

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE ILE DE FRANCE

## L'audience de la Radio en avril-juin 2004

Source : 75 000 + Radio Ile de France - Avril-Juin 2004 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- L'audience du média Radio en Ile de France et les événements sur la période \_\_\_\_\_ p. 2
- L'audience de la Radio \_\_\_\_\_ p. 3
- L'audience et la composition des couplages publicitaires et GIE \_\_\_\_\_ p. 4
- L'audience et la définition des agrégats de la Radio, les caractéristiques de l'enquête p. 5

L'audience de la Radio est mesurée sur la **population âgée de 13 ans et plus**. Les données de l'enquête ont été recueillies par interview téléphonique du **5 avril au 4 juillet 2004**.

**A compter de septembre 2003, les personnes joignables exclusivement sur leur téléphone mobile sont interrogées dans l'enquête 75 000 + Radio.**

**Pour toute information:** Christelle CROS - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : [ccros@mediametrie.fr](mailto:ccros@mediametrie.fr)  
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

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

# L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO EN ILE DE FRANCE

## ENSEMBLE DES 13 ANS ET PLUS - EN LUNDI-VENDREDI

	AVRIL-JUIN 2004					JANVIER-MARS 2004					AVRIL-JUIN 2003				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
5 h - 24 heures	12,6	1 160	83,8	7 718	171	12,9	1 192	87,5	8 060	169	13,7	1 251	87,0	7 975	179
7 h - 9 heures	23,4	2 159	50,1	4 618	56	24,2	2 233	50,6	4 658	58	25,4	2 325	51,4	4 710	59

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE D'UNE TRANCHE HORAIRE :

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

**AC : AUDIENCE CUMULEE** = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire, exprimé en pourcentage de la population, ou en Milliers.

**DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR** (en minutes).

## LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

*Sur la période d'enquête avril - juin 2004, allant du 5 avril au 4 juillet 2004, 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

**Conflit en Irak : le 10 avril**, un accord de cessez-le-feu est trouvé entre les troupes américaines et la « résistance islamique nationale », mais le conflit reprend dès le lendemain. **Le 13 avril**, la France appelle ses ressortissants à quitter l'Irak, suite à la prise d'otages d'une quarantaine de civils, dont un journaliste français. **Le 21 avril**, 5 attentats à la voiture piégée font 68 morts. **Le 24 avril**, plusieurs attentats suicides causent l'explosion de trois bateaux près de deux plates-formes pétrolières dans le Golfe tuant deux marins de la coalition. **Le 27 avril**, de violents combats entre l'armée américaine et des membres de la rébellion chiite font 43 morts parmi les rebelles. **Les 11, 14 et 17 juin**, des attentats font respectivement 47, 16 et 30 morts à Bagdad.

➤ **Le 7 avril** : grève des techniciens de RFI – Radio France Internationale.

➤ **Le 11 mai** : grèves du personnel d'ADP à Orly et Roissy qui perturbent les accès aux aéroports.

➤ **Le 13 mai** : grèves de la SNCF qui perturbent la moitié du trafic en banlieue parisienne et un tiers du trafic du réseau ferroviaire national.

➤ **Le 23 mai** : une partie du toit du terminal 2E de l'aéroport de Roissy s'effondre, faisant 5 morts et 3 blessés.

➤ **Le 5 juin** : entre 120 000 et 220 000 personnes manifestent à Paris pour la défense de l'assurance maladie.

➤ **Le 6 juin** : célébrations du 60ème anniversaire du Débarquement de Normandie réunissant 17 chefs d'Etats à Arromanches, dont G.W. Bush, G. Schröder et V. Poutine.

➤ **Du 7 au 29 juin** : plusieurs manifestations des salariés d'EDF et coupures d'électricité sauvages, notamment le **7 juin** dans plusieurs gares parisiennes, et le **28 juin** en gare Saint-Lazare à Paris.

➤ **Du 12 juin au 4 juillet** : Euro 2004 (football) - Elimination de la France le **25 juin**, victoire de la Grèce face au Portugal le **4 juillet**.

➤ **Du 28 juin au 8 juillet** : mouvements de grèves dans quelques stations de France BLEU.

➤ **Le 29 juin** : grève de 24 heures à France 3, touchant en particulier les journaux d'informations.

➤ **Jours fériés** : les lundi **12 avril** (Pâques), samedi **1er mai** (Fête du travail), samedi **8 mai** (Victoire 1945), jeudi **20 mai** (Ascension) et lundi **31 mai** (Pentecôte).

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

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC : AUDIENCE CUMULEE** (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**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.

(1) 1% = 92 120 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 91 620 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2004		JANVIER-MARS 2004		AVRIL-JUIN 2003	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,8</b>	<b>100,0</b>	<b>87,5</b>	<b>100,0</b>	<b>87,0</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<b>34,8</b>	<b>34,6</b>	<b>36,9</b>	<b>37,2</b>	<b>35,2</b>	<b>34,5</b>
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	11,3	9,4	13,4	10,7	12,6	9,5
FRANCE BLEU	1,1	0,7	1,0	0,6	NC	NC
FRANCE INTER	11,5	9,8	12,0	10,6	12,4	10,4
RMC INFO	3,5	2,6	3,2	2,7	2,2	1,8
RTL	13,4	12,1	14,2	12,6	13,1	12,4
<i>Programmes musicaux</i>	<b>40,3</b>	<b>32,4</b>	<b>40,0</b>	<b>30,8</b>	<b>41,8</b>	<b>32,6</b>
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	6,3	3,8	6,5	4,6	6,5	4,2
EUROPE 2	4,5	2,5	4,2	2,7	5,0	3,0
FUN RADIO	5,3	2,2	4,6	2,2	4,9	2,7
MFM	2,5	1,4	1,8	1,2	1,7	1,6
NOSTALGIE	5,8	4,5	6,7	4,6	6,4	3,9
NRJ	7,5	3,9	8,0	4,3	8,3	5,2
RFM	4,9	4,0	5,4	3,9	5,7	3,6
RIRE ET CHANSONS	4,4	1,8	4,0	1,5	4,0	1,4
RTL 2	3,7	1,9	3,1	1,2	4,0	2,2
SKYROCK	11,5	6,5	9,8	4,6	9,2	4,8
<i>Programmes thématiques</i>	<b>18,7</b>	<b>10,1</b>	<b>18,4</b>	<b>9,6</b>	<b>22,9</b>	<b>12,1</b>
<i>Dont</i>						
BFM	1,1	0,5	1,1	0,5	NC	NC
FRANCE CULTURE	1,6	1,1	1,4	0,9	1,5	0,9
FRANCE INFO	12,8	4,7	12,5	4,1	16,2	6,6
FRANCE MUSIQUES	1,6	1,2	1,9	1,3	2,0	1,1
RADIO CLASSIQUE	2,1	1,6	2,8	1,7	3,5	2,3
RFI	1,5	1,0	1,7	1,0	2,0	0,7
<i>Programmes locaux</i>	<b>27,2</b>	<b>19,7</b>	<b>28,4</b>	<b>19,5</b>	<b>28,4</b>	<b>18,5</b>
<i>Dont</i>						
ADO FM	6,2	2,7	5,9	2,4	5,6	2,2
BEUR FM	1,0	0,8	NC	NC	NC	NC
CHANTE FRANCE	1,8	0,7	2,4	0,9	1,9	0,8
EVASION FM	1,0	0,9	1,0	0,4	NC	NC
FIP	1,8	1,5	2,3	2,0	2,6	1,7
GENERATIONS PARIS JAZZ	1,2	0,4	1,3	0,6	NC	NC
OUI FM	3,7	2,5	3,0	2,2	4,3	2,4
RADIO FG	3,1	1,7	2,6	1,4	2,7	1,9
RADIO LATINA	1,0	0,3	1,3	1,0	1,3	0,5
RADIO NOVA	1,6	0,8	1,5	0,8	1,3	0,9
RADIO ORIENT	1,1	0,5	1,3	0,7	NC	NC
T.S.F.	1,3	1,0	1,7	0,9	1,3	1,1
VOLTAGE	3,2	1,4	3,0	1,3	3,2	1,0

NC = Non Communiqué.

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

## DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC** : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**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.

(1) 1 % = 92 120 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 91 620 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2004		JANVIER-MARS 2004		AVRIL-JUIN 2003	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,8</b>	<b>100,0</b>	87,5	100,0	87,0	100,0
GROUPE NRJ	20,8	14,0	22,0	15,0	22,3	14,6
TRIPLE IMPACT IDF	14,9	10,1	ND	ND	ND	ND
IP RADIO	23,7	17,6	22,4	17,3	22,8	18,9
IP TRILOGIK	11,0	5,5	9,2	4,7	ND	ND
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	37,9	29,6	39,6	30,1	39,6	28,9
L.A.P. IDF	12,0	9,0	11,6	8,8	13,8	9,1
LES INDEPENDANTS	20,6	13,7	20,0	12,5	20,0	12,5
PUISSANCE CAPITALE	12,8	7,4	12,9	6,3	ND	ND
TOUT PARIS	23,9	16,4	23,5	15,1	ND	ND
LES PARISIENNES	6,5	3,8	6,6	4,2	ND	ND
SKYREGIE IDF	13,0	7,2	12,0	5,5	ND	ND

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

## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup>

A compter de la vague avril - juin 2004, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

**Triple Impact IDF** = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

**IP Radio** = Fun Radio, MFM, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

**IP Trilogik** = Fun Radio IDF, MFM IDF, RTL2 IDF

**Lagardère Active Publicité** = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Active Publicité, Europe 1, Europe 2, Les Indépendants\*, RFM

**L.A.P. IDF** = Europe 2 IDF, RFM IDF, OUI FM

**Puissance Capitale** = Ado FM, Africa n°1, Beur FM, Evasion FM, Générations Paris Jazz, Média Tropical, Sport FM, Voltage

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

**Les Parisiennes** = Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF

**Skyrégie IDF** = Chante France, Skyrock

\* **Les Indépendants** = 95 stations suivantes :

100 % FM, Ado FM, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis 99.2, Cannes Radio, Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, **Contact Azur**, Contact FM (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, Forum, Fréquence Horizon (ex Horizon 62), Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit West, Hot Radio (ex Belledonne FM), Impact FM (Lyon), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Klip's FM, Lor'FM, Lyon Sport, **Magnum La Radio**, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM (59), Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Radio 6, Radio 8, Radio Catalogne Nord, Radio Cigogne, Radio Cristal (27, 78), RDL, Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'Auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil FM (56), Sport FM, Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, TSF Calais, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

<sup>(3)</sup> En gras figurent les nouveaux couplages ou nouvelles stations intégrant des couplages déjà existants.

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

## DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC : AUDIENCE CUMULEE** (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**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.

(1) 1 % = 92 120 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 91 620 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2004		JANVIER-MARS 2004		AVRIL-JUIN 2003	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,8</b>	<b>100,0</b>	87,5	100,0	87,0	100,0
<b>Agrégats par format</b>						
PROGRAMMES GENERALISTES	34,8	34,6	36,9	37,2	35,2	34,5
dt: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	24,6	24,1	27,0	26,0	25,0	23,7
PROGRAMMES MUSICAUX	40,3	32,4	40,0	30,8	41,8	32,6
PROGRAMMES THEMATIQUES	18,7	10,1	18,4	9,6	22,9	12,1
PROGRAMMES LOCAUX	27,2	19,7	28,4	19,5	28,4	18,5
RADIO FRANCE	26,6	19,2	26,7	19,9	31,3	21,7
<b>Agrégats par statut</b>						
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	27,5	20,2	27,8	20,9	32,3	22,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	70,8	75,0	73,9	74,8	73,1	74,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,2	1,5	1,7	1,3	2,4	1,1

## LA DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

### LES AGREGATS PAR FORMAT

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

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

**Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

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

**Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

**Radio France** : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUES, FRANCE CULTURE, LE MOUV', HECTOR, 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 CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **3 326 interviews** réalisées auprès d'individus âgés de 13 ans et plus en Ile de France, entre le 5 avril et le 4 juillet 2004 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 92 120 = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.