

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 19 novembre 2013



Mediametrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Septembre - Octobre 2013

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

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **2 septembre au 3 novembre 2013**, mesurée auprès de 29 997 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 est inférieur à 55%. Sur la période Septembre - Octobre 2013, 1 jour de moindre activité a été relevé : le vendredi 1^{er} novembre 2013.

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

	Septembre - Octobre 2013	Avril - Juin 2013	Septembre - Octobre 2012
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	65	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	1	6	0
Nombre de jours de vacances scolaires	11	10	1
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,0	74,6	76,6

⁽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 2013					Avril - Juin 2013					Septembre - Octobre 2012				
	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	12,4	6 544	81,2	42 927	2h54	12,9	6 834	81,8	43 208	3h00	12,5	6 598	82,7	43 551	2h53
Samedi - Dimanche	9,4	4 944	69,9	36 916	2h33	9,6	5 079	69,2	36 595	2h38	9,0	4 763	70,0	36 827	2h27

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⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2013			Avril - Juin 2013			Septembre - Octobre 2012		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		81,2	2h54	100,0	81,8	3h00	100,0	82,7	2h53	100,0
Programmes généralistes	Total	38,8	2h36	42,9	38,4	2h41	42,0	38,5	2h32	40,9
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,2	1h59	7,8	9,0	1h59	7,3	8,9	2h00	7,5
FRANCE BLEU		7,7	2h13	7,2	7,4	2h15	6,8	7,3	2h00	6,1
FRANCE INTER		9,9	2h08	9,0	9,9	2h18	9,3	10,6	2h09	9,5
RMC		8,1	2h06	7,2	8,0	2h03	6,7	7,5	1h57	6,1
RTL		11,9	2h18	11,6	12,0	2h28	12,0	12,3	2h16	11,7
Programmes musicaux	Total	40,4	1h49	31,1	41,6	1h57	32,9	41,4	1h54	33,0
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		3,8	1h25	2,3	4,3	1h40	2,9	4,4	1h29	2,7
FUN RADIO		6,6	1h13	3,5	6,6	1h18	3,5	6,9	1h22	3,9
MFM RADIO		1,1	1h26	0,7	1,2	1h30	0,7	1,1	1h43	0,8
NOSTALGIE		5,6	1h30	3,5	6,0	1h42	4,2	6,0	1h31	3,8
NRJ		12,3	1h25	7,4	12,3	1h30	7,6	11,6	1h27	7,1
RADIO NOVA		1,1	1h29	0,7	ND	ND	ND	1,1	1h24	0,6
RFM		4,2	1h44	3,1	4,6	1h34	2,9	4,9	1h39	3,4
RIRE ET CHANSONS		3,4	1h00	1,4	3,5	1h06	1,6	3,3	0h57	1,3
RTL2		4,6	1h28	2,9	5,0	1h28	3,0	5,0	1h27	3,0
SKYROCK		6,5	1h19	3,6	7,0	1h19	3,8	7,3	1h19	4,0
VIRGIN RADIO		4,1	1h01	1,8	4,4	1h05	1,9	4,3	1h06	2,0
Programmes thématiques	Total	13,2	1h24	7,8	13,1	1h28	7,8	14,0	1h27	8,5
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,0	1h42	1,4	2,0	1h34	1,3	2,1	1h36	1,4
FRANCE INFO		8,2	0h58	3,4	8,2	1h01	3,4	8,8	0h57	3,5
FRANCE MUSIQUE		1,5	1h33	1,0	1,8	1h44	1,2	1,4	1h51	1,1
RADIO CLASSIQUE		2,1	1h46	1,5	1,9	1h50	1,5	2,3	1h56	1,8
Programmes locaux	Total	19,8	1h45	14,7	19,3	1h49	14,2	19,6	1h46	14,5
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,3	1h51	1,8	2,3	1h39	1,6	2,4	1h47	1,8
Composé de (nombre de stations)		(555 stations)			(550 stations)			(553 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		15,8	1h40	11,2	15,5	1h46	11,1	15,8	1h39	11,0
Composé de (nombre de stations)		(126 stations)			(126 stations)			(124 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	1h27	0,6	1,0	1h48	0,8	ND	ND	ND

