

COMMUNIQUE DE PRESSE

Levallois, le 15 avril 2021



Enquête Médiamétrie 126 000 Radio

L'Audience de la Radio en France en Janvier - Mars 2021

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France Métropolitaine sur la période Janvier-Mars 2021, allant du 4 janvier au 28 mars 2021, mesurée auprès de 33 054 personnes âgées de 13 ans et plus.

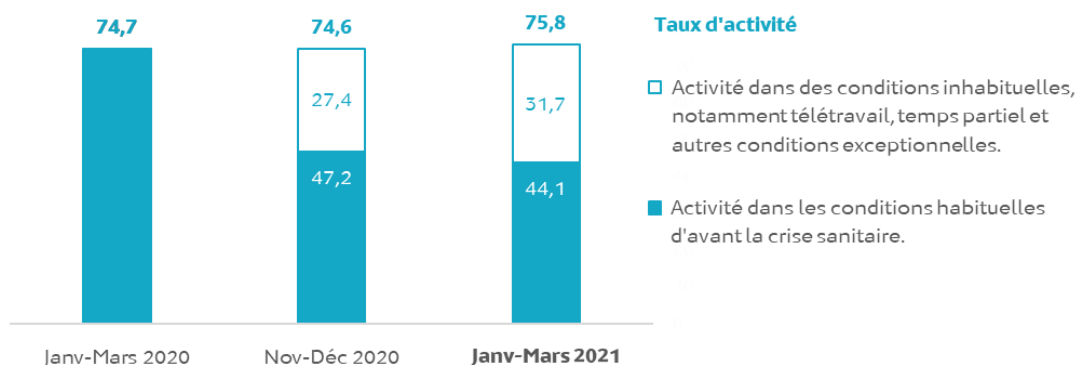
Cette période est marquée par la mise en place d'un couvre-feu de 18h à 6h, à partir du 16 janvier sur l'ensemble du territoire. Le 20 mars, le couvre-feu est retardé à 19h, et 16 départements, dont ceux d'Ile de France, sont reconfinés, avec restrictions de déplacements (cf. événements p.9).

Sur l'ensemble de la période, le télétravail est obligatoire dans toutes les entreprises dès lors que les activités le permettent et doit s'appliquer au moins quatre jours par semaine. Les établissements scolaires restent ouverts avec un protocole sanitaire renforcé et un accueil limité pour l'enseignement supérieur et une partie du secondaire. Les bars et restaurants restent fermés, ainsi que les lieux culturels et sportifs.

Le quotidien des Français reste fortement modifié, et la mobilité réduite. Si l'activité est restée soutenue, une large part des actifs a travaillé dans des conditions inhabituelles.

Taux d'Activité selon les conditions de travail (Lundi-Vendredi hors JMA)

(Part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview)



Source : 126 000 Radio, Lundi-Vendredi, taux d'activité (hors JMA).



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 Janvier-Mars 2021, aucun JMA n'a été relevé.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Janvier - Mars 2021	Novembre - Décembre 2020	Janvier - Mars 2020
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	60	40	56
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	6	6
Nombre de jours de vacances scolaires	10	5	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,8	74,6	74,7

⁽¹⁾ Taux d'activité : part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview.

Audience du média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Janvier - Mars 2021					Novembre - Décembre 2020					Janvier - Mars 2020				
	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	10,5	5 752	73,2	40 121	2h43	10,9	5 961	74,2	40 414	2h48	11,4	6 197	77,6	42 266	2h47
Samedi - Dimanche	7,7	4 198	60,2	32 980	2h25	7,9	4 274	58,7	31 931	2h33	7,9	4 323	63,7	34 701	2h22

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



L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)

