

**Médiamétrie 126 000
Janvier – Mars 2008
Premiers Résultats**

A E G I S M E D I A E X P E R T

126 000 radio Janvier – Mars 2008

Les Grands indicateurs

82.7% d'Audience Cumulée soit
42.51 millions d'auditeurs en moyenne par
jour de semaine.

- 1.4 pt vs ND07

- 1.3 pt vs JM07

3 heures de **Durée d'Ecoute**
moyenne par auditeur.

+ 2 mn vs ND07

+ 3 mn vs JM07

13.1% d'audience instantanée soit
6.7 millions d'auditeurs en moyenne à
l'écoute du média à chaque quart d'heure.

= vs ND07

+ 0.1 pt vs JM07

Méthodologie

- Les données de l'étude ont été recueillies auprès d'une population âgée de 13 ans et + résidant en France, pendant une période de 12 semaines allant **du 31 décembre 2007 au 30 mars 2008**.

Pendant cette période, **32 986 individus** ont été interrogés.

En JM08, **la population des 13 ans et plus représente 51 404 000 personnes**, soit 259 000 de plus qu'en 2007.

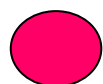
- **Les Jours de Moindre Activité** : Les audiences Lundi-Vendredi sont désormais celles des jours sur lesquels le taux d'actifs effectivement au travail est supérieur à 55%.

Les Jours de Moindre Activité étant soustraits des audiences semaines, les comparaisons d'audience avec les précédents sondages se feront également sur cette base. A noter : **Sur la vague Janvier-Mars 2008, il y a eu 5 JMA, vs 7 en ND07 et 3 en JM07**

A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

Principaux enseignements du sondage



Malgré un taux d'actifs au travail plus faible que lors des derniers sondages, et un contexte d'actualité politique moins fort que l'an passé, **l'audience instantanée de la Radio est stable par rapport aux derniers sondages (+ 0.7% vs JM07). Le redressement de la durée d'écoute à 3 heures quotidiennes compense ainsi la baisse de l'Audience Cumulée.**



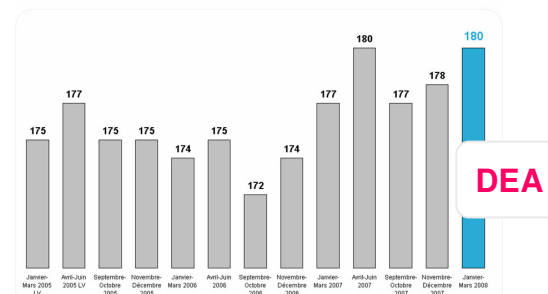
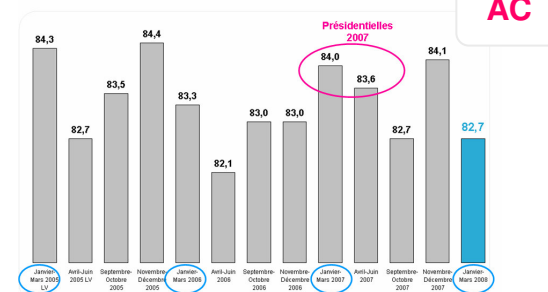
Baisse des tranches info : - 3.0% en audience instantanée entre 6h et 9h par rapport au dernier sondage (- 0.3% sur un an) et - 3.7% entre 18h et 20h (- 4.1% sur un an)



Durées d'écoute en hausse pour les généralistes privées : RTL gagne 4 mn sur une vague et 12 mn sur un an. Ceci compense le retrait en Audience Cumulée (- 0.3 pt vs ND07 mais + 0.1 vs JM07) et permet à la station de gagner 0.1 pt de PDA sur une vague et 1.1 pt sur un an. Idem pour RMC qui baisse en Audience Cumulée sur une vague (5.7% vs 6.1% en ND07 et 5.5% en JM07), mais se maintient en PDA avec une DEA en hausse de 9 mn vs ND07. Redressement du côté d'Europe 1 par rapport au dernier sondage (+ 0.1 pt en AC et + 0.5 pt de PDA), en deçà toutefois des performances de l'an passé (- 0.3 pt en AC et - 0.1 pt de PDA).

Nouvelle déception pour NRJ Global qui perd 1 pt de PDA vs ND07 et 1.4 pt vs JM07, avec notamment la station NRJ qui perd 457 000 auditeurs quotidiens sur un an.

