

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la radio en janvier - mars 2003

- L'audience du média Radio, les événements sur la période _____ p. 2
- L'audience des stations et GIE, 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.mediapmetrie.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	JANVIER-MARS 2003					NOVEMBRE-DECEMBRE 2002				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
LUNDI-VENDREDI										
5 h – 24 heures	14,0	6 930	86,8	43 039	184	14,0	6 906	86,5	42 675	184
7 h – 9 heures	26,8	13 270	54,9	27 227	58	26,8	13 220	54,6	26 950	59
SAMEDI-DIMANCHE										
5 h – 24 heures	11,0	5 432	75,9	37 656	164	10,9	5 390	75,5	37 261	165

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 janvier - mars 2003, 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 :** Tensions entre les Etats-Unis et l'Irak puis début de la guerre en Irak :
 - ◇ Jusqu'au 19 mars : Les Etats-Unis et le Royaume-Uni se préparent à attaquer l'Irak. La France s'oppose à la guerre. Le 15 février, des manifestations contre la guerre à Paris et dans 60 villes de France réunissent quelque 200 000 participants.
 - ◇ Le 20 mars : Premiers bombardements américains sur Bagdad.
 - ◇ Du 21 au 30 mars : Les bombardements s'intensifient sur Bagdad. Les Irakiens résistent, rendant difficile la marche des Américains vers Bagdad. Le conflit se durcit.
- Le 20 janvier : Grève de la SNCF qui perturbe le trafic ferroviaire sur le réseau Paris Nord.
- Du 26 au 29 janvier : Manifestations et violentes émeutes anti-françaises à Abidjan. Des centaines de Français quittent la Côte d'Ivoire.
- Le 28 janvier : Grève de l'Education Nationale. 40 000 enseignants, éducateurs et élèves manifestent à Paris.
- Le 30 janvier : Des chutes de neige perturbent la circulation sur les routes franciliennes et dans le centre de la France.
- Le 1^{er} février : Explosion de la navette Columbia. Manifestation nationale pour la défense des retraites : entre 250 000 et 500 000 participants.
- Du 2 au 5 février : Grève des pilotes d'Air France qui entraîne environ 15% d'annulation des vols à l'aéroport de Roissy-Charles de Gaulle et 42% à Orly.
- Du 17 au 23 février : Grève des techniciens de France Info qui perturbe fortement la programmation de la station.
- Le 1er mars : Grève des pigistes étrangers de RFI.
- Le 10 mars : Grève de la SNCF qui perturbe le trafic sur le réseau ferroviaire Paris-Est.
- Le 13 mars : Grève à Canal + qui perturbe la diffusion des programmes en clair.

L'AUDIENCE DES STATIONS ET GIE 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

(2) 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

(3) la composition du GIE Les Indépendants figure en p. 10

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	86,8	184	100,0	86,5	184	100,0
Programmes généralistes						
EUROPE 1	10,0	127	8,0	10,6	126	8,4
FRANCE BLEU	6,7	137	5,8	7,4	135	6,3
FRANCE INTER	11,8	143	10,5	10,8	135	9,1
RMC INFO	3,3	113	2,3	3,2	128	2,6
RTL	12,6	146	11,5	12,6	154	12,2
Programmes musicaux						
CHERIE FM	5,8	108	3,9	5,5	101	3,5
EUROPE 2	7,3	99	4,5	7,0	97	4,3
FUN RADIO	7,1	85	3,8	7,8	87	4,3
MFM	1,6	108	1,1	1,8	108	1,2
NOSTALGIE	8,1	119	6,1	8,6	106	5,7
NRJ	13,3	90	7,5	13,4	86	7,2
RFM	4,9	105	3,2	4,3	107	2,9
RIRE ET CHANSONS	4,0	75	1,9	4,1	72	1,8
RTL2	4,7	97	2,9	4,0	89	2,2
SKYROCK	7,0	92	4,1	7,6	82	3,9
Programmes thématiques						
FRANCE CULTURE	1,4	107	0,9	1,4	112	0,9
FRANCE INFO	10,6	64	4,2	11,8	61	4,5
FRANCE MUSIQUES	2,1	104	1,4	2,1	96	1,3
RADIO CLASSIQUE	1,1	88	0,6	1,2	112	0,8
Programmes locaux						
LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	11,1	105	7,3	11,3	118	8,3

L'AUDIENCE DES STATIONS ET GIE 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.

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	75,9	164	100,0	75,5	165	100,0
Programmes généralistes						
EUROPE 1	7,2	108	6,2	7,9	117	7,4
FRANCE BLEU	5,8	133	6,2	5,3	135	5,7
FRANCE INTER	8,7	125	8,8	9,2	116	8,6
RMC INFO	2,6	90	1,9	2,8	107	2,4
RTL	10,0	156	12,5	9,4	141	10,7
Programmes musicaux						
CHERIE FM	5,3	113	4,8	4,9	102	4,0
EUROPE 2	5,6	88	3,9	5,3	80	3,4
FUN RADIO	5,7	70	3,2	5,5	74	3,3
MFM	1,3	118	1,2	1,1	120	1,1
NOSTALGIE	7,5	104	6,2	7,2	97	5,6
NRJ	10,5	84	7,1	10,4	94	7,9
RFM	3,8	104	3,1	4,2	103	3,5
RIRE ET CHANSONS	2,8	71	1,6	3,0	64	1,5
RTL2	3,0	90	2,2	3,5	75	2,1
SKYROCK	6,1	92	4,5	6,1	96	4,7
Programmes thématiques						
FRANCE CULTURE	1,4	106	1,2	1,3	93	1,0
FRANCE INFO	9,0	66	4,8	8,8	63	4,5
FRANCE MUSIQUES	1,7	126	1,7	2,2	115	2,0
RADIO CLASSIQUE	1,1	120	1,0	1,0	112	0,9
Programmes locaux						
LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	9,7	110	8,5	9,7	109	8,5

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ la composition du GIE Les Indépendants figure en p. 10

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.

