

Le 15 juillet 2003

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la Radio en avril - juin 2003

- L'audience du média Radio, les événements sur la période _____ p. 2
- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ pp. 3-4
- L'audience des couplages publicitaires, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ pp. 5-6
- L'audience des agrégats par format, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ pp. 7-8
- L'audience des agrégats par statut, lundi-vendredi et samedi-dimanche _____ p. 9
- Composition des couplages publicitaires, caractéristiques de l'enquête _____ p.10

Depuis septembre 2002, l'audience de la Radio est mesurée sur la population âgée de 13 ans et plus. Les résultats publiés dans ce communiqué portent sur l'audience de cette population. En conséquence, toute comparaison des résultats de la cible 13 ans et plus avec les résultats des vagues précédentes de la 75 000 + sur la cible des 15 ans et plus est dépourvue de signification.

Pour toute information : Christelle CROS - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ccros@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediаметrie.fr>

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations et réseaux souscripteurs à l'enquête atteignant 1 % d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h).

L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO

Population des 13 ans et plus	AVRIL - JUIN 2003					JANVIER - MARS 2003				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
LUNDI-VENDREDI										
5 h – 24 heures	13,2	6 555	83,7	41 499	180	14,0	6 930	86,8	43 039	184
7 h – 9 heures	25,0	12 409	50,3	24 952	60	26,8	13 270	54,9	27 227	58
SAMEDI-DIMANCHE										
5 h – 24 heures	11,0	5 432	76,9	38 119	162	11,0	5 432	75,9	37 656	164

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE D'UNE TRANCHE HORAIRE :

AM : AUDIENCE MOYENNE = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire, exprimée en pourcentage de la population ou en Milliers.

AC : AUDIENCE CUMULEE = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire, exprimé en pourcentage de la population ou en Milliers.

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête avril- juin 2003, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Jusqu'au 2 mai 2003 : Guerre en Irak.** Bagdad est assiégée par les troupes américaines le 5 avril et tombe le 9 avril. Le 2 mai, Georges W. Bush annonce la fin des combats.
- **Du 1^{er} avril au 7 mai 2003 :** 7 cas de pneumopathie atypique sont identifiés en France.
- **Du 3 avril au 19 juin : Grèves et manifestations contre la réforme du régime des retraites et la décentralisation dans l'Education Nationale :**
 - Le 3 avril : Plus de 400 000 personnes manifestent en France. Grèves de la RATP et de la SNCF qui perturbent fortement le trafic en Ile de France. 80 % du trafic aérien est annulé.
 - Le 6 mai : Grève des enseignants, grève des urgentistes en Ile de France. 5 000 salariés de la Banque de France manifestent à Paris.
 - Le 13 mai : Grève nationale du service public, 115 manifestations sont organisées à travers la France, réunissant de 1 à 2 millions de personnes. L'ensemble du service public est touché : l'Education Nationale, France Télécom, le Trésor Public, La Poste, Air France, la RATP, la SNCF. Grèves à France Télévisions, Radio France, Radio France Outre-Mer qui perturbent la programmation des chaînes et des stations et la diffusion des journaux d'information.
 - Du 14 au 16 mai : Grèves de la SNCF et de la RATP qui perturbent le trafic en Ile de France.
 - Du 14 mai au 19 juin : Grève des enseignants. 2 500 établissements sont touchés à travers la France.
 - Le 21 mai : Grève à Radio France qui perturbe essentiellement les journaux des stations.
 - Le 25 mai : 400 000 manifestants à Paris et une centaine de milliers en province. Grève à Radio France, les programmes sont très perturbés toute la journée.
 - Du 1^{er} au 12 juin : Grèves de la SNCF, de la RATP et des transports urbains en province.
 - Le 3 juin : journée de mobilisation nationale du service public. 1,5 millions de manifestants à travers la France. Grèves dans l'audiovisuel public qui perturbent la programmation de France 2, France 3, Radio France, Radio France International et Radio France Outre-Mer. Les quotidiens ne sont pas distribués.
 - Du 3 au 6 juin : Grève à Radio France : les programmes de France Inter et France Culture sont très perturbés.
 - Le 10 juin : Nouvelle journée de mobilisation du service public, Grèves de Radio France, de la SNCF, de la RATP et des transports urbains en province.
 - Du 17 au 18 juin : Grève à Radio France : les programmes de France Inter sont perturbés.
- **Le 18 mai :** 5 attentats suicides simultanés à Casablanca, au Maroc, font 40 morts, dont 3 Français, et 100 blessés.
- **Le 21 mai :** Un séisme de très forte amplitude fait plus de 2 200 morts et près de 7 000 blessés en Algérie.
- **Jours fériés :** les 21 avril (Pâques), 1er mai (Fête du travail), 8 mai (Victoire 1945), 29 mai (Ascension) et 9 juin (Pentecôte)

