



mediametrie

Le 28 septembre 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE Audience des Grilles Radio d'Eté

L'audience de la Radio en Juillet-Août 2006

Source : Médiamétrie Audience des Grilles Radio d'Eté Juillet-Août 2006
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- Les caractéristiques de l'enquête et l'audience du média Radio _____ p. 2
- L'audience de la Radio _____ p. 3
- L'audience des couplages publicitaires _____ p. 4
- L'audience des agrégats par format et par statut _____ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et les événements sur la période _____ p. 6

Le Comité Radio de Médiamétrie, au cours de sa séance du 16 juin 2006, a voté la continuité de la mesure d'audience de la Radio sur l'ensemble de l'année avec l'extension à la période estivale. Cette nouvelle vague d'enquête d'audience des Grilles Radio d'Eté offre de nouveaux éclairages sur l'écoute de la Radio en juillet et août par le public, y compris en vacances.

Du fait d'une méthodologie spécialement adaptée à la période d'été, ces résultats d'audience ne peuvent en aucun cas être comparés à ceux de l'enquête 126 000 Radio portant sur des périodes différentes. Ce communiqué présente les premiers résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période estivale.

L'audience est mesurée auprès de la population âgée de 13 ans et plus. Les informations de l'enquête ont été recueillies par interview téléphonique **du 3 juillet au 3 septembre 2006** auprès de **15 002 personnes**.

Pour toute information: Nelly DUBNER - Tél: 01 47 58 97 55 - Fax: 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

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

<http://www.mediametrie.fr>

55/63, rue Anatole France - 92532 LEVALLOIS-PERRET CEDEX - FRANCE
société anonyme au capital de 930 000 euros - rcs nanterre b 333 344 000 (90 b 05 262) - certifiée iso 9001

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

L'enquête a été réalisée entre **le 3 juillet et le 3 septembre 2006** auprès de la population âgée de 13 ans et plus, résidant en France ; **12 859** personnes interrogées pour la période lundi-vendredi et **6 430** pour la période samedi-dimanche. Deux catégories de population ont été interrogées :

- ✓ **Les résidents** : personnes à leur domicile ou en déplacement de moins de quatre jours, qu'ils exercent ou non leur activité professionnelle.
- ✓ **Les vacanciers au sens INSEE** : individus hors de leur domicile habituel pour au moins quatre jours consécutifs pour des raisons personnelles (vacances, congés, visites familiales,...).

L'enquête « **Médiamétrie Vacances 2003** » a été utilisée pour le cadrage de l'échantillon, assurant ainsi sa représentativité a priori sur les critères de localisation et du statut Résidents / Vacanciers.

Une nouvelle enquête « **Médiamétrie Vacances 2006** » a ensuite été réalisée entre le 4 et 10 septembre 2006 auprès de 3 539 personnes afin d'ajuster les objectifs de redressement de l'échantillon à la période étudiée, en recensant l'ensemble des séjours, week-end ou périodes de vacances, pendant lesquels les individus sont partis hors de leur domicile entre le 3 juillet et le 3 septembre 2006.

L'enquête **d'Audience des Grilles Radio d'Eté** a été réalisée par téléphone entre 17h30 et 21h30. Les vacanciers étaient joints sur leur téléphone mobile s'ils en avaient un à disposition et, à défaut, sur un téléphone fixe. Les résidents étaient interrogés sur leur ligne de téléphone fixe ou, à défaut, sur un téléphone mobile, lorsqu'ils étaient « Exclusifs mobile ».

Un contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et géographique de l'échantillon a été assuré, avec une équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.

L'audience de la Radio a été recueillie 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 **507 730** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO EN JUILLET-AOUT 2006

	Ensemble des 13 ans et plus					Résidents					Vacanciers				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
LUNDI-VENDREDI															
5 h - 24 heures	12,0	6 081	78,0	39 606	175	12,5	5 388	79,7	34 376	179	9,0	693	68,2	5230	151
7 h - 9 heures	19,6	9 956	38,6	19 593	61	21,2	9 157	41,8	18 019	61	10,4	798	20,5	1574	61
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h - 24 heures	10,1	5 136	71,4	36 235	162	10,2	4 400	72,0	31 029	162	9,6	736	67,9	5 206	161

DEFINITIONS

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire (en pourcentage de la population et en Milliers).

AC : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire (en pourcentage de la population et en Milliers).

DEA : Durée d'Ecoute par Auditeur (en minutes).

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN JUILLET-AOÛT 2006

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

PDA : PART D'AUDIENCE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

(1) 1% = 507 730 personnes de 13 ans et plus

(2) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

	LUNDI - VENDREDI			SAMEDI - DIMANCHE		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	78,0	175	100,0	71,4	162	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	33,8	149	36,9	28,7	141	35,0
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	7,6	120	6,7	6,3	113	6,2
FRANCE BLEU	6,8	127	6,3	5,6	136	6,6
FRANCE INTER	8,7	118	7,5	7,4	125	8,0
RMC	5,2	118	4,5	4,1	100	3,5
RTL	10,3	148	11,2	8,3	140	10,1
SUD RADIO	1,2	86	0,8	0,7	90	0,6
<i>Programmes musicaux Total</i>	41,1	124	37,2	36,5	117	37,2
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	5,3	103	4,0	3,6	81	2,5
EUROPE 2	5,2	79	3,0	4,4	75	2,8
FUN RADIO	5,6	82	3,3	5,5	81	3,8
MFM	1,5	110	1,2	1,1	121	1,1
NOSTALGIE	7,7	104	5,8	5,8	110	5,5
NRJ	11,3	90	7,4	10,5	91	8,3
RFM	4,9	106	3,8	4,5	106	4,2
RIRE ET CHANSONS	2,9	58	1,2	2,5	62	1,4
RTL2	4,3	89	2,8	3,2	79	2,2
SKYROCK	7,6	81	4,5	7,1	86	5,3
<i>Programmes thématiques Total</i>	12,0	82	7,2	9,9	88	7,5
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,5	97	1,1	1,4	102	1,2
FRANCE INFO	8,5	58	3,6	7,1	60	3,7
FRANCE MUSIQUE	1,5	101	1,1	1,3	92	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,1	122	1,0	1,2	112	1,1
<i>Programmes locaux Total</i>	17,6	113	14,5	16,1	114	16,0
<i>Dont</i>						
LE MOUV'	1,0	73	0,5	0,8	68	0,4
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS (112 stations) ⁽²⁾	12,4	110	10,0	10,4	104	9,4

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES⁽²⁾ EN JUILLET-AOUT 2006

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	LUNDI - VENDREDI			SAMEDI - DIMANCHE		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	78,0	175	100,0	71,4	162	100,0
GROUPE NRJ	24,4	104	18,5	20,8	98	17,7
NRJ REGIES	25,4	106	19,7	21,6	101	18,8
IP RADIO	20,4	121	18,2	17,4	112	16,9
FIRST MUSIC 20-40	9,6	87	6,1	8,4	83	6,0
FIRST PREMIUM	14,1	135	13,9	11,5	124	12,3
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	86	0,8	1,1	95	0,9
SUD + WIT	1,4	86	0,9	0,9	91	0,7
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	27,9	116	23,8	24,3	111	23,3
L.A.P. IDF	1,5	93	1,0	1,9	100	1,7
LES INDEPENDANTS	12,4	110	10,0	10,4	104	9,4
PUISSANCE CAPITALE	2,1	81	1,3	1,7	80	1,1
TOUT PARIS	3,5	89	2,3	3,5	92	2,8
LES PARISIENNES	1,4	98	1,0	1,1	135	1,2
SKYREGIE	7,8	81	4,6	7,3	85	5,4

⁽¹⁾ 1% = 507 730 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période juillet-août 2006 figure en page 6.

L'AUDIENCE DES AGREGATS EN JUILLET - AOUT 2006

Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	LUNDI - VENDREDI			SAMEDI - DIMANCHE		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	78,0	175	100,0	71,4	162	100,0
Agrégats par format						
PROGRAMMES GENERALISTES	33,8	149	36,9	28,7	141	35,0
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	21,7	145	23,1	17,6	134	20,4
PROGRAMMES MUSICAUX	41,1	124	37,2	36,5	117	37,2
PROGRAMMES THEMATIQUES	12,0	82	7,2	9,9	88	7,5
PROGRAMMES LOCAUX	17,6	113	14,5	16,1	114	16,0
TOTAL RADIO FRANCE	24,3	115	20,4	20,5	121	21,5
Agrégats par statut						
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	24,6	115	20,7	20,6	122	21,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	63,0	157	72,5	57,2	142	70,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	3,3	101	2,5	3,0	122	3,1

⁽¹⁾ 1% = 507 730 personnes de 13 ans et plus

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC, RTL, SUD RADIO.

Les programmes généralistes privés regroupent les stations : EUROPE 1, RMC, RTL, SUD RADIO.

Les programmes musicaux regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

Les programmes thématiques regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUE, RADIO CLASSIQUE, RFI

Les programmes locaux comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

Radio France : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUE, FRANCE CULTURE, LE MOUV', FRANCE VIVACE, ELISA.

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.

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

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période juillet-août 2006, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

Groupe NRJ = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

NRJ Régies = Chérie FM, MFM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, MFM IDF, RTL2 IDF

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

Lagardère Active Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Active Publicité, Europe 1, Europe 2, Les Indépendants*, RFM

L.A.P. IDF = Europe 2 IDF, OUI FM, RFM IDF

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion FM, Générations Paris Jazz, Média Tropical, Radio Alfa, Sport FM, Voltage

Tout Paris = L.A.P. IDF, Puissance Capitale

Les Parisiennes = Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF

Skyrégie = Chante France, Skyrock

* **Les Indépendants = 112 stations suivantes :**

100 %, 13 FM, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Cannes Radio, Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact FM (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, ECN, Est FM, Evasion FM (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Galaxie (80), Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jordanne FM, Kiss FM, La Radio Plus (ex Thollon), Là La Radio, Littoral FM, Lyon 1^{ère}, Magnum La Radio, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cigogne, Radio Contact Azur, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio TFM, Radio Vitamine, Radiocéan, RCA-Radio Côte d'Amour, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sauvagine, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sport FM, Tempo FM, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête juillet-août 2006 allant du 3 juillet au 3 septembre 2006, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Du 5 juillet au 3 septembre** : vacances scolaires d'été
- **Le mois de juillet 2006** est marqué par de fortes chaleurs causant, d'après l'organisme de veille sanitaire, la mort de 112 personnes. Après l'été 2003, le mois de juillet 2006 aura été le mois le plus chaud jamais observé en France.
- **Le 9 juillet** : finale de la coupe du Monde de football avec la victoire de l'équipe d'Italie face à l'équipe de France.
- **Le 12 juillet** : suite à l'enlèvement de deux soldats israéliens, l'armée israélienne lance une vaste offensive terrestre contre le Liban. En quelques semaines, le conflit fait plus de 1 000 morts. **Le 14 août**, le conflit trouve une issue avec l'approbation à l'unanimité de la résolution 1701 de l'ONU appelant la fin des hostilités. Jacques Chirac annonce que la Force Intermédiaire des Nations Unies au Liban (FINUL) sera renforcée par un contingent de 2 000 soldats français.
- **Le 24 juillet** : Journée de grève dans les cliniques. 75% des cliniques sont touchées.
- **Août** : Sur le plan météorologique, la France connaît de forts orages et chutes de température. Certaines températures du début mois sont celles habituellement enregistrées au mois d'Octobre.
- **Le 10 août** : un complot terroriste de grande ampleur est déjoué. Il visait à faire exploser des avions de ligne en vol entre le Royaume-Uni et les Etats-Unis. Plusieurs suspects sont interpellés sur le sol britannique. Des mesures drastiques de sécurité sont prises pour les vols concernant les Etats-Unis, le Royaume-Uni et Israël.
- **Le 28 août** : Grève partielle des techniciens de Radio France entraînant des perturbations sur *France Info*.