

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 15 avril 2014



Médiamétrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Janvier - Mars 2014

L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche	pp. 2-3
L'audience des couplages publicitaires, lundi-vendredi et samedi-dimanche	p. 4
L'audience des agrégats par statut, lundi-vendredi et samedi-dimanche, et la définition des agrégats par format	p. 5
La composition des couplages publicitaires et la définition des indicateurs d'audience	p. 6
Les caractéristiques de l'enquête et les événements sur la période	p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **30 décembre 2013 au 30 mars 2014**, mesurée auprès de 31 999 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 2014, 5 jours de moindre activité ont été relevés : la semaine du lundi 30 décembre 2013 au vendredi 3 janvier 2014.

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

	Janvier - Mars 2014	Novembre - Décembre 2013	Janvier - Mars 2013
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	40	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	5	6	5
Nombre de jours de vacances scolaires	15	5	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,7	77,2	74,1

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

L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Janvier - Mars 2014					Novembre - Décembre 2013					Janvier - Mars 2013				
	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	12,8	6 809	81,8	43 407	2h59	12,8	6 741	82,5	43 622	2h56	12,7	6 729	81,3	42 959	2h59
Samedi - Dimanche	9,3	4 955	68,9	36 594	2h34	9,6	5 082	69,8	36 897	2h37	9,6	5 072	69,2	36 564	2h38

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⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Janvier - Mars 2014			Novembre - Décembre 2013			Janvier - Mars 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		81,8	2h59	100,0	82,5	2h56	100,0	81,3	2h59	100,0
Programmes généralistes	Total	38,0	2h40	41,7	38,5	2h41	42,7	38,1	2h42	42,6
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,3	2h07	8,1	9,4	2h13	8,6	8,5	2h02	7,1
FRANCE BLEU		7,4	2h13	6,7	7,2	2h10	6,4	8,0	2h09	7,1
FRANCE INTER		9,8	2h12	8,9	10,3	2h15	9,5	10,0	2h17	9,5
RMC		7,9	2h06	6,8	8,2	2h03	6,9	7,8	2h02	6,5
RTL		11,2	2h26	11,2	11,2	2h27	11,3	11,9	2h31	12,4
Programmes musicaux	Total	41,8	1h54	32,7	41,5	1h51	31,7	40,9	1h53	31,7
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,5	1h30	2,7	4,2	1h34	2,7	4,3	1h34	2,8
FUN RADIO		6,8	1h22	3,8	7,2	1h14	3,7	6,5	1h23	3,7
MFM RADIO		1,0	1h19	0,6	1,0	1h30	0,6	1,0	1h13	0,5
NOSTALGIE		5,7	1h39	3,9	5,8	1h37	3,9	5,7	1h34	3,7
NRJ		12,5	1h29	7,7	12,8	1h23	7,4	11,8	1h27	7,1
RADIO NOVA		1,0	1h51	0,8	1,0	1h13	0,5	1,0	1h47	0,7
RFM		4,5	1h34	2,9	4,7	1h34	3,0	4,2	1h46	3,1
RIRE ET CHANSONS		3,1	1h05	1,4	3,2	1h06	1,5	3,4	1h00	1,4
RTL2		4,9	1h29	3,0	4,9	1h21	2,7	4,5	1h21	2,5
SKYROCK		7,3	1h18	3,9	6,9	1h14	3,5	7,6	1h15	3,9
VIRGIN RADIO		4,2	1h09	2,0	4,1	1h10	2,0	4,3	1h06	1,9
Programmes thématiques	Total	12,8	1h31	8,0	13,0	1h34	8,4	13,1	1h35	8,6
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,1	1h42	1,4	2,0	1h48	1,4	2,0	1h42	1,4
FRANCE INFO		7,9	1h03	3,4	8,0	1h02	3,4	7,9	1h03	3,4
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h44	1,0	1,3	1h50	1,0	1,6	1h51	1,3
RADIO CLASSIQUE		2,0	2h02	1,7	2,2	2h04	1,9	2,1	2h18	2,0
Programmes locaux	Total	20,0	1h47	14,6	19,9	1h44	14,2	19,4	1h46	14,2
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,4	1h44	1,7	2,2	1h36	1,5	2,3	1h37	1,5
Composé de (nombre de stations)		(556 stations)			(557 stations)			(551 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		16,0	1h43	11,3	16,2	1h41	11,2	15,6	1h42	10,9
Composé de (nombre de stations)		(128 stations)			(126 stations)			(128 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	1h31	0,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible



L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Janvier - Mars 2014			Novembre - Décembre 2013			Janvier - Mars 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		68,9	2h34	100,0	69,8	2h37	100,0	69,2	2h38	100,0
Programmes généralistes	Total	31,0	2h19	40,5	32,0	2h25	42,3	31,5	2h26	41,9
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,7	1h59	7,5	7,4	2h00	8,1	6,6	1h51	6,7
FRANCE BLEU		6,6	2h10	8,0	6,8	2h13	8,2	6,4	2h03	7,2
FRANCE INTER		8,2	2h09	10,0	8,3	2h18	10,4	8,9	2h21	11,4
RMC		4,9	1h39	4,5	5,2	1h37	4,6	5,0	1h58	5,4
RTL		8,6	2h09	10,5	8,8	2h16	10,9	9,2	2h13	11,2
Programmes musicaux	Total	31,6	1h43	30,7	31,8	1h47	31,2	31,5	1h44	30,1
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,0	1h27	2,4	3,1	1h30	2,6	3,0	1h28	2,4
FUN RADIO		4,8	1h11	3,2	4,9	1h15	3,4	4,9	1h10	3,1
MFM RADIO		0,8	1h02	0,4	0,9	1h38	0,8	0,8	1h09	0,5
NOSTALGIE		4,5	1h26	3,6	4,9	1h34	4,2	4,2	1h37	3,7
NRJ		9,0	1h30	7,6	9,3	1h27	7,3	9,4	1h26	7,4
RADIO NOVA		0,8	1h29	0,6	0,8	1h20	0,6	0,8	1h17	0,6
RFM		3,8	1h29	3,2	3,4	1h44	3,2	2,8	1h47	2,7
RIRE ET CHANSONS		2,0	0h56	1,0	2,3	0h52	1,1	1,8	0h54	0,9
RTL2		3,4	1h30	2,8	3,8	1h18	2,7	3,2	1h36	2,8
SKYROCK		5,1	1h10	3,3	5,2	1h15	3,6	5,3	1h18	3,8
VIRGIN RADIO		3,4	1h08	2,2	2,9	1h00	1,6	3,2	1h08	2,0
Programmes thématiques	Total	10,5	1h30	8,9	10,4	1h39	9,4	11,4	1h37	10,1
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h31	1,4	1,9	2h00	2,1	1,9	1h50	1,9
FRANCE INFO		5,8	1h05	3,6	6,2	1h07	3,8	6,8	1h01	3,8
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h50	1,4	1,1	1h35	1,0	1,2	2h12	1,5
RADIO CLASSIQUE		1,9	1h52	2,0	1,9	1h58	2,0	1,9	2h18	2,3
Programmes locaux	Total	16,1	1h44	15,7	15,2	1h39	13,6	15,9	1h43	15,0
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,4	1h32	2,0	2,0	1h39	1,8	2,4	1h39	2,2
Composé de (nombre de stations)		(556 stations)			(557 stations)			(551 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		12,4	1h39	11,6	11,8	1h33	10,0	12,3	1h37	10,9
Composé de (nombre de stations)		(128 stations)			(126 stations)			(128 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,6	1h34	0,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2014			Novembre - Décembre 2013			Janvier - Mars 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,8	2h59	100,0	82,5	2h56	100,0	81,3	2h59	100,0
NRJ GLOBAL	23,8	1h36	15,7	23,8	1h34	15,4	23,0	1h35	15,0
ADULTS ONLY	12,5	1h34	8,0	12,4	1h35	8,1	12,6	1h31	7,9
IP RADIO	21,9	2h00	18,0	22,4	1h55	17,7	22,0	2h03	18,7
FIRST MUSIC	11,4	1h27	6,8	11,8	1h19	6,4	10,8	1h24	6,2
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h11	0,6	1,4	1h12	0,7	1,5	1h15	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	17,2	1h51	13,1	17,5	1h54	13,7	16,4	1h49	12,3
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	1h26	0,8	1,8	1h17	1,0	1,7	1h23	1,0
LIP !	2,4	1h27	1,4	2,8	1h27	1,6	2,9	1h27	1,7
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,9	1h43	11,9	17,0	1h41	11,8	16,5	1h41	11,5
LES INDES RADIOS	16,0	1h43	11,3	16,2	1h41	11,2	15,6	1h42	10,9
LES INDES CAPITALE	4,8	1h31	3,0	4,5	1h33	2,9	4,5	1h25	2,6
NOVA AND FRIENDS	1,5	1h47	1,1	1,4	1h23	0,8	1,5	1h42	1,1
LES PARISIENNES	1,1	1h46	0,8	1,0	1h20	0,5	1,0	1h42	0,7
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	68,9	2h34	100,0	69,8	2h37	100,0	69,2	2h38	100,0
NRJ GLOBAL	17,4	1h30	14,7	17,9	1h33	15,1	17,2	1h32	14,4
ADULTS ONLY	8,9	1h25	7,1	9,5	1h30	7,8	8,4	1h31	7,0
IP RADIO	16,4	1h47	16,5	17,0	1h50	17,0	16,9	1h51	17,1
FIRST MUSIC	8,0	1h20	6,0	8,7	1h17	6,1	8,0	1h21	6,0
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	0h58	0,5	1,2	1h21	0,9	0,9	1h21	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	13,5	1h44	13,1	13,4	1h48	13,1	12,4	1h43	11,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,2	1h30	1,0	1,3	1h08	0,8	1,2	1h21	0,9
LIP !	1,9	1h23	1,5	2,2	1h23	1,7	2,0	1h23	1,6
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h38	12,0	12,5	1h34	10,8	12,9	1h36	11,4
LES INDES RADIOS	12,4	1h39	11,6	11,8	1h33	10,0	12,3	1h37	10,9
LES INDES CAPITALE	3,9	1h26	3,1	3,5	1h24	2,7	3,4	1h15	2,3
NOVA AND FRIENDS	1,0	1h31	0,9	1,2	1h15	0,8	1,2	1h35	1,0
LES PARISIENNES	0,6	1h20	0,4	0,7	1h18	0,5	0,8	1h24	0,6

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2014 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.



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

(1) % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Janvier - Mars 2014			Novembre - Décembre 2013			Janvier - Mars 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,8	2h59	100,0	82,5	2h56	100,0	81,3	2h59	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,3	2h10	22,5	25,4	2h12	23,0	26,0	2h13	23,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,1	2h11	22,4	25,2	2h12	22,8	25,8	2h13	23,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	67,4	2h38	72,7	68,1	2h35	72,5	67,3	2h35	71,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h44	1,7	2,2	1h36	1,5	2,3	1h37	1,5
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,7	1h34	3,0	4,9	1h29	3,0	4,7	1h31	2,9
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	68,9	2h34	100,0	69,8	2h37	100,0	69,2	2h38	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,5	2h08	26,0	22,2	2h12	26,8	22,4	2h11	26,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,3	2h08	25,8	22,1	2h12	26,6	22,1	2h12	26,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	54,1	2h13	67,7	54,9	2h16	67,9	54,8	2h16	68,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h32	2,0	2,0	1h39	1,8	2,4	1h39	2,2
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,0	1h53	4,3	3,5	1h49	3,5	3,3	1h36	2,9

⁽³⁾ **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

⁽⁴⁾ **Radio France** : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouv'.

⁽⁵⁾ **Les radios privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

⁽⁶⁾ **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20% du chiffre d'affaires.

⁽⁷⁾ **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

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

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le 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.



LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Janvier-Mars 2014, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

Lagardère Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez 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, MFM Radio

Les Indés Capitale = Ado, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MFM Radio, Radio Alfa, Radio Orient, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Parisiennes = Chante France IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

Les Indés Radios = 128 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio ex Radio Azur, Champagne FM, Chante France, Collines FM La Radio du Bocage, Contact, Décibel (Bretagne), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon ex Fréquence Horizon, Hot Radio, Impact FM, Inside, 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, 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, Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, 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, Variation, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

LA DEFINITION 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).



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre le 30 décembre 2013 et le 30 mars 2014 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 27 821 interviews pour la période lundi-vendredi, et 12 568 interviews pour la période samedi-dimanche.
- 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).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 530 790 = 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 2014, allant du 30 décembre 2013 au 30 mars 2014, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

JANVIER

Le 9 janvier, le spectacle de l'humoriste Dieudonné est interdit à Nantes par le Conseil d'Etat, en raison notamment de « risques de trouble à l'ordre public ».

Le 10 janvier, le magazine Closer révèle la liaison entre François Hollande, et l'actrice Julie Gayet. **Le 25 janvier**, François Hollande officialise sa séparation avec Valérie Trierweiler.

Le 14 janvier, François Hollande s'exprime lors d'une grande conférence de presse devant près de 600 journalistes français et étrangers. Il annonce notamment le lancement officiel du « pacte de responsabilité ».

Le 11 février, François Hollande entame une visite d'Etat de trois jours aux Etats-Unis, invité par Barack Obama.

Du 6 au 23 février, les Jeux Olympiques d'hiver se déroulent à Sotchi, en Russie. La France termine dixième du classement, avec 15 médailles.

Les 19 et 20 février, de violents affrontements à Kiev, en Ukraine, font des dizaines de morts. **Le 22 février**, le président ukrainien, Viktor Ianoukovitch, est destitué. **Le 16 mars**, les habitants de la province de Crimée plébiscitent leur rattachement à la Russie par référendum. **Le 18 mars**, Vladimir Poutine ratifie le rattachement de la Crimée à la Russie, suscitant de vives réactions de la communauté internationale.

Le 3 mars, le procès de l'ancien champion paralympique, Oscar Pistorius, accusé du meurtre de sa petite amie, s'ouvre en Afrique du Sud.

Le 5 mars, le Canard Enchaîné publie un extrait d'enregistrements réalisés à l'Élysée en 2011 à l'insu de Nicolas Sarkozy, par son ex-conseiller, Patrick Buisson.

Le 7 mars, le Monde révèle que Nicolas Sarkozy a été placé sur écoute par des juges il y a plusieurs mois, dans le cadre de plusieurs procédures judiciaires, notamment pour corruption et trafic d'influence. **Le 10 mars**, au 20 heures de TF1, Christiane Taubira affirme qu'elle n'était pas au courant des écoutes de l'ancien président. **Le 11 mars**, Jean-Marc Ayrault admet que la garde des Sceaux et lui étaient au courant depuis le 26 février de ces écoutes téléphoniques, mais sans en connaître le contenu.

Le 8 mars, un Boeing de la compagnie Malaysia Airlines à destination de Pékin, avec 239 personnes à bord, disparaît en vol. **Le 24 mars**, la Malaisie confirme que l'avion s'est abîmé dans l'Océan Indien.

Le 13 mars, un pic de pollution touche 17 régions françaises. **Le 17 mars**, la circulation alternée est mise en place à Paris et sa petite couronne.

Le 16 mars, l'Irlande remporte le Tournoi des VI nations de rugby en battant la France.

Les 23 et 30 mars, les élections municipales en France sont marquées par un taux record d'abstention, une « vague bleue » de l'UMP et une montée du FN qui gagne 14 villes de plus de 9 000 habitants.

MARS



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr