



Médialocales - Septembre 2014 - Juin 2015

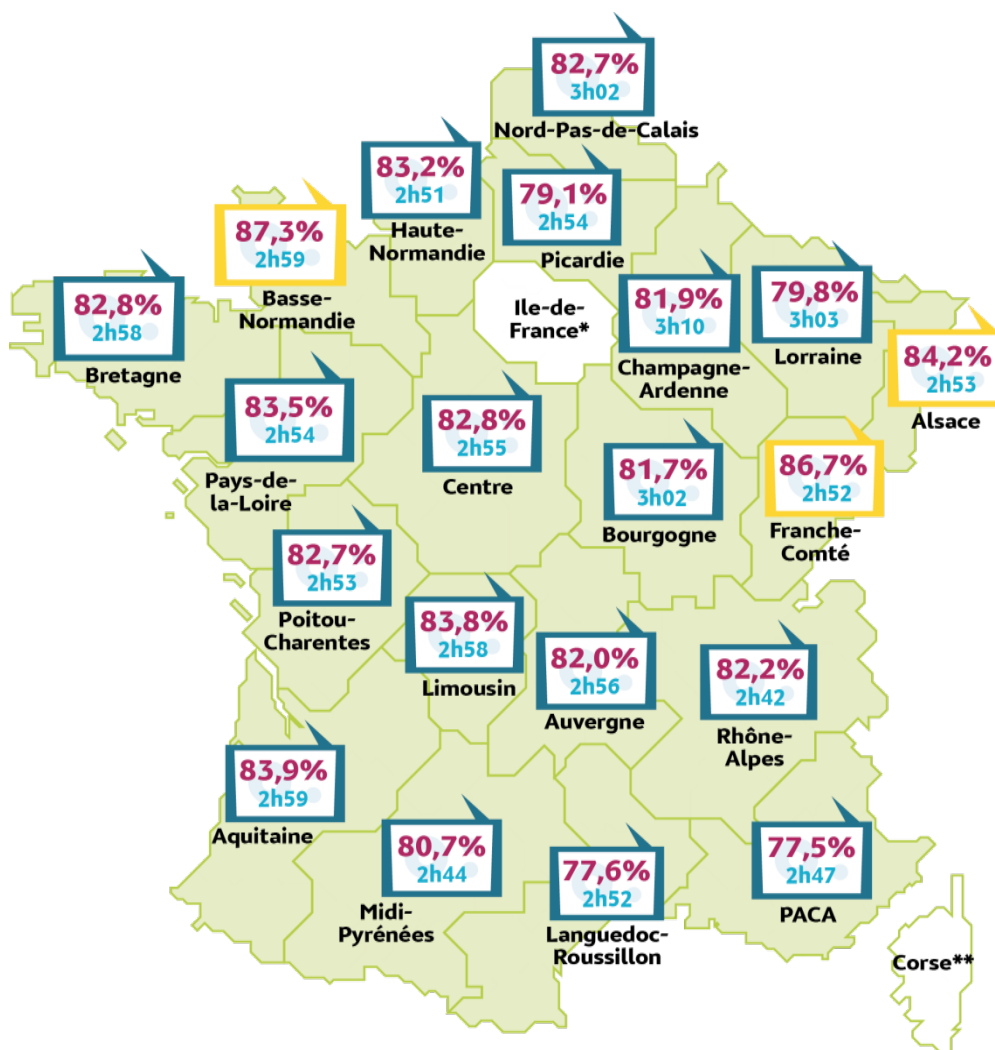
L'audience de la Radio dans les régions, les départements et les agglomérations de France

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio sur la période septembre 2014 – juin 2015 dans 20 régions, 69 départements et 97 agglomérations (univers standards). Le média Radio présente en effet des spécificités régionales et locales, tenant compte de l'historique des implantations, de la densité de l'offre et de la structure socio-démographique de la population. Parmi ces 20 régions, la Basse-Normandie arrive en tête avec 87,3% d'audience cumulée, suivie de la Franche-Comté (86,7%) et de l'Alsace (84,2%). Quatre régions passent le cap des 3h de durée d'écoute par auditeur. Il s'agit, par ordre décroissant de durée d'écoute, de Champagne Ardennes, de la Lorraine, du Nord Pas-de-Calais et de la Bourgogne.

AUDIENCE DE LA RADIO PAR REGION

13 ans et plus - Lundi / Vendredi - 05H / 24H

AUDIENCE CUMULEE (%) ET DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR



* Les résultats sur l'Ile de France font l'objet de l'étude 126 000 Radio Ile de France

** Les résultats sur la Corse font l'objet d'une étude spécifique

*** En jaune, les trois régions où l'audience cumulée est la plus forte



L'AUDIENCE DE LA RADIO SUR LES 10 PLUS GRANDES AGGLOMÉRATIONS

Total Radio - 13 ans et plus - Lundi / Vendredi - 05H / 24H

SEPTEMBRE 2014-JUIN 2015			
	AC en %	AC en effectif	DEA h/mn
BORDEAUX	83,5	615 000	2h47
GRENOBLE	82,0	344 300	2h45
LENS-DOUAI	76,0	317 600	3h07
LILLE	82,7	693 700	2h58
LYON	82,5	1 094 700	2h36
MARSEILLE	76,2	782 500	2h43
NANTES	82,3	417 300	2h41
NICE	73,1	343 600	2h55
TOULON	77,1	370 200	2h38
TOULOUSE	84,1	650 100	2h34

Caractéristiques de l'étude

- Les informations de l'étude, recueillies auprès de la population âgée de 13 ans et plus, portent sur une période de 41 semaines allant du lundi 1er septembre 2014 au samedi 13 juin 2015.
- Au total 186 univers sont étudiés dans le dispositif standard : 20 régions, 69 départements et 97 agglomérations (l'Île de France et la Corse ne font pas partie des univers standards Médialocales).
- Les interviews sont réalisées par téléphone (CATI) du lundi au samedi, de septembre à juin. Au total, environ 110 000 interviews sont réalisées sur l'ensemble de la période, dont 18 jours de moindre Activité (jours pour lesquels l'indice d'activité national est inférieur à 55%), avec un nombre minimal d'environ 500 interviews pour chaque univers.
- La population est interrogée sur téléphone fixe ou téléphone mobile afin d'optimiser la joignabilité par téléphone.
- L'audience est recueillie sur les dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même), au demi-quart d'heure près.

Définition des indicateurs d'audience

- **AC** : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois la radio dans la tranche horaire ou la journée, exprimé sous la forme de pourcentage de la population ou en effectif.
- **DEA** : Durée d'Ecoute par Auditeur (en heures / minutes).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médialocales - Septembre 2014 - Juin 2015



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr

Benoît David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr