

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Levallois, le 27 janvier 2016

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE**L'audience de la Radio en Septembre - Décembre 2015**

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 **31 août 2015 au 3 janvier 2016**, mesurée auprès de 7 010 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-Décembre 2015, 9 Jours de Moindre Activité ont été relevés : le mercredi 11 novembre, les mercredi 23, jeudi 24 et vendredi 25 décembre, et la semaine du lundi 28 décembre 2015 au vendredi 1er janvier 2016.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Septembre - Décembre 2015	Avril - Juin 2015	Septembre - Décembre 2014
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	90	65	85
Nombre de Jours de Moindre Activité	9	6	7
Nombre de jours de vacances scolaires	21	10	16
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	75,9	77,2	75,1

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

L'audience du Média Radio en Ile de France, population des 13 ans et plus, en Lundi-Vendredi

	Septembre - Décembre 2015					Avril - Juin 2015					Septembre - Décembre 2014				
	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	11,1	1 099	75,7	7 467	2h48	11,3	1 115	78,0	7 697	2h45	11,3	1 114	77,4	7 605	2h47
7h-9h	22,4	2 212	45,5	4 487	0h59	22,2	2 190	44,9	4 427	0h59	23,7	2 333	47,5	4 671	1h00

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% = 98 690 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 98 310 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Décembre 2015		Avril - Juin 2015		Septembre - Décembre 2014	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	75,7	100,0	78,0	100,0	77,4	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	35,9	42,7	35,1	40,3	36,5	40,0
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	9,6	8,9	10,1	8,7	10,4	8,9
FRANCE BLEU	1,5	1,2	2,2	1,6	1,4	0,9
FRANCE INTER	12,0	12,4	9,4	8,7	11,4	9,8
RMC	7,6	7,3	8,6	9,0	8,4	7,0
RTL	11,9	12,9	12,4	12,4	11,7	13,4
<i>Programmes musicaux</i>	32,4	24,4	33,9	25,9	33,4	25,4
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	3,7	2,6	3,3	2,0	2,8	1,8
FUN RADIO	3,7	2,0	2,9	1,7	3,8	1,8
NOSTALGIE	3,6	2,0	3,8	2,5	3,9	3,1
NRJ	7,8	4,5	7,8	5,3	8,5	5,0
RADIO NOVA	2,3	1,2	1,7	1,4	2,8	1,7
RFM	3,4	2,2	4,2	3,2	3,7	2,5
RIRE ET CHANSONS	3,0	1,3	3,5	1,4	3,1	1,4
RTL2	2,9	1,8	3,1	1,8	3,1	2,0
SKYROCK	7,3	4,4	7,1	3,9	7,7	4,1
VIRGIN RADIO	3,4	1,9	3,6	1,8	2,5	1,2
<i>Programmes thématiques</i>	18,1	13,0	17,3	11,3	18,2	13,4
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	3,1	2,5	2,6	2,1	2,7	2,3
FRANCE INFO	9,7	4,6	9,5	4,3	10,1	4,9
FRANCE MUSIQUE	1,4	0,7	1,2	0,9	1,2	1,1
RADIO CLASSIQUE	3,8	3,3	3,4	2,6	3,7	3,7
RFI	1,6	0,9	1,9	0,8	1,4	0,7
<i>Programmes locaux</i>	22,4	16,7	26,5	19,7	23,7	18,2
<i>Dont</i>						
ADO	2,6	1,1	2,8	1,0	2,3	0,8
AFRICA N°1	1,1	0,8	ND	ND	ND	ND
BEUR FM	1,2	0,6	1,1	0,6	ND	ND
CHANTE FRANCE	1,8	0,8	1,9	0,8	1,4	0,9
FIP	2,1	2,0	2,2	2,3	2,6	2,9
GENERATIONS	2,8	1,4	3,2	1,4	2,5	1,5
LATINA	3,0	2,4	3,4	2,1	3,9	2,4
OUI FM	1,9	1,4	1,6	1,1	2,3	1,4
RADIO FG	1,1	0,6	1,4	1,0	1,4	0,5
TROPIQUES FM	1,2	0,7	1,7	1,8	1,4	0,9
TSF JAZZ	2,1	1,1	1,8	1,3	1,9	1,0
VOLTAGE	2,4	1,1	3,2	1,8	1,9	0,8

ND = Non Disponible.

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

⁽¹⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 98 310 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Décembre 2015		Avril - Juin 2015		Septembre - Décembre 2014	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	75,7	100,0	78,0	100,0	77,4	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	16,4	10,4	17,0	11,2	17,1	11,3
IMPACT +	9,4	5,9	9,8	5,9	9,2	6,3
IP RADIO IDF	17,9	16,7	17,7	15,9	17,8	17,2
FIRST ILE DE FRANCE	6,4	3,8	5,9	3,6	6,8	3,8
LAGARDERE PUBLICITE	15,6	12,9	16,8	13,7	16,0	12,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,9	6,0	10,1	7,1	9,1	5,6
LIP !	14,1	9,8	14,5	10,7	14,4	9,4
LES INDES RADIOS	17,4	12,6	20,7	14,2	17,9	12,6
LES INDES CAPITALE	13,9	9,8	17,1	11,4	14,1	9,7
NOVA AND FRIENDS	4,1	2,3	3,5	2,7	4,6	2,7
PARIS - IDF +	5,8	3,0	5,4	3,5	6,0	3,6
1981 IDF FULL	7,2	4,5	8,7	4,9	7,4	3,9
1981 IDF DUO	4,8	2,2	5,7	2,8	ND	ND
HPI GROUPE IDF	2,7	1,3	2,9	1,3	2,5	2,0

ND = Non Disponible.

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

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Septembre-Décembre 2015, 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 = 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 Orient, Rézo, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

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

Paris - IDF + = Chante France, Radio Nova, TSF JAZZ

1981 IDF Full = Ado, Latina, Voltage

1981 IDF Duo = Ado, Voltage

HPI Groupe IDF = Chante France, Evasion

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, 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 (59, 62), Dici Radio (05), Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Limousin), Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie (59), Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon (62), 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, 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, Oxygène Radio (49), 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 (57), Radio Latitude, Radio Liberté, 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, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-La Bretagne en Musique ex 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, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

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

⁽¹⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 98 310 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Décembre 2015		Avril - Juin 2015		Septembre - Décembre 2014	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	75,7	100,0	78,0	100,0	77,4	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	25,6	24,5	24,1	20,9	25,5	23,0
dont : RADIO FRANCE	24,7	23,6	23,1	20,1	24,6	22,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	62,4	71,4	65,5	74,8	63,5	72,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,5	0,9	2,3	1,4	1,9	1,4

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, 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, 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 31 août 2015 et le 3 janvier 2016** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 9 Jours de Moindre Activité ont été relevés.
- Les résultats portent sur **5 513 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 98 690 = 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-Décembre 2015, allant du 31 août 2015 au 3 janvier 2016, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 3 septembre, la photo d'un enfant syrien de 3 ans, retrouvé mort sur une plage de Turquie après le naufrage de son embarcation à destination de la Grèce, provoque un choc à travers le monde. **Le 5 septembre**, l'Autriche et l'Allemagne ouvrent leurs frontières aux migrants. **Le 13 septembre**, l'Allemagne rétablit provisoirement le contrôle à ses frontières suite à des afflux massifs de réfugiés.

Le 22 septembre, le constructeur allemand Volkswagen est accusé de tricherie dans les contrôles antipollution aux Etats-Unis. Onze millions de véhicules à travers le monde ont été équipés d'un logiciel permettant de tromper les contrôles.

Le 3 octobre, de violents orages et des pluies d'une intensité exceptionnelle s'abattent sur le département des Alpes-Maritimes, provoquant des inondations meurtrières à Cannes, Antibes et plusieurs communes alentours. Le bilan fait état de 17 morts et 4 disparus.

Le 31 octobre, le crash aérien d'un airbus A321 russe au-dessus du Sinaï en Egypte fait 224 victimes. Un groupe affilié à l'État islamique revendique l'attaque.

Le 13 novembre, des attaques terroristes sans précédent, revendiquées par le groupe Etat Islamique, ont lieu à Paris, faisant 130 morts et plus de 350 blessés. Trois kamikazes se font exploser aux abords du stade de France. Simultanément, trois individus ouvrent le feu sur les clients attablés en terrasse de bars et restaurants des 10e et 11e arrondissements, et trois autres individus prennent d'assaut le Bataclan, où se déroule un concert réunissant plus de 1 500 personnes. **Le 15 novembre**, un deuil national de 3 jours est décrété, une durée inédite en France.

Le 16 novembre, François Hollande s'exprime devant le Parlement réuni en Congrès à Versailles. **Le 18 novembre**, les policiers lancent un assaut contre des terroristes, dont le commanditaire présumé des attaques, retranchés dans un appartement à Saint-Denis ; les trois occupants sont tués. **Le 19 novembre**, l'Assemblée nationale adopte la prolongation pour trois mois de l'état d'urgence. **Du 21 au 23 novembre**, Bruxelles est en alerte maximale en raison de menaces d'attentats ; des suspects en lien avec les attentats de Paris sont arrêtés. **Le 23 décembre**, le gouvernement présente son projet de réforme prévoyant l'inscription dans la Constitution de l'état d'urgence et de la déchéance de nationalité pour les terroristes binationaux.

Le 30 novembre, près de 150 chefs d'Etat et de gouvernement sont accueillis à Paris pour l'ouverture de la conférence sur le climat COP21. **Le 12 décembre**, un accord « historique » qui doit permettre de lutter contre le réchauffement climatique est adopté par 195 pays.

Le 2 décembre, une fusillade dans un centre social de San Bernardino, en Californie, fait 14 morts et plus de 20 blessés. Sans revendiquer explicitement l'attaque, le groupe Etat Islamique annonce dans un communiqué que l'attaque a été menée par deux de ses « partisans ».

Le 6 décembre, au premier tour des élections régionales, le Front National arrive en tête dans six régions sur treize. **Le 13 décembre**, au second tour, le FN ne remporte finalement aucune région, la droite 7 et la gauche 5.

Contacts Presse :

Benoit David

Tél : 01 71 09 93 18

b david @mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

l lellouche-filliau@mediametrie.fr