

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 14 janvier 2015



Médiamétrie

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en France en Novembre - Décembre 2014

L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche	pp. 2-3
L'audience des couplages publicitaires, lundi-vendredi et samedi-dimanche	p. 4
L'audience des agrégats par statut, lundi-vendredi et samedi-dimanche, et la définition des agrégats par format	p. 5
La composition des couplages publicitaires et la définition des indicateurs d'audience	p. 6
Les caractéristiques de l'enquête et les événements sur la période	p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **3 novembre au 28 décembre 2014**, mesurée auprès de 28 505 personnes âgées de 13 ans et plus.

Les résultats d'audience portent sur la base temporelle « lundi-vendredi » construite en mettant à part les jours de Moindre Activité (JMA), jours pour lesquels le taux d'activité est inférieur à 55%. Sur la période Novembre-Décembre 2014, 7 JMA ont été relevés : les lundi 10 et mardi 11 novembre, ainsi que la semaine du 22 au 26 décembre 2014.

Les caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Novembre - Décembre 2014	Septembre - Octobre 2014	Novembre - Décembre 2013
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	45	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	7	0	6
Nombre de jours de vacances scolaires	5	11	5
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	78,1	74,8	77,2

⁽¹⁾ Taux d'activité : part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour-même de l'interview.

L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	Novembre - Décembre 2014					Septembre - Octobre 2014					Novembre - Décembre 2013				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi - Vendredi	12,7	6 719	82,3	43 693	2h55	12,1	6 403	80,4	42 690	2h51	12,8	6 741	82,5	43 622	2h56
Samedi - Dimanche	9,5	5 042	69,0	36 600	2h37	9,2	4 891	70,9	37 655	2h28	9,6	5 082	69,8	36 897	2h37

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs à l'enquête et atteignant 1% d'audience cumulée en lundi - vendredi (5h-24h)



L'AUDIENCE DE LA RADIO en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Novembre - Décembre 2014			Septembre - Octobre 2014			Novembre - Décembre 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		82,3	2h55	100,0	80,4	2h51	100,0	82,5	2h56	100,0
Programmes généralistes	Total	38,7	2h34	41,3	38,1	2h31	41,7	38,5	2h41	42,7
<i>dont</i>										
EUROPE 1		8,7	2h00	7,2	9,0	1h54	7,5	9,4	2h13	8,6
FRANCE BLEU		7,9	2h02	6,6	7,4	2h02	6,5	7,2	2h10	6,4
FRANCE INTER		10,5	2h10	9,5	10,0	2h07	9,2	10,3	2h15	9,5
RMC		7,9	1h55	6,3	7,8	2h02	6,9	8,2	2h03	6,9
RTL		12,2	2h19	11,7	11,5	2h19	11,6	11,2	2h27	11,3
Programmes musicaux	Total	41,7	1h52	32,2	39,8	1h47	30,9	41,5	1h51	31,7
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,3	1h39	2,9	3,7	1h28	2,4	4,2	1h34	2,7
FUN RADIO		6,7	1h19	3,6	6,5	1h15	3,6	7,2	1h14	3,7
MFM RADIO		1,0	1h17	0,5	1,0	1h42	0,8	1,0	1h30	0,6
NOSTALGIE		5,7	1h36	3,8	5,7	1h33	3,9	5,8	1h37	3,9
NRJ		12,5	1h19	6,9	11,5	1h20	6,7	12,8	1h23	7,4
RADIO NOVA		1,0	1h32	0,7	1,1	1h18	0,6	1,0	1h13	0,5
RFM		4,8	1h38	3,3	4,3	1h30	2,8	4,7	1h34	3,0
RIRE ET CHANSONS		3,1	1h01	1,3	3,0	1h00	1,3	3,2	1h06	1,5
RTL2		5,3	1h28	3,2	4,6	1h23	2,8	4,9	1h21	2,7
SKYROCK		7,5	1h11	3,7	6,9	1h16	3,8	6,9	1h14	3,5
VIRGIN RADIO		4,3	1h13	2,2	4,4	1h07	2,2	4,1	1h10	2,0
Programmes thématiques	Total	13,5	1h33	8,7	12,9	1h30	8,4	13,0	1h34	8,4
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		2,2	1h44	1,6	2,2	1h55	1,8	2,0	1h48	1,4
FRANCE INFO		8,1	1h01	3,4	7,8	1h01	3,4	8,0	1h02	3,4
FRANCE MUSIQUE		1,6	1h57	1,3	1,4	1h35	1,0	1,3	1h50	1,0
RADIO CLASSIQUE		2,2	2h03	1,9	2,0	1h54	1,7	2,2	2h04	1,9
Programmes locaux	Total	20,0	1h45	14,5	19,8	1h49	15,7	19,9	1h44	14,2
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,4	1h47	1,7	2,3	1h59	2,0	2,2	1h36	1,5
Composé de (nombre de stations)		(561 stations)			(561 stations)			(557 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		16,0	1h39	11,0	15,9	1h45	12,1	16,2	1h41	11,2
Composé de (nombre de stations)		(127 stations)			(127 stations)			(126 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		1,0	1h31	0,6	1,0	1h43	0,7	ND	ND	ND

ND = Non Disponible

L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)



⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des Indés Radios figure en page 6

		Novembre - Décembre 2014			Septembre - Octobre 2014			Novembre - Décembre 2013		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		69,0	2h37	100,0	70,9	2h28	100,0	69,8	2h37	100,0
Programmes généralistes	Total	30,6	2h26	41,2	30,6	2h17	39,9	32,0	2h25	42,3
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,2	1h54	6,5	6,9	1h58	7,7	7,4	2h00	8,1
FRANCE BLEU		5,7	2h13	7,1	5,7	1h54	6,2	6,8	2h13	8,2
FRANCE INTER		9,0	2h21	11,7	8,0	2h14	10,2	8,3	2h18	10,4
RMC		5,0	1h43	4,7	5,2	1h40	4,9	5,2	1h37	4,6
RTL		8,4	2h24	11,2	9,0	2h07	10,9	8,8	2h16	10,9
Programmes musicaux	Total	31,2	1h44	29,9	32,9	1h38	30,8	31,8	1h47	31,2
<i>dont</i>										
CHERIE FM		2,8	1h23	2,1	3,1	1h21	2,4	3,1	1h30	2,6
FUN RADIO		4,9	1h23	3,7	5,5	1h10	3,6	4,9	1h15	3,4
MFM RADIO		0,7	1h31	0,6	0,9	1h37	0,9	0,9	1h38	0,8
NOSTALGIE		4,8	1h31	4,0	4,7	1h26	3,8	4,9	1h34	4,2
NRJ		8,6	1h18	6,2	10,2	1h13	7,0	9,3	1h27	7,3
RADIO NOVA		0,8	1h21	0,6	0,8	1h43	0,8	0,8	1h20	0,6
RFM		3,6	1h24	2,8	3,9	1h24	3,2	3,4	1h44	3,2
RIRE ET CHANSONS		1,9	1h09	1,2	2,0	0h51	1,0	2,3	0h52	1,1
RTL2		3,7	1h23	2,8	3,5	1h13	2,4	3,8	1h18	2,7
SKYROCK		5,1	1h10	3,3	5,4	1h07	3,4	5,2	1h15	3,6
VIRGIN RADIO		3,2	1h13	2,2	3,1	1h13	2,1	2,9	1h00	1,6
Programmes thématiques	Total	11,1	1h33	9,5	11,5	1h32	10,1	10,4	1h39	9,4
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,8	1h45	1,7	1,6	1h49	1,7	1,9	2h00	2,1
FRANCE INFO		6,3	1h05	3,8	7,0	0h59	3,9	6,2	1h07	3,8
FRANCE MUSIQUE		1,5	1h47	1,5	1,4	1h47	1,4	1,1	1h35	1,0
RADIO CLASSIQUE		2,0	1h39	1,8	1,8	2h30	2,6	1,9	1h58	2,0
Programmes locaux	Total	17,2	1h39	15,7	16,5	1h39	15,5	15,2	1h39	13,6
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		1,8	1h49	1,8	1,9	1h38	1,8	2,0	1h39	1,8
Composé de (nombre de stations)		(561 stations)			(561 stations)			(557 stations)		
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		13,5	1h35	11,9	13,3	1h31	11,5	11,8	1h33	10,0
Composé de (nombre de stations)		(127 stations)			(127 stations)			(126 stations)		
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,8	1h19	0,6	0,7	1h00	0,4	ND	ND	ND

ND = Non Disponible



L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ (5h-24h)

