

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2008

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Janvier-Mars 2008 - Copyright Médiamétrie-Tous droits réservés

- 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 _____ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et des agrégats par format _____ p. 6
- Les événements sur la période, les caractéristiques de l'enquête et la définition des indicateurs _____ p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **31 décembre 2007 au 30 mars 2008**, mesurée auprès de **32 986 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 Janvier-Mars 2008, **5 Jours de Moindre Activité ont été relevés : les lundi 31 décembre 2007, mardi 1^{er} janvier, mercredi 2 janvier, vendredi 4 janvier et lundi 24 mars 2008**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	JANVIER-MARS 2008	NOVEMBRE- DECEMBRE 2007	JANVIER-MARS 2007
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	45	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	5	7	3
Nombre de jours de vacances scolaires	15	13	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,7	76,3	76,6

⁽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)

	JANVIER-MARS 2008					NOVEMBRE-DECEMBRE 2007					JANVIER - MARS 2007				
	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	13,1	6 708	82,7	42 512	3h00	13,1	6 718	84,1	43 033	2h58	13,0	6 659	84,0	42 960	2h57
Samedi-Dimanche	9,8	5 047	72,0	37 011	2h35	10,1	5 141	73,3	37 501	2h36	9,8	4 993	73,1	37 398	2h32

Pour toute information: Laure OSMANIAN MOLINERO -Tél: 01 47 58 97 55 -Fax: 01 47 58 09 26 -E-mail : losmanian@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

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

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

		JANVIER-MARS 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007			JANVIER-MARS 2007		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		82,7	3h00	100,0	84,1	2h58	100,0	84,0	2h57	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		37,3	2h41	40,5	37,9	2h39	40,3	37,6	2h36	39,4
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,1	2h11	8,0	9,0	2h04	7,5	9,4	2h09	8,1
FRANCE BLEU		6,5	1h56	5,1	6,6	2h06	5,5	6,7	1h52	5,1
FRANCE INTER		9,8	2h11	8,6	9,9	2h11	8,7	9,9	2h11	8,7
RMC		5,7	2h07	4,9	6,1	1h58	4,9	5,5	2h03	4,6
RTL		12,6	2h36	13,2	12,9	2h32	13,1	12,5	2h24	12,1
SUD RADIO		1,0	1h47	0,7	1,0	1h35	0,6	1,0	2h01	0,8
<i>Programmes musicaux</i> Total		43,3	2h01	35,2	44,2	2h00	35,3	44,2	2h03	36,8
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,5	1h46	3,2	5,2	1h38	3,4	5,6	1h47	4,0
FUN RADIO		6,8	1h23	3,8	7,0	1h15	3,5	6,5	1h17	3,4
MFM		1,5	1h41	1,0	1,6	2h01	1,3	1,3	1h43	0,9
NOSTALGIE		7,0	1h41	4,8	7,7	1h49	5,6	7,8	1h39	5,2
NRJ		11,0	1h28	6,5	11,5	1h26	6,6	11,9	1h28	7,1
RFM		4,7	1h44	3,3	4,9	1h42	3,3	5,1	1h47	3,7
RIRE ET CHANSONS		3,4	1h11	1,6	3,3	0h57	1,3	3,0	1h04	1,3
RTL2		4,8	1h30	2,9	4,9	1h28	2,9	4,8	1h36	3,1
SKYROCK		8,2	1h21	4,5	7,3	1h23	4,1	7,9	1h23	4,4
VIRGIN RADIO*		6,4	1h16	3,3	6,3	1h09	2,9	5,8	1h17	3,0
<i>Programmes thématiques</i> Total		13,3	1h23	7,4	14,0	1h24	7,8	12,8	1h26	7,5
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,4	1h32	0,9	1,7	1h30	1,0	1,6	1h38	1,0
FRANCE INFO		9,2	0h59	3,6	9,6	1h01	4,0	8,7	1h04	3,7
FRANCE MUSIQUE		1,8	1h32	1,1	1,6	1h34	1,0	1,5	1h52	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,6	1h58	1,3	1,7	1h50	1,2	1,6	1h40	1,1
<i>Programmes locaux</i> Total		19,1	1h49	13,9	19,1	1h44	13,3	19,5	1h45	13,8
<i>dont</i>										
RADIO PRIVEES ASSOCIATIVES		2,6	1h41	1,8	2,7	1h27	1,6	3,0	1h48	2,2
Composé de (nombre de stations)			(545 stations)			(543 stations)			(541 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,7	1h44	10,3	14,6	1h41	9,8	15,3	1h40	10,2
Composé de (nombre de stations)			(111 stations)			(113 stations)			(113 stations)	