(¹) La composition des Indés Radios figure en page 8

		Janvier - Mars 2021			Novembre - Décembre 2020			Janvier - Mars 2020		
		AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		73,2	2h43	100,0	74,2	2h48	100,0	77,6	2h47	100,0
Programmes généralistes	Total	34,2	2h25	41,4	35,5	2h29	42,3	36,5	2h32	42,9
<i>Dont</i>										
	EUROPE 1	5,0	1h48	4,5	5,0	1h37	3,9	5,4	1h47	4,5
	FRANCE BLEU	6,0	1h53	5,6	6,2	1h55	5,8	6,3	2h00	5,8
	FRANCE INTER	12,3	2h10	13,3	12,7	2h25	14,7	12,8	2h16	13,4
	RMC	5,8	1h54	5,5	6,1	1h50	5,3	6,4	1h58	5,9
	RTL	10,5	2h21	12,4	11,2	2h20	12,6	12,1	2h24	13,4
Programmes musicaux	Total	32,2	1h48	29,1	32,4	1h48	27,9	36,3	1h47	29,9
<i>Dont</i>										
	CHERIE FM	3,3	1h20	2,2	3,6	1h26	2,5	3,5	1h28	2,4
	FUN RADIO	3,8	1h33	2,9	3,6	1h27	2,5	4,3	1h20	2,6
	M RADIO	1,0	1h24	0,7	1,0	1h38	0,8	ND	ND	ND
	NOSTALGIE	5,1	1h37	4,2	5,2	1h33	3,9	5,9	1h45	4,8
	NRJ	8,5	1h25	6,1	8,2	1h25	5,6	9,1	1h20	5,6
	RFM	3,2	1h31	2,4	3,6	1h35	2,8	4,2	1h36	3,1
	RIRE ET CHANSONS	2,1	0h59	1,0	2,1	0h58	1,0	2,6	1h01	1,2
	RTL2	4,1	1h28	3,0	4,0	1h37	3,1	4,4	1h25	2,9
	SKYROCK	6,2	1h17	4,0	6,0	1h05	3,1	7,0	1h13	4,0
	VIRGIN RADIO	3,0	1h12	1,8	3,0	1h20	1,9	3,7	1h10	2,0
Programmes thématiques	Total	14,2	1h30	10,7	15,4	1h42	12,6	13,3	1h32	9,4
<i>Dont</i>										
	FRANCE CULTURE	2,9	1h42	2,5	3,2	1h49	2,7	2,8	1h45	2,2
	FRANCE INFO	8,9	1h00	4,4	9,5	1h02	4,7	7,4	0h57	3,3
	FRANCE MUSIQUE	1,7	1h55	1,6	2,1	2h08	2,2	1,9	1h46	1,5
	RADIO CLASSIQUE	1,8	1h58	1,8	2,0	2h29	2,4	1,9	1h58	1,8
Programmes locaux	Total	17,0	1h46	15,1	17,0	1h45	14,3	19,1	1h38	14,4
<i>Dont</i>										
	FIP	1,2	2h27	1,5	1,4	2h03	1,3	1,2	2h03	1,1
	RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,8	1h50	1,7	2,0	1h45	1,6	1,9	1h37	1,5
	Composé de (nombre de stations)		(570 stations)			(570 stations)			(569 stations)	
	GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS (¹)	13,6	1h39	11,2	13,3	1h40	10,7	15,5	1h34	11,2
	Composé de (nombre de stations)		(130 stations)			(130 stations)			(130 stations)	

ND = Non Disponible



L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)

Population 13 ans et + : 54 821 000 en 2021,
54 439 000 en 2020.

(1) La composition des Indés Radios figure en page 8

	Janvier - Mars 2021 AC Milliers	Novembre - Décembre 2020 AC Milliers	Janvier - Mars 2020 AC Milliers
RADIO EN GÉNÉRAL	40 121	40 414	42 266
Programmes généralistes	Total	18734	19301
<i>Dont</i>			
EUROPE 1	2 755	2 727	2 953
FRANCE BLEU	3 264	3 392	3 416
FRANCE INTER	6 727	6 906	6 944
RMC	3 178	3 297	3 502
RTL	5 776	6 118	6 563
Programmes musicaux	Total	17 672	17 630
<i>Dont</i>			
CHERIE FM	1 785	1 953	1 901
FUN RADIO	2 064	1 982	2 341
M RADIO	546	538	ND
NOSTALGIE	2 820	2 825	3 227
NRJ	4 663	4 473	4 929
RFM	1 741	1 977	2 280
RIRE ET CHANSONS	1 127	1 128	1 423
RTL2	2 238	2 197	2 404
SKYROCK	3 423	3 248	3 832
VIRGIN RADIO	1 639	1 612	2 025
Programmes thématiques	Total	7 811	8 393
<i>Dont</i>			
FRANCE CULTURE	1 576	1 721	1 508
FRANCE INFO	4 856	5 172	4 056
FRANCE MUSIQUE	939	1 169	1 012
RADIO CLASSIQUE	981	1 104	1 047
Programmes locaux	Total	9 341	10 383
<i>Dont</i>			
FIP	679	742	658
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	995	1 067	1 057
Composé de (nombre de stations)	(570 stations)	(570 stations)	(569 stations)
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS (1)	7 449	7 255	8 411
Composé de (nombre de stations)	(130 stations)	(130 stations)	(130 stations)

ND = Non Disponible



L'Audience de la Radio en Samedi-Dimanche (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 548 210 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 8

	Janvier - Mars 2021			Novembre - Décembre 2020			Janvier - Mars 2020			
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	
RADIO EN GÉNÉRAL	60,2	2h25	100,0	58,7	2h33	100,0	63,7	2h22	100,0	
Programmes généralistes	Total	26,6	2h13	40,4	26,6	2h24	42,8	27,7	2h16	41,5
<i>Dont</i>										
EUROPE 1	3,2	1h41	3,7	3,3	1h53	4,2	4,2	1h45	4,9	
FRANCE BLEU	4,9	2h02	6,8	5,3	2h14	7,9	4,7	1h41	5,2	
FRANCE INTER	9,8	2h13	14,9	9,7	2h11	14,1	10,0	2h07	14,0	
RMC	4,2	1h22	3,9	3,3	1h40	3,7	4,3	1h40	4,7	
RTL	7,4	2h10	11,0	8,2	2h20	12,9	8,2	2h20	12,8	
Programmes musicaux	Total	24,5	1h43	29,0	23,0	1h44	26,8	26,3	1h33	26,9
<i>Dont</i>										
CHERIE FM	2,4	1h52	3,1	2,5	1h38	2,7	2,6	1h20	2,3	
FUN RADIO	2,4	1h17	2,1	2,7	1h02	1,9	2,9	1h01	1,9	
M RADIO	0,6	1h52	0,7	0,8	1h39	0,8	ND	ND	ND	
NOSTALGIE	4,0	1h33	4,2	3,7	1h31	3,8	4,3	1h27	4,1	
NRJ	5,2	1h12	4,3	5,0	1h11	3,9	6,7	1h12	5,3	
RFM	2,5	2h03	3,6	3,2	1h52	4,0	2,5	1h40	2,8	
RIRE ET CHANSONS	1,5	1h17	1,3	1,6	1h05	1,2	2,1	1h02	1,5	
RTL2	2,9	1h38	3,2	2,5	1h35	2,7	2,9	1h13	2,3	
SKYROCK	5,1	1h05	3,8	4,6	1h13	3,8	5,0	1h08	3,7	
VIRGIN RADIO	2,1	1h08	1,6	1,9	1h10	1,5	2,5	1h06	1,8	
Programmes thématiques	Total	11,4	1h27	11,3	11,8	1h32	12,1	12,2	1h27	11,7
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE	2,3	1h28	2,3	2,5	2h02	3,4	2,5	1h31	2,5	
FRANCE INFO	6,9	0h59	4,7	7,2	0h56	4,5	7,1	1h02	4,9	
FRANCE MUSIQUE	1,7	1h53	2,2	1,6	2h04	2,2	1,5	1h50	1,9	
RADIO CLASSIQUE	1,6	1h41	1,9	1,6	1h32	1,6	1,8	1h46	2,0	
Programmes locaux	Total	13,7	1h38	15,4	12,5	1h43	14,4	15,2	1h33	15,7
<i>Dont</i>										
FIP	1,2	1h55	1,5	0,9	1h53	1,2	1,2	1h44	1,4	
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,5	1h31	1,6	1,4	1h50	1,7	1,7	1h19	1,5	
Composé de (nombre de stations) (570 stations) (570 stations) (569 stations)										
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽³⁾	10,6	1h32	11,2	9,8	1h38	10,8	11,8	1h30	11,7	
Composé de (nombre de stations) (130 stations) (130 stations) (130 stations)										

ND = Non Disponible



L'Audience des couplages publicitaires ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 548 210 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2021			Novembre - Décembre 2020			Janvier - Mars 2020		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL	73,2	2h43	100,0	74,2	2h48	100,0	77,6	2h47	100,0
NRJ GLOBAL	17,4	1h32	13,4	17,2	1h34	12,9	19,4	1h34	14,0
ADULTS ONLY	9,8	1h30	7,4	10,0	1h31	7,3	11,2	1h37	8,4
PRIORITE IDF	2,7	1h28	2,0	2,7	1h28	1,9	3,2	1h30	2,2
M6 PUBLICITE RADIO	17,6	2h05	18,4	18,1	2h06	18,3	20,0	2h03	18,9
FIRST MUSIC	7,7	1h33	5,9	7,5	1h34	5,7	8,5	1h24	5,5
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	10,9	1h36	8,7	11,2	1h35	8,5	12,9	1h36	9,6
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	1,0	1h30	0,8	1,2	1h21	0,7	1,5	1h34	1,1
LIP !	1,9	1h26	1,3	1,8	1h33	1,3	2,2	1h29	1,5
TF1 PUB RADIOS	14,4	1h39	11,9	14,1	1h42	11,5	16,2	1h34	11,7
LES INDÉS RADIOS	13,6	1h39	11,2	13,3	1h40	10,7	15,5	1h34	11,2
LES INDÉS CAPITALE	3,6	1h22	2,5	3,6	1h29	2,6	4,3	1h13	2,4

SAMEDI - DIMANCHE

	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL	60,2	2h25	100,0	58,7	2h33	100,0	63,7	2h22	100,0
NRJ GLOBAL	12,4	1h31	12,9	11,7	1h29	11,6	14,8	1h21	13,2
ADULTS ONLY	7,5	1h40	8,6	7,4	1h34	7,7	8,5	1h24	7,9
PRIORITE IDF	2,1	1h36	2,3	1,9	1h17	1,7	2,6	1h03	1,8
M6 PUBLICITE RADIO	12,4	1h56	16,4	13,0	2h00	17,4	13,8	1h52	17,0
FIRST MUSIC	5,2	1h30	5,4	5,2	1h19	4,6	5,6	1h08	4,3
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	7,6	1h43	8,9	8,2	1h46	9,6	8,9	1h37	9,5
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	1,0	1h17	0,9	0,9	1h49	1,1	1,0	1h39	1,1
LIP !	1,5	1h30	1,5	1,5	1h43	1,7	1,6	1h33	1,6
TF1 PUB RADIOS	11,1	1h34	11,9	10,4	1h40	11,6	12,3	1h29	12,2
LES INDÉS RADIOS	10,6	1h32	11,2	9,8	1h38	10,8	11,8	1h30	11,7
LES INDÉS CAPITALE	2,7	1h15	2,4	2,7	1h39	3,0	3,1	1h14	2,6

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2021 figure en page 8. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.



L'Audience des agrégats par statut (5h-24h)

(1) % = 548 210 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2021			Novembre - Décembre 2020			Janvier - Mars 2020		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GÉNÉRAL	73,2	2h43	100,0	74,2	2h48	100,0	77,6	2h47	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	27,7	2h08	29,6	29,3	2h16	32,0	27,4	2h13	28,1
dont : RADIO FRANCE	27,6	2h08	29,5	29,2	2h17	31,9	27,2	2h13	27,8
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	55,1	2h21	65,0	55,3	2h23	63,5	60,6	2h24	67,1
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,8	1h50	1,7	2,0	1h45	1,6	1,9	1h37	1,5
AUTRES PROGRAMMES	4,4	1h39	3,6	4,1	1h28	2,9	4,3	1h44	3,4
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GÉNÉRAL	60,2	2h25	100,0	58,7	2h33	100,0	63,7	2h22	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	22,8	2h07	33,1	22,8	2h12	33,6	22,5	2h02	30,3
dont : RADIO FRANCE	22,7	2h07	33,0	22,7	2h12	33,4	22,4	2h01	30,0
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	43,7	2h03	61,4	41,4	2h11	60,8	47,2	2h03	64,1
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,5	1h31	1,6	1,4	1h50	1,7	1,7	1h19	1,5
AUTRES PROGRAMMES	3,5	1h38	3,9	3,6	1h37	3,9	3,6	1h42	4,1

Définition des agrégats par statut

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

Radio France : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Mouv'.

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 autres programmes regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

Définition des agrégats par format

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

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

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

Les programmes locaux : Fip, Les Indés Radios, TSF JAZZ, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



Composition des couplages publicitaires

Sur la période Janvier - Mars 2021, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France IDF, Chérie IDF, Nostalgie IDF, NRJ IDF, Radio Nova IDF, Rire et Chansons IDF, TSF JAZZ IDF

M6 Publicité Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

Lagardère Publicité News = Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Publicité News IDF = OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF

LIP ! = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Pub Radios = Les Indés Radios, M Radio

