



ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

Résultats intermédiaires Septembre - Octobre 2017

portant sur les 8 premières semaines de la vague de référence Septembre - Décembre 2017

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant du 4 septembre au 29 octobre 2017, mesurée auprès de 3 508 personnes âgées de 13 ans et plus.

Après étude et analyse de la rémanence des messages de Fun Radio, Médiamétrie et le CESP ont constaté qu'il n'y a plus d'atypisme dans les comportements d'écoute des auditeurs de Fun Radio. En conséquence, les résultats Septembre-Octobre 2017 sont publiés sans correction.

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 2017, aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.

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

	Septembre - Octobre 2017	Septembre - Octobre 2016
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	0
Nombre de jours de vacances scolaires	5	10
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	75,4	74,5

(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 2017					Septembre - Octobre 2016				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
5h - 24h	11,0	1 103	73,9	7 401	2h50	10,6	1 054	74,5	7 404	2h42
7h - 9h	22,7	2 270	46,0	4 608	0h59	22,7	2 255	45,8	4 551	0h59

Ce communiqué de presse présente les résultats d'audience intermédiaires en Ile de France, publiés sur les 8 premières semaines de la période de référence septembre - décembre 2017. 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 % = 100 120 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2017		Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	73,9	100,0	74,5	100,0
Programmes généralistes	36,2	44,2	36,3	43,8
<i>Dont</i>				
EUROPE 1	8,7	8,0	9,2	8,2
FRANCE INTER	12,4	12,0	12,9	15,8
RMC	7,9	7,8	8,2	6,9
RTL	12,6	15,3	12,5	11,7
Programmes musicaux	30,4	23,0	30,8	24,5
<i>Dont</i>				
CHERIE	3,2	1,7	2,7	1,9
FUN RADIO	2,6	1,5	2,7	2,4
NOSTALGIE	3,5	2,0	3,8	3,0
NRJ	6,9	3,7	6,4	4,8
RADIO NOVA	1,9	0,9	2,2	1,4
RFM	2,8	2,9	3,9	2,7
RIRE ET CHANSONS	3,9	1,7	4,1	1,6
RTL2	2,5	2,4	3,1	1,5
SKYROCK	6,5	3,8	5,5	2,7
VIRGIN RADIO	3,2	1,9	2,5	1,8
Programmes thématiques	18,0	13,0	18,3	13,9
<i>Dont</i>				
FRANCE CULTURE	2,6	2,5	2,3	1,7
FRANCE INFO	10,4	5,2	9,5	4,9
RADIO CLASSIQUE	2,9	2,6	3,4	2,9
Programmes locaux	21,8	17,7	21,3	15,1
<i>Dont</i>				
FIP	2,7	2,9	2,4	2,5
LATINA	3,3	2,4	2,8	1,6
OUI FM	1,8	1,2	ND	ND
SWIGG	1,9	0,7	2,3	0,5
TROPIQUES FM	1,9	1,4	1,6	1,1
VOLTAGE	2,2	1,6	2,1	0,6

ND = Non Disponible.

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



(1) 1 % = 100 120 personnes de 13 ans et plus

(2) 1 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2017		Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	73,9	100,0	74,5	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	16,0	9,0	15,3	11,2
IMPACT +	9,8	5,3	9,5	6,4
PRIORITE IDF	19,2	11,3	19,9	14,5
M6 PUBLICITE RADIO IDF	17,1	19,1	17,8	15,6
FIRST ILE DE FRANCE	5,1	3,9	5,7	3,9
LAGARDERE PUBLICITE	14,2	12,7	14,7	12,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,5	6,4	8,5	5,5
LIP !	12,9	10,3	13,2	9,4
LES INDES RADIOS	16,9	12,4	16,3	9,7
LES INDES CAPITALE	13,5	10,1	13,3	7,8
NOVA AND FRIENDS	2,9	1,7	4,1	2,4
PARIS - IDF +	4,3	2,3	5,6	3,2
1981 IDF FULL	6,9	4,7	6,6	2,7
1981 IDF DUO	4,1	2,3	4,0	1,2
HPI GROUPE IDF	2,7	1,3	3,0	1,5

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-Octobre 2017, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Impact + = Chérie, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France, Chérie, Nostalgie, NRJ, Radio Nova, Rire et Chansons, TSF JAZZ

M6 Publicité 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 = Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MBS ex Music Box, MFM Radio, Radio Orient, Radio Rézo, Sud Radio, Swigg ex Ado, 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 = Latina, Swigg ex Ado, Voltage

1981 IDF Duo = Voltage, Swigg ex Ado

HPI Groupe IDF = Chante France, Evasion, MBS ex Music Box

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, 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 Radio (59), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), 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, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, MBS ex Music Box, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (49), Plein Air, Plein Coeur, 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 Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergie, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Rézo, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radiocéan, RCA, RDL Radio, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS FM, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg ex Ado, Tendence Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio ex RV1, Voltage, Wit FM.

► Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Résultats Intermédiaires Septembre-Octobre 2017

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés



⁽¹⁾ 1 % = 100 120 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2017		Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	73,9	100,0	74,5	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	27,0	25,8	27,3	29,6
dont : RADIO FRANCE	26,4	25,1	26,2	28,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	58,9	70,6	59,3	66,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,9	1,3	ND	ND

ND = Non Disponible.

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, FUN RADIO, MFM RADIO, MOUV', 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 (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 4 septembre et le 29 octobre 2017** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. Aucun jour de Moindre Activité n'a été relevé.
- Les résultats portent sur **3 025 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 100 120 = 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 2017, allant du 4 septembre au 29 octobre 2017, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

SEPTEMBRE

Le 6 septembre, l'ouragan Irma, le plus puissant jamais enregistré dans l'Atlantique nord, frappe très durement les Antilles françaises. Les îles de Saint-Martin et de Saint-Barthélemy sont dévastées. Le bilan fait état de 10 morts et 7 disparus.

Les 7 et 8 septembre, et le 19 octobre, plusieurs antennes de Radio France, dont France Inter et France Culture, sont perturbées par un mouvement de grève.

Les 8 et 19 septembre, le Mexique est frappé par deux séismes de très forte intensité faisant des centaines de morts et d'importants dégâts.

Les 12, 21 et 23 septembre, et le 19 octobre, des manifestations ont lieu à Paris et dans plusieurs villes de province contre le projet de réforme par ordonnance du Code du Travail du gouvernement d'Emmanuel Macron.

Le 13 septembre, le CIO officialise l'attribution des Jeux Olympiques 2024 à la ville de Paris, et ceux de 2028 à Los Angeles.

Le 15 septembre, l'explosion d'une bombe artisanale dans une station du métro londonien fait 29 blessés. L'attaque est revendiquée par l'Etat islamiste.

Le 1^{er} octobre, deux jeunes femmes sont poignardées sur le parvis de la gare Saint-Charles à Marseille. Une enquête antiterroriste est ouverte.

Le 1^{er} octobre, malgré l'interdiction du gouvernement espagnol, un référendum sur l'indépendance de la Catalogne est organisé par les indépendantistes. La police intervient en force faisant des dizaines de blessés. **Le 29 octobre**, des centaines de milliers d'unionistes défilent dans les rues de Barcelone.

Le 2 octobre, une fusillade lors d'un concert en plein air à Las Vegas aux Etats-Unis fait 59 morts et plus de 500 blessés.

Le 9 octobre, le producteur star de films à Hollywood Harvey Weinstein est accusé de harcèlement sexuel par plusieurs actrices et se fait licencier de sa propre société. Le producteur fait l'objet de nombreuses accusations, dont 7 accusations de viol. Cette affaire déclenche une vague de témoignages et de révélations sur les réseaux sociaux en France et à travers le monde.

OCTOBRE

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llessouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr