

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2008

**Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Janvier-Mars 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 31 décembre 2007 au 30 mars 2008, mesurée auprès de 3 886 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 Janvier-Mars 2008, **5 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 31 décembre 2007, mardi 1<sup>er</sup> janvier, mercredi 2 janvier, vendredi 4 janvier et lundi 24 mars 2008.**

### Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	JANVIER-MARS 2008	SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007	JANVIER-MARS 2007
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	85	65
Nombre de Jour(s) de Moindre Activité	5	7	3
Nombre de jours de vacances scolaires	15	14	15
Taux d'activité <u>hors JMA</u> en Ile de France (en %) <sup>(1)</sup>	76,7	77,8	78,1

<sup>(1)</sup> 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

	JANVIER - MARS 2008					SEPTEMBRE - DECEMBRE 2007					JANVIER - MARS 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	12,6	1 198	81,8	7 781	2h56	12,7	1 203	82,9	7 844	2h55	12,9	1 223	83,9	7 937	2h56
7H - 9H	23,1	2 202	47,3	4 504	0h59	24,2	2 286	49,5	4 681	0h59	23,9	2 256	49,1	4 641	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.mediаметrie.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).**

<http://www.mediаметrie.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 05 262) - certifiée iso 9001

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

(<sup>1</sup>) 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus  
(<sup>2</sup>) 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007		JANVIER-MARS 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>	<b>82,9</b>	<b>100,0</b>	<b>83,9</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<b>34,4</b>	<b>37,7</b>	36,3	36,2	37,2	38,2
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	10,3	9,4	11,0	9,2	13,2	11,7
FRANCE INTER	10,2	9,8	11,4	8,9	9,1	7,9
RMC	4,9	4,0	6,3	5,2	6,4	5,6
RTL	14,5	14,1	13,3	12,5	14,0	12,1
<i>Programmes musicaux</i>	<b>38,1</b>	<b>29,1</b>	37,5	29,1	38,6	30,8
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	4,4	3,8	5,0	3,1	6,1	4,9
FUN RADIO	4,4	2,7	4,4	1,8	4,8	2,7
LE MOUV'	1,2	0,5	1,2	0,6	1,5	0,7
MFM	2,3	1,6	1,9	1,2	2,1	1,3
NOSTALGIE	4,9	3,2	6,1	4,6	4,8	3,3
NRJ	6,9	3,8	7,8	4,6	7,9	4,6
RFM	4,6	3,5	4,6	3,0	5,2	3,1
RIRE ET CHANSONS	3,5	1,6	3,9	1,7	3,3	1,1
RTL2	4,2	2,0	4,1	2,1	3,9	2,6
SKYROCK	9,9	4,8	8,6	5,0	8,8	4,8
VIRGIN RADIO*	4,3	1,5	3,6	1,4	3,7	1,7
<i>Programmes thématiques</i>	<b>18,6</b>	<b>11,9</b>	21,1	12,7	18,0	10,1
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,9	1,5	2,7	1,5	2,1	1,6
FRANCE INFO	12,0	5,1	13,3	5,5	10,0	4,0
FRANCE MUSIQUE	2,2	1,4	1,7	1,2	1,4	1,0
RADIO CLASSIQUE	2,5	2,5	3,2	2,5	2,8	1,8
RFI	1,3	0,8	2,0	1,1	2,0	0,9
<i>Programmes locaux</i>	<b>26,6</b>	<b>18,7</b>	26,9	19,5	28,8	19,2
<i>Dont</i>						
ADO FM	3,8	1,5	3,7	1,5	4,2	1,6
BEUR FM	1,1	0,7	1,3	0,7	1,3	0,6
CHANTE FRANCE	1,2	0,5	1,1	0,7	1,6	0,8
EVASION	1,0	0,7	1,0	0,8	ND	ND
FIP	2,0	1,7	1,6	1,3	2,1	1,9
OUI FM	2,2	1,0	2,2	1,1	3,6	1,5
RADIO FG	3,0	1,3	3,1	1,2	4,1	1,8
RADIO LATINA	3,0	2,0	2,3	1,4	1,6	0,8
RADIO NOVA	1,7	0,9	2,1	1,5	2,1	1,5
TSF JAZZ	1,8	1,4	1,7	1,1	1,6	0,7
VOLTAGE	3,5	1,5	2,9	1,4	3,3	1,5

\* Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

ND = Non Disponible.