Les Indés Capitale = Africa Radio, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely, M Radio, MBS, Radio Orient, Sud Radio, Swigg, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Africa Radio, Alouette, Alpes 1 Alpes du Sud / Alpes 1 Grand Grenoble, ARL, Bergerac 95, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio, Cerise FM, Champagne FM, Chante France, Collines La Radio, Contact FM, Décibel (Bretagne), Delta FM (NPDC), Dici Radio (PACA), Direct FM, DKL Dreyeckland, Durance FM, Echo FM, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Limousin), Flor FM, FM 81, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie Radio (NPDC), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), Gold FM, Grand Sud FM, Hit West, Horizon (NPDC), Hot Radio, Impact FM, Inside, Jaime Radio, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Kit FM, La Radio Plus, Latina, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lovely, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Max FM, MBS, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (Pays-de-la-Loire), Plein Air, Plein Coeur, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Cristal (Normandie), Radio ECN, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (Languedoc-Roussillon), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, RBA-Radio Bassin d'Arcachon, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS, RVA, RVM (Champagne Ardenne), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio, Voltage, Wit FM.

Définition des indicateurs d'audience

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, en pourcentage de la population ou en Milliers (QHM).

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 mesure de l'Audience de la Radio

Caractéristiques de l'enquête

- Interviews réalisées entre le 4 janvier et le 28 mars 2021 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 30 228 interviews pour la période lundi-vendredi, et 12 904 interviews pour la période samedi-dimanche.
- 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 Janvier-Mars 2021, aucun JMA n'a été relevé.
- 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 réalisées entre 17h30 et 21h30 sur téléphone mobile et téléphone fixe (y compris sur les numéros commençant par 09) afin d'optimiser la joignabilité de la population par téléphone.
- Recueil d'audience sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview) réalisé en spontané. La personne interrogée cite elle-même et sans suggestion de réponse le nom des stations de radio qu'elle a écoutées.
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 548 210 = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

Evènements sur la période

Sur la période d'enquête Janvier - Mars 2021, allant du 4 janvier au 28 mars 2021, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

L'ensemble de la période est marqué par la poursuite de la crise sanitaire Covid-19 et des mesures de restrictions.

Le télétravail est obligatoire dans toutes les entreprises dès lors que les activités le permettent et doit s'appliquer au moins quatre jours par semaine. Les établissements scolaires restent ouverts avec un protocole sanitaire renforcé et un accueil limité pour l'enseignement supérieur et une partie du secondaire. Les bars et restaurants restent fermés, ainsi que les lieux culturels et sportifs. Depuis le 15 décembre, un couvre-feu avait été instauré de 20h à 6h. Le couvre-feu est avancé à 18h dès le 2 janvier dans 15 départements, puis **à partir du 7 janvier** dans 23 départements, et **à partir du 16 janvier** sur l'ensemble du territoire. **Le 31 janvier**, les centres commerciaux de plus de 20 000m² sont fermés. **A partir du 26 février**, des confinements locaux sont instaurés les week-ends dans les Alpes-Maritimes et à Dunkerque, élargis **le 6 mars** au département du Pas de Calais. **Le 20 mars**, le couvre-feu est retardé d'une heure et passe de 19h à 6h, et un confinement de 4 semaines est instauré dans 16 départements, dont ceux d'Ile de France et des Hauts de France, ainsi que dans l'Eure, la Seine-Maritime et les Alpes-Maritimes, avec une limitation des déplacements à 10km et la fermeture des commerces non essentiels. Les écoles restent ouvertes et les lycées passent en demi-jauge.

Le 6 janvier, aux Etats-Unis, le Capitole est pris d'assaut par les partisans de Donald Trump contestant la certification des résultats de la présidentielle. Au cours des émeutes, 5 personnes décèdent. **Le 7 janvier**, le Congrès valide la victoire de Joe Biden. **Le 20 janvier**, il est officiellement investi Président.

Le 16 janvier, de nouvelles manifestations contre la loi Sécurité globale ont lieu dans plusieurs villes de France.

Le 2 février, la Haute Autorité de Santé donne son feu vert pour la distribution du vaccin Astra Zeneca en France. **Le 15 mars**, l'utilisation de ce vaccin est suspendue quelques jours pour soupçons d'effets indésirables graves.

Le 23 janvier, Yuriy, un adolescent de 14 ans, est lynché par une bande de jeunes dans le quartier de Beaugrenelle, à Paris.

Le 14 février, un séisme de magnitude 7,3 frappe le Japon au large de Fukushima, faisant de nombreux blessés.

Le 1^{er} mars, Nicolas Sarkozy est condamné à 3 ans de prison dont un an ferme pour corruption et trafic d'influence dans l'affaire des écoutes.

Le 9 mars, une adolescente de 14 ans est retrouvée morte noyée dans la Seine à Argenteuil dans le Val d'Oise. Deux jeunes du même âge sont interpellés.



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr