

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE L'audience de la Radio en Avril-Juin 2007

Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Avril-Juin 2007
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 2 avril au 1^{er} juillet 2007**, mesurée auprès de **3 887 personnes âgées de 13 ans et plus**.

Conformément à une décision du Comité Radio, les résultats d'audience de la Radio sont produits sur **une nouvelle 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 avril-juin 2007, **6 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundis 9 et 30 avril, les mardis 1^{er} et 8 mai, le jeudi 17 mai et le lundi 28 mai**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	AVRIL-JUIN 2007	JANVIER-MARS 2007	AVRIL-JUIN 2006
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	6	3	6
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	75,0	78,1	76,4

⁽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

	AVRIL - JUIN 2007					JANVIER - MARS 2007					AVRIL - JUIN 2006				
	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	12,9	1 222	82,2	7 775	2h59	12,9	1 223	83,9	7 937	2h56	12,2	1 146	83,7	7 842	2h47
7H - 9H	25,4	2 406	49,7	4 696	1h01	23,9	2 256	49,1	4 641	0h58	22,2	2 083	46,3	4 335	0h58

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.mediametrie.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 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 93 720 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2007		JANVIER-MARS 2007		AVRIL-JUIN 2006	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,2	100,0	83,9	100,0	83,7	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	36,8	38,8	37,2	38,2	32,7	34,9
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	9,7	9,2	13,2	11,7	11,1	10,4
FRANCE INTER	10,5	9,0	9,1	7,9	9,6	8,2
RMC	6,8	5,2	6,4	5,6	5,2	4,0
RTL	14,8	14,6	14,0	12,1	12,7	11,8
<i>Programmes musicaux</i>	38,0	29,8	38,6	30,8	ND	ND
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	4,9	3,0	6,1	4,9	5,4	3,3
EUROPE 2	3,4	1,4	3,7	1,7	3,2	1,2
FUN RADIO	4,8	2,5	4,8	2,7	4,9	2,6
LE MOUV'	1,2	1,0	1,5	0,7	1,3	1,0
MFM	1,4	1,8	2,1	1,3	2,5	1,6
NOSTALGIE	5,7	3,4	4,8	3,3	5,8	3,7
NRJ	7,9	4,0	7,9	4,6	8,9	4,2
RFM	4,6	3,5	5,2	3,1	5,8	5,0
RIRE ET CHANSONS	2,7	1,0	3,3	1,1	4,6	1,9
RTL2	4,0	2,0	3,9	2,6	3,9	2,2
SKYROCK	9,6	6,2	8,8	4,8	8,1	5,0
<i>Programmes thématiques</i>	19,7	11,3	18,0	10,1	18,9	10,4
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,4	1,2	2,1	1,6	2,4	1,4
FRANCE INFO	12,7	5,2	10,0	4,0	12,2	5,0
RADIO CLASSIQUE	3,8	2,9	2,8	1,8	3,5	2,0
RFI	1,2	0,7	2,0	0,9	1,1	0,7
<i>Programmes locaux</i>	26,1	17,8	28,8	19,2	ND	ND
<i>Dont</i>						
ADO FM	4,9	1,9	4,2	1,6	4,6	2,4
BEUR FM	1,5	0,9	1,3	0,6	ND	ND
FIP	1,9	2,0	2,1	1,9	2,0	1,8
GENERATIONS PARIS JAZZ	1,6	0,4	1,5	1,1	1,2	0,6
OUI FM	2,1	0,9	3,6	1,5	3,3	1,7
RADIO FG	3,3	1,8	4,1	1,8	2,9	1,4
RADIO LATINA	2,2	1,3	1,6	0,8	1,9	1,8
RADIO NOVA	2,0	1,1	2,1	1,5	1,2	0,9
TSF	1,8	1,1	1,6	0,7	1,3	0,7
VOLTAGE	3,5	1,3	3,3	1,5	3,8	1,5

ND = Non Disponible.

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

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

(2) 1 % = 93 720 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2007		JANVIER-MARS 2007		AVRIL-JUIN 2006	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,2	100,0	83,9	100,0	83,7	100,0
GROUPE NRJ	19,2	11,4	19,8	13,9	21,4	13,1
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	20,2	13,2	21,3	15,2	ND	ND
IMPACT +	13,3	9,2	14,4	10,7	ND	ND
IP RADIO IDF	22,2	19,0	21,7	17,4	ND	ND
FIRST ILE DE FRANCE	8,5	4,5	8,4	5,2	ND	ND
LAGARDERE PUBLICITE	36,9	27,2	40,0	29,5	37,3	30,9
L.A.P. IDF	9,7	5,7	11,3	6,4	11,2	7,9
LES INDEPENDANTS	21,3	13,1	22,4	12,9	21,3	14,2
PUISSANCE CAPITALE	13,0	6,9	12,0	6,6	13,3	7,5
TOUT PARIS	22,0	12,6	22,7	13,0	23,4	15,4
LES PARISIENNES	9,4	5,6	ND	ND	ND	ND
LES PARISIENNES SANS CHANTE FRANCE	8,5	5,3	9,0	4,8	6,9	4,8
PUBAUDIO IDF	9,0	4,5	ND	ND	ND	ND
SKYREGIE IDF	10,5	6,5	10,3	5,7	9,9	5,7

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

ND = Non Disponible.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Avril-Juin 2007, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Impact + = Chérie FM, Nostalgie, MFM, Rire et Chansons

NRJ Global Massive Impact = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, MFM, Rire et Chansons

IP Radio IDF = Fun Radio, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

First Ile de France = Fun Radio, RTL2

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

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

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion FM, Générations Paris Jazz, Média Tropical, Radio Alfa, Sport MX, Voltage

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

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

Les Parisiennes sans Chante France** = Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF

Pubaudio IDF** = Ado FM, Radio Latina, Voltage

Skyrégie IDF = Chante France, Skyrock

***Les Indépendants** = 113 stations suivantes :

100 %, 13 FM, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, 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, ECN, Est FM, Evasion FM (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jordanne FM, Kiss FM, La Radio Plus (ex Thollon), Là La Radio, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Média Tropical, Ménergy, 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 ex-Cannes Radio, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio TFM, Radio Valmont 1 (57), Radio Vitamine, Radiocéan, RCA-Radio Côte d'Amour, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sauvagine, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sport MX ex-Sport FM, Tempo FM, Tendance Ouest (50) ex-Radio Manche, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, TSF Côte d'Azur (06), Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

** En italique, figurent les couplages modifiés.

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

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

⁽²⁾ 1 % = 93 720 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2007		JANVIER-MARS 2007		AVRIL-JUIN 2006	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	82,2	100,0	83,9	100,0	83,7	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	26,5	20,4	24,5	18,9	25,0	19,2
dont : RADIO FRANCE	25,8	19,8	23,4	18,0	24,3	18,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	70,1	75,9	71,9	77,7	71,5	75,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,2	2,1	1,5	2,1	1,5

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, EUROPE 2, FUN RADIO, LE MOUV', MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

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.

* Depuis la période Septembre-Décembre 2006, la station Le Mouv' a intégré les « programmes musicaux » et est sortie des « programmes locaux ».

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 Avril-Juin 2007, allant du 2 avril au 1^{er} juillet 2007, 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, l'actualité en France a été marquée par la campagne présidentielle :

- **Le 22 avril**, premier tour des élections présidentielles,
- **Le 28 avril**, débat entre S. Royal et F. Bayrou,
- **Le 2 mai**, débat présidentiel du deuxième tour entre N. Sarkozy et S. Royal,
- **Le 6 mai**, second tour des élections présidentielles,
- **Le 16 mai**, passation de pouvoir entre N. Sarkozy et J. Chirac,
- **Le 18 mai**, nomination du gouvernement de F. Fillon,
- **Le 10 juin**, premier tour des élections législatives,
- **Le 17 juin**, second tour des élections législatives.

Parmi les mouvements sociaux sur la période, on note une grève à France Inter le 28 juin.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 2 avril et le 1^{er} juillet 2007** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus en Ile de France. **6 Jours de Moindre Activité** ont été relevés : les lundis 9 et 30 avril, les mardis 1^{er} et 8 mai, le jeudi 17 mai et le lundi 28 mai.
- Les résultats portent sur **3 160 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 94 570 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENGE

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.