

COMMUNIQUE DE PRESSE

**Enquête MEDIAMETRIE Grilles Radio d'Eté
L'audience de la Radio en Juillet-Août 2011**

Source : Médiamétrie Grilles Radio d'Eté Juillet-Août 2011 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ pp. 2-3
- L'audience des couplages publicitaires _____ p. 4
- L'audience des agrégats par statut et la définition des indicateurs _____ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et des agrégats par format _____ p. 6
- Les événements sur la période et les caractéristiques de l'enquête _____ p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de l'enquête des Grilles Radio d'Eté 2011, réalisée auprès de **13 536 personnes âgées de 13 ans et plus**, résidents ou vacanciers, sur une période de 9 semaines allant du **27 juin au 28 août 2011**, en France métropolitaine.

Du fait d'une méthodologie spécialement adaptée à la période d'été, ces résultats d'audience ne peuvent être comparés qu'à des résultats portant sur une période Juillet-Août précédente. Ils ne peuvent pas être comparés à ceux de l'enquête 126 000 Radio portant sur des périodes différentes.

L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Juillet-Août 2011					Juillet-Août 2010				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi-Vendredi										
13 ans et plus	11,4	5 946	74,6	39 048	2h54	11,4	5 920	75,5	39 295	2h52
Résidents	11,7	5 304	76,2	34 496	2h55	11,7	5 307	76,3	34 619	2h55
Vacanciers	9,0	642	63,9	4 551	2h41	9,1	613	69,6	4 675	2h30
Samedi-Dimanche										
13 ans et plus	9,2	4 806	67,7	35 432	2h35	9,3	4 843	68,2	35 499	2h36

Pour toute information : Laure OSMANIAN MOLINERO - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : losmanian@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediapmetrie.fr>

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

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN LUNDI-VENDREDI

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

⁽¹⁾ 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ Composition des Indés Radios en p.6

	JUILLET-AOÛT 2011			JUILLET-AOÛT 2010		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	74,6	2h54	100,0	75,5	2h52	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	<i>34,8</i>	<i>2h33</i>	<i>41,2</i>	<i>35,9</i>	<i>2h30</i>	<i>41,6</i>
<i>dont</i>						
EUROPE 1	7,0	2h02	6,6	8,2	2h03	7,8
FRANCE BLEU	7,3	2h21	7,9	6,6	2h03	6,3
FRANCE INTER	9,1	2h06	8,8	9,1	2h05	8,8
RMC	6,4	1h54	5,6	6,4	2h03	6,1
RTL	10,2	2h28	11,6	11,1	2h22	12,1
<i>Programmes musicaux</i>	<i>35,4</i>	<i>1h58</i>	<i>32,4</i>	<i>36,9</i>	<i>2h00</i>	<i>34,3</i>
<i>dont</i>						
CHERIE FM	4,1	1h36	3,1	3,8	1h34	2,8
FUN RADIO	6,9	1h25	4,5	6,7	1h28	4,5
NOSTALGIE	5,4	1h33	3,9	6,2	1h41	4,8
NRJ	9,3	1h22	5,9	8,7	1h32	6,2
RFM	3,6	1h47	3,0	3,7	1h33	2,7
RIRE ET CHANSONS	2,7	1h01	1,3	3,0	1h02	1,4
RTL2	4,1	1h23	2,6	4,6	1h34	3,4
SKYROCK	6,8	1h34	4,9	6,2	1h35	4,5
VIRGIN RADIO	4,1	1h17	2,4	4,6	1h18	2,7
<i>Programmes thématiques</i>	<i>11,6</i>	<i>1h31</i>	<i>8,2</i>	<i>11,3</i>	<i>1h26</i>	<i>7,5</i>
<i>dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,7	1h44	1,3	1,6	1h36	1,2
FRANCE INFO	7,8	1h05	3,9	7,4	1h00	3,5
FRANCE MUSIQUE	1,2	1h36	0,9	1,3	1h51	1,2
RADIO CLASSIQUE	1,5	2h07	1,4	1,3	1h51	1,1
<i>Programmes locaux</i>	<i>17,0</i>	<i>1h54</i>	<i>14,9</i>	<i>16,0</i>	<i>1h47</i>	<i>13,2</i>
<i>dont</i>						
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,3	1h42	1,9	1,9	1h28	1,3
Composé de (nombre de stations)		(555 stations)			(561 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾	13,4	1h44	10,8	12,7	1h45	10,3
Composé de (nombre de stations)		(126 stations)			(126 stations)	

L'AUDIENCE DE LA RADIO EN SAMEDI-DIMANCHE

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

- (1) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus
 (2) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus
 (3) Composition des Indés Radios en p.6

