

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Novembre-Décembre 2009

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Novembre-Décembre 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 **2 novembre 2009 au 3 janvier 2010**, mesurée auprès de **29 908 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 2009, **8 JMA ont été relevés : le mercredi 11 novembre, les jeudi 24 et vendredi 25 décembre, et la semaine du lundi 28 décembre 2009 au vendredi 1^{er} janvier 2010**.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	NOVEMBRE- DÉCEMBRE 2009	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2009	NOVEMBRE- DÉCEMBRE 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	45	40
Nombre de Jours de Moindre Activité	8	0	7
Nombre de jours de vacances scolaires	13	7	8
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,2	76,6	77,4

⁽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 2009					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009					NOVEMBRE-DÉCEMBRE 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	12,5	6 493	81,5	42 320	2h55	12,4	6 432	80,2	41 623	2h56	13,1	6 744	83,0	42 670	3h00
Samedi- Dimanche	9,6	4 962	71,1	36 896	2h33	9,6	5 008	71,1	36 896	2h35	9,9	5 090	71,9	36 958	2h37

Pour toute information : Laure OSMANIAN MOLINERO - Tél : 01 47 58 97 55 - 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% = 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

		NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		81,5	2h55	100,0	80,2	2h56	100,0	83,0	3h00	100,0
Programmes généralistes		39,0	2h36	42,7	38,1	2h36	42,1	39,5	2h40	42,3
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		9,9	2h03	8,6	9,7	2h05	8,6	10,0	2h05	8,4
FRANCE BLEU		7,1	2h06	6,3	6,9	2h05	6,1	6,9	2h07	5,8
FRANCE INTER		10,1	2h16	9,6	10,2	2h14	9,7	10,6	2h07	9,1
RMC		6,8	1h51	5,3	6,5	1h55	5,3	6,2	2h08	5,3
RTL		12,7	2h20	12,4	11,8	2h23	12,0	12,7	2h33	13,0
Programmes musicaux		41,6	1h55	33,5	41,3	1h56	33,8	42,1	1h58	33,3
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,6	1h40	3,2	4,8	1h28	3,0	4,1	1h34	2,6
FUN RADIO		7,2	1h20	4,1	7,2	1h17	3,9	6,7	1h15	3,4
MFM		1,4	1h24	0,8	1,4	1h19	0,8	1,3	1h45	0,9
NOSTALGIE		7,1	1h40	5,0	7,0	1h43	5,1	7,4	1h47	5,3
NRJ		9,8	1h17	5,3	10,0	1h19	5,6	10,7	1h20	5,8
RFM		4,6	1h26	2,8	4,6	1h35	3,1	4,4	1h44	3,1
RIRE ET CHANSONS		3,7	1h09	1,8	3,9	1h07	1,8	3,6	1h12	1,8
RTL2		4,6	1h23	2,7	4,6	1h30	3,0	4,4	1h30	2,7
SKYROCK		7,5	1h26	4,5	7,6	1h24	4,5	7,8	1h25	4,5
VIRGIN RADIO		5,2	1h22	3,0	4,7	1h16	2,5	5,5	1h21	3,0
Programmes thématiques		13,6	1h23	7,9	12,8	1h27	7,9	13,4	1h29	8,0
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h37	1,1	1,6	1h40	1,2	1,7	1h27	1,0
FRANCE INFO		9,1	0h58	3,7	8,6	1h01	3,8	9,1	1h04	3,9
FRANCE MUSIQUE		1,5	1h26	0,9	1,4	1h46	1,0	1,1	2h08	1,0
RADIO CLASSIQUE		2,0	1h54	1,6	1,7	1h52	1,3	1,8	2h05	1,5
Programmes locaux		18,9	1h39	13,1	18,2	1h44	13,5	18,6	1h50	13,7
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,5	1h46	1,8	2,4	1h34	1,6	2,4	1h45	1,7
Composé de (nombre de stations)			(553 stations)			(551 stations)			(554 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,7	1h33	9,6	14,1	1h42	10,2	14,4	1h43	9,9
Composé de (nombre de stations)			(122 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

	NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	71,1	2h33	100,0	71,1	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	31,7	2h21	41,0	31,6	2h21	40,5	32,5	2h16	39,2
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,4	1h51	7,5	7,5	1h50	7,5	7,8	1h41	7,0
FRANCE BLEU	5,1	2h14	6,2	5,9	2h06	6,8	5,5	1h56	5,7
FRANCE INTER	8,9	2h09	10,6	8,7	2h08	10,1	8,8	2h17	10,6
RMC	4,7	1h32	4,0	4,4	1h45	4,2	4,8	1h31	3,9
RTL	9,6	2h21	12,4	9,5	2h13	11,5	9,7	2h15	11,5
<i>Programmes musicaux</i> Total	33,4	1h45	32,1	34,5	1h43	32,3	33,2	1h52	32,9
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	3,3	1h23	2,5	3,4	1h29	2,7	3,5	1h42	3,2
FUN RADIO	5,9	1h14	4,0	6,1	1h23	4,6	5,5	1h15	3,7
MFM	0,9	1h12	0,6	1,1	0h55	0,5	1,0	1h47	0,9
NOSTALGIE	5,9	1h43	5,5	6,3	1h33	5,3	5,5	1h39	4,8
NRJ	8,2	1h14	5,5	8,3	1h11	5,4	8,0	1h21	5,7
RFM	3,8	1h33	3,3	3,4	1h34	2,9	3,2	1h30	2,6
RIRE ET CHANSONS	2,8	1h01	1,6	2,4	1h00	1,3	2,7	1h16	1,8
RTL2	3,6	1h18	2,6	3,2	1h15	2,2	3,2	1h27	2,5
SKYROCK	5,3	1h15	3,6	6,2	1h20	4,5	5,9	1h25	4,4
VIRGIN RADIO	3,9	1h11	2,5	3,6	1h17	2,5	4,3	1h17	3,0
<i>Programmes thématiques</i> Total	10,7	1h29	8,7	10,6	1h29	8,6	11,7	1h25	8,8
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,7	1h50	1,7	1,4	1h38	1,2	1,3	1h37	1,1
FRANCE INFO	5,8	0h54	2,9	7,0	1h00	3,9	8,4	0h59	4,4
FRANCE MUSIQUE	1,2	1h36	1,1	1,2	2h00	1,3	1,3	1h52	1,3
RADIO CLASSIQUE	2,0	2h11	2,3	1,6	1h59	1,7	1,4	2h06	1,6
<i>Programmes locaux</i> Total	16,1	1h40	14,8	16,1	1h43	15,1	16,0	1h53	16,0
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,0	1h33	1,8	1,9	1h44	1,8	2,3	1h44	2,1
Composé de (nombre de stations)		(553 stations)			(551 stations)			(554 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,4	1h40	11,4	12,6	1h36	11,0	12,3	1h48	11,8
Composé de (nombre de stations)		(122 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

	NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,5	2h55	100,0	80,2	2h56	100,0	83,0	3h00	100,0
GROUPE NRJ	22,7	1h36	15,3	23,0	1h36	15,6	23,4	1h38	15,4
NRJ GLOBAL	23,7	1h37	16,1	24,0	1h36	16,4	24,4	1h40	16,3
ADULTS ONLY	15,3	1h40	10,8	15,5	1h38	10,7	15,1	1h44	10,5
IP RADIO	23,4	1h57	19,2	22,7	1h57	18,9	22,9	2h05	19,1
FIRST MUSIC	11,5	1h24	6,8	11,5	1h24	6,9	10,9	1h23	6,1
FIRST PREMIUM	16,8	2h09	15,1	16,1	2h11	14,9	16,7	2h20	15,7
FIRST ILE DE FRANCE	1,4	1h20	0,8	1,4	1h22	0,8	1,3	1h17	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	18,9	1h49	14,5	18,1	1h53	14,4	19,2	1h54	14,6
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,8	1h21	1,0	1,6	1h08	0,8	1,7	1h44	1,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	15,6	1h34	10,3	15,0	1h42	10,8	15,5	1h43	10,7
LES INDEPENDANTS	14,7	1h33	9,6	14,1	1h42	10,2	14,4	1h43	9,9
SUD + WIT	1,0	1h27	0,6	1,0	1h28	0,6	1,3	1h37	0,8
PUISSANCE CAPITALE	1,9	1h11	0,9	2,0	1h26	1,2	2,2	1h21	1,2
LES PARISIENNES	2,8	1h26	1,7	2,1	1h30	1,3	2,1	1h23	1,2
SKYREGIE	7,7	1h26	4,6	7,8	1h24	4,7	8,0	1h25	4,6
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,1	2h33	100,0	71,1	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0
GROUPE NRJ	18,4	1h30	15,2	19,0	1h25	14,7	18,1	1h37	15,5
NRJ GLOBAL	18,9	1h31	15,8	19,7	1h25	15,3	18,9	1h38	16,4
ADULTS ONLY	11,8	1h35	10,2	12,3	1h28	9,9	11,8	1h43	10,7
IP RADIO	18,3	1h53	19,0	18,2	1h51	18,3	17,9	1h52	17,7
FIRST MUSIC	9,3	1h17	6,6	9,2	1h21	6,8	8,5	1h21	6,1
FIRST PREMIUM	12,7	2h08	15,0	12,3	2h02	13,7	12,6	2h05	14,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h08	0,8	1,1	1h05	0,6	0,9	1h07	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	14,6	1h40	13,4	14,2	1h42	13,2	15,0	1h37	12,9
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	1h31	1,2	1,3	1h08	0,8	1,5	1h08	0,9
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,1	1h38	11,8	13,2	1h35	11,4	13,0	1h49	12,5
LES INDEPENDANTS	12,4	1h40	11,4	12,6	1h36	11,0	12,3	1h48	11,8
SUD + WIT	0,7	1h04	0,4	0,7	1h19	0,5	0,8	1h55	0,8
PUISSANCE CAPITALE	2,1	1h03	1,2	2,3	1h30	1,9	1,6	1h33	1,3
LES PARISIENNES	2,1	1h46	2,0	2,1	1h35	1,8	2,2	1h29	1,8
SKYREGIE	5,5	1h14	3,7	6,3	1h19	4,6	6,0	1h26	4,6

