

COMMUNIQUE DE PRESSE

Levallois, le 18 avril 2019



Enquête Médiamétrie 126 000 Radio

L'Audience de la Radio en France en Janvier - Mars 2019

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France Métropolitaine sur la période allant du 31 décembre 2018 au 31 mars 2019, mesurée auprès de 32 685 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 Janvier-Mars 2019, 3 JMA ont été relevés : les lundi 31 décembre 2018, mardi 1er et mercredi 2 janvier 2019.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Janvier - Mars 2019	Novembre - Décembre 2018	Janvier - Mars 2018
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	40	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	3	2	3
Nombre de jours de vacances scolaires	15	5	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,7	75,8	75,4

⁽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)

	Janvier - Mars 2019					Novembre - Décembre 2018					Janvier - Mars 2018				
	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	11,4	6 174	78,1	42 385	2h46	11,7	6 364	78,5	42 627	2h50	11,9	6 450	79,5	43 173	2h50
Samedi - Dimanche	8,4	4 561	65,4	35 483	2h27	8,3	4 495	65,1	35 327	2h25	8,3	4 504	65,7	35 664	2h24

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) La composition des Indés Radios figure en page 7

		Janvier - Mars 2019			Novembre - Décembre 2018			Janvier - Mars 2018		
		AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		78,1	2h46	100,0	78,5	2h50	100,0	79,5	2h50	100,0
Programmes généralistes	Total	35,9	2h27	40,7	37,4	2h33	42,8	37,7	2h35	43,1
<i>dont</i>										
EUROPE 1		5,9	1h39	4,5	6,0	1h45	4,7	6,8	1h46	5,3
FRANCE BLEU		6,4	2h02	6,0	6,8	2h01	6,2	7,1	2h05	6,5
FRANCE INTER		11,7	2h15	12,2	11,9	2h16	12,1	11,3	2h18	11,5
RMC		7,3	1h49	6,1	7,7	1h51	6,4	7,5	1h58	6,5
RTL		11,3	2h15	11,8	12,0	2h29	13,4	12,2	2h26	13,2
Programmes musicaux	Total	36,9	1h48	30,7	36,3	1h47	29,1	38,8	1h49	31,0
<i>dont</i>										
CHERIE		3,5	1h17	2,1	3,6	1h19	2,1	3,8	1h20	2,2
FUN RADIO		5,1	1h31	3,6	5,1	1h29	3,4	5,8	1h26	3,7
M RADIO		1,0	1h33	0,8	1,1	1h21	0,7	1,2	1h52	1,0
NOSTALGIE		5,9	1h39	4,5	5,6	1h33	3,9	6,1	1h47	4,8
NRJ		9,5	1h23	6,1	9,5	1h21	5,7	9,9	1h15	5,5
RFM		3,9	1h51	3,4	3,7	1h38	2,7	4,2	1h29	2,7
RIRE ET CHANSONS		3,0	0h55	1,3	2,9	1h02	1,3	3,1	1h00	1,4
RTL2		4,6	1h20	2,9	4,2	1h28	2,7	4,4	1h30	2,9
SKYROCK		5,9	1h10	3,2	6,3	1h11	3,3	6,6	1h08	3,3
VIRGIN RADIO		4,5	1h09	2,4	4,4	1h13	2,4	4,8	1h15	2,6
Programmes thématiques	Total	14,2	1h28	9,7	14,4	1h32	9,9	13,4	1h27	8,6
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,8	1h43	2,2	2,5	1h48	2,0	2,2	1h37	1,6
FRANCE INFO		8,6	1h01	4,0	9,0	1h05	4,4	8,3	0h59	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,8	1h39	1,4	2,0	1h44	1,6	1,6	1h44	1,3
RADIO CLASSIQUE		2,0	1h51	1,7	1,8	1h49	1,4	1,9	2h04	1,7
Programmes locaux	Total	19,9	1h43	15,8	19,1	1h46	15,1	19,2	1h41	14,3
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,3	1h36	1,7	2,1	1h42	1,6	2,0	1h42	1,5
Composé de (nombre de stations)		(567 stations)			(567 stations)			(569 stations)		
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽¹⁾		15,8	1h38	11,9	15,4	1h40	11,5	15,5	1h36	10,9
Composé de (nombre de stations)		(131 stations)			(131 stations)			(131 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	1h28	0,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible.



L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)

Population 13 ans et + : 54 293 000 en 2019,
54 287 000 en 2018.

