



mediametrie

Le 21 janvier 2003

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE ILE DE FRANCE

## L'audience de la radio en septembre-décembre 2002

Depuis septembre 2002, l'audience de la Radio est mesurée sur la population âgée de 13 ans et plus. Les résultats publiés dans ce communiqué portent sur l'audience de cette population. En conséquence, toute comparaison des résultats de la cible 13 ans et plus avec les résultats des vagues précédentes de la 75 000 + Ile de France sur la cible des 15 ans et plus est dépourvue de signification.

- L'audience du média Radio en Ile de France et les événements sur la période \_\_\_\_\_ p. 2
- L'audience des stations et les caractéristiques de l'enquête \_\_\_\_\_ p. 3
- L'audience et la composition des couplages publicitaires et GIE \_\_\_\_\_ p. 4
- L'audience et la définition des agrégats de la radio par format et par statut \_\_\_\_\_ p. 5

*Pour toute information :* Christelle CROS - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax: 01 47 58 09 26 - E-mail : [ccros@mediametrie.fr](mailto:ccros@mediametrie.fr)  
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

*Dans ce communiqué de presse, sont mentionnés les stations et réseaux souscripteurs 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

# L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO EN ILE DE FRANCE

## ENSEMBLE DES 13 ANS ET PLUS

	SEPTEMBRE - DECEMBRE 2002					DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE D'UNE TRANCHE HORAIRE :
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	
<b>Lundi-Vendredi</b>						
5 h - 24 heures	13,6	1241	87,4	7966	178	AM : AUDIENCE MOYENNE = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire, exprimée en pourcentage de la population, ou en milliers. AC : AUDIENCE CUMULEE = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire, exprimé en pourcentage de la population, ou en milliers. DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).
7 h - 9 heures	26,3	2396	53,3	4853	59	

## LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

*Sur la période d'enquête septembre-décembre 2002, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :*

- **Sur l'ensemble de la période : durcissement du conflit israëlo-palestinien.**
- Du 6 au 9 septembre : Grève des pilotes d'Air France.
- 9 et 10 septembre : Des intempéries dans le Gard, l'Hérault et le Vaucluse causent au moins 27 morts, 12 disparus et des dégâts considérables.
- Le 19 septembre : Un attentat suicide fait 6 morts à Tel-Aviv. En représailles, les chars israéliens détruisent partiellement le QG de Yasser Arafat à Ramallah et maintiennent le siège jusqu'au 29 septembre, malgré le vote d'une nouvelle résolution de l'ONU demandant « la fin immédiate de la réoccupation du QG de Yasser Arafat à Ramallah ».
- Le 26 septembre : Grève de BFM pendant 24 heures, reconduite du 3 au 9 octobre.
- Le 6 octobre : L'explosion d'un pétrolier français, le « Limburg », au Yémen, fait 1 mort et 12 blessés. Il semble qu'il s'agisse d'un attentat, mais la thèse de l'accident n'est pas écartée.
- Le 12 octobre : Un attentat à la voiture piégée fait 183 morts, dont 4 Français, et 300 blessés à Bali (Indonésie). Pas de revendication, mais les autorités accusent un réseau islamiste proche d'Oussama Ben Laden.
- Le 15 octobre : La distribution des journaux à Paris et en région parisienne est bloquée, notamment celle des quotidiens, à cause d'une grève des NMPP, qui assurent 80% de la distribution des journaux.
- Le 17 octobre : Les personnels de l'Education Nationale sont en grève (15 000 manifestants à Paris, autant à Marseille, ainsi que dans les principales villes de France).
- Le 23 octobre : Une vingtaine de rebelles tchéchènes, armés d'explosifs, prennent 800 personnes en otage dans un théâtre de Moscou. Le 26 octobre, l'armée russe donne l'assaut pour libérer les otages. Le gaz utilisé pour neutraliser les rebelles fait au moins 120 morts parmi les otages, 150 blessés, et 50 morts parmi les rebelles.
- Le 13 novembre : Naufrage du pétrolier « Le Prestige » au large de l'Espagne. Les côtes françaises sont menacées par 77 000 tonnes de fioul.
- A partir du 14 novembre : Les Etats-Unis laissent supposer qu'ils se préparent à une guerre contre l'Irak.
- Du 13 novembre au 6 décembre : Grèves dans l'audiovisuel public :
  - du 13 novembre au 6 décembre inclus : grève à France 3;
  - le 18 novembre : durcissement de la grève avec France 2 (pas de JT) ;
  - du 13 au 18 novembre inclus : perturbations dans les programmes de Radio France.
- Le 18 novembre : Une grève des agents SNCF perturbe le trafic Eurostar.
- Les 24 et 25 novembre : Les routiers en grève organisent une douzaine de barrages dans tout le pays.
- Le 25 novembre : Fortes inondations dans le Sud-Est de la France.
- Le 26 novembre : Une manifestation de salariés à Paris pour la défense du service public et l'avenir des retraites rassemble entre 80 000 et 140 000 personnes. Perturbations sur les réseaux bus et métros (RATP, Lyon, Marseille, Reims, Toulouse, Bordeaux), à Air France, à la SNCF, ainsi qu'à la Poste, France Télécom et à l'Education Nationale.
- Le 8 décembre : Une manifestation des personnels de l'Education Nationale rassemble à Paris entre 25 000 et 40 000 personnes.
- Le 20 décembre : Mouvement de grève des agents d'Aéroports de Paris à Orly Ouest.

