

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2012

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Janvier-Mars 2012 - 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 janvier au 1^{er} avril 2012**, mesurée auprès de **33 108 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 Janvier-Mars 2012, un JMA a été relevé : le lundi 2 janvier 2012.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Janvier-Mars 2012	Novembre- Décembre 2011	Janvier-Mars 2011
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	45	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	1	9	0
Nombre de jours de vacances scolaires	11	13	10
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,3	75,7	76,8

⁽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)

	JANVIER-MARS 2012					NOVEMBRE-DECEMBRE 2011					JANVIER-MARS 2011				
	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	12,7	6 686	82,1	43 203	2h56	12,3	6 464	82,8	43 336	2h50	12,4	6 515	82,4	43 125	2h52
Samedi-Dimanche	9,5	4 979	70,8	37 243	2h32	9,1	4 790	69,6	36 443	2h30	9,0	4 690	70,8	37 080	2h24

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% = 526 400 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition des Indés Radios en p.6

	JANVIER-MARS 2012			NOVEMBRE-DECEMBRE 2011			JANVIER-MARS 2011		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	82,1	2h56	100,0	82,8	2h50	100,0	82,4	2h52	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	38,7	2h36	41,7	39,4	2h32	42,6	38,9	2h37	43,0
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,0	1h57	7,2	9,4	1h54	7,6	9,1	1h58	7,6
FRANCE BLEU	7,2	2h08	6,3	7,1	2h04	6,2	7,2	2h02	6,2
FRANCE INTER	11,0	2h17	10,4	10,8	2h10	10,0	10,6	2h12	9,9
RMC	7,0	2h04	6,0	7,9	1h58	6,6	7,0	2h06	6,2
RTL	11,7	2h22	11,5	11,8	2h22	11,9	12,6	2h22	12,6
<i>Programmes musicaux</i> Total	40,8	1h53	31,8	41,1	1h46	30,9	41,6	1h50	32,3
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,4	1h32	2,8	4,2	1h17	2,3	4,7	1h22	2,7
FUN RADIO	7,2	1h17	3,8	7,4	1h14	3,9	7,9	1h17	4,3
MFM RADIO	1,3	1h11	0,6	1,1	1h15	0,6	ND	ND	ND
NOSTALGIE	6,0	1h42	4,3	6,2	1h33	4,1	6,2	1h42	4,5
NRJ	11,1	1h25	6,5	11,4	1h17	6,3	10,8	1h17	5,9
RFM	4,3	1h37	2,9	4,6	1h26	2,8	4,3	1h33	2,8
RIRE ET CHANSONS	3,4	1h01	1,4	3,9	1h00	1,6	3,8	1h02	1,7
RTL2	4,9	1h27	2,9	4,9	1h18	2,7	4,9	1h22	2,8
SKYROCK	7,3	1h22	4,1	7,3	1h22	4,3	7,9	1h22	4,5
VIRGIN RADIO	4,5	1h11	2,2	4,6	1h05	2,1	4,7	1h15	2,4
<i>Programmes thématiques</i> Total	14,3	1h31	9,0	14,2	1h27	8,8	13,3	1h20	7,5
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,9	1h42	1,3	1,9	1h37	1,3	1,7	1h33	1,1
FRANCE INFO	9,0	1h01	3,8	9,0	0h57	3,6	8,9	0h57	3,6
FRANCE MUSIQUE	1,5	1h47	1,1	1,6	1h49	1,3	1,3	1h40	0,9
RADIO CLASSIQUE	2,3	2h03	2,0	2,1	1h57	1,8	1,9	1h42	1,4
<i>Programmes locaux</i> Total	19,6	1h48	14,7	19,5	1h45	14,5	19,6	1h46	14,6
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,4	1h42	1,7	2,0	1h45	1,5	2,2	2h01	1,9
Composé de (nombre de stations)		(554 stations)			(556 stations)			(557 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾	15,8	1h44	11,4	15,9	1h41	11,4	16,0	1h41	11,4
Composé de (nombre de stations)		(123 stations)			(123 stations)			(128 stations)	

ND = Non Disponible.

L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

(1) 1% = 526 400 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition des Indés Radios en p.6

		JANVIER-MARS 2012			NOVEMBRE-DECEMBRE 2011			JANVIER-MARS 2011		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		70,8	2h32	100,0	69,6	2h30	100,0	70,8	2h24	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		32,4	2h15	40,5	31,2	2h17	40,9	31,1	2h09	39,3
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		7,0	1h51	7,2	6,4	1h47	6,5	6,7	1h41	6,7
FRANCE BLEU		6,1	1h54	6,4	6,7	2h12	8,5	6,0	2h01	7,1
FRANCE INTER		9,4	2h00	10,4	8,2	2h15	10,7	8,5	1h56	9,6
RMC		5,6	1h43	5,3	5,0	1h25	4,1	5,0	1h36	4,7
RTL		9,3	2h07	10,9	9,4	2h01	11,0	8,8	2h05	10,8
<i>Programmes musicaux</i> Total		32,0	1h43	30,6	32,3	1h45	32,5	33,0	1h43	33,3
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		3,0	1h25	2,4	3,0	1h29	2,6	3,6	1h28	3,1
FUN RADIO		5,5	1h18	3,9	5,6	1h20	4,3	6,2	1h18	4,7
MFM RADIO		0,9	1h06	0,6	1,1	1h10	0,7	ND	ND	ND
NOSTALGIE		4,6	1h37	4,2	4,7	1h34	4,2	5,3	1h33	4,8
NRJ		8,6	1h18	6,2	8,1	1h11	5,6	8,0	1h10	5,5
RFM		3,1	1h32	2,6	3,6	1h26	2,9	3,4	1h41	3,4
RIRE ET CHANSONS		2,5	1h13	1,7	2,4	0h57	1,3	2,6	1h03	1,6
RTL2		2,9	1h27	2,3	3,2	1h21	2,5	3,7	1h11	2,5
SKYROCK		6,3	1h21	4,7	6,5	1h37	6,0	6,3	1h17	4,8
VIRGIN RADIO		3,5	0h55	1,8	3,8	1h02	2,3	3,2	1h08	2,1
<i>Programmes thématiques</i> Total		11,7	1h31	9,9	11,5	1h25	9,4	10,3	1h29	9,0
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,8	1h33	1,5	1,7	1h33	1,5	1,3	1h38	1,2
FRANCE INFO		7,0	0h57	3,7	7,2	1h00	4,2	6,8	1h02	4,1
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h46	1,4	1,4	1h32	1,2	1,2	2h00	1,4
RADIO CLASSIQUE		2,1	2h08	2,5	1,7	1h59	1,9	1,5	1h54	1,7
<i>Programmes locaux</i> Total		15,6	1h49	15,8	14,5	1h42	14,2	16,3	1h35	15,2
<i>Dont</i>										
RADIO PRIVÉES ASSOCIATIVES		2,1	1h53	2,2	1,8	1h52	1,9	2,4	1h24	1,9
Composé de (nombre de stations)			(554 stations)			(556 stations)			(557 stations)	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS ⁽³⁾		12,0	1h44	11,6	11,2	1h35	10,2	12,6	1h32	11,3
Composé de (nombre de stations)			(123 stations)			(123 stations)			(128 stations)	

ND = Non Disponible.

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

⁽¹⁾ 1% = 526 400 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2012			NOVEMBRE-DECEMBRE 2011			JANVIER-MARS 2011		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,1	2h56	100,0	82,8	2h50	100,0	82,4	2h52	100,0
GROUPE NRJ	22,5	1h36	15,0	23,2	1h27	14,3	23,1	1h30	14,7
NRJ GLOBAL	23,4	1h37	15,6	23,8	1h28	14,9	23,7	1h31	15,2
ADULTS ONLY	13,6	1h37	9,1	13,9	1h28	8,7	14,2	1h33	9,3
WOMEN ONLY	5,5	1h29	3,4	5,2	1h19	2,9	ND	ND	ND
IP RADIO	22,7	1h57	18,3	22,9	1h54	18,5	24,1	1h56	19,7
FIRST MUSIC	11,8	1h23	6,8	11,9	1h18	6,6	12,4	1h21	7,1
FIRST ILE DE FRANCE	1,4	1h13	0,7	1,3	1h12	0,7	1,7	1h08	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	17,0	1h46	12,4	17,8	1h41	12,7	17,5	1h45	13,0
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	1h25	0,8	1,5	1h06	0,7	1,4	1h20	0,8
LIP !	2,5	1h26	1,5	2,6	1h18	1,4	2,8	1h20	1,6
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,7	1h44	12,0	16,7	1h39	11,7	16,9	1h41	12,0
LES INDES RADIOS	15,8	1h44	11,4	15,9	1h41	11,4	16,0	1h41	11,4
LES INDES CAPITALE	3,0	1h24	1,7	3,0	1h24	1,8	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	2,4	1h39	1,7	2,3	1h28	1,5	ND	ND	ND
NOVA AND FRIENDS	1,4	1h44	1,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,8	2h32	100,0	69,6	2h30	100,0	70,8	2h24	100,0
GROUPE NRJ	17,4	1h30	14,5	16,6	1h26	13,7	17,6	1h27	15,0
NRJ GLOBAL	18,2	1h29	15,1	17,5	1h26	14,4	18,2	1h27	15,6
ADULTS ONLY	10,4	1h31	8,8	10,1	1h31	8,8	11,1	1h33	10,1
WOMEN ONLY	3,9	1h21	3,0	4,0	1h27	3,3	ND	ND	ND
IP RADIO	17,1	1h49	17,2	17,7	1h44	17,7	18,1	1h42	18,0
FIRST MUSIC	8,1	1h23	6,3	8,6	1h22	6,8	9,7	1h16	7,3
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	1h26	0,7	1,0	0h53	0,5	1,2	1h04	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	13,4	1h37	12,0	13,3	1h33	11,9	12,8	1h37	12,2
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,1	1h27	0,9	1,3	1h03	0,8	0,9	1h25	0,7
LIP !	1,9	1h33	1,6	2,1	1h03	1,3	1,9	1h17	1,4
TF1 PUBLICITE RADIOS	12,4	1h43	11,9	11,8	1h34	10,6	13,3	1h32	12,0
LES INDES RADIOS	12,0	1h44	11,6	11,2	1h35	10,2	12,6	1h32	11,3
LES INDES CAPITALE	2,1	1h48	2,1	1,7	1h33	1,5	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,8	1h43	1,7	1,7	1h38	1,6	ND	ND	ND
NOVA AND FRIENDS	1,1	1h46	1,1	ND	ND	ND	ND	ND	ND

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2012 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% = 526 400 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2012			NOVEMBRE-DECEMBRE 2011			JANVIER-MARS 2011		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,1	2h56	100,0	82,8	2h50	100,0	82,4	2h52	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,3	2h08	24,1	27,0	2h04	23,7	26,2	2h03	22,7
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	27,1	2h08	24,0	26,8	2h03	23,5	26,0	2h03	22,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	66,7	2h35	71,4	68,3	2h28	71,6	68,1	2h32	72,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h42	1,7	2,0	1h45	1,5	2,2	2h01	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,1	1h38	2,8	4,8	1h33	3,2	4,2	1h28	2,6
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,8	2h32	100,0	69,6	2h30	100,0	70,8	2h24	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,3	1h58	24,4	22,7	2h04	27,0	21,4	1h58	24,8
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,2	1h58	24,3	22,5	2h04	26,8	21,3	1h58	24,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	55,6	2h16	70,2	54,7	2h09	68,0	56,2	2h07	70,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,1	1h53	2,2	1,8	1h52	1,9	2,4	1h24	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,7	1h32	3,2	3,3	1h38	3,1	3,1	1h47	3,3

⁽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'.

⁽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 Janvier-Mars 2012, 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

Women Only = Chérie FM, MFM Radio

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, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Publicité Radios = Les Indés Radios, Sud Radio, Wit FM

Les Indés Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Radio Latina, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Les Parisiennes = Chante France, Radio FG, Radio Nova, TSF JAZZ

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 123 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio (42), Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1/Alpes 1 Rhône-Alpes, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM (02, 59), Champagne FM, Chante France, 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, Happy FM, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio Plus (Rhône Alpes), Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Métropolys (59, 62), Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17, 86), Mona FM, Montagne FM, MTI, Nice Radio, Océane FM (35, 44, 56), ODS Radio, Or FM, Ouï 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 Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendence Ouest, TFM, Tonic Radio ex Hit et Sport, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF JAZZ, Urban Hit, Variation, VFM (14), Vibration, Virage Radio, 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 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 Janvier-Mars 2012, allant du 2 janvier au 1^{er} avril 2012, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

L'ensemble de la période a été marquée par la campagne présidentielle. **Le 4 janvier**, le candidat PS, François Hollande, tient son premier meeting. **Le 15 février**, Nicolas Sarkozy annonce officiellement sa candidature au Journal de 20h sur TF1. **Le 19 mars**, le Conseil constitutionnel valide la liste des 10 candidats. **A partir du 20 mars**, les stations de radio et les chaînes de télévision doivent respecter l'égalité des temps de parole entre les 10 candidats.

- **Le 14 janvier**, l'agence de notation Standard and Poor's dégrade la note de la France qui perd son triple A.
- **Le 15 janvier**, le paquebot de croisière Costa Concordia fait naufrage au large des côtes italiennes, faisant 32 morts dont plusieurs Français.
- **Le 11 février**, la chanteuse américaine Whitney Houston décède à l'âge de 48 ans.
- **Le 26 février**, le film The Artist recueille 5 récompenses aux Oscars, dont celui du meilleur acteur pour Jean Dujardin.
- **Le 13 mars**, un accident d'autocar en Suisse fait 28 morts, dont 22 enfants originaires de Belgique.
- **Le 19 mars**, une tuerie dans une école juive de Toulouse fait 4 morts, dont 3 enfants. Cette tuerie intervient après les meurtres de trois militaires les jours précédents à Montauban et à Toulouse. **Du 19 au 24 mars**, le plan Vigipirate couleur écarlate, le plus haut niveau d'alerte, est déclenché dans le Sud-Ouest, pour la première fois en France. **Le 21 mars**, le suspect de la tuerie de Toulouse, Mohamed Merah, est encerclé par le RAID dans l'appartement dans lequel il s'est retranché. **Le 22 mars**, il est tué par le RAID après 32 heures de siège.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 2 janvier et le 1^{er} avril 2012 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **29 843** interviews pour la période lundi-vendredi, et **12 949** 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.
- ✓ Les interviews sont réalisées entre 17h30 et 21h30 sur téléphone fixe (y compris sur les numéros commençant par 09) et sur téléphone mobile afin d'optimiser la joignabilité de la population par téléphone.
- ✓ 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 **526 400** = 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).