

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 18 novembre 2016



Mediametrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en Septembre - Octobre 2016

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **29 août au 30 octobre 2016**, mesurée auprès de 29 883 personnes âgées de 13 ans et plus.

Dans le respect des décisions de justice des 12 juillet et 20 septembre derniers et fidèle à ses principes et obligations de transparence et de fiabilité, Médiamétrie, avec la collaboration du Cesp, a étudié et constaté la rémanence de messages de Fun Radio ayant pesé sur l'audience.

Les résultats publiés dans ce communiqué ont donc été corrigés de l'effet de ces messages de Fun Radio. Médiamétrie a utilisé une méthode reconnue par les spécialistes de la théorie des enquêtes, ayant fait l'objet de publications internationales. La méthodologie de correction et son application ont été validées par le Comité Scientifique du Cesp. Dans son principe, cette méthode consiste à retirer de la mesure des interviews d'auditeurs de la tranche 6h - 9h30 de Fun Radio pour rendre cohérents les comportements d'écoute des auditeurs de la matinale de la station avec ceux de la saison septembre 2014-juin 2015, période sur laquelle il n'a pas été relevé de messages ayant pesé sur l'audience. Ces auditeurs peuvent potentiellement avoir écouté d'autres stations de radio. Ces sessions d'écoute n'étant pas reconstituables, elles ne sont donc pas prises en compte dans les résultats.

Des messages ayant pu peser sur l'audience, diffusés sur son antenne par Fun Radio sur la période Septembre-Octobre 2015, les résultats de cette vague n'apparaissent pas dans ce communiqué ; Médiamétrie émet des réserves sur les comparaisons entre la vague Septembre-Octobre 2016 et la vague Septembre-Octobre 2015. Rappelons que les résultats de la vague Avril-Juin 2016 ont été corrigés de l'effet des messages de Fun Radio à l'antenne.

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

	Septembre - Octobre 2016	Avril - Juin 2016
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	60
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	3
Nombre de jours de vacances scolaires	10	10
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,6	75,1

⁽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)

	Septembre - Octobre 2016					Avril - Juin 2016				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi-Vendredi	11,8	6 323	79,7	42 754	2h49	12,0	6 435	79,1	42 426	2h53
Samedi-Dimanche	8,9	4 783	66,6	35 732	2h33	8,9	4 794	67,3	36 095	2h31

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).

► Source : Médiamétrie - 126 000 Radio - Septembre-Octobre 2016 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

L'AUDIENCE DE LA RADIO en LUNDI-VENDREDI - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)



(1) 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2016			Avril - Juin 2016		
		AC (1) %	DEA h/mn	PDA %	AC (1) %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		79,7	2h49	100,0	79,1	2h53	100,0
Programmes généralistes	Total	38,3	2h33	43,5	37,1	2h38	42,9
<i>dont</i>							
EUROPE 1		8,1	1h50	6,6	7,8	2h02	7,0
FRANCE BLEU		7,0	2h03	6,4	6,3	2h07	5,9
FRANCE INTER		11,3	2h18	11,6	10,7	2h19	10,9
RMC		7,8	1h51	6,4	7,4	1h55	6,2
RTL		11,9	2h21	12,5	12,2	2h25	12,9
Programmes musicaux	Total	39,1	1h48	31,5	38,8	1h52	31,7
<i>dont</i>							
CHERIE FM		4,1	1h27	2,6	4,0	1h22	2,4
FUN RADIO		6,4	1h25	4,0	NP	NP	NP
MFM RADIO		1,0	1h29	0,6	1,0	1h31	0,7
NOSTALGIE		5,7	1h32	3,9	5,6	1h41	4,1
NRJ		10,8	1h22	6,6	10,8	1h25	6,7
RFM		4,4	1h39	3,3	4,2	1h41	3,1
RIRE ET CHANSONS		3,2	0h52	1,2	2,8	0h57	1,2
RTL2		4,5	1h23	2,8	4,5	1h19	2,6
SKYROCK		6,1	1h11	3,2	6,1	1h12	3,2
VIRGIN RADIO		4,8	1h13	2,6	5,0	1h22	3,0
Programmes thématiques	Total	13,1	1h24	8,2	12,5	1h30	8,2
<i>dont</i>							
FRANCE CULTURE		2,1	1h27	1,3	2,0	1h36	1,4
FRANCE INFO		7,9	0h57	3,4	7,5	1h00	3,3
FRANCE MUSIQUE		1,6	1h40	1,2	1,5	1h52	1,2
RADIO CLASSIQUE		2,0	1h40	1,5	2,1	1h57	1,8
Programmes locaux	Total	18,8	1h38	13,7	19,1	1h40	14,0
<i>dont</i>							
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,7	1h39	1,3	2,2	1h26	1,4
Composé de (nombre de stations)			(562 stations)			(560 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS (2)		15,6	1h34	10,9	15,2	1h38	10,9
Composé de (nombre de stations)			(132 stations)			(132 stations)	

NP = Non Publié.