ND = Non Disponible



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

⁽¹⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Septembre - Octobre 2013			Avril - Juin 2013			Septembre - Octobre 2012		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		69,9	2h33	100,0	69,2	2h38	100,0	70,0	2h27	100,0
Programmes généralistes		31,4	2h20	41,1	30,5	2h26	40,8	30,5	2h12	38,9
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,8	1h52	7,1	6,6	1h51	6,7	6,4	1h41	6,2
FRANCE BLEU		6,0	2h19	7,8	5,8	2h20	7,5	6,3	1h59	7,3
FRANCE INTER		8,5	2h08	10,2	8,4	2h16	10,4	8,4	2h00	9,8
RMC		5,2	1h38	4,8	5,6	1h40	5,1	5,3	1h36	4,9
RTL		9,0	2h12	11,2	8,5	2h23	11,1	8,4	2h11	10,6
Programmes musicaux		31,5	1h42	30,1	32,3	1h44	30,5	33,4	1h41	32,8
<i>dont</i>										
CHERIE FM		2,9	1h29	2,4	2,9	1h28	2,3	3,2	1h17	2,4
FUN RADIO		5,5	1h21	4,2	5,2	1h07	3,2	5,9	1h05	3,7
MFM RADIO		0,7	1h20	0,5	0,7	1h14	0,5	0,6	1h27	0,5
NOSTALGIE		4,4	1h33	3,8	4,3	1h38	3,8	4,8	1h45	4,8
NRJ		9,0	1h15	6,3	9,3	1h18	6,7	9,5	1h17	7,1
RADIO NOVA		0,8	1h57	0,9	ND	ND	ND	0,8	1h15	0,6
RFM		3,7	1h24	2,9	3,9	1h23	2,9	3,8	1h36	3,6
RIRE ET CHANSONS		2,2	0h49	1,0	1,9	1h00	1,1	1,8	1h13	1,3
RTL2		3,6	1h22	2,8	3,5	1h24	2,7	3,4	1h24	2,7
SKYROCK		5,1	1h08	3,3	5,9	1h22	4,4	5,9	1h14	4,2
VIRGIN RADIO		3,0	1h04	1,8	3,2	1h05	1,9	3,3	0h50	1,6
Programmes thématiques		10,5	1h39	9,8	10,4	1h39	9,4	10,9	1h26	9,1
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,8	1h56	2,0	2,0	2h00	2,2	1,7	1h40	1,7
FRANCE INFO		6,1	0h59	3,4	6,6	1h07	4,0	6,5	0h57	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,4	2h06	1,7	1,4	1h56	1,4	1,5	1h39	1,4
RADIO CLASSIQUE		2,0	2h07	2,4	1,4	1h47	1,4	1,9	1h47	2,0
Programmes locaux		15,9	1h44	15,5	16,1	1h46	15,6	16,5	1h40	16,0
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,2	1h36	2,0	2,1	2h02	2,3	1,8	1h34	1,6
Composé de (nombre de stations)		(555 stations)			(550 stations)			(553 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		12,4	1h37	11,3	12,7	1h37	11,2	12,7	1h37	11,9
Composé de (nombre de stations)		(126 stations)			(126 stations)			(124 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,6	1h21	0,5	0,7	0h55	0,3	ND	ND	ND

ND = Non Disponible



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

⁽¹⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2013			Avril - Juin 2013			Septembre - Octobre 2012		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,2	2h54	100,0	81,8	3h00	100,0	82,7	2h53	100,0
NRJ GLOBAL	23,1	1h30	14,7	23,8	1h40	16,2	22,8	1h34	15,0
ADULTS ONLY	11,9	1h27	7,3	12,8	1h39	8,6	ND	ND	ND
IP RADIO	22,0	1h55	17,9	22,4	2h01	18,5	23,0	1h56	18,6
FIRST MUSIC	10,9	1h22	6,3	11,3	1h25	6,5	11,5	1h26	7,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h09	0,6	1,1	1h08	0,5	1,4	1h16	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	17,0	1h47	12,9	17,2	1h46	12,3	17,4	1h47	13,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,5	1h18	0,8	1,6	1h16	0,8	1,8	1h23	1,0
LIP !	2,5	1h22	1,5	2,5	1h21	1,4	2,8	1h28	1,8
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,7	1h40	11,9	16,5	1h46	11,9	ND	ND	ND
LES INDES RADIOS	15,8	1h40	11,2	15,5	1h46	11,1	15,8	1h39	11,0
LES INDES CAPITALE	4,8	1h21	2,8	4,5	1h28	2,7	ND	ND	ND
NOVA AND FRIENDS	1,6	1h33	1,1	1,3	1h45	0,9	1,5	1h30	0,9
LES PARISIENNES	1,1	1h36	0,8	ND	ND	ND	1,0	1h14	0,5
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,9	2h33	100,0	69,2	2h38	100,0	70,0	2h27	100,0
NRJ GLOBAL	17,0	1h25	13,6	17,3	1h28	13,9	17,8	1h31	15,7
ADULTS ONLY	8,7	1h28	7,2	8,5	1h33	7,2	ND	ND	ND
IP RADIO	17,6	1h50	18,2	16,6	1h52	17,0	16,9	1h44	17,1
FIRST MUSIC	9,1	1h22	7,0	8,4	1h16	5,8	9,0	1h14	6,4
FIRST ILE DE France	1,0	1h11	0,7	1,0	1h12	0,6	1,0	1h22	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	13,0	1h39	12,0	13,3	1h37	11,7	13,2	1h31	11,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,2	1h32	1,1	1,3	1h07	0,8	1,5	1h26	1,3
LIP !	2,1	1h27	1,7	2,1	1h15	1,4	2,3	1h34	2,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,0	1h37	11,8	13,4	1h36	11,7	ND	ND	ND
LES INDES RADIOS	12,4	1h37	11,3	12,7	1h37	11,2	12,7	1h37	11,9
LES INDES CAPITALE	3,6	1h27	2,9	3,7	1h24	2,8	ND	ND	ND
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h49	1,4	1,4	1h42	1,3	1,4	1h25	1,1
LES PARISIENNES	1,1	1h31	1,0	ND	ND	ND	0,8	1h30	0,7

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2013 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible



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

(1) % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 526 400 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre - Octobre 2013			Avril - Juin 2013			Septembre - Octobre 2012		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,2	2h54	100,0	81,8	3h00	100,0	82,7	2h53	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,9	2h06	23,1	25,8	2h11	23,0	26,6	2h02	22,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,8	2h06	23,0	25,5	2h12	22,8	26,4	2h03	22,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	66,8	2h31	71,6	67,5	2h38	72,5	67,9	2h32	72,3
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h51	1,8	2,3	1h39	1,6	2,4	1h47	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,5	1h49	3,5	4,4	1h42	3,0	4,7	1h35	3,1
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,9	2h33	100,0	69,2	2h38	100,0	70,0	2h27	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,6	2h09	26,1	21,5	2h15	26,6	21,9	1h59	25,3
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,4	2h10	26,0	21,5	2h15	26,5	21,8	1h59	25,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	54,7	2h13	68,4	54,9	2h14	67,2	55,5	2h10	69,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,2	1h36	2,0	2,1	2h02	2,3	1,8	1h34	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,8	1h36	3,4	3,8	1h52	3,8	3,8	1h25	3,2

⁽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, Le 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 DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

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

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le 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.



LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Septembre-Octobre 2013, 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

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, 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 = Ado, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MFM Radio, Radio Alfa, Radio Orient, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Parisiennes = Chante France IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

Les Indés Radios = 126 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio ex Radio Azur, Champagne FM, Chante France, Collines FM La Radio du Bocage, Contact, Décibel (Bretagne), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon ex Fréquence Horizon, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, La Radio Plus, Latina, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Métropolys, Mistral FM, Mixx Radio, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (14, 27, 76, 78), Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (30, 34), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérico, Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1 ex Radio Nohain, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sun 101.5, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, VFM Radio, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

LA DEFINITION 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).



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre le 2 septembre et le 3 novembre 2013 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 26 913 interviews pour la période lundi-vendredi, et 11 713 interviews pour la période samedi-dimanche.
- 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 528 450 = 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 Septembre-Octobre 2013, allant du 2 septembre au 3 novembre 2013, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

SEPTEMBRE

- Le 11 septembre**, un bijoutier de Nice abat un braqueur de 19 ans dans sa fuite, et relance le débat sur la légitime défense.
- Le 14 septembre**, un accord entre les Américains et les Russes est conclu pour démanteler l'arsenal chimique syrien. **Le 27 septembre**, l'Organisation pour l'interdiction des armes chimiques approuve le plan de démantèlement de ces arsenaux.
- Le 16 septembre**, une fusillade dans les locaux de la Navy à Washington fait 12 morts.
- Le 21 septembre**, une attaque terroriste dans un centre commercial de Nairobi au Kenya fait 67 morts.
- Le 21 septembre**, la chancelière allemande Angela Merkel est réélue pour un troisième mandat.
- Le 22 septembre**, l'équipe de France de Basket-ball remporte la finale de l'Euro 2013 face à la Lituanie.

OCTOBRE

- Le 3 octobre**, le naufrage d'un bateau de 500 migrants près de Lampedusa, en Italie, fait près de 300 morts.
- Le 9 octobre**, la collégienne Léonarda et sa famille d'origine Kosovare sont expulsées du territoire français. **Le 17 octobre**, des manifestations lycéennes de soutien débutent à Paris. **Le 19 octobre**, François Hollande propose à la collégienne de revenir poursuivre ses études en France, sans sa famille.
- Le 13 octobre**, le candidat du Front National remporte les élections cantonales partielles à Brignoles.
- Les 15 et 22 octobre**, les salariés d'Alcatel-Lucent manifestent contre un plan de suppression de postes.
- Le 26 octobre**, des manifestants protestent contre la mise en place de l'écotaxe en Bretagne.
- Le 29 octobre**, les 4 otages français détenus au Niger depuis 2010 sont libérés.



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 et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr