

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 20 juillet 2016



Médiamétrie

ENQUÊTE MÉDIAMÉTRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

L'audience de la Radio en Avril - Juin 2016

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant du 4 avril au 26 juin 2016, mesurée auprès de 3 867 personnes âgées de 13 ans et plus.

Cette publication intervient après la révélation le 14 juin dernier par le Cesp, des citations fréquentes d'un animateur de la matinale de Fun Radio pouvant peser sur l'audience.

A partir de ces révélations, Médiamétrie a fait réaliser une pige qui lui a permis de constater 106 messages à l'antenne de Fun Radio entre le 11 février 2015 et le 15 juin 2016, parmi lesquels au moins 80 incitant directement les auditeurs à répondre à Médiamétrie et même à fausser leurs déclarations s'ils étaient interviewés par l'Institut.

Par ces citations, Fun Radio a commis une infraction à une clause majeure de son contrat avec Médiamétrie, clause aux termes de laquelle la station « *s'interdit tout acte et toute initiative ayant pour objet ou susceptible d'avoir pour effet, directement ou indirectement, d'affecter les conditions de recueil par Médiamétrie des résultats d'audience* ». La 126 000 Radio étant une étude partagée par tous ses utilisateurs – stations de radio, agences médias, annonceurs -, le respect de cette obligation est essentiel pour permettre à Médiamétrie de tenir ses engagements vis-à-vis de l'ensemble de ses clients, notamment la fiabilité de l'étude.

Après avoir effectué une analyse approfondie, Médiamétrie a établi une corrélation entre la diffusion des messages par Fun Radio et l'augmentation de son audience.

Les résultats publiés dans ce communiqué tiennent compte des décisions prises par Médiamétrie suite au non-respect par Fun Radio de ses obligations contractuelles et à leurs conséquences sur l'audience :

- **Les résultats des vagues Avril-Juin 2016 et Janvier-Mars 2016 ont été corrigés de l'effet des messages de Fun Radio à l'antenne.** La méthodologie de cette correction a été validée par le Comité Scientifique du Cesp. Dans son principe, elle consiste à retirer de la mesure des interviews d'auditeurs de Fun Radio pour rendre cohérents les comportements d'écoute des auditeurs de la matinale de la station avec les vagues équivalentes de 2015.
- **Fun Radio n'est pas publiée dans les vagues corrigées Avril-Juin 2016 et Janvier-Mars 2016.** Fun Radio et les couplages intégrant la station apparaissent dans les tableaux de ce communiqué de presse avec la mention NP – Non Publié – sur ces vagues.

Fun Radio sera réintégrée dans la publication des résultats de la 126 000 Radio une fois établi qu'il n'y a pas de rémanence des messages de Fun Radio auprès du public potentiellement interrogé dans la 126 000 Radio. La rémanence sera mesurée par Médiamétrie sur la base d'une méthodologie et de résultats contrôlés par le Cesp.

La pige mentionnée plus haut a aussi révélé 10 messages d'un animateur de la matinale de RFM entre le 1^{er} décembre 2015 et le 2 juin 2016, incitant directement à répondre à Médiamétrie, dont 4 demandant aux auditeurs de fausser leurs déclarations s'ils étaient interviewés par l'Institut. Par ces citations, RFM a enfreint la clause, déjà citée plus haut, de son contrat avec Médiamétrie. Après avoir effectué une analyse approfondie, Médiamétrie n'a établi aucune corrélation entre la diffusion des messages par RFM et l'évolution de son audience. Médiamétrie a décidé de maintenir RFM dans la publication des résultats de la 126 000 Radio.



ENQUÊTE MÉDIAMÉTRIE 126 000 RADIO ILE DE FRANCE

L'audience de la Radio en Avril - Juin 2016

L'audience de la Radio en Ile de France, lundi-vendredi	p. 3
L'audience et la composition des couplages publicitaires	p. 4
L'audience et la définition des agrégats par format et par statut, la définition des indicateurs	p. 5
Les caractéristiques de l'enquête et les événements sur la période	p. 6

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Ile de France sur la période allant du 4 avril au 26 juin 2016, mesurée auprès de 3 867 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 national est inférieur à 55%. Sur la période Avril-Juin 2016, 3 JMA ont été relevés : les jeudi 5 et vendredi 6 mai, et le lundi 16 mai 2016.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Avril - Juin 2016	Janvier - Mars 2016	Avril - Juin 2015
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	60	65	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	3	1	6
Nombre de jours de vacances scolaires	10	10	10
Taux d'activité hors JMA en Ile de France (en %) ⁽¹⁾	75,2	77,5	77,2

