



mediametrie

Le 28 janvier 2003

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE PARIS-PETITE COURONNE *

L'audience de la radio sur Paris-Petite Couronne* 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 + Paris-Petite Couronne sur la cible des 15 ans et plus est dépourvue de signification.

- L'audience du média Radio sur Paris-Petite Couronne 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

*

La région Paris-Petite Couronne comprend les quatre départements suivants : 75, 92, 93 et 94.

Pour toute information : Christelle CROS - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : 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 2 % 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 SUR PARIS-PETITE COURONNE 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	
Lundi-Vendredi						
5 h - 24 heures	13,2	685	85,8	4441	176	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	26,0	1347	52,0	2691	60	

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.
- Les 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 : Des 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.

(¹) 1 % = 51 790 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,8	100,0
Programmes généralistes		
EUROPE 1	13,4	10,6
FRANCE INTER	14,0	12,0
RMC INFO	2,2	1,3
RTL	13,5	11,3
Programmes musicaux		
CHERIE FM	5,5	3,8
EUROPE 2	5,0	2,8
FUN RADIO	4,5	2,3
MFM	2,4	2,2
NOSTALGIE	6,1	4,1
NRJ	7,4	3,5
RFM	4,9	3,4
RIRE ET CHANSONS	4,7	2,0
RTL2	4,4	2,4
SKYROCK	9,0	4,8
Programmes thématiques		
BFM	2,2	0,9
FRANCE CULTURE	2,1	1,3
FRANCE INFO	16,9	5,9
FRANCE MUSIQUES	2,1	1,4
RADIO CLASSIQUE	3,6	2,5
Programmes locaux		
ADO FM	5,7	3,2
OUI FM	2,8	1,8
RADIO FG	2,2	1,3
RFI	2,2	1,2
VOLTAGE	3,1	1,4

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- **2 975 interviews** réalisées auprès d'individus âgés de **13 ans et plus** sur Paris et la Petite Couronne, 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 **51 790** = 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.

⁽¹⁾ 1 % = 51 790 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,8	100,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	38,2	28,9
L.A.P. IDF	11,9	8,0
GROUPE NRJ	20,5	13,4
IP RADIO	23,7	18,3
IP RADIO IDF	9,0	4,8
LES PARISIENNES	10,9	6,2
LES FRANCILIENNES	16,0	10,3
LES MEGA PARISIENNES	16,5	10,9
LES MEGA FRANCILIENNES	21,1	15,1
LES INDEPENDANTS	18,4	12,1

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, TSE, 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.

(¹) 1 % = 51 790 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-DECEMBRE 2002	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	85,8	100,0
Agrégats par format		
PROGRAMMES GENERALISTES	36,4	35,2
dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	25,5	23,1
PROGRAMMES MUSICAUX	39,5	31,3
PROGRAMMES THEMATIQUES	23,3	12,0
PROGRAMMES LOCAUX	26,8	17,5
RADIO FRANCE	31,9	22,4
Agrégats par statut		
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	33,2	23,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	72,2	72,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,9	1,2

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.