

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 17 septembre 2015



## ENQUÊTE MÉDIAMÉTRIE GRILLES RADIO D'ÉTÉ

### L'audience de la Radio en France en Juillet - Août 2015

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

Médiamétrie publie les résultats d'audience de l'enquête des Grilles Radio d'Été 2015, réalisée auprès de 11 998 personnes âgées de 13 ans et plus sur une période de 9 semaines allant du **29 juin au 30 août 2015**, en France métropolitaine.

La méthodologie de prise en compte des vacanciers dans les Grilles Radio d'Été 2015 ayant évolué, **les résultats de cette vague ne peuvent pas être comparés à ceux des vagues précédentes**. Par ailleurs, ces résultats 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 2015				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi - Vendredi	11,6	6 207	77,9	41 508	2h50
Samedi - Dimanche	9,3	4 970	66,6	35 520	2h40

La définition des indicateurs d'audience figure en page 3.

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)

<sup>(1)</sup> 1% = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> La composition des Indés Radios figure en page 5

		Juillet - Août 2015		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>		<b>77,9</b>	<b>2h50</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i>	<b>Total</b>	<b>35,5</b>	<b>2h29</b>	<b>39,7</b>
<i>Dont</i>				
EUROPE 1		7,5	2h01	6,9
FRANCE BLEU		7,3	2h17	7,5
FRANCE INTER		9,9	1h57	8,7
RMC		6,8	1h44	5,3
RTL		10,5	2h23	11,3
<i>Programmes musicaux</i>	<b>Total</b>	<b>38,3</b>	<b>1h52</b>	<b>32,3</b>
<i>Dont</i>				
CHÉRIE FM		4,2	1h34	3,0
FUN RADIO		6,2	1h18	3,7
NOSTALGIE		5,2	1h45	4,1
NRJ		10,2	1h22	6,3
RADIO NOVA		1,0	1h01	0,5
RFM		4,5	1h41	3,4
RIRE ET CHANSONS		3,2	0h59	1,4
RTL2		4,5	1h40	3,4
SKYROCK		5,8	1h15	3,3
VIRGIN RADIO		4,6	1h12	2,5
<i>Programmes thématiques</i>	<b>Total</b>	<b>12,0</b>	<b>1h28</b>	<b>7,9</b>
<i>dont</i>				
FRANCE CULTURE		2,1	2h06	2,0
FRANCE INFO		7,0	0h52	2,8
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h24	0,8
RADIO CLASSIQUE		1,8	1h56	1,5
<i>Programmes locaux</i>	<b>Total</b>	<b>19,6</b>	<b>1h54</b>	<b>16,8</b>
<i>dont</i>				
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,5	1h46	2,0
Composé de (nombre de stations)			<b>(562 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS <sup>(2)</sup>		15,6	1h51	13,0
Composé de (nombre de stations)			<b>(129 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	2h26	1,1

### LA DÉFINITION DES AGRÉGATS PAR FORMAT

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

**Les programmes musicaux** : Chérie FM, Fun Radio, MFM 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, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



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

<sup>(1)</sup> 1% = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> La composition des Indés Radios figure en page 5