## L'AUDIENCE DES STATIONS EN LUNDI-VENDREDI (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).

**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.

(<sup>1</sup>) 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>87,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Programmes généralistes</b>		
EUROPE 1	12,7	10,0
FRANCE INTER	11,8	9,6
RMC INFO	2,3	1,6
RTL	15,5	12,7
<b>Programmes musicaux</b>		
CHERIE FM	6,3	3,8
EUROPE 2	5,2	3,2
FUN RADIO	5,5	2,9
MFM	2,3	2,0
NOSTALGIE	6,7	4,4
NRJ	9,5	5,3
RFM	5,2	3,1
RIRE ET CHANSONS	5,1	2,1
RTL 2	4,8	2,6
SKYROCK	10,5	5,1
<b>Programmes thématiques</b>		
BFM	1,4	0,6
FRANCE CULTURE	1,5	1,0
FRANCE INFO	15,3	5,5
FRANCE MUSIQUES	1,8	1,0
RADIO CLASSIQUE	2,9	1,8
<b>Programmes locaux</b>		
ADO FM	5,7	3,3
CHANTE FRANCE	2,1	1,0
FIP	1,8	1,2
GENERATION PARIS JAZZ	1,2	0,5
OUI FM	3,1	2,0
RADIO FG	2,0	1,1
RADIO LATINA	1,7	0,7
RADIO NOVA	1,1	0,6
RFI	1,9	0,9
SPORT O'FM	1,0	0,2
T.S.F.	1,6	0,8
VOLTAGE	3,5	1,5

### LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **5 273 interviews** réalisées auprès d'individus âgés de **13 ans et plus** en Ile de France, entre le **2 septembre** et le **22 décembre 2002** pour l'audience en lundi-vendredi.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition entre les jours d'enquête.
- Procédure d'interview téléphonique assistée par ordinateur entre 17h30 et 21h30.
- Recueil effectué 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 **91 100** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ET GIE\* LUNDI-VENDREDI (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).

**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.

<sup>(1)</sup> 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>87,4</b>	<b>100,0</b>
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	<b>38,7</b>	<b>28,4</b>
L.A.P. IDF	<b>12,7</b>	<b>8,2</b>
GROUPE NRJ	<b>23,8</b>	<b>15,6</b>
IP RADIO	<b>27,1</b>	<b>20,3</b>
IP RADIO IDF	<b>10,7</b>	<b>5,6</b>
LES PARISIENNES	<b>10,9</b>	<b>6,1</b>
LES FRANCILIENNES	<b>15,8</b>	<b>10,0</b>
LES MEGA PARISIENNES	<b>17,5</b>	<b>11,2</b>
LES MEGA FRANCILIENNES	<b>22,0</b>	<b>15,1</b>
LES INDEPENDANTS	<b>19,4</b>	<b>12,1</b>

## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

*Depuis septembre-décembre 2002, les résultats intègrent les supports suivants :*

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

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

**IP Radio** = Fun Radio, MFM, RTL, RTL2, Sport O'FM, Sud Radio, Wit FM

**Les Parisiennes** = Ado FM, Radio Latina, Radio Nova, Voltage

**Les Franciliennes** = MFM IDF, Radio FG, TSF, Les Parisiennes

**Les Méga Parisiennes** = Skyrock IDF, Les Parisiennes

**Les Méga Franciliennes** = Skyrock IDF, Les Franciliennes

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

**IP Radio IDF** = Fun Radio, RTL2, Sport O'FM

\* **Les Indépendants** = 86 stations suivantes :

100 % FM, Ado FM, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis 99.2, 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, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, Forum, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Fugue, Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit West, Fréquence Horizon (ex-Horizon 62), Hot Radio (ex Belledonne FM), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Lyon Sport, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM (59), Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Radio 6, Radio 8, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), RDL, Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil FM (56), Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage.

## L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR FORMAT ET PAR STATUT LUNDI-VENDREDI (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).

**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.

(<sup>1</sup>) 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC <sup>(1)</sup>	PDA
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>87,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Agrégats par format</b>		
PROGRAMMES GENERALISTES	36,3	34,6
dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	26,7	24,3
PROGRAMMES MUSICAUX	44,1	34,4
PROGRAMMES THEMATIQUES	20,2	9,8
PROGRAMMES LOCAUX	27,8	17,9
RADIO FRANCE	28,8	19,3
<b>Agrégats par statut</b>		
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	29,9	20,2
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	75,3	76,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,2	1,3

## DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

### LES AGREGATS PAR FORMAT

**Les programmes généralistes** regroupent les stations : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC Info, RTL, Sud Radio.

**Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : Europe 1, RMC Info, RTL, Sud Radio.

**Les programmes musicaux** regroupent les stations : Chérie 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 Musiques, Radio Classique.

**Les programmes locaux** comptent FIP, Le Mouv', les radios locales non affiliées à un réseau national.

**Radio France** : FIP, France Inter, France Info, France BLEU, France Musiques, France Culture, Le Mouv', Hector, Elisa.

### LES AGREGATS PAR STATUT

**Les radios du service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et 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.

*A compter de la vague septembre-décembre 2002, les stations Ado FM, TSF, Générations Paris Jazz et France Maghreb sortent de l'agrégat Radios Privées Associatives et intègrent l'agrégat Radios Privées Commerciales.*