

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 16 juillet 2014



Mediametrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Avril - Juin 2014

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, et la définition des agrégats par format	p. 5
La composition des couplages publicitaires et la définition des indicateurs d'audience	p. 6
Les caractéristiques de l'enquête et les événements sur la période	p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **31 mars au 29 juin 2014**, mesurée auprès de 33 073 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 Avril - Juin 2014, 8 jours de moindre activité ont été relevés : le lundi 21 avril, les jeudi 1er et vendredi 2 mai, les jeudi 8 et vendredi 9 mai, les jeudi 29 et vendredi 30 mai, et le lundi 9 juin 2014.

Les caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Avril - Juin 2014	Janvier - Mars 2014	Avril - Juin 2013
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	8	5	6
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,2	75,7	74,6

⁽¹⁾ 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)

	Avril - Juin 2014					Janvier - Mars 2014					Avril - Juin 2013				
	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	12,4	6 578	80,6	42 766	2h55	12,8	6 809	81,8	43 407	2h59	12,9	6 834	81,8	43 208	3h00
Samedi - Dimanche	9,5	5 032	70,5	37 414	2h33	9,3	4 955	68,9	36 594	2h34	9,6	5 079	69,2	36 595	2h38

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⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Avril - Juin 2014			Janvier - Mars 2014			Avril - Juin 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		80,6	2h55	100,0	81,8	2h59	100,0	81,8	3h00	100,0
Programmes généralistes	Total	36,3	2h39	40,8	38,0	2h40	41,7	38,4	2h41	42,0
<i>dont</i>										
EUROPE 1		8,7	2h14	8,2	9,3	2h07	8,1	9,0	1h59	7,3
FRANCE BLEU		7,3	2h06	6,5	7,4	2h13	6,7	7,4	2h15	6,8
FRANCE INTER		9,0	2h12	8,5	9,8	2h12	8,9	9,9	2h18	9,3
RMC		7,6	2h00	6,5	7,9	2h06	6,8	8,0	2h03	6,7
RTL		10,7	2h26	11,1	11,2	2h26	11,2	12,0	2h28	12,0
Programmes musicaux	Total	41,1	1h54	33,0	41,8	1h54	32,7	41,6	1h57	32,9
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		3,7	1h22	2,1	4,5	1h30	2,7	4,3	1h40	2,9
FUN RADIO		7,0	1h22	4,0	6,8	1h22	3,8	6,6	1h18	3,5
MFM RADIO		1,1	1h27	0,6	1,0	1h19	0,6	1,2	1h30	0,7
NOSTALGIE		5,8	1h45	4,3	5,7	1h39	3,9	6,0	1h42	4,2
NRJ		13,0	1h26	7,8	12,5	1h29	7,7	12,3	1h30	7,6
RADIO NOVA		1,1	1h40	0,8	1,0	1h51	0,8	ND	ND	ND
RFM		4,7	1h43	3,4	4,5	1h34	2,9	4,6	1h34	2,9
RIRE ET CHANSONS		2,8	1h11	1,4	3,1	1h05	1,4	3,5	1h06	1,6
RTL2		4,4	1h26	2,7	4,9	1h29	3,0	5,0	1h28	3,0
SKYROCK		6,8	1h16	3,7	7,3	1h18	3,9	7,0	1h19	3,8
VIRGIN RADIO		4,0	1h10	2,0	4,2	1h09	2,0	4,4	1h05	1,9
Programmes thématiques	Total	12,4	1h31	8,0	12,8	1h31	8,0	13,1	1h28	7,8
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,0	1h53	1,6	2,1	1h42	1,4	2,0	1h34	1,3
FRANCE INFO		7,5	0h57	3,0	7,9	1h03	3,4	8,2	1h01	3,4
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h33	0,9	1,4	1h44	1,0	1,8	1h44	1,2
RADIO CLASSIQUE		2,2	2h01	1,9	2,0	2h02	1,7	1,9	1h50	1,5
Programmes locaux	Total	20,2	1h46	15,2	20,0	1h47	14,6	19,3	1h49	14,2
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,3	1h37	1,6	2,4	1h44	1,7	2,3	1h39	1,6
Composé de (nombre de stations)		(555 stations)			(556 stations)			(550 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		16,6	1h42	11,9	16,0	1h43	11,3	15,5	1h46	11,1
Composé de (nombre de stations)		(128 stations)			(128 stations)			(126 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,3	1h46	0,9	1,0	1h31	0,6	1,0	1h48	0,8