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2009 figure en page 6. Le nom et/ ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

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

NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2008		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GENERAL	81,5	2h55	100,0	80,2	2h56	100,0	83,0	3h00	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,5	2h02	22,7	25,8	2h05	22,8	26,6	2h03	21,9
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	26,3	2h03	22,6	25,7	2h04	22,6	26,4	2h03	21,7
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,2	2h32	72,6	65,9	2h36	72,8	68,4	2h40	73,3
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,5	1h46	1,8	2,4	1h34	1,6	2,4	1h45	1,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,4	1h33	2,9	3,9	1h42	2,8	5,1	1h32	3,1

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	71,1	2h33	100,0	71,1	2h35	100,0	71,9	2h37	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	20,8	2h03	23,5	22,1	2h00	24,2	23,1	1h58	24,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	20,6	2h03	23,3	22,0	2h00	24,1	22,9	1h58	23,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	57,1	2h16	71,3	57,0	2h16	70,6	57,1	2h19	70,3
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,0	1h33	1,8	1,9	1h44	1,8	2,3	1h44	2,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,4	1h46	3,4	3,6	1h44	3,5	3,9	1h43	3,6

⁽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 Novembre-Décembre 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 = 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* = 122 stations suivantes :

100%, *47FM*, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis, 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, Là 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 Jérico, 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, Tendence Ouest, TFM, Top Music, Totem, **Toulouse FM**, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM ex Vire FM, Vibration, Voltage.

* En italique figurent les nouvelles stations intégrant le couplage.

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 Novembre-Décembre 2009, allant du 2 novembre 2009 au 3 janvier 2010, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Le 2 novembre**, lancement du Grand Débat sur l'identité nationale.
- **Le 12 novembre** marque le début de la campagne de vaccination de Grippe A. Plusieurs millions de personnes se font vacciner en quelques semaines.
- **Le 18 novembre**, l'équipe de France de football est qualifiée pour la Coupe du Monde 2010 grâce à une « main » de Thierry Henry.
- **Le 15 décembre**, Johnny Hallyday, hospitalisé à Los Angeles, sort du coma artificiel.

L'actualité française est également marquée par le décès de l'anthropologue Claude Lévi-Strauss, annoncé **le 3 novembre**.

Des événements météorologiques ont émaillé l'actualité : **le 14 décembre**, activation du plan Grand Froid dans une douzaine de départements. **Le 18 décembre**, plusieurs rames d'Eurostar tombent en panne, à cause du froid. **Le 21 décembre**, des chutes de neige perturbent à nouveau l'Eurostar, ainsi que le RER. Dans le Sud-Est, 2 millions de personnes sont privées d'électricité.

Cette période est également marquée par plusieurs journées de manifestations et de grèves : sur plusieurs lignes du RER, **les 9 et 10 novembre**, et **du 14 au 24 décembre**, et à Radio France, **du 21 au 23 décembre**.

A l'international :

- **Le 9 novembre**, commémorations du vingtième anniversaire de la chute du Mur de Berlin.
- **Du 7 au 18 décembre**, sommet international de Copenhague de l'ONU sur le climat.
- **Le 25 décembre**, tentative d'attentat à bord d'un vol Amsterdam-Detroit.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 2 novembre 2009 et le 3 janvier 2010 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **23 269** interviews pour la période lundi-vendredi, et **11 743** 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.