



mediametrie

Le 16 juillet 2004

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la Radio en avril - juin 2004

Source : 75 000 + Radio - Avril-Juin 2004 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

- 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
- La composition des couplages publicitaires, les caractéristiques de l'enquête ____ p.10

L'audience de la Radio est mesurée sur la **population âgée de 13 ans et plus**. Les données de l'enquête ont été recueillies par interview téléphonique du **5 avril au 4 juillet 2004**.

A compter de septembre 2003, les personnes joignables exclusivement sur leur téléphone mobile sont interrogées dans l'enquête 75 000 + Radio.

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.mediametrie.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).

<http://www.mediametrie.fr>

55/63, rue Anatole France - 92532 LEVALLOIS-PERRET CEDEX - FRANCE
société anonyme au capital de 930 000 euros - rcs nanterre b 333 344 000 (90 b 05 262) - certifiée iso 9001

L'AUDIENGE DU MEDIA RADIO

Population des 13 ans et plus	AVRIL - JUIN 2004					JANVIER - MARS 2004					AVRIL - JUIN 2003				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
LUNDI-VENDREDI															
5 h – 24 heures	12,6	6 260	82,8	41 281	173	12,9	6 419	84,8	42 250	173	13,2	6 555	83,7	41 499	180
7 h – 9 heures	22,8	11 387	48,6	24 209	56	23,8	11 878	50,9	25 382	56	25,0	12 409	50,3	24 952	60
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h – 24 heures	9,5	4 721	72,8	36 270	148	9,8	4 894	74,2	36 986	151	11,0	5 432	76,9	38 119	162

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

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

AC : AUDIENGE 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 2004, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

➤ Sur l'ensemble de la période

Conflit en Irak : le 10 avril, un accord de cessez-le-feu est trouvé entre les troupes américaines et la « résistance islamique nationale », mais le conflit reprend dès le lendemain. **Le 13 avril**, la France appelle ses ressortissants à quitter l'Irak, suite à la prise d'otages d'une quarantaine de civils, dont un journaliste français. **Le 21 avril**, 5 attentats à la voiture piégée font 68 morts. **Le 24 avril**, plusieurs attentats suicides causent l'explosion de trois bateaux près de deux plates-formes pétrolières dans le Golfe tuant deux marins de la coalition. **Le 27 avril**, de violents combats entre l'armée américaine et des membres de la rébellion chiite font 43 morts parmi les rebelles. **Les 11, 14 et 17 juin**, des attentats font respectivement 47, 16 et 30 morts à Bagdad.

- **Le 7 avril** : grève des techniciens de RFI – Radio France Internationale.
- **Le 11 mai** : grèves du personnel d'ADP à Orly et Roissy qui perturbent les accès aux aéroports.
- **Le 13 mai** : grèves de la SNCF qui perturbent la moitié du trafic en banlieue parisienne et un tiers du trafic du réseau ferroviaire national.
- **Le 23 mai** : une partie du toit du terminal 2E de l'aéroport de Roissy s'effondre, faisant 5 morts et 3 blessés.
- **Le 5 juin** : entre 120 000 et 220 000 personnes manifestent à Paris pour la défense de l'assurance maladie.
- **Le 6 juin** : célébrations du 60ème anniversaire du Débarquement de Normandie réunissant 17 chefs d'Etats à Arromanches, dont G.W. Bush, G. Schröder et V. Poutine.
- **Du 7 au 29 juin** : plusieurs manifestations des salariés d'EDF et coupures d'électricité sauvages, notamment le **7 juin** dans plusieurs gares parisiennes, et le **28 juin** en gare Saint-Lazare à Paris.
- **Du 12 juin au 4 juillet** : Euro 2004 (football) – Elimination de la France le **25 juin**, victoire de la Grèce face au Portugal le **4 juillet**.
- **Du 28 juin au 8 juillet** : mouvements de grèves dans quelques stations de France BLEU.
- **Le 29 juin** : grève de 24 heures à France 3, touchant en particulier les journaux d'informations.
- **Jours fériés** : les lundi **12 avril** (Pâques), samedi **1er mai** (Fête du travail), samedi **8 mai** (Victoire 1945), jeudi **20 mai** (Ascension) et lundi **31 mai** (Pentecôte).

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

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENDE

AC : AUDIENDE 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'AUDIENDE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

(1) 1% = 498 320 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.10

	AVRIL - JUIN 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	82,8	173	100,0	84,8	173	100,0	83,7	180	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	36,2	147	37,1	37,3	152	38,7	36,4	159	38,4
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,4	117	7,6	10,3	122	8,5	9,6	123	7,8
FRANCE BLEU	6,6	116	5,4	6,9	111	5,2	6,6	130	5,7
FRANCE INTER	10,3	133	9,6	10,7	132	9,6	11,1	134	9,8
RMC INFO	3,6	106	2,6	3,5	108	2,6	3,2	129	2,8
RTL	11,6	137	11,1	12,1	145	12,0	11,4	152	11,5
<i>Programmes musicaux</i> Total	44,7	126	39,2	45,7	125	39,0	44,6	130	38,3
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	6,2	106	4,6	6,5	104	4,6	6,1	106	4,3
EUROPE 2	6,6	84	3,9	6,9	91	4,2	6,7	97	4,3
FUN RADIO	6,5	73	3,3	6,0	79	3,3	6,5	84	3,6
MFM	1,6	102	1,1	1,6	94	1,0	1,6	116	1,2
NOSTALGIE	8,1	115	6,6	8,8	105	6,2	8,0	109	5,8
NRJ	11,8	88	7,2	12,2	87	7,2	11,6	92	7,1
RFM	4,7	98	3,2	5,0	103	3,5	4,5	114	3,4
RIRE ET CHANSONS	3,4	65	1,6	3,6	65	1,6	3,5	66	1,5
RTL2	4,2	94	2,8	4,1	100	2,8	4,3	91	2,6
SKYROCK	8,6	84	5,1	7,9	85	4,6	7,2	93	4,4
<i>Programmes thématiques</i> Total	13,2	80	7,4	13,3	72	6,5	15,0	78	7,8
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,1	91	0,7	1,3	76	0,7	1,2	89	0,7
FRANCE INFO	9,8	62	4,2	9,6	55	3,6	11,6	63	4,9
FRANCE MUSIQUES	1,7	98	1,2	1,9	82	1,0	1,8	94	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,0	107	0,8	1,1	98	0,8	1,2	95	0,8
<i>Programmes locaux</i> Total	17,1	107	12,8	17,6	102	12,3	17,1	109	12,4
<i>Dont</i>									
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,0	103	8,6	11,6	97	7,7	11,6	106	8,2
Composé de (nombre de stations)		(95 stations)			(93 stations)			(86 stations)	

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 couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

