

COMMUNIQUE DE PRESSE

Enquête MEDIAMETRIE Grilles Radio d'Eté L'audience de la Radio en Juillet-Août 2009

Source : Médiamétrie Grilles Radio d'Eté Juillet-Août 2009 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ pp. 2-3
- L'audience des couplages publicitaires _____ p. 4
- L'audience des agrégats par statut et la définition des indicateurs _____ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et des agrégats par format _____ p. 6
- Les événements sur la période et les caractéristiques de l'enquête _____ p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de l'enquête des Grilles Radio d'Eté 2009, réalisée auprès de **13 533 personnes âgées de 13 ans et plus**, résidents ou vacanciers, sur une période de 9 semaines allant du **29 juin au 30 août 2009**, en France métropolitaine.

Du fait d'une méthodologie spécialement adaptée à la période d'été, ces résultats d'audience ne peuvent être comparés qu'à des résultats portant sur une même période, à savoir les Grilles Radio d'Eté. Ils ne peuvent être comparés à ceux de l'enquête 126 000 Radio portant sur des périodes différentes.

L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Juillet-Août 2009					Juillet-Août 2008				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi-Vendredi										
13 ans et plus	11,9	6 162	75,0	38 935	3h00	11,9	6 138	75,9	39 012	2h59
Résidents	12,3	5 522	76,7	34 497	3h02	12,4	5 493	78,4	34 598	3h01
Vacanciers	9,2	640	63,8	4 438	2h44	8,9	645	60,9	4 414	2h47
Samedi-Dimanche										
13 ans et plus	9,6	4 999	67,0	34 778	2h44	9,6	4 931	69,1	35 541	2h38

Pour toute information : Isabelle MAURICE - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : imaurice@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediapmetrie.fr>

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs à l'enquête atteignant 1 % d'audience cumulée en lundi-vendredi (5h-24h).

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN LUNDI-VENDREDI

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

	JUILLET-AOÛT 2009			JUILLET-AOÛT 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	75,0	3h00	100,0	75,9	2h59	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	34,6	2h40	40,8	33,9	2h38	39,2
<i>dont</i>						
EUROPE 1	7,7	2h12	7,5	7,5	2h11	7,2
FRANCE BLEU	6,6	2h18	6,7	6,1	2h09	5,8
FRANCE INTER	8,7	2h13	8,5	8,5	2h14	8,3
RMC	5,8	2h02	5,3	5,6	2h09	5,3
RTL	11,3	2h29	12,4	10,8	2h31	12,0
<i>Programmes musicaux</i> Total	37,2	2h04	34,3	39,5	2h06	36,5
<i>dont</i>						
CHERIE FM	4,1	1h39	3,0	4,4	1h43	3,3
FUN RADIO	6,6	1h23	4,0	6,6	1h25	4,1
MFM	1,2	1h45	1,0	1,1	2h01	1,0
NOSTALGIE	6,7	1h57	5,8	6,5	1h46	5,1
NRJ	9,4	1h20	5,5	10,3	1h29	6,7
RFM	3,7	1h44	2,8	4,0	1h37	2,9
RIRE ET CHANSONS	2,9	1h11	1,5	2,9	1h15	1,6
RTL2	4,3	1h21	2,6	4,8	1h39	3,5
SKYROCK	6,4	1h39	4,6	6,7	1h24	4,1
VIRGIN RADIO	4,7	1h26	3,0	5,7	1h28	3,7
<i>Programmes thématiques</i> Total	11,9	1h28	7,7	11,4	1h27	7,3
<i>dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,4	1h45	1,1	1,3	1h37	0,9
FRANCE INFO	8,4	1h04	4,0	7,9	1h02	3,6
FRANCE MUSIQUE	1,3	1h53	1,1	1,4	1h32	1,0
RADIO CLASSIQUE	1,3	1h45	1,0	1,4	2h13	1,4
<i>Programmes locaux</i> Total	16,6	2h00	14,7	15,9	2h00	14,0
<i>dont</i>						
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,4	1h54	2,0	2,1	1h43	1,6
Composé de (nombre de stations)		(551 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,2	1h53	10,2	12,0	1h54	10,1
Composé de (nombre de stations)		(120 stations)			(111 stations)	

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN SAMEDI-DIMANCHE

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

	JUILLET-AOÛT 2009			JUILLET-AOÛT 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	67,0	2h44	100,0	69,1	2h38	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	28,8	2h24	37,9	29,8	2h16	37,1
<i>dont</i>						
EUROPE 1	6,8	1h52	7,0	7,0	1h54	7,3
FRANCE BLEU	5,3	2h06	6,1	5,2	2h21	6,7
FRANCE INTER	7,4	2h22	9,5	7,6	1h54	7,9
RMC	4,3	1h47	4,2	4,4	1h39	4,0
RTL	8,3	2h20	10,6	9,5	2h05	10,8
<i>Programmes musicaux</i> Total	32,7	1h54	33,9	33,6	1h55	35,3
<i>dont</i>						
CHERIE FM	3,5	1h27	2,8	3,2	1h32	2,7
FUN RADIO	5,6	1h34	4,8	5,9	1h35	5,1
MFM	1,0	1h29	0,8	0,8	1h53	0,8
NOSTALGIE	6,0	1h46	5,7	6,3	1h45	6,0
NRJ	7,8	1h17	5,4	8,2	1h25	6,4
RFM	3,4	1h38	3,0	2,9	1h29	2,4
RIRE ET CHANSONS	2,3	1h16	1,6	2,4	1h09	1,5
RTL2	3,6	1h30	2,9	3,5	1h17	2,5
SKYROCK	5,0	1h22	3,7	6,1	1h13	4,1
VIRGIN RADIO	3,9	1h16	2,7	4,6	1h14	3,1
<i>Programmes thématiques</i> Total	9,6	1h29	7,8	10,7	1h30	8,7
<i>dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,1	1h50	1,1	1,4	1h55	1,5
FRANCE INFO	6,5	1h03	3,7	7,1	0h54	3,5
FRANCE MUSIQUE	0,9	1h43	0,9	1,8	2h14	2,2
RADIO CLASSIQUE	1,4	1h54	1,4	1,1	1h42	1,1
<i>Programmes locaux</i> Total	14,6	2h10	17,3	14,4	2h01	15,9
<i>dont</i>						
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	2h05	2,3	1,9	1h57	2,1
Composé de (nombre de stations)		(551 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	10,3	2h01	11,3	10,2	1h46	10,0
Composé de (nombre de stations)		(120 stations)			(111 stations)	

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

⁽¹⁾ 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2009			JUILLET-AOÛT 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	75,0	3h00	100,0	75,9	2h59	100,0
GROUPE NRJ	20,7	1h44	15,9	21,5	1h46	16,7
NRJ GLOBAL	21,5	1h46	16,8	22,3	1h48	17,7
ADULTS ONLY	13,6	1h53	11,3	13,4	1h52	11,0
IP RADIO	21,4	2h01	19,0	21,3	2h05	19,6
FIRST MUSIC 20-40	10,7	1h24	6,6	11,1	1h33	7,6
FIRST PREMIUM	15,2	2h13	15,0	15,3	2h18	15,5
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h22	0,6	1,2	0h58	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	15,5	1h58	13,6	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,1	1h24	0,7	1,7	1h26	1,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h51	10,8	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	12,2	1h53	10,2	12,0	1h54	10,1
PUISSANCE CAPITALE	1,9	1h19	1,1	1,6	1h26	1,0
LES PARISIENNES	1,9	1h39	1,4	2,0	1h43	1,5
SKYREGIE	6,5	1h38	4,7	6,9	1h23	4,2
SAMEDI - DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	67,0	2h44	100,0	69,1	2h38	100,0
GROUPE NRJ	17,8	1h36	15,6	18,5	1h38	16,6
NRJ GLOBAL	18,5	1h37	16,4	19,1	1h40	17,4
ADULTS ONLY	11,9	1h41	11,0	11,8	1h42	11,1
IP RADIO	16,8	2h00	18,4	18,5	1h49	18,4
FIRST MUSIC 20-40	9,0	1h34	7,7	9,1	1h30	7,5
FIRST PREMIUM	11,6	2h09	13,6	12,9	1h53	13,3
FIRST ILE DE FRANCE	0,8	1h45	0,8	1,2	1h39	1,1
LAGARDERE PUBLICITE	14,0	1h45	13,4	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,0	1h19	0,7	1,3	1h19	1,0
TF1 PUBLICITE RADIOS	10,8	2h01	11,9	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	10,3	2h01	11,3	10,2	1h46	10,0
PUISSANCE CAPITALE	1,8	1h46	1,7	2,2	1h26	1,8
LES PARISIENNES	1,8	2h11	2,1	1,4	1h37	1,3
SKYREGIE	5,1	1h24	3,9	6,2	1h12	4,1

