



mediametrie

Le 16 avril 2004

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la Radio en janvier-mars 2004

- 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 janvier au 4 avril 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'AUDIENCE DU MEDIA RADIO

Population des 13 ans et plus	JANVIER – MARS 2004					NOVEMBRE – DECEMBRE 2003					JANVIER – MARS 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	12,9	6 419	84,8	42 250	173	12,7	6 313	84,2	41 742	172	14,0	6 929	86,8	43 039	184
7 h – 9 heures	23,8	11 878	50,9	25 382	56	23,4	11 600	49,7	24 665	56	26,8	13 270	54,9	27 227	58
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h – 24 heures	9,8	4 894	74,2	36 986	151	9,6	4 736	74,6	36 965	146	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 janvier-mars 2004, allant du 5 janvier au 4 avril 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 18 janvier**, un attentat suicide fait 25 morts et 130 blessés à Bagdad. **Le 10 février**, un attentat contre la police irakienne à Iskandariya fait au moins 55 morts. **Le 2 mars**, plusieurs attentats à Bagdad, revendiqués par Al-Qaïda, font 180 morts.
- Conflit israëlo-palestinien : **le 29 janvier** et **le 22 février**, deux attentats suicides font respectivement 10 et 8 morts à Jérusalem. **Le 22 mars**, le chef du Hamas, Cheikh Yassine, est assassiné par les Israéliens.
- **Le 3 janvier** : un avion de Flash Airlines se crashe en Mer Rouge, au large de la ville égyptienne de Charm El-Cheikh, tuant ses 148 passagers, dont 133 touristes français.
- **Le 17 janvier** : manifestations contre la loi sur l'interdiction du port du voile à l'école à Paris, Lille et Marseille.
- **Le 21 janvier** : grèves de la SNCF qui perturbent le trafic sur le réseau ferroviaire national.
- **Du 27 janvier au 14 février** : grèves des journalistes à Radio France. Les programmes d'informations de France Inter, France Info, France Culture, France Musiques, France Bleu, FIP et Le Mouv' sont plus ou moins perturbés selon les stations.
- **A partir du 29 janvier** : les chercheurs manifestent à plusieurs reprises dans les rues de Paris pour une autre politique de la recherche en France. **Le 19 mars**, 3 280 directeurs de laboratoires démissionnent de leurs fonctions administratives.
- **Le 5 février** : grève nationale de la Poste, mobilisant 15 % des agents.
- **Du 10 au 18 février** : grèves à RFI – Radio France Internationale
- **Le 16 février** : grève des contrôleurs du ciel provoquant l'annulation de 60 % des vols à Orly et de 10 % des vols à Roissy.
- **Le 23 février** : un séisme de magnitude de 5,1 degrés sur l'échelle de Richter secoue l'Est de la France, de Besançon à Lyon, sans faire de victimes ni de dégâts majeurs.
- **Le 24 février** : un violent séisme de magnitude de 6,3 degrés sur l'échelle de Richter secoue le Nord du Maroc et fait au moins 564 morts et 300 blessés.
- **Le 6 mars** : 10 000 personnes manifestent à Paris pour le droit des femmes.
- **Le 11 mars** : un quadruple attentat dans plusieurs gares de Madrid fait 199 morts et 1 400 blessés. **Le 3 avril**, 5 extrémistes islamistes soupçonnés d'être impliqués dans ces attentats du 11 mars se suicident en déclenchant des charges explosives dans un immeuble de la banlieue sud au moment où la police donnait l'assaut de leur appartement.
- **Les 21 et 28 mars** : 1er et 2nd tour des élections régionales et cantonales. La plupart des régions qui étaient à Droite passent à Gauche.
- **Le 27 mars** : rugby : la France remporte le Tournoi des Six Nations et signe le Grand Chelem.
- **Le 31 mars** : le 1er Ministre, Jean-Pierre Raffarin, annonce la composition du nouveau gouvernement suite aux élections régionales. Journée de grève à RFI.
- **Le 1er avril** : intervention télévisée de Jacques Chirac à la suite du remaniement ministériel.

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.