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

<sup>(1)</sup> 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007		JANVIER-MARS 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>	<b>82,9</b>	<b>100,0</b>	<b>83,9</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	18,0	12,4	20,2	13,9	19,8	13,9
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	19,5	14,1	21,2	15,1	21,3	15,2
IMPACT +	13,6	10,2	14,9	10,5	14,4	10,7
IP RADIO IDF	22,5	18,7	21,0	16,4	21,7	17,4
FIRST ILE DE FRANCE	8,5	4,7	8,2	3,9	8,4	5,2
LAGARDERE PUBLICITE	35,2	26,7	35,3	26,6	40,0	29,5
LA.P. IDF	9,9	6,0	9,8	5,6	11,3	6,4
LES INDEPENDANTS	19,6	12,3	19,6	12,7	22,4	12,9
PUISSANCE CAPITALE	10,2	5,5	10,7	6,2	ND	ND
TOUT PARIS	19,6	11,5	19,8	11,8	ND	ND
LES PARISIENNES	9,9	6,0	9,8	5,9	ND	ND
PUBAUDIO IDF	9,3	5,0	8,0	4,4	ND	ND
SKYREGIE IDF	10,8	5,3	9,7	5,6	10,3	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 Janvier-Mars 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, Sud Radio, Wit FM

**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

**Puissance Capitale\*** = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Voltage

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

**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\*** = 111 stations suivantes :

100 %, 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 (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 ex-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, 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 Intensité (28), Radio Jérico, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine ex-Radio Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio TFM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, 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, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendance Ouest (50) ex-Radio Manche, Top Music, Totem, TSF Jazz ex-TSF, TSF Côte d'Azur (06), Variation ex-Tregor FM, VFM ex-Vire FM, Vibration, Voltage, Zi One.

\* En italique figurent les couplages modifiés.

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

<sup>(1)</sup> 1 % = 95 150 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1 % = 94 570 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2008		SEPTEMBRE- DECEMBRE 2007		JANVIER-MARS 2007	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA	AC <sup>(2)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,8</b>	<b>100,0</b>	<b>82,9</b>	<b>100,0</b>	<b>83,9</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	26,2	21,2	28,4	20,6	24,5	18,9
dont : RADIO FRANCE	25,4	20,4	27,3	19,5	23,4	18,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	68,4	74,2	68,9	74,7	71,9	77,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,7	1,5	3,0	2,0	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, 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 Janvier-Mars 2008, allant du 31 décembre 2007 au 30 mars 2008, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Le 24 janvier**, la Société Générale est victime d'une fraude de 5 milliards d'euros
- **Le 29 janvier**, plusieurs membres de l'association l'Arche de Zoé sont condamnés à huit ans de prison par la justice tchadienne
- **Le 2 février**, mariage de Nicolas Sarkozy et Carla Bruni
- **Le 9 mars et le 16 mars**, premier et second tour des élections municipales et cantonales en France
- **Le 27 mars**, début du procès devant les assises de Michel Fourniret

Plusieurs décès marquent la période, dont celui du chanteur Carlos (**le 17 janvier**), d'Henri Salvador (**le 13 février**) et de Thierry Gilardi (**le 25 mars**).

A l'international :

- **Le 3 janvier**, premier caucus de l'Iowa, Obama vainqueur
- **Le 10 janvier**, deux otages des FARC sont libérés : Clara Rojas et Consuelo Gonzales. **Le 27 février**, quatre autres otages des FARC sont libérés
- **Le 15 mars**, Lhasa, la capitale du Tibet, est quadrillée par l'armée chinoise suite à des émeutes
- **Le 24 mars**, Reporters Sans Frontières perturbe la cérémonie d'allumage de la flamme olympique en Grèce

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 31 décembre 2007 et le 30 mars 2008** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus en Ile de France. 5 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 31 décembre 2007, mardi 1<sup>er</sup> janvier, mercredi 2 janvier, vendredi 4 janvier et lundi 24 mars 2008.
- Les résultats portent sur **3 117 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.