



ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

Résultats intermédiaires Septembre - Octobre 2016 portant sur les 9 premières semaines de la vague de référence Septembre - Décembre 2016

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant du **29 août au 30 octobre 2016**, mesurée auprès de 3 494 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 intermédiaire Septembre-Octobre 2016 et la vague intermédiaire Septembre-Octobre 2015.

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

	Septembre - Octobre 2016
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45
Nombre de jours de Moindre Activité	0
Nombre de jours de vacances scolaires	10
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	74,5

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

L'audience du Média Radio en Ile de France, population des 13 ans et plus, en Lundi-Vendredi

	Septembre - Octobre 2016				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
5h - 24h	10,6	1 054	74,5	7 404	2h42
7h - 9h	22,7	2 255	45,8	4 551	0h59

Ce communiqué de presse présente les résultats d'audience intermédiaires en Ile de France, publiés à mi-parcours de la période de référence septembre - décembre 2016.

Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs atteignant 1,5% d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h).

L'AUDIENCE DE LA RADIO en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)



	Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,5	100,0
Programmes généralistes	36,3	43,8
<i>Dont</i>		
EUROPE 1	9,2	8,2
FRANCE BLEU	1,5	1,2
FRANCE INTER	12,9	15,8
RMC	8,2	6,9
RTL	12,5	11,7
Programmes musicaux	30,8	24,5
<i>Dont</i>		
CHERIE FM	2,7	1,9
FUN RADIO	2,7	2,4
NOSTALGIE	3,8	3,0
NRJ	6,4	4,8
RADIO NOVA	2,2	1,4
RFM	3,9	2,7
RIRE ET CHANSONS	4,1	1,6
RTL2	3,1	1,5
SKYROCK	5,5	2,7
VIRGIN RADIO	2,5	1,8
Programmes thématiques	18,3	13,9
<i>Dont</i>		
FRANCE CULTURE	2,3	1,7
FRANCE INFO	9,5	4,9
FRANCE MUSIQUE	1,6	1,4
RADIO CLASSIQUE	3,4	2,9
RFI	1,9	1,6
Programmes locaux	21,3	15,1
<i>Dont</i>		
ADO	2,3	0,5
CHANTE FRANCE	1,6	0,9
EVASION	1,5	0,6
FIP	2,4	2,5
GENERATIONS	2,6	1,3
LATINA	2,8	1,6
TROPIQUES FM	1,6	1,1
TSF JAZZ	2,0	1,0
VOLTAGE	2,1	0,6

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)



(1) 1% = 99 440 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,5	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	15,3	11,2
IMPACT +	9,5	6,4
PRIORITE IDF	19,9	14,5
IP RADIO IDF	17,8	15,6
FIRST ILE DE FRANCE	5,7	3,9
LAGARDERE PUBLICITE	14,7	12,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,5	5,5
LIP !	13,2	9,4
LES INDES RADIOS	16,3	9,7
LES INDES CAPITALE	13,3	7,8
NOVA AND FRIENDS	4,1	2,4
PARIS - IDF +	5,6	3,2
1981 IDF FULL	6,6	2,7
1981 IDF DUO	4,0	1,2
HPI GROUPE IDF	3,0	1,5
LES FRANCILIENNES	3,3	1,6

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Septembre-Octobre 2016, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Impact + = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

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

IP Radio IDF = Fun Radio, RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio, RTL2

Lagardère Publicité = Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Métropoles IDF = OUI FM, Radio FG, RFM, Virgin Radio

LIP ! = Fun Radio, OUI FM, Radio FG, RFM, RTL2, Virgin 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, Radio Nova, TSF JAZZ

1981 IDF Full = Ado, Latina, Voltage

1981 IDF Duo = Ado, Voltage

HPI Groupe IDF = Chante France, Evasion

Les Franciliennes = Générations, MFM Radio

Les Indés Radios = 132 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, 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 FM (59), Générations, 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 Radio, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio (49), 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 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, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

► Source : Médiamétrie - 126 000 Radio Ile de France - Résultats Intermédiaires Septembre-Octobre 2016

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

⁽¹⁾ 1 % = 99 440 personnes de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2016	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,5	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	27,3	29,6
dont : RADIO FRANCE	26,2	28,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	59,3	66,5

LA DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC, RTL

Les programmes généralistes privés : EUROPE 1, RMC, RTL

Les programmes musicaux : CHERIE 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

Radio France : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUE, FRANCE CULTURE, MOUV'

LES AGREGATS PAR STATUT

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

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

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire, 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 29 août et le 30 octobre 2016** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. Aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.
- 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 national est inférieur à 55%. Sur la période Septembre - Octobre 2016, aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.
- Les résultats portent sur **2 993 interviews pour la période Lundi-Vendredi.**
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition 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 effectué 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 99 440 = 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.

Contact Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

lcellouche-filliau@mediametrie.fr

OCTOBRE