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

		JANVIER-MARS 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007			JANVIER-MARS 2007		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		72,0	2h35	100,0	73,3	2h36	100,0	73,1	2h32	100,0
<i>Programmes généralistes</i> <i>Total</i>		30,8	2h20	38,4	31,5	2h22	39,2	31,1	2h20	39,2
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		7,1	1h56	7,4	7,3	1h59	7,5	7,4	1h51	7,4
FRANCE BLEU		5,1	2h06	5,8	5,7	2h01	6,0	5,5	1h55	5,7
FRANCE INTER		7,4	2h13	8,7	7,9	2h08	8,9	8,4	1h56	8,7
RMC		4,5	1h23	3,3	4,3	1h44	3,9	3,5	1h40	3,2
RTL		9,8	2h19	12,2	9,6	2h25	12,2	9,8	2h30	13,2
SUD RADIO		0,9	2h04	1,0	0,9	1h37	0,8	0,9	2h03	1,0
<i>Programmes musicaux</i> <i>Total</i>		35,2	1h51	35,0	36,0	1h51	34,9	36,0	1h45	34,0
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,5	1h32	2,9	4,0	1h43	3,6	3,7	1h15	2,5
FUN RADIO		5,6	1h19	3,9	5,9	1h08	3,5	5,6	1h10	3,5
MFM		1,2	1h38	1,1	1,4	1h37	1,2	1,3	1h25	1,0
NOSTALGIE		5,5	1h49	5,4	6,5	1h40	5,7	5,8	1h35	5,0
NRJ		8,6	1h18	6,0	9,2	1h21	6,5	9,4	1h19	6,7
RFM		3,8	1h35	3,2	3,7	1h18	2,5	4,0	1h38	3,5
RIRE ET CHANSONS		2,5	1h06	1,5	2,5	0h57	1,2	2,7	0h59	1,4
RTL2		3,8	1h16	2,6	3,7	1h28	2,8	3,6	1h13	2,4
SKYROCK		6,6	1h20	4,8	6,3	1h17	4,3	6,5	1h24	4,9
VIRGIN RADIO*		4,4	1h22	3,2	4,2	1h16	2,8	4,2	1h04	2,4
<i>Programmes thématiques</i> <i>Total</i>		10,8	1h32	8,8	11,1	1h28	8,5	10,6	1h28	8,4
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,3	1h27	1,0	1,3	1h48	1,2	1,5	1h25	1,1
FRANCE INFO		7,4	1h00	3,9	7,8	0h57	3,9	6,8	1h00	3,7
FRANCE MUSIQUE		1,2	1h38	1,1	1,2	1h52	1,2	1,3	2h03	1,4
RADIO CLASSIQUE		1,7	2h30	2,2	1,6	1h57	1,6	1,5	2h10	1,8
<i>Programmes locaux</i> <i>Total</i>		16,5	1h41	14,9	16,2	1h41	14,3	16,5	1h45	15,5
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,3	1h43	2,1	2,7	1h42	2,4	2,4	1h38	2,1
Composé de (nombre de stations)			(545 stations)			(543 stations)			(541 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		12,7	1h30	10,3	11,9	1h36	10,0	12,8	1h41	11,6
Composé de (nombre de stations)			(111 stations)			(113 stations)			(113 stations)	

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007			JANVIER-MARS 2007		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,7	3h00	100,0	84,1	2h58	100,0	84,0	2h57	100,0
GROUPE NRJ	23,5	1h42	16,1	25,0	1h41	16,9	25,3	1h43	17,6
NRJ GLOBAL	24,5	1h44	17,1	26,1	1h44	18,1	26,3	1h45	18,5
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	13,8	1h40	9,3	15,2	1h42	10,3	ND	ND	ND
ADULTS ONLY	15,1	1h45	10,6	16,3	1h46	11,5	16,1	1h46	11,5
IP RADIO	24,2	2h08	20,8	24,6	2h03	20,2	23,8	2h02	19,5
FIRST MUSIC 20-40	11,3	1h28	6,7	11,5	1h23	6,3	11,0	1h27	6,5
FIRST PREMIUM	16,9	2h21	16,1	17,3	2h18	16,0	16,9	2h14	15,2
FIRST ILE DE FRANCE	1,6	1h19	0,8	1,5	1h10	0,7	1,6	1h32	1,0
GROUPE RTL	23,1	2h08	19,9	23,6	2h03	19,4	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,3	1h43	0,9	1,2	1h37	0,8	1,3	1h49	0,9
LAGARDERE PUBLICITE	31,7	1h57	24,9	31,8	1h52	23,8	32,4	1h55	25,1
L.A.P. IDF	1,8	1h27	1,1	1,8	1h21	0,9	2,1	1h23	1,2
LES INDEPENDANTS	14,7	1h44	10,3	14,6	1h41	9,8	15,3	1h40	10,2
PUISSANCE CAPITALE	2,1	1h15	1,1	2,0	1h35	1,3	ND	ND	ND
TOUT PARIS	3,8	1h23	2,1	3,6	1h31	2,2	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	2,4	1h34	1,5	2,3	1h26	1,3	ND	ND	ND
SKYREGIE	8,4	1h21	4,6	7,5	1h24	4,2	8,2	1h23	4,6
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	72,0	2h35	100,0	73,3	2h36	100,0	73,1	2h32	100,0
GROUPE NRJ	18,3	1h36	15,7	20,1	1h37	17,0	19,9	1h27	15,6
NRJ GLOBAL	19,3	1h38	16,8	21,3	1h38	18,3	20,7	1h29	16,6
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	10,8	1h36	9,3	12,7	1h34	10,5	ND	ND	ND
ADULTS ONLY	11,7	1h44	10,8	13,3	1h41	11,7	12,4	1h29	9,9
IP RADIO	19,6	1h53	19,8	19,5	1h54	19,3	19,4	1h57	20,4
FIRST MUSIC 20-40	9,2	1h20	6,6	9,3	1h17	6,3	9,1	1h13	5,9
FIRST PREMIUM	13,4	2h03	14,8	13,0	2h12	15,0	13,2	2h12	15,7
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	1h17	0,6	1,2	1h11	0,8	1,2	0h52	0,6
GROUPE RTL	18,6	1h53	18,7	18,6	1h54	18,5	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,1	1h49	1,1	1,0	1h33	0,8	1,1	2h01	1,2
LAGARDERE PUBLICITE	25,8	1h45	24,1	25,5	1h44	23,1	26,6	1h45	25,0
L.A.P. IDF	1,5	1h16	1,0	1,4	1h27	1,0	1,6	1h30	1,3
LES INDEPENDANTS	12,7	1h30	10,3	11,9	1h36	10,0	12,8	1h41	11,6
PUISSANCE CAPITALE	2,0	1h20	1,4	2,0	1h20	1,4	ND	ND	ND
TOUT PARIS	3,3	1h24	2,4	3,2	1h25	2,4	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	2,1	1h07	1,3	2,1	1h14	1,4	ND	ND	ND
SKYREGIE	6,7	1h20	4,8	6,5	1h16	4,3	6,7	1h24	5,1