⁽¹⁾ La composition des Indés Radios figure en page 7

		Janvier - Mars 2019	Novembre - Décembre 2018	Janvier - Mars 2018
		AC Milliers	AC Milliers	AC Milliers
RADIO EN GÉNÉRAL		42 385	42 627	43 173
Programmes généralistes	Total	19 505	20 328	20 460
<i>Dont</i>				
EUROPE 1		3 204	3 236	3 682
FRANCE BLEU		3 486	3 709	3 853
FRANCE INTER		6 348	6 461	6 137
RMC		3 939	4 204	4 063
RTL		6 137	6 523	6 644
Programmes musicaux	Total	20 021	19 713	21 043
<i>dont</i>				
CHERIE		1 874	1 968	2 063
FUN RADIO		2 761	2 762	3 159
M RADIO		568	583	662
NOSTALGIE		3 198	3 039	3 327
NRJ		5 143	5 153	5 383
RFM		2 127	2 030	2 271
RIRE ET CHANSONS		1 612	1 559	1 662
RTL2		2 500	2 261	2 391
SKYROCK		3 192	3 398	3 596
VIRGIN RADIO		2 435	2 390	2 594
Programmes thématiques	Total	7 736	7 825	7 286
<i>dont</i>				
FRANCE CULTURE		1 527	1 376	1 192
FRANCE INFO		4 661	4 880	4 532
FRANCE MUSIQUE		964	1 109	883
RADIO CLASSIQUE		1 064	954	1 025
Programmes locaux	Total	10 815	10 348	10 421
<i>dont</i>				
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES		1 242	1 165	1 102
Composé de (nombre de stations)		(567 stations)	(567 stations)	(569 stations)
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽¹⁾		8 591	8 363	8 397
Composé de (nombre de stations)		(131 stations)	(131 stations)	(131 stations)
<i>dont</i> : ALOUETTE		521	ND	ND

ND = Non Disponible.



L'Audience de la Radio en Samedi-Dimanche (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 870 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 7

		Janvier - Mars 2019			Novembre - Décembre 2018			Janvier - Mars 2018		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		65,4	2h27	100,0	65,1	2h25	100,0	65,7	2h24	100,0
Programmes généralistes	Total	29,4	2h16	41,7	29,9	2h14	42,4	29,2	2h12	40,7
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		4,6	1h41	4,8	5,3	1h52	6,2	5,6	1h50	6,5
FRANCE BLEU		5,2	1h51	6,0	5,8	1h59	7,4	4,9	2h01	6,3
FRANCE INTER		10,3	2h03	13,3	9,2	2h09	12,6	9,4	2h03	12,3
RMC		4,8	1h38	4,9	5,0	1h12	3,9	4,6	1h28	4,2
RTL		8,6	2h20	12,6	8,7	2h14	12,4	8,1	2h13	11,4
Programmes musicaux	Total	27,9	1h38	28,6	27,0	1h36	27,3	29,9	1h35	30,1
<i>Dont</i>										
CHERIE		2,4	1h10	1,8	2,9	1h08	2,1	3,3	1h30	3,1
FUN RADIO		3,3	1h20	2,8	3,4	1h18	2,8	4,0	1h13	3,1
M RADIO		0,9	1h36	0,9	0,8	1h36	0,8	0,8	1h48	0,9
NOSTALGIE		4,6	1h36	4,6	4,5	1h46	5,1	5,1	1h27	4,7
NRJ		6,6	1h22	5,7	6,1	1h15	4,9	6,4	1h12	4,9
RFM		2,8	1h42	3,0	2,9	1h35	2,9	3,6	1h20	3,1
RIRE ET CHANSONS		1,8	0h54	1,0	1,9	0h58	1,1	1,9	1h02	1,2
RTL2		2,9	1h10	2,1	2,5	1h22	2,2	3,2	1h13	2,5
SKYROCK		5,1	1h11	3,8	4,4	1h04	3,0	5,0	1h09	3,7
VIRGIN RADIO		3,1	0h58	1,9	2,5	0h55	1,5	3,2	1h03	2,2
Programmes thématiques	Total	10,6	1h32	10,3	12,3	1h23	10,8	10,8	1h30	10,2
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,2	1h42	2,3	2,4	1h16	1,9	2,3	1h38	2,4
FRANCE INFO		6,4	1h02	4,2	7,3	1h00	4,6	6,5	0h56	3,9
FRANCE MUSIQUE		1,7	1h58	2,1	1,9	1h42	2,0	1,3	1h58	1,6
RADIO CLASSIQUE		1,3	1h45	1,4	1,7	1h37	1,7	1,8	1h46	2,0
Programmes locaux	Total	15,6	1h38	16,0	14,4	1h43	15,7	15,3	1h35	15,4
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		1,9	1h40	2,0	1,8	1h33	1,7	1,9	1h58	2,3
Composé de (nombre de stations)		(567 stations)			(567 stations)			(569 stations)		
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽³⁾		12,1	1h29	11,3	11,3	1h37	11,6	12,0	1h28	11,2
Composé de (nombre de stations)		(131 stations)			(131 stations)			(131 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,6	1h41	0,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible.



L'Audience des couplages publicitaires ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 870 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2019			Novembre - Décembre 2018			Janvier - Mars 2018		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GÉNÉRAL	78,1	2h46	100,0	78,5	2h50	100,0	79,5	2h50	100,0
NRJ GLOBAL	19,9	1h30	13,9	19,7	1h29	13,1	20,9	1h30	13,9
ADULTS ONLY	11,4	1h29	7,8	11,3	1h27	7,4	12,2	1h34	8,4
PRIORITE IDF	3,5	1h24	2,3	3,2	1h12	1,7	3,6	1h19	2,1
M6 PUBLICITE RADIO	20,0	1h58	18,2	20,4	2h08	19,5	21,5	2h05	19,8
FIRST MUSIC	9,4	1h28	6,4	9,0	1h30	6,1	10,0	1h30	6,6
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	13,7	1h37	10,3	13,5	1h37	9,8	14,9	1h37	10,7
LAGARDÈRE MÉTROPOLES IDF	1,7	1h20	1,0	1,5	1h33	1,0	1,5	1h26	0,9
LIP !	2,2	1h23	1,4	2,0	1h35	1,4	2,4	1h34	1,6
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	16,7	1h38	12,7	16,2	1h40	12,2	16,5	1h38	11,9
LES INDÉS RADIOS	15,8	1h38	11,9	15,4	1h40	11,5	15,5	1h36	10,9
LES INDÉS CAPITALE	4,5	1h21	2,8	4,0	1h21	2,4	4,6	1h26	2,9
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h28	1,0	1,1	1h08	0,5	1,4	1h08	0,7
PARIS - IDF +	1,1	1h30	0,8	ND	ND	ND	ND	ND	ND
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GÉNÉRAL	65,4	2h27	100,0	65,1	2h25	100,0	65,7	2h24	100,0
NRJ GLOBAL	14,5	1h27	13,1	14,5	1h26	13,3	15,6	1h24	13,9
ADULTS ONLY	8,5	1h24	7,4	9,0	1h28	8,4	9,7	1h28	9,0
PRIORITE IDF	2,4	1h17	2,0	2,7	1h24	2,4	2,7	1h16	2,2
M6 PUBLICITE RADIO	14,4	1h57	17,5	14,3	1h55	17,4	14,9	1h48	17,0
FIRST MUSIC	6,1	1h17	4,9	5,9	1h20	5,0	7,1	1h14	5,6
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	10,2	1h31	9,7	10,3	1h37	10,7	12,1	1h32	11,7
LAGARDÈRE MÉTROPOLES IDF	1,3	1h04	0,9	1,0	1h33	1,0	1,8	1h09	1,3
LIP !	1,9	1h11	1,4	1,3	1h29	1,2	2,3	1h06	1,7
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	12,9	1h30	12,2	11,9	1h39	12,4	12,7	1h30	12,1
LES INDÉS RADIOS	12,1	1h29	11,3	11,3	1h37	11,6	12,0	1h28	11,2
LES INDÉS CAPITALE	3,4	1h17	2,7	2,7	1h22	2,4	3,3	1h22	2,8
NOVA AND FRIENDS	1,2	1h28	1,1	1,0	1h34	1,0	0,8	1h21	0,7
PARIS - IDF +	0,9	1h19	0,8	ND	ND	ND	ND	ND	ND

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2019 figure en page 7. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.



L'Audience des agrégats par statut (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 870 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2019			Novembre - Décembre 2018			Janvier - Mars 2018		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GÉNÉRAL	78,1	2h46	100,0	78,5	2h50	100,0	79,5	2h50	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	27,8	2h08	27,4	28,3	2h12	28,0	27,1	2h10	26,1
dont : RADIO FRANCE	27,6	2h08	27,3	28,2	2h13	28,0	27,0	2h10	26,0
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	61,1	2h24	67,8	61,4	2h26	67,2	64,0	2h27	69,4
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	2,3	1h36	1,7	2,1	1h42	1,6	2,0	1h42	1,5
AUTRES PROGRAMMES	4,4	1h33	3,2	4,4	1h35	3,1	4,4	1h32	3,0

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GÉNÉRAL	65,4	2h27	100,0	65,1	2h25	100,0	65,7	2h24	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	23,5	2h03	30,1	23,7	2h01	30,4	22,1	2h01	28,3
dont : RADIO FRANCE	23,3	2h03	29,9	23,6	2h01	30,2	22,0	2h01	28,2
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	48,6	2h07	64,5	48,5	2h05	64,2	50,1	2h04	65,9
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,9	1h40	2,0	1,8	1h33	1,7	1,9	1h58	2,3
AUTRES PROGRAMMES	3,3	1h38	3,4	3,0	1h56	3,7	3,5	1h36	3,5

Définition des agrégats par statut

Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

Radio France : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Mouv'.

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

Les autres programmes regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

Définition des agrégats par format

Les programmes généralistes : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC, RTL.

Les programmes musicaux : Chérie, Fun Radio, M 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, TSF JAZZ, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



Composition des couplages publicitaires

Sur la période Janvier-Mars 2019, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie, Nostalgie, Rire et Chansons

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

M6 Publicité Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

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, M Radio

Les Indés Capitale = Africa Radio (ex Africa N°1), Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely (ex Radio Rézo), M Radio, MBS, Radio Orient, Sud Radio, Swigg, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

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

Les Indés Radios = 131 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Africa Radio (ex Africa N°1), Alouette, Alpes 1 Alpes du Sud / Alpes 1 Grand Grenoble, 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 (NPDC), Digi Radio (PACA), Direct FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Limousin), Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie Radio (NPDC), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon (NPDC), 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, Lovely (ex Radio Rézo), Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Max FM, MBS, 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 (Pays-de-la-Loire), Plein Air, Plein Coeur, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Cristal (Normandie), Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (Languedoc-Roussillon), Radio Intensité, Radio Isa, 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, RBA-Radio Bassin d'Arcachon, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS, RVA, RVM (Champagne Ardenne), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio, Voltage, Wit FM.

Définition 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).

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.

Caractéristiques de l'enquête

- Interviews réalisées entre le 31 décembre 2018 et le 31 mars 2019 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 29 137 interviews pour la période lundi-vendredi, et 12 845 interviews pour la période samedi-dimanche.
- 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 Janvier-Mars 2019, 3 JMA ont été relevés : les lundi 31 décembre 2018, mardi 1^{er} et mercredi 2 janvier 2019.
- 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) réalisé en spontané. La personne interrogée cite elle-même et sans suggestion de réponse le nom des stations de radio qu'elle a écoutées.
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 542 930 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

Evènements sur la période

Sur la période d'enquête Janvier-Mars 2019, allant du 31 décembre 2018 au 31 mars 2019, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France, la période est marquée par le grand débat national et la poursuite de la mobilisation des « gilets jaunes ». **Le 15 janvier**, Emmanuel Macron donne le coup d'envoi de la consultation en échangeant près de 7h avec 600 élus normands, dans l'Eure. Des milliers de réunions publiques ont lieu dans toute la France et des centaines de milliers de contributions sont reçues. **Le 16 mars**, l'acte 18 de la mobilisation des « gilets Jaunes » est marqué par un regain de violence et des dégradations sur les Champs-Élysées.

Les 15 janvier, 12 et 29 mars, les députés britanniques rejettent l'accord sur le Brexit négocié par la Première ministre Theresa May avec l'Union Européenne. Initialement fixée au 29 mars, la date butoir du Brexit est reportée.

Le 23 janvier, Juan Guaido, le président du Parlement vénézuélien et principal opposant au président du Venezuela Nicolas Maduro, s'autoproclame "président en exercice". Donald Trump le reconnaît aussitôt officiellement.

Le 5 février, un incendie dans le 16^{ème} arrondissement de Paris fait 10 morts et une trentaine de blessés.

Le 22 février, en Algérie, des manifestations massives sont organisées contre un cinquième mandat du président Abdelaziz Bouteflika. **Le 26 mars**, après un mois de contestation populaire, le chef d'état-major de l'armée demande que le président Bouteflika soit déclaré inapte ou qu'il démissionne.

Le 7 mars, le cardinal Barbarin est condamné pour non-dénonciation d'abus sexuels d'un prêtre de son diocèse de Lyon, le père Preynat.

Le 10 mars, un Boeing 737 MAX s'écrase peu après son décollage d'Addis-Abeba, en Ethiopie, faisant 157 morts dont 9 Français. **Le 12 mars**, de nombreux pays ferment leur espace aérien à l'appareil.

Le 15 mars, un attentat dans deux mosquées à Christchurch, en Nouvelle-Zélande, fait 50 morts.

Le 16 mars, des dizaines de milliers de personnes dénoncent l'inaction du gouvernement français en matière climatique lors d'une "Marche du siècle".

Le 18 mars, une attaque terroriste dans le tramway à Utrecht, aux Pays-Bas, fait 3 morts et 5 blessés.



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 56

ilellouche-filliau@mediametrie.fr