(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

	JANVIER – MARS 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER – MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,8	173	100,0	84,2	172	100,0	86,8	184	100,0
<i>Programmes généralistes</i> <i>Total</i>	37,3	152	38,7	37,3	151	38,7	38,6	161	39,0
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	10,3	122	8,5	9,9	118	8,1	10,0	127	8,0
FRANCE BLEU	6,9	111	5,2	7,2	120	6,0	6,7	137	5,8
FRANCE INTER	10,7	132	9,6	10,8	127	9,4	11,8	143	10,5
RMC INFO	3,5	108	2,6	3,5	104	2,5	3,3	113	2,3
RTL	12,1	145	12,0	12,4	141	12,1	12,6	146	11,5
<i>Programmes musicaux</i> <i>Total</i>	45,7	125	39,0	45,1	122	37,8	46,8	133	39,0
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	6,5	104	4,6	6,3	96	4,1	5,8	108	3,9
EUROPE 2	6,9	91	4,2	6,7	81	3,8	7,3	99	4,5
FUN RADIO	6,0	79	3,3	5,9	83	3,4	7,1	85	3,8
MFM	1,6	94	1,0	1,6	104	1,1	1,6	108	1,1
NOSTALGIE	8,8	105	6,2	8,1	96	5,4	8,1	119	6,1
NRJ	12,2	87	7,2	12,1	83	6,9	13,3	90	7,5
RFM	5,0	103	3,5	4,4	115	3,5	4,9	105	3,2
RIRE ET CHANSONS	3,6	65	1,6	3,7	69	1,8	4,0	75	1,9
RTL2	4,1	100	2,8	4,0	95	2,6	4,7	97	2,9
SKYROCK	7,9	85	4,6	8,2	93	5,2	7,0	92	4,1
<i>Programmes thématiques</i> <i>Total</i>	13,3	72	6,5	14,3	78	7,7	14,5	84	7,6
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	76	0,7	1,4	99	1,0	1,4	107	0,9
FRANCE INFO	9,6	55	3,6	10,4	59	4,2	10,6	64	4,2
FRANCE MUSIQUES	1,9	82	1,0	1,9	97	1,3	2,1	104	1,4
RADIO CLASSIQUE	1,1	98	0,8	1,1	106	0,8	1,1	88	0,6
<i>Programmes locaux</i> <i>Total</i>	17,6	102	12,3	17,0	108	12,6	16,2	111	11,3
<i>Dont</i>									
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS (93 stations) ⁽³⁾	11,6	97	7,7	11,4	106	8,3	11,1	105	7,3
LE MOUV'	1,1	72	0,5	NC	NC	NC	NC	NC	NC

NC = Non Communiqué

L'AUDIENGE DE LA RADIO 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% = 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

	JANVIER - MARS 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	74,2	151	100,0	74,6	146	100,0	75,9	164	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	31,9	133	37,8	31,7	128	37,3	31,2	146	36,4
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	8,6	104	8,0	7,8	100	7,2	7,2	108	6,2
FRANCE BLEU	6,1	105	5,8	5,3	108	5,2	5,8	133	6,2
FRANCE INTER	8,3	125	9,3	9,8	115	10,4	8,7	125	8,8
RMC INFO	3,2	87	2,5	2,9	86	2,3	2,6	90	1,9
RTL	9,6	133	11,4	9,6	129	11,4	10,0	156	12,5
<i>Programmes musicaux Total</i>	37,1	111	36,8	36,3	106	35,4	38,6	122	37,8
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	5,2	87	4,0	4,9	78	3,5	5,3	113	4,8
EUROPE 2	5,0	87	3,9	5,3	64	3,1	5,6	88	3,9
FUN RADIO	4,4	66	2,6	4,7	62	2,7	5,7	70	3,2
MFM	1,4	109	1,4	1,2	116	1,3	1,3	118	1,2
NOSTALGIE	6,7	99	5,9	6,8	96	6,0	7,5	104	6,2
NRJ	10,3	82	7,5	9,5	80	6,9	10,5	84	7,1
RFM	4,0	94	3,3	3,6	91	3,0	3,8	104	3,1
RIRE ET CHANSONS	2,6	68	1,6	2,7	49	1,2	2,8	71	1,6
RTL2	3,1	75	2,1	3,3	69	2,1	3,0	90	2,2
SKYROCK	6,8	72	4,3	7,0	86	5,5	6,1	92	4,5
<i>Programmes thématiques Total</i>	11,2	80	8,0	10,5	87	8,4	12,2	92	9,0
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	90	1,1	1,0	102	1,0	1,4	106	1,2
FRANCE INFO	8,0	56	4,0	7,5	63	4,3	9,0	66	4,8
FRANCE MUSIQUES	1,4	88	1,1	1,5	132	1,8	1,7	126	1,7
RADIO CLASSIQUE	1,0	129	1,2	0,8	120	0,9	1,1	120	1,0
<i>Programmes locaux Total</i>	15,1	100	13,5	16,6	104	15,9	15,1	114	13,9
<i>Dont</i>									
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS (93 stations) ⁽³⁾	9,8	90	7,8	11,5	97	10,2	9,7	110	8,5
LE MOUV'	1,0	85	0,7	NC	NC	NC	NC	NC	NC

