

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Levallois, le 27 avril 2016

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE**L'audience de la Radio en Janvier - Mars 2016**

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 4 janvier au 3 avril 2016**, mesurée auprès de 3 895 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 Janvier-Mars 2016, un Jour de Moindre Activité a été relevé : le lundi 28 mars 2016.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Janvier - Mars 2016	Septembre - Décembre 2015	Janvier - Mars 2015
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	90	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	1	9	5
Nombre de jours de vacances scolaires	10	21	15
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	77,6	75,9	77,0

(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

	Janvier - Mars 2016					Septembre - Décembre 2015					Janvier - Mars 2015				
	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	10,4	1 033	74,0	7 360	2h40	11,1	1 099	75,7	7 467	2h48	11,1	1 099	75,7	7 468	2h48
7h-9h	21,2	2 110	43,0	4 274	0h59	22,4	2 212	45,5	4 487	0h59	21,8	2 151	46,0	4 544	0h57

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 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2016		Septembre - Décembre 2015		Janvier - Mars 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,0	100,0	75,7	100,0	75,7	100,0
Programmes généralistes	32,2	40,6	35,9	42,7	37,1	42,3
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	8,4	7,8	9,6	8,9	9,6	7,5
FRANCE BLEU	1,5	1,7	1,5	1,2	1,7	1,4
FRANCE INTER	10,9	11,4	12,0	12,4	11,7	12,0
RMC	6,4	6,4	7,6	7,3	8,0	8,1
RTL	10,8	13,3	11,9	12,9	12,6	13,2
Programmes musicaux	32,7	26,8	32,4	24,4	31,0	24,3
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	3,0	1,8	3,7	2,6	3,4	2,0
FUN RADIO	3,7	3,2	3,7	2,0	2,7	1,8
MFM RADIO	1,0	0,4	ND	ND	ND	ND
NOSTALGIE	4,1	3,3	3,6	2,0	3,2	2,3
NRJ	7,7	4,9	7,8	4,5	8,5	5,2
RADIO NOVA	1,7	1,4	2,3	1,2	1,9	1,2
RFM	4,0	2,6	3,4	2,2	3,4	2,3
RIRE ET CHANSONS	2,9	1,3	3,0	1,3	3,1	1,6
RTL2	3,2	1,6	2,9	1,8	2,6	1,4
SKYROCK	6,6	3,8	7,3	4,4	7,1	3,6
VIRGIN RADIO	3,5	2,2	3,4	1,9	3,6	2,2
Programmes thématiques	17,1	13,1	18,1	13,0	17,9	12,1
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,7	1,8	3,1	2,5	2,8	1,6
FRANCE INFO	9,2	4,4	9,7	4,6	10,0	4,9
FRANCE MUSIQUE	2,3	2,4	1,4	0,7	1,6	1,5
RADIO CLASSIQUE	3,1	3,0	3,8	3,3	3,6	2,3
RFI	1,2	0,8	1,6	0,9	1,4	0,9
Programmes locaux	22,1	17,0	22,4	16,7	23,7	18,7
<i>Dont</i>						
ADO	1,9	0,7	2,6	1,1	2,3	1,0
CHANTE FRANCE	1,9	1,0	1,8	0,8	1,4	0,8
EVASION	1,4	1,0	ND	ND	1,2	0,7
FIP	1,9	2,0	2,1	2,0	2,3	2,6
GENERATIONS	3,0	1,2	2,8	1,4	2,7	1,1
LATINA	2,8	1,7	3,0	2,4	4,1	2,7
OUI FM	1,6	1,0	1,9	1,4	1,3	0,9
RADIO FG	1,5	0,6	1,1	0,6	1,6	1,1
TROPIQUES FM	1,4	0,9	1,2	0,7	2,0	1,5
TSF JAZZ	1,3	0,8	2,1	1,1	1,7	1,3
VOLTAGE	1,9	0,9	2,4	1,1	2,6	1,3

ND = Non Disponible.

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

⁽¹⁾ 1 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2016		Septembre - Décembre 2015		Janvier - Mars 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,0	100,0	75,7	100,0	75,7	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	16,4	11,3	16,4	10,4	16,5	11,2
IMPACT +	9,3	6,4	9,4	5,9	8,7	5,9
IP RADIO IDF	17,0	18,1	17,9	16,7	17,5	16,3
FIRST ILE DE FRANCE	6,8	4,8	6,4	3,8	5,2	3,1
LAGARDERE PUBLICITE	15,0	12,6	15,6	12,9	15,8	12,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	9,6	6,4	8,9	6,0	9,4	6,5
LIP !	15,0	11,2	14,1	9,8	13,0	9,6
LES INDES RADIOS	17,5	11,5	17,4	12,6	18,7	13,3
LES INDES CAPITALE	13,8	8,7	13,9	9,8	15,1	10,8
NOVA AND FRIENDS	2,9	2,2	4,1	2,3	3,6	2,5
PARIS - IDF +	4,7	3,2	5,8	3,0	4,9	3,4
1981 IDF FULL	6,3	3,2	7,2	4,5	8,0	5,1
1981 IDF DUO	3,7	1,5	4,8	2,2	ND	ND
HPI GROUPE IDF	3,2	2,0	2,7	1,3	2,5	1,6

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 Janvier-Mars 2016, 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, 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 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, RCA ex Radio Côte d'Amour, 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 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2016		Septembre - Décembre 2015		Janvier - Mars 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,0	100,0	75,7	100,0	75,7	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	24,8	25,1	25,6	24,5	25,6	25,2
dont : RADIO FRANCE	24,3	24,3	24,7	23,6	24,6	24,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	59,0	69,9	62,4	71,4	62,2	71,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,1	2,5	1,5	0,9	1,7	1,1

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 4 janvier et le 3 avril 2016** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 1 Jour de Moindre Activité a été relevé.
- Les résultats portent sur **3 291 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 99 440 = 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 Janvier-Mars 2016, allant du 4 janvier au 3 avril 2016, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Janvier

Du 4 au 10 janvier, une semaine d'hommages et de commémorations est rendue aux victimes des attentats de janvier 2015 à Paris, un an après les attaques de Charlie Hebdo et de l'Hyper Cacher.

Le 10 janvier, le chanteur britannique, David Bowie, succombe des suites d'un cancer à l'âge de 69 ans, suscitant de nombreux hommages.

Les 26, 27 et 28 janvier, les mouvements de grève et les manifestations dans la fonction publique s'étendent aux chauffeurs de taxi et aux contrôleurs aériens.

Le 27 janvier, Christiane Taubira, garde des Sceaux, démissionne du gouvernement. Elle est remplacée par Jean-Jacques Urvoas.

Le 19 février, face à la perspective d'un « Brexit », les dirigeants européens réunis à Bruxelles parviennent à un accord pour tenter de garder le Royaume-Uni dans l'Union Européenne.

Le 1^{er} mars, aux Etats-Unis, Donald Trump et Hilary Clinton sortent grands vainqueurs du premier « Super Tuesday » dans les primaires américaines.

Février

Les 9, 17 et 31 mars, les mouvements de grève et les manifestations contre le projet El Khomri sur la loi travail mobilisent étudiants, lycéens et fonctionnaires, et affectent de nombreux services publics. **Le 14 mars**, face à ces mouvements de protestation, le gouvernement modifie le texte de son projet de réforme.

Le 13 mars, une attaque terroriste revendiquée par Aqmi dans la cité balnéaire de Grand-Bassam en Côte d'Ivoire fait 19 morts, dont quatre Français.

Mars

Le 18 mars, après quatre mois de traque, Salah Abdeslam, le complice présumé des attentats de Paris, est arrêté à Molenbeek en Belgique.

Le 22 mars, l'aéroport international de Bruxelles-Zaventem et la station de métro Maelbeek sont frappés par trois attentats suicide à la bombe, revendiqués par l'Etat islamique. Le bilan de ces attentats fait état de 32 morts et 340 blessés. La Belgique décrète un deuil national de trois jours. L'alerte antiterroriste est relevée au niveau maximal.

Le 29 mars, le président François Hollande annonce l'abandon du projet de révision constitutionnelle qui prévoyait notamment l'inscription dans la Constitution de la déchéance de nationalité pour les terroristes.

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