

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Levallois, le 23 juillet 2013

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE**L'audience de la Radio en Avril-Juin 2013**

L'audience de la Radio en Ile de France, lundi-vendredi	p. 2
L'audience et la composition des couplages publicitaires	p. 3
L'audience et la définition des agrégats par format et par statut, la définition des indicateurs	p. 4
Les caractéristiques de l'enquête et les événements sur la période	p. 5

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant **du 1er avril au 30 juin 2013**, mesurée auprès de 3 885 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 Avril-Juin 2013, 6 Jours de Moindre Activité ont été relevés : le lundi 1er avril, le mercredi 1er mai, les mercredi 8, jeudi 9 et vendredi 10 mai, et le lundi 20 mai 2013.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Avril - Juin 2013	Janvier - Mars 2013	Avril - Juin 2012
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	6	5	8
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	74,0	73,6	75,4

(1) 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

	Avril - Juin 2013					Janvier - Mars 2013					Avril - Juin 2012				
	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	11,9	1 168	77,8	7 604	2h55	12,1	1 179	78,7	7 689	2h55	11,7	1 137	79,2	7 718	2h48
7h - 9h	23,3	2 277	47,2	4 611	0h59	23,5	2 298	48,0	4 688	0h59	23,7	2 312	48,0	4 684	0h59

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).



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

⁽¹⁾ 1 % = 97 760 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 97 480 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2013		Janvier - Mars 2013		Avril - Juin 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	77,8	100,0	78,7	100,0	79,2	100,0
Programmes généralistes	38,2	43,3	37,1	39,8	36,6	42,2
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	11,1	9,8	10,0	7,7	9,4	8,9
FRANCE BLEU	1,6	1,3	1,9	1,4	1,5	1,0
FRANCE INTER	10,0	9,9	11,2	9,8	12,0	12,1
RMC	9,5	8,6	8,7	7,8	8,3	8,3
RTL	13,9	13,8	13,0	13,0	11,8	11,9
Programmes musicaux	34,2	27,1	36,3	27,1	36,3	26,0
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	3,0	2,4	3,8	2,6	4,1	2,4
FUN RADIO	3,1	1,6	3,9	2,3	4,2	2,1
MFM RADIO	1,0	0,7	ND	ND	1,2	0,9
NOSTALGIE	4,6	3,5	3,7	2,4	4,2	2,3
NRJ	7,7	5,1	8,6	5,0	7,2	4,2
RADIO NOVA	2,5	2,2	2,6	2,2	3,0	2,0
RFM	3,5	1,9	3,1	2,4	3,6	2,8
RIRE ET CHANSONS	4,5	2,4	4,1	1,5	4,1	2,2
RTL2	3,1	1,4	4,1	2,0	3,6	1,7
SKYROCK	7,6	4,2	9,5	4,8	9,4	4,0
VIRGIN RADIO	2,7	1,4	3,0	1,2	2,8	1,3
Programmes thématiques	17,9	12,2	17,6	13,9	19,2	12,1
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,6	2,1	2,8	2,6	2,5	2,3
FRANCE INFO	10,0	5,0	9,4	4,1	11,3	4,9
FRANCE MUSIQUE	1,9	1,1	1,9	2,0	1,4	0,8
RADIO CLASSIQUE	3,2	2,3	3,5	3,6	3,3	2,1
RFI	1,5	0,9	1,5	0,9	1,5	0,8
Programmes locaux	22,2	14,8	23,7	16,5	23,9	17,5
<i>Dont</i>						
ADO	2,6	0,8	2,3	0,7	3,0	1,1
CHANTE FRANCE	1,2	0,6	1,1	0,6	1,7	0,9
FIP	2,3	2,3	1,6	1,4	1,7	1,8
GENERATIONS	2,1	1,4	2,2	1,1	2,4	1,0
LATINA	3,3	1,7	4,1	2,5	3,9	2,7
OUI FM	2,2	1,1	2,5	1,2	1,7	1,3
RADIO FG	1,2	0,5	1,2	0,6	1,6	0,8
RADIO ORIENT	1,0	0,4	1,1	0,8	ND	ND
TROPIQUES FM	1,2	0,7	1,4	1,0	1,4	0,8
TSF JAZZ	1,3	0,9	1,9	1,4	2,1	1,2
VOLTAGE	2,1	1,0	2,0	0,6	2,5	0,8

ND = Non Disponible.



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

⁽¹⁾ 1 % = 97 760 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 97 480 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2013		Janvier - Mars 2013		Avril - Juin 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	77,8	100,0	78,7	100,0	79,2	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	17,8	13,4	18,4	11,4	17,8	11,1
IMPACT +	10,9	8,3	10,9	6,4	ND	ND
IP RADIO IDF	19,1	16,9	20,1	17,3	18,7	15,8
FIRST ILE DE FRANCE	6,1	3,0	7,9	4,3	7,6	3,9
LAGARDERE PUBLICITE	16,5	13,3	15,4	11,3	15,3	13,1
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,7	4,9	9,0	5,5	9,2	6,1
LIP !	13,4	7,9	15,4	9,8	15,2	10,0
LES INDES RADIOS	16,9	9,9	18,7	11,8	21,8	14,6
LES INDES CAPITALE	13,1	8,2	15,1	9,7	ND	ND
LES PARISIENNES	4,9	3,8	5,6	4,1	6,4	4,1
NOVA AND FRIENDS	3,8	3,1	4,5	3,6	4,8	3,2
SUD RADIO MEDIAS IDF	7,4	3,6	7,7	3,8	8,9	4,8
HPI GROUPE IDF	2,0	1,3	2,1	1,3	2,9	1,7

Le nom et /ou la composition des couplages publicitaires pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Avril-Juin 2013, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Impact + = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio IDF = Fun Radio, RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio, RTL2

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

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

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

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

Les Parisiennes = Chante France, Radio Nova, TSF JAZZ

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Sud Radio Médias IDF = Ado, Latina, Sud Radio, Voltage

HPI Groupe IDF = Chante France, Evasion

Les Indés Radios = 126 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, 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, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus, Latina, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Métropolys, Mistral FM, Mixx Radio, Mona FM, Montagne FM, MTL, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur (06), Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (14, 27, 76, 78), Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (30, 34), Radio Galaxie (80), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1 ex Radio Nohain, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo ex EFM, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sun 101.5 ex Radio Sun FM, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, VFM Radio, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.



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

⁽¹⁾ 1 % = 97 760 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 97 480 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2013		Janvier - Mars 2013		Avril - Juin 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	77,8	100,0	78,7	100,0	79,2	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	25,0	22,8	24,9	22,7	26,6	23,7
dont : RADIO FRANCE	23,9	21,9	24,0	21,8	25,6	22,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	65,6	73,4	67,1	73,0	66,1	72,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,2	2,0	1,5	2,0	1,6

DEFINITIONS DES AGREGATS DE LA RADIO

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC, RTL

Les programmes généralistes privés : EUROPE 1, RMC, RTL

Les programmes musicaux : CHERIE 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

Radio France : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUE, FRANCE CULTURE, LE MOUV'

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.

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.



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 1er avril et le 30 juin 2013** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 6 Jours de Moindre Activité ont été relevés.
- Les résultats portent sur **3 120 interviews pour la période Lundi-Vendredi**.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition 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 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 97 760 = 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 2013, allant du 1^{er} avril au 30 juin 2013, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

AVRIL

Le 2 avril, Jérôme Cahuzac, ex-ministre du Budget, reconnaît détenir un compte à l'étranger. A l'issue de ses aveux, il est mis en examen pour blanchiment de fraude fiscale. **Le 18 avril**, il démissionne de son mandat de député.

Le 8 avril, l'ancienne Premier ministre britannique Margaret Thatcher décède à l'âge de 87 ans.

Le 15 avril, un attentat à la bombe lors du Marathon de Boston, aux Etats-Unis, fait 3 morts et une centaine de blessés. **Le 20 avril**, deux suspects sont interpellés par le FBI.

Le 23 avril, l'Assemblée Nationale adopte la loi ouvrant le mariage aux personnes de même sexe, sur fond de manifestations. **Le 17 mai**, le Conseil constitutionnel valide la loi.

MAI

Le 13 mai, suite à la victoire du PSG au championnat de France de Football, des débordements ont lieu lors de la remise du Trophée, au Trocadéro à Paris.

A partir du 31 mai, de violents affrontements ont lieu en Turquie, aux abords de la place Taksim, dans le centre d'Istanbul, entre la police et les manifestants contre un projet urbain.

JUIN

Le 5 juin, Clément Méric, un jeune militant d'extrême gauche, décède des suites d'une violente altercation dans le métro parisien avec un groupe de skinheads.

Le 9 juin, l'Espagnol Rafael Nadal remporte la finale de Roland-Garros pour la huitième fois.

Le 11 juin, le gouvernement grec ferme brutalement la radio-télévision publique, ce qui déclenche des manifestations massives.

Le 20 juin, juin, des manifestations historiques au Brésil rassemblent plus d'un million de personnes sur fond de fronde sociale contre la hausse des prix.

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