(1) 1% = 498 320 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.10

	AVRIL - JUIN 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	72,8	148	100,0	74,2	151	100,0	76,9	162	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	30,3	125	35,1	31,9	133	37,8	32,6	138	36,0
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	6,8	104	6,6	8,6	104	8,0	7,9	113	7,2
FRANCE BLEU	5,5	112	5,7	6,1	105	5,8	5,5	115	5,0
FRANCE INTER	8,5	117	9,2	8,3	125	9,3	9,2	124	9,1
RMC INFO	3,1	90	2,6	3,2	87	2,5	2,5	108	2,2
RTL	9,6	118	10,5	9,6	133	11,4	10,8	138	11,9
<i>Programmes musicaux Total</i>	37,9	113	39,5	37,1	111	36,8	38,6	122	37,7
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	5,0	90	4,2	5,2	87	4,0	5,6	101	4,5
EUROPE 2	5,3	75	3,7	5,0	87	3,9	5,7	82	3,7
FUN RADIO	5,4	70	3,5	4,4	66	2,6	5,1	72	2,9
MFM	1,4	105	1,4	1,4	109	1,4	1,5	95	1,1
NOSTALGIE	6,4	94	5,6	6,7	99	5,9	6,9	107	5,9
NRJ	10,5	80	7,7	10,3	82	7,5	10,8	93	8,0
RFM	3,9	85	3,1	4,0	94	3,3	3,6	118	3,4
RIRE ET CHANSONS	2,5	57	1,3	2,6	68	1,6	2,7	65	1,4
RTL2	3,4	87	2,7	3,1	75	2,1	3,3	83	2,2
SKYROCK	7,2	95	6,3	6,8	72	4,3	6,6	83	4,4
<i>Programmes thématiques Total</i>	10,3	78	7,4	11,2	80	8,0	12,2	90	8,8
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,1	92	0,9	1,3	90	1,1	1,3	118	1,2
FRANCE INFO	7,1	56	3,6	8,0	56	4,0	9,1	65	4,7
FRANCE MUSIQUES	1,6	101	1,5	1,4	88	1,1	1,5	99	1,2
RADIO CLASSIQUE	1,0	116	1,1	1,0	129	1,2	0,9	168	1,2
<i>Programmes locaux Total</i>	14,9	101	14,0	15,1	100	13,5	15,3	110	13,6
<i>Dont</i>									
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	10,6	95	9,3	9,8	90	7,8	10,2	104	8,5
Composé de (nombre de stations)		(95 stations)			(93 stations)			(86 stations)	

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ 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 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	82,8	173	100,0	84,8	173	100,0	83,7	180	100,0
GROUPE NRJ	26,3	108	19,9	27,8	104	19,7	26,2	108	18,8
IP RADIO	23,7	115	19,1	23,5	124	19,9	23,5	127	19,8
IP MUSIC	10,4	83	6,0	9,8	90	6,0	ND	ND	ND
IP TRILOGIK	2,0	71	1,0	1,7	75	0,9	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,2	105	0,9	1,3	104	0,9	1,1	117	0,9
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	29,9	112	23,4	30,8	115	24,1	29,8	121	23,8
L.A.P. IDF	2,2	107	1,7	2,1	112	1,6	2,6	102	1,7
LES INDEPENDANTS	12,0	103	8,6	11,6	97	7,7	11,6	106	8,2
PUISSANCE CAPITALE	2,5	84	1,5	2,5	71	1,2	ND	ND	ND
TOUT PARIS	4,5	99	3,1	4,5	94	2,9	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,4	87	0,9	1,4	101	0,9	ND	ND	ND
SKYREGIE	8,9	84	5,2	8,3	84	4,7	ND	ND	ND

⁽¹⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période avril - juin 2004 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.
ND = Non Disponible

L'AUDIENDE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES⁽³⁾ SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENDE

AC : AUDIENDE 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'AUDIENDE (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 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	72,8	148	100,0	74,2	151	100,0	76,9	162	100,0
GROUPE NRJ	22,2	91	18,8	22,1	97	19,1	23,3	106	19,8
IP RADIO	19,7	103	18,8	18,7	111	18,5	20,5	115	19,0
IP MUSIC	8,6	78	6,2	7,4	72	4,7	ND	ND	ND
IP TRILOGIK	1,6	85	1,2	1,5	64	0,9	ND	ND	ND
SUD + WIT	0,9	86	0,7	1,0	107	0,9	0,9	106	0,8
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	24,9	99	22,9	25,7	101	23,3	25,7	113	23,1
L.A.P. IDF	1,7	84	1,3	1,7	86	1,3	2,0	117	1,9
LES INDEPENDANTS	10,6	95	9,3	9,8	90	7,8	10,2	104	8,5
PUISSANCE CAPITALE	2,2	84	1,7	2,1	66	1,2	ND	ND	ND
TOUT PARIS	3,8	86	3,0	3,6	78	2,5	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,1	94	1,0	1,2	97	1,0	ND	ND	ND
SKYREGIE	7,5	94	6,5	7,1	72	4,6	ND	ND	ND

⁽¹⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période avril - juin 2004 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.
ND = Non Disponible

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 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	82,8	173	100,0	84,8	173	100,0	83,7	180	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	36,2	147	37,1	37,3	152	38,7	36,4	159	38,4
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	22,9	139	22,2	24,0	146	23,8	22,8	152	22,9
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	44,7	126	39,2	45,7	125	39,0	44,6	130	38,3
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	13,2	80	7,4	13,3	72	6,5	15,0	78	7,8
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	17,1	107	12,8	17,6	102	12,3	17,1	109	12,4
AUTRES PROGRAMMES	5,5	89	3,4	6,4	82	3,6	5,2	90	3,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	26,9	117	22,0	27,1	114	21,1	28,9	121	23,2

⁽¹⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes de 13 ans et plus

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

⁽⁴⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽⁵⁾ **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

⁽⁶⁾ **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

⁽⁷⁾ **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

⁽⁸⁾ **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 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	72,8	148	100,0	74,2	151	100,0	76,9	162	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	30,3	125	35,1	31,9	133	37,8	32,6	138	36,0
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	19,0	115	20,2	20,5	124	22,7	20,5	133	21,9
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	37,9	113	39,5	37,1	111	36,8	38,6	122	37,7
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	10,3	78	7,4	11,2	80	8,0	12,2	90	8,8
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	14,9	101	14,0	15,1	100	13,5	15,3	110	13,6
AUTRES PROGRAMMES	4,6	93	3,9	4,8	92	4,0	5,1	97	4,0
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	21,6	109	21,8	23,2	108	22,4	24,3	114	22,2

⁽¹⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes de 13 ans et plus

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

⁽⁴⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

⁽⁵⁾ **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

⁽⁶⁾ **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

⁽⁷⁾ **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

⁽⁸⁾ **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 2004			JANVIER - MARS 2004			AVRIL - JUIN 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,8	173	100,0	84,8	173	100,0	83,7	180	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,1	117	22,2	27,3	115	21,3	29,1	121	23,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	67,6	153	72,1	69,3	154	72,9	67,5	160	71,5
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,9	108	2,2	3,1	103	2,2	2,8	104	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	5,6	91	3,6	6,5	83	3,7	5,3	92	3,2
SAMEDI-DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	72,8	148	100,0	74,2	151	100,0	76,9	162	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,7	109	22,0	23,3	108	22,6	24,5	114	22,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	58,5	132	71,5	59,0	133	70,4	61,0	145	71,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,7	103	2,6	2,8	120	3,0	2,8	111	2,5
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	4,6	92	4,0	4,9	93	4,0	5,3	98	4,1

⁽¹⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

⁽⁴⁾ **Les radio privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

⁽⁵⁾ **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

⁽⁶⁾ **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽¹⁾

A compter de la période **avril - juin 2004**, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

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

IP Music = Fun Radio, RTL2

IP Trilogik = Fun Radio IDF, MFM IDF, RTL2 IDF

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

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

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

Puissance Capitale = Ado FM, Voltage, Beur FM, Sport FM, Générations Paris Jazz, Evasion FM, Africa N°1, Média tropical

Tout Paris = Puissance Capitale, L.A.P. IDF

Les Parisiennes = Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF

Skyrégie = Chante France, Skyrock

* **Les Indépendants** = 95 stations suivantes :

100 % FM, Ado FM, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis 99.2, Cannes Radio, Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, **Contact Azur**, 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), Impact FM (Lyon), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Klip's FM, Lor'FM, Lyon Sport, **Magnum La Radio**, 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 Cigogne, 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), Sport Fm, Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, TSF Calais, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽¹⁾ En gras figurent les nouveaux couplages ou nouvelles stations intégrant des couplages déjà existants.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre **le 5 avril et le 4 juillet 2004** auprès de la population âgée de 13 ans et plus :
 - **18 009** pour la période lundi-vendredi,
 - **9 006** pour la période samedi-dimanche.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition 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 **498 320** = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.