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	86,8	184	100,0	86,5	184	100,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	30,3	122	23,1	30,4	126	23,9
IP RADIO	25,7	126	20,2	26,1	129	21,1
GROUPE NRJ	27,9	111	19,4	28,2	104	18,3
LES INDEPENDANTS	11,1	105	7,3	11,3	118	8,3
LES PARISIENNES	1,9	70	0,9	1,9	96	1,2
LES FRANCILIENNES	2,9	95	1,8	2,9	100	1,8
LES MEGA PARISIENNES	3,0	99	1,9	3,0	109	2,1
LES MEGA FRANCILIENNES	4,0	112	2,8	3,9	111	2,7
SUD + WIT	1,3	120	1,0	1,3	135	1,1
L.A.P. IDF	2,4	97	1,5	2,3	103	1,5
IP RADIO IDF	1,9	76	0,9	ND	ND	ND

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période janvier - mars 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

ND = Résultats Non Disponibles

L'AUDIENGE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES⁽³⁾ 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.

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	75,9	164	100,0	75,5	165	100,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	24,8	112	22,2	24,9	114	22,9
IP RADIO	20,1	125	20,1	19,7	113	17,9
GROUPE NRJ	23,4	105	19,7	22,8	104	19,0
LES INDEPENDANTS	9,7	110	8,5	9,7	109	8,5
LES PARISIENNES	1,7	91	1,2	1,8	67	1,0
LES FRANCILIENNES	2,5	96	1,9	2,6	81	1,7
LES MEGA PARISIENNES	2,6	109	2,2	2,4	87	1,7
LES MEGA FRANCILIENNES	3,4	109	2,9	3,1	96	2,4
SUD + WIT	1,1	116	1,0	0,9	96	0,7
L.A.P. IDF	1,9	91	1,4	1,8	105	1,6
IP RADIO IDF	1,3	75	0,8	ND	ND	ND

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période janvier - mars 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

ND = Résultats Non Disponibles

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.

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	86,8	184	100,0	86,5	184	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	38,6	161	39,0	38,6	163	39,5
Dont : PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	24,2	149	22,7	24,7	156	24,1
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	46,8	133	39,0	47,1	126	37,0
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾ *	14,5*	84*	7,6*	15,2	82	7,8
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	16,2	111	11,3	17,1	119	12,7
AUTRES PROGRAMMES *	5,7*	86*	3,1*	5,9	79	3,0
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	29,0	131	23,8	29,3	125	22,9

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 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.

* A compter de la vague janvier - mars 2003, la station RFI - Radio France Internationale sort des "Autres programmes" et entre dans l'agrégat "Programmes thématiques".

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.

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	75,9	164	100,0	75,5	165	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	31,2	146	36,4	30,4	145	35,4
Dont : PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	19,2	140	21,5	19,1	138	21,2
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	38,6	122	37,8	38,2	121	37,0
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾ *	12,2*	92*	9,0*	11,8	92	8,8
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	15,1	114	13,9	15,5	118	14,7
AUTRES PROGRAMMES *	4,4*	82*	2,9*	5,6	91	4,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	23,5	124	23,3	24,0	121	23,3

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 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.

* A compter de la vague janvier - mars 2003, la station RFI - Radio France Internationale sort des "Autres programmes" et entre dans l'agrégat "Programmes thématiques".

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.

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

⁽²⁾ 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2003			NOVEMBRE-DECEMBRE 2002		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI						
RADIO EN GENERAL	86,8	184	100,0	86,5	184	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	29,2	131	24,0	29,5	125	23,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	70,0	161	70,9	70,7	162	71,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,5	121	1,9	3,2	110	2,2
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	5,8	87	3,2	5,6	80	2,8
SAMEDI-DIMANCHE						
RADIO EN GENERAL	75,9	164	100,0	75,5	165	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	23,7	124	23,5	24,2	121	23,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	60,1	147	70,8	59,1	146	69,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,8	120	2,7	3,1	125	3,1
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	4,6	86	3,1	5,2	92	3,8

⁽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.

COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

A compter de la période **janvier - mars 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, Bruaysis 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 Jazz, Fréquence Plus, Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit West, Fréquence Horizon (ex Horizon 62), 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 Jérigo, 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, TSF, Totem, Vibration, Vire FM, Voltage.

* Station introduite sur cette vague dans le couplage.

CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées auprès d'individus âgés de 13 ans et plus entre **le 6 janvier et le 30 mars 2003** :
 - **18 430** pour la période lundi-vendredi,
 - **9 213** 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.