NC = Non Communiqué

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 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,8	173	100,0	84,2	172	100,0	86,8	184	100,0
GROUPE NRJ	27,8	104	19,7	26,8	98	18,1	27,9	111	19,4
IP RADIO	23,5	124	19,9	23,7	123	20,0	25,7	126	20,2
IP MUSIC	9,8	90	6,0	9,7	90	6,0	ND	ND	ND
IP RADIO IDF	1,7	75	0,9	1,3	80	0,7	1,9	76	0,9
SUD + WIT	1,3	104	0,9	1,1	96	0,8	1,3	120	1,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	30,8	115	24,1	30,1	115	23,8	30,3	122	23,1
L.A.P. IDF	2,1	112	1,6	2,1	94	1,4	2,4	97	1,5
LES INDEPENDANTS	11,6	97	7,7	11,4	106	8,3	11,1	105	7,3
LES PARISIENNES	1,4	101	0,9	ND	ND	ND	ND	ND	ND
SKYREGIE	8,3	84	4,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND

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

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

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période janvier – mars 2004 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible

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 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	74,2	151	100,0	74,6	146	100,0	75,9	164	100,0
GROUPE NRJ	22,1	97	19,1	21,4	90	17,6	23,4	105	19,7
IP RADIO	18,7	111	18,5	19,3	104	18,4	20,1	125	20,1
IP MUSIC	7,4	72	4,7	7,9	66	4,8	ND	ND	ND
IP RADIO IDF	1,5	64	0,9	1,0	65	0,6	1,3	75	0,8
SUD + WIT	1,0	107	0,9	1,0	104	1,0	1,1	116	1,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,7	101	23,3	26,5	97	23,7	24,8	112	22,2
L.A.P. IDF	1,7	86	1,3	1,6	111	1,6	1,9	91	1,4
LES INDEPENDANTS	9,8	90	7,8	11,5	97	10,2	9,7	110	8,5
LES PARISIENNES	1,2	97	1,0	ND	ND	ND	ND	ND	ND
SKYREGIE	7,1	72	4,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND

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

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

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période janvier - mars 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.

	JANVIER - MARS 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,8	173	100,0	84,2	172	100,0	86,8	184	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	37,3	152	38,7	37,3	151	38,7	38,6	161	39,0
Dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	24,0	146	23,8	23,9	142	23,3	24,2	149	22,7
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	45,7	125	39,0	45,1	122	37,8	46,8	133	39,0
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	13,3	72	6,5	14,3	78	7,7	14,5	84	7,6
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	17,6	102	12,3	17,0	108	12,6	16,2	111	11,3
AUTRES PROGRAMMES	6,4	82	3,6	5,3	85	3,1	5,7	86	3,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	27,1	114	21,1	28,0	118	22,8	29,0	131	23,8

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

⁽²⁾ 1%= 495 820 personnes âgées 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.

	JANVIER - MARS 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	74,2	151	100,0	74,6	146	100,0	75,9	164	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	31,9	133	37,8	31,7	128	37,3	31,2	146	36,4
Dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	20,5	124	22,7	19,4	122	21,7	19,2	140	21,5
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	37,1	111	36,8	36,3	106	35,4	38,6	122	37,8
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	11,2	80	8,0	10,5	87	8,4	12,2	92	9,0
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	15,1	100	13,5	16,6	104	15,9	15,1	114	13,9
AUTRES PROGRAMMES	4,8	92	4,0	4,3	77	3,1	4,4	82	2,9
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	23,2	108	22,4	23,2	113	24,0	23,5	124	23,3

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

⁽²⁾ 1% = 495 820 personnes âgées 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.

	JANVIER - MARS 2004			NOVEMBRE - DECEMBRE 2003			JANVIER - MARS 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	84,8	173	100,0	84,2	172	100,0	86,8	184	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,3	115	21,3	28,3	118	23,0	29,2	131	24,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	69,3	154	72,9	68,8	152	72,1	70,0	161	70,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	3,1	103	2,2	2,9	88	1,7	2,5	121	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	6,5	83	3,7	5,4	85	3,2	5,8	87	3,2
SAMEDI-DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	74,2	151	100,0	74,6	146	100,0	75,9	164	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	23,3	108	22,6	23,2	113	24,1	23,7	124	23,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	59,0	133	70,4	59,0	129	70,1	60,1	147	70,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,8	120	3,0	2,9	100	2,7	2,8	120	2,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	4,9	93	4,0	4,4	78	3,2	4,6	86	3,1

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

⁽²⁾ 1% = 495 820 personnes âgées 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 radios 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 **janvier - mars 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 Radio IDF = 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

Les Indépendants* = Cf. liste ci-dessous

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

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

Skyrégie = **Chante France, Skyrock**

Les Indépendants* = 93 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 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, 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 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), Sport FM, Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, TSF Calais, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽¹⁾ Les stations ayant intégré les couplages à compter de cette vague sont notées en gras

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées auprès de la population âgée de 13 ans et plus entre **le 5 janvier et le 4 avril 2004** :
 - **18 011** pour la période lundi-vendredi,
 - **9 004** 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.