ND = Non Disponible

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



⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Avril - Juin 2014			Janvier - Mars 2014			Avril - Juin 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		70,5	2h33	100,0	68,9	2h34	100,0	69,2	2h38	100,0
Programmes généralistes	Total	31,2	2h18	39,7	31,0	2h19	40,5	30,5	2h26	40,8
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,9	1h56	7,4	6,7	1h59	7,5	6,6	1h51	6,7
FRANCE BLEU		6,2	2h05	7,2	6,6	2h10	8,0	5,8	2h20	7,5
FRANCE INTER		8,3	1h56	8,9	8,2	2h09	10,0	8,4	2h16	10,4
RMC		5,6	1h39	5,1	4,9	1h39	4,5	5,6	1h40	5,1
RTL		8,4	2h23	11,1	8,6	2h09	10,5	8,5	2h23	11,1
Programmes musicaux	Total	33,1	1h43	31,6	31,6	1h43	30,7	32,3	1h44	30,5
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,3	1h28	2,7	3,0	1h27	2,4	2,9	1h28	2,3
FUN RADIO		5,3	1h05	3,2	4,8	1h11	3,2	5,2	1h07	3,2
MFM RADIO		0,7	1h09	0,5	0,8	1h02	0,4	0,7	1h14	0,5
NOSTALGIE		5,3	1h28	4,3	4,5	1h26	3,6	4,3	1h38	3,8
NRJ		9,6	1h22	7,3	9,0	1h30	7,6	9,3	1h18	6,7
RADIO NOVA		1,0	1h22	0,7	0,8	1h29	0,6	ND	ND	ND
RFM		3,2	1h53	3,4	3,8	1h29	3,2	3,9	1h23	2,9
RIRE ET CHANSONS		2,2	0h50	1,0	2,0	0h56	1,0	1,9	1h00	1,1
RTL2		2,9	1h24	2,3	3,4	1h30	2,8	3,5	1h24	2,7
SKYROCK		5,6	1h12	3,7	5,1	1h10	3,3	5,9	1h22	4,4
VIRGIN RADIO		2,8	1h21	2,1	3,4	1h08	2,2	3,2	1h05	1,9
Programmes thématiques	Total	10,0	1h31	8,5	10,5	1h30	8,9	10,4	1h39	9,4
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h59	1,8	1,6	1h31	1,4	2,0	2h00	2,2
FRANCE INFO		5,8	1h07	3,6	5,8	1h05	3,6	6,6	1h07	4,0
FRANCE MUSIQUE		1,2	1h37	1,1	1,3	1h50	1,4	1,4	1h56	1,4
RADIO CLASSIQUE		1,4	1h49	1,4	1,9	1h52	2,0	1,4	1h47	1,4
Programmes locaux	Total	17,2	1h43	16,3	16,1	1h44	15,7	16,1	1h46	15,6
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,2	1h46	2,1	2,4	1h32	2,0	2,1	2h02	2,3
Composé de (nombre de stations)		(555 stations)			(556 stations)			(550 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		13,9	1h35	12,2	12,4	1h39	11,6	12,7	1h37	11,2
Composé de (nombre de stations)		(128 stations)			(128 stations)			(126 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,9	1h42	0,9	0,6	1h34	0,6	0,7	0h55	0,3

ND = Non Disponible



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2014			Janvier - Mars 2014			Avril - Juin 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,6	2h55	100,0	81,8	2h59	100,0	81,8	3h00	100,0
NRJ GLOBAL	23,3	1h35	15,7	23,8	1h36	15,7	23,8	1h40	16,2
ADULTS ONLY	11,6	1h36	7,8	12,5	1h34	8,0	12,8	1h39	8,6
IP RADIO	21,2	1h59	17,8	21,9	2h00	18,0	22,4	2h01	18,5
FIRST MUSIC	11,0	1h26	6,7	11,4	1h27	6,8	11,3	1h25	6,5
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h14	0,7	1,2	1h11	0,6	1,1	1h08	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	16,7	1h56	13,8	17,2	1h51	13,1	17,2	1h46	12,3
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,7	1h26	1,0	1,4	1h26	0,8	1,6	1h16	0,8
LIP !	2,7	1h29	1,7	2,4	1h27	1,4	2,5	1h21	1,4
TF1 PUBLICITE RADIOS	17,5	1h42	12,6	16,9	1h43	11,9	16,5	1h46	11,9
LES INDES RADIOS	16,6	1h42	11,9	16,0	1h43	11,3	15,5	1h46	11,1
LES INDES CAPITALE	4,7	1h29	3,0	4,8	1h31	3,0	4,5	1h28	2,7
NOVA AND FRIENDS	1,5	1h45	1,1	1,5	1h47	1,1	1,3	1h45	0,9
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,5	2h33	100,0	68,9	2h34	100,0	69,2	2h38	100,0
NRJ GLOBAL	19,1	1h27	15,4	17,4	1h30	14,7	17,3	1h28	13,9
ADULTS ONLY	10,3	1h25	8,1	8,9	1h25	7,1	8,5	1h33	7,2
IP RADIO	16,2	1h51	16,5	16,4	1h47	16,5	16,6	1h52	17,0
FIRST MUSIC	8,1	1h13	5,5	8,0	1h20	6,0	8,4	1h16	5,8
FIRST ILE DE FRANCE	0,6	1h25	0,5	0,9	0h58	0,5	1,0	1h12	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	12,7	1h53	13,2	13,5	1h44	13,1	13,3	1h37	11,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,3	1h47	1,3	1,2	1h30	1,0	1,3	1h07	0,8
LIP !	1,9	1h46	1,8	1,9	1h23	1,5	2,1	1h15	1,4
TF1 PUBLICITE RADIOS	14,5	1h34	12,7	13,1	1h38	12,0	13,4	1h36	11,7
LES INDES RADIOS	13,9	1h35	12,2	12,4	1h39	11,6	12,7	1h37	11,2
LES INDES CAPITALE	3,9	1h30	3,3	3,9	1h26	3,1	3,7	1h24	2,8
NOVA AND FRIENDS	1,3	1h21	1,0	1,0	1h31	0,9	1,4	1h42	1,3

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Avril-Juin 2014 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.



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

(1) % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2014			Janvier - Mars 2014			Avril - Juin 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,6	2h55	100,0	81,8	2h59	100,0	81,8	3h00	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	24,3	2h06	21,8	25,3	2h10	22,5	25,8	2h11	23,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	24,1	2h07	21,6	25,1	2h11	22,4	25,5	2h12	22,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	66,7	2h36	73,7	67,4	2h38	72,7	67,5	2h38	72,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h37	1,6	2,4	1h44	1,7	2,3	1h39	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,6	1h33	3,0	4,7	1h34	3,0	4,4	1h42	3,0

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	70,5	2h33	100,0	68,9	2h34	100,0	69,2	2h38	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,2	2h02	24,0	21,5	2h08	26,0	21,5	2h15	26,6
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,1	2h02	23,8	21,3	2h08	25,8	21,5	2h15	26,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	56,0	2h15	69,9	54,1	2h13	67,7	54,9	2h14	67,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,2	1h46	2,1	2,4	1h32	2,0	2,1	2h02	2,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,1	1h44	4,0	4,0	1h53	4,3	3,8	1h52	3,8

⁽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'.

⁽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 AGREGATS PAR FORMAT

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

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le Mouv', MFM Radio, 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, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Avril-Juin 2014, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, 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 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 Publicité Radios = Les Indés Radios, MFM Radio

Les Indés Capitale = Ado, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MFM Radio, Radio Alfa, Radio Orient, Rézo, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Cap Sao, Radio Nova, Radio Trait d'Union, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 128 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio ex Radio Azur, Cerise FM, Champagne FM, Chante France, Collines FM La Radio du Bocage, Contact, Décibel (Bretagne), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon ex Fréquence Horizon, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Kit FM, La Radio Plus, Latina, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Métropolys, Mistral FM, Mixx Radio, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (14, 27, 76, 78), Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (30, 34), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérico, Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sun 101.5, Sweet FM, Tendence Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

LA DEFINITION 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).



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre le 31 mars et le 29 juin 2014 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 26 866 interviews pour la période lundi-vendredi, et 12 935 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 réalisées entre 17h30 et 21h30 sur téléphone fixe (y compris sur les numéros commençant par 09) et sur téléphone mobile 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).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 530 790 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête Avril-Juin 2014, allant du 31 mars au 29 juin 2014, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

AVRIL

Le 1er avril, Manuel Valls remplace Jean-Marc Ayrault au poste de Premier Ministre. **Le 16 avril**, Manuel Valls détaille un plan d'économies de 50 milliards d'euros, adopté par l'Assemblée Nationale **le 29 avril**.

Le 9 mai, le Conseil de sécurité de l'ONU condamne l'enlèvement de plus de 200 lycéennes nigérianes par le groupe islamiste Boko Haram.

Le 25 mai, aux élections européennes, le Front National arrive en tête du scrutin en France, avec 24,9% des voix, devant l'UMP (20,8%) et le PS (14%). L'abstention se maintient à un niveau élevé (56,5%), quoiqu'en légère baisse par rapport aux précédents scrutins européens.

Le 26 mai, la société de communication Bygmalion reconnaît avoir réalisé 10 millions d'euros de fausses factures à la demande de l'UMP pour financer la campagne présidentielle de Nicolas Sarkozy en 2012. **Le 27 mai**, Jean-François Copé démissionne de la présidence de l'UMP. Une nouvelle direction collégiale est annoncée, avec un triumvirat formé par Alain Juppé, François Fillon et Jean-Pierre Raffarin.

Le 2 juin, François Hollande propose un projet de réorganisation territoriale afin de redécouper la France en 14 régions, au lieu de 22 actuellement.

Le 6 juin, 19 chefs d'Etat sont présents en Normandie pour les cérémonies officielles des commémorations du D-Day pour le 70ème anniversaire du Débarquement.

Le 10 juin, les jihadistes de l'Etat islamique en Irak et au Levant s'emparent de Mossoul, la deuxième ville d'Irak. Leurs victoires successives inquiètent fortement la communauté internationale.

Du 11 au 22 juin, le trafic SNCF est très fortement perturbé par une grève nationale contre le projet de loi sur la réforme ferroviaire.

Le 12 juin, la Coupe du monde de football débute au Brésil. **Le 15 juin**, la France l'emporte face au Honduras (3-0). **Le 20 juin**, la France l'emporte face à la Suisse (5-2). **Le 25 juin**, la France fait match nul face à l'Equateur (0-0) et se qualifie pour les quarts de finale.



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr