

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 126 000 RADIO MEDIAMETRIE ILE DE FRANCE

L'audience de la Radio en janvier-mars 2005

Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Janvier-Mars 2005 -
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 **3 janvier au 3 avril 2005**.

L'intégration des sur-échantillons des Médialocales pour la mesure d'audience nationale de la Radio n'entraîne pas de modification sur le dispositif Ile de France : le nombre d'interviews en 2005 reste inchangé par rapport à 2004, la précision des résultats d'audience reste donc identique à celle de l'an dernier.

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

Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs et 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

	JANVIER-MARS 2005					SEPTEMBRE-DECEMBRE 2004					JANVIER-MARS 2004				
	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 h	13,2	1 229	85,6	7 979	176	13,4	1 235	87,2	8 034	175	12,9	1 192	87,5	8 060	169
7 h - 9 h	24,2	2 252	51,2	4 777	57	24,9	2 290	51,7	4 765	58	24,2	2 233	50,6	4 658	58

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 **janvier-mars 2005**, allant du 3 janvier au 3 avril 2005, 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 5 janvier**, Florence Aubenas, journaliste française et son guide sont enlevés et retenus en otages. La France multiplie les démarches pour obtenir leur libération. Giuliana Sgrena, journaliste italienne, enlevée à Bagdad le **4 février**, est libérée le **5 mars**, mais son convoi est pris pour cible par les troupes américaines et le chef de mission des services secrets italiens est tué. **Le 30 janvier**, les Irakiens élisent leurs représentants à l'Assemblée nationale provisoire qui doit élaborer et approuver une nouvelle Constitution. C'est la coalition de l'ayatollah Sistani qui remporte ces élections.
- ✓ Conflit israélo-palestinien. Malgré les affrontements, Israël et la Palestine s'engagent dans un processus de paix. **Le 9 janvier**, Mahmoud Abbas est élu président de l'Autorité palestinienne. **Le 8 février**, Israël et la Palestine annonce l'arrêt des violences entre les deux pays lors du sommet de Charm el-Cheikh en Egypte. Cela se traduit par la libération de 500 détenus palestiniens le **21 février** et le retrait des troupes israéliennes à Tulkarem en Cisjordanie le **16 mars**.
- **Le 18 janvier** : interruption des programmes de France Inter de 7h45 à 8h10 suite à l'irruption d'intermittents sur le plateau du 7-9.
- **Le 19 janvier** : la SNCF est en grève.
- **Le 20 janvier** : l'Education Nationale et les administrations, en grève, demandent une revalorisation de leurs salaires.
- **Le 5 février** : 300 000 personnes manifestent en France pour la sauvegarde des 35h.
- **Du 10 février au 3 avril** : les lycéens manifestent à plusieurs reprises, notamment les **10 février** et **8 mars**, pour réclamer le retrait du projet de loi Fillon sur l'Ecole.
- **Le 14 février** : A Beyrouth, une voiture piégée tue le Premier Ministre libanais, Rafic Hariri.
- **Du 15 au 18 février** : les programmes de Radio Orient sont suspendus, à l'exception des flashes info, en hommage à l'ancien Premier Ministre libanais.
- **Le 15 février** : grève de 24h à France 3.
- **Du 18 au 22 février** : grève des agents de piste d'Orly suite à la mise à pied d'un salarié responsable du décès accidentel d'une hôtesse.
- **Le 25 février** : Hervé Gaymard, Ministre de l'économie et des finances, démissionne. Thierry Breton lui succède.
- **Le 10 mars** : journée de mobilisation nationale des salariés du public et du privé qui revendiquent une augmentation de leur pouvoir d'achat. 600 000 personnes manifestent en France. Les transports en commun sont très perturbés. Grève de 24h à France 3 et à Radio France : le 7-9 de France Inter n'est pas diffusé, les antennes de France Info, de France Culture et de France BLEU sont perturbées.
- **Le 28 mars** : en Indonésie, 3 mois après le tsunami, un violent séisme de magnitude 8,7 fait près de 300 morts sur l'île de Banyak et 1 000 morts sur l'île de Nias.
- **Le 31 mars** : lancement de la Télévision Numérique Terrestre à 18h.
- **Le 2 avril** : le Pape Jean-Paul II décède après plusieurs semaines de bulletins de santé alarmants.
- Jours fériés : **le lundi 28 mars** (Pâques).

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% = 93 220 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 92 120 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER- MARS 2005		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2004		JANVIER- MARS 2004	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,6	100,0	87,2	100,0	87,5	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	34,6	34,2	37,8	38,3	36,9	37,2
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	10,6	9,0	12,0	9,8	13,4	10,7
FRANCE BLEU	1,3	0,5	1,1	0,8	1,0	0,6
FRANCE INTER	10,1	8,5	11,9	9,5	12,0	10,6
RMC INFO	4,7	3,8	4,5	3,2	3,2	2,7
RTL	14,0	12,4	15,1	14,9	14,2	12,6
<i>Programmes musicaux</i>	40,0	30,2	41,6	31,2	40,0	30,8
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	6,0	3,6	5,9	3,5	6,5	4,6
EUROPE 2	3,0	1,1	4,4	2,5	4,2	2,7
FUN RADIO	5,4	2,9	5,3	2,6	4,6	2,2
MFM	2,0	1,2	2,7	1,7	1,8	1,2
NOSTALGIE	6,2	4,7	5,9	4,0	6,7	4,6
NRJ	8,0	4,0	8,7	4,7	8,0	4,3
RFM	4,8	4,0	5,5	2,8	5,4	3,9
RIRE ET CHANSONS	4,3	2,1	4,6	2,0	4,0	1,5
RTL2	3,6	1,6	4,5	2,2	3,1	1,2
SKYROCK	9,9	4,9	9,3	5,3	9,8	4,6
<i>Programmes thématiques</i>	20,2	11,5	18,8	9,6	18,4	9,6
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,4	1,2	1,7	0,8	1,4	0,9
FRANCE INFO	13,1	5,3	12,5	4,8	12,5	4,1
FRANCE MUSIQUES	2,2	1,2	1,7	0,9	1,9	1,3
RADIO CLASSIQUE	2,4	1,9	2,4	1,6	2,8	1,7
RFI	1,9	1,0	2,0	1,0	1,7	1,0
<i>Programmes locaux</i>	30,8	21,4	28,4	18,6	28,4	19,5
<i>Dont</i>						
ADO FM	5,7	2,5	6,1	2,7	5,9	2,4
CHANTE FRANCE	1,4	0,6	1,7	0,6	2,4	0,9
EVASION FM	1,3	0,9	1,1	0,6	1,0	0,4
FIP	2,6	2,3	2,1	1,6	2,3	2,0
LE MOUV'	1,7	0,6	1,5	0,5	1,0	0,4
OUI FM	3,8	1,9	3,2	1,4	3,0	2,2
RADIO FG	3,3	1,8	3,1	1,8	2,6	1,4
RADIO LATINA	1,7	0,8	1,7	0,9	1,3	1,0
RADIO NOVA	1,6	1,2	1,5	0,9	1,5	0,8
RADIO ORIENT	1,2	0,6	1,2	0,8	1,3	0,7
T.S.F.	1,8	1,1	1,2	0,6	1,7	0,9

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 % = 93 220 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 92 120 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER- MARS 2005		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2004		JANVIER- MARS 2004	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,6	100,0	87,2	100,0	87,5	100,0
GROUPE NRJ	21,9	14,5	22,2	14,1	22,0	15,0
TRIPLE IMPACT IDF	15,2	10,5	15,0	9,4	ND	ND
IP RADIO	23,4	18,1	25,7	21,4	22,4	17,3
IP TRILOGIK	10,2	5,7	12,0	6,5	9,2	4,7
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	38,7	28,9	38,1	27,8	39,6	30,1
L.A.P. IDF	10,9	7,0	11,9	6,7	11,6	8,8
LES INDEPENDANTS	23,4	14,6	20,6	12,5	20,0	12,5
PUISSANCE CAPITALE	14,5	8,5	13,0	7,5	12,9	6,3
TOUT PARIS	24,2	15,5	23,6	14,2	23,5	15,1
LES PARISIENNES	8,1	4,9	7,0	4,1	6,6	4,2
SKYREGIE IDF	11,3	5,5	10,9	5,9	12,0	5,5

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

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

A compter de Janvier – Mars 2005, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes⁽³⁾:

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, OUI FM, RFM IDF

Puissance Capitale = Ado FM, Africa n°1, Beur FM, Evasion FM, Générations Paris Jazz, Média Tropical, Radio Alfa, 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** = 105 stations suivantes :

100 % FM, 13 FM, Ado FM, Activ Radio, Alouette, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Cannes Radio, 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, ECN, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Galaxie (80), Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport (ex Lyon Sport), Hit West, Hot Radio, Impact FM (Lyon), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1^{ère}, 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 Bonheur, RCA-Radio Côte d'Amour, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cigogne, Radio Contact Azur, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, RVM-Radio Val de Meuse, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'Auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil Bretagne Sud (ex Soleil FM), Sport FM, Tempo FM, Thollon, Top Music, **Top Music Selestat**, Totem, Tregor FM, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽³⁾En gras italique figurent les nouvelles stations intégrant les couplages à partir de janvier-mars 2005

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 % = 93 220 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 92 120 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER- MARS 2005		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2004		JANVIER- MARS 2004	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,6	100,0	87,2	100,0	87,5	100,0
Agrégats par format						
PROGRAMMES GENERALISTES	34,6	34,2	37,8	38,3	36,9	37,2
dt: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	25,2	25,2	27,5	28,0	27,0	26,0
PROGRAMMES MUSICAUX	40,0	30,2	41,6	31,2	40,0	30,8
PROGRAMMES THEMATIQUES	20,2	11,5	18,8	9,6	18,4	9,6
PROGRAMMES LOCAUX	30,8	21,4	28,4	18,6	28,4	19,5
RADIO FRANCE	28,1	19,7	27,5	19,0	26,7	19,9
Agrégats par statut						
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	29,3	20,7	28,7	20,0	27,8	20,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	72,4	75,4	73,0	76,2	73,9	74,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,3	2,3	1,4	1,7	1,3

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

- **3 330 interviews** réalisées pour l'audience en **Lundi-Vendredi**, auprès d'individus **âgés de 13 ans et plus** en Ile de France, entre **le 3 janvier et le 3 avril 2005**.
- 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 **93 220** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.