L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2016			Avril - Juin 2016		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		66,6	2h33	100,0	67,3	2h31	100,0
Programmes généralistes	Total	29,1	2h23	41,1	29,7	2h15	39,4
<i>dont</i>							
EUROPE 1		5,6	1h43	5,7	5,9	2h00	6,9
FRANCE BLEU		5,5	1h55	6,3	5,9	2h07	7,4
FRANCE INTER		8,6	2h16	11,5	8,3	2h04	10,1
RMC		4,8	1h35	4,5	5,0	1h33	4,6
RTL		8,6	2h35	13,1	8,5	2h05	10,4
Programmes musicaux	Total	30,5	1h41	30,2	31,9	1h43	32,4
<i>dont</i>							
CHERIE FM		2,9	1h18	2,3	3,5	1h28	3,1
FUN RADIO		4,8	1h19	3,7	NP	NP	NP
MFM RADIO		1,0	1h30	0,9	0,7	1h06	0,4
NOSTALGIE		4,7	1h35	4,4	5,0	1h32	4,5
NRJ		7,7	1h09	5,2	8,7	1h21	7,0
RFM		3,8	1h38	3,7	3,5	1h27	3,0
RIRE ET CHANSONS		1,9	1h04	1,2	1,9	1h02	1,1
RTL2		3,2	1h12	2,3	2,9	1h17	2,2
SKYROCK		4,6	1h16	3,5	4,6	0h59	2,6
VIRGIN RADIO		3,3	1h09	2,2	3,6	1h05	2,3
Programmes thématiques	Total	10,4	1h25	8,7	9,8	1h29	8,6
<i>dont</i>							
FRANCE CULTURE		1,8	1h37	1,7	1,9	1h44	1,9
FRANCE INFO		6,5	0h51	3,2	5,4	1h04	3,4
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h26	1,2	1,1	1h43	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,7	2h05	2,1	1,7	1h49	1,8
Programmes locaux	Total	15,3	1h45	15,8	15,0	1h43	15,2
<i>dont</i>							
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,6	2h09	2,1	2,1	1h22	1,7
Composé de (nombre de stations)			(562 stations)			(560 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽²⁾		12,3	1h35	11,4	11,6	1h41	11,5
Composé de (nombre de stations)			(132 stations)			(132 stations)	

NP = Non Publié.



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽²⁾ - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

⁽¹⁾ 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2016			Avril - Juin 2016		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	79,7	2h49	100,0	79,1	2h53	100,0
NRJ GLOBAL	21,6	1h30	14,4	21,2	1h33	14,4
ADULTS ONLY	11,8	1h28	7,8	11,5	1h31	7,7
PRIORITE IDF	3,7	1h28	2,4	ND	ND	ND
IP RADIO	21,7	1h59	19,3	NP	NP	NP
FIRST MUSIC	10,6	1h27	6,8	NP	NP	NP
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h22	0,6	NP	NP	NP
LAGARDERE PUBLICITE	16,4	1h42	12,5	16,2	1h50	13,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,6	1h19	0,9	1,6	1h10	0,8
LIP !	2,4	1h26	1,6	NP	NP	NP
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,4	1h34	11,5	16,1	1h39	11,6
LES INDES RADIOS	15,6	1h34	10,9	15,2	1h38	10,9
LES INDES CAPITALE	4,4	1h15	2,5	4,2	1h25	2,6
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h13	0,8	1,3	1h26	0,8
PARIS - IDF +	1,0	1h10	0,5	ND	ND	ND
SAMEDI - DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	66,6	2h33	100,0	67,3	2h31	100,0
NRJ GLOBAL	16,1	1h23	13,1	17,8	1h30	15,7
ADULTS ONLY	8,9	1h30	7,9	9,6	1h32	8,7
PRIORITE IDF	3,4	1h14	2,5	ND	ND	ND
IP RADIO	16,1	2h01	19,1	NP	NP	NP
FIRST MUSIC	7,8	1h18	6,0	NP	NP	NP
FIRST ILE DE FRANCE	0,7	1h20	0,6	NP	NP	NP
LAGARDERE PUBLICITE	12,2	1h36	11,5	12,4	1h40	12,2
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,5	1h02	0,9	1,2	1h08	0,8
LIP !	1,9	1h22	1,5	NP	NP	NP
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h35	12,3	12,1	1h40	11,9
LES INDES RADIOS	12,3	1h35	11,4	11,6	1h41	11,5
LES INDES CAPITALE	3,7	1h21	3,0	3,2	1h38	3,1
NOVA AND FRIENDS	1,3	1h15	1,0	0,8	1h15	0,6
PARIS - IDF +	1,0	1h00	0,6	ND	ND	ND

