

COMMUNIQUE DE PRESSE

Levallois, le 16 novembre 2017



ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Septembre - Octobre 2017

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France Métropolitaine sur la période allant du 4 septembre au 29 octobre 2017, mesurée auprès de 29 828 personnes âgées de 13 ans et plus.

Après étude et analyse de la rémanence des messages de Fun Radio, Médiamétrie et le CESP ont constaté qu'il n'y a plus d'atypisme dans les comportements d'écoute des auditeurs de Fun Radio. En conséquence, les résultats Septembre-Octobre 2017 sont publiés sans correction.

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 2017, aucun JMA n'a été relevé.

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

	Septembre - Octobre 2017	Avril - Juin 2017	Septembre - Octobre 2016
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	65	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	6	0
Nombre de jours de vacances scolaires	5	10	10
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	76,1	75,7	75,6

⁽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 2017					Avril - Juin 2017					Septembre - Octobre 2016				
	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	11,9	6 452	79,5	42 992	2h51	11,6	6 288	79,0	42 682	2h48	11,8	6 323	79,7	42 754	2h49
Samedi - Dimanche	8,7	4 720	66,2	35 783	2h30	8,8	4 771	66,3	35 819	2h32	8,9	4 783	66,6	35 732	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)

⁽¹⁾ % = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2017			Avril - Juin 2017			Septembre - Octobre 2016		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		79,5	2h51	100,0	79,0	2h48	100,0	79,7	2h49	100,0
Programmes généralistes	Total	37,8	2h32	42,1	37,3	2h30	42,1	38,3	2h33	43,5
<i>dont</i>										
	EUROPE 1	7,2	1h46	5,6	7,1	1h54	6,1	8,1	1h50	6,6
	FRANCE BLEU	7,1	2h08	6,7	6,4	2h07	6,1	7,0	2h03	6,4
	FRANCE INTER	11,1	2h04	10,1	11,1	2h06	10,6	11,3	2h18	11,6
	RMC	7,8	2h01	6,9	7,7	1h59	6,9	7,8	1h51	6,4
	RTL	12,0	2h25	12,8	12,1	2h15	12,3	11,9	2h21	12,5
Programmes musicaux	Total	38,7	1h50	31,1	38,5	1h50	31,9	39,1	1h48	31,5
<i>dont</i>										
	CHERIE	4,0	1h21	2,4	3,9	1h35	2,8	4,1	1h27	2,6
	FUN RADIO	5,6	1h29	3,7	6,1	1h28	4,1	6,4	1h25	4,0
	MFM RADIO	1,0	1h23	0,6	1,0	1h17	0,6	1,0	1h29	0,6
	NOSTALGIE	5,9	1h36	4,1	6,0	1h35	4,3	5,7	1h32	3,9
	NRJ	10,7	1h19	6,2	10,5	1h21	6,4	10,8	1h22	6,6
	RFM	4,3	1h44	3,3	4,2	1h40	3,2	4,4	1h39	3,3
	RIRE ET CHANSONS	3,1	0h55	1,2	2,3	1h01	1,0	3,2	0h52	1,2
	RTL2	4,3	1h34	3,0	4,0	1h23	2,5	4,5	1h23	2,8
	SKYROCK	6,3	1h08	3,2	6,5	1h12	3,5	6,1	1h11	3,2
	VIRGIN RADIO	4,8	1h15	2,7	4,9	1h14	2,7	4,8	1h13	2,6
Programmes thématiques	Total	13,7	1h28	8,8	13,5	1h28	9,0	13,1	1h24	8,2
<i>dont</i>										
	FRANCE CULTURE	2,2	1h42	1,7	2,2	1h48	1,8	2,1	1h27	1,3
	FRANCE INFO	8,5	1h01	3,8	8,9	1h03	4,2	7,9	0h57	3,4
	FRANCE MUSIQUE	1,6	1h46	1,3	1,3	1h37	1,0	1,6	1h40	1,2
	RADIO CLASSIQUE	1,9	1h47	1,5	1,9	1h43	1,5	2,0	1h40	1,5
Programmes locaux	Total	19,2	1h45	14,9	18,5	1h40	14,0	18,8	1h38	13,7
<i>dont</i>										
	RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,9	1h45	1,5	1,9	1h39	1,4	1,7	1h39	1,3
	Composé de (nombre de stations)	(567 stations)			(567 stations)			(562 stations)		
	GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽³⁾	16,0	1h38	11,5	15,3	1h36	11,0	15,6	1h34	10,9
	Composé de (nombre de stations)	(130 stations)			(131 stations)			(132 stations)		



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

⁽¹⁾ % = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2017			Avril - Juin 2017			Septembre - Octobre 2016		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		66,2	2h30	100,0	66,3	2h32	100,0	66,6	2h33	100,0
Programmes généralistes	Total	30,4	2h11	39,9	29,0	2h14	38,5	29,1	2h23	41,1
<i>dont</i>										
EUROPE 1		5,6	1h44	5,8	5,7	1h40	5,6	5,6	1h43	5,7
FRANCE BLEU		5,7	1h55	6,5	4,7	2h01	5,7	5,5	1h55	6,3
FRANCE INTER		8,5	2h05	10,6	9,3	2h05	11,6	8,6	2h16	11,5
RMC		5,5	1h29	4,9	4,0	1h45	4,1	4,8	1h35	4,5
RTL		9,1	2h11	12,0	9,0	2h08	11,5	8,6	2h35	13,1
Programmes musicaux	Total	29,7	1h44	30,9	30,7	1h45	32,0	30,5	1h41	30,2
<i>dont</i>										
CHERIE		2,9	1h23	2,4	3,4	1h24	2,8	2,9	1h18	2,3
FUN RADIO		3,9	1h17	3,0	4,5	1h22	3,7	4,8	1h19	3,7
MFM RADIO		0,8	1h35	0,8	0,9	1h28	0,8	1,0	1h30	0,9
NOSTALGIE		5,0	1h45	5,2	5,0	1h37	4,8	4,7	1h35	4,4
NRJ		7,7	1h15	5,7	7,8	1h17	6,0	7,7	1h09	5,2
RFM		3,2	1h48	3,5	3,2	1h29	2,8	3,8	1h38	3,7
RIRE ET CHANSONS		1,9	1h02	1,2	1,7	1h12	1,2	1,9	1h04	1,2
RTL2		3,0	1h19	2,4	3,3	1h25	2,8	3,2	1h12	2,3
SKYROCK		5,2	1h10	3,7	5,3	1h25	4,5	4,6	1h16	3,5
VIRGIN RADIO		3,4	1h03	2,1	3,2	1h05	2,1	3,3	1h09	2,2
Programmes thématiques	Total	11,1	1h34	10,5	11,0	1h35	10,4	10,4	1h25	8,7
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,0	1h37	1,9	2,1	1h52	2,4	1,8	1h37	1,7
FRANCE INFO		7,2	1h04	4,6	7,0	1h06	4,6	6,5	0h51	3,2
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h52	1,4	1,3	2h02	1,6	1,4	1h26	1,2
RADIO CLASSIQUE		1,6	1h53	1,9	1,3	1h50	1,4	1,7	2h05	2,1
Programmes locaux	Total	15,4	1h42	15,8	14,8	1h41	14,9	15,3	1h45	15,8
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		1,6	1h38	1,6	1,6	1h49	1,8	1,6	2h09	2,1
Composé de (nombre de stations)		(567 stations)			(567 stations)			(562 stations)		
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽³⁾		12,7	1h33	11,9	11,4	1h37	11,0	12,3	1h35	11,4
Composé de (nombre de stations)		(130 stations)			(131 stations)			(132 stations)		

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



⁽¹⁾ % = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2017			Avril - Juin 2017			Septembre - Octobre 2016		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GÉNÉRAL	79,5	2h51	100,0	79,0	2h48	100,0	79,7	2h49	100,0
NRJ GLOBAL	21,5	1h28	13,9	20,8	1h33	14,5	21,6	1h30	14,4
ADULTS ONLY	12,0	1h28	7,8	11,4	1h35	8,2	11,8	1h28	7,8
PRIORITE IDF	3,5	1h14	1,9	3,3	1h24	2,1	3,7	1h28	2,4
M6 PUBLICITE RADIO	20,9	2h07	19,5	21,2	1h58	18,9	21,7	1h59	19,3
FIRST MUSIC	9,7	1h33	6,6	9,9	1h28	6,5	10,6	1h27	6,8
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	15,6	1h41	11,6	15,5	1h43	12,0	16,4	1h42	12,5
LAGARDÈRE MÉTROPOLES IDF	1,6	1h35	1,1	1,5	1h20	0,9	1,6	1h19	0,9
LIP !	2,4	1h40	1,8	2,2	1h24	1,4	2,4	1h26	1,6
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	16,8	1h39	12,1	16,1	1h36	11,6	16,4	1h34	11,5
LES INDÉS RADIOS	16,0	1h38	11,5	15,3	1h36	11,0	15,6	1h34	10,9
LES INDÉS CAPITALE	4,4	1h27	2,8	4,5	1h20	2,7	4,4	1h15	2,5
NOVA AND FRIENDS	1,2	1h18	0,7	1,2	1h20	0,7	1,4	1h13	0,8
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GÉNÉRAL	66,2	2h30	100,0	66,3	2h32	100,0	66,6	2h33	100,0
NRJ GLOBAL	16,4	1h29	14,6	16,5	1h30	14,8	16,1	1h23	13,1
ADULTS ONLY	9,3	1h35	8,9	9,5	1h33	8,8	8,9	1h30	7,9
PRIORITE IDF	2,5	1h51	2,8	2,6	1h22	2,1	3,4	1h14	2,5
M6 PUBLICITE RADIO	15,6	1h51	17,4	16,2	1h51	17,9	16,1	2h01	19,1
FIRST MUSIC	6,9	1h19	5,4	7,7	1h24	6,4	7,8	1h18	6,0
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	11,7	1h37	11,4	11,6	1h31	10,5	12,2	1h36	11,5
LAGARDÈRE MÉTROPOLES IDF	1,1	1h16	0,9	1,1	0h59	0,6	1,5	1h02	0,9
LIP !	1,6	1h19	1,3	1,8	1h28	1,5	1,9	1h22	1,5
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	13,4	1h34	12,7	12,1	1h38	11,8	13,1	1h35	12,3
LES INDÉS RADIOS	12,7	1h33	11,9	11,4	1h37	11,0	12,3	1h35	11,4
LES INDÉS CAPITALE	3,8	1h23	3,1	3,6	1h32	3,3	3,7	1h21	3,0
NOVA AND FRIENDS	1,0	1h50	1,1	1,1	1h30	1,0	1,3	1h15	1,0

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2017 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.