L'AUDIENCE DE LA RADIO LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	180	100,0	86,8	184	100,0
<i>Programmes généralistes</i> <i>Total</i>	36,4	159	38,4	38,6	161	39,0
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	9,6	123	7,8	10,0	127	8,0
FRANCE BLEU	6,6	130	5,7	6,7	137	5,8
FRANCE INTER	11,1	134	9,8	11,8	143	10,5
RMC INFO	3,2	129	2,8	3,3	113	2,3
RTL	11,4	152	11,5	12,6	146	11,5
<i>Programmes musicaux</i> <i>Total</i>	44,6	130	38,3	46,8	133	39,0
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	6,1	106	4,3	5,8	108	3,9
EUROPE 2	6,7	97	4,3	7,3	99	4,5
FUN RADIO	6,5	84	3,6	7,1	85	3,8
MFM	1,6	116	1,2	1,6	108	1,1
NOSTALGIE	8,0	109	5,8	8,1	119	6,1
NRJ	11,6	92	7,1	13,3	90	7,5
RFM	4,5	114	3,4	4,9	105	3,2
RIRE ET CHANSONS	3,5	66	1,5	4,0	75	1,9
RTL2	4,3	91	2,6	4,7	97	2,9
SKYROCK	7,2	93	4,4	7,0	92	4,1
<i>Programmes thématiques</i> <i>Total</i>	15,0	78	7,8	14,5	84	7,6
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,2	89	0,7	1,4	107	0,9
FRANCE INFO	11,6	63	4,9	10,6	64	4,2
FRANCE MUSIQUES	1,8	94	1,1	2,1	104	1,4
RADIO CLASSIQUE	1,2	95	0,8	1,1	88	0,6
<i>Programmes locaux</i> <i>Total</i>	17,1	109	12,4	16,2	111	11,3
<i>Dont</i>						
GROUPEMENT DES INDEPENDANTS (86 stations) ⁽²⁾	11,6	106	8,2	11,1	105	7,3

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

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	76,9	162	100,0	75,9	164	100,0
<i>Programmes généralistes</i> <i>Total</i>	32,6	138	36,0	31,2	146	36,4
<i>Dont</i>						
EUROPE 1	7,9	113	7,2	7,2	108	6,2
FRANCE BLEU	5,5	115	5,0	5,8	133	6,2
FRANCE INTER	9,2	124	9,1	8,7	125	8,8
RMC INFO	2,5	108	2,2	2,6	90	1,9
RTL	10,8	138	11,9	10,0	156	12,5
<i>Programmes musicaux</i> <i>Total</i>	38,6	122	37,7	38,6	122	37,8
<i>Dont</i>						
CHERIE FM	5,6	101	4,5	5,3	113	4,8
EUROPE 2	5,7	82	3,7	5,6	88	3,9
FUN RADIO	5,1	72	2,9	5,7	70	3,2
MFM	1,5	95	1,1	1,3	118	1,2
NOSTALGIE	6,9	107	5,9	7,5	104	6,2
NRJ	10,8	93	8,0	10,5	84	7,1
RFM	3,6	118	3,4	3,8	104	3,1
RIRE ET CHANSONS	2,7	65	1,4	2,8	71	1,6
RTL2	3,3	83	2,2	3,0	90	2,2
SKYROCK	6,6	83	4,4	6,1	92	4,5
<i>Programmes thématiques</i> <i>Total</i>	12,2	90	8,8	12,2	92	9,0
<i>Dont</i>						
FRANCE CULTURE	1,3	118	1,2	1,4	106	1,2
FRANCE INFO	9,1	65	4,7	9,0	66	4,8
FRANCE MUSIQUES	1,5	99	1,2	1,7	126	1,7
RADIO CLASSIQUE	0,9	168	1,2	1,1	120	1,0
<i>Programmes locaux</i> <i>Total</i>	15,3	110	13,6	15,1	114	13,9
<i>Dont</i>						
GROUPEMENT DES INDEPENDANTS (86 stations) ⁽²⁾	10,2	104	8,5	9,7	110	8,5

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽²⁾ LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

⁽¹⁾ 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	180	100,0	86,8	184	100,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	29,8	121	23,8	30,3	122	23,1
IP RADIO	23,5	127	19,8	25,7	126	20,2
GROUPE NRJ	26,2	108	18,8	27,9	111	19,4
LES INDEPENDANTS	11,6	106	8,2	11,1	105	7,3
LES PARISIENNES	2,0	70	0,9	1,9	70	0,9
LES FRANCILIENNES	3,0	94	1,8	2,9	95	1,8
LES MEGA PARISIENNES	3,1	92	1,9	3,0	99	1,9
LES MEGA FRANCILIENNES	3,9	106	2,8	4,0	112	2,8
SUD + WIT	1,1	117	0,9	1,3	120	1,0
L.A.P. IDF	2,6	102	1,7	2,4	97	1,5
IP RADIO IDF	1,6	87	0,9	1,9	76	0,9

⁽²⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période avril - juin 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

L'AUDIENGE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES⁽²⁾ SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENGE

AC : AUDIENGE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

PDA : PART D'AUDIENGE (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.