		JUILLET-AOÛT 2011			JUILLET-AOÛT 2010		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		67,7	2h35	100,0	68,2	2h36	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		30,6	2h13	39,1	30,8	2h18	40,1
<i>dont</i>							
EUROPE 1		6,1	1h45	6,2	6,2	1h50	6,4
FRANCE BLEU		7,0	2h12	8,8	5,9	2h09	7,1
FRANCE INTER		8,4	1h53	9,1	8,4	1h52	8,8
RMC		5,2	1h21	4,1	5,4	1h55	5,8
RTL		8,0	2h16	10,4	8,8	2h18	11,4
<i>Programmes musicaux</i> Total		31,9	1h51	33,8	32,2	1h49	32,9
<i>dont</i>							
CHERIE FM		3,1	1h34	2,8	3,4	1h24	2,7
FUN RADIO		6,0	1h26	5,0	5,4	1h26	4,4
NOSTALGIE		5,2	1h35	4,8	5,6	1h41	5,4
NRJ		8,5	1h20	6,5	7,5	1h17	5,4
RFM		3,8	1h29	3,3	2,8	1h42	2,6
RIRE ET CHANSONS		2,3	0h52	1,1	2,4	1h02	1,4
RTL2		3,1	1h09	2,0	3,4	1h25	2,7
SKYROCK		6,0	1h36	5,5	5,7	1h24	4,5
VIRGIN RADIO		3,4	0h57	1,9	3,2	1h26	2,6
<i>Programmes thématiques</i> Total		10,7	1h27	8,9	11,4	1h19	8,5
<i>dont</i>							
FRANCE CULTURE		1,4	1h29	1,2	1,8	1h18	1,3
FRANCE INFO		7,0	1h03	4,2	7,7	0h59	4,3
FRANCE MUSIQUE		1,5	2h01	1,7	1,2	1h45	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,1	2h13	1,4	1,4	1h41	1,3
<i>Programmes locaux</i> Total		14,3	1h43	14,1	14,7	1h46	14,7
<i>dont</i>							
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES Composé de (nombre de stations)		2,0	1h44 (555 stations)	2,0	2,3	1h42 (561 stations)	2,2
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾ Composé de (nombre de stations)		11,1	1h36 (126 stations)	10,2	11,1	1h37 (126 stations)	10,1

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾

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

⁽¹⁾ 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2011			JUILLET-AOÛT 2010		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	74,6	2h54	100,0	75,5	2h52	100,0
GROUPE NRJ	19,5	1h33	14,1	19,6	1h40	15,2
NRJ GLOBAL	20,1	1h35	14,7	20,6	1h42	16,2
ADULTS ONLY	11,9	1h36	8,8	13,0	1h40	10,0
WOMEN ONLY	4,8	1h40	3,7	ND	ND	ND
IP RADIO	20,3	2h00	18,8	21,6	2h00	20,0
FIRST MUSIC	10,7	1h26	7,1	11,1	1h32	7,9
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h18	0,7	1,1	1h29	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	14,4	1h52	12,5	15,8	1h49	13,3
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,2	1h15	0,7	1,3	1h22	0,8
LIP !	2,3	1h22	1,4	2,2	1h30	1,6
TF1 PUBLICITE RADIOS	14,3	1h45	11,6	13,7	1h44	11,0
LES INDES RADIOS	13,4	1h44	10,8	12,7	1h45	10,3
PUISSANCE CAPITALE	1,8	1h05	0,9	1,8	1h15	1,0
LES PARISIENNES	2,2	1h38	1,6	1,9	1h37	1,4
SAMEDI - DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	67,7	2h35	100,0	68,2	2h36	100,0
GROUPE NRJ	17,5	1h31	15,3	17,5	1h30	14,9
NRJ GLOBAL	18,1	1h32	16,0	18,5	1h30	15,8
ADULTS ONLY	10,5	1h34	9,5	11,8	1h33	10,3
WOMEN ONLY	4,0	1h35	3,6	ND	ND	ND
IP RADIO	16,6	1h49	17,4	17,0	1h56	18,5
FIRST MUSIC	9,0	1h22	7,0	8,6	1h28	7,1
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	1h14	0,7	0,8	1h08	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	13,1	1h33	11,7	11,9	1h48	12,2
LAGARDERE METROPOLES IDF	0,9	1h13	0,7	0,9	1h26	0,8
LIP !	1,7	1h21	1,3	1,6	1h21	1,2
TF1 PUBLICITE RADIOS	11,6	1h38	10,8	11,8	1h37	10,8
LES INDES RADIOS	11,1	1h36	10,2	11,1	1h37	10,1
PUISSANCE CAPITALE	1,6	1h23	1,3	1,6	1h10	1,0
LES PARISIENNES	2,0	1h13	1,4	2,0	1h23	1,6

ND=Non Disponible. ⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période Juillet-Août 2011 figure en page 6. Le nom et / ou la composition pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT

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

(1) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2011			JUILLET-AOÛT 2010		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	74,6	2h54	100,0	75,5	2h52	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	24,1	2h09	24,1	23,2	2h02	21,9
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	24,0	2h09	24,0	23,2	2h02	21,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	59,4	2h34	70,8	61,5	2h35	73,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h42	1,9	1,9	1h28	1,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,5	1h36	3,3	4,2	1h42	3,3
SAMEDI - DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	67,7	2h35	100,0	68,2	2h36	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,5	2h01	26,0	22,1	1h53	23,5
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,4	2h01	26,0	22,0	1h53	23,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	52,7	2h15	67,8	53,7	2h19	70,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,0	1h44	2,0	2,3	1h42	2,2
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,1	1h46	4,2	4,0	1h42	3,8

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

(4) **Radio France** : France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouv', Fip.

(5) **Les radio 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 DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, 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'Écoute 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 COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Juillet-Août 2011, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

- **Groupe NRJ** = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons
- **NRJ Global** = Chérie FM, MFM Radio, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons
- **Adults Only** = Chérie FM, MFM Radio, Nostalgie, Rire et Chansons
- **Women Only** = Chérie FM, MFM Radio
- **IP Radio** = Fun Radio, RTL, RTL2
- **First Music** = Fun Radio, RTL2
- **First Ile de France** = Fun Radio IDF, RTL2 IDF
- **Lagardère Publicité** = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio
- **Lagardère Métropoles IDF** = OUI FM IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF
- **LIP !** = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF
- **TF1 Publicité Radios** = Les Indés Radios, Sud Radio, Wit FM
- **Sud + Wit** = Sud Radio, Wit FM
- **Puissance Capitale** = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Tropiques FM, Urban Hit ex Only Raï, Voltage
- **Les Parisiennes** = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz
- **Les Indés Radios** = 126 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio (42), Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis, Canal FM (02, 59), Champagne FM, Chante France, Cocktail FM (14, 27), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (NORD), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, E FM, Echo FM (02), ECN, Emotion, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM (87), Flor FM, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2, FGL - Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon (62), Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations (75), Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus (Rhône Alpes), Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Métropolys (59, 62), Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17, 86), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM (61), Océane FM (35, 44, 56), ODS Radio, Or FM, Ouest FM, Ouï FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur (06), Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 76, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérico (57), Radio Latina, Radio Liberté (67), Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio ex Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio ex Hit et Sport, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit ex Only Raï, Variation, VFM (14), Vibration, Virage Radio, Voltage.

LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

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

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le Mouv', MFM Radio, Nostalgie, NRJ, 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, radios locales non affiliées à un réseau national.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

L'actualité de la période Juillet-Août 2011 a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Le 29 juin**, les deux journalistes français Stéphane Taponier et Hervé Ghesquière sont libérés après 547 jours de captivité.
- **Le 7 juillet**, le tabloïd britannique « News of the World », cesse toute publication après une retentissante affaire d'écoutes téléphoniques qui a ébranlé l'empire Murdoch.
- **Le 13 juillet**, cinq soldats français sont tués et quatre autres grièvement blessés en Afghanistan lors d'une attaque suicide.
- **Le 21 juillet**, les dirigeants de la zone euro parviennent à un accord sur un plan d'aide à la Grèce de 158 milliards d'euros.
- **Le 22 juillet**, un extrémiste norvégien provoque la mort de près d'une centaine de personnes à la suite d'un attentat à la bombe à Oslo et d'une fusillade sur l'île d'Utoya.
- **Le 3 août**, le conseil de sécurité de l'ONU condamne fermement les répressions et violences menées en Syrie par le régime contre les manifestants.
- **Le 6 août**, la ville de Londres est en proie à de violentes émeutes, qui s'étendent les jours suivants à plusieurs villes, dont Manchester et Birmingham.
- **Le 23 août**, le juge de New York abandonne les poursuites pénales à l'encontre de Dominique Strauss Kahn, mettant fin à trois mois d'une saga judiciaire.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

L'enquête a été réalisée du **27 juin au 28 août 2011** auprès de la population âgée de 13 ans et plus, résidant en France : **11 599** personnes interrogées pour la période lundi-vendredi et **5 805** 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 2011** » a été réalisée entre le 29 août et le 5 septembre 2011 auprès de 3 232 personnes afin d'ajuster les objectifs de redressement de l'échantillon de l'enquête des Grilles Radio d'Été, en recensant l'ensemble des séjours, week-end ou périodes de vacances, pendant lesquels les individus sont partis hors de leur domicile entre le 27 juin et le 28 août 2011.

L'enquête des **Grilles Radio d'Été** 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 (numéro géographique ou commençant par « 09 ») ou, à défaut, sur un téléphone mobile, lorsqu'ils étaient « exclusifs mobile ».

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). 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.

Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x **523 620** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.