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur janvier-mars 2008 figure en page 6. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007			JANVIER-MARS 2007		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,7	3h00	100,0	84,1	2h58	100,0	84,0	2h57	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,0	1h56	20,3	26,7	2h00	21,4	25,8	2h00	20,9
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,9	1h56	20,2	26,5	2h00	21,1	25,6	2h00	20,7
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,5	2h42	74,6	69,5	2h39	73,6	69,5	2h38	74,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,6	1h41	1,8	2,7	1h27	1,6	3,0	1h48	2,2
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	5,3	1h33	3,3	5,8	1h29	3,4	5,4	1h17	2,8
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	72,0	2h35	100,0	73,3	2h36	100,0	73,1	2h32	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	20,5	2h00	22,0	22,6	1h55	22,6	21,8	1h52	22,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	20,4	2h00	21,8	22,4	1h54	22,4	21,6	1h52	21,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	58,3	2h19	72,5	58,7	2h20	71,6	59,1	2h17	72,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h43	2,1	2,7	1h42	2,4	2,4	1h38	2,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,2	1h30	3,4	4,2	1h33	3,4	4,3	1h22	3,2

(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 Mou', France Vivace, Elisa.

(5) **Les radio 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 COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Janvier-Mars 2008, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

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

NRJ Global Proximité Premium** = Chérie FM Actif, MFM Actif, Nostalgie Actif, NRJ Actif, Rire et Chansons Actif

Adults Only = Chérie FM, MFM, Nostalgie, Rire et Chansons

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

Groupe RTL = Fun Radio, RTL, RTL2

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

L.A.P. IDF = OUI FM, RFM IDF, Virgin Radio IDF

Puissance Capitale* = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Voltage

Tout Paris* = L.A.P. IDF, Puissance Capitale

Les Parisiennes = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz

Skyrégie = Chante France, Skyrock

Les Indépendants* = 111 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayais, Canal Sambre Avesnois (59), 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, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations ex-Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jordanne FM, Kiss FM, La Radio Plus (ex Thollon), Là La Radio, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, OUI FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur ex-Cannes Radio, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Intensité (28), Radio Jérôme, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine ex-Radio Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio TFM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, Radio Vitamine, Radiocéan, RCA-Radio Côte d'Amour, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendances Ouest (50) ex-Radio Manche, Top Music, Totem, TSF Jazz ex-TSF, TSF Côte d'Azur (06), Variation ex-Tregor FM, VFM ex-Vire FM, Vibration, Voltage, Zi One.

* En italique figurent les couplages modifiés sur cette vague.

** Audience relevée sur les communes couvertes par les émetteurs Actifs de chacune des stations (liste des communes fournie par NRJ Global).

LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

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

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

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

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

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête Janvier-Mars 2008, allant du 31 décembre 2007 au 30 mars 2008, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Le 24 janvier**, la Société Générale est victime d'une fraude de 5 milliards d'euros
- **Le 29 janvier**, plusieurs membres de l'association l'Arche de Zoé sont condamnés à huit ans de prison par la justice tchadienne
- **Le 2 février**, mariage de Nicolas Sarkozy et Carla Bruni
- **Le 9 mars et le 16 mars**, premier et second tour des élections municipales et cantonales en France
- **Le 27 mars**, début du procès devant les assises de Michel Fourniret

Plusieurs décès marquent la période, dont celui du chanteur Carlos (**le 17 janvier**), d'Henri Salvador (**le 13 février**) et de Thierry Gilardi (**le 25 mars**).

A l'international :

- **Le 3 janvier**, premier caucus de l'Iowa, Obama vainqueur
- **Le 10 janvier**, deux otages des FARC sont libérés : Clara Rojas et Consuelo Gonzales. **Le 27 février**, quatre autres otages des FARC sont libérés
- **Le 15 mars**, Lhassa, la capitale du Tibet, est quadrillée par l'armée chinoise suite à des émeutes
- **Le 24 mars**, Reporters Sans Frontières perturbe la cérémonie d'allumage de la flamme olympique en Grèce

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 31 décembre 2007 et le 30 mars 2008 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **28 197** interviews pour la période lundi-vendredi, **12 899** 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 téléphoniques (téléphones filaires et mobiles) assistées par ordinateur entre 17h30 et 21h30.
- ✓ 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 **514 040** = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

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

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.