

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 16 juillet 2015



## ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

### L'audience de la Radio en France en Avril - Juin 2015

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 mars au 28 juin 2015**, mesurée auprès de 33 094 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 Avril-Juin 2015, 6 JMA ont été relevés : le lundi 6 avril, le vendredi 1er mai, le vendredi 8 mai, les jeudi 14 et vendredi 15 mai, et le lundi 25 mai 2015.

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

	Avril - Juin 2015	Janvier - Mars 2015	Avril - Juin 2014
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	6	5	8
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité hors JMA (en %) <sup>(1)</sup>	75,4	75,4	75,2

<sup>(1)</sup> 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)

	Avril - Juin 2015					Janvier - Mars 2015					Avril - Juin 2014				
	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	12,4	6 636	81,1	43 230	2h55	12,6	6 736	81,2	43 276	2h57	12,4	6 578	80,6	42 766	2h55
Samedi - Dimanche	9,4	4 989	68,3	36 391	2h36	9,4	5 029	69,8	37 224	2h34	9,5	5 032	70,5	37 414	2h33

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)

<sup>(1)</sup> % = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> La composition des Indés Radios figure en page 6

		Avril - Juin 2015			Janvier - Mars 2015			Avril - Juin 2014		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>		<b>81,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	<b>81,2</b>	<b>2h57</b>	<b>100,0</b>	<b>80,6</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>
<b>Programmes généralistes</b>	<b>Total</b>	<b>37,6</b>	<b>2h35</b>	<b>41,0</b>	<b>38,8</b>	<b>2h37</b>	<b>42,5</b>	<b>36,3</b>	<b>2h39</b>	<b>40,8</b>
<i>dont</i>										
EUROPE 1		8,9	2h01	7,6	9,2	1h57	7,5	8,7	2h14	8,2
FRANCE BLEU		7,1	2h04	6,2	7,5	2h12	6,9	7,3	2h06	6,5
FRANCE INTER		9,7	2h08	8,8	10,6	2h13	9,8	9,0	2h12	8,5
RMC		7,9	2h00	6,6	7,8	2h00	6,5	7,6	2h00	6,5
RTL		12,0	2h20	11,8	12,1	2h20	11,8	10,7	2h26	11,1
<b>Programmes musicaux</b>	<b>Total</b>	<b>40,6</b>	<b>1h57</b>	<b>33,4</b>	<b>40,1</b>	<b>1h51</b>	<b>30,9</b>	<b>41,1</b>	<b>1h54</b>	<b>33,0</b>
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,3	1h39	3,0	4,5	1h26	2,7	3,7	1h22	2,1
FUN RADIO		6,5	1h31	4,2	6,7	1h26	4,0	7,0	1h22	4,0
MFM RADIO		1,0	1h17	0,5	ND	ND	ND	1,1	1h27	0,6
NOSTALGIE		6,0	1h42	4,3	5,5	1h29	3,4	5,8	1h45	4,3
NRJ		11,7	1h30	7,4	11,8	1h27	7,1	13,0	1h26	7,8
RFM		4,5	1h48	3,4	4,6	1h43	3,3	4,7	1h43	3,4
RIRE ET CHANSONS		2,9	1h02	1,3	2,9	0h57	1,1	2,8	1h11	1,4
RTL2		4,7	1h30	3,0	4,3	1h20	2,4	4,4	1h26	2,7
SKYROCK		6,4	1h15	3,4	6,6	1h10	3,2	6,8	1h16	3,7
VIRGIN RADIO		4,5	1h13	2,3	4,5	1h12	2,2	4,0	1h10	2,0
<b>Programmes thématiques</b>	<b>Total</b>	<b>12,4</b>	<b>1h24</b>	<b>7,3</b>	<b>13,3</b>	<b>1h29</b>	<b>8,2</b>	<b>12,4</b>	<b>1h31</b>	<b>8,0</b>
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,8	1h39	1,2	2,3	1h43	1,6	2,0	1h53	1,6
FRANCE INFO		7,4	0h58	3,0	8,1	0h58	3,3	7,5	0h57	3,0
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h47	1,0	1,6	1h49	1,2	1,4	1h33	0,9
RADIO CLASSIQUE		2,2	1h40	1,6	2,0	1h50	1,5	2,2	2h01	1,9
<b>Programmes locaux</b>	<b>Total</b>	<b>20,2</b>	<b>1h46</b>	<b>15,0</b>	<b>20,1</b>	<b>1h47</b>	<b>14,9</b>	<b>20,2</b>	<b>1h46</b>	<b>15,2</b>
<i>dont</i>										
RADIO PRIVEES ASSOCIATIVES		2,3	1h33	1,5	2,3	1h42	1,6	2,3	1h37	1,6
Composé de (nombre de stations)		<b>(562 stations)</b>			<b>(562 stations)</b>			<b>(555 stations)</b>		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS <sup>(3)</sup>		16,5	1h42	11,9	16,2	1h42	11,5	16,6	1h42	11,9
Composé de (nombre de stations)		<b>(129 stations)</b>			<b>(128 stations)</b>			<b>(128 stations)</b>		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	2h05	0,9	ND	ND	ND	1,3	1h46	0,9

ND = Non Disponible



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

<sup>(1)</sup> % = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> La composition des Indés Radios figure en page 6

		Avril - Juin 2015			Janvier - Mars 2015			Avril - Juin 2014		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>		<b>68,3</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	<b>69,8</b>	<b>2h34</b>	<b>100,0</b>	<b>70,5</b>	<b>2h33</b>	<b>100,0</b>
<b>Programmes généralistes</b>	<b>Total</b>	<b>30,7</b>	<b>2h20</b>	<b>40,4</b>	31,3	2h20	40,9	31,2	2h18	39,7
<i>dont</i>										
EUROPE 1		7,6	1h52	7,9	6,2	1h44	6,0	6,9	1h56	7,4
FRANCE BLEU		6,0	2h13	7,5	6,7	2h11	8,2	6,2	2h05	7,2
FRANCE INTER		7,8	2h07	9,3	9,0	2h07	10,6	8,3	1h56	8,9
RMC		4,6	1h38	4,2	5,2	1h37	4,7	5,6	1h39	5,1
RTL		8,9	2h18	11,4	8,7	2h21	11,4	8,4	2h23	11,1
<b>Programmes musicaux</b>	<b>Total</b>	<b>31,8</b>	<b>1h46</b>	<b>31,6</b>	31,6	1h41	29,5	33,1	1h43	31,6
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,1	1h29	2,6	3,1	1h27	2,5	3,3	1h28	2,7
FUN RADIO		4,9	1h23	3,9	5,0	1h16	3,5	5,3	1h05	3,2
MFM RADIO		0,9	1h33	0,8	ND	ND	ND	0,7	1h09	0,5
NOSTALGIE		4,7	1h27	3,8	4,3	1h39	4,0	5,3	1h28	4,3
NRJ		9,2	1h23	7,2	8,5	1h21	6,4	9,6	1h22	7,3
RFM		3,4	1h25	2,7	3,5	1h15	2,4	3,2	1h53	3,4
RIRE ET CHANSONS		1,6	0h58	0,9	2,1	0h55	1,0	2,2	0h50	1,0
RTL2		3,2	1h26	2,6	3,6	1h21	2,7	2,9	1h24	2,3
SKYROCK		5,3	1h22	4,1	5,5	1h02	3,2	5,6	1h12	3,7
VIRGIN RADIO		3,3	1h11	2,2	3,9	1h01	2,3	2,8	1h21	2,1
<b>Programmes thématiques</b>	<b>Total</b>	<b>10,1</b>	<b>1h37</b>	<b>9,1</b>	10,8	1h43	10,3	10,0	1h31	8,5
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,8	1h59	2,1	2,0	1h59	2,2	1,6	1h59	1,8
FRANCE INFO		5,7	0h57	3,1	6,3	1h05	3,8	5,8	1h07	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,2	1h39	1,1	1,3	1h58	1,5	1,2	1h37	1,1
RADIO CLASSIQUE		2,0	2h06	2,4	1,8	2h10	2,1	1,4	1h49	1,4
<b>Programmes locaux</b>	<b>Total</b>	<b>15,6</b>	<b>1h46</b>	<b>15,6</b>	16,3	1h44	15,8	17,2	1h43	16,3
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,9	2h01	2,1	2,0	1h40	1,9	2,2	1h46	2,1
Composé de (nombre de stations)		<b>(562 stations)</b>			(562 stations)			(555 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS <sup>(3)</sup>		12,4	1h36	11,1	12,8	1h36	11,4	13,9	1h35	12,2
Composé de (nombre de stations)		<b>(129 stations)</b>			(128 stations)			(128 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,7	1h29	0,6	ND	ND	ND	0,9	1h42	0,9

ND = Non Disponible



## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup> (5h-24h)

<sup>(1)</sup> % = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2015			Janvier - Mars 2015			Avril - Juin 2014		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	81,2	2h57	100,0	80,6	2h55	100,0
NRJ GLOBAL	22,8	1h40	16,0	22,8	1h31	14,4	23,3	1h35	15,7
ADULTS ONLY	12,1	1h40	8,6	12,0	1h27	7,2	11,6	1h36	7,8
IP RADIO	22,2	2h01	19,0	22,1	1h58	18,2	21,2	1h59	17,8
FIRST MUSIC	11,0	1h32	7,1	10,7	1h26	6,4	11,0	1h26	6,7
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h18	0,6	1,0	1h16	0,5	1,2	1h14	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	16,9	1h51	13,3	17,4	1h48	13,0	16,7	1h56	13,8
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,9	1h31	1,2	1,7	1h28	1,1	1,7	1h26	1,0
LIP !	2,7	1h35	1,8	2,4	1h34	1,6	2,7	1h29	1,7
TF1 PUBLICITE RADIOS	17,3	1h42	12,5	17,0	1h43	12,1	17,5	1h42	12,6
LES INDES RADIOS	16,5	1h42	11,9	16,2	1h42	11,5	16,6	1h42	11,9
LES INDES CAPITALE	4,8	1h25	2,9	4,5	1h27	2,7	4,7	1h29	3,0
NOVA AND FRIENDS	1,3	1h36	0,9	1,6	1h36	1,0	1,5	1h45	1,1
PARIS - IDF +	1,0	1h23	0,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>68,3</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	69,8	2h34	100,0	70,5	2h33	100,0
NRJ GLOBAL	17,3	1h29	14,5	16,7	1h30	13,9	19,1	1h27	15,4
ADULTS ONLY	8,9	1h27	7,3	9,0	1h31	7,6	10,3	1h25	8,1
IP RADIO	16,2	1h57	17,8	16,7	1h53	17,6	16,2	1h51	16,5
FIRST MUSIC	7,9	1h27	6,4	8,4	1h19	6,2	8,1	1h13	5,5
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	1h25	0,7	1,1	0h58	0,6	0,6	1h25	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	13,7	1h40	12,8	13,3	1h27	10,7	12,7	1h53	13,2
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,6	1h14	1,1	1,6	1h08	1,0	1,3	1h47	1,3
LIP !	2,2	1h29	1,8	2,5	1h08	1,6	1,9	1h46	1,8
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h37	11,9	13,5	1h37	12,1	14,5	1h34	12,7
LES INDES RADIOS	12,4	1h36	11,1	12,8	1h36	11,4	13,9	1h35	12,2
LES INDES CAPITALE	3,8	1h30	3,2	3,9	1h32	3,3	3,9	1h30	3,3
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h48	1,4	1,4	1h23	1,1	1,3	1h21	1,0
PARIS - IDF +	1,0	1h33	0,9	ND	ND	ND	ND	ND	ND

<sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur Avril-Juin 2015 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible



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

(1) % = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2015			Janvier - Mars 2015			Avril - Juin 2014		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>81,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	81,2	2h57	100,0	80,6	2h55	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	24,3	2h05	21,3	26,4	2h12	24,1	24,3	2h06	21,8
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	24,1	2h05	21,2	26,2	2h12	24,0	24,1	2h07	21,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	67,2	2h36	74,0	66,4	2h33	70,8	66,7	2h36	73,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,3	1h33	1,5	2,3	1h42	1,6	2,3	1h37	1,6
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	4,6	1h36	3,1	5,0	1h39	3,5	4,6	1h33	3,0
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>68,3</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	69,8	2h34	100,0	70,5	2h33	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	20,6	2h07	24,6	22,5	2h12	27,6	21,2	2h02	24,0
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	20,4	2h08	24,4	22,4	2h12	27,4	21,1	2h02	23,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	54,5	2h17	70,0	54,2	2h13	67,0	56,0	2h15	69,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	1,9	2h01	2,1	2,0	1h40	1,9	2,2	1h46	2,1
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	3,5	1h41	3,3	4,4	1h26	3,5	4,1	1h44	4,0

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

<sup>(4)</sup> **Radio France** : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Mouv'.

<sup>(5)</sup> **Les radio privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

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

<sup>(7)</sup> **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, 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.



## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Avril-Juin 2015, 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** = 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 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 IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

**Les Indés Radios** = 129 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, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon (62), 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 (57), 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).

**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 30 mars et le 28 juin 2015 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 27 749 interviews pour la période lundi-vendredi, et 12 916 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 533 150 = 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 Avril-Juin 2015, allant du 30 mars au 28 juin 2015, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

<b>AVRIL</b>	<p><b>Le 2 avril</b>, des terroristes attaquent l'université de Garissa au Kenya, tuant plus de 150 personnes. Les assaillants sont abattus par les forces de sécurité kenyanes.</p> <p><b>Le 8 avril</b>, la chaîne TV5 Monde est victime d'une attaque informatique de grande ampleur fomentée par le groupe islamiste CyberCaliphate.</p> <p><b>Le 12 avril</b>, le naufrage d'une embarcation de migrants près des côtes italiennes fait plus de 400 morts. <b>Le 19 avril</b>, un chalutier avec près de 800 migrants à bord chavire en mer Méditerranée, au large des côtes libyennes.</p> <p><b>Le 15 avril</b>, après vingt-huit jours consécutifs de grève, la levée de la grève à Radio France est votée en assemblée générale pour une reprise des programmes <b>le 16 avril</b> à 13h.</p> <p><b>Le 25 avril</b>, un puissant tremblement de terre de magnitude 7,8 frappe le Népal, faisant plus de 8 000 morts. Plusieurs répliques ont lieu les jours suivants.</p> <p><b>Le 4 mai</b>, Jean-Marie Le Pen est suspendu provisoirement de son statut d'adhérent du Front National par le bureau exécutif du parti, suite à ses propos polémiques dans le journal d'extrême droite Rivarol.</p>
<b>MAI</b>	<p><b>Le 19 mai</b>, des milliers d'enseignants manifestent dans une cinquantaine de villes en France pour protester contre un projet de réforme du collège.</p> <p><b>Le 21 mai</b>, l'État islamique s'empare de la ville historique de Palmyre, en Syrie. Il s'agit de la première grande ville prise par le groupe djihadiste à l'armée de Bachar Al-Assad.</p> <p><b>Le 27 mai</b>, sept responsables de la FIFA sont arrêtés à Zurich, en Suisse. Ils sont soupçonnés de corruption et de blanchiment d'argent au cours des vingt-cinq dernières années. <b>Le 2 juin</b>, le président de la FIFA nouvellement réélu, Sepp Blatter annonce sa démission.</p> <p><b>Le 30 mai</b>, les militants UMP approuvent le changement de nom du parti dirigé par Nicolas Sarkozy en « Les Républicains ».</p> <p><b>Le 1er juin</b>, un navire de croisière transportant plus de 450 passagers fait naufrage en Chine, sur le fleuve Yangtsé.</p> <p><b>Le 6 juin</b>, le Premier ministre, Manuel Valls, déclenche une polémique après la révélation d'un aller-retour en jet affrété par l'État entre Poitiers et Berlin pour assister à la finale de la Ligue des champions de football.</p>
<b>JUIN</b>	<p><b>Le 17 juin</b>, un homme armé ouvre le feu dans une église de Charleston, dans l'État américain de la Caroline du Sud, très fréquentée par la communauté noire de la ville. Neuf personnes sont tuées.</p> <p><b>Le 23 juin</b>, la veille de l'adoption à l'Assemblée Nationale du projet de loi controversé sur le renseignement, le site WikiLeaks, Mediapart et Libération révèlent que trois présidents français, Jacques Chirac, Nicolas Sarkozy et François Hollande, ont été régulièrement mis sur écoute par la NSA entre 2006 et 2012.</p> <p><b>Le 25 juin</b>, des milliers de taxis manifestent pour protester contre le service UberPop, qui met en relation des conducteurs non professionnels et des passagers.</p> <p><b>Le 26 juin</b>, un terroriste attaque une usine de gaz industriels, à Saint-Quentin-Fallavier en Isère, projetant une camionnette contre le bâtiment et provoquant une explosion. Un corps décapité est retrouvé à proximité et deux personnes sont blessées. Le même jour, un homme armé ouvre le feu dans un hôtel de Sousse, dans le centre-est de la Tunisie, tuant 38 personnes, dont des touristes. L'assaillant est abattu par les forces de l'ordre, l'attaque est revendiquée par le groupe Etat islamique.</p>



## **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 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.*

*Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)*

*Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)*

*Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)*

### **Contacts Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*llellouche-filliau@mediametrie.fr*

*Jeanne Laversin*

*Tél : 01 47 58 97 83*

*jlaversin@mediametrie.fr*