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période juillet-août 2009 figure en page 6. Le nom et / ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2009			JUILLET-AOÛT 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	75,0	3h00	100,0	75,9	2h59	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	23,8	2h08	22,6	22,9	2h02	20,5
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	23,6	2h08	22,3	22,8	2h02	20,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	60,6	2h42	72,4	62,1	2h43	74,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h54	2,0	2,1	1h43	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,7	1h27	3,0	4,7	1h39	3,4
SAMEDI-DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	67,0	2h44	100,0	69,1	2h38	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	19,2	2h07	22,2	21,8	1h57	23,3
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	19,1	2h06	21,9	21,5	1h57	23,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	53,7	2h27	72,0	54,8	2h22	71,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,0	2h05	2,3	1,9	1h57	2,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,9	1h37	3,5	4,0	1h39	3,6

(3) **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

(4) **Radio France** : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouv', France Vivace.

(5) **Les radio privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

(6) **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

(7) **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, 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.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Juillet-Août 2009, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

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

Adults Only = Chérie FM, MFM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

Lagardère Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Métropoles IDF = OUI FM, RFM IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Publicité Radios = Les Indépendants, Sud Radio, Wit FM

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

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

Skyrégie = Chante France, Skyrock

Les Indépendants = 120 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (02,59), Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex-Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations, Gold FM, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Magic la Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (35,44,56), ODS Radio, Or FM, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, RVA, RVMRadio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, Voltage.

LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC, RTL, Sud Radio.

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le Mouv', MFM, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio.

Les programmes thématiques : BFM, France Culture, France Info, France Musique, Radio Classique, RFI-Radio France Internationale.

Les programmes locaux : Fip, radios locales non affiliées à un réseau national.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

L'actualité de la période Juillet-Août 2009 a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Tour de France du 4 au 26 juillet.** Victoire d'Alberto Contador sur les Champs-Élysées.
- **Le 26 juillet**, le président Nicolas Sarkozy est hospitalisé suite à un malaise vagal.
- La période, et en particulier le mois d'Août, est également marquée par une forte médiatisation autour du virus H1N1 et des risques de pandémie de Grippe A en France.

A l'international :

- **Le 7 juillet**, une cérémonie publique, retransmise sur les chaînes du monde entier, est donnée en hommage à Michaël Jackson.
- **Du 15 au 23 août** : douzième championnat du monde d'athlétisme au Stade Olympique de Berlin, en Allemagne.
- **Le 20 août**, les Afghans votent pour les élections présidentielles. Des soupçons de fraude pèsent sur ces élections.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

L'enquête a été réalisée du **29 juin au 30 août 2009** auprès de la population âgée de 13 ans et plus, résidant en France ; **11 603** personnes interrogées pour la période lundi-vendredi et **5 797** pour la période samedi-dimanche. Deux catégories de population ont été interrogées :

- ✓ **Les résidents** : personnes à leur domicile ou en déplacement de moins de quatre jours, qu'ils exercent ou non leur activité professionnelle.
- ✓ **Les vacanciers au sens INSEE** : individus hors de leur domicile habituel pour au moins quatre jours consécutifs pour des raisons personnelles (vacances, congés, visites familiales,...).

L'enquête « **Médiamétrie Vacances 2009** » a été réalisée entre le 31 août et le 7 septembre 2009 auprès de 3 256 personnes afin d'ajuster les objectifs de redressement de l'échantillon de l'Enquête Grilles Radio d'Été, en recensant l'ensemble des séjours, week-end ou périodes de vacances, pendant lesquels les individus sont partis hors de leur domicile entre le 29 juin et le 30 août 2009.

L'enquête **Grilles Radio d'Été** a été réalisée par téléphone entre 17h30 et 21h30. Les vacanciers étaient joints sur leur téléphone mobile s'ils en avaient un à disposition et, à défaut, sur un téléphone fixe. Les résidents étaient interrogés sur leur ligne de téléphone fixe (numéro géographique ou commençant par « 09 ») ou, à défaut, sur un téléphone mobile, lorsqu'ils étaient « Exclusifs mobile ».

L'audience de la Radio a été recueillie sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview). Un contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et géographique de l'échantillon a été assuré, avec une équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.

Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x **519 210** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.