⁽¹⁾ 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	76,9	162	100,0	75,9	164	100,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,7	113	23,1	24,8	112	22,2
IP RADIO	20,5	115	19,0	20,1	125	20,1
GROUPE NRJ	23,3	106	19,8	23,4	105	19,7
LES INDEPENDANTS	10,2	104	8,5	9,7	110	8,5
LES PARISIENNES	1,8	85	1,2	1,7	91	1,2
LES FRANCILIENNES	2,6	94	2,0	2,5	96	1,9
LES MEGA PARISIENNES	2,6	100	2,1	2,6	109	2,2
LES MEGA FRANCILIENNES	3,4	105	2,9	3,4	109	2,9
SUD + WIT	0,9	106	0,8	1,1	116	1,0
L.A.P. IDF	2,0	117	1,9	1,9	91	1,4
IP RADIO IDF	1,2	63	0,6	1,3	75	0,8

⁽²⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période avril - juin 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR FORMAT LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	180	100,0	86,8	184	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽²⁾	36,4	159	38,4	38,6	161	39,0
Dont : PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽³⁾	22,8	152	22,9	24,2	149	22,7
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁴⁾	44,6	130	38,3	46,8	133	39,0
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁵⁾	15,0	78	7,8	14,5	84	7,6
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁶⁾	17,1	109	12,4	16,2	111	11,3
AUTRES PROGRAMMES	5,2	90	3,1	5,7	86	3,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁷⁾	28,9	121	23,2	29,0	131	23,8

⁽¹⁾ 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ **Les programmes généralistes** regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽³⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽⁴⁾ **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

⁽⁵⁾ **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

⁽⁶⁾ **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

⁽⁷⁾ **Radio France** : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUES, FRANCE CULTURE, LE MOUV', HECTOR, ELISA.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR FORMAT SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	76,9	162	100,0	75,9	164	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽²⁾	32,6	138	36,0	31,2	146	36,4
Dont : PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽³⁾	20,5	133	21,9	19,2	140	21,5
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁴⁾	38,6	122	37,7	38,6	122	37,8
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁵⁾	12,2	90	8,8	12,2	92	9,0
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁶⁾	15,3	110	13,6	15,1	114	13,9
AUTRES PROGRAMMES	5,1	97	4,0	4,4	82	2,9
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁷⁾	24,3	114	22,2	23,5	124	23,3

⁽¹⁾ 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ **Les programmes généralistes** regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽³⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽⁴⁾ **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

⁽⁵⁾ **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

⁽⁶⁾ **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

⁽⁷⁾ **Radio France** : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUES, FRANCE CULTURE, LE MOUV', HECTOR, ELISA.

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT LUNDI-VENDREDI et SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AC : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en 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.

	AVRIL - JUIN 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	83,7	180	100,0	86,8	184	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽²⁾	29,1	121	23,4	29,2	131	24,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽³⁾	67,5	160	71,5	70,0	161	70,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁴⁾	2,8	104	1,9	2,5	121	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁵⁾	5,3	92	3,2	5,8	87	3,2
SAMEDI-DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	76,9	162	100,0	75,9	164	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽²⁾	24,5	114	22,4	23,7	124	23,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽³⁾	61,0	145	71,0	60,1	147	70,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁴⁾	2,8	111	2,5	2,8	120	2,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁵⁾	5,3	98	4,1	4,6	86	3,1

⁽¹⁾ 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

⁽³⁾ Les radio privées commerciales regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

⁽⁴⁾ Les radios privées associatives regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

⁽⁵⁾ Les autres programmes regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

A compter de la période **avril - juin 2003**, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

Lagardère Active Publicité = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Active Publicité, Europe 1, Europe 2, Les Indépendants*, RFM

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

IP Radio = Fun Radio, MFM, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

Les Parisiennes = Ado FM, Radio Latina, Radio Nova, Voltage

Les Franciliennes = MFM IDF, Radio FG, TSF, Les Parisiennes

Les Méga Parisiennes = Skyrock IDF, Les Parisiennes

Les Méga Franciliennes = Skyrock IDF, Les Franciliennes

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

L.A.P. IDF = Europe 2 IDF, RFM IDF, OUI FM

IP Radio IDF = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

* **Les Indépendants** = 86 stations suivantes :

100 % FM, Ado FM, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis 99.2, Cannes Radio, Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact FM (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, Forum, Fréquence Horizon (ex Horizon 62), Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit West, Hot Radio (ex Belledonne FM), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Klip's FM, Lyon Sport, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM (59), Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Radio 6, Radio 8, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), RDL, Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérico, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'Auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil FM (56), Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage.

CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées auprès d'individus âgés de 13 ans et plus entre **le 31 mars et le 29 juin 2003** :
 - **18 438** pour la période lundi-vendredi,
 - **9 220** pour la période samedi-dimanche.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition entre les jours d'enquête.
- Interviews téléphoniques 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 **495 820** = nombre d'auditeurs.

Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.