



mediametrie

Le 25 novembre 2002

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE ILE DE FRANCE RESULTATS INTERMEDIAIRES SEPTEMBRE - OCTOBRE 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.

Ce communiqué présente des résultats d'audience « intermédiaires » des stations de radio en Ile de France, publiés à mi-parcours de la **période de référence septembre-décembre 2002**.

- 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 composition des agrégats de la radio par format et par statut _____ p. 5

Pour toute information : Florence ALBOUY - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26

E-mail : albouy@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).

L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO EN ILE DE FRANCE

LUNDI-VENDREDI

5 h - 24 heures

7 h - 9 heures

| SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002 | | | | |
|---------------------------------|--------------|-------------------------|--------------|------------|
| AM⁽¹⁾ | AM | AC⁽¹⁾ | AC | DEA |
| % | 000 | % | 000 | mn |
| 13,6 | 1 243 | 88,3 | 8 042 | 176 |
| 26,6 | 2 424 | 53,8 | 4 899 | 59 |

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE D'UNE TRANCHE HORAIRE :

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).

(1) 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus.

EVENEMENTS SUR LA PERIODE

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

- Le 5 septembre : En Afghanistan, une voiture piégée à Kaboul fait une trentaine de morts et des dizaines de blessés.
- Du 6 au 9 septembre : Grève des pilotes d'Air France.
- 9 et 10 septembre : De violentes intempéries dans le Gard, l'Hérault et le Vaucluse causent au moins 27 morts et 12 disparus, ainsi que 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.

L'AUDIENCE DES STATIONS 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 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

| | SEPTEMBRE-OCTOBRE 2002 | |
|--------------------------------|---------------------------|--------------|
| | AC ⁽¹⁾ | PDA |
| RADIO EN GENERAL | 88,3 | 100,0 |
| Programmes généralistes | | |
| EUROPE 1 | 12,4 | 10,0 |
| FRANCE INTER | 12,1 | 10,4 |
| RMC INFO | 2,1 | 1,3 |
| RTL | 15,6 | 13,2 |
| Programmes musicaux | | |
| CHERIE FM | 6,9 | 3,8 |
| EUROPE 2 | 5,2 | 3,4 |
| FUN RADIO | 5,2 | 2,6 |
| MFM | 2,2 | 2,3 |
| NOSTALGIE | 6,9 | 4,5 |
| NRJ | 9,7 | 5,4 |
| RFM | 5,4 | 3,0 |
| RIRE ET CHANSONS | 5,3 | 2,2 |
| RTL 2 | 5,5 | 3,2 |
| SKYROCK | 10,7 | 5,2 |
| Programmes thématiques | | |
| FRANCE INFO | 14,8 | 5,3 |
| FRANCE MUSIQUES | 2,0 | 1,1 |
| RADIO CLASSIQUE | 2,7 | 1,6 |
| Programmes locaux | | |
| ADO FM | 5,7 | 2,9 |
| OUI FM | 3,2 | 1,8 |
| VOLTAGE | 3,6 | 1,4 |

CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- La période d'enquête de référence est la période septembre-décembre 2002. Il s'agit de résultats intermédiaires à mi-parcours de la période septembre-décembre 2002.
- **2 792 interviews** réalisées auprès d'individus **âgés de 13 ans et plus** en Ile de France, entre **le 2 septembre et le 3 novembre 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.

⁽¹⁾ 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

| | SEPTEMBRE-OCTOBRE 2002 | |
|-------------------------------------|---------------------------|--------------|
| | AC ⁽¹⁾ | PDA |
| RADIO EN GENERAL | 88,3 | 100,0 |
| LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE avec BFM | 39,5 | 28,3 |
| LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE sans BFM | 38,7 | 27,8 |
| L.A.P. IDF | 12,9 | 8,2 |
| GROUPE NRJ | 24,8 | 15,9 |
| IP RADIO | 27,1 | 21,4 |
| IP RADIO IDF | 10,8 | 5,9 |
| LES PARISIENNES | 11,3 | 5,7 |
| LES FRANCILIENNES | 15,9 | 9,9 |
| LES MEGA PARISIENNES | 18,3 | 10,9 |
| LES MEGA FRANCILIENNES | 22,6 | 15,1 |
| LES INDEPENDANTS | 18,3 | 10,6 |

COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Depuis septembre-octobre 2002, les résultats intègrent les supports suivants :

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

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

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** = 85 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, 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 Jérico, 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, 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 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

| | SEPTEMBRE-OCTOBRE 2002 | |
|--------------------------------------|---------------------------|--------------|
| | AC ⁽¹⁾ | PDA |
| RADIO EN GENERAL | 88,3 | 100,0 |
| Agrégats par format | | |
| PROGRAMMES GENERALISTES | 36,3 | 35,6 |
| dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES | 26,4 | 24,5 |
| PROGRAMMES MUSICAUX | 45,4 | 35,5 |
| PROGRAMMES THEMATIQUES | 19,9 | 9,3 |
| PROGRAMMES LOCAUX | 26,9 | 16,1 |
| RADIO FRANCE | 29,0 | 19,7 |
| Agrégats par statut | | |
| RADIOS DU SERVICE PUBLIC | 30,1 | 20,7 |
| RADIOS PRIVEES COMMERCIALES | 75,3 | 75,6 |
| 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-octobre 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.