(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

	Avril - Juin 2016					Janvier - Mars 2016					Avril - Juin 2015				
	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
5h-24h	10,3	1 029	74,1	7 371	2h39	10,3	1 025	73,9	7 345	2h39	11,3	1 115	78,0	7 697	2h45
7h-9h	20,8	2 070	42,5	4 229	0h59	21,0	2 085	42,7	4 244	0h59	22,2	2 190	44,9	4 427	0h59

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

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

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

(2) 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2016		Janvier - Mars 2016		Avril - Juin 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,1	100,0	73,9	100,0	78,0	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	34,9	43,3	32,3	41,1	35,1	40,3
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	8,8	8,3	8,3	7,8	10,1	8,7
FRANCE BLEU	1,4	1,4	1,5	1,8	2,2	1,6
FRANCE INTER	11,9	13,2	10,9	11,5	9,4	8,7
RMC	6,8	5,9	6,5	6,4	8,6	9,0
RTL	12,8	14,6	10,9	13,5	12,4	12,4
<i>Programmes musicaux</i>	30,2	23,5	32,4	26,0	33,9	25,9
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	2,8	2,0	3,0	1,8	3,3	2,0
FUN RADIO	NP	NP	NP	NP	2,9	1,7
MFM RADIO	1,1	0,8	1,0	0,4	1,3	0,5
NOSTALGIE	3,7	2,3	4,2	3,3	3,8	2,5
NRJ	7,3	3,9	7,6	4,9	7,8	5,3
RADIO NOVA	1,7	1,0	1,7	1,4	1,7	1,4
RFM	3,4	2,5	4,0	2,6	4,2	3,2
RIRE ET CHANSONS	3,0	1,6	2,9	1,4	3,5	1,4
RTL2	2,7	1,8	3,2	1,6	3,1	1,8
SKYROCK	6,7	3,3	6,6	3,8	7,1	3,9
VIRGIN RADIO	2,8	1,3	3,5	2,2	3,6	1,8
<i>Programmes thématiques</i>	17,0	13,0	17,1	13,2	17,3	11,3
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	2,1	1,9	2,7	1,8	2,6	2,1
FRANCE INFO	9,9	5,0	9,3	4,5	9,5	4,3
FRANCE MUSIQUE	1,2	1,1	2,3	2,5	1,2	0,9
RADIO CLASSIQUE	3,5	3,3	3,1	3,0	3,4	2,6
RFI	1,2	0,6	1,2	0,9	1,9	0,8
<i>Programmes locaux</i>	23,1	17,6	22,1	17,2	26,5	19,7
<i>Dont</i>						
ADO	1,9	0,7	1,9	0,7	2,8	1,0
CHANTE FRANCE	1,4	0,8	1,9	1,0	1,9	0,8
FIP	2,7	3,0	1,9	2,1	2,2	2,3
GENERATIONS	2,9	1,7	3,0	1,2	3,2	1,4
LATINA	2,7	1,9	2,8	1,7	3,4	2,1
OUI FM	1,5	0,8	1,6	1,0	1,6	1,1
RADIO FG	1,4	0,5	1,5	0,6	1,4	1,0
RADIO ORIENT	1,1	0,9	ND	ND	1,3	0,7
TROPIQUES FM	1,7	1,4	1,4	0,9	1,7	1,8
TSF JAZZ	1,8	1,6	1,3	0,8	1,8	1,3
VOLTAGE	2,3	0,8	1,9	0,9	3,2	1,8

NP = Non Publié. ND = Non Disponible.

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



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

⁽²⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2016		Janvier - Mars 2016		Avril - Juin 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,1	100,0	73,9	100,0	78,0	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	15,4	9,7	16,4	11,4	17,0	11,2
IMPACT +	8,9	5,8	9,4	6,5	9,8	5,9
IP RADIO IDF	NP	NP	NP	NP	17,7	15,9
FIRST ILE DE FRANCE	NP	NP	NP	NP	5,9	3,6
LAGARDERE PUBLICITE	14,4	12,0	15,0	12,7	16,8	13,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	8,6	5,1	9,7	6,5	10,1	7,1
LIP !	NP	NP	NP	NP	14,5	10,7
LIP 2 !	10,7	6,9	ND	ND	ND	ND
LES INDES RADIOS	16,7	11,5	17,4	11,7	20,7	14,2
LES INDES CAPITALE	13,6	9,6	13,7	8,8	17,1	11,4
NOVA AND FRIENDS	3,4	2,7	2,9	2,2	3,5	2,7
PARIS - IDF +	4,8	3,5	4,8	3,3	5,4	3,5
1981 IDF FULL	6,3	3,3	6,4	3,3	8,7	4,9
1981 IDF DUO	3,9	1,4	3,7	1,6	5,7	2,8
HPI GROUPE IDF	1,9	1,3	3,1	2,0	2,9	1,3
LES FRANCILIENNES	4,0	2,5	ND	ND	ND	ND

NP = Non Publié. ND = Non Disponible.

Le nom et /ou la composition des couplages publicitaires pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Avril-Juin 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

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

LIP 2 ! = 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 (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 FM, Mona FM, Montagne FM, MTL, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio (49), Oxygène Radio Laval ex O'FM, Plein Air, Plein Cœur, 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, Sun 101.5, Sweet FM, Tendence Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.



L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

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

⁽²⁾ 1 % = 98 690 personnes de 13 ans et plus

	Avril - Juin 2016		Janvier - Mars 2016		Avril - Juin 2015	
	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽¹⁾	PDA	AC ⁽²⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	74,1	100,0	73,9	100,0	78,0	100,0
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	25,6	26,3	24,8	25,4	24,1	20,9
dont : RADIO FRANCE	24,8	25,7	24,3	24,5	23,1	20,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	59,9	69,9	58,9	69,5	65,5	74,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1,1	2,1	2,5	2,3	1,4

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, MOUV', MFM RADIO, 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

LES AGREGATS 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.

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.

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 4 avril et le 26 juin 2016** auprès d'individus âgés de 13 ans et plus, résidant en Ile de France. 3 Jours de Moindre Activité ont été relevés.
- Les résultats portent sur **3 164 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 Avril-Juin 2016, allant du 4 avril au 26 juin 2016, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Avril

L'ensemble de la période est marqué par plusieurs mouvements de grèves et de manifestations contre la loi Travail de Myriam El Khomri réformant le Code du travail. **Le 10 mai**, Manuel Valls recourt à l'article 49.3 pour faire adopter le projet de loi par l'Assemblée nationale.

Le 4 avril, le journal Le Monde, associé à plusieurs médias étrangers, révèle l'affaire des « Panama Papers ». Une centaine de personnalités détiendraient des comptes cachés via des sociétés offshores basées au Panama.

Le 21 avril, le chanteur Prince décède à l'âge de 57 ans.

Le 27 avril, Salah Abdelslam, un des auteurs présumés des attentats du 13 novembre, est transféré en France et placé en détention provisoire dans la prison de Fleury Mérogis.

Mai

Le 4 mai, après sa victoire dans l'Indiana et l'abandon de Ted Cruz, Donald Trump devient officiellement le candidat du Parti Républicain aux élections présidentielles aux Etats-Unis.

Le 9 mai, le député écologiste Denis Baupin est accusé d'agressions sexuelles et quitte la vice-présidence de l'Assemblée nationale.

Le 19 mai, la disparition du vol Egypt Air au large des côtes de l'Egypte fait 66 victimes.

Le 31 mai, sept départements sont en alerte rouge suite à des risques d'inondation. **Le 2 juin**, suite à une crue historique en Ile-de-France, les villes de Nemours et Longjumeau sont sous les eaux.

Juin

Le 10 juin, la France bat la Roumanie (2-1) lors du match d'ouverture de l'Euro de Football 2016. **Le 26 juin**, la France accède aux quarts de finale, en l'emportant face à L'Irlande (2-1).

Le 12 juin, une fusillade éclate dans une boîte de nuit gay à Orlando, en Floride, faisant au moins une cinquantaine de morts et 53 blessés, une attaque revendiquée par l'Etat islamique.

Le 13 juin, un couple de policiers est assassiné dans les Yvelines par un individu se réclamant de l'Etat islamique.

Le 23 juin, lors du référendum sur le « Brexit », 51,9% des Britanniques votent pour la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne.

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr