

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

**Enquête MEDIAMETRIE Grilles Radio d'Eté  
L'audience de la Radio en Juillet-Août 2010**

**Source : Médiamétrie Grilles Radio d'Eté Juillet-Août 2010 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ pp. 2-3
- L'audience des couplages publicitaires \_\_\_\_\_ p. 4
- L'audience des agrégats par statut et la définition des indicateurs \_\_\_\_\_ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et des agrégats par format \_\_\_\_\_ p. 6
- Les événements sur la période et les caractéristiques de l'enquête \_\_\_\_\_ p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de l'enquête des Grilles Radio d'Eté 2010, réalisée auprès de **13 529 personnes âgées de 13 ans et plus**, résidents ou vacanciers, sur une période de 9 semaines allant du **28 juin au 29 août 2010**, en France métropolitaine.

Du fait d'une méthodologie spécialement adaptée à la période d'été, ces résultats d'audience ne peuvent être comparés qu'à des résultats portant sur une période Juillet-Août précédente. Ils ne peuvent pas être comparés à ceux de l'enquête 126 000 Radio portant sur des périodes différentes.

**L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)**

	Juillet-Août 2010					Juillet-Août 2009				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
<b>Lundi-Vendredi</b>										
<b>13 ans et plus</b>	11,4	5 920	75,5	39 295	2h52	11,9	6 162	75,0	38 935	3h00
<b>Résidents</b>	11,7	5 307	76,3	34 619	2h55	12,3	5 522	76,7	34 497	3h02
<b>Vacanciers</b>	9,1	613	69,6	4 675	2h30	9,2	640	63,8	4 438	2h44
<b>Samedi-Dimanche</b>										
<b>13 ans et plus</b>	9,3	4 843	68,2	35 499	2h36	9,6	4 999	67,0	34 778	2h44

**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

### Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

<sup>(1)</sup> 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> Composition du GIE Les Indépendants en p.6

	JUILLET-AOÛT 2010			JUILLET-AOÛT 2009		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>75,5</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>75,0</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <b>Total</b>	<b>35,9</b>	<b>2h30</b>	<b>41,6</b>	<b>34,6</b>	<b>2h40</b>	<b>40,8</b>
<i>dont</i>						
EUROPE 1	8,2	2h03	7,8	7,7	2h12	7,5
FRANCE BLEU	6,6	2h03	6,3	6,6	2h18	6,7
FRANCE INTER	9,1	2h05	8,8	8,7	2h13	8,5
RMC	6,4	2h03	6,1	5,8	2h02	5,3
RTL	11,1	2h22	12,1	11,3	2h29	12,4
<i>Programmes musicaux</i> <b>Total</b>	<b>36,9</b>	<b>2h00</b>	<b>34,3</b>	<b>37,2</b>	<b>2h04</b>	<b>34,3</b>
<i>dont</i>						
CHERIE FM	3,8	1h34	2,8	4,1	1h39	3,0
FUN RADIO	6,7	1h28	4,5	6,6	1h23	4,0
MFM	1,3	1h36	1,0	1,2	1h45	1,0
NOSTALGIE	6,2	1h41	4,8	6,7	1h57	5,8
NRJ	8,7	1h32	6,2	9,4	1h20	5,5
RFM	3,7	1h33	2,7	3,7	1h44	2,8
RIRE ET CHANSONS	3,0	1h02	1,4	2,9	1h11	1,5
RTL2	4,6	1h34	3,4	4,3	1h21	2,6
SKYROCK	6,2	1h35	4,5	6,4	1h39	4,6
VIRGIN RADIO	4,6	1h18	2,7	4,7	1h26	3,0
<i>Programmes thématiques</i> <b>Total</b>	<b>11,3</b>	<b>1h26</b>	<b>7,5</b>	<b>11,9</b>	<b>1h28</b>	<b>7,7</b>
<i>dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,6	1h36	1,2	1,4	1h45	1,1
FRANCE INFO	7,4	1h00	3,5	8,4	1h04	4,0
FRANCE MUSIQUE	1,3	1h51	1,2	1,3	1h53	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,3	1h51	1,1	1,3	1h45	1,0
<i>Programmes locaux</i> <b>Total</b>	<b>16,0</b>	<b>1h47</b>	<b>13,2</b>	<b>16,6</b>	<b>2h00</b>	<b>14,7</b>
<i>dont</i>						
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,9	1h28	1,3	2,4	1h54	2,0
Composé de (nombre de stations)		<b>(561 stations)</b>			<b>(551 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS <sup>(3)</sup>	12,7	1h45	10,3	12,2	1h53	10,2
Composé de (nombre de stations)		<b>(126 stations)</b>			<b>(120 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE	1,0	1h43	0,8	ND	ND	ND

ND = Non Disponible.

# L'AUDIENCE DE LA RADIO EN SAMEDI-DIMANCHE

## Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

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

	JUILLET-AOÛT 2010			JUILLET-AOÛT 2009		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>68,2</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	<b>67,0</b>	<b>2h44</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <b>Total</b>	<b>30,8</b>	<b>2h18</b>	<b>40,1</b>	<b>28,8</b>	<b>2h24</b>	<b>37,9</b>
<i>dont</i>						
EUROPE 1	6,2	1h50	6,4	6,8	1h52	7,0
FRANCE BLEU	5,9	2h09	7,1	5,3	2h06	6,1
FRANCE INTER	8,4	1h52	8,8	7,4	2h22	9,5
RMC	5,4	1h55	5,8	4,3	1h47	4,2
RTL	8,8	2h18	11,4	8,3	2h20	10,6
<i>Programmes musicaux</i> <b>Total</b>	<b>32,2</b>	<b>1h49</b>	<b>32,9</b>	<b>32,7</b>	<b>1h54</b>	<b>33,9</b>
<i>dont</i>						
CHERIE FM	3,4	1h24	2,7	3,5	1h27	2,8
FUN RADIO	5,4	1h26	4,4	5,6	1h34	4,8
MFM	1,2	1h13	0,9	1,0	1h29	0,8
NOSTALGIE	5,6	1h41	5,4	6,0	1h46	5,7
NRJ	7,5	1h17	5,4	7,8	1h17	5,4
RFM	2,8	1h42	2,6	3,4	1h38	3,0
RIRE ET CHANSONS	2,4	1h02	1,4	2,3	1h16	1,6
RTL2	3,4	1h25	2,7	3,6	1h30	2,9
SKYROCK	5,7	1h24	4,5	5,0	1h22	3,7
VIRGIN RADIO	3,2	1h26	2,6	3,9	1h16	2,7
<i>Programmes thématiques</i> <b>Total</b>	<b>11,4</b>	<b>1h19</b>	<b>8,5</b>	<b>9,6</b>	<b>1h29</b>	<b>7,8</b>
<i>dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,8	1h18	1,3	1,1	1h50	1,1
FRANCE INFO	7,7	0h59	4,3	6,5	1h03	3,7
FRANCE MUSIQUE	1,2	1h45	1,1	0,9	1h43	0,9
RADIO CLASSIQUE	1,4	1h41	1,3	1,4	1h54	1,4
<i>Programmes locaux</i> <b>Total</b>	<b>14,7</b>	<b>1h46</b>	<b>14,7</b>	<b>14,6</b>	<b>2h10</b>	<b>17,3</b>
<i>dont</i>						
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,3	1h42	2,2	2,0	2h05	2,3
Composé de (nombre de stations)		<b>(561 stations)</b>			<b>(551 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS <sup>(3)</sup>	11,1	1h37	10,1	10,3	2h01	11,3
Composé de (nombre de stations)		<b>(126 stations)</b>			<b>(120 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE	0,7	1h14	0,5	ND	ND	ND

ND = Non Disponible.