Les 111 stations du GIE des Indépendants conservent leur leadership commercial en Audience Cumulée (14.7%). Déception pour Radio France : - 0.9 pt de PDA vs ND07.



RTL

RMC
INFO TALK SPORT

Europe 1

NRJ

i

radio france

AC

DEA

A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

Performances par tranches horaires et par cibles

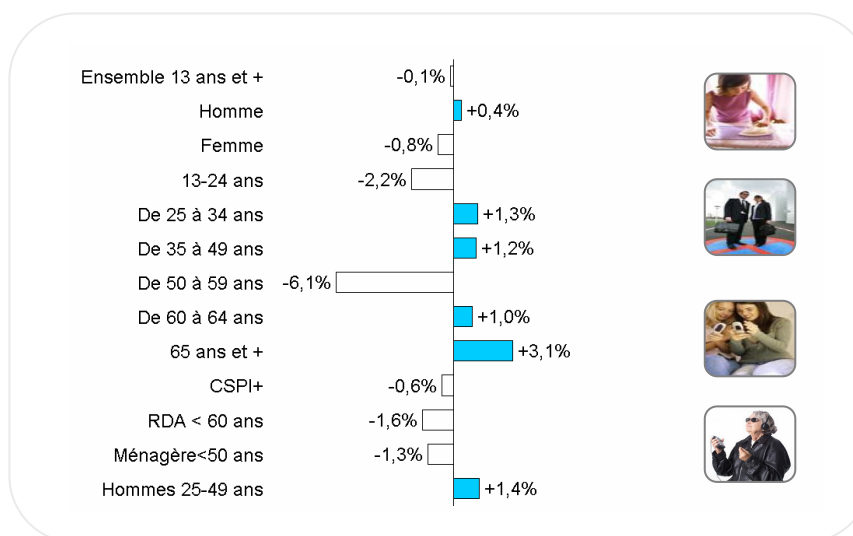
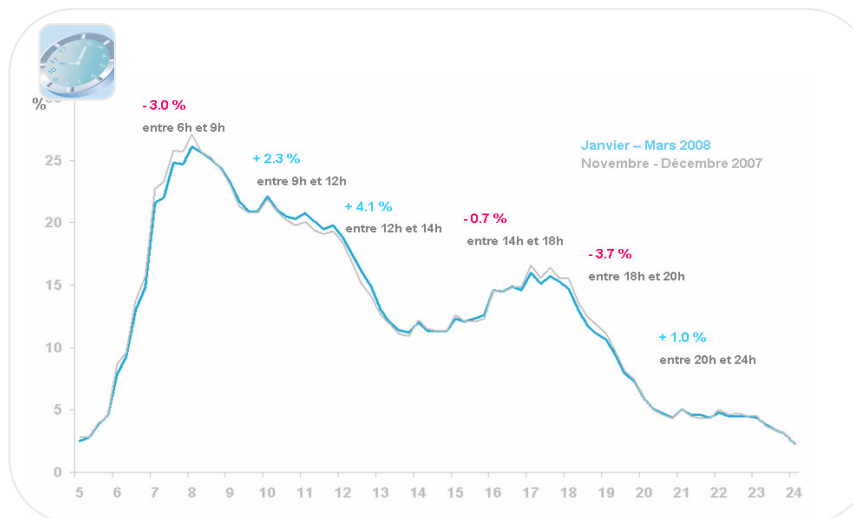
Day part : Audiences en baisse pour le media sur les tranches info, avec notamment - 3.0% sur le Prime (6h-9h) et - 3.7% entre 18h et 20h par rapport au dernier sondage

Audiences en hausse sur les tranches de divertissement des généralistes, et de flux des stations musicales

Cibles : Bonnes performances du media sur les hommes 25-49 (+ 1.4% vs ND07) et les seniors 60+ (+ 2.4% vs ND07) par rapport aux derniers sondages



Audiences en baisse sur les ménagères < 50 ans (- 1.3%vs ND07) et les 50-59 ans (- 6.1% vs ND07). L'audience Jeune est en baisse sur une vague (- 2.2% vs ND07 sur les 13-24 ans), mais reste supérieure à celle de l'an passé (+ 0.7% vs JM07)



A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

Baisses du nombre d'auditeurs et hausses des durées d'écoute pour les Généralistes privées par rapport au dernier sondage. Part d'audience en hausse pour l'agrégat (à 26.8%) vs ND07 et JM07.



Très forte progression en part d'audience sur un an pour RTL : La grille mise en place à la rentrée 2007 a durablement séduit les auditeurs et permis à la station de confirmer son **leadership** : RTL gagne 0.1 point d'Audience Cumulée sur un an à 12.6% (-0.3 pt vs ND 07) et **+1.1 point de Part d'Audience** (+0.1 pt vs ND07) . Le Prime de C. Hondelatte perd 4% d'audience instantanée par rapport au dernier sondage, mais progresse de 3% sur un an.



RMC baisse cette fois en Audience Cumulée par rapport à la vague record de Novembre-Décembre (6.1%). La station progresse toutefois sur un an (5.7% vs 5.5% en JM07), et accroît sa durée d'écoute de 9 mn vs ND07 et de 4 mn vs JM07. La station se maintient en part d'audience à 4.9% (+0.3 pt sur un an)



Reprise pour Europe 1 qui gagne 0.1 pt d'Audience Cumulée vs ND07, + 7 mn de Durée d'Ecoute et 0.5 pt de PDA. Les résultats sont toutefois en retrait par rapport au sondage de Janvier-Mars 2007 : - 0.3 pt en AC et -0.1 pt de PDA. Par rapport au dernier sondage, la station progresse en audience instantanée sur les seniors (+ 13.3% sur 60+), mais baisse sur les 25-59 ans (- 4.1%) et les CSPI+ (- 11.5%).

Déception pour Radio France (- 0.9 pt de PDA vs ND07, - 0.5 pt vs JM07)



France Inter est plutôt stable par rapport aux derniers sondages : - 0.1 pt de PDA vs ND07 et JM07. La station perd 3% en QHM sur le Prime (6h-9h) et 10% entre 18h et 20h.



En revanche France Info est en baisse sur tous les indicateurs par rapport au dernier sondage (-0.4 pt en AC et en PDA). La station progresse toutefois en Audience Cumulée si l'on se réfère au sondage de Janvier-Mars 2008 : + 295 000 auditeurs quotidiens.



Déception pour France Bleu qui ne profite pas des Elections Municipales : La station perd 0.4 pt de PDA par rapport au dernier sondage à 5.1% (stable vs JM08)

A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h – QHM = Quart d'Heure Moyen (audience instantanée)

Encore une fois, le sondage n'est pas favorable aux musicales adultes

Les musicales adultes de groupe NRJ à la peine



Nostalgie perd 360 000 auditeurs sur une vague (418 000 sur un an) et passe derrière Skyrock sur cet indicateur. Avec une durée d'écoute également en baisse, sa PDA chute ainsi de 0.8 point à 4.8%.



Chérie FM, malgré un répit sur la dernière vague, est en chute libre. Elle enregistre la plus grosse perte d'auditeurs sur un an (-538 000), avec une audience cumulée à 4.5%. Le morning A. Debanne - V. Benaim ne décolle toujours pas (- 6% d'audience instantanée sur une vague, - 24% sur un an)



MFM réalisait une belle performance sur la vague précédente. Avec une durée d'écoute en baisse de 20 minutes, elle **ne confirme pas ces résultats**, mais progresse toutefois sur un an : + 15% d'audience instantanée, grâce au gain de 112 000 auditeurs.



Rire & Chansons est la seule station du groupe NRJ à sortir du lot avec + 27% (+ 25% sur un an) d'audience instantanée. Tous ses indicateurs au vert : audience cumulée à 3.4%, soit + 0.1 pt (+ 0.4 pt sur un an) et durée d'écoute en progression de 14 minutes.

RTL 2 stable, RFM en difficulté



RTL 2 est relativement stable sur une vague, à + 2% d'audience instantanée et en légère baisse sur un an, à - 6%. Bons résultats pour le morning A. Sublet -C. Nicolas (transfuge de Nostalgie) à + 6% (+ 12 % sur un an).



RFM maintient son audience instantanée sur une vague grâce à sa bonne durée d'écoute (1h44), mais perd une nouvelle fois des auditeurs : -0.2 pt d'audience cumulée sur cette vague. Sur un an, cette tendance (201 000 auditeurs perdus) impacte l'audience instantanée, à - 10% et la PDA, à - 0.4 pt de la station.
A noter toutefois, la progression de Reichman sur le 6h-9h : +7%.

A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

NRJ subit la concurrence de Skyrock et Virgin sur les 25-34 ans

Skyrock et Virgin ont le vent en poupe



Belle vague pour Skyrock, à + 10% d'audience instantanée. **Skyrock enregistre le plus gros gain d'auditeurs sur une vague (+ 509 000).**

A noter, la progression sur les 25-34 ans, à + 1.9 pt d'audience cumulée (soit 145 000 auditeurs 25-34 ans en plus) et + 1.7 pt de PDA, à 6.2% sur cette cible.

Le morning de Difool est à + 23% d'audience instantanée.



Bonne performance pour la fraîchement baptisée Virgin, qui, en plus de recruter de nouveaux auditeurs : + 53 000 sur une vague, + 314 000 sur un an, parvient à faire progresser sa durée d'écoute : + 7 minutes. Son audience instantanée progresse par conséquent de 12% sur une vague (+ 9% sur un an). De plus, succès pour le morning de Nagui à + 19% d'audience instantanée (+ 29% sur un an).

Bons résultats pour Fun et Les Indépendants



Sur une vague, **Fun est à + 9% d'audience instantanée**, grâce à une durée d'écoute en progression de 8 minutes, quand l'audience cumulée est en légère baisse de 0.2 pt.

Sur un an : 134 000 auditeurs et 6 minutes supplémentaires, soit une audience instantanée à + 13%. +3.5 pt de PDA sur les 13-19 ans en un an.



Après une vague ND07 moyenne, des **indicateurs au vert pour les Indépendants** : + 0.1 pt d'audience cumulée, + 3 minutes de durée d'écoute, soit une audience instantanée à + 4%.

NRJ rechute après l'embellie passagère de la précédente vague



NRJ s'était rassurée, elle inquiète à nouveau. Si sa durée d'écoute reste stable, son nombre d'auditeurs chute à nouveau : - 258 000 auditeurs sur une vague (- 457 000 sur un an), avec une audience cumulée à tout juste 11% (- 0.5 pt sur une vague, - 0.9 pt sur un an). Le 6-9 reste en difficultés, avec à lui seul 160 000 auditeurs perdus.

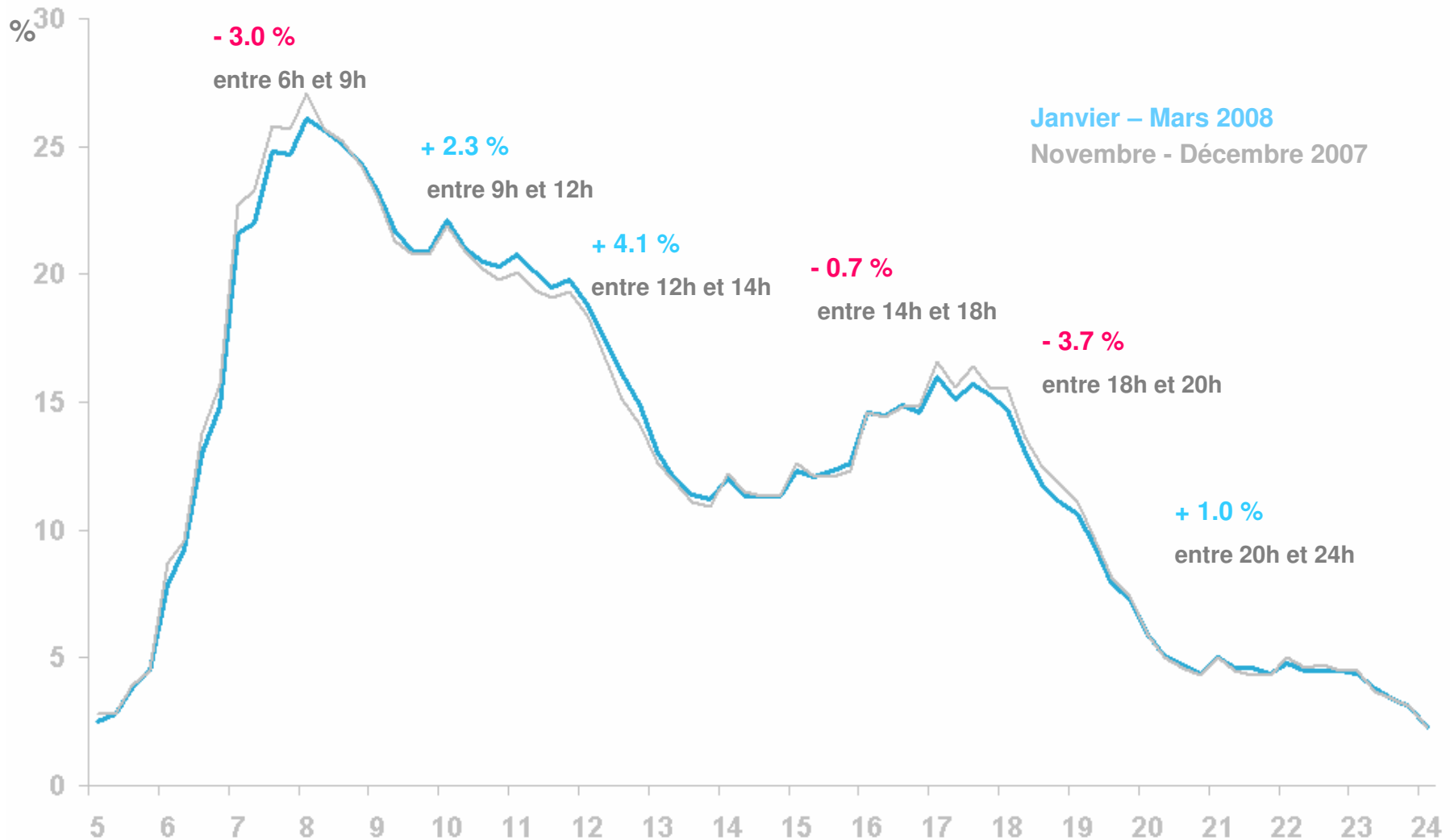
En revanche la station progresse de + 6% en QHM sur les moins de 25 ans.

A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h



Tranches horaires : Audiences en baisses pour le media sur les tranches info, et en hausse sur les tranches de flux musical ou de divertissement de la matinée.



A E G I S M E D I A E X P E R T

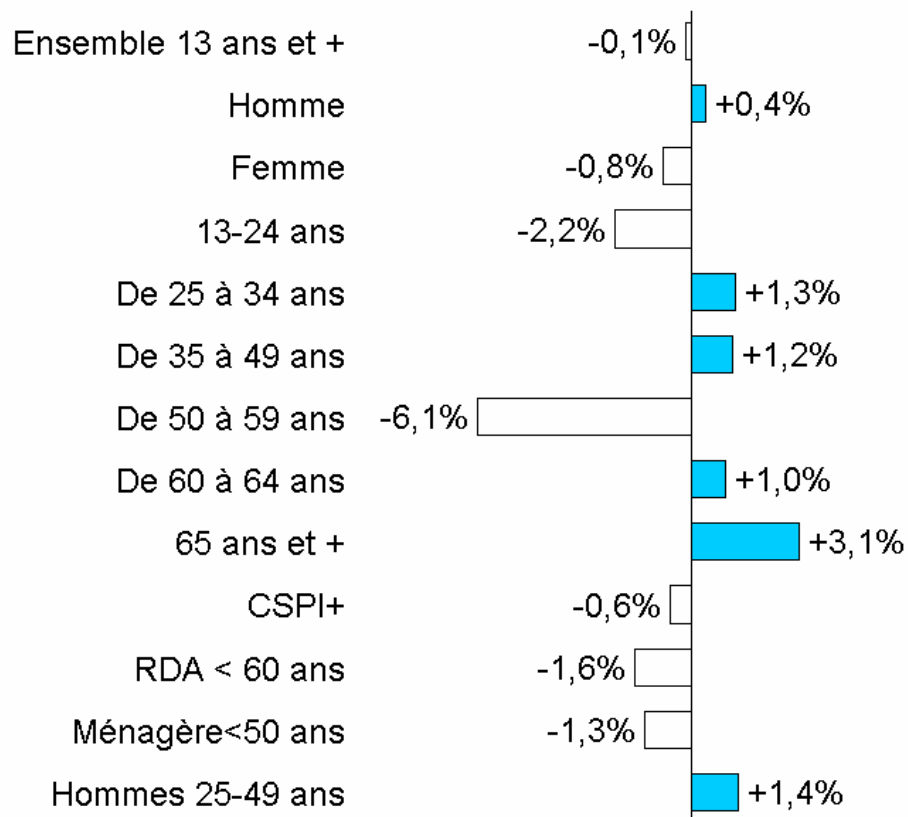
Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi – Audience Instantanée (QHM) Ensemble 13+

Bonnes performances du media sur les hommes 25-49 (+1.4% vs ND07) et les seniors 60+ (+2.4% vs ND07) par rapport aux derniers sondages



Audiences en baisse sur les ménagères < 50 ans (-1.3%vs ND07) et les 50-59 ans (-6.1% vs ND07).

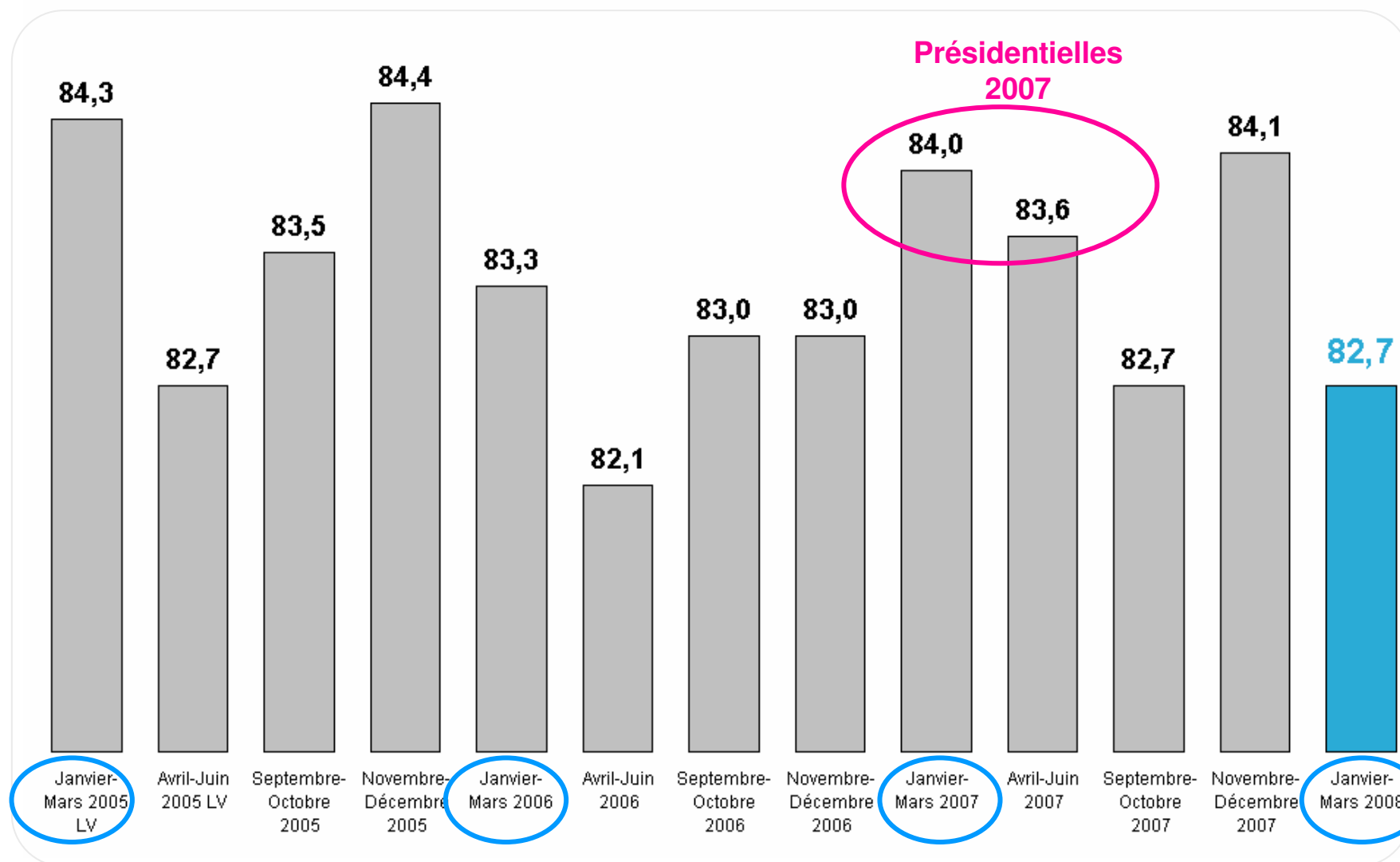
L'audience Jeune est en baisse sur une vague (-2.2% vs ND07 sur les 13-24 ans), mais reste supérieure à celle de l'an passé (+0.7% vs JM07)



A E G I S M E D I A E X P E R T

Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

Baisse de l'Audience Cumulée : 82.7% des français 13+ à l'écoute de la radio chaque jour de semaine



Sources : Médiamétrie 126000 Lundi-Vendredi 5h-24h

A E G I S M E D I A E X P E R T

La DEA est en hausse (+ 2 mn) et atteint **3 heures par jour**.
+ 3 minutes par rapport à l'an passé.