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

⁽¹⁾ % = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

Septembre - Octobre 2017			Avril - Juin 2017			Septembre - Octobre 2016		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GÉNÉRAL	79,5	2h51	100,0	79,0	2h48	100,0	79,7	2h49	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,3	2h06	25,3	26,6	2h06	25,2	26,4	2h08	25,3
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	27,1	2h06	25,1	26,4	2h06	25,0	26,2	2h08	25,0
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	63,7	2h30	70,2	63,9	2h26	70,4	64,3	2h27	70,4
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,9	1h45	1,5	1,9	1h39	1,4	1,7	1h39	1,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,5	1h30	3,0	4,3	1h33	3,0	4,4	1h34	3,1

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GÉNÉRAL	66,2	2h30	100,0	66,3	2h32	100,0	66,6	2h33	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,3	2h01	27,1	22,2	2h04	27,4	21,5	2h02	25,9
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,2	1h59	26,7	22,1	2h04	27,2	21,4	2h02	25,7
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	51,8	2h12	68,4	50,8	2h12	66,7	52,0	2h13	67,8
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,6	1h38	1,6	1,6	1h49	1,8	1,6	2h09	2,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,4	1h25	2,9	3,9	1h49	4,2	3,9	1h51	4,2

⁽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, 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 DÉFINITION DES AGRÉGATS PAR FORMAT

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

Les programmes musicaux : Chérie, 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 2017, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France IDF, Chérie 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 = 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 = Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MBS ex Music Box, MFM Radio, Radio Orient, Radio Rézo, Sud Radio, Swigg ex Ado, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Cap Sao, Radio Nova, Radio Trait d'Union, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, 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 Radio (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, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, MBS ex Music Box, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTL, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (49), 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 Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Rézo, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radiocéan, RCA, RDL Radio, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS FM, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg ex Ado, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio ex RV1, Voltage, Wit FM.

LA DÉFINITION 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 CARACTÉRISTIQUES DE L'ENQUÊTE

- Interviews réalisées entre le 4 septembre et le 29 octobre 2017 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 27 280 interviews pour la période lundi-vendredi, et 11 407 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 2017, aucun JMA n'a été relevé.
- 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 540 450 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LES ÉVÉNEMENTS SUR LA PÉRIODE

Sur la période d'enquête Septembre-Octobre 2017, allant du 4 septembre au 29 octobre 2017, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 6 septembre, l'ouragan Irma, le plus puissant jamais enregistré dans l'Atlantique nord, frappe très durement les Antilles françaises. Les îles de Saint-Martin et de Saint-Barthélemy sont dévastées. Le bilan fait état de 10 morts et 7 disparus.

Les 7 et 8 septembre, et le 19 octobre, plusieurs antennes de Radio France, dont France Inter et France Culture, sont perturbées par un mouvement de grève.

Les 8 et 19 septembre, le Mexique est frappé par deux séismes de très forte intensité faisant des centaines de morts et d'importants dégâts.

Les 12, 21 et 23 septembre, et le 19 octobre, des manifestations ont lieu à Paris et dans plusieurs villes de province contre le projet de réforme par ordonnance du Code du Travail du gouvernement d'Emmanuel Macron.

Le 13 septembre, le CIO officialise l'attribution des Jeux Olympiques 2024 à la ville de Paris, et ceux de 2028 à Los Angeles.

Le 15 septembre, l'explosion d'une bombe artisanale dans une station du métro londonien fait 29 blessés. L'attaque est revendiquée par l'Etat islamiste.

Le 1^{er} octobre, deux jeunes femmes sont poignardées sur le parvis de la gare Saint-Charles à Marseille. Une enquête antiterroriste est ouverte.

Le 1^{er} octobre, malgré l'interdiction du gouvernement espagnol, un référendum sur l'indépendance de la Catalogne est organisé par les indépendantistes. La police intervient en force faisant des dizaines de blessés. **Le 29 octobre**, des centaines de milliers d'unionistes défilent dans les rues de Barcelone.

Le 2 octobre, une fusillade lors d'un concert en plein air à Las Vegas aux Etats-Unis fait 59 morts et plus de 500 blessés.

Le 9 octobre, le producteur star de films à Hollywood Harvey Weinstein est accusé de harcèlement sexuel par plusieurs actrices et se fait licencier de sa propre société. Le producteur fait l'objet de nombreuses accusations, dont 7 accusations de viol. Cette affaire déclenche une vague de témoignages et de révélations sur les réseaux sociaux en France et à travers le monde.



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 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr