

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2009

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Janvier-Mars 2009 - 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 **29 décembre 2008 au 29 mars 2009**, mesurée auprès de **33 053 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 2009, **5 JMA ont été relevés : la semaine du lundi 29 décembre 2008 au vendredi 2 janvier 2009**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	JANVIER-MARS 2009	NOVEMBRE- DECEMBRE 2008	JANVIER-MARS 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	40	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	5	7	5
Nombre de jours de vacances scolaires	15	8	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	74,8	77,4	75,7

⁽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 2009					NOVEMBRE-DECEMBRE 2008					JANVIER-MARS 2008				
	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	13,0	6 774	81,5	42 307	3h03	13,1	6 744	83,0	42 670	3h00	13,1	6 708	82,7	42 512	3h00
Samedi-Dimanche	9,7	5 032	71,4	37 087	2h35	9,9	5 090	71,9	36 958	2h37	9,8	5 047	72,0	37 011	2h35

Pour toute information : Isabelle MAURICE - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : imaurice@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% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

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

		JANVIER-MARS 2009			NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			JANVIER-MARS 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		81,5	3h03	100,0	83,0	3h00	100,0	82,7	3h00	100,0
Programmes généralistes		38,3	2h43	42,1	39,5	2h40	42,3	37,3	2h41	40,5
<i>dont</i>										
EUROPE 1		9,4	2h08	8,1	10,0	2h05	8,4	9,1	2h11	8,0
FRANCE BLEU		6,9	2h00	5,5	6,9	2h07	5,8	6,5	1h56	5,1
FRANCE INTER		10,2	2h26	10,0	10,6	2h07	9,1	9,8	2h11	8,6
RMC		6,4	2h03	5,3	6,2	2h08	5,3	5,7	2h07	4,9
RTL		12,3	2h32	12,5	12,7	2h33	13,0	12,6	2h36	13,2
SUD RADIO		1,0	1h48	0,7	1,1	1h30	0,6	1,0	1h47	0,7
Programmes musicaux		41,3	1h59	33,1	42,1	1h58	33,3	43,3	2h01	35,2
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,4	1h43	3,0	4,1	1h34	2,6	4,5	1h46	3,2
FUN RADIO		6,6	1h14	3,3	6,7	1h15	3,4	6,8	1h23	3,8
LE MOUV'		1,0	1h22	0,5	ND	ND	ND	ND	ND	ND
MFM		1,3	1h30	0,8	1,3	1h45	0,9	1,5	1h41	1,0
NOSTALGIE		6,6	1h47	4,8	7,4	1h47	5,3	7,0	1h41	4,8
NRJ		10,6	1h22	5,8	10,7	1h20	5,8	11,0	1h28	6,5
RFM		4,4	1h41	3,0	4,4	1h44	3,1	4,7	1h44	3,3
RIRE ET CHANSONS		3,4	1h13	1,7	3,6	1h12	1,8	3,4	1h11	1,6
RTL2		4,9	1h32	3,0	4,4	1h30	2,7	4,8	1h30	2,9
SKYROCK		7,7	1h23	4,3	7,8	1h25	4,5	8,2	1h21	4,5
VIRGIN RADIO		5,1	1h25	2,9	5,5	1h21	3,0	6,4	1h16	3,3
Programmes thématiques		13,3	1h30	8,1	13,4	1h29	8,0	13,3	1h23	7,4
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,4	1h38	0,9	1,7	1h27	1,0	1,4	1h32	0,9
FRANCE INFO		8,9	1h00	3,6	9,1	1h04	3,9	9,2	0h59	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,7	1h53	1,3	1,1	2h08	1,0	1,8	1h32	1,1
RADIO CLASSIQUE		2,0	2h05	1,7	1,8	2h05	1,5	1,6	1h58	1,3
Programmes locaux		19,1	1h50	14,1	18,6	1h50	13,7	19,1	1h49	13,9
<i>dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,3	1h52	1,8	2,4	1h45	1,7	2,6	1h41	1,8
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(554 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,8	1h42	10,1	14,4	1h43	9,9	14,7	1h44	10,3
Composé de (nombre de stations)			(118 stations)			(113 stations)			(111 stations)	

ND = Non Disponible

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

(1) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

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

		JANVIER-MARS 2009			NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			JANVIER-MARS 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		71,4	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0	72,0	2h35	100,0
Programmes généralistes <i>Total</i>		31,4	2h23	40,7	32,5	2h16	39,2	30,8	2h20	38,4
<i>dont</i>										
EUROPE 1		6,9	1h44	6,5	7,8	1h41	7,0	7,1	1h56	7,4
FRANCE BLEU		5,7	2h08	6,6	5,5	1h56	5,7	5,1	2h06	5,8
FRANCE INTER		9,0	2h10	10,6	8,8	2h17	10,6	7,4	2h13	8,7
RMC		4,5	1h54	4,6	4,8	1h31	3,9	4,5	1h23	3,3
RTL		9,3	2h20	11,7	9,7	2h15	11,5	9,8	2h19	12,2
SUD RADIO		0,6	1h57	0,6	0,6	1h49	0,6	0,9	2h04	1,0
Programmes musicaux <i>Total</i>		33,6	1h46	32,3	33,2	1h52	32,9	35,2	1h51	35,0
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,2	1h15	2,2	3,5	1h42	3,2	3,5	1h32	2,9
FUN RADIO		5,3	1h15	3,6	5,5	1h15	3,7	5,6	1h19	3,9
LE MOUV'		0,7	1h07	0,5	ND	ND	ND	ND	ND	ND
MFM		1,1	1h18	0,7	1,0	1h47	0,9	1,2	1h38	1,1
NOSTALGIE		5,6	1h31	4,7	5,5	1h39	4,8	5,5	1h49	5,4
NRJ		8,0	1h31	6,7	8,0	1h21	5,7	8,6	1h18	6,0
RFM		2,9	1h36	2,5	3,2	1h30	2,6	3,8	1h35	3,2
RIRE ET CHANSONS		2,4	0h58	1,3	2,7	1h16	1,8	2,5	1h06	1,5
RTL2		3,7	1h19	2,6	3,2	1h27	2,5	3,8	1h16	2,6
SKYROCK		6,5	1h26	5,1	5,9	1h25	4,4	6,6	1h20	4,8
VIRGIN RADIO		4,1	1h06	2,5	4,3	1h17	3,0	4,4	1h22	3,2
Programmes thématiques <i>Total</i>		10,7	1h21	7,9	11,7	1h25	8,8	10,8	1h32	8,8
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,4	1h20	1,0	1,3	1h37	1,1	1,3	1h27	1,0
FRANCE INFO		7,0	0h56	3,6	8,4	0h59	4,4	7,4	1h00	3,9
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h50	1,3	1,3	1h52	1,3	1,2	1h38	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,5	1h56	1,6	1,4	2h06	1,6	1,7	2h30	2,2
Programmes locaux <i>Total</i>		16,3	1h48	16,0	16,0	1h53	16,0	16,5	1h41	14,9
<i>dont</i>										
RADIO PRIVEES ASSOCIATIVES		2,5	1h42	2,3	2,3	1h44	2,1	2,3	1h43	2,1
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(554 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		12,1	1h41	11,0	12,3	1h48	11,8	12,7	1h30	10,3
Composé de (nombre de stations)			(118 stations)			(113 stations)			(111 stations)	

ND = Non Disponible

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

⁽¹⁾ 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2009			NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			JANVIER-MARS 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,5	3h03	100,0	83,0	3h00	100,0	82,7	3h00	100,0
GROUPE NRJ	22,6	1h41	15,3	23,4	1h38	15,4	23,5	1h42	16,1
NRJ GLOBAL	23,5	1h42	16,1	24,4	1h40	16,3	24,5	1h44	17,1
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	13,5	1h37	8,8	13,7	1h37	8,9	13,8	1h40	9,3
ADULTS ONLY	14,3	1h46	10,2	15,1	1h44	10,5	15,1	1h45	10,6
IP RADIO	22,7	2h04	18,9	22,9	2h05	19,1	23,1	2h08	19,9
FIRST MUSIC 20-40	11,2	1h25	6,4	10,9	1h23	6,1	11,3	1h28	6,7
FIRST PREMIUM	16,7	2h19	15,6	16,7	2h20	15,7	16,9	2h21	16,1
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h01	0,5	1,3	1h17	0,7	1,6	1h19	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	18,1	1h56	14,1	19,2	1h54	14,6	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,7	1h24	1,0	1,7	1h44	1,1	1,8	1h27	1,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,0	1h43	11,1	15,5	1h43	10,7	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	14,8	1h42	10,1	14,4	1h43	9,9	14,7	1h44	10,3
SUD + WIT	1,3	1h52	1,0	1,3	1h37	0,8	1,3	1h43	0,9
PUISSANCE CAPITALE	2,3	1h24	1,3	2,2	1h21	1,2	2,1	1h15	1,1
LES PARISIENNES	2,3	1h32	1,5	2,1	1h23	1,2	2,4	1h34	1,5
SKYREGIE	7,7	1h22	4,3	8,0	1h25	4,6	8,4	1h21	4,6
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,4	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0	72,0	2h35	100,0
GROUPE NRJ	17,6	1h32	14,8	18,1	1h37	15,5	18,3	1h36	15,7
NRJ GLOBAL	18,4	1h33	15,5	18,9	1h38	16,4	19,3	1h38	16,8
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	10,5	1h36	9,1	10,8	1h37	9,3	10,8	1h36	9,3
ADULTS ONLY	11,4	1h26	8,9	11,8	1h43	10,7	11,7	1h44	10,8
IP RADIO	17,8	1h51	17,9	17,9	1h52	17,7	18,6	1h53	18,7
FIRST MUSIC 20-40	8,9	1h18	6,2	8,5	1h21	6,1	9,2	1h20	6,6
FIRST PREMIUM	12,6	2h05	14,3	12,6	2h05	14,0	13,4	2h03	14,8
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h12	0,8	0,9	1h07	0,6	0,9	1h17	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	13,5	1h35	11,6	15,0	1h37	12,9	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,1	1h08	0,7	1,5	1h08	0,9	1,5	1h16	1,0
TF1 PUBLICITE RADIOS	12,9	1h42	11,8	13,0	1h49	12,5	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	12,1	1h41	11,0	12,3	1h48	11,8	12,7	1h30	10,3
SUD + WIT	0,8	1h50	0,8	0,8	1h55	0,8	1,1	1h49	1,1
PUISSANCE CAPITALE	2,2	1h42	2,0	1,6	1h33	1,3	2,0	1h20	1,4
LES PARISIENNES	2,1	1h41	1,9	2,2	1h29	1,8	2,1	1h07	1,3
SKYREGIE	6,7	1h28	5,3	6,0	1h26	4,6	6,7	1h20	4,8

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2009 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) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2009			NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			JANVIER-MARS 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,5	3h03	100,0	83,0	3h00	100,0	82,7	3h00	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,0	2h08	22,4	26,6	2h03	21,9	26,0	1h56	20,3
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,9	2h08	22,3	26,4	2h03	21,7	25,9	1h56	20,2
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	67,0	2h41	72,7	68,4	2h40	73,3	68,5	2h42	74,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h52	1,8	2,4	1h45	1,7	2,6	1h41	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,8	1h38	3,2	5,1	1h32	3,1	5,3	1h33	3,3
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,4	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0	72,0	2h35	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,6	1h59	24,3	23,1	1h58	24,0	20,5	2h00	22,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,4	1h59	24,1	22,9	1h58	23,9	20,4	2h00	21,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	56,5	2h17	69,8	57,1	2h19	70,3	58,3	2h19	72,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,5	1h42	2,3	2,3	1h44	2,1	2,3	1h43	2,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,9	1h42	3,6	3,9	1h43	3,6	4,2	1h30	3,4

(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', 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 2009, 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

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, 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, RFM IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Publicité Radios = Les Indépendants, Sud Radio, Wit FM

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

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

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

Skyrégie = Chante France, Skyrock

Les Indépendants* = 118 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (02,59), Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, **Durance FM**, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex-Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations, **Gold FM**, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, **Inside**, Jazz Radio, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, Kiss FM, La La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (35,44,56), ODS Radio, **Or FM**, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, **Sweet FM**, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, Voltage.

* En italique figurent les nouvelles stations intégrant le couplage.

** Audiance relevée sur les communes couvertes par les émetteurs Actifs de chacune des stations (liste des communes fournie par NRJ Global, mise à jour sur la période).

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 2009, allant du 29 décembre 2008 au 29 mars 2009, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- Une grève générale, émaillée de nombreuses manifestations, paralyse la Guadeloupe et la Martinique pendant plus de 6 semaines. **Le 20 janvier**, le collectif *LKP* déclenche la grève générale en Guadeloupe. Des mouvements sociaux suivent quelques jours plus tard en Martinique. **Le 4 mars**, un protocole d'accord est signé avec l'Etat. L'appel à la reprise est lancé.
- La période est marquée par de fortes intempéries. En particulier, **les 23 et 24 janvier**, le sud-ouest de la France est traversé par une violente tempête, faisant quatre morts et privant près d'1,7 million de foyers d'électricité.
- Deux grandes journées de mobilisation nationale ont lieu **le 29 janvier** et **le 19 mars**, perturbant fortement des antennes de Radio France, et l'ensemble de l'audiovisuel public. Plus d'1 million de manifestants se mobilisent dans toute la France. Par ailleurs, des mouvements économiques et sociaux ont lieu suite à l'annonce de plusieurs plans de licenciements.

L'actualité française est également marquée par les décès du producteur Claude Berri, **le 12 Janvier**, et du chanteur Alain Bashung, **le 14 mars**.

A l'international :

- **Le 20 janvier**, investiture de Barack Obama aux Etats-Unis. **Le 17 février**, Obama signe un plan de relance de 787 milliards de dollars pour faire face à la crise financière mondiale.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 29 décembre 2008 et le 29 mars 2009 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **27 866** interviews pour la période lundi-vendredi, et **12 931** 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 **519 210** = 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 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.