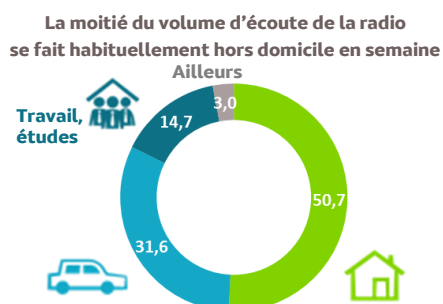


Enquête Médiamétrie 126 000 Radio sur la période exceptionnelle du 11 mai au 5 juillet (« post-confinement »)

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France Métropolitaine, mesurés auprès de 21 725 personnes âgées de 13 ans et plus, sur la période « post-confinement » allant du 11 mai au 5 juillet 2020, soit 8 semaines (dont une de juillet) au lieu de 13 habituellement sur avril-juin.

La période mai-juin 2020 a été marquée par des conditions de vie très exceptionnelles, résultant de la crise sanitaire et des mesures de déconfinement progressif. Le quotidien des Français a été bouleversé. La période s'avère donc particulièrement inédite pour l'écoute de la Radio.



Source : Panel Radio 2019-2020, Ensemble 13 ans et plus, Lundi-Vendredi, 5h-24h, parts de marché des localisations d'écoute de la radio.

L'écoute de la radio est étroitement liée au rythme de vie. **C'est le média des actifs et de la mobilité par excellence, la moitié de son volume d'écoute est habituellement réalisé hors domicile, dont une large part en voiture.** Les déplacements sur les lieux de travail et d'études sont des occasions privilégiées de contacts avec la radio.

Sur cette période « post-confinement », l'écoute de la radio a été impactée par :

- **Une mobilité fortement contrainte**, aussi bien par les limitations de distances que par l'instauration du télétravail à grande échelle ou la réouverture partielle des écoles, rendant les déplacements du quotidien moins nombreux et moins fréquents.
- **Une activité réduite** par le chômage partiel avec une reprise progressive par phase.
- **Une activité exercée dans des conditions inhabituelles** pour une part significative des actifs, principalement du fait du télétravail et du temps partiel : moins de 50% des actifs occupés ont ainsi exercé leur activité dans les conditions habituelles d'avant le confinement (Cf Graphique page suivante).
- **La reprise partielle et progressive des cours** pour une partie des élèves a également rendu inhabituels les comportements d'écoute des jeunes.

Ces conditions ont pu impacter différemment l'audience des stations de radio selon le profil de leur auditoire et leur mode de consommation.

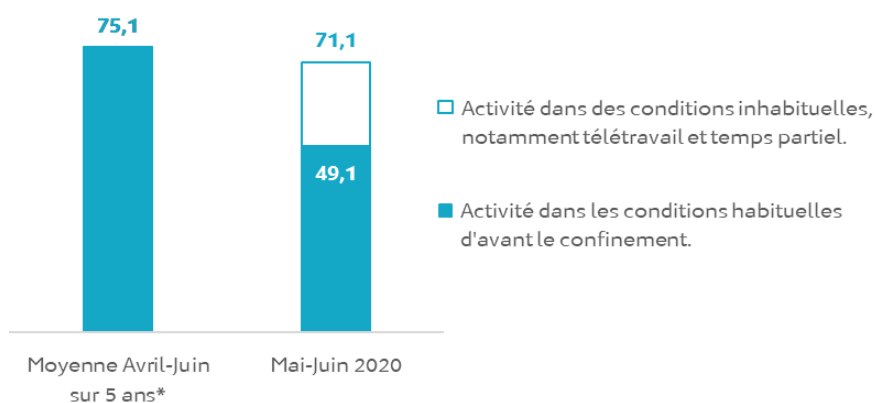
Pour ces raisons liées aux spécificités de la période, les résultats d'audience de la radio de la vague Mai-Juin « post-confinement » ne sont pas comparables à ceux des vagues précédentes de l'étude 126 000 Radio.



Indicateur d'Activité selon les conditions de travail (Lundi-Vendredi)

Taux d'activité (hors JMA) en %

(part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview)



* Moyenne 2015-2019. Source : 126 000 Radio, Lundi-Vendredi, taux d'activité (hors JMA).

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Mai - Juin 2020
Nombre de jours de semaine de la période (dont JMA)	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	3
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	71,1

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

Audience du média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Mai - Juin 2020				
	AM %	AM Milliers	AC %	AC Milliers	DEA h/mn
Lundi -Vendredi	10,7	5 816	73,6	40 066	2h45

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 5

	Mai - Juin 2020			
	AC %	AC Milliers	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL	73,6	40 066	2h45	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	<i>33,7</i>	<i>18 368</i>	<i>2h29</i>	<i>41,2</i>
<i>dont</i>				
EUROPE 1	4,5	2 429	1h48	4,0
FRANCE BLEU	5,3	2 906	1h58	5,2
FRANCE INTER	11,3	6 157	2h13	12,4
RMC	6,6	3 608	1h56	6,3
RTL	11,1	6 049	2h27	13,4
<i>Programmes musicaux Total</i>	<i>33,0</i>	<i>17 954</i>	<i>1h50</i>	<i>29,9</i>
<i>dont</i>				
CHERIE FM	3,7	1 988	1h30	2,7
FUN RADIO	4,2	2 303	1h43	3,6
M RADIO	1,0	561	1h34	0,8
NOSTALGIE	5,4	2 927	1h37	4,3
NRJ	8,2	4 487	1h24	5,7
RFM	3,7	2 016	1h36	2,9
RIRE ET CHANSONS	2,0	1 109	0h53	0,9
RTL2	3,7	2 021	1h24	2,6
SKYROCK	6,5	3 566	1h13	3,9
VIRGIN RADIO	3,3	1 807	1h08	1,8
<i>Programmes thématiques Total</i>	<i>13,8</i>	<i>7 512</i>	<i>1h32</i>	<i>10,5</i>
<i>dont</i>				
FRANCE CULTURE	2,8	1 544	1h45	2,4
FRANCE INFO	8,1	4 397	1h01	4,1
FRANCE MUSIQUE	1,8	969	1h57	1,7
RADIO CLASSIQUE	1,9	1 040	1h45	1,6
<i>Programmes locaux Total</i>	<i>17,8</i>	<i>9 693</i>	<i>1h45</i>	<i>15,4</i>
<i>dont</i>				
FIP	1,3	682	2h19	1,4
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,9	1 035	1h53	1,8
Composé de (nombre de stations)		(566 stations)		
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽¹⁾	14,4	7 843	1h38	11,6
Composé de (nombre de stations)		(130 stations)		

L'Audience des couplages ⁽²⁾ (5h-24h)



⁽¹⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

	Mai - Juin 2020		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI			
RADIO EN GÉNÉRAL	73,6	2h45	100,0
NRJ GLOBAL	17,4	1h35	13,5
ADULTS ONLY	10,1	1h35	7,9
PRIORITE IDF	2,8	1h23	1,9
M6 PUBLICITE RADIO	18,2	2h10	19,5
FIRST MUSIC	7,8	1h35	6,1
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	11,0	1h37	8,8
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	1,2	1h12	0,7
LIP !	1,6	1h15	1,0
TF1 PUB RADIOS	15,3	1h38	12,4
LES INDÉS RADIOS	14,4	1h38	11,6
LES INDÉS CAPITALE	4,5	1h32	3,4
NOVA AND FRIENDS	1,1	1h04	0,6

⁽²⁾ La composition des couplages sur Mai-Juin 2020 figure en page 5.

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

⁽¹⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

	Mai - Juin 2020		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI			
RADIO EN GÉNÉRAL	73,6	2h45	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	26,1	2h10	27,9
dont : RADIO FRANCE	25,8	2h11	27,7
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	56,1	2h26	67,3
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,9	1h53	1,8
AUTRES PROGRAMMES	4,0	1h32	3,0



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 FM, 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

Sur la période Mai-Juin 2020, les couplages se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France IDF, Chérie FM 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 News = Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Publicité News 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 Pub Radios = Les Indés Radios, M Radio

Les Indés Capitale = Africa Radio, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely, M Radio, MBS, Radio Orient, Sud Radio, Swigg, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Africa Radio, 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), DICI Radio (PACA), Direct FM, DKL Dreyeckland (ex Radio Dreyeckland), Durance FM, Echo FM, 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, 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, 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 ECN, 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, 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.

Caractéristiques de l'enquête

- Interviews réalisées entre le 11 mai et le 5 juillet 2020 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 21 725 interviews du lundi au dimanche, dont 18 753 interviews pour la période lundi-vendredi.
- 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 Mai-Juin 2020, 3 JMA ont été relevés : les jeudi 21 et vendredi 22 mai, et le lundi 1^{er} juin 2020.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et de la stratification géographique de l'échantillon avec équi-répartition 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 544 390 = nombre d'auditeurs.

Evènements sur la période d'enquête

Sur la période d'enquête allant du 11 mai au 5 juillet 2020, l'actualité a été marquée par des évènements ayant impacté les comportements d'écoute de la radio :

Le 11 mai marque le début du déconfinement en France. Les premières écoles réouvrent partiellement, l'attestation de déplacement est supprimée dans un rayon de 100 km, le port du masque est rendu obligatoire dans les transports en commun. Le télétravail demeure la règle pour les entreprises qui le peuvent. La région Ile de France et les régions du Grand Est sont maintenues en zone rouge, parcs et jardins restent fermés. **Le 2 juin**, débute une deuxième phase de déconfinement, caractérisée par la levée d'un grand nombre de restrictions concernant les déplacements et les lieux de vie sociale, culturelle et sportive. L'ensemble du territoire passe en zone verte, à l'exception de l'Ile de France. **Le 22 juin** marque l'entrée dans une troisième phase, avec la réouverture des crèches, écoles et collèges, ainsi que des cinémas notamment.

L'ensemble de la période est marqué par la pandémie de Covid-19 dans le monde. **Le 27 mai**, les Etats-Unis, atteignent la barre des 100 000 morts liés au coronavirus. **Le 23 juin**, l'OMS alerte sur une accélération de la pandémie dans le monde. L'Allemagne annonce un reconfinement à l'échelle locale de plus de 600 000 personnes. **Le 1^{er} juillet**, les pays de l'Union européenne réouvrent progressivement leurs frontières aux ressortissants de quinze pays.

Le 25 mai, Georges Floyd, citoyen Afro-américain de 46 ans décède par étouffement à la suite de son interpellation par des policiers à Minneapolis. Des émeutes éclatent aux Etats-Unis et le mouvement "Black Lives Matter" prend une ampleur internationale. **Le 2 juin**, une mobilisation contre le racisme et les violences policières rassemble 20 000 personnes à Paris.

Du 12 au 14 juin, des dizaines de Tchétchènes se regroupent à Dijon pour venger l'agression d'un jeune par des dealers. Les expéditions punitives sèment le chaos dans la ville pendant trois jours.

Le 17 juin, quatre policiers impliqués dans la mort de Cédric Chauviat, un père de famille de 42 ans décédé après son interpellation violente lors d'un contrôle routier à Paris, sont auditionnés en garde à vue.

Le 28 juin, le second tour des élections municipales est marqué par une abstention record de 58,4%. Les écologistes remportent plusieurs villes, notamment Lyon, Bordeaux et Strasbourg.

Le 3 juillet, Edouard Philippe remet sa démission et celle de son gouvernement au Président de la République. Jean Castex lui succède au poste de Premier ministre.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Enquête Médiamétrie 126 000 Radio sur la période exceptionnelle du 11 mai au 5 juillet
(« post-confinement »)



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.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

Contact Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr