

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Novembre-Décembre 2010

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Novembre-Décembre 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 **1^{er} novembre 2010 au 2 janvier 2011**, mesurée auprès de **30 138 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 2010, **9 JMA ont été relevés : le lundi 1er novembre, le jeudi 11 novembre, le vendredi 12 novembre, le vendredi 24 décembre, ainsi que la semaine du lundi 27 au vendredi 31 décembre 2010.**

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	NOVEMBRE- DECEMBRE 2010	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2010	NOVEMBRE- DECEMBRE 2009
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	45	45	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	9	0	8
Nombre de jours de vacances scolaires	13	8	13
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	74,7	76,6	75,2

⁽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-DECEMBRE 2010					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010					NOVEMBRE-DECEMBRE 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	12,6	6 562	82,1	42 756	2h55	12,3	6 397	81,6	42 486	2h52	12,5	6 493	81,5	42 320	2h55
Samedi- Dimanche	8,8	4 597	67,4	35 086	2h29	9,1	4 760	69,5	36 172	2h30	9,6	4 962	71,1	36 896	2h33

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.mediapmetrie.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% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

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

(3) Composition du GIE Les Indés Radios en p.6

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			NOVEMBRE-DECEMBRE 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	82,1	2h55	100,0	81,6	2h52	100,0	81,5	2h55	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	38,7	2h39	42,8	38,8	2h29	41,1	39,0	2h36	42,7
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	8,9	2h00	7,4	9,7	1h57	8,1	9,9	2h03	8,6
FRANCE BLEU	7,5	2h08	6,7	6,9	1h56	5,7	7,1	2h06	6,3
FRANCE INTER	10,1	2h17	9,6	10,0	2h05	8,9	10,1	2h16	9,6
RMC	7,0	2h01	5,9	7,1	1h57	5,9	6,8	1h51	5,3
RTL	13,2	2h18	12,7	12,3	2h18	12,1	12,7	2h20	12,4
<i>Programmes musicaux</i> Total	40,9	1h52	32,0	40,9	1h54	33,2	41,6	1h55	33,5
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,3	1h29	2,7	4,6	1h39	3,2	4,6	1h40	3,2
FUN RADIO	7,4	1h19	4,1	7,7	1h16	4,2	7,2	1h20	4,1
MFM RADIO	1,2	1h29	0,7	1,0	1h17	0,6	1,4	1h24	0,8
NOSTALGIE	6,3	1h35	4,2	6,5	1h40	4,6	7,1	1h40	5,0
NRJ	10,4	1h25	6,2	10,7	1h16	5,8	9,8	1h17	5,3
RFM	4,4	1h34	2,9	4,4	1h38	3,1	4,6	1h26	2,8
RIRE ET CHANSONS	3,4	0h59	1,4	3,6	1h09	1,8	3,7	1h09	1,8
RTL2	4,6	1h32	3,0	4,5	1h27	2,8	4,6	1h23	2,7
SKYROCK	7,6	1h23	4,4	7,4	1h23	4,4	7,5	1h26	4,5
VIRGIN RADIO	4,4	1h16	2,3	4,7	1h17	2,6	5,2	1h22	3,0
<i>Programmes thématiques</i> Total	13,3	1h31	8,4	12,6	1h23	7,4	13,6	1h23	7,9
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,8	1h41	1,2	1,6	1h36	1,1	1,6	1h37	1,1
FRANCE INFO	8,4	0h59	3,4	8,2	0h57	3,4	9,1	0h58	3,7
FRANCE MUSIQUE	1,4	1h40	1,0	1,3	1h39	0,9	1,5	1h26	0,9
RADIO CLASSIQUE	2,1	2h14	2,0	1,9	1h58	1,6	2,0	1h54	1,6
<i>Programmes locaux</i> Total	19,5	1h46	14,4	19,5	1h48	15,0	18,9	1h39	13,1
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,2	1h49	1,6	2,3	1h38	1,6	2,5	1h46	1,8
Composé de (nombre de stations)		(561 stations)			(561 stations)			(553 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾	16,1	1h41	11,3	15,9	1h43	11,7	14,7	1h33	9,6
Composé de (nombre de stations)		(128 stations)			(127 stations)			(122 stations)	
<i>dont</i> : ALOUETTE	1,0	1h39	0,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible

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 Indés Radios en p.6

		NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			NOVEMBRE-DECEMBRE 2009		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		67,4	2h29	100,0	69,5	2h30	100,0	71,1	2h33	100,0
Programmes généralistes		30,3	2h17	41,2	31,5	2h14	40,5	31,7	2h21	41,0
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		6,3	1h44	6,5	7,1	1h46	7,2	7,4	1h51	7,5
FRANCE BLEU		6,4	2h08	8,2	5,8	2h10	7,3	5,1	2h14	6,2
FRANCE INTER		7,7	1h59	9,2	8,3	2h08	10,2	8,9	2h09	10,6
RMC		4,8	1h38	4,7	4,9	1h30	4,3	4,7	1h32	4,0
RTL		8,8	2h15	11,9	8,8	2h14	11,2	9,6	2h21	12,4
Programmes musicaux		31,6	1h43	32,2	32,2	1h42	31,6	33,4	1h45	32,1
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		3,6	1h35	3,4	3,4	1h25	2,8	3,3	1h23	2,5
FUN RADIO		5,8	1h21	4,7	6,1	1h09	4,0	5,9	1h14	4,0
MFM RADIO		0,8	0h55	0,4	1,0	1h21	0,7	0,9	1h12	0,6
NOSTALGIE		4,7	1h29	4,1	4,3	1h36	4,0	5,9	1h43	5,5
NRJ		7,2	1h16	5,4	8,0	1h17	5,9	8,2	1h14	5,5
RFM		3,1	1h14	2,3	3,1	1h31	2,7	3,8	1h33	3,3
RIRE ET CHANSONS		2,6	0h57	1,5	2,3	1h06	1,5	2,8	1h01	1,6
RTL2		2,7	1h24	2,3	3,5	1h15	2,5	3,6	1h18	2,6
SKYROCK		5,9	1h37	5,7	6,3	1h23	5,0	5,3	1h15	3,6
VIRGIN RADIO		3,0	1h13	2,2	3,7	1h00	2,2	3,9	1h11	2,5
Programmes thématiques		10,4	1h27	9,0	9,7	1h31	8,5	10,7	1h29	8,7
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,6	1h35	1,5	1,4	1h28	1,2	1,7	1h50	1,7
FRANCE INFO		6,4	0h59	3,7	5,9	1h02	3,5	5,8	0h54	2,9
FRANCE MUSIQUE		1,2	1h43	1,2	1,5	1h35	1,4	1,2	1h36	1,1
RADIO CLASSIQUE		1,6	1h52	1,8	1,6	2h04	1,9	2,0	2h11	2,3
Programmes locaux		14,4	1h40	14,3	15,9	1h44	15,8	16,1	1h40	14,8
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,3	1h36	2,2	2,1	1h42	2,1	2,0	1h33	1,8
Composé de (nombre de stations)			(561 stations)			(561 stations)			(553 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		11,0	1h35	10,4	12,5	1h42	12,2	12,4	1h40	11,4
Composé de (nombre de stations)			(128 stations)			(127 stations)			(122 stations)	
<i>dont</i> : ALOUETTE		0,6	1h31	0,5	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND = Non Disponible

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

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			NOVEMBRE-DECEMBRE 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,1	2h55	100,0	81,6	2h52	100,0	81,5	2h55	100,0
GROUPE NRJ	22,3	1h33	14,4	22,6	1h35	15,4	22,7	1h36	15,3
NRJ GLOBAL	23,1	1h35	15,2	23,3	1h36	15,9	23,7	1h37	16,1
ADULTS ONLY	13,9	1h33	9,0	14,1	1h41	10,2	15,3	1h40	10,8
IP RADIO	24,1	1h57	19,7	23,4	1h54	19,1	23,4	1h57	19,2
FIRST MUSIC	11,7	1h26	7,0	11,9	1h22	7,0	11,5	1h24	6,8
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h04	0,6	1,4	1h14	0,7	1,4	1h20	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	17,2	1h47	12,8	18,0	1h47	13,8	18,9	1h49	14,5
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,6	1h22	0,9	1,7	1h23	1,0	1,8	1h21	1,0
LIP !	2,7	1h18	1,5	2,9	1h25	1,7	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	17,2	1h42	12,1	16,8	1h42	12,2	15,6	1h34	10,3
LES INDES RADIOS	16,1	1h41	11,3	15,9	1h43	11,7	14,7	1h33	9,6
SUD + WIT	1,2	1h38	0,8	1,0	1h24	0,6	1,0	1h27	0,6
PUISSANCE CAPITALE	2,3	1h25	1,4	2,1	1h23	1,2	1,9	1h11	0,9
LES PARISIENNES	2,7	1h21	1,5	2,5	1h34	1,7	2,8	1h26	1,7
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	67,4	2h29	100,0	69,5	2h30	100,0	71,1	2h33	100,0
GROUPE NRJ	16,9	1h26	14,5	16,5	1h30	14,2	18,4	1h30	15,2
NRJ GLOBAL	17,4	1h26	14,9	17,3	1h30	15,0	18,9	1h31	15,8
ADULTS ONLY	10,9	1h27	9,4	10,2	1h32	9,0	11,8	1h35	10,2
IP RADIO	16,7	1h53	18,8	17,7	1h44	17,8	18,3	1h53	19,0
FIRST MUSIC	8,4	1h23	7,0	9,3	1h13	6,5	9,3	1h17	6,6
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h29	1,0	1,0	1h02	0,6	1,3	1h08	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	12,2	1h32	11,2	13,5	1h34	12,3	14,6	1h40	13,4
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,1	1h12	0,8	1,1	1h12	0,8	1,4	1h31	1,2
LIP !	2,0	1h30	1,8	1,9	1h15	1,4	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	11,8	1h36	11,2	13,0	1h41	12,7	13,1	1h38	11,8
LES INDES RADIOS	11,0	1h35	10,4	12,5	1h42	12,2	12,4	1h40	11,4
SUD + WIT	0,8	1h46	0,8	0,6	1h15	0,4	0,7	1h04	0,4
PUISSANCE CAPITALE	1,7	1h27	1,5	1,7	1h48	1,8	2,1	1h03	1,2
LES PARISIENNES	1,8	1h22	1,5	2,4	1h23	1,9	2,1	1h46	2,0

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 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

NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2010			NOVEMBRE-DECEMBRE 2009		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GENERAL	82,1	2h55	100,0	81,6	2h52	100,0	81,5	2h55	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,6	2h08	22,8	25,1	1h57	21,1	26,5	2h02	22,7
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,3	2h08	22,6	25,0	1h57	20,9	26,3	2h03	22,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,9	2h32	73,1	67,9	2h33	74,1	68,2	2h32	72,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,2	1h49	1,6	2,3	1h38	1,6	2,5	1h46	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,6	1h36	2,4	4,6	1h36	3,2	4,4	1h33	2,9

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	67,4	2h29	100,0	69,5	2h30	100,0	71,1	2h33	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,2	1h58	24,9	20,8	2h02	24,4	20,8	2h03	23,5
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,0	1h58	24,6	20,7	2h02	24,2	20,6	2h03	23,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	52,9	2h12	69,6	55,3	2h12	69,9	57,1	2h16	71,3
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h36	2,2	2,1	1h42	2,1	2,0	1h33	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,2	1h48	3,4	3,6	1h42	3,5	3,4	1h46	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 Mouvement.

⁽⁵⁾ **Les radios 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 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 Indés Radios, Sud Radio, Wit FM

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

Puissance Capitale = Ado, 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 Indés Radios* = 128 stations suivantes :

100 %, 47 FM, Activ Radio (42), Ado, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM (02, 59), Champagne FM, Chante France, Cocktail FM (14, 27), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (NORD), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, **E FM**, Echo FM (02), ECN, Emotion, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM (87), Flor FM, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2, FGL - Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon (62), Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations (75), 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, La La Radio, La Radio de la Mer, La Radio Plus (Rhône Alpes), Littoral FM, Lyon 1ère, Magic La Radio, Magnum La Radio, Métropolys ex Roc FM (59, 62), Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17, 86), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM (61), Océane FM (35, 44, 56), ODS Radio, Or FM, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur (06), Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 76, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo (57), Radio Latina, Radio Liberté (67), Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), 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 (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio ex Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendances Ouest, TFM, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit ex Only Raï, Variation, VFM (14), Vibration, Virage Radio ex Couleur 3, Voltage.

* La nouvelle station intégrant le couplage Les Indés Radios 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 Radio, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio.

Les programmes thématiques : BFM Business, 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 2010, allant du 1^{er} novembre 2010 au 2 janvier 2011, 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 marquée par des perturbations météorologiques. **Le 12 novembre**, un avis de tempête est déposé pour le Nord-Ouest de la France. **A partir du 8 décembre**, des épisodes neigeux paralysent de nombreuses régions, dont l'Île de France, et perturbent fortement les transports et les aéroports.

- **Le 14 novembre**, le nouveau gouvernement de François Fillon est annoncé officiellement.
- **Le 15 novembre**, début de polémique autour du Médiator, médicament qui aurait provoqué entre 500 et 2 000 morts en 30 ans.
- **Le 5 décembre**, l'équipe de France de tennis s'incline 3-2 face à la Serbie, en finale de la Coupe Davis.
- **Le 13 décembre**, une prise d'otage dans une école maternelle de Besançon se dénoue par la libération, sains et saufs, de 21 enfants et leur institutrice.

A l'international :

- **Le 2 novembre**, aux Etats-Unis, le Parti démocrate de Barack Obama essuie une lourde défaite, en perdant la majorité à la Chambre des représentants.
- **Le 23 novembre**, la Corée du Nord attaque la Corée du Sud, en lançant des obus sur l'île de Yeonpyeong.
- **Le 29 novembre**, des documents diplomatiques américains, secrets ou confidentiels, sont révélés sur le site Internet Wikileaks et publiés dans cinq grands titres de presse américains et européens.
- **Le 2 décembre**, en Côte d'Ivoire, le conseil constitutionnel invalide les résultats de l'élection présidentielle. Laurent Gbagbo et Alassane Ouattara se proclament tous les deux vainqueurs. **Le 16 décembre**, des incidents éclatent entre les partisans des deux présidents proclamés.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 1^{er} novembre 2010 et le 2 janvier 2011 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **22 382** interviews pour la période lundi-vendredi, et **11 744** 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.