⁽¹⁾ % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

⁽²⁾ % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Novembre - Décembre 2014			Septembre - Octobre 2014			Novembre - Décembre 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,3	2h55	100,0	80,4	2h51	100,0	82,5	2h56	100,0
NRJ GLOBAL	23,4	1h32	14,9	22,1	1h29	14,3	23,8	1h34	15,4
ADULTS ONLY	12,1	1h36	8,1	11,6	1h30	7,6	12,4	1h35	8,1
IP RADIO	23,0	1h57	18,6	21,6	1h54	17,9	22,4	1h55	17,7
FIRST MUSIC	11,6	1h25	6,9	10,8	1h21	6,3	11,8	1h19	6,4
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h20	0,7	1,2	1h06	0,6	1,4	1h12	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	17,0	1h48	12,8	17,0	1h42	12,6	17,5	1h54	13,7
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,9	1h32	1,2	1,5	1h08	0,7	1,8	1h17	1,0
LIP !	2,9	1h35	1,9	2,5	1h14	1,3	2,8	1h27	1,6
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,7	1h39	11,5	16,7	1h46	12,8	17,0	1h41	11,8
LES INDES RADIOS	16,0	1h39	11,0	15,9	1h45	12,1	16,2	1h41	11,2
LES INDES CAPITALE	4,3	1h21	2,4	4,4	1h33	3,0	4,5	1h33	2,9
NOVA AND FRIENDS	1,6	1h32	1,0	1,7	1h17	1,0	1,4	1h23	0,8
LES PARISIENNES	1,1	1h34	0,7	1,1	1h05	0,5	1,0	1h20	0,5
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,0	2h37	100,0	70,9	2h28	100,0	69,8	2h37	100,0
NRJ GLOBAL	17,1	1h26	13,6	18,4	1h21	14,2	17,9	1h33	15,1
ADULTS ONLY	8,9	1h30	7,4	9,0	1h24	7,2	9,5	1h30	7,8
IP RADIO	16,4	1h57	17,7	17,5	1h42	17,0	17,0	1h50	17,0
FIRST MUSIC	8,5	1h24	6,6	8,9	1h12	6,1	8,7	1h17	6,1
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h12	0,7	1,2	1h05	0,7	1,2	1h21	0,9
LAGARDERE PUBLICITE	12,8	1h39	11,7	13,5	1h43	13,2	13,4	1h48	13,1
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,2	1h10	0,8	1,5	1h04	0,9	1,3	1h08	0,8
LIP !	2,1	1h19	1,5	2,5	1h12	1,7	2,2	1h23	1,7
TF1 PUBLICITE RADIOS	14,1	1h36	12,5	14,0	1h33	12,4	12,5	1h34	10,8
LES INDES RADIOS	13,5	1h35	11,9	13,3	1h31	11,5	11,8	1h33	10,0
LES INDES CAPITALE	3,7	1h30	3,1	4,0	1h28	3,4	3,5	1h24	2,7
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h18	1,0	1,2	1h51	1,3	1,2	1h15	0,8
LES PARISIENNES	1,0	1h02	0,6	1,0	1h39	0,9	0,7	1h18	0,5

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2014 figure en page 6. Le nom et/ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible



L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT (5h-24h)

(1) % = 530 790 personnes âgées de 13 ans et plus

(2) % = 528 450 personnes âgées de 13 ans et plus

	Novembre - Décembre 2014			Septembre - Octobre 2014			Novembre - Décembre 2013		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,3	2h55	100,0	80,4	2h51	100,0	82,5	2h56	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,7	2h08	23,8	25,2	2h06	23,2	25,4	2h12	23,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	26,5	2h09	23,6	25,1	2h06	23,1	25,2	2h12	22,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	67,5	2h32	71,2	65,6	2h30	71,6	68,1	2h35	72,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h47	1,7	2,3	1h59	2,0	2,2	1h36	1,5
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	5,2	1h31	3,3	4,7	1h34	3,2	4,9	1h29	3,0
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,0	2h37	100,0	70,9	2h28	100,0	69,8	2h37	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,9	2h16	27,5	21,6	2h00	24,7	22,2	2h12	26,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,7	2h15	27,1	21,6	2h00	24,6	22,1	2h12	26,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	53,6	2h15	66,9	56,1	2h11	69,8	54,9	2h16	67,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,8	1h49	1,8	1,9	1h38	1,8	2,0	1h39	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,8	1h46	3,7	3,9	1h41	3,7	3,5	1h49	3,5

⁽³⁾ **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

⁽⁴⁾ **Radio France** : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouv'.

⁽⁵⁾ **Les radios privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

⁽⁶⁾ **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20% du chiffre d'affaires.

⁽⁷⁾ **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC, RTL.

Les programmes musicaux : Chérie FM, Fun Radio, Le Mouv', MFM Radio, Nostalgie, NRJ, Radio Nova, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio.

Les programmes thématiques : BFM Business, France Culture, France Info, France Musique, Radio Classique, RFI-Radio France Internationale.

Les programmes locaux : Fip, Les Indés Radios, autres radios locales non affiliées à un réseau national.



LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Novembre-Décembre 2014, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

Adults Only = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

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

Lagardère Métropoles IDF = OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF

LIP ! = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Publicité Radios = Les Indés Radios, MFM Radio

Les Indés Capitale = Ado, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, MFM Radio, Radio Orient, Rézo, Sud Radio, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Cap Sao, Radio Nova, Radio Trait d'Union, TSF JAZZ

Les Parisiennes = Chante France IDF, Radio Nova IDF, TSF JAZZ IDF

Les Indés Radios = 127 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio, Cerise FM, Champagne FM, Chante France, Collines La Radio, Contact FM, Décibel (Bretagne), Delta FM (59, 62), Direct FM, Echo FM, ECN, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM, Flor FM, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Générations, Gold FM, Grand Sud FM, Happy FM, Hit West, Horizon (62), Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Kit FM, La Radio Plus, Latina, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Métropolys, Mistral FM, Mixx Radio, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (14, 27, 76, 78), Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (30, 34), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérico (57), Radio Latitude, Radio Liberté, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Oxygène (49), Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), Rézo, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sud Radio, Sun 101.5, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic FM (71), Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Variation, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, en pourcentage de la population ou en Milliers (QHM).

AC : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire ou la journée (5h-24h), en pourcentage de la population ou en Milliers.

DEA : Durée d'Ecoute par Auditeur (en heures / minutes).

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.



LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre le 3 novembre et le 28 décembre 2014 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : 22 849 interviews pour la période lundi-vendredi, et 11 236 interviews pour la période samedi-dimanche.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et de la stratification géographique de l'échantillon avec équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.
- Interviews réalisées entre 17h30 et 21h30 sur téléphone fixe (y compris sur les numéros commençant par 09) et sur téléphone mobile afin d'optimiser la joignabilité de la population par téléphone.
- Recueil d'audience sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 530 790 = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête Novembre-Décembre 2014, allant du 3 novembre au 28 décembre 2014, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

NOVEMBRE

Le 4 novembre, ont lieu les élections de mi-mandat aux États-Unis, remportées par les Républicains.

Le 7 novembre, Nabilla Benattia est placée en garde à vue, soupçonnée d'avoir poignardé son compagnon.

Le 12 novembre, le robot Philae se pose avec succès sur la comète Tchourioumov-Guérassimenko.

Le 16 novembre, un Français apparaît à visage découvert dans une vidéo de décapitation de l'État islamique.

Le 24 novembre, aux États-Unis, un jury populaire décide de ne pas poursuivre le policier qui avait abattu en août un jeune Noir de 18 ans, ce qui déclenche de violentes émeutes dans la ville de Ferguson.

Le 29 novembre, Nicolas Sarkozy est élu Président de l'UMP avec 64,5% des voix des militants.

Le 9 décembre, libération du dernier otage Français dans le monde, Serge Lazarevic, détenu depuis trois ans par Aqmi.

Le 15 décembre, une prise d'otages à l'intérieur d'un café à Sydney fait 3 morts, dont l'assaillant.

Le 16 décembre, six combattants talibans attaquent une école militaire de Peshawar, au Pakistan, tuant 141 personnes, dont 132 enfants.

Le 17 décembre, après six mois de débat, l'Assemblée Nationale adopte définitivement la nouvelle carte de France composée de 13 régions.

Le 17 décembre, les États-Unis et Cuba rétablissent leurs relations diplomatiques après plus d'un demi-siècle d'embargo.

Le 17 décembre, Sony Pictures renonce à sortir son film mettant en scène l'assassinat du président nord-coréen, Kim Jong-un, après avoir été victime de piratage de son système informatique. **Le 19 décembre**, Washington accuse la Corée du Nord d'être responsable de l'attaque.

Le 20 décembre, à Joué-lès-Tours, un homme attaque trois policiers à l'arme blanche. **Le 21 décembre**, un automobiliste fauche des passants à Dijon et **le 22 décembre**, à Nantes, une voiture renverse onze personnes sur un marché de Noël.

Les 22 et 23 décembre, les médecins urgentistes, puis les médecins généralistes, rentrent en grève pour manifester contre le projet de loi de généralisation du tiers payant.

DÉCEMBRE



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 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie BOUROTTE

Tél : 01 47 58 97 55

nbourotte@mediametrie.fr

Adélie MENAGER

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr