

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 14 janvier 2014



Mediametrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Novembre - Décembre 2013

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 **4 novembre au 29 décembre 2013**, mesurée auprès de 28 497 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 Novembre - Décembre 2013, 6 jours de moindre activité ont été relevés : le lundi 11 novembre et la semaine du 23 au 27 décembre 2013.

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

	Novembre - Décembre 2013	Septembre - Octobre 2013	Novembre - Décembre 2012
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	45	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	6	1	7
Nombre de jours de vacances scolaires	5	11	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	77,2	75,0	74,1

⁽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)

	Novembre - Décembre 2013					Septembre - Octobre 2013					Novembre - Décembre 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
Lundi - Vendredi	12,8	6 741	82,5	43 622	2h56	12,4	6 544	81,2	42 927	2h54	12,8	6 758	82,3	43 339	2h58
Samedi - Dimanche	9,6	5 082	69,8	36 897	2h37	9,4	4 944	69,9	36 916	2h33	9,8	5 151	70,7	37 200	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⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Novembre - Décembre 2013			Septembre - Octobre 2013			Novembre - Décembre 2012		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		82,5	2h56	100,0	81,2	2h54	100,0	82,3	2h58	100,0
Programmes généralistes	Total	38,5	2h41	42,7	38,8	2h36	42,9	39,8	2h35	42,3
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,4	2h13	8,6	9,2	1h59	7,8	9,1	2h03	7,6
FRANCE BLEU		7,2	2h10	6,4	7,7	2h13	7,2	7,6	2h12	6,9
FRANCE INTER		10,3	2h15	9,5	9,9	2h08	9,0	10,8	2h11	9,6
RMC		8,2	2h03	6,9	8,1	2h06	7,2	8,0	2h00	6,6
RTL		11,2	2h27	11,3	11,9	2h18	11,6	12,5	2h16	11,6
Programmes musicaux	Total	41,5	1h51	31,7	40,4	1h49	31,1	40,7	1h53	31,4
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,2	1h34	2,7	3,8	1h25	2,3	4,2	1h31	2,6
FUN RADIO		7,2	1h14	3,7	6,6	1h13	3,5	7,0	1h17	3,7
MFM RADIO		1,0	1h30	0,6	1,1	1h26	0,7	1,1	1h23	0,6
NOSTALGIE		5,8	1h37	3,9	5,6	1h30	3,5	5,6	1h32	3,5
NRJ		12,8	1h23	7,4	12,3	1h25	7,4	11,8	1h29	7,2
RADIO NOVA		1,0	1h13	0,5	1,1	1h29	0,7	ND	ND	ND
RFM		4,7	1h34	3,0	4,2	1h44	3,1	4,2	1h39	2,8
RIRE ET CHANSONS		3,2	1h06	1,5	3,4	1h00	1,4	3,4	1h01	1,4
RTL2		4,9	1h21	2,7	4,6	1h28	2,9	5,0	1h22	2,8
SKYROCK		6,9	1h14	3,5	6,5	1h19	3,6	7,2	1h21	3,9
VIRGIN RADIO		4,1	1h10	2,0	4,1	1h01	1,8	4,1	1h09	1,9
Programmes thématiques	Total	13,0	1h34	8,4	13,2	1h24	7,8	13,8	1h31	8,6
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,0	1h48	1,4	2,0	1h42	1,4	1,9	1h50	1,4
FRANCE INFO		8,0	1h02	3,4	8,2	0h58	3,4	8,6	1h03	3,7
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h50	1,0	1,5	1h33	1,0	1,7	1h43	1,2
RADIO CLASSIQUE		2,2	2h04	1,9	2,1	1h46	1,5	2,1	1h57	1,7
Programmes locaux	Total	19,9	1h44	14,2	19,8	1h45	14,7	19,8	1h48	14,6
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,2	1h36	1,5	2,3	1h51	1,8	2,4	1h44	1,7
Composé de (nombre de stations)		(557 stations)			(555 stations)			(552 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		16,2	1h41	11,2	15,8	1h40	11,2	16,1	1h42	11,2
Composé de (nombre de stations)		(126 stations)			(126 stations)			(125 stations)		

ND = Non Disponible



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

⁽¹⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Novembre - Décembre 2013			Septembre - Octobre 2013			Novembre - Décembre 2012		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		69,8	2h37	100,0	69,9	2h33	100,0	70,7	2h38	100,0
Programmes généralistes	Total	32,0	2h25	42,3	31,4	2h20	41,1	32,6	2h19	40,5
<i>dont</i>										
EUROPE 1		7,4	2h00	8,1	6,8	1h52	7,1	6,2	1h55	6,4
FRANCE BLEU		6,8	2h13	8,2	6,0	2h19	7,8	6,2	2h07	7,0
FRANCE INTER		8,3	2h18	10,4	8,5	2h08	10,2	9,3	2h09	10,7
RMC		5,2	1h37	4,6	5,2	1h38	4,8	5,5	1h33	4,6
RTL		8,8	2h16	10,9	9,0	2h12	11,2	9,7	2h16	11,8
Programmes musicaux	Total	31,8	1h47	31,2	31,5	1h42	30,1	33,0	1h43	30,6
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,1	1h30	2,6	2,9	1h29	2,4	3,3	1h19	2,4
FUN RADIO		4,9	1h15	3,4	5,5	1h21	4,2	5,2	1h03	2,9
MFM RADIO		0,9	1h38	0,8	0,7	1h20	0,5	0,9	1h13	0,6
NOSTALGIE		4,9	1h34	4,2	4,4	1h33	3,8	4,4	1h34	3,8
NRJ		9,3	1h27	7,3	9,0	1h15	6,3	9,1	1h30	7,4
RADIO NOVA		0,8	1h20	0,6	0,8	1h57	0,9	ND	ND	ND
RFM		3,4	1h44	3,2	3,7	1h24	2,9	3,3	1h33	2,8
RIRE ET CHANSONS		2,3	0h52	1,1	2,2	0h49	1,0	2,6	1h02	1,4
RTL2		3,8	1h18	2,7	3,6	1h22	2,8	3,6	1h26	2,8
SKYROCK		5,2	1h15	3,6	5,1	1h08	3,3	6,2	1h13	4,0
VIRGIN RADIO		2,9	1h00	1,6	3,0	1h04	1,8	3,3	0h57	1,7
Programmes thématiques	Total	10,4	1h39	9,4	10,5	1h39	9,8	10,0	1h38	8,8
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,9	2h00	2,1	1,8	1h56	2,0	1,8	1h27	1,4
FRANCE INFO		6,2	1h07	3,8	6,1	0h59	3,4	6,1	1h06	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,1	1h35	1,0	1,4	2h06	1,7	1,6	1h57	1,7
RADIO CLASSIQUE		1,9	1h58	2,0	2,0	2h07	2,4	1,4	2h11	1,6
Programmes locaux	Total	15,2	1h39	13,6	15,9	1h44	15,5	15,9	1h52	16,0
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,0	1h39	1,8	2,2	1h36	2,0	2,2	1h37	1,9
Composé de (nombre de stations)		(557 stations)			(555 stations)			(552 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		11,8	1h33	10,0	12,4	1h37	11,3	12,4	1h46	11,8
Composé de (nombre de stations)		(126 stations)			(126 stations)			(125 stations)		

ND = Non Disponible

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



⁽¹⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

	Novembre - Décembre 2013			Septembre - Octobre 2013			Novembre - Décembre 2012		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,5	2h56	100,0	81,2	2h54	100,0	82,3	2h58	100,0
NRJ GLOBAL	23,8	1h34	15,4	23,1	1h30	14,7	23,0	1h34	14,7
ADULTS ONLY	12,4	1h35	8,1	11,9	1h27	7,3	12,4	1h29	7,6
IP RADIO	22,4	1h55	17,7	22,0	1h55	17,9	23,5	1h53	18,1
FIRST MUSIC	11,8	1h19	6,4	10,9	1h22	6,3	11,7	1h21	6,5
FIRST ILE DE FRANCE	1,4	1h12	0,7	1,3	1h09	0,6	1,4	1h10	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	17,5	1h54	13,7	17,0	1h47	12,9	16,8	1h49	12,5
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,8	1h17	1,0	1,5	1h18	0,8	1,8	1h39	1,2
LIP !	2,8	1h27	1,6	2,5	1h22	1,5	3,0	1h34	1,9
TF1 PUBLICITE RADIOS	17,0	1h41	11,8	16,7	1h40	11,9	16,9	1h42	11,8
LES INDES RADIOS	16,2	1h41	11,2	15,8	1h40	11,2	16,1	1h42	11,2
LES INDES CAPITALE	4,5	1h33	2,9	4,8	1h21	2,8	4,5	1h18	2,4
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h23	0,8	1,6	1h33	1,1	1,3	1h55	1,1
LES PARISIENNES	1,0	1h20	0,5	1,1	1h36	0,8	1,0	1h54	0,8
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,8	2h37	100,0	69,9	2h33	100,0	70,7	2h38	100,0
NRJ GLOBAL	17,9	1h33	15,1	17,0	1h25	13,6	18,0	1h32	14,9
ADULTS ONLY	9,5	1h30	7,8	8,7	1h28	7,2	9,7	1h27	7,6
IP RADIO	17,0	1h50	17,0	17,6	1h50	18,2	17,9	1h49	17,5
FIRST MUSIC	8,7	1h17	6,1	9,1	1h22	7,0	8,6	1h14	5,7
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h21	0,9	1,0	1h11	0,7	1,1	0h52	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	13,4	1h48	13,1	13,0	1h39	12,0	12,7	1h37	11,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,3	1h08	0,8	1,2	1h32	1,1	1,6	1h17	1,1
LIP !	2,2	1h23	1,7	2,1	1h27	1,7	2,4	1h16	1,6
TF1 PUBLICITE RADIOS	12,5	1h34	10,8	13,0	1h37	11,8	13,0	1h46	12,4
LES INDES RADIOS	11,8	1h33	10,0	12,4	1h37	11,3	12,4	1h46	11,8
LES INDES CAPITALE	3,5	1h24	2,7	3,6	1h27	2,9	3,3	1h30	2,6
NOVA AND FRIENDS	1,2	1h15	0,8	1,4	1h49	1,4	1,0	1h38	0,9
LES PARISIENNES	0,7	1h18	0,5	1,1	1h31	1,0	0,9	1h25	0,7

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2013 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⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

Novembre - Décembre 2013			Septembre - Octobre 2013			Novembre - Décembre 2012		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GENERAL	82,5	2h56	100,0	81,2	2h54	100,0	82,3	2h58	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,4	2h12	23,0	25,9	2h06	23,1	26,8	2h11	24,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,2	2h12	22,8	25,8	2h06	23,0	26,7	2h11	23,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,1	2h35	72,5	66,8	2h31	71,6	67,5	2h34	71,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,2	1h36	1,5	2,3	1h51	1,8	2,4	1h44	1,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,9	1h29	3,0	4,5	1h49	3,5	4,6	1h38	3,1

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	69,8	2h37	100,0	69,9	2h33	100,0	70,7	2h38	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,2	2h12	26,8	21,6	2h09	26,1	21,7	2h14	26,1
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,1	2h12	26,6	21,4	2h10	26,0	21,6	2h14	25,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	54,9	2h16	67,9	54,7	2h13	68,4	55,7	2h16	67,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,0	1h39	1,8	2,2	1h36	2,0	2,2	1h37	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,5	1h49	3,5	3,8	1h36	3,4	4,0	1h53	4,1

⁽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 Novembre-Décembre 2013, 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, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Parisiennes = Chante France IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

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 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 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, Tendance 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 4 novembre et le 29 décembre 2013 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 23 440 interviews pour la période lundi-vendredi, et 11 218 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 528 450 = 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 Novembre-Décembre 2013, allant du 4 novembre au 29 décembre 2013, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

NOVEMBRE

Le 8 novembre, le passage du typhon Haiyan aux Philippines fait près de 6 000 morts et 2 000 disparus.

Le 12 novembre, 5 portiques écotaxe et 48 radars routiers sont détruits en Bretagne par des manifestants.

Le 12 novembre, Jean-Marc Ayrault saisit la justice au sujet d'une couverture polémique du journal Minute à l'égard de la Garde des Sceaux, Christiane Taubira.

Le 15 novembre, un homme armé ouvre le feu dans les locaux de BFM TV. **Le 18 novembre**, il réitère son geste à Libération et à La Défense, devant la Société Générale. Il est appréhendé et mis en garde à vue, **le 20 novembre**.

Le 19 novembre, l'équipe de France de football se qualifie pour la Coupe du Monde de 2014, en battant l'Ukraine (3-0).

Le 30 novembre, la mère d'une petite fille de 2 ans retrouvée morte noyée à Berck, avoue avoir tué son enfant.

DÉCEMBRE

Le 5 décembre, l'opération Sangaris, intervention militaire de l'armée française en Centrafrique, est lancée.

Le 5 décembre, le président sud-africain annonce la mort de Nelson Mandela. Une grande cérémonie d'hommage a lieu en Afrique du Sud, le **10 décembre**.

Le 23 décembre, La tempête Dirk prive environ 150 000 foyers d'électricité et tue un garçon de 12 ans dans Le Calvados.

Le 29 décembre, Michael Schumacher est victime d'un grave accident de ski qui le plonge dans un état critique.



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 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

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