9	2,5	3,1	3,0	3,2	2,5
RFI	1,6	0,9	ND	ND	2,0	1,1
<i>Programmes locaux</i>	26,0	18,6	26,8	17,2	26,9	19,5
<i>Dont</i>						
ADO FM	3,5	1,5	4,2	1,6	3,7	1,5
BEUR FM	1,3	0,9	1,1	0,4	1,3	0,7
CHANTE FRANCE	1,0	0,5	1,1	0,3	1,1	0,7
EVASION	1,1	0,7	1,0	0,8	1,0	0,8
FIP	2,0	1,3	1,9	1,8	1,6	1,3
GENERATIONS	1,8	0,9	ND	ND	ND	ND
OUI FM	2,2	1,2	3,3	1,5	2,2	1,1
RADIO FG	2,4	1,2	2,2	0,7	3,1	1,2
RADIO LATINA	2,5	1,7	3,2	1,9	2,3	1,4
RADIO NOVA	1,8	1,1	2,1	1,7	2,1	1,5
RADIO ORIENT	2,0	1,2	1,1	0,8	1,6	1,0
TROPIQUES FM	1,2	0,9	1,3	0,8	1,3	0,8
TSF JAZZ	1,4	0,8	1,8	0,8	1,7	1,1
VOLTAGE	3,1	1,1	2,7	0,8	2,9	1,4

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

ND = Non Disponible.

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

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

⁽²⁾ 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		AVRIL-JUIN 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,7	100,0	80,4	100,0	82,9	100,0
GROUPE NRJ	17,7	11,2	17,0	12,6	20,2	13,9
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	19,2	12,6	18,5	14,0	21,2	15,1
IMPACT +	12,7	9,0	12,8	9,4	14,9	10,5
IP RADIO IDF	19,9	16,9	22,2	20,7	21,0	16,4
FIRST ILE DE FRANCE	7,0	3,8	7,9	4,8	8,2	3,9
LAGARDERE PUBLICITE	34,5	26,1	35,2	24,7	35,3	26,6
LA.P. IDF	8,8	6,0	10,2	5,9	9,8	5,6
LA.P. IDF 2	9,0	6,1	ND	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	18,6	11,8	19,8	11,2	19,6	12,7
PUISSANCE CAPITALE	10,8	5,6	10,2	4,5	10,7	6,2
LES PARISIENNES	8,5	5,3	9,8	5,5	9,8	5,9
PUBAUDIO IDF	7,8	4,4	8,9	4,3	8,0	4,4
SKYREGIE IDF	10,7	6,3	9,8	5,7	9,7	5,6

La composition des couplages publicitaires peut être différente sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Septembre-Décembre 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

First Ile de France = Fun Radio, 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

L.A.P. IDF 2* = Europe 1 Sport, OUI FM, RFM, Virgin Radio

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, 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* = 113 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis, 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, La 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, Tendence Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz ex-TSF, Variation ex-Tregor FM, VFM, Vibration, Voltage.

* En italique figurent les couplages modifiés et nouveaux couplages.

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

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

⁽²⁾ 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2008		AVRIL-JUIN 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,7	100,0	80,4	100,0	82,9	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	26,8	21,0	24,6	18,6	28,4	20,6
dont : RADIO FRANCE	25,9	20,1	24,0	17,8	27,3	19,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	68,6	75,1	67,2	77,5	68,9	74,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,1	1,1	2,5	1,6	3,0	2,0

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-Décembre 2008, allant du 1^{er} septembre au 28 décembre 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. **Les 6, 10 et 24 octobre**, chute historique des Bourses. **Le 26 novembre**, l'Europe engage un plan de relance de 200 milliards d'euros. **Le 4 décembre**, en France, Nicolas Sarkozy présente son plan de relance budgétaire de 26 milliards d'euros.
- La campagne présidentielle aux Etats-Unis entre dans sa dernière ligne droite. **Le 4 novembre**, les Etats-Unis élisent leur 44^e Président, le démocrate Barack Obama. **Le 19 décembre**, l'équipe du nouveau Président est constituée.
- Cette période a été marquée par de nombreuses journées de manifestations et de grèves : grève à La Poste **le 22 septembre**, à FIP **le 15 octobre**, à la SNCF **les 22, 23 et 24 septembre, les 6, 13 et 24 novembre et le 15 décembre**, à Air France **du 14 au 17 novembre**, des enseignants **le 20 novembre**, des salariés de l'audiovisuel public **le 25 novembre**, de l'ANPE **le 1er décembre**, et manifestation de plusieurs milliers de jeunes à Paris et dans toute la France, **les 16 et 18 décembre**.
- **Le 12 septembre**, arrivée du Pape Benoît XVI en France. Il célèbre une messe à Lourdes, **le 14 septembre**.
- La SNCF est victime d'une série d'incidents de caténaires. **Le 8 novembre**, une quarantaine de TGV, Thalys et Eurostar subissent d'importants retards suite à des actes de malveillance.
- **Du 14 au 16 novembre**, le Congrès du Parti Socialiste se déroule à Reims. **Le 25 novembre**, Martine Aubry est élue Première Secrétaire du Parti Socialiste.
- **Le 26 novembre**, Bombay subit une série de fusillades et d'explosions.
- **Le 6 décembre**, des émeutes éclatent en Grèce, suite à la mort d'un jeune tué par un policier.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 1^{er} septembre et le 28 décembre 2008** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 7 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 10 et mardi 11 novembre, et la semaine du lundi 22 au vendredi 26 décembre 2008.
- Les résultats portent sur **5 506 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 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.