⁽²⁾ La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2016 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur la vague précédente.

NP = Non Publié. ND = Non Disponible.



L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2016			Avril - Juin 2016		
	AC (1) %	DEA h/mn	PDA %	AC (1) %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	79,7	2h49	100,0	79,1	2h53	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC (2)	26,4	2h08	25,3	25,2	2h11	24,1
dont : RADIO FRANCE (3)	26,2	2h08	25,0	25,0	2h11	24,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES (4)	64,3	2h27	70,4	64,2	2h32	71,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES (5)	1,7	1h39	1,3	2,2	1h26	1,4
AUTRES PROGRAMMES (6)	4,4	1h34	3,1	4,7	1h31	3,1

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	66,6	2h33	100,0	67,3	2h31	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC (2)	21,5	2h02	25,9	21,0	2h03	25,3
dont : RADIO FRANCE (3)	21,4	2h02	25,7	20,9	2h03	25,2
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES (4)	52,0	2h13	67,8	52,3	2h14	68,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES (5)	1,6	2h09	2,1	2,1	1h22	1,7
AUTRES PROGRAMMES (6)	3,9	1h51	4,2	4,0	1h53	4,4

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

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

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

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

(6) **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 Septembre-Octobre 2016, 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

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

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 = 132 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, 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 (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, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTL, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OUI FM, Oxygène Radio (49), Oxygène Radio Laval ex O'FM, 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 Jérigo (57), Radio Latitude, 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, RCA ex Radio Côte d'Amour, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique ex RMN - Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, 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.

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 29 août et le 30 octobre 2016 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 27 309 interviews pour la période lundi-vendredi, et 11 688 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 Septembre-Octobre 2016, aucun JMA n'a été relevé.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique 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'enquête).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs :
Audience cumulée (en %) x 536 590 = 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 2016, allant du 29 août au 30 octobre 2016, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 4 septembre, une tentative d'attentat est déjouée à proximité de la Cathédrale Notre-Dame-de-Paris, suite à la découverte d'une voiture avec à son bord six bombes de gaz pleines.

Le 17 septembre, l'explosion d'une bombe artisanale fait 29 blessés à New York et d'autres explosifs sont découverts dans la ville.

Le 28 septembre, Shimon Pérès, figure emblématique de l'État d'Israël décède à l'âge de 93 ans.

Les 26 septembre, 9 et 19 octobre, les candidats à la présidentielle américaine, Hillary Clinton et Donald Trump, s'affrontent lors de trois débats télévisés.

Le 4 octobre, Haïti est dévasté par le passage de l'ouragan Matthew qui fait plus de 1 000 morts.

Le 8 octobre, deux policiers sont grièvement brûlés lors d'une attaque aux cocktails Molotov à Viry-Châtillon, dans l'Essonne. Cette agression déclenche une vague de manifestations des policiers dénonçant un manque de moyens et les violences à leur encontre.

Le 13 octobre, en France, sept candidats s'affrontent lors du premier débat de la primaire de la droite et du centre.

A partir du 17 octobre, les salariés d'iTélé votent une grève reconductible pour marquer leur opposition aux orientations générales de Vincent Bolloré.

Le 24 octobre, le démantèlement de la « jungle » de Calais débute, des milliers de migrants sont évacués vers des centres dans toute la France.

Les 26 et 30 octobre, l'Italie est frappée par plusieurs tremblements de terre, dont un de magnitude 6,5 dans le centre du pays, faisant de nombreux blessés.

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Benoît David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr