



mediametrie

Le 22 novembre 2004

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE ILE DE FRANCE

Résultats intermédiaires

L'audience de la Radio en septembre-octobre 2004

Source : Médiamétrie - 75 000 + Radio Ile de France - Résultats intermédiaires Septembre-Octobre 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 et les caractéristiques de l'enquête _____ p. 3
- L'audience et la composition des couplages publicitaires et GIE _____ p. 4
- L'audience et la définition des agrégats de la Radio _____ p. 5

L'audience de la Radio est mesurée sur la **population âgée de 13 ans et plus**, résidant en Ile de France. Les données de l'enquête ont été recueillies par interview téléphonique du **30 août au 31 octobre 2004**.

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>

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 2004.

Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs atteignant 2% d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h).

<http://www.mediametrie.fr>

55/63, rue Anatole France - 92532 LEVALLOIS-PERRET CEDEX - FRANCE
société anonyme au capital de 930 000 Euros - rcs nanterre b 333 344 000 (90 b 262) - certifiée iso 9001

L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO EN ILE DE FRANCE

ENSEMBLE DES 13 ANS ET PLUS - EN LUNDI-VENDREDI

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
5 h - 24 heures	13,4	1 232	87,4	8 052	174	12,6	1 153	83,5	7 652	172
7 h - 9 heures	24,7	2 271	52,4	4 830	56	23,2	2 128	50,5	4 626	55

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 septembre-octobre 2004, allant du 30 août au 31 octobre 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.** Les prises d'otages de civils étrangers se multiplient. Parmi eux, deux humanitaires italiennes sont enlevées le **8 septembre** à Bagdad puis libérées le **28**. Deux Américains et un Anglais enlevés le **16 septembre** sont décapités quelques jours plus tard. Quant aux deux journalistes français retenus en otage depuis le 20 août, la France multiplie les démarches pour obtenir leur libération. Parallèlement, les affrontements entre Américains et Irakiens se succèdent et deviennent de plus en plus sanglants tout au long de la période. Les attentats à la voiture piégée deviennent quasi quotidiens ; le plus meurtrier a lieu à Bagdad le **14 septembre** et fait 73 morts.

◇ **Conflit israélo-palestinien.** Le **31 août**, à Beersheba en Israël, un double attentat suicide contre des autobus cause la mort de 18 personnes. Le **8 septembre**, un raid israélien sur Gaza tue 14 militants palestiniens. Le **28 septembre**, Israël déclenche l'opération « Jours de Pénitence » dans le nord de Gaza, en riposte aux tirs de roquettes artisanales Qassam sur des villes israéliennes par les combattants du Hamas, causant la mort d'au moins 85 palestiniens. Le **29 octobre**, Yasser Arafat quitte Amman pour être hospitalisé à Clamart en France.

◇ George W. Bush et John Kerry sont en campagne pour les élections présidentielles américaines. Trois débats télévisés les opposent les **30 septembre, 8 et 13 octobre**.

- **Du 1^{er} au 4 septembre** : à Beslan, en Russie, des terroristes pro-tchéchènes séquestrent, dans une école, plusieurs centaines d'adultes et d'enfants. Le **5 septembre**, l'intervention des forces spéciales russes entraîne la mort de 335 otages et fait plus de 700 blessés.
 - **Le 9 septembre** : un attentat à la voiture piégée visant l'ambassade d'Australie à Jakarta en Indonésie fait 12 morts et 180 blessés.
 - **Du 9 au 18 septembre** : dans la nuit du **15 au 16 septembre**, le cyclone "Ivan" frappe le littoral sud des Etats-Unis et fait au moins 11 morts, après avoir tué 70 personnes dans les Caraïbes. Le **18 septembre**, le passage du cyclone "Jeanne" provoque la mort de 600 personnes dans la région d'Haïti.
 - **Le 26 septembre** : un ingénieur français, travaillant pour le compte de Thalès, est assassiné en pleine rue à Djedda, en Arabie Saoudite.
 - **Le 6 octobre** : l'Union Européenne donne son aval à l'ouverture de négociations pour l'adhésion de la Turquie.
 - **Le 8 octobre** : une explosion devant l'ambassade d'Indonésie à Paris fait 12 blessés.
- En Egypte, trois attentats anti-israéliens revendiqués par un groupe proche d'Al Qaida dans le Sinaï font 32 morts, 38 disparus et 126 blessés.

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.

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2004		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2003	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	87,4	100,0	83,5	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	37,1	36,6	34,6	34,0
<i>Dont</i>				
EUROPE 1	11,6	9,0	11,8	9,0
FRANCE INTER	11,9	9,5	11,6	9,6
RMC INFO	4,4	2,8	2,8	1,5
RTL	15,0	14,2	13,5	13,3
<i>Programmes musicaux</i>	42,5	33,4	38,8	33,4
<i>Dont</i>				
CHERIE FM	5,9	3,5	6,2	4,7
EUROPE 2	5,1	3,0	3,9	2,8
FUN RADIO	5,7	2,9	4,0	2,1
MFM	2,6	1,7	NC	NC
NOSTALGIE	6,1	4,4	5,2	2,8
NRJ	8,8	4,5	7,8	5,0
RFM	6,0	3,2	5,9	4,1
RIRE ET CHANSONS	4,4	1,8	4,5	1,7
RTL 2	4,7	2,4	3,6	2,1
SKYROCK	9,6	5,9	10,0	6,6
<i>Programmes thématiques</i>	18,7	9,1	19,5	10,6
<i>Dont</i>				
FRANCE INFO	12,3	4,5	14,2	6,2
RADIO CLASSIQUE	2,6	1,7	2,2	1,1
RFI	2,0	1,1	NC	NC
<i>Programmes locaux</i>	27,9	18,5	27,6	18,9
<i>Dont</i>				
ADO FM	5,2	2,9	5,6	2,4
FIP	2,1	1,6	3,0	1,8
OUI FM	3,4	1,5	4,0	2,5
RADIO FG	3,0	1,6	2,8	1,6
RADIO LATINA	2,0	1,0	NC	NC
VOLTAGE	3,5	1,6	4,0	2,3

NC = Non Communiqué

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **3 013 interviews** réalisées auprès d'individus **âgés de 13 ans et plus** en Ile de France, entre **le 30 août et le 31 octobre 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.

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2004		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2003	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	87,4	100,0	83,5	100,0
GROUPE NRJ	22,4	14,2	21,0	14,2
TRIPLE IMPACT IDF	14,9	9,7	ND	ND
IP RADIO	26,2	21,3	21,9	19,1
IP TRILOGIK	12,5	7,1	ND	ND
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	37,6	27,7	37,7	29,0
L.A.P. IDF	13,0	7,7	13,0	9,4
LES INDEPENDANTS	20,0	12,4	19,6	12,8
PUISSANCE CAPITALE	11,4	6,8	ND	ND
TOUT PARIS	23,2	14,5	ND	ND
LES PARISIENNES	7,2	4,3	ND	ND
PUBAUDIO IDF	7,9	4,4	ND	ND
SKYREGIE IDF	11,1	6,4	11,5	7,0

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

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾

A compter de la vague septembre-octobre 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

Pubaudio IDF = Ado FM, Voltage

Skyrégie IDF = Chante France, Skyrock

* *Les Indépendants* = 102 stations suivantes :

100 % FM, **13 FM**, Ado FM, **Activ Radio**, Alouette, Alpes1, 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 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 Jérico, 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 Sun FM (69), Radio TFM, Radio TSF (Calais), RTS FM, 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, Totem, Tregor FM, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽³⁾ En gras figurent les nouveaux couplages ou nouvelles stations intégrant le couplage Les Indépendants.

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.

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2004		SEPTEMBRE- OCTOBRE 2003	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
(1) 1 % = 92 120 personnes de 13 ans et plus				
(2) 1 % = 91 620 personnes de 13 ans et plus				
RADIO EN GENERAL	87,4	100,0	83,5	100,0
Agrégats par format				
PROGRAMMES GENERALISTES	37,1	36,6	34,6	34,0
dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	26,9	26,1	24,6	23,9
PROGRAMMES MUSICAUX	42,5	33,4	38,8	33,4
PROGRAMMES THEMATIQUES	18,7	9,1	19,5	10,6
PROGRAMMES LOCAUX	27,9	18,5	27,6	18,9
RADIO FRANCE	27,2	18,6	28,5	20,6
Agrégats par statut				
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	28,4	19,7	28,9	21,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	73,1	76,7	69,4	74,3
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,4	1,2	1,5	1,0

LA DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC 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.