

COMMUNIQUE DE PRESSE

Levallois, le 14 janvier 2021



Enquête Médiamétrie 126 000 Radio

L'Audience de la Radio en France en Novembre - Décembre 2020

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France Métropolitaine sur la période Novembre-Décembre 2020, allant du 2 novembre au 27 décembre 2020, mesurée auprès de 25 774 personnes âgées de 13 ans et plus.

Cette période est marquée par un reconfinement sur l'ensemble du territoire national jusqu'au 15 décembre. A partir du 15 décembre, un déconfinement progressif entre en vigueur avec le rétablissement d'un couvre-feu de 20h à 6h sur l'ensemble du territoire (cf. événements p.9).

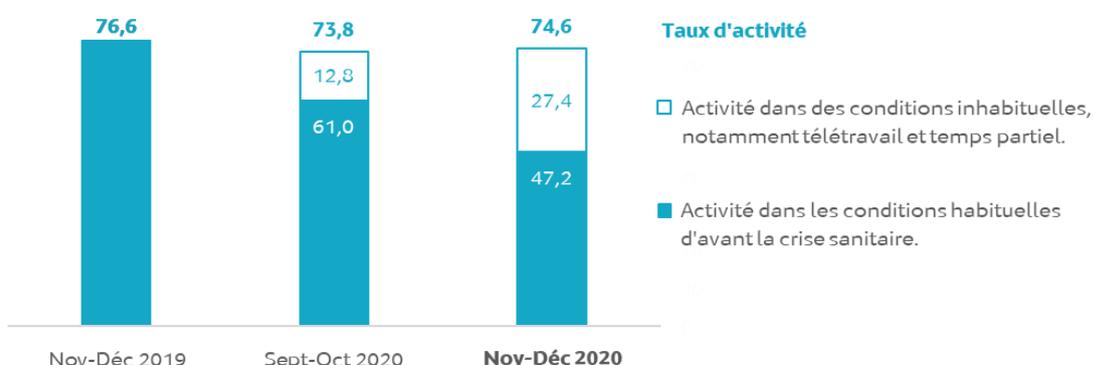
Ce deuxième confinement s'est accompagné de nouvelles mesures de limitation des déplacements (avec attestation), la fermeture de tous les commerces non essentiels ou établissements recevant du public, la généralisation du télétravail dès que possible et les cours à distance pour l'enseignement supérieur et une partie des lycéens.

Certaines règles ont été assouplies par rapport au premier confinement, notamment le maintien des établissements scolaires et des crèches ouverts et, à partir du 28 novembre, la réouverture des commerces, à l'exception des bars et des restaurants.

Durant cette période, le quotidien des Français a été fortement modifié, avec une mobilité très contrainte. Si l'activité est restée soutenue, une large part des actifs a travaillé dans des conditions inhabituelles.

Taux d'Activité selon les conditions de travail (Lundi-Vendredi hors JMA)

(Part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview)



Source : 126 000 Radio, Lundi-Vendredi, taux d'activité (hors JMA).



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 Novembre-Décembre 2020, 6 JMA ont été relevés : le mercredi 11 novembre, et la semaine du lundi 21 au vendredi 25 décembre 2020.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Novembre - Décembre 2020	Septembre - Octobre 2020	Novembre - Décembre 2019
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	45	35
Nombre de Jours de Moindre Activité	6	0	1
Nombre de jours de vacances scolaires	5	11	0
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	74,6	73,8	76,6

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

Audience du média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Novembre - Décembre 2020					Septembre - Octobre 2020					Novembre - Décembre 2019				
	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	10,9	5 961	74,2	40 414	2h48	10,7	5 820	75,2	40 928	2h42	11,4	6 169	77,9	42 313	2h46
Samedi - Dimanche	7,9	4 274	58,7	31 931	2h33	7,8	4 263	63,3	34 476	2h21	8,3	4 527	66,1	35 907	2h24

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) La composition des Indés Radios figure en page 8

		Novembre - Décembre 2020			Septembre - Octobre 2020			Novembre - Décembre 2019		
		AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		74,2	2h48	100,0	75,2	2h42	100,0	77,9	2h46	100,0
Programmes généralistes	Total	35,5	2h29	42,3	35,1	2h24	41,4	37,7	2h25	42,2
<i>dont</i>										
EUROPE 1		5,0	1h37	3,9	4,9	1h42	4,1	6,0	1h38	4,5
FRANCE BLEU		6,2	1h55	5,8	6,3	1h55	5,9	6,8	2h02	6,5
FRANCE INTER		12,7	2h25	14,7	12,5	2h10	13,3	12,8	2h05	12,3
RMC		6,1	1h50	5,3	6,1	1h49	5,4	7,2	1h55	6,3
RTL		11,2	2h20	12,6	11,1	2h19	12,7	12,1	2h15	12,6
Programmes musicaux	Total	32,4	1h48	27,9	34,9	1h46	30,4	36,2	1h47	29,8
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,6	1h26	2,5	3,2	1h14	2,0	3,8	1h15	2,2
FUN RADIO		3,6	1h27	2,5	4,1	1h24	2,8	4,5	1h22	2,9
M RADIO		1,0	1h38	0,8	1,1	1h48	1,0	1,1	1h38	0,8
NOSTALGIE		5,2	1h33	3,9	6,0	1h31	4,5	5,8	1h36	4,3
NRJ		8,2	1h25	5,6	9,2	1h23	6,2	9,5	1h25	6,2
RFM		3,6	1h35	2,8	4,1	1h48	3,6	3,9	1h31	2,8
RIRE ET CHANSONS		2,1	0h58	1,0	2,1	0h58	1,0	2,6	0h55	1,1
RTL2		4,0	1h37	3,1	4,4	1h25	3,1	4,2	1h29	2,9
SKYROCK		6,0	1h05	3,1	6,4	1h10	3,6	6,1	1h11	3,3
VIRGIN RADIO		3,0	1h20	1,9	3,4	1h13	2,1	4,0	1h19	2,4
Programmes thématiques	Total	15,4	1h42	12,6	14,7	1h30	10,8	14,4	1h29	9,9
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		3,2	1h49	2,7	3,0	1h47	2,6	3,0	1h31	2,1
FRANCE INFO		9,5	1h02	4,7	8,8	1h01	4,4	8,4	0h57	3,7
FRANCE MUSIQUE		2,1	2h08	2,2	2,0	1h39	1,6	2,0	1h55	1,7
RADIO CLASSIQUE		2,0	2h29	2,4	1,9	1h52	1,7	2,2	1h43	1,7
Programmes locaux	Total	17,0	1h45	14,3	17,6	1h37	14,0	19,3	1h40	15,0
<i>dont</i>										
FIP		1,4	2h03	1,3	1,2	1h55	1,2	1,4	1h55	1,2
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,0	1h45	1,6	1,6	1h35	1,3	2,3	1h25	1,5
Composé de (nombre de stations)		(570 stations)			(569 stations)			(569 stations)		
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽¹⁾		13,3	1h40	10,7	14,2	1h34	10,9	15,2	1h37	11,4
Composé de (nombre de stations)		(130 stations)			(129 stations)			(130 stations)		

L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)



Population 13 ans et + : 54 439 000 en 2020,
54 293 000 en 2019.

⁽¹⁾ La composition des Indés Radios figure en page 8

	Novembre - Décembre 2020 AC Milliers	Septembre - Octobre 2020 AC Milliers	Novembre - Décembre 2019 AC Milliers
RADIO EN GÉNÉRAL	40 414	40 928	42 313
Programmes généralistes Total	19 301	19 083	20 447
<i>Dont</i>			
EUROPE 1	2 727	2 655	3 241
FRANCE BLEU	3 392	3 405	3 713
FRANCE INTER	6 906	6 808	6 936
RMC	3 297	3 299	3 897
RTL	6 118	6 052	6 566
Programmes musicaux Total	17 630	18 975	19 632
<i>Dont</i>			
CHERIE FM	1 953	1 757	2 052
FUN RADIO	1 982	2 206	2 462
M RADIO	538	585	596
NOSTALGIE	2 825	3 273	3 157
NRJ	4 473	4 990	5 154
RFM	1 977	2 227	2 128
RIRE ET CHANSONS	1 128	1 140	1 405
RTL2	2 197	2 389	2 279
SKYROCK	3 248	3 462	3 307
VIRGIN RADIO	1 612	1 870	2 147
Programmes thématiques Total	8 393	7 986	7 819
<i>Dont</i>			
FRANCE CULTURE	1 721	1 608	1 625
FRANCE INFO	5 172	4 816	4 566
FRANCE MUSIQUE	1 169	1 064	1 061
RADIO CLASSIQUE	1 104	1 011	1 195
Programmes locaux Total	9 238	9 574	10 493
<i>Dont</i>			
FIP	742	677	749
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1 067	891	1 249
Composé de (nombre de stations)	(570 stations)	(569 stations)	(569 stations)
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽¹⁾	7 255	7 723	8 258
Composé de (nombre de stations)	(130 stations)	(129 stations)	(130 stations)



L'Audience de la Radio en Samedi-Dimanche (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 8

		Novembre - Décembre 2020			Septembre - Octobre 2020			Novembre - Décembre 2019		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL		58,7	2h33	100,0	63,3	2h21	100,0	66,1	2h24	100,0
Programmes généralistes	Total	26,6	2h24	42,8	27,7	2h11	40,5	28,8	2h15	41,0
<i>Dont</i>										
	EUROPE 1	3,3	1h53	4,2	3,8	1h41	4,3	4,3	1h31	4,1
	FRANCE BLEU	5,3	2h14	7,9	5,2	1h54	6,6	5,2	1h57	6,4
	FRANCE INTER	9,7	2h11	14,1	9,8	2h07	14,0	10,2	2h15	14,5
	RMC	3,3	1h40	3,7	4,1	1h37	4,5	4,7	1h36	4,8
	RTL	8,2	2h20	12,9	8,0	2h03	11,1	7,9	2h15	11,3
Programmes musicaux	Total	23,0	1h44	26,8	26,1	1h35	27,9	28,2	1h34	27,9
<i>Dont</i>										
	CHERIE FM	2,5	1h38	2,7	2,6	1h38	2,9	2,8	1h19	2,3
	FUN RADIO	2,7	1h02	1,9	2,7	1h10	2,1	3,6	1h15	2,9
	M RADIO	0,8	1h39	0,8	0,9	1h12	0,7	1,0	1h23	0,8
	NOSTALGIE	3,7	1h31	3,8	4,7	1h29	4,8	5,6	1h35	5,6
	NRJ	5,0	1h11	3,9	6,3	1h08	4,8	7,4	1h10	5,5
	RFM	3,2	1h52	4,0	2,5	1h43	2,9	3,2	1h22	2,8
	RIRE ET CHANSONS	1,6	1h05	1,2	1,6	1h05	1,2	1,4	0h44	0,6
	RTL2	2,5	1h35	2,7	2,7	1h27	2,6	3,0	1h18	2,5
	SKYROCK	4,6	1h13	3,8	5,7	1h00	3,8	4,3	1h01	2,7
	VIRGIN RADIO	1,9	1h10	1,5	2,2	1h01	1,5	2,7	0h55	1,6
Programmes thématiques	Total	11,8	1h32	12,1	12,9	1h29	12,9	12,4	1h23	10,8
<i>Dont</i>										
	FRANCE CULTURE	2,5	2h02	3,4	2,6	1h42	2,9	2,3	1h23	2,0
	FRANCE INFO	7,2	0h56	4,5	7,4	0h58	4,8	7,1	0h57	4,3
	FRANCE MUSIQUE	1,6	2h04	2,2	1,9	1h47	2,3	1,8	1h55	2,2
	RADIO CLASSIQUE	1,6	1h32	1,6	1,9	1h48	2,3	1,7	1h37	1,8
Programmes locaux	Total	12,5	1h43	14,4	13,6	1h37	14,8	15,5	1h39	16,1
<i>Dont</i>										
	FIP	0,9	1h53	1,2	0,8	2h33	1,5	1,2	1h59	1,5
	RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,4	1h50	1,7	1,4	1h38	1,6	1,9	1h52	2,3
	Composé de (nombre de stations)	(570 stations)			(569 stations)			(569 stations)		
	GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS ⁽³⁾	9,8	1h38	10,8	10,9	1h29	10,9	11,4	1h30	10,7
	Composé de (nombre de stations)	(130 stations)			(129 stations)			(130 stations)		



L'Audience des couplages publicitaires ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

	Novembre - Décembre 2020			Septembre - Octobre 2020			Novembre - Décembre 2019		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GÉNÉRAL	74,2	2h48	100,0	75,2	2h42	100,0	77,9	2h46	100,0
NRJ GLOBAL	17,2	1h34	12,9	18,7	1h29	13,7	19,8	1h31	13,8
ADULTS ONLY	10,0	1h31	7,3	10,6	1h25	7,4	11,3	1h27	7,6
PRIORITE IDF	2,7	1h28	1,9	3,0	1h17	1,9	2,8	1h18	1,7
M6 PUBLICITE RADIO	18,1	2h06	18,3	18,7	2h00	18,5	20,0	1h59	18,4
FIRST MUSIC	7,5	1h34	5,7	8,3	1h26	5,8	8,6	1h27	5,8
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	11,2	1h35	8,5	11,9	1h40	9,8	13,3	1h35	9,7
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	1,2	1h21	0,7	1,4	1h18	0,9	1,4	1h22	0,9
LIP !	1,8	1h33	1,3	2,1	1h25	1,5	2,1	1h18	1,3
TF1 PUB RADIOS	14,1	1h42	11,5	15,1	1h36	11,9	16,1	1h38	12,2
LES INDÉS RADIOS	13,3	1h40	10,7	14,2	1h34	10,9	15,2	1h37	11,4
LES INDÉS CAPITALE	3,6	1h29	2,6	3,9	1h28	2,8	4,2	1h29	2,9
NOVA AND FRIENDS	1,0	1h26	0,7	1,1	1h08	0,6	1,2	1h19	0,7
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GÉNÉRAL	58,7	2h33	100,0	63,3	2h21	100,0	66,1	2h24	100,0
NRJ GLOBAL	11,7	1h29	11,6	14,3	1h25	13,7	15,8	1h24	14,0
ADULTS ONLY	7,4	1h34	7,7	8,6	1h32	8,8	9,1	1h29	8,5
PRIORITE IDF	1,9	1h17	1,7	2,4	1h22	2,2	2,6	1h11	1,9
M6 PUBLICITE RADIO	13,0	2h00	17,4	13,1	1h48	15,8	14,1	1h52	16,6
FIRST MUSIC	5,2	1h19	4,6	5,4	1h19	4,8	6,5	1h18	5,3
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	8,2	1h46	9,6	8,3	1h34	8,7	9,9	1h21	8,4
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	0,9	1h49	1,1	1,0	1h17	0,8	1,0	0h53	0,6
LIP !	1,5	1h43	1,7	1,4	1h16	1,2	1,4	1h11	1,1
TF1 PUB RADIOS	10,4	1h40	11,6	11,7	1h28	11,6	12,2	1h30	11,6
LES INDÉS RADIOS	9,8	1h38	10,8	10,9	1h29	10,9	11,4	1h30	10,7
LES INDÉS CAPITALE	2,7	1h39	3,0	3,2	1h18	2,8	3,4	1h24	3,0
NOVA AND FRIENDS	0,9	1h11	0,7	0,8	1h32	0,8	1,1	1h30	1,1

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2020 figure en page 8. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

L'Audience des agrégats par statut (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 544 390 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 542 930 personnes âgées de 13 ans et plus

Novembre - Décembre 2020			Septembre - Octobre 2020			Novembre - Décembre 2019		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GÉNÉRAL	74,2	2h48	100,0	75,2	2h42	100,0	77,9	2h46	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	29,3	2h16	32,0	28,4	2h06	29,4	28,8	2h07	28,3
dont : RADIO FRANCE	29,2	2h17	31,9	28,3	2h06	29,3	28,6	2h07	28,1
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	55,3	2h23	63,5	57,4	2h20	65,9	60,7	2h23	67,1
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	2,0	1h45	1,6	1,6	1h35	1,3	2,3	1h25	1,5
AUTRES PROGRAMMES	4,1	1h28	2,9	4,3	1h36	3,4	4,5	1h29	3,1

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GÉNÉRAL	58,7	2h33	100,0	63,3	2h21	100,0	66,1	2h24	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	22,8	2h12	33,6	23,8	2h02	32,6	24,3	2h03	31,5
dont : RADIO FRANCE	22,7	2h12	33,4	23,7	2h02	32,4	24,0	2h03	31,2
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	41,4	2h11	60,8	46,0	2h00	61,9	47,9	2h03	62,1
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,4	1h50	1,7	1,4	1h38	1,6	1,9	1h52	2,3
AUTRES PROGRAMMES	3,6	1h37	3,9	3,4	1h45	3,9	4,1	1h37	4,1

Définition des agrégats par statut

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

Radio France : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Mouv'.

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

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

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

Définition des agrégats par format

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

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, M 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, TSF JAZZ, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



Composition des couplages publicitaires

Sur la période Novembre-Décembre 2020, 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

M6 Publicité Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

Lagardère Publicité News = Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Publicité News 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 Pub Radios = Les Indés Radios, M Radio

Les Indés Capitale = Africa Radio, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely, M Radio, MBS, Radio Orient, Sud Radio, Swigg, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 130 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Africa Radio, Alouette, Alpes 1 Alpes du Sud / Alpes 1 Grand Grenoble, 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 (NPDC), Dici Radio (PACA), Direct FM, DKL Dreyeckland (ex Radio Dreyeckland), Durance FM, Echo FM, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Limousin), Flor FM, FM 81, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie Radio (NPDC), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), Gold FM, Grand Sud FM, Hit West, Horizon (NPDC), 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, Lovely, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Max FM, MBS, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (Pays-de-la-Loire), Plein Air, Plein Coeur, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Cristal (Normandie), Radio ECN, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (Languedoc-Roussillon), Radio Intensité, Radio Isa, 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, RBA-Radio Bassin d'Arcachon, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS, RVA, RVM (Champagne Ardenne), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio, Voltage, Wit FM.

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.



La mesure de l'Audience de la Radio



Caractéristiques de l'enquête

- Interviews réalisées entre le 2 novembre et le 27 décembre 2020 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 20 854 interviews pour la période lundi-vendredi, et 10 029 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 Novembre-Décembre 2020, 6 JMA ont été relevés : le mercredi 11 novembre, et la semaine du lundi 21 au vendredi 25 décembre 2020.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et de la stratification géographique de l'échantillon avec équi-répartition des interviews entre les jours d'enquête.
- Interviews réalisées entre 17h30 et 21h30 sur téléphone mobile et téléphone fixe (y compris sur les numéros commençant par 09) 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) réalisé en spontané. La personne interrogée cite elle-même et sans suggestion de réponse le nom des stations de radio qu'elle a écoutées.
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 544 390 = nombre d'auditeurs.

Evènements sur la période

Sur la période d'enquête Novembre-Décembre 2020, allant du 2 novembre au 27 décembre 2020, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

L'ensemble de la période est marqué par la poursuite de la crise sanitaire Covid-19 avec un reconfinement national jusqu'au 15 décembre.

Dès le 30 octobre, les déplacements sont limités et nécessitent une attestation. Le télétravail est généralisé quand il est possible, les établissements recevant du public et les commerces non essentiels sont fermés. Les établissements scolaires et les crèches restent ouverts. **Le 7 novembre**, le seuil des 40 000 morts depuis le début de l'épidémie est franchi en France. **Le 24 novembre**, Emmanuel Macron annonce un allègement du confinement en 3 phases. **A partir du 28 novembre**, les commerces sont autorisés à rouvrir, à l'exception des bars et restaurants et les restrictions de déplacement sont assouplies. **A partir du 15 décembre**, un déconfinement progressif est mis en place. Les déplacements sont à nouveau autorisés durant la journée sans attestation et un couvre-feu est rétabli de 20h à 6h, sauf pour la soirée du réveillon de Noël. Les établissements culturels qui accueillent du public, comme les cinémas, les musées et les théâtres, restent fermés, ainsi que les bars et restaurants. **Le 17 décembre**, Emmanuel Macron est testé positif à la Covid-19. **Le 21 décembre**, la France suspend ses liaisons avec le Royaume-Uni pendant 48h suite à la découverte d'une nouvelle variante du virus. **Le 22 décembre**, l'Agence européenne du médicament autorise la distribution du vaccin Pfizer et BioNtech en Europe.

Le 7 novembre, le démocrate Joe Biden est élu président des Etats-Unis après quatre jours de dépouillement. Donald Trump ne reconnaît pas sa défaite.

Le 24 novembre, la loi de sécurité globale est adoptée par l'Assemblée Nationale. Plusieurs journées de manifestation sont organisées partout en France.

Le 3 décembre, l'ancien Président de la République, Valéry Giscard d'Estaing, décède à l'âge de 94 ans. Une journée de deuil national est décrétée.

Le 23 décembre, trois gendarmes sont tués dans le Puy-de-Dôme en portant secours à une femme victime de violences.

Le 24 décembre, un accord sur le Brexit est trouvé entre le Royaume-Uni et l'Union Européenne, 7 jours avant la date butoire.



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr