

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

Résultats intermédiaires Septembre - Octobre 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 **2 septembre au 3 novembre 2013**, mesurée auprès de 3 498 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 Septembre - Octobre 2013, 1 Jour de Moindre Activité a été relevé : le vendredi 1^{er} novembre 2013.

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

	Septembre - Octobre 2013	Septembre - Octobre 2012
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	1	0
Nombre de jours de vacances scolaires	11	1
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	74,2	74,7

(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

	Septembre - Octobre 2013					Septembre - Octobre 2012				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
5h-24h	11,0	1 073	79,3	7 754	2h38	12,0	1 167	82,0	7 998	2h46
7h - 9h	22,1	2 160	46,1	4 510	0h57	22,9	2 231	47,1	4 595	0h58

Ce communiqué de presse présente les résultats d'audience intermédiaires en Ile de France, publiés à mi-parcours de la période de référence septembre - décembre 2013. Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs atteignant 1,5% 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

	Septembre - Octobre 2013		Septembre - Octobre 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	79,3	100,0	82,0	100,0
Programmes généralistes	38,7	43,3	37,0	37,6
<i>Dont</i>				
EUROPE 1	10,9	10,5	10,1	8,5
FRANCE BLEU	1,8	1,6	2,2	1,4
FRANCE INTER	12,0	10,6	10,6	8,9
RMC	9,2	8,0	8,3	7,0
RTL	12,9	12,6	12,8	11,9
Programmes musicaux	36,0	24,8	35,8	27,6
<i>Dont</i>				
CHERIE FM	3,0	1,7	4,2	3,0
FUN RADIO	3,5	1,5	3,6	2,0
NOSTALGIE	3,9	2,2	4,7	2,8
NRJ	9,5	5,1	8,2	5,3
RADIO NOVA	2,8	1,8	2,7	1,4
RFM	3,4	2,5	4,0	2,7
RIRE ET CHANSONS	4,3	2,0	3,8	1,3
RTL2	3,5	2,3	4,0	2,2
SKYROCK	7,7	4,1	8,4	4,8
VIRGIN RADIO	2,6	0,9	2,6	1,2
Programmes thématiques	16,6	10,7	19,6	13,3
<i>Dont</i>				
FRANCE CULTURE	2,4	2,1	3,0	2,1
FRANCE INFO	9,4	4,1	10,3	4,5
RADIO CLASSIQUE	2,6	2,3	3,7	3,5
Programmes locaux	24,8	18,0	23,9	18,2
<i>Dont</i>				
ADO	3,2	1,1	3,3	0,9
FIP	2,5	2,3	1,6	1,8
GENERATIONS	2,5	1,1	2,6	1,3
LATINA	4,6	2,6	3,3	2,3
OUI FM	1,8	1,1	2,1	1,3
TROPIQUES FM	2,1	1,3	1,8	1,3
TSF JAZZ	2,3	1,7	1,9	1,2
VOLTAGE	2,2	0,6	2,2	1,2

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

	Septembre - Octobre 2013		Septembre - Octobre 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	79,3	100,0	82,0	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	19,3	10,9	18,7	12,4
IMPACT +	10,3	5,9	ND	ND
IP RADIO IDF	19,1	16,4	19,6	16,0
FIRST ILE DE FRANCE	6,9	3,8	7,4	4,1
LAGARDERE PUBLICITE	16,2	14,2	16,1	12,5
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,2	5,1	9,5	5,8
LIP !	13,6	8,9	15,4	10,0
LES INDES RADIOS	18,9	12,4	18,9	13,0
LES INDES CAPITALE	15,9	9,5	ND	ND
NOVA AND FRIENDS	4,9	3,5	4,4	2,6
LES PARISIENNES	6,0	4,6	5,6	3,1
SUD RADIO MEDIAS IDF	9,0	4,3	7,9	4,5
HPI GROUPE IDF	2,0	1,7	2,4	1,6

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

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Septembre-Octobre 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

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Parisiennes = Chante France, Radio Nova, TSF JAZZ

Sud Radio Médias IDF = Ado, Latina, 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, Cannes Radio ex Radio Azur, 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 (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, 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 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 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, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sun 101.5, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, VFM Radio, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.



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

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

	Septembre - Octobre 2013		Septembre - Octobre 2012	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	79,3	100,0	82,0	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	25,4	22,2	26,4	21,0
dont : RADIO FRANCE	24,9	21,6	25,1	20,2
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	66,5	73,5	67,7	74,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,1	1,9	1,7

LA DEFINITION 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 (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.



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **Interviews réalisées entre le 2 septembre et le 3 novembre 2013** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. Un Jour de Moindre Activité a été relevé.
- Les résultats portent sur **2 943 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 Septembre-Octobre 2013, allant du 2 septembre au 3 novembre 2013, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

SEPTEMBRE

Le 11 septembre, un bijoutier de Nice abat un braqueur de 19 ans dans sa fuite, et relance le débat sur la légitime défense.

Le 14 septembre, un accord entre les Américains et les Russes est conclu pour démanteler l'arsenal chimique syrien. **Le 27 septembre**, l'Organisation pour l'interdiction des armes chimiques approuve le plan de démantèlement de ces arsenaux.

Le 16 septembre, une fusillade dans les locaux de la Navy à Washington fait 12 morts.

Le 21 septembre, une attaque terroriste dans un centre commercial de Nairobi au Kenya fait 67 morts.

Le 21 septembre, la chancelière allemande Angela Merkel est réélue pour un troisième mandat.

Le 22 septembre, l'équipe de France de Basket-ball remporte la finale de l'Euro 2013 face à la Lituanie.

OCTOBRE

Le 3 octobre, le naufrage d'un bateau de 500 migrants près de Lampedusa, en Italie, fait près de 300 morts.

Le 9 octobre, la collégienne Léonarda et sa famille d'origine Kosovare sont expulsés du territoire français. **Le 17 octobre**, des manifestations lycéennes de soutien débutent à Paris. **Le 19 octobre**, François Hollande propose à la collégienne de revenir poursuivre ses études en France, mais sans sa famille.

Le 13 octobre, le candidat du Front National remporte les élections cantonales partielles à Brignoles.

Les 15 et 22 octobre, les salariés d'Alcatel-Lucent manifestent contre un plan de suppression de postes.

Le 26 octobre, des manifestants protestent contre la mise en place de l'écotaxe en Bretagne.

Le 29 octobre, les 4 otages français détenus au Niger depuis 2010 sont libérés.

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