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup>

### Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

<sup>(1)</sup> 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2010			JUILLET-AOÛT 2009		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>						
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>75,5</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>75,0</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	19,6	1h40	15,2	20,7	1h44	15,9
NRJ GLOBAL	20,6	1h42	16,2	21,5	1h46	16,8
ADULTS ONLY	13,0	1h40	10,0	13,6	1h53	11,3
IP RADIO	21,6	2h00	20,0	21,4	2h01	19,0
FIRST MUSIC	11,1	1h32	7,9	10,7	1h24	6,6
FIRST PREMIUM	15,3	2h11	15,5	15,2	2h13	15,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h29	0,8	1,1	1h22	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	15,8	1h49	13,3	15,5	1h58	13,6
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,3	1h22	0,8	1,1	1h24	0,7
LIP !	2,2	1h30	1,6	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,7	1h44	11,0	13,1	1h51	10,8
LES INDEPENDANTS	12,7	1h45	10,3	12,2	1h53	10,2
SUD + WIT	1,1	1h30	0,7	ND	ND	ND
PUISSANCE CAPITALE	1,8	1h15	1,0	1,9	1h19	1,1
LES PARISIENNES	1,9	1h37	1,4	1,9	1h39	1,4
SKYREGIE	6,3	1h33	4,6	6,5	1h38	4,7
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>						
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>68,2</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	<b>67,0</b>	<b>2h44</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	17,5	1h30	14,9	17,8	1h36	15,6
NRJ GLOBAL	18,5	1h30	15,8	18,5	1h37	16,4
ADULTS ONLY	11,8	1h33	10,3	11,9	1h41	11,0
IP RADIO	17,0	1h56	18,5	16,8	2h00	18,4
FIRST MUSIC	8,6	1h28	7,1	9,0	1h34	7,7
FIRST PREMIUM	11,9	2h07	14,1	11,6	2h09	13,6
FIRST ILE DE FRANCE	0,8	1h08	0,5	0,8	1h45	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	11,9	1h48	12,2	14,0	1h45	13,4
LAGARDERE METROPOLES IDF	0,9	1h26	0,8	1,0	1h19	0,7
LIP !	1,6	1h21	1,2	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	11,8	1h37	10,8	10,8	2h01	11,9
LES INDEPENDANTS	11,1	1h37	10,1	10,3	2h01	11,3
SUD + WIT	0,7	1h39	0,6	ND	ND	ND
PUISSANCE CAPITALE	1,6	1h10	1,0	1,8	1h46	1,7
LES PARISIENNES	2,0	1h23	1,6	1,8	2h11	2,1
SKYREGIE	5,8	1h24	4,6	5,1	1h24	3,9

ND=Non Disponible. <sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur la période Juillet-Août 2010 figure en page 6. Le nom et / ou la composition pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

## L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT

### Ensemble des 13 ans et plus (5h-24h)

(1) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

	JUILLET-AOÛT 2010			JUILLET-AOÛT 2009		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>						
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>75,5</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>75,0</b>	<b>3h00</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	23,2	2h02	21,9	23,8	2h08	22,6
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	23,2	2h02	21,8	23,6	2h08	22,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	61,5	2h35	73,4	60,6	2h42	72,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	1,9	1h28	1,3	2,4	1h54	2,0
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	4,2	1h42	3,3	4,7	1h27	3,0
<b>SAMEDI-DIMANCHE</b>						
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>68,2</b>	<b>2h36</b>	<b>100,0</b>	<b>67,0</b>	<b>2h44</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	22,1	1h53	23,5	19,2	2h07	22,2
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	22,0	1h53	23,4	19,1	2h06	21,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	53,7	2h19	70,5	53,7	2h27	72,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,3	1h42	2,2	2,0	2h05	2,3
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	4,0	1h42	3,8	3,9	1h37	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 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'Écoute 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.

## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Juillet-Août 2010, 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 IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF
- **LIP !** = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, RFM IDF, RTL2 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, Only Raï, Radio Alfa, Tropiques FM, Voltage
- **Les Parisiennes** = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz
- **Skyrégie** = Chante France, Skyrock
- **Les Indépendants** = 126 stations suivantes :

100%, 47FM, Activ Radio, Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis, Canal FM, Champagne FM, Cocktail FM, Collines FM/La Radio du Bocage, Contact, Delta FM, Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex Florival, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie, Générations, Gold FM, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio de la Mer, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magic La Radio, Magnum La Radio, Mistral FM, Mixx, Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM, ODS Radio, Only Raï, 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, Radio Dreyeckland, Radio Emotion, Radio Espace, Radio FG, Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Métropolys ex Roc FM, Radio Mont-Blanc, Grand Sud FM ex Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Sun FM, Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, Virage Radio ex Couleur 3, 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

*L'actualité de la période Juillet-Août 2010 a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :*

- **Le 6 juillet**, Eric Woerth est accusé d'avoir reçu de l'argent de Liliane Bettencourt dans le but de financer la campagne présidentielle de Nicolas Sarkozy. Il annonce sa démission du poste de trésorier de l'UMP, **le 13 juillet**.
- **Le 11 juillet**, l'Espagne remporte pour la première fois la Coupe du Monde de football, en battant les Pays-Bas en finale (1-0).
- **Le 17 juillet**, un homme appartenant à la communauté des gens du voyage est tué par un gendarme. Le lendemain, des hommes attaquent la gendarmerie de Saint-Aignan. Cet événement va déclencher le débat sur les Roms.
- **Le 25 juillet**, Alberto Contador remporte son troisième Tour de France.
- Les sportifs français s'illustrent lors des championnats d'Europe d'athlétisme, **du 27 juillet au 1<sup>er</sup> août**, et de natation, **du 4 au 15 août**, en remportant des dizaines de médailles.
- **Le 19 août** ont lieu les premières expulsions de Roms vers la Roumanie.
- La période a également été marquée par de multiples catastrophes naturelles dans le monde : canicule en Russie provoquant de gigantesques incendies, inondations meurtrières au Pakistan, et pluies torrentielles dans le Nord-Est de la Chine.

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

L'enquête a été réalisée du **28 juin au 29 août 2010** auprès de la population âgée de 13 ans et plus, résidant en France : **11 598** personnes interrogées pour la période lundi-vendredi et **5 794** pour la période samedi-dimanche. Deux catégories de population ont été interrogées :

- ✓ **Les résidents** : personnes à leur domicile ou en déplacement de moins de quatre jours, qu'ils exercent ou non leur activité professionnelle.
- ✓ **Les vacanciers au sens INSEE** : individus hors de leur domicile habituel pour au moins quatre jours consécutifs pour des raisons personnelles (vacances, congés, visites familiales,...).

L'enquête « **Médiamétrie Vacances 2010** » a été réalisée entre le 30 août et le 6 septembre 2010 auprès de 3 248 personnes afin d'ajuster les objectifs de redressement de l'échantillon de l'Enquête Grilles Radio d'Eté, en recensant l'ensemble des séjours, week-end ou périodes de vacances, pendant lesquels les individus sont partis hors de leur domicile entre le 28 juin et le 29 août 2010.

L'enquête **Grilles Radio d'Eté** a été réalisée par téléphone entre 17h30 et 21h30. Les vacanciers étaient joints sur leur téléphone mobile s'ils en avaient un à disposition et, à défaut, sur un téléphone fixe. Les résidents étaient interrogés sur leur ligne de téléphone fixe (numéro géographique ou commençant par « 09 ») ou, à défaut, sur un téléphone mobile, lorsqu'ils étaient « Exclusifs mobile ».

L'audience de la Radio a été recueillie sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview). Un contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et géographique de l'échantillon a été assuré, avec une équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.

Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x **520 750** = nombre d'auditeurs. Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.