

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Septembre-Octobre 2008

**Source : Médiamétrie 126 000 Radio Septembre-Octobre 2008 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

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

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **1<sup>er</sup> septembre au 2 novembre 2008**, mesurée auprès de **30 038 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 est inférieur à 55%.

Sur la période Septembre-Octobre 2008, aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.

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

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008	AVRIL-JUIN 2008	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2007
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	65	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	5	0
Nombre de jours de vacances scolaires	6	10	1
Taux d'activité hors JMA (en %) <sup>(1)</sup>	76,5	76,5	79,5

<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, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008					AVRIL-JUIN 2008					SEPTEMBRE-OCTOBRE 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
Lundi- Vendredi	12,7	6 547	81,7	41 975	2h58	12,9	6 626	81,6	41 941	3h00	12,8	6 550	82,7	42 272	2h57
Samedi- Dimanche	9,7	4 966	72,0	37 027	2h33	9,6	4 946	70,1	36 031	2h37	9,4	4 819	70,9	36 258	2h32

**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, 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 (5h-24h)

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

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

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

		SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			AVRIL-JUIN 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>		<b>81,7</b>	<b>2h58</b>	<b>100,0</b>	<b>81,6</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h57</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<i>Total</i>	<i>37,6</i>	<i>2h37</i>	<i>40,6</i>	<i>37,8</i>	<i>2h40</i>	<i>41,0</i>	<i>37,2</i>	<i>2h31</i>	<i>38,6</i>
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,5	2h04	8,1	8,8	2h03	7,4	9,0	2h08	7,9
FRANCE BLEU		6,2	2h03	5,3	6,8	2h01	5,6	6,1	1h42	4,3
FRANCE INTER		10,2	2h15	9,4	9,8	2h10	8,7	10,2	2h02	8,5
RMC		5,9	2h02	4,9	6,2	2h07	5,4	5,8	1h55	4,6
RTL		12,2	2h26	12,3	12,8	2h33	13,3	12,5	2h27	12,6
<i>Programmes musicaux</i>	<i>Total</i>	<i>41,9</i>	<i>2h00</i>	<i>34,5</i>	<i>41,6</i>	<i>2h02</i>	<i>34,6</i>	<i>43,5</i>	<i>2h03</i>	<i>36,6</i>
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,4	1h30	2,7	4,1	1h33	2,6	5,0	1h29	3,0
FUN RADIO		6,8	1h22	3,9	6,7	1h26	4,0	7,2	1h21	4,0
LE MOUV'		1,0	1h13	0,5	1,0	1h03	0,4	1,0	1h12	0,5
MFM		1,5	1h29	0,9	1,5	1h29	0,9	1,5	1h42	1,1
NOSTALGIE		7,1	1h53	5,5	7,2	1h46	5,2	7,8	1h50	5,9
NRJ		10,4	1h21	5,8	10,5	1h32	6,6	11,3	1h23	6,4
RFM		4,4	1h45	3,2	4,5	1h37	3,0	5,1	1h47	3,8
RIRE ET CHANSONS		3,4	1h09	1,6	3,4	1h14	1,7	3,6	1h10	1,7
RTL2		5,0	1h26	3,0	4,8	1h38	3,2	5,1	1h31	3,2
SKYROCK		7,6	1h24	4,4	7,4	1h23	4,2	7,1	1h22	4,0
VIRGIN RADIO*		5,9	1h14	3,0	5,4	1h21	3,0	6,1	1h13	3,0
<i>Programmes thématiques</i>	<i>Total</i>	<i>13,5</i>	<i>1h26</i>	<i>8,0</i>	<i>12,6</i>	<i>1h28</i>	<i>7,5</i>	<i>13,6</i>	<i>1h20</i>	<i>7,5</i>
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,5	1h31	0,9	1,4	1h57	1,1	1,6	1h16	0,8
FRANCE INFO		9,3	1h01	3,9	8,7	0h59	3,5	9,5	0h59	3,9
FRANCE MUSIQUE		1,5	1h56	1,2	1,3	1h51	1,0	1,4	1h32	0,9
RADIO CLASSIQUE		1,7	2h00	1,4	1,5	2h08	1,3	1,7	2h01	1,4
<i>Programmes locaux</i>	<i>Total</i>	<i>18,7</i>	<i>1h51</i>	<i>14,3</i>	<i>19,3</i>	<i>1h44</i>	<i>13,7</i>	<i>19,3</i>	<i>1h49</i>	<i>14,4</i>
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,4	1h43	1,7	2,7	1h37	1,8	3,1	1h34	2,0
Composé de (nombre de stations)			(553 stations)		(545 stations)		(546 stations)			
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS <sup>(3)</sup>		14,3	1h46	10,4	14,7	1h41	10,1	14,7	1h45	10,5
Composé de (nombre de stations)			(113 stations)		(111 stations)		(113 stations)			

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

## L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

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

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

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

		SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			AVRIL-JUIN 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>		<b>72,0</b>	<b>2h33</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h37</b>	<b>100,0</b>	<b>70,9</b>	<b>2h32</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <b>Total</b>		<b>31,5</b>	<b>2h13</b>	<b>38,1</b>	<b>31,1</b>	<b>2h18</b>	<b>39,1</b>	<b>31,2</b>	<b>2h11</b>	<b>38,0</b>
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,9	1h42	6,4	6,4	1h50	6,4	7,2	1h38	6,6
FRANCE BLEU		5,5	1h51	5,5	5,6	1h48	5,5	5,2	1h52	5,4
FRANCE INTER		7,9	2h05	9,0	8,0	2h16	10,0	8,4	2h00	9,3
RMC		4,8	1h45	4,5	4,3	1h32	3,6	4,5	1h30	3,8
RTL		9,7	2h17	12,0	9,7	2h27	13,0	9,7	2h14	12,1
<i>Programmes musicaux</i> <b>Total</b>		<b>34,3</b>	<b>1h48</b>	<b>33,5</b>	<b>33,1</b>	<b>1h50</b>	<b>33,2</b>	<b>34,5</b>	<b>1h50</b>	<b>35,5</b>
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,2	1h37	2,8	2,8	1h46	2,7	3,5	1h26	2,8
FUN RADIO		5,5	1h26	4,3	5,1	1h22	3,8	5,7	1h19	4,2
LE MOUV'		0,9	0h51	0,4	0,7	1h01	0,4	0,7	1h35	0,6
MFM		0,8	1h12	0,6	1,1	2h07	1,2	1,4	1h40	1,3
NOSTALGIE		5,8	1h41	5,3	5,1	1h45	4,9	6,1	1h38	5,6
NRJ		7,8	1h12	5,1	7,9	1h27	6,3	8,8	1h16	6,2
RFM		3,5	1h45	3,3	3,1	1h32	2,6	3,8	1h39	3,5
RIRE ET CHANSONS		2,6	0h53	1,3	2,6	0h58	1,4	2,2	1h04	1,3
RTL2		3,6	1h24	2,7	3,8	1h16	2,6	3,6	1h28	2,9
SKYROCK		6,4	1h11	4,2	6,2	1h22	4,6	5,4	1h14	3,7
VIRGIN RADIO*		4,7	1h22	3,5	4,3	1h09	2,7	4,6	1h19	3,3
<i>Programmes thématiques</i> <b>Total</b>		<b>11,3</b>	<b>1h33</b>	<b>9,6</b>	<b>9,8</b>	<b>1h38</b>	<b>8,8</b>	<b>11,2</b>	<b>1h21</b>	<b>8,5</b>
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,7	1h33	1,4	1,1	1h32	0,9	1,0	1h33	0,9
FRANCE INFO		7,5	1h01	4,2	6,8	1h06	4,1	7,8	0h58	4,2
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h37	1,3	1,3	2h08	1,5	1,3	1h28	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,7	2h29	2,3	1,2	2h31	1,7	1,7	1h51	1,7
<i>Programmes locaux</i> <b>Total</b>		<b>16,2</b>	<b>1h46</b>	<b>15,6</b>	<b>16,2</b>	<b>1h43</b>	<b>15,2</b>	<b>15,1</b>	<b>1h46</b>	<b>14,8</b>
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,3	2h00	2,5	2,2	1h55	2,3	2,6	1h40	2,4
Composé de (nombre de stations)			(553 stations)			(545 stations)			(546 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS <sup>(3)</sup>		12,1	1h32	10,1	12,2	1h36	10,6	10,9	1h42	10,4
Composé de (nombre de stations)			(113 stations)			(111 stations)			(113 stations)	

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

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup> (5h-24h)

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

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			AVRIL-JUIN 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,7</b>	<b>2h58</b>	<b>100,0</b>	<b>81,6</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h57</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	22,9	1h39	15,7	22,8	1h43	16,1	24,7	1h41	17,0
NRJ GLOBAL	23,9	1h41	16,6	23,8	1h44	16,9	25,7	1h43	18,1
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	13,8	1h37	9,2	13,2	1h41	9,1	ND	ND	ND
ADULTS ONLY	15,0	1h45	10,8	14,7	1h43	10,4	16,2	1h46	11,7
IP RADIO	23,8	2h01	19,8	24,5	2h09	21,4	24,5	2h03	20,6
FIRST MUSIC 20-40	11,5	1h27	6,8	11,3	1h33	7,2	12,0	1h28	7,2
FIRST PREMIUM	16,7	2h13	15,3	17,1	2h21	16,5	17,2	2h14	15,8
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h15	0,7	1,5	1h26	0,9	1,6	1h10	0,7
GROUPE RTL	22,9	2h01	19,1	23,4	2h09	20,4	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,1	1h32	0,7	1,3	1h50	1,0	1,1	1h50	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	31,2	1h55	24,8	30,7	1h52	23,5	31,7	1h56	25,3
LAGARDERE PUBLICITE 2009	18,9	1h50	14,4	ND	ND	ND	ND	ND	ND
L.A.P. IDF	1,6	1h29	1,0	1,9	1h22	1,1	1,9	1h25	1,1
LES INDEPENDANTS	14,3	1h46	10,4	14,7	1h41	10,1	14,7	1h45	10,5
PUISSANCE CAPITALE	2,4	1h14	1,2	2,0	1h05	0,9	2,4	1h11	1,2
TOUT PARIS	3,9	1h23	2,2	3,8	1h15	1,9	4,1	1h21	2,3
LES PARISIENNES	2,1	1h37	1,4	2,4	1h22	1,3	2,3	1h33	1,4
SKYREGIE	7,8	1h23	4,5	7,6	1h22	4,2	7,3	1h22	4,1
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>72,0</b>	<b>2h33</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h37</b>	<b>100,0</b>	<b>70,9</b>	<b>2h32</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	18,0	1h29	14,5	16,9	1h39	15,3	18,7	1h31	15,9
NRJ GLOBAL	18,7	1h29	15,0	17,7	1h42	16,5	19,7	1h34	17,2
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	10,5	1h27	8,3	10,0	1h35	8,6	ND	ND	ND
ADULTS ONLY	11,6	1h34	10,0	10,7	1h45	10,2	12,1	1h38	11,0
IP RADIO	19,3	1h53	19,8	18,6	1h59	20,2	19,2	1h53	20,1
FIRST MUSIC 20-40	9,0	1h26	7,1	8,6	1h22	6,4	9,0	1h25	7,1
FIRST PREMIUM	13,1	2h04	14,7	13,1	2h11	15,6	13,0	2h04	15,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,0	1h10	0,7	1,2	1h20	0,9	0,8	1h15	0,6
GROUPE RTL	18,4	1h54	19,1	17,7	2h00	19,4	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,0	1h24	0,7	1,0	1h31	0,8	1,1	1h29	0,9
LAGARDERE PUBLICITE	25,4	1h42	23,5	24,5	1h41	22,5	24,5	1h45	23,9
LAGARDERE PUBLICITE 2009	14,9	1h39	13,4	ND	ND	ND	ND	ND	ND
L.A.P. IDF	1,3	1h16	0,9	1,5	1h18	1,1	1,3	1h21	1,0
LES INDEPENDANTS	12,1	1h32	10,1	12,2	1h36	10,6	10,9	1h42	10,4
PUISSANCE CAPITALE	2,4	1h31	2,0	2,1	1h15	1,4	1,7	1h25	1,4
TOUT PARIS	3,5	1h28	2,8	3,5	1h17	2,5	2,9	1h27	2,4
LES PARISIENNES	2,2	1h34	1,9	1,9	1h25	1,5	1,5	1h36	1,3
SKYREGIE	6,5	1h11	4,2	6,3	1h21	4,7	5,6	1h13	3,8

<sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2008 figure en page 6. Elle peut être différente sur les vagues précédentes. ND = Non Disponible.

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

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

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			AVRIL-JUIN 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,7</b>	<b>2h58</b>	<b>100,0</b>	<b>81,6</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h57</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	25,9	2h02	21,8	25,3	2h02	21,1	26,0	1h50	19,6
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	25,7	2h02	21,6	25,2	2h02	20,9	25,8	1h50	19,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	67,4	2h38	73,5	67,4	2h41	73,8	68,1	2h41	75,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,4	1h43	1,7	2,7	1h37	1,8	3,1	1h34	2,0
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	5,0	1h26	3,0	5,1	1h36	3,3	5,4	1h27	3,2
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>72,0</b>	<b>2h33</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h37</b>	<b>100,0</b>	<b>70,9</b>	<b>2h32</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	22,2	1h54	22,9	21,1	2h00	23,0	21,7	1h51	22,4
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	22,1	1h53	22,8	20,8	2h00	22,8	21,6	1h50	22,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	57,4	2h16	71,1	55,3	2h20	70,6	56,5	2h16	71,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,3	2h00	2,5	2,2	1h55	2,3	2,6	1h40	2,4
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	4,0	1h36	3,5	4,7	1h35	4,1	4,4	1h27	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, Elisa.

(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 COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Septembre-Octobre 2008, 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

**NRJ Global Proximité Premium\*\*** = Chérie FM Actif, MFM Actif, Nostalgie Actif, NRJ Actif, Rire et Chansons Actif

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

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

**First Music 20-40** = Fun Radio, RTL2

**First Premium** = RTL, RTL2

**First Ile de France** = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

**Sud + Wit** = Sud Radio, Wit FM

**Groupe RTL** = Fun Radio, RTL, RTL2

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

**Lagardère Publicité 2009\*** = *Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio*

**L.A.P. IDF** = OUI FM, RFM IDF, Virgin Radio IDF

**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

**Skyrégie** = Chante France, Skyrock

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

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM ex-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, **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, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, **Jazz Radio**, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, Kiss FM, La La Radio, La Radio Plus (ex Thollon), Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, 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, 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, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz ex-TSF, Variation ex-Tregor FM, VFM, Vibration, Voltage.

\* Les nouveaux couplages ou couplages modifiés sur septembre-octobre 2008 apparaissent en gras italique.

\*\* Audience relevée sur les communes couvertes par les émetteurs Actifs de chacune des stations (liste des communes fournie par NRJ Global).

## 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

Sur la période d'enquête Septembre-Octobre 2008, allant du 1<sup>er</sup> septembre au 2 novembre 2008, 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 :
  - La crise financière mondiale affecte *Wall Street*, puis l'ensemble des places financières. **Le 15 septembre**, la banque américaine *Lehman Brothers* fait faillite. **Le 25 septembre**, Nicolas Sarkozy prononce un discours sur la crise financière, à Toulon. **Le 3 octobre**, le plan de sauvetage bancaire américain *Paulson 2* est promulgué par le Président Bush. **Les 6, 10 et 24 octobre**, chute historique des Bourses. **Le 31 octobre**, Wall Street s'affiche en hausse.
  - La campagne présidentielle aux Etats-Unis entre dans sa dernière ligne droite. En France, le candidat démocrate Barack Obama suscite une vive « *Obamania* ». **Le 16 octobre**, dernier débat entre John McCain et Barack Obama.
- **Le 2 septembre**, rentrée scolaire pour plus de 8 millions d'élèves en France.
- **Le 6 septembre**, premier match qualificatif pour le Mondial 2010 : défaite de la France face à l'Autriche. **Le 10 septembre**, victoire de la France face à la Serbie.
- **Le 12 septembre**, arrivée du Pape Benoît XVI en France. Il célèbre une messe à Lourdes, **le 14 septembre**.
- **Le 18 octobre**, le FMI annonce l'ouverture d'une enquête sur Dominique Strauss-Kahn, soupçonné d'abus de pouvoir. **Le 26 octobre**, Dominique Strauss-Kahn est blanchi par le conseil d'administration du FMI.

Cette période a été marquée par plusieurs journées de manifestations et de grèves : grève des syndicats CGT et Sud à la SNCF **les 22, 23 et 24 septembre**, grève à La Poste **le 22 septembre**, et à FIP **le 15 octobre**.

L'actualité a également été marquée par les décès de Paul Newman **le 26 septembre**, Jörg Haider **le 11 octobre**, Guillaume Depardieu **le 13 octobre**, et Sœur Emmanuelle **le 20 octobre**.

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 1<sup>er</sup> septembre et le 2 novembre 2008 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **27 461** interviews pour la période lundi-vendredi, **11 738** interviews pour la période samedi-dimanche.
- ✓ Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et de la stratification géographique de l'échantillon avec équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.
- ✓ Interviews téléphoniques (téléphones filaires et mobiles) assistées par ordinateur entre 17h30 et 21h30.
- ✓ Recueil d'audience sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview).
- ✓ Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x **514 040** = 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, 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 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.