



mediametrie

Levallois, le 13 mai 2008

COMMUNIQUE DE PRESSE

PANEL RADIO ILE DE FRANCE 2007/2008
SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007
JANVIER-FEVRIER 2008

Source : Médiamétrie - Panel Radio Ile de France 2007/2008 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- Principaux résultats _____ pp.2 à 4
- Méthodologie du Panel Radio Ile de France et définition des indicateurs _____ p. 4
- Calendrier du Panel Radio Ile de France et événements sur les périodes _____ p. 5

FINALITE DU PANEL RADIO ILE DE FRANCE

Afin de mesurer le nombre de personnes à l'écoute de la radio ainsi que la fréquence d'écoute sur une période longue, Médiamétrie a recueilli l'audience des mêmes individus (panélistes) durant 23 jours. Deux panels ont été interrogés : du 29 septembre au 21 octobre 2007 et du 19 janvier au 10 février 2008.

L'objectif du Panel Radio est de mieux comprendre les comportements des auditeurs sur une période longue (duplications entre stations, transferts d'une station à l'autre, renouvellement et fidélité de l'auditoire...) et d'alimenter les modèles de média-planning.

L'étude par panel est **complémentaire** de l'enquête 126 000 Radio Ile de France. Cette étude, avec un renouvellement quotidien des individus interrogés, permet de mesurer les **niveaux** d'audience des stations en moyenne quotidienne, ainsi que les profils de leurs auditeurs.

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs à l'enquête et atteignant au moins 5 % de couverture maximale sur la période des 21 jours.

Pour toute information :

Laure OSMANIAN MOLINERO -Tél: 01 47 58 97 55 -Fax: 01 47 58 09 26 -E-mail : losmanian@mediametrie.fr
 Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

PRINCIPAUX RESULTATS DE LA RADIO (5h-24h)

1 % = 95 150 personnes âgées de 13 ans et plus

		Couverture maximale (%)			Nombre moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours Lundi-Dimanche
		Semaine moyenne		3 semaines	
		5 jours Lundi-Vendredi	7 jours Lundi-Dimanche	21 jours Lundi-Dimanche	
RADIO EN GENERAL		89,3	91,7	94,5	15,8
Programmes généralistes	Total	46,5	49,4	58,5	11,9
<i>dont</i>					
EUROPE 1		17,2	18,2	23,8	9,7
FRANCE BLEU		2,7	3,3	6,9	3,0
FRANCE INTER		14,4	15,7	21,6	9,1
RMC		9,4	10,8	15,5	6,5
RTL		20,2	21,9	28,0	9,8
Programmes musicaux	Total	55,1	60,5	73,4	9,3
<i>dont</i>					
CHERIE FM		11,3	13,0	20,0	4,9
FUN RADIO		8,7	10,2	17,9	3,9
LE MOUV'		2,6	3,0	5,4	3,6
MFM		7,7	8,9	14,7	4,7
NOSTALGIE		13,8	16,0	24,3	5,2
NRJ		13,6	15,7	23,9	5,2
RFM		11,3	13,1	21,5	5,0
RIRE ET CHANSONS		7,9	9,6	15,3	4,0
RTL2		9,3	10,9	17,7	4,9
SKYROCK		12,4	13,7	19,8	6,2
VIRGIN RADIO *		7,3	8,6	15,2	3,4
Programmes thématiques	Total	26,5	29,2	38,2	8,9
<i>dont</i>					
FRANCE CULTURE		3,8	5,0	8,6	4,0
FRANCE INFO		16,9	18,6	25,9	7,9
FRANCE MUSIQUE		4,5	5,4	10,3	3,1
RADIO CLASSIQUE		7,2	8,3	12,1	6,6
Programmes locaux	Total	34,7	39,5	50,9	7,9
<i>dont</i>					
ADO FM		6,0	6,6	10,8	4,5
CHANTE FRANCE		4,2	4,9	8,1	4,0
FIP		4,5	5,4	8,4	5,2
OUI FM		4,6	5,3	8,4	5,3
RADIO FG		4,8	5,6	8,8	5,0
RADIO LATINA		4,1	4,9	7,7	5,0
RADIO NOVA		2,9	3,3	5,4	5,1
TSF JAZZ		3,7	4,3	6,0	5,9
VOLTAGE		6,3	7,2	10,7	5,4

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC, RTL, SUD RADIO.

Les programmes musicaux : CHERIE FM, FUN RADIO, LE MOUV', MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK, VIRGIN RADIO.

Les programmes thématiques : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUE, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

Les programmes locaux : FIP et les radios locales non affiliées à un réseau national.

PRINCIPAUX RESULTATS DES COUPLAGES PUBLICITAIRES (5h-24h)

1 % = 95 150 personnes âgées de 13 ans et plus

	Couverture maximale (%)			Nombre moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours Lundi-Dimanche
	Semaine moyenne		3 semaines	
	5 jours Lundi-Vendredi	7 jours Lundi-Dimanche	21 jours Lundi-Dimanche	
RADIO EN GENERAL	89,3	91,7	94,5	15,8
GRUPE NRJ	33,9	38,7	50,9	7,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	37,0	41,8	54,5	7,4
IMPACT +	29,8	34,2	46,9	6,6
IP RADIO IDF	33,4	37,0	49,7	8,1
FIRST ILE DE FRANCE	16,5	19,2	30,6	4,9
LAGARDERE PUBLICITE	48,9	53,4	66,4	9,3
L.A.P. IDF	20,0	23,1	36,1	5,3
LES INDEPENDANTS	26,6	30,0	39,8	7,4
PUISSANCE CAPITALE	14,0	15,7	22,1	6,3
TOUT PARIS	30,8	34,8	48,9	6,4
LES PARISIENNES	16,5	19,0	26,2	6,3
PUBAUDIO IDF	13,0	14,7	21,9	5,7
SKYREGIE IDF	15,9	17,7	25,6	5,9

COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

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

NRJ Global Massive Impact = Chérie FM, MFM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

Impact + = Chérie FM, MFM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio IDF = Fun Radio, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

First Ile de France = Fun Radio, RTL2

Lagardère Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, Les Indépendants, RFM, Virgin Radio

L.A.P. IDF = OUI FM, RFM, Virgin Radio

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Voltage

Tout Paris = LAP IDF, Puissance Capitale

Les Parisiennes = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz

Pubaudio IDF = Ado FM, Radio Latina, Voltage

Skyrégie IDF = Chante France, Skyrock

Les Indépendants = 111 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal Sambre Avesnois (59), 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, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations ex-Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jordanne FM, Kiss FM, La Radio Plus (ex Thollon), Là La Radio, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur ex-Cannes Radio, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Intensité (28), Radio Jérico, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine ex-Radio Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio TFM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, Radio Vitamine, Radiocéan, RCA-Radio Côte d'Amour, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendance Ouest (50) ex-Radio Manche, Top Music, Totem, TSF Jazz ex-TSF, TSF Côte d'Azur (06), Variation ex-Tregor FM, VFM ex-Vire FM, Vibration, Voltage, Zi One.

PRINCIPAUX RESULTATS DES AGREGATS PAR STATUT (5h-24h)

1 % = 95 150 personnes âgées de 13 ans et plus

	Couverture maximale (%)			Nombre moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours Lundi-Dimanche
	Semaine moyenne		3 semaines	
	5 jours Lundi-Vendredi	7 jours Lundi-Dimanche	21 jours Lundi-Dimanche	
RADIO EN GENERAL	89,3	91,7	94,5	15,8
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽¹⁾	33,8	36,4	45,9	10,3
dont : RADIO FRANCE ⁽²⁾	33,0	35,6	45,1	10,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽³⁾	81,3	84,8	90,3	14,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁴⁾	2,9	3,4	5,2	5,5

⁽¹⁾ **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et Radio France Internationale.

⁽²⁾ **Radio France** : FIP, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouv', France Vivace, Elisa.

⁽³⁾ **Les radios privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

⁽⁴⁾ **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

METHODOLOGIE DU PANEL RADIO ILE DE FRANCE

- Médiamétrie a recruté par téléphone, sur deux périodes, 2 946 individus représentatifs, géographiquement et socio-démographiquement, de la population âgée de **13 ans et plus**, résidant en Ile de France. Le premier échantillon a été recruté mi-septembre 2007, le second fin décembre 2007 - début janvier 2008. Il a été demandé à chaque panéliste recruté de noter son écoute pendant **23 jours consécutifs, en leur laissant le choix du mode de remplissage : papier ou web.**
- Médiamétrie a envoyé à chaque panéliste quatre **carnets d'écoute semaine personnels** comportant, pour les 23 jours de panélisation, ainsi que pour la période d'initiation, 2 feuilles d'écoute quotidiennes (papier ou web).
- Chaque feuille d'écoute présentait en ligne les horaires quart d'heure par quart d'heure et en colonne les noms des réseaux ou stations nationaux, et certains programmes locaux.
- Une colonne plus large permettait au panéliste d'inscrire les stations écoutées ne figurant pas dans la liste des stations imprimées. Quatre autres colonnes leur permettaient de préciser par quart d'heure la localisation de leur écoute (domicile, voiture, lieu de travail, ailleurs).
- Un panéliste est considéré comme **constant** s'il a transmis **l'intégralité des informations** sur son écoute de la radio sur les **23 jours de panélisation active**. Seuls les panélistes constants sont pris en compte dans les résultats. Les résultats présentés reposent sur une base de **1 947 panélistes constants** (dont 140 exclusifs du mobile, et 331 panélistes « online »), soit **66,1%** des individus recrutés au global.

DEFINITION DES INDICATEURS UTILISES

LA COUVERTURE MAXIMALE SUR UNE SEMAINE MOYENNE correspond à la proportion d'individus âgés de 13 ans et plus ayant écouté au moins une fois la radio ou la station étudiée sur une semaine moyenne de Panel, soit une semaine de 5 jours en L-V, soit une semaine de 7 jours en L-D. Il s'agit d'une moyenne arithmétique des couvertures maximales des première, deuxième et troisième semaines, quelle que soit la durée de cette écoute.

LA COUVERTURE MAXIMALE SUR TROIS SEMAINES (21 jours) correspond à la proportion d'individus âgés de 13 ans et plus ayant écouté au moins une fois la radio ou la station étudiée au cours des trois semaines.

LE NOMBRE MOYEN DE JOURS D'ECOUTE PAR AUDITEUR correspond au nombre moyen de jours où un auditeur du média ou du support étudié a eu au moins un contact dans la journée avec le média ou ce support, quelle que soit la durée de ce contact.

CALENDRIER DU PANEL RADIO ILE DE FRANCE

1^{er} ECHANTILLON

Du samedi 29 Septembre au dimanche 21 Octobre 2007 : **948 panélistes constants**

Septembre							Octobre																				
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Période Probatoire							Période Active																				
23 jours : 1er Week-End + 3 semaines en Lundi-Dimanche																											
21 jours : 3 semaines en Lundi-Dimanche																											

2^{eme} ECHANTILLON

Du samedi 19 Janvier au dimanche 10 Février 2008 : **999 panélistes constants**

Janvier										Février																	
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Période Probatoire										Période Active																	
23 jours : 1er Week-End + 3 semaines en Lundi-Dimanche																											
21 jours : 3 semaines en Lundi-Dimanche																											

Période complète : 1 947 panélistes constants

EVENEMENTS SUR LES PERIODES SEPTEMBRE-OCTOBRE 2007 JANVIER-FEVRIER 2008

Sur les périodes d'enquête, septembre-octobre 2007 et janvier-février 2008, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Du 7 septembre au 20 octobre 2007**, la France organise la Coupe du Monde de Rugby. L'équipe de France perd en demi-finale contre l'Angleterre et finit quatrième de la compétition.
- **Le 3 octobre**, délit d'initiés sur l'action EADS.
- **Le 15 octobre**, libération de Bertrand Cantat. Panne de l'émetteur de la Tour Eiffel entre 18h06 et 18h30.
- **Le 18 octobre**, grèves contre la réforme des régimes spéciaux : SNCF, RATP. Annonce du divorce entre Cécilia et Nicolas Sarkozy.
- **Le 24 janvier**, la Société Générale est victime d'une fraude de 5 milliards d'euros
- **Le 29 janvier**, plusieurs membres de l'association l'Arche de Zoé sont condamnés à huit ans de prison par la justice tchadienne
- **Le 2 février**, mariage de Nicolas Sarkozy et Carla Bruni

A l'international :

- **Le 18 octobre**, double attentat au Pakistan, au moins 100 morts et 400 blessés.