

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 21 septembre 2017



ENQUETE MEDIAMETRIE GRILLES RADIO D'ETE

L'audience de la Radio en France en Juillet - Août 2017

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 l'enquête des Grilles Radio d'Été 2017, réalisée auprès de 6 019 personnes âgées de 13 ans et plus sur une période de 9 semaines allant du **3 juillet au 3 septembre 2017**, en France métropolitaine.

Pour rappel, les grilles de programmes pendant l'été sont spécifiques avec des changements d'animateurs. Après analyses, Médiamétrie n'a pas constaté d'incohérence dans les comportements d'écoute déclarés par les auditeurs de Fun Radio. Sur cette période Juillet-Août 2017, les résultats n'ont donc pas fait l'objet d'une correction.

Les résultats de la période Juillet-Août 2017 ne peuvent être comparés qu'à ceux portant sur une même période Juillet-Août à partir de 2015. 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 2017					Juillet - Août 2016				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi-Vendredi	11,4	6 181	75,4	40 731	2h53	11,1	5 963	75,1	40 324	2h49
Samedi-Dimanche	9,4	5 073	67,1	36 290	2h39	8,2	4 418	61,3	32 907	2h33

La définition des indicateurs d'audience figure en page 6.

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

⁽¹⁾ 1% = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Juillet - Août 2017			Juillet - Août 2016		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		75,4	2h53	100,0	75,1	2h49	100,0
Programmes généralistes	Total	34,6	2h26	38,9	34,8	2h33	41,9
<i>dont</i>							
EUROPE 1		7,3	1h43	5,8	6,8	1h59	6,4
FRANCE BLEU		6,2	2h01	5,8	6,4	2h11	6,5
FRANCE INTER		9,6	2h12	9,7	10,3	2h14	10,8
RMC		6,9	2h09	6,9	6,7	1h57	6,2
RTL		10,6	2h11	10,7	10,6	2h23	11,9
Programmes musicaux	Total	35,4	1h56	31,5	36,2	1h53	32,4
<i>dont</i>							
CHERIE		4,1	1h31	2,9	3,0	1h31	2,1
FUN RADIO		5,6	1h21	3,5	NP	NP	NP
NOSTALGIE		6,1	1h20	3,7	5,7	1h41	4,5
NRJ		9,2	1h26	6,0	10,0	1h12	5,7
RFM		3,9	1h57	3,5	4,0	1h40	3,2
RIRE ET CHANSONS		2,6	1h02	1,2	3,0	1h04	1,5
RTL2		4,5	1h30	3,1	4,3	1h51	3,7
SKYROCK		6,4	1h17	3,8	5,3	1h18	3,3
VIRGIN RADIO		3,9	1h15	2,2	3,9	1h19	2,4
Programmes thématiques	Total	12,7	1h36	9,4	12,5	1h26	8,4
<i>dont</i>							
FRANCE CULTURE		2,4	1h32	1,7	2,2	1h32	1,6
FRANCE INFO		7,8	1h02	3,7	7,6	1h00	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,7	2h02	1,6	1,8	1h32	1,3
RADIO CLASSIQUE		1,9	2h12	1,9	1,6	1h51	1,4
Programmes locaux	Total	18,3	1h56	16,3	17,6	1h40	13,9
<i>dont</i>							
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,9	1h22	1,2	2,1	1h39	1,6
Composé de (nombre de stations)			(568 stations)			(562 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		15,3	1h51	13,1	14,1	1h33	10,3
Composé de (nombre de stations)			(131 stations)			(132 stations)	

NP = Non Publié.



