



Paris, le 16.04.08

COMMUNIQUE DE PRESSE

Résultats Médiamétrie Janvier-Mars 2008

NRJ GROUP : plus de 12 millions d'auditeurs chaque jour⁽¹⁾

- **NRJ, deuxième radio de France avec 5.630.000⁽¹⁾ auditeurs chaque jour, renforce la fidélité de ses auditeurs avec une durée d'écoute quotidienne de 1h28.**

NRJ est la première radio de France sur les cibles qui comptent : les moins de 65 ans, les actifs, les internautes assidus⁽¹⁾

- **Avec plus de 3.5 millions d'auditeurs chaque jour⁽¹⁾, NOSTALGIE demeure la 2^{ème} radio musicale de France⁽²⁾ derrière NRJ ... Et même la première musicale des 35-59 ans⁽³⁾ !**

- **CHERIE FM rassemble plus de 2,3 millions d'auditeurs⁽¹⁾ chaque jour; ce sont les plus assidus de toutes les radios musicales, avec une durée d'écoute qui atteint 1 heure 46 minutes chaque jour. CHERIE FM demeure la plus féminine des radios⁽⁴⁾, toutes catégories confondues.**

- **Avec plus d'1.7 millions d'auditeurs quotidiens⁽¹⁾, RIRE & CHANSONS réalise la plus forte progression en durée d'écoute de toutes les radios : +14 minutes chaque jour⁽⁵⁾.**

Cette fidélité accrue impacte fortement son audience instantanée⁽²⁾, qui progresse de 27% en une vague !

Médiamétrie 126 000 radio Janvier-Mars 2008 – LàV - 5h/24h ; 13 ans et plus (sauf précision contraire)

(1) Audience cumulée

(2) Audience en 1/4h moyen

(3) Audience cumulée et 1/4h moyen sur cible 35-59 ans

(4) Structure de l'audience cumulée et du 1/4h moyen sur les femmes

(5) Progression en DEA vs Nov-Dec 07