

Le 14 janvier 2005

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la Radio en novembre-décembre 2004

Source: Médiamétrie-75 000+ Radio novembre-décembre 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 **1^{er} novembre au 26 décembre 2004**.

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).

L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO

Population des 13 ans et plus	NOVEMBRE - DECEMBRE 2004					SEPTEMBRE - OCTOBRE 2004					NOVEMBRE - DECEMBRE 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	13,0	6 478	83,9	41 825	177	13,0	6 456	84,5	42 106	175	12,7	6 313	84,2	41 742	172
7 h - 9 heures	23,8	11 840	49,7	24 747	57	24,0	11 940	50,9	25 360	56	23,4	11 600	49,7	24 665	56
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h - 24 heures	9,5	4 744	73,4	36 578	148	9,6	4 782	73,7	36 722	148	9,6	4 736	74,6	36 965	146

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 novembre-décembre 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.** Les combats se poursuivent. Les Américains lancent deux offensives massives à Fallouja contre les rebelles sunnites. Les attentats à la voiture piégée continuent d'être quasi quotidiens. Parallèlement, les enlèvements, les exécutions et les libérations d'otages civils se succèdent. Le **21 décembre**, les deux journalistes français, Christian Chesnot et Georges Malbrunot, détenus depuis 4 mois, sont libérés.
- ◇ **Conflit israélo-palestinien.** Yasser Arafat, hospitalisé en France, décède le **11 novembre**. Ses funérailles officielles se déroulent au Caire puis à Ramallah le **12 novembre**. Le **9 décembre**, Jamal Abou Samhadana, Chef des Comités de résistance populaire palestiniens, survit à un tir de missiles israéliens.
- **Le 2 novembre :** élections présidentielles américaines. George W. Bush est réélu Président face à John Kerry, candidat démocrate.
- **Du 6 au 12 novembre :** après deux ans de "statu quo", reprise des combats entre le Nord et le Sud en Côte-d'Ivoire et émeutes anti-occidentales. Le **6 novembre**, le camp français de Bakoué est bombardé, causant la mort de 9 soldats. Le **7 novembre**, de violentes émeutes anti-Français éclatent à Abidjan, provoquant dans les jours suivants l'évacuation et le rapatriement de nombreux ressortissants français.
- **Le 19 novembre :** grève de 24h à RFI.
- **Du 21 novembre au 26 décembre :** élections présidentielles en Ukraine. Le **21 novembre**, Viktor Ianoukovitch, candidat pro-russe, est déclaré vainqueur face au candidat de l'opposition, Victor Ioutchenko. Le **22 novembre**, plusieurs milliers d'Ukrainiens manifestent à Kiev pour contester cette victoire. Le **3 décembre**, les résultats de l'élection présidentielle sont invalidés par la Cour suprême. Le **26 décembre**, le candidat à l'opposition est donné largement vainqueur du nouveau tour de la présidentielle.
- **Le 28 novembre :** Nicolas Sarkozy est élu Président de l'UMP.
- **Du 2 au 11 décembre :** grèves à RMC Moyen-Orient.
- **Le 18 décembre :** une infirmière et une aide-soignante sont sauvagement tuées à l'hôpital psychiatrique de Pau.
- **Le 26 décembre :** un violent séisme suivi d'un tsunami frappe l'Asie du Sud-Est, notamment le Sri Lanka, la Thaïlande, l'Indonésie, les Maldives, l'Inde, la Malaisie et la Birmanie. Un bilan provisoire fait état de plus de 12 000 morts.
- **Jours fériés :** les lundi **1^{er} novembre** (Toussaint), jeudi **11 novembre** (Armistice 1918) et samedi **25 décembre** (Noël).

L'AUDIENCE DE LA RADIO en 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 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

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,9	177	100,0	84,5	175	100,0	84,2	172	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	37,0	154	38,4	37,7	148	37,7	37,3	151	38,7
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,7	123	8,0	9,7	117	7,7	9,9	118	8,1
FRANCE BLEU	6,8	117	5,4	7,1	122	5,9	7,2	120	6,0
FRANCE INTER	10,3	127	8,9	10,1	128	8,8	10,8	127	9,4
RMC INFO	4,2	113	3,2	4,4	104	3,1	3,5	104	2,5
RTL	12,1	150	12,2	12,4	139	11,7	12,4	141	12,1
<i>Programmes musicaux Total</i>	45,1	123	37,4	45,6	125	38,5	45,1	122	37,8
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	5,9	95	3,8	5,9	97	3,9	6,3	96	4,1
EUROPE 2	6,1	75	3,1	6,5	86	3,8	6,7	81	3,8
FUN RADIO	6,3	73	3,1	6,2	77	3,2	5,9	83	3,4
MFM	1,8	98	1,2	1,8	99	1,2	1,6	104	1,1
NOSTALGIE	7,9	111	5,9	8,1	111	6,1	8,1	96	5,4
NRJ	12,6	90	7,6	13,1	89	7,8	12,1	83	6,9
RFM	5,0	108	3,7	4,8	110	3,6	4,4	115	3,5
RIRE ET CHANSONS	3,6	72	1,8	4,1	63	1,8	3,7	69	1,8
RTL2	4,6	90	2,8	4,3	90	2,6	4,0	95	2,6
SKYROCK	8,1	82	4,5	8,1	82	4,5	8,2	93	5,2
<i>Programmes thématiques Total</i>	12,9	78	6,8	13,4	74	6,7	14,3	78	7,7
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,2	93	0,8	1,2	82	0,7	1,4	99	1,0
FRANCE INFO	9,7	61	4,0	10,0	59	4,0	10,4	59	4,2
FRANCE MUSIQUES	1,7	94	1,1	1,7	89	1,0	1,9	97	1,3
<i>Programmes locaux Total</i>	19,1	110	14,2	18,1	110	13,5	17,0	108	12,6
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	1,3	73	0,6	1,3	76	0,7	ND	ND	ND
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	13,6	109	10,0	12,9	107	9,3	11,4	106	8,3
Composé de (nombre de stations)									
		(105 stations)			(102 stations)			(92 stations)	

L'AUDIENCE DE LA RADIO en 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

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,4	148	100,0	73,7	148	100,0	74,6	146	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	30,6	132	37,2	31,0	129	36,5	31,7	128	37,3
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,5	111	7,6	7,3	106	7,1	7,8	100	7,2
FRANCE BLEU	5,9	105	5,8	6,3	113	6,5	5,3	108	5,2
FRANCE INTER	8,7	125	10,0	8,2	117	8,8	9,8	115	10,4
RMC INFO	3,0	96	2,6	2,9	85	2,3	2,9	86	2,3
RTL	8,5	132	10,3	9,4	128	11,0	9,6	129	11,4
<i>Programmes musicaux Total</i>	35,9	107	35,5	37,3	111	37,8	36,3	106	35,4
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,5	93	3,9	4,6	89	3,8	4,9	78	3,5
EUROPE 2	4,6	59	2,5	5,0	74	3,4	5,3	64	3,1
FUN RADIO	4,5	80	3,3	4,8	63	2,8	4,7	62	2,7
MFM	1,1	115	1,2	1,1	113	1,1	1,2	116	1,3
NOSTALGIE	5,9	96	5,2	6,0	103	5,6	6,8	96	6,0
NRJ	10,7	79	7,8	10,9	82	8,2	9,5	80	6,9
RFM	3,9	88	3,1	4,1	99	3,7	3,6	91	3,0
RIRE ET CHANSONS	2,2	53	1,1	2,8	66	1,7	2,7	49	1,2
RTL2	3,6	83	2,7	3,3	72	2,1	3,3	69	2,1
SKYROCK	6,7	77	4,8	7,4	80	5,4	7,0	86	5,5
<i>Programmes thématiques Total</i>	10,9	83	8,3	10,7	73	7,2	10,5	87	8,4
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	83	1,0	1,2	85	0,9	1,0	102	1,0
FRANCE INFO	7,2	65	4,3	7,8	55	3,9	7,5	63	4,3
FRANCE MUSIQUES	1,7	115	1,8	1,5	98	1,3	1,5	132	1,8
<i>Programmes locaux Total</i>	15,9	106	15,5	16,1	99	14,5	16,6	104	15,9
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	1,1	85	0,8	0,9	85	0,7	ND	ND	ND
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	10,8	103	10,2	11,6	90	9,6	11,5	97	10,2
Composé de (nombre de stations)									
		(105 stations)			(102 stations)			(92 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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,9	177	100,0	84,5	175	100,0	84,2	172	100,0
GROUPE NRJ	27,0	105	19,1	27,9	104	19,6	26,8	98	18,1
IP RADIO	24,3	122	20,0	24,6	117	19,5	23,7	123	20,0
IP MUSIC	10,6	82	5,9	10,3	84	5,9	9,7	90	6,0
IP TRILOGIK	2,1	78	1,1	2,3	86	1,3	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,1	100	0,7	1,2	88	0,7	1,1	96	0,8
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	31,7	116	24,9	30,9	117	24,5	30,1	115	23,8
L.A.P. IDF	2,0	80	1,1	2,4	91	1,5	2,1	94	1,4
LES INDEPENDANTS	13,6	109	10,0	12,9	107	9,3	11,4	106	8,3
PUISSANCE CAPITALE	2,8	84	1,6	2,2	88	1,3	ND	ND	ND
TOUT PARIS	4,5	86	2,6	4,4	94	2,8	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,4	93	0,9	1,5	91	0,9	ND	ND	ND
SKYREGIE	8,4	81	4,6	8,4	81	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 novembre-décembre 2004 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.
ND = Non Disponible

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ 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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,4	148	100,0	73,7	148	100,0	74,6	146	100,0
GROUPE NRJ	20,8	93	17,9	22,4	94	19,3	21,4	90	17,6
IP RADIO	18,1	110	18,4	18,9	105	18,1	19,3	104	18,4
IP MUSIC	8,0	83	6,1	7,9	68	4,9	7,9	66	4,8
IP TRILOGIK	1,3	121	1,5	1,3	68	0,8	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,1	80	0,8	1,1	105	1,1	1,0	104	1,0
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,2	103	23,8	25,9	101	23,8	26,5	97	23,7
L.A.P. IDF	1,8	69	1,1	1,7	80	1,3	1,6	111	1,6
LES INDEPENDANTS	10,8	103	10,2	11,6	90	9,6	11,5	97	10,2
PUISSANCE CAPITALE	2,1	81	1,6	2,2	95	1,9	ND	ND	ND
TOUT PARIS	3,9	77	2,7	3,7	93	3,1	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,1	99	1,0	1,5	68	0,9	ND	ND	ND
SKYREGIE	7,0	76	4,9	7,7	80	5,6	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 novembre-décembre 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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,9	177	100,0	84,5	175	100,0	84,2	172	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	37,0	154	38,4	37,7	148	37,7	37,3	151	38,7
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	23,8	150	24,1	24,5	139	23,0	23,9	142	23,3
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	45,1	123	37,4	45,6	125	38,5	45,1	122	37,8
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	12,9	78	6,8	13,4	74	6,7	14,3	78	7,7
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	19,1	110	14,2	18,1	110	13,5	17,0	108	12,6
AUTRES PROGRAMMES	5,9	81	3,2	6,3	84	3,6	5,3	85	3,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	27,0	116	21,1	27,1	117	21,4	28,0	118	22,8

⁽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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,4	148	100,0	73,7	148	100,0	74,6	146	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	30,6	132	37,2	31,0	129	36,5	31,7	128	37,3
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	18,6	124	21,3	19,0	123	21,3	19,4	122	21,7
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	35,9	107	35,5	37,3	111	37,8	36,3	106	35,4
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	10,9	83	8,3	10,7	73	7,2	10,5	87	8,4
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	15,9	106	15,5	16,1	99	14,5	16,6	104	15,9
AUTRES PROGRAMMES	5,0	75	3,5	5,0	89	4,0	4,3	77	3,1
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	22,7	116	24,2	22,5	110	22,6	23,2	113	24,0

⁽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'AUDIENGE DES AGREGATS PAR STATUT LUNDI-VENDREDI et 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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			NOVEMBRE-DECEMBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	83,9	177	100,0	84,5	175	100,0	84,2	172	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,2	116	21,3	27,3	117	21,6	28,3	118	23,0
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	68,6	158	73,1	69,2	155	72,6	68,8	152	72,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	3,2	106	2,3	2,9	107	2,1	2,9	88	1,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	5,9	82	3,3	6,3	84	3,6	5,4	85	3,2
SAMEDI-DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	73,4	148	100,0	73,7	148	100,0	74,6	146	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	23,0	115	24,5	22,7	110	22,8	23,2	113	24,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	57,6	131	69,4	58,0	133	70,7	59,0	129	70,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,9	97	2,6	2,6	101	2,4	2,9	100	2,7
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	5,1	75	3,5	5,1	89	4,1	4,4	78	3,2

⁽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

A compter de novembre-décembre 2004, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes⁽¹⁾:

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, OUI FM, RFM IDF

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

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

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

Skyrégie = Chante France, Skyrock

* **Les Indépendants** = 105 stations suivantes :

100 % FM, 13 FM, Ado FM, Activ Radio, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, 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, ECN, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Galaxie (80), Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport (ex Lyon Sport), Hit West, Hot Radio, Impact FM (Lyon), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Littoral FM, Lor'FM, Lyon 1^{ère}, 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 Bonheur**, **RCA-Radio Côte d'Amour**, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Cigogne, Radio Contact Azur, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérico, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN-Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), **Radio Studio 1**, Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, **RVM-Radio Val de Meuse**, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'Auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil Bretagne Sud (ex Soleil FM), Sport FM, Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽¹⁾ En gras italique figurent les nouvelles stations intégrant les couplages à partir de la période novembre-décembre 2004

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre le 1^{er} novembre et le 26 décembre 2004 auprès de la population âgée de 13 ans et plus :
 - 16 305 pour la période lundi-vendredi,
 - 8 154 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.