

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Septembre-Octobre 2009

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Septembre-Octobre 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 **31 août au 1^{er} novembre 2009**, mesurée auprès de **30 010 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 Septembre-Octobre 2009, aucun Jour de Moindre Activité n'a été relevé.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2009	AVRIL-JUIN 2009	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	65	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	6	0
Nombre de jours de vacances scolaires	7	10	6
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	76,6	75,9	76,5

⁽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)

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009					AVRIL-JUIN 2009					SEPTEMBRE-OCTOBRE 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	12,4	6 432	80,2	41 623	2h56	12,7	6 615	80,9	41 986	3h00	12,7	6 547	81,7	41 975	2h58
Samedi- Dimanche	9,6	5 008	71,1	36 896	2h35	9,9	5 162	70,1	36 375	2h42	9,7	4 966	72,0	37 027	2h33

Pour toute information : Isabelle MAURICE - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : imaurice@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediaprom.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

		SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			AVRIL-JUIN 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		80,2	2h56	100,0	80,9	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0
Programmes généralistes		38,1	2h36	42,1	38,2	2h42	42,6	37,6	2h37	40,6
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		9,7	2h05	8,6	9,1	2h07	8,0	9,5	2h04	8,1
FRANCE BLEU		6,9	2h05	6,1	6,5	2h06	5,6	6,2	2h03	5,3
FRANCE INTER		10,2	2h14	9,7	10,3	2h18	9,8	10,2	2h15	9,4
RMC		6,5	1h55	5,3	6,7	2h10	6,0	5,9	2h02	4,9
RTL		11,8	2h23	12,0	12,1	2h30	12,5	12,2	2h26	12,3
Programmes musicaux		41,3	1h56	33,8	41,3	1h56	33,0	41,9	2h00	34,5
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,8	1h28	3,0	4,4	1h34	2,8	4,4	1h30	2,7
FUN RADIO		7,2	1h17	3,9	7,0	1h20	3,9	6,8	1h22	3,9
MFM		1,4	1h19	0,8	1,3	1h15	0,6	1,5	1h29	0,9
NOSTALGIE		7,0	1h43	5,1	7,0	1h40	4,8	7,1	1h53	5,5
NRJ		10,0	1h19	5,6	10,0	1h22	5,6	10,4	1h21	5,8
RFM		4,6	1h35	3,1	4,5	1h43	3,2	4,4	1h45	3,2
RIRE ET CHANSONS		3,9	1h07	1,8	3,4	1h00	1,4	3,4	1h09	1,6
RTL2		4,6	1h30	3,0	4,7	1h27	2,8	5,0	1h26	3,0
SKYROCK		7,6	1h24	4,5	7,9	1h23	4,5	7,6	1h24	4,4
VIRGIN RADIO		4,7	1h16	2,5	5,1	1h21	2,8	5,9	1h14	3,0
Programmes thématiques		12,8	1h27	7,9	12,9	1h24	7,5	13,5	1h26	8,0
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h40	1,2	1,5	1h42	1,1	1,5	1h31	0,9
FRANCE INFO		8,6	1h01	3,8	8,5	0h58	3,4	9,3	1h01	3,9
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h46	1,0	1,6	1h24	0,9	1,5	1h56	1,2
RADIO CLASSIQUE		1,7	1h52	1,3	1,9	1h57	1,6	1,7	2h00	1,4
Programmes locaux		18,2	1h44	13,5	19,0	1h49	14,3	18,7	1h51	14,3
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,4	1h34	1,6	2,1	1h55	1,7	2,4	1h43	1,7
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(551 stations)			(553 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,1	1h42	10,2	14,8	1h42	10,4	14,3	1h46	10,4
Composé de (nombre de stations)			(120 stations)			(120 stations)			(113 stations)	

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

		SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			AVRIL-JUIN 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		71,1	2h35	100,0	70,1	2h42	100,0	72,0	2h33	100,0
Programmes généralistes <i>Total</i>		31,6	2h21	40,5	31,6	2h27	40,9	31,5	2h13	38,1
<i>dont</i>										
EUROPE 1		7,5	1h50	7,5	7,1	1h58	7,4	6,9	1h42	6,4
FRANCE BLEU		5,9	2h06	6,8	5,3	1h56	5,4	5,5	1h51	5,5
FRANCE INTER		8,7	2h08	10,1	8,6	2h12	10,0	7,9	2h05	9,0
RMC		4,4	1h45	4,2	4,9	2h00	5,2	4,8	1h45	4,5
RTL		9,5	2h13	11,5	9,6	2h26	12,4	9,7	2h17	12,0
Programmes musicaux <i>Total</i>		34,5	1h43	32,3	33,3	1h52	32,9	34,3	1h48	33,5
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,4	1h29	2,7	3,3	1h35	2,8	3,2	1h37	2,8
FUN RADIO		6,1	1h23	4,6	5,7	1h17	3,9	5,5	1h26	4,3
MFM		1,1	0h55	0,5	0,9	1h35	0,7	0,8	1h12	0,6
NOSTALGIE		6,3	1h33	5,3	5,9	1h53	5,9	5,8	1h41	5,3
NRJ		8,3	1h11	5,4	7,8	1h20	5,5	7,8	1h12	5,1
RFM		3,4	1h34	2,9	3,4	1h39	3,0	3,5	1h45	3,3
RIRE ET CHANSONS		2,4	1h00	1,3	2,3	1h04	1,3	2,6	0h53	1,3
RTL2		3,2	1h15	2,2	3,5	1h16	2,3	3,6	1h24	2,7
SKYROCK		6,2	1h20	4,5	6,1	1h32	4,9	6,4	1h11	4,2
VIRGIN RADIO		3,6	1h17	2,5	3,6	1h07	2,1	4,7	1h22	3,5
Programmes thématiques <i>Total</i>		10,6	1h29	8,6	10,4	1h27	8,0	11,3	1h33	9,6
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,4	1h38	1,2	1,2	1h43	1,1	1,7	1h33	1,4
FRANCE INFO		7,0	1h00	3,9	6,8	1h04	3,8	7,5	1h01	4,2
FRANCE MUSIQUE		1,2	2h00	1,3	1,3	1h40	1,2	1,4	1h37	1,3
RADIO CLASSIQUE		1,6	1h59	1,7	1,5	2h06	1,7	1,7	2h29	2,3
Programmes locaux <i>Total</i>		16,1	1h43	15,1	16,3	1h48	15,5	16,2	1h46	15,6
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		1,9	1h44	1,8	2,5	1h48	2,4	2,3	2h00	2,5
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(551 stations)			(553 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		12,6	1h36	11,0	12,1	1h40	10,7	12,1	1h32	10,1
Composé de (nombre de stations)			(120 stations)			(120 stations)			(113 stations)	

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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			AVRIL-JUIN 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,2	2h56	100,0	80,9	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0
GROUPE NRJ	23,0	1h36	15,6	22,5	1h35	14,7	22,9	1h39	15,7
NRJ GLOBAL	24,0	1h36	16,4	23,4	1h35	15,3	23,9	1h41	16,6
ADULTS ONLY	15,5	1h38	10,7	14,7	1h36	9,7	15,0	1h45	10,8
IP RADIO	22,7	1h57	18,9	22,8	2h02	19,1	22,9	2h01	19,1
FIRST MUSIC 20-40	11,5	1h24	6,9	11,4	1h25	6,7	11,5	1h27	6,8
FIRST PREMIUM	16,1	2h11	14,9	16,3	2h16	15,3	16,7	2h13	15,3
FIRST ILE DE FRANCE	1,4	1h22	0,8	1,3	1h02	0,5	1,3	1h15	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	18,1	1h53	14,4	18,0	1h55	14,2	18,9	1h50	14,4
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,6	1h08	0,8	1,5	1h30	0,9	1,6	1h29	1,0
TF1 PUBLICITE RADIOS	15,0	1h42	10,8	16,0	1h43	11,3	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	14,1	1h42	10,2	14,8	1h42	10,4	14,3	1h46	10,4
SUD + WIT	1,0	1h28	0,6	1,2	1h46	0,9	1,1	1h32	0,7
PUISSANCE CAPITALE	2,0	1h26	1,2	2,4	1h33	1,5	2,4	1h14	1,2
LES PARISIENNES	2,1	1h30	1,3	2,3	1h18	1,2	2,1	1h37	1,4
SKYREGIE	7,8	1h24	4,7	8,1	1h21	4,5	7,8	1h23	4,5
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,1	2h35	100,0	70,1	2h42	100,0	72,0	2h33	100,0
GROUPE NRJ	19,0	1h25	14,7	17,9	1h39	15,6	18,0	1h29	14,5
NRJ GLOBAL	19,7	1h25	15,3	18,5	1h40	16,3	18,7	1h29	15,0
ADULTS ONLY	12,3	1h28	9,9	11,6	1h45	10,8	11,6	1h34	10,0
IP RADIO	18,2	1h51	18,3	18,0	1h57	18,5	18,4	1h54	19,1
FIRST MUSIC 20-40	9,2	1h21	6,8	9,0	1h18	6,2	9,0	1h26	7,1
FIRST PREMIUM	12,3	2h02	13,7	12,8	2h10	14,7	13,1	2h04	14,7
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h05	0,6	1,0	1h09	0,6	1,0	1h10	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	14,2	1h42	13,2	13,8	1h45	12,8	14,9	1h39	13,4
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,3	1h08	0,8	1,3	1h43	1,2	1,3	1h16	0,9
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,2	1h35	11,4	12,9	1h39	11,3	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	12,6	1h36	11,0	12,1	1h40	10,7	12,1	1h32	10,1
SUD + WIT	0,7	1h19	0,5	0,9	1h23	0,6	1,0	1h24	0,7
PUISSANCE CAPITALE	2,3	1h30	1,9	2,1	1h40	1,9	2,4	1h31	2,0
LES PARISIENNES	2,1	1h35	1,8	1,9	1h44	1,7	2,2	1h34	1,9
SKYREGIE	6,3	1h19	4,6	6,1	1h31	4,9	6,5	1h11	4,2

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 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)

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			AVRIL-JUIN 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,2	2h56	100,0	80,9	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,8	2h05	22,8	25,7	2h03	21,8	25,9	2h02	21,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,7	2h04	22,6	25,5	2h03	21,7	25,7	2h02	21,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	65,9	2h36	72,8	66,9	2h40	73,5	67,4	2h38	73,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h34	1,6	2,1	1h55	1,7	2,4	1h43	1,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,9	1h42	2,8	4,7	1h35	3,1	5,0	1h26	3,0
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,1	2h35	100,0	70,1	2h42	100,0	72,0	2h33	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,1	2h00	24,2	21,3	2h00	22,6	22,2	1h54	22,9
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,0	2h00	24,1	21,2	2h00	22,5	22,1	1h53	22,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	57,0	2h16	70,6	55,9	2h26	71,9	57,4	2h16	71,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	1,9	1h44	1,8	2,5	1h48	2,4	2,3	2h00	2,5
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,6	1h44	3,5	4,0	1h28	3,1	4,0	1h36	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', France Vivace.

⁽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 Septembre-Octobre 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

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 = 120 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayais, Canal FM (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, K6 FM, Kiss FM, La La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magic La Radio, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), Mixx ex 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 ex Cannes Radio, 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 Métropolys ex Roc FM (59, 62), 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, RTS FM, RV1 (57), RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendances Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM ex Vire FM, Vibration, Voltage.

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 Septembre-Octobre 2009, allant du 31 août au 1^{er} novembre 2009, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Le 10 septembre**, Brice Hortefeux se défend d'avoir tenu des propos racistes dans le cadre de l'Université d'été de l'UMP, propos à l'origine d'une vive controverse.
- **Le 21 septembre** marque le début du procès Clearstream. Dominique de Villepin est l'un des principaux prévenus.
- **Le 8 octobre**, Frédéric Mitterrand s'explique au Journal de 20h de TF1 au sujet d'un passage de son livre, « La Mauvaise Vie », qui fait polémique.
- **Le 8 octobre**, la candidature de Jean Sarkozy, 23 ans, à la présidence de l'Epad, l'établissement public chargé de l'aménagement du quartier d'affaires de la Défense est annoncée. **Le 22 octobre**, suite aux vives protestations que suscite sa candidature, il se rétracte.
- **Le 25 octobre**, le match OM-PSG est annulé pour cause de Grippe A, provoquant d'importants heurts à Marseille.
- **Le 27 octobre**, Charles Pasqua est condamné à un an de prison ferme dans le cadre du procès des ventes d'armes à l'Angola.
- **Le 30 octobre**, Jacques Chirac est renvoyé devant la justice dans le cadre des emplois fictifs à la Mairie de Paris.

Sur le plan social, la période est marquée par une vague de suicides chez France Telecom, portant à 25 le nombre de suicides depuis janvier 2008.

Sur le plan sanitaire, la pandémie de Grippe A se développe en France et dans le monde, provoquant des décès et des mesures de prévention du gouvernement français. Un vaccin est mis au point.

A l'international :

- **Le 9 octobre**, le Prix Nobel de la Paix est décerné au Président des Etats-Unis, Barack Obama.
- **Le 30 octobre**, Barack Obama abroge l'interdiction d'entrée des séropositifs aux Etats-Unis.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 31 août et le 1^{er} novembre 2009 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **27 435** interviews pour la période lundi-vendredi, et **11 720** 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.