L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

⁽¹⁾ 1% = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

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

		Juillet - Août 2017			Juillet - Août 2016		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		67,1	2h39	100,0	61,3	2h33	100,0
Programmes généralistes	Total	29,2	2h27	40,1	25,2	2h17	36,9
<i>dont</i>							
EUROPE 1		5,2	2h14	6,5	4,8	2h19	7,1
FRANCE BLEU		4,4	2h24	5,9	5,3	1h52	6,3
FRANCE INTER		9,1	2h21	11,9	7,8	2h05	10,4
RMC		5,0	1h32	4,3	4,4	1h39	4,6
RTL		8,5	2h26	11,6	6,3	2h05	8,5
Programmes musicaux	Total	28,4	2h03	32,7	28,1	1h56	34,7
<i>dont</i>							
CHERIE		2,1	2h30	3,0	3,0	1h33	2,9
FUN RADIO		4,0	1h42	3,8	NP	NP	NP
NOSTALGIE		3,9	1h58	4,3	4,9	1h29	4,7
NRJ		7,5	1h38	6,9	6,8	1h35	7,0
RFM		2,8	1h38	2,6	2,4	1h33	2,4
RIRE ET CHANSONS		1,9	1h14	1,3	2,1	1h00	1,4
RTL2		3,8	1h30	3,2	3,6	1h33	3,6
SKYROCK		6,1	1h14	4,2	3,9	1h22	3,4
VIRGIN RADIO		2,9	1h13	2,0	2,7	1h10	2,0
Programmes thématiques	Total	10,5	1h51	10,9	9,7	1h38	10,1
<i>dont</i>							
FRANCE CULTURE		1,2	2h39	1,8	1,2	2h40	2,0
FRANCE INFO		6,5	1h03	3,8	6,4	0h55	3,8
FRANCE MUSIQUE		1,5	2h50	2,4	1,1	2h07	1,5
RADIO CLASSIQUE		1,5	2h39	2,3	1,7	2h10	2,4
Programmes locaux	Total	15,4	1h29	12,9	13,5	1h43	14,9
<i>dont</i>							
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,3	1h51	1,3	1,5	1h29	1,4
Composé de (nombre de stations)			(568 stations)			(562 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		12,5	1h28	10,3	10,6	1h34	10,6
Composé de (nombre de stations)			(131 stations)			(132 stations)	

NP = Non Publié.



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

⁽¹⁾ 1% = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

	Juillet - Août 2017			Juillet - Août 2016		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	75,4	2h53	100,0	75,1	2h49	100,0
NRJ GLOBAL	19,7	1h32	13,9	20,2	1h27	13,9
ADULTS ONLY	11,7	1h28	7,8	11,1	1h33	8,2
PRIORITE IDF	3,3	1h26	2,2	ND	ND	ND
IP RADIO	19,7	1h54	17,3	NP	NP	NP
FIRST MUSIC	9,9	1h27	6,6	NP	NP	NP
FIRST ILE DE FRANCE	1,0	1h30	0,7	NP	NP	NP
LAGARDERE PUBLICITE	14,6	1h43	11,6	14,2	1h47	12,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	2h32	1,6	1,4	1h19	0,9
LIP !	2,2	2h18	2,3	NP	NP	NP
TF1 PUBLICITE RADIOS	15,9	1h54	13,9	14,8	1h35	11,1
LES INDES RADIOS	15,3	1h51	13,1	14,1	1h33	10,3
LES INDES CAPITALE	3,8	1h49	3,1	3,9	1h32	2,9
NOVA AND FRIENDS	1,1	1h57	1,0	1,2	1h26	0,8
SAMEDI - DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	67,1	2h39	100,0	61,3	2h33	100,0
NRJ GLOBAL	14,1	1h57	15,5	15,9	1h34	16,0
ADULTS ONLY	7,4	2h05	8,6	9,3	1h31	9,0
PRIORITE IDF	2,0	1h59	2,2	ND	ND	ND
IP RADIO	15,7	2h06	18,6	NP	NP	NP
FIRST MUSIC	7,7	1h38	7,0	NP	NP	NP
FIRST ILE DE FRANCE	0,8	0h46	0,3	NP	NP	NP
LAGARDERE PUBLICITE	10,6	1h51	11,0	9,4	1h54	11,5
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,2	1h13	0,8	1,2	1h57	1,5
LIP !	1,9	1h05	1,1	NP	NP	NP
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h31	11,2	11,1	1h33	11,0
LES INDES RADIOS	12,5	1h28	10,3	10,6	1h34	10,6
LES INDES CAPITALE	3,0	1h27	2,4	2,3	1h29	2,2
NOVA AND FRIENDS	0,7	1h20	0,6	1,2	2h06	1,6

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Juillet-Août 2017 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur la vague précédente.

NP = Non Publié. ND = Non Disponible.



L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT - Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 540 450 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) 1% = 536 590 personnes âgées de 13 ans et plus

	Juillet - Août 2017			Juillet - Août 2016		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	75,4	2h53	100,0	75,1	2h49	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	24,5	2h07	23,8	24,6	2h11	25,4
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	24,4	2h06	23,6	24,4	2h11	25,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	60,6	2h33	71,1	59,5	2h28	69,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,9	1h22	1,2	2,1	1h39	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	5,0	1h43	3,9	5,0	1h26	3,4

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	67,1	2h39	100,0	61,3	2h33	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,0	2h17	26,9	20,5	1h56	25,4
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	20,9	2h17	26,7	20,4	1h56	25,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	50,9	2h24	68,3	46,4	2h21	69,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,3	1h51	1,3	1,5	1h29	1,4
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,3	1h51	3,4	4,0	1h19	3,4

⁽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, Mouv', Fip.

⁽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, 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.



LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Juillet-Août 2017, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

NRJ Global = Chérie, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

Adults Only = Chérie, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France IDF, Chérie IDF, Nostalgie IDF, NRJ IDF, Radio Nova IDF, Rire et Chansons IDF, TSF JAZZ IDF

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 = Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MBS ex Music Box, MFM Radio, Radio Orient, Radio Rézo, Sud Radio, Swigg ex Ado, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Cap Sao, Radio Nova, Radio Trait d'Union, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 131 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, 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 Radio (59), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), 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, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, MBS ex Music Box, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÜI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (49), Plein Air, Plein Coeur, 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 Jérico (57), Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Rézo, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radiocéan, RCA ex Radio Côte d'Amour, RDL Radio, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS FM, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg ex Ado, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Vivradio ex RV1, 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.

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 3 juillet et le 3 septembre 2017 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 5 155 interviews pour la période lundi-vendredi, et 2 583 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 540 450 = 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 Juillet-Août 2017, allant du 3 juillet au 3 septembre 2017, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Le 9 juillet**, la ville de Moussoul en Irak est libérée de l'emprise de Daech après 9 mois de combat.
- **Le 11 juillet**, le juge Jean-Michel Lambert, qui avait instruit l'affaire Grégory, se suicide.
- **Les 13 et 14 juillet**, Donald Trump est en visite officielle à Paris et l'invité d'honneur du défilé militaire du 14 juillet sur les Champs-Élysées.
- **Le 14 juillet**, une cérémonie en hommage aux victimes de l'attentat de Nice en 2016 est organisée en présence du Chef de l'Etat.
- **Le 19 juillet**, le général De Villiers, chef d'état-major des armées, démissionne de son poste suite à un désaccord sur des restrictions budgétaires.
- **Le 1er août**, une contamination d'œufs européens par un insecticide, le Fipronil, est révélée au grand public, déclenchant un scandale. **Le 10 août**, dix pays européens, dont la France, annoncent être touchés par la contamination.
- **Le 3 août**, le transfert du joueur de football brésilien Neymar au PSG pour 222 millions d'euros est officialisé.
- **Le 12 août**, à Charlottesville aux Etats-Unis, une voiture fonce sur des opposants à un rassemblement d'extrême droite faisant un mort et des dizaines de blessés.
- **Le 17 août**, deux attaques terroristes à la voiture bélier sont perpétrées en Espagne, sur les Ramblas à Barcelone et à Cambrils, faisant 15 morts et une centaine de blessés. Les attaques sont revendiquées par l'Etat islamique.
- **Le 23 août**, le typhon Hato frappe violemment Hong Kong faisant 16 morts et des centaines de blessés.
- **Le 26 août**, l'ouragan Harvey frappe le Texas provoquant de très graves inondations.
- **Le 27 août**, une fillette de 9 ans, Maëlys, disparaît lors d'une soirée de mariage en Isère. Une enquête pour enlèvement est ouverte.
- **Le 3 septembre**, un nouvel essai nucléaire de la Corée du Nord, le plus puissant essai réalisé par Pyongyang, entretient l'escalade des tensions entre les Etats-Unis et la Corée du Nord, et suscite l'inquiétude internationale.

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr