

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Avril-Juin 2009

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Avril-Juin 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 **30 mars au 28 juin 2009**, mesurée auprès de **33 087 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 Avril-Juin 2009, **6 JMA ont été relevés : les lundi 13 avril, vendredi 1er mai, vendredi 8 mai, jeudi 21 mai, vendredi 22 mai et lundi 1er juin**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	AVRIL-JUIN 2009	JANVIER-MARS 2009	AVRIL-JUIN 2008
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	65	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	6	5	5
Nombre de jours de vacances scolaires	10	15	10
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	75,9	74,8	76,5

⁽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)

	AVRIL-JUIN 2009					JANVIER-MARS 2009					AVRIL-JUIN 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	12,7	6 615	80,9	41 986	3h00	13,0	6 774	81,5	42 307	3h03	12,9	6 626	81,6	41 941	3h00
Samedi-Dimanche	9,9	5 162	70,1	36 375	2h42	9,7	5 032	71,4	37 087	2h35	9,6	4 946	70,1	36 031	2h37

Pour toute information : Isabelle MAURICE - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : imaurice@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediaprom.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

		AVRIL-JUIN 2009			JANVIER-MARS 2009			AVRIL-JUIN 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		80,9	3h00	100,0	81,5	3h03	100,0	81,6	3h00	100,0
Programmes généralistes		38,2	2h42	42,6	38,3	2h43	42,1	37,8	2h40	41,0
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		9,1	2h07	8,0	9,4	2h08	8,1	8,8	2h03	7,4
FRANCE BLEU		6,5	2h06	5,6	6,9	2h00	5,5	6,8	2h01	5,6
FRANCE INTER		10,3	2h18	9,8	10,2	2h26	10,0	9,8	2h10	8,7
RMC		6,7	2h10	6,0	6,4	2h03	5,3	6,2	2h07	5,4
RTL		12,1	2h30	12,5	12,3	2h32	12,5	12,8	2h33	13,3
SUD RADIO		1,0	1h51	0,7	1,0	1h48	0,7	1,0	1h51	0,8
Programmes musicaux		41,3	1h56	33,0	41,3	1h59	33,1	41,6	2h02	34,6
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,4	1h34	2,8	4,4	1h43	3,0	4,1	1h33	2,6
FUN RADIO		7,0	1h20	3,9	6,6	1h14	3,3	6,7	1h26	4,0
MFM		1,3	1h15	0,6	1,3	1h30	0,8	1,5	1h29	0,9
NOSTALGIE		7,0	1h40	4,8	6,6	1h47	4,8	7,2	1h46	5,2
NRJ		10,0	1h22	5,6	10,6	1h22	5,8	10,5	1h32	6,6
RFM		4,5	1h43	3,2	4,4	1h41	3,0	4,5	1h37	3,0
RIRE ET CHANSONS		3,4	1h00	1,4	3,4	1h13	1,7	3,4	1h14	1,7
RTL2		4,7	1h27	2,8	4,9	1h32	3,0	4,8	1h38	3,2
SKYROCK		7,9	1h23	4,5	7,7	1h23	4,3	7,4	1h23	4,2
VIRGIN RADIO		5,1	1h21	2,8	5,1	1h25	2,9	5,4	1h21	3,0
Programmes thématiques		12,9	1h24	7,5	13,3	1h30	8,1	12,6	1h28	7,5
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,5	1h42	1,1	1,4	1h38	0,9	1,4	1h57	1,1
FRANCE INFO		8,5	0h58	3,4	8,9	1h00	3,6	8,7	0h59	3,5
FRANCE MUSIQUE		1,6	1h24	0,9	1,7	1h53	1,3	1,3	1h51	1,0
RADIO CLASSIQUE		1,9	1h57	1,6	2,0	2h05	1,7	1,5	2h08	1,3
Programmes locaux		19,0	1h49	14,3	19,1	1h50	14,1	19,3	1h44	13,7
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,1	1h55	1,7	2,3	1h52	1,8	2,7	1h37	1,8
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(551 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,8	1h42	10,4	14,8	1h42	10,1	14,7	1h41	10,1
Composé de (nombre de stations)			(120 stations)			(118 stations)			(111 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

		AVRIL-JUIN 2009			JANVIER-MARS 2009			AVRIL-JUIN 2008		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		70,1	2h42	100,0	71,4	2h35	100,0	70,1	2h37	100,0
Programmes généralistes <i>Total</i>		31,6	2h27	40,9	31,4	2h23	40,7	31,1	2h18	39,1
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		7,1	1h58	7,4	6,9	1h44	6,5	6,4	1h50	6,4
FRANCE BLEU		5,3	1h56	5,4	5,7	2h08	6,6	5,6	1h48	5,5
FRANCE INTER		8,6	2h12	10,0	9,0	2h10	10,6	8,0	2h16	10,0
RMC		4,9	2h00	5,2	4,5	1h54	4,6	4,3	1h32	3,6
RTL		9,6	2h26	12,4	9,3	2h20	11,7	9,7	2h27	13,0
SUD RADIO		0,7	1h33	0,5	0,6	1h57	0,6	0,8	1h31	0,7
Programmes musicaux <i>Total</i>		33,3	1h52	32,9	33,6	1h46	32,3	33,1	1h50	33,2
<i>dont</i>										
CHERIE FM		3,3	1h35	2,8	3,2	1h15	2,2	2,8	1h46	2,7
FUN RADIO		5,7	1h17	3,9	5,3	1h15	3,6	5,1	1h22	3,8
MFM		0,9	1h35	0,7	1,1	1h18	0,7	1,1	2h07	1,2
NOSTALGIE		5,9	1h53	5,9	5,6	1h31	4,7	5,1	1h45	4,9
NRJ		7,8	1h20	5,5	8,0	1h31	6,7	7,9	1h27	6,3
RFM		3,4	1h39	3,0	2,9	1h36	2,5	3,1	1h32	2,6
RIRE ET CHANSONS		2,3	1h04	1,3	2,4	0h58	1,3	2,6	0h58	1,4
RTL2		3,5	1h16	2,3	3,7	1h19	2,6	3,8	1h16	2,6
SKYROCK		6,1	1h32	4,9	6,5	1h26	5,1	6,2	1h22	4,6
VIRGIN RADIO		3,6	1h07	2,1	4,1	1h06	2,5	4,3	1h09	2,7
Programmes thématiques <i>Total</i>		10,4	1h27	8,0	10,7	1h21	7,9	9,8	1h38	8,8
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,2	1h43	1,1	1,4	1h20	1,0	1,1	1h32	0,9
FRANCE INFO		6,8	1h04	3,8	7,0	0h56	3,6	6,8	1h06	4,1
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h40	1,2	1,3	1h50	1,3	1,3	2h08	1,5
RADIO CLASSIQUE		1,5	2h06	1,7	1,5	1h56	1,6	1,2	2h31	1,7
Programmes locaux <i>Total</i>		16,3	1h48	15,5	16,3	1h48	16,0	16,2	1h43	15,2
<i>dont</i>										
RADIO PRIVEES ASSOCIATIVES		2,5	1h48	2,4	2,5	1h42	2,3	2,2	1h55	2,3
Composé de (nombre de stations)			(551 stations)			(551 stations)			(545 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		12,1	1h40	10,7	12,1	1h41	11,0	12,2	1h36	10,6
Composé de (nombre de stations)			(120 stations)			(118 stations)			(111 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

	AVRIL-JUIN 2009			JANVIER-MARS 2009			AVRIL-JUIN 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,9	3h00	100,0	81,5	3h03	100,0	81,6	3h00	100,0
GROUPE NRJ	22,5	1h35	14,7	22,6	1h41	15,3	22,8	1h43	16,1
NRJ GLOBAL	23,4	1h35	15,3	23,5	1h42	16,1	23,8	1h44	16,9
ADULTS ONLY	14,7	1h36	9,7	14,3	1h46	10,2	14,7	1h43	10,4
IP RADIO	22,8	2h02	19,1	22,7	2h04	18,9	23,4	2h09	20,4
FIRST MUSIC 20-40	11,4	1h25	6,7	11,2	1h25	6,4	11,3	1h33	7,2
FIRST PREMIUM	16,3	2h16	15,3	16,7	2h19	15,6	17,1	2h21	16,5
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h02	0,5	1,3	1h01	0,5	1,5	1h26	0,9
LAGARDERE PUBLICITE	18,0	1h55	14,2	18,1	1h56	14,1	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,5	1h30	0,9	1,7	1h24	1,0	1,9	1h22	1,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,0	1h43	11,3	16,0	1h43	11,1	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	14,8	1h42	10,4	14,8	1h42	10,1	14,7	1h41	10,1
SUD + WIT	1,2	1h46	0,9	1,3	1h52	1,0	1,3	1h50	1,0
PUISSANCE CAPITALE	2,4	1h33	1,5	2,3	1h24	1,3	2,0	1h05	0,9
LES PARISIENNES	2,3	1h18	1,2	2,3	1h32	1,5	2,4	1h22	1,3
SKYREGIE	8,1	1h21	4,5	7,7	1h22	4,3	7,6	1h22	4,2
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,1	2h42	100,0	71,4	2h35	100,0	70,1	2h37	100,0
GROUPE NRJ	17,9	1h39	15,6	17,6	1h32	14,8	16,9	1h39	15,3
NRJ GLOBAL	18,5	1h40	16,3	18,4	1h33	15,5	17,7	1h42	16,5
ADULTS ONLY	11,6	1h45	10,8	11,4	1h26	8,9	10,7	1h45	10,2
IP RADIO	18,0	1h57	18,5	17,8	1h51	17,9	17,7	2h00	19,4
FIRST MUSIC 20-40	9,0	1h18	6,2	8,9	1h18	6,2	8,6	1h22	6,4
FIRST PREMIUM	12,8	2h10	14,7	12,6	2h05	14,3	13,1	2h11	15,6
FIRST ILE DE FRANCE	1,0	1h09	0,6	1,2	1h12	0,8	1,2	1h20	0,9
LAGARDERE PUBLICITE	13,8	1h45	12,8	13,5	1h35	11,6	ND	ND	ND
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,3	1h43	1,2	1,1	1h08	0,7	1,5	1h18	1,1
TF1 PUBLICITE RADIOS	12,9	1h39	11,3	12,9	1h42	11,8	ND	ND	ND
LES INDEPENDANTS	12,1	1h40	10,7	12,1	1h41	11,0	12,2	1h36	10,6
SUD + WIT	0,9	1h23	0,6	0,8	1h50	0,8	1,0	1h31	0,8
PUISSANCE CAPITALE	2,1	1h40	1,9	2,2	1h42	2,0	2,1	1h15	1,4
LES PARISIENNES	1,9	1h44	1,7	2,1	1h41	1,9	1,9	1h25	1,5
SKYREGIE	6,1	1h31	4,9	6,7	1h28	5,3	6,3	1h21	4,7

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Avril-Juin 2009 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% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL-JUIN 2009			JANVIER-MARS 2009			AVRIL-JUIN 2008		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	80,9	3h00	100,0	81,5	3h03	100,0	81,6	3h00	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	25,7	2h03	21,8	26,0	2h08	22,4	25,3	2h02	21,1
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	25,5	2h03	21,7	25,9	2h08	22,3	25,2	2h02	20,9
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	66,9	2h40	73,5	67,0	2h41	72,7	67,4	2h41	73,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,1	1h55	1,7	2,3	1h52	1,8	2,7	1h37	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,7	1h35	3,1	4,8	1h38	3,2	5,1	1h36	3,3
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,1	2h42	100,0	71,4	2h35	100,0	70,1	2h37	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,3	2h00	22,6	22,6	1h59	24,3	21,1	2h00	23,0
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,2	2h00	22,5	22,4	1h59	24,1	20,8	2h00	22,8
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	55,9	2h26	71,9	56,5	2h17	69,8	55,3	2h20	70,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,5	1h48	2,4	2,5	1h42	2,3	2,2	1h55	2,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,0	1h28	3,1	3,9	1h42	3,6	4,7	1h35	4,1

⁽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 Mou', 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 Avril-Juin 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 20-40 = 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* = 120 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (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, La La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, **Magic La Radio**, Magnum La Radio, Mistral FM (13, 83), 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, 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 Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, 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, Roc FM (59, 62), RTS FM, RV1 (57), RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz, Variation, VFM, 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 Avril-Juin 2009, allant du 30 mars au 28 juin 2009, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Le 12 mai**, Jean-Luc Hees est nommé président du groupe Radio France sur proposition de Nicolas Sarkozy ; c'est la première nomination d'un dirigeant d'un groupe audiovisuel public dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel.
- **Le 30 mai**, les Girondins de Bordeaux remportent le championnat de France de Ligue 1 de football.
- **Le 1^{er} juin**, le vol AF447 d'Air France, qui assurait la liaison Rio-Paris, disparaît au-dessus de l'Atlantique, faisant 228 morts.
- **Le 6 juin**, Barack Obama assiste à la commémoration du débarquement du 6 juin 1944 sur les plages de Normandie.
- **Le 7 juin**, victoire historique de Roger Federer en finale des Internationaux de France de Roland Garros.
- **Le 7 juin**, les élections européennes sont marquées par un record d'abstention, avec une participation de 43%.
- **Le 21 juin**, Nicolas Sarkozy s'adresse au Parlement réuni en Congrès à Versailles. **Le 23 juin**, il remanie le gouvernement. Frédéric Mitterrand est nommé Ministre de la Culture et de la Communication.

La période est également marquée par des mouvements de grève de l'audiovisuel public : **le 7 avril**, les antennes de Radio France sont perturbées, et **le 12 mai**, Radio France Internationale entre dans une grève illimitée en réaction à un plan social.

A l'international :

- **Le 1^{er} avril**, le sommet du G20, à Londres, est émaillé de manifestations.
- **Le 6 avril**, un violent tremblement de terre touche le sud de l'Italie, faisant près de 200 morts.
- **Le 24 avril**, première alerte à la grippe porcine au Mexique et aux Etats-Unis. **Le 1^{er} mai**, 500 cas sont confirmés dans le monde, avec l'apparition des premières transmissions intra-européennes.
- **Le 13 juin**, la réélection du président iranien Mahmoud Ahmadinejad suscite de vives protestations donnant lieu à plusieurs journées de manifestations dans les rues de Téhéran.
- **Le 26 juin**, Michael Jackson, le "roi de la pop", décède à la suite d'une crise cardiaque à l'âge de 50 ans.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 30 mars et le 28 juin 2009 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **27 716** interviews pour la période lundi-vendredi, et **12 940** 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.