		Juillet - Août 2015		
		AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>		<b>66,6</b>	<b>2h40</b>	<b>100,0</b>
<b>Programmes généralistes</b>	<b>Total</b>	<b>28,2</b>	<b>2h23</b>	<b>38,1</b>
<i>dont</i>				
EUROPE 1		5,9	1h44	5,8
FRANCE BLEU		5,6	2h13	7,1
FRANCE INTER		7,4	2h04	8,6
RMC		4,8	1h31	4,1
RTL		8,6	2h36	12,6
<b>Programmes musicaux</b>	<b>Total</b>	<b>31,3</b>	<b>1h47</b>	<b>31,4</b>
<i>dont</i>				
CHÉRIE FM		3,3	1h33	2,9
FUN RADIO		5,1	1h32	4,4
NOSTALGIE		4,7	1h25	3,8
NRJ		9,0	1h16	6,4
RADIO NOVA		0,9	1h23	0,7
RFM		3,3	1h46	3,3
RIRE ET CHANSONS		1,9	1h00	1,1
RTL2		3,0	1h24	2,3
SKYROCK		5,0	1h14	3,4
VIRGIN RADIO		3,6	1h02	2,1
<b>Programmes thématiques</b>	<b>Total</b>	<b>9,8</b>	<b>1h35</b>	<b>8,8</b>
<i>dont</i>				
FRANCE CULTURE		1,6	1h56	1,7
FRANCE INFO		5,9	0h58	3,2
FRANCE MUSIQUE		1,4	2h10	1,7
RADIO CLASSIQUE		1,5	2h03	1,8
<b>Programmes locaux</b>	<b>Total</b>	<b>16,6</b>	<b>1h52</b>	<b>17,5</b>
<i>dont</i>				
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,1	2h17	2,8
Composé de (nombre de stations)			<b>(562 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDÉS RADIOS <sup>(2)</sup>		13,1	1h38	12,1
Composé de (nombre de stations)			<b>(129 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,8	1h24	0,6

### LA DÉFINITION 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'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.

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(2)</sup> (5h -24h)

<sup>(1)</sup> 1% = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

	Juillet - Août 2015		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI-VENDREDI</b>			
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>	<b>77,9</b>	<b>2h50</b>	<b>100,0</b>
NRJ GLOBAL	20,7	1h34	14,7
ADULTS ONLY	11,6	1h37	8,5
IP RADIO	20,3	2h00	18,3
FIRST MUSIC	10,4	1h30	7,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,0	1h30	0,7
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	15,8	1h47	12,8
LAGARDÈRE METROPOLES IDF	1,5	1h29	1,0
LIP !	2,3	1h38	1,7
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	16,3	1h51	13,7
LES INDÉS RADIOS	15,6	1h51	13,0
LES INDÉS CAPITALE	4,0	1h25	2,5
NOVA AND FRIENDS	1,6	1h19	1,0
PARIS - IDF +	1,0	1h08	0,5
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>			
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>	<b>66,6</b>	<b>2h40</b>	<b>100,0</b>
NRJ GLOBAL	17,5	1h26	14,1
ADULTS ONLY	9,3	1h29	7,7
IP RADIO	16,3	2h06	19,3
FIRST MUSIC	7,8	1h31	6,7
FIRST ILE DE FRANCE	0,6	0h57	0,3
LAGARDÈRE PUBLICITÉ	12,3	1h37	11,2
LAGARDÈRE METROPOLES IDF	1,2	1h22	0,9
LIP !	1,5	1h26	1,2
TF1 PUBLICITÉ RADIOS	13,8	1h39	12,9
LES INDÉS RADIOS	13,1	1h38	12,1
LES INDÉS CAPITALE	3,6	1h32	3,1
NOVA AND FRIENDS	1,7	1h35	1,5
PARIS - IDF +	0,8	1h40	0,8

<sup>(2)</sup> La composition des couplages publicitaires sur Juillet-Août 2015 figure en page 5.

### LES CARACTÉRISTIQUES DE L'ENQUÊTE

- Interviews réalisées entre le 29 juin et le 30 août 2015 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 10 284 interviews pour la période lundi-vendredi, et 5 142 interviews pour la période samedi-dimanche.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique 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'enquête).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs :  
Audience cumulée (en %) x **533 150** = nombre d'auditeurs.  
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

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

(<sup>1</sup>) 1% = 533 150 personnes âgées de 13 ans et plus

	Juillet - Août 2015		
	AC ( <sup>1</sup> ) %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI-VENDREDI</b>			
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>	<b>77,9</b>	<b>2h50</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ( <sup>2</sup> )	24,6	2h05	23,2
dont : RADIO FRANCE ( <sup>3</sup> )	24,4	2h05	23,0
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES ( <sup>4</sup> )	62,6	2h32	71,5
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES ( <sup>5</sup> )	2,5	1h46	2,0
AUTRES PROGRAMMES ( <sup>6</sup> )	3,9	1h50	3,2
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>			
<b>RADIO EN GÉNÉRAL</b>	<b>66,6</b>	<b>2h40</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ( <sup>2</sup> )	20,4	2h02	23,3
dont : RADIO FRANCE ( <sup>3</sup> )	20,2	2h02	23,1
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES ( <sup>4</sup> )	53,4	2h19	69,7
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES ( <sup>5</sup> )	2,1	2h17	2,8
AUTRES PROGRAMMES ( <sup>6</sup> )	3,4	2h11	4,2

(<sup>2</sup>) **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

(<sup>3</sup>) **Radio France** : France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Mouv', Fip.

(<sup>4</sup>) **Les radios privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

(<sup>5</sup>) **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20% du chiffre d'affaires.

(<sup>6</sup>) **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

### LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la vague Juillet-Août 2015, 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** = 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 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 IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

**Les Indés Radios** = 129 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, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon (62), Hot Radio, Impact FM, Inside, 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 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 Camargue, 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 Jérôme (57), Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, 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, Tendence Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.



## LES ÉVÉNEMENTS SUR LA PÉRIODE

Sur la période d'enquête Juillet-Août 2015, allant du 29 juin au 30 août 2015, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

### Juillet

**Le 5 juillet**, les Grecs votent non par référendum au projet de rigueur budgétaire soumis par les créanciers de la Grèce pour aider le pays à faire face à sa dette, laissant planer la possibilité d'un « Grexit ». **Le 13 juillet**, les dirigeants européens trouvent un accord sur la négociation d'un nouveau plan d'aide et le maintien de la Grèce dans la zone euro. **Le 20 juillet**, le Premier ministre grec, Alexis Tsipras, annonce sa démission.

**Les 19 et 20 juillet**, des centaines d'agriculteurs du Calvados, de la Manche et de l'Orne bloquent les principaux axes routiers de la région. **Le 24 juillet**, les producteurs de lait trouvent un accord avec le Ministère de l'Agriculture sur une revalorisation du prix du lait.

**Le 20 juillet**, après cinquante-quatre ans de froid diplomatique, les États-Unis et Cuba rouvrent officiellement leurs ambassades respectives à la Havane et à Washington.

**Le 29 juillet**, la découverte d'un fragment d'aile de Boeing 777 sur une plage de l'île de la Réunion relance l'enquête sur la disparition du vol MH370 de la Malaysia Airlines, en mars 2014.

**Le 12 août**, deux énormes explosions dans un entrepôt de la zone portuaire industrielle de la ville de Tianjin, en Chine, font 112 morts, 95 disparus et plus de 700 blessés.

**Le 17 août**, une moto piégée explose dans le centre de Bangkok, faisant une vingtaine de morts et plus d'une centaine de blessés.

**Le 21 août**, dans un train Thalys reliant Amsterdam et Paris, un homme ouvre le feu sur plusieurs passagers, dont trois jeunes militaires américains, qui ont réussi à le neutraliser. **Le 24 août**, les trois Américains et un autre passager britannique du Thalys sont décorés de la Légion d'honneur par le président François Hollande.

Tout l'été, face à la forte augmentation du nombre de migrants vers l'Europe, la question migratoire interroge les dirigeants de l'Union Européenne.

### Août

## 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 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.*

*Web : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr)*

*Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)*

*Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)*

### Contacts Presse :

Nathalie BOUROTTE

Tél : 01 47 58 97 55

[nbourotte@mediаметrie.fr](mailto:nbourotte@mediаметrie.fr)

Isabelle LELLOUCHE FILLIAU

Tél : 01 47 58 97 26

[llelouche-filliau@mediаметrie.fr](mailto:llelouche-filliau@mediаметrie.fr)