

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Septembre-Octobre 2010

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Septembre-Octobre 2010 - 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 **30 août au 31 octobre 2010**, mesurée auprès de **30 087 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 2010, aucun JMA n'a été relevé.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2010	AVRIL-JUIN 2010	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2009
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	65	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	4	0
Nombre de jours de vacances scolaires	8	10	7
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	76,6	77,3	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)

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010					AVRIL-JUIN 2010					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009				
	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	12,3	6 397	81,6	42 486	2h52	12,1	6 298	80,9	42 115	2h50	12,4	6 432	80,2	41 623	2h56
Samedi- Dimanche	9,1	4 760	69,5	36 172	2h30	9,3	4 841	69,9	36 375	2h32	9,6	5 008	71,1	36 896	2h35

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)

		SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			AVRIL-JUIN 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		81,6	2h52	100,0	80,9	2h50	100,0	80,2	2h56	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		38,8	2h29	41,1	37,8	2h31	41,3	38,1	2h36	42,1
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		9,7	1h57	8,1	8,7	2h02	7,7	9,7	2h05	8,6
FRANCE BLEU		6,9	1h56	5,7	6,9	1h58	5,9	6,9	2h05	6,1
FRANCE INTER		10,0	2h05	8,9	10,3	2h07	9,5	10,2	2h14	9,7
RMC		7,1	1h57	5,9	6,8	1h57	5,7	6,5	1h55	5,3
RTL		12,3	2h18	12,1	12,1	2h16	11,9	11,8	2h23	12,0
<i>Programmes musicaux</i> Total		40,9	1h54	33,2	40,8	1h53	33,5	41,3	1h56	33,8
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,6	1h39	3,2	4,6	1h27	2,9	4,8	1h28	3,0
FUN RADIO		7,7	1h16	4,2	7,4	1h19	4,2	7,2	1h17	3,9
MFM RADIO		1,0	1h17	0,6	1,2	1h09	0,6	1,4	1h19	0,8
NOSTALGIE		6,5	1h40	4,6	6,5	1h31	4,3	7,0	1h43	5,1
NRJ		10,7	1h16	5,8	9,8	1h17	5,5	10,0	1h19	5,6
RFM		4,4	1h38	3,1	4,2	1h31	2,8	4,6	1h35	3,1
RIRE ET CHANSONS		3,6	1h09	1,8	3,4	1h09	1,7	3,9	1h07	1,8
RTL2		4,5	1h27	2,8	4,8	1h27	3,0	4,6	1h30	3,0
SKYROCK		7,4	1h23	4,4	8,1	1h31	5,3	7,6	1h24	4,5
VIRGIN RADIO		4,7	1h17	2,6	4,7	1h21	2,7	4,7	1h16	2,5
<i>Programmes thématiques</i> Total		12,6	1h23	7,4	12,7	1h25	7,8	12,8	1h27	7,9
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h36	1,1	1,7	1h23	1,0	1,6	1h40	1,2
FRANCE INFO		8,2	0h57	3,4	8,2	1h01	3,6	8,6	1h01	3,8
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h39	0,9	1,2	1h32	0,8	1,4	1h46	1,0
RADIO CLASSIQUE		1,9	1h58	1,6	1,7	2h11	1,6	1,7	1h52	1,3
<i>Programmes locaux</i> Total		19,5	1h48	15,0	19,1	1h45	14,6	18,2	1h44	13,5
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVEES ASSOCIATIVES		2,3	1h38	1,6	2,2	1h43	1,6	2,4	1h34	1,6
Composé de (nombre de stations)			(561 stations)			(559 stations)			(551 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		15,9	1h43	11,7	15,3	1h42	11,4	14,1	1h42	10,2
Composé de (nombre de stations)			(127 stations)			(126 stations)			(120 stations)	

L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			AVRIL-JUIN 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	69,5	2h30	100,0	69,9	2h32	100,0	71,1	2h35	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	31,5	2h14	40,5	30,1	2h17	38,9	31,6	2h21	40,5
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,1	1h46	7,2	6,5	1h44	6,4	7,5	1h50	7,5
FRANCE BLEU	5,8	2h10	7,3	5,5	2h09	6,7	5,9	2h06	6,8
FRANCE INTER	8,3	2h08	10,2	7,6	2h07	9,1	8,7	2h08	10,1
RMC	4,9	1h30	4,3	4,5	1h46	4,6	4,4	1h45	4,2
RTL	8,8	2h14	11,2	9,2	2h15	11,7	9,5	2h13	11,5
<i>Programmes musicaux</i> Total	32,2	1h42	31,6	33,8	1h45	33,6	34,5	1h43	32,3
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	3,4	1h25	2,8	3,4	1h20	2,5	3,4	1h29	2,7
FUN RADIO	6,1	1h09	4,0	6,3	1h21	4,8	6,1	1h23	4,6
MFM RADIO	1,0	1h21	0,7	1,1	1h23	0,8	1,1	0h55	0,5
NOSTALGIE	4,3	1h36	4,0	5,7	1h48	5,8	6,3	1h33	5,3
NRJ	8,0	1h17	5,9	7,9	1h23	6,2	8,3	1h11	5,4
RFM	3,1	1h31	2,7	3,2	1h21	2,5	3,4	1h34	2,9
RIRE ET CHANSONS	2,3	1h06	1,5	2,1	1h10	1,4	2,4	1h00	1,3
RTL2	3,5	1h15	2,5	3,4	1h12	2,3	3,2	1h15	2,2
SKYROCK	6,3	1h23	5,0	6,7	1h14	4,7	6,2	1h20	4,5
VIRGIN RADIO	3,7	1h00	2,2	3,7	1h05	2,3	3,6	1h17	2,5
<i>Programmes thématiques</i> Total	9,7	1h31	8,5	10,1	1h27	8,3	10,6	1h29	8,6
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,4	1h28	1,2	1,5	1h48	1,5	1,4	1h38	1,2
FRANCE INFO	5,9	1h02	3,5	6,0	1h00	3,4	7,0	1h00	3,9
FRANCE MUSIQUE	1,5	1h35	1,4	1,3	1h44	1,3	1,2	2h00	1,3
RADIO CLASSIQUE	1,6	2h04	1,9	1,6	1h40	1,5	1,6	1h59	1,7
<i>Programmes locaux</i> Total	15,9	1h44	15,8	15,8	1h49	16,3	16,1	1h43	15,1
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,1	1h42	2,1	2,1	1h59	2,3	1,9	1h44	1,8
Composé de (nombre de stations)		(561 stations)			(559 stations)			(551 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,5	1h42	12,2	12,5	1h42	12,0	12,6	1h36	11,0
Composé de (nombre de stations)		(127 stations)			(126 stations)			(120 stations)	

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

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

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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			AVRIL-JUIN 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,6	2h52	100,0	80,9	2h50	100,0	80,2	2h56	100,0
GROUPE NRJ	22,6	1h35	15,4	21,9	1h31	14,4	23,0	1h36	15,6
NRJ GLOBAL	23,3	1h36	15,9	22,7	1h31	15,0	24,0	1h36	16,4
ADULTS ONLY	14,1	1h41	10,2	14,3	1h32	9,6	15,5	1h38	10,7
IP RADIO	23,4	1h54	19,1	23,2	1h54	19,2	22,7	1h57	18,9
FIRST MUSIC	11,9	1h22	7,0	11,9	1h25	7,3	11,5	1h24	6,9
FIRST ILE DE FRANCE	1,4	1h14	0,7	1,3	1h04	0,6	1,4	1h22	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	18,0	1h47	13,8	16,9	1h49	13,3	18,1	1h53	14,4
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,7	1h23	1,0	1,5	1h26	0,9	1,6	1h08	0,8
LIP !	2,9	1h25	1,7	2,5	1h24	1,5	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,8	1h42	12,2	16,2	1h44	12,2	15,0	1h42	10,8
LES INDEPENDANTS	15,9	1h43	11,7	15,3	1h42	11,4	14,1	1h42	10,2
SUD + WIT	1,0	1h24	0,6	ND	ND	ND	1,0	1h28	0,6
PUISSANCE CAPITALE	2,1	1h23	1,2	2,3	1h25	1,4	2,0	1h26	1,2
LES PARISIENNES	2,5	1h34	1,7	2,8	1h23	1,7	2,1	1h30	1,3
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,5	2h30	100,0	69,9	2h32	100,0	71,1	2h35	100,0
GROUPE NRJ	16,5	1h30	14,2	17,4	1h37	15,9	19,0	1h25	14,7
NRJ GLOBAL	17,3	1h30	15,0	18,2	1h38	16,8	19,7	1h25	15,3
ADULTS ONLY	10,2	1h32	9,0	11,2	1h40	10,5	12,3	1h28	9,9
IP RADIO	17,7	1h44	17,8	18,2	1h50	18,8	18,2	1h51	18,3
FIRST MUSIC	9,3	1h13	6,5	9,4	1h20	7,1	9,2	1h21	6,8
FIRST ILE DE FRANCE	1,0	1h02	0,6	1,0	1h07	0,6	1,1	1h05	0,6
LAGARDERE PUBLICITE	13,5	1h34	12,3	13,0	1h32	11,3	14,2	1h42	13,2
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,1	1h12	0,8	1,6	1h24	1,2	1,3	1h08	0,8
LIP !	1,9	1h15	1,4	2,4	1h21	1,9	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,0	1h41	12,7	13,2	1h41	12,5	13,2	1h35	11,4
LES INDEPENDANTS	12,5	1h42	12,2	12,5	1h42	12,0	12,6	1h36	11,0
SUD + WIT	0,6	1h15	0,4	ND	ND	ND	0,7	1h19	0,5
PUISSANCE CAPITALE	1,7	1h48	1,8	2,3	1h29	2,0	2,3	1h30	1,9
LES PARISIENNES	2,4	1h23	1,9	2,0	1h27	1,6	2,1	1h35	1,8

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2010 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% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			AVRIL-JUIN 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	81,6	2h52	100,0	80,9	2h50	100,0	80,2	2h56	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,1	1h57	21,1	25,5	1h59	21,9	25,8	2h05	22,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,0	1h57	20,9	25,3	1h59	21,8	25,7	2h04	22,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	67,9	2h33	74,1	66,5	2h33	73,6	65,9	2h36	72,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h38	1,6	2,2	1h43	1,6	2,4	1h34	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,6	1h36	3,2	4,4	1h31	2,9	3,9	1h42	2,8
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	69,5	2h30	100,0	69,9	2h32	100,0	71,1	2h35	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	20,8	2h02	24,4	20,1	2h03	23,3	22,1	2h00	24,2
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	20,7	2h02	24,2	20,0	2h03	23,2	22,0	2h00	24,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	55,3	2h12	69,9	56,5	2h14	71,5	57,0	2h16	70,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,1	1h42	2,1	2,1	1h59	2,3	1,9	1h44	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,6	1h42	3,5	3,5	1h26	2,9	3,6	1h44	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 2010, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

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

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

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, 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, RTL2 IDF, 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, Urban Hit ex-Only Raï, Voltage

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

Les Indépendants* = 127 stations suivantes :

100%, 47FM, Activ Radio, Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM, Champagne FM, **Chante France**, 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, Grand Sud FM ex Radio Narbonne Méditerranée, 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, Métropolys ex Roc FM, Mistral FM, Mixx, Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM, 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, 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 Mont-Blanc, 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, Tendence Ouest, TFM, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit ex Only Raï, Variation, VFM, Vibration, Virage Radio ex Couleur 3, Voltage.

** La nouvelle station intégrant le couplage Les Indépendants apparaît en gras italique.*

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 2010, allant du 30 août au 31 octobre 2010, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France, l'ensemble de la période est marqué par des mouvements de grèves et de manifestations contre le projet de loi de réforme des retraites, affectant les services publics et les antennes de Radio France, notamment lors de plusieurs journées de mobilisation nationale, **les 7 et 23 septembre**, ainsi que **les 2, 12, 19 et 28 octobre**. A partir du **12 octobre**, le mouvement se durcit et s'étend aux raffineries et dépôts pétroliers, puis aux lycéens et étudiants. **Le 27 octobre**, la loi est définitivement adoptée par le Parlement.

- **Le 20 septembre**, l'Etat annonce des menaces terroristes sur le sol français. **Le 27 octobre**, une vidéo authentifiée d'Oussama Ben Laden menace la France.
- **Le 5 octobre**, Jérôme Kerviel est condamné à trois ans de prison ferme et au remboursement de 4,9 milliards d'euros à la Société Générale.
- **Le 8 octobre**, l'opposant chinois Liu Xiaobo, emprisonné dans son pays, reçoit le prix Nobel de la paix.
- **Le 13 octobre**, une trentaine de mineurs chiliens, bloqués sous terre pendant plus de 2 mois, sont remontés à la surface lors d'une opération de secours spectaculaire et très médiatisée.
- A partir du **21 octobre**, une épidémie de choléra frappe durement Haïti, provoquant un grand nombre de décès et d'hospitalisations.

L'actualité française a également été marquée par les décès du réalisateur Claude Chabrol, **le 12 septembre**, du prix Nobel de physique, Georges Charpak, **le 29 septembre**, et de l'ancien maire de Montpellier, Georges Frêche, **le 24 octobre**.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 30 août et le 31 octobre 2010 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **27 507** interviews pour la période lundi-vendredi, et **11 756** 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 **520 750** = 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.