

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO

L'audience de la Radio en Novembre-Décembre 2005

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Novembre-Décembre 2005-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 **31 octobre au 25 décembre 2005**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	Novembre- Décembre 2005	Septembre- Octobre 2005	Novembre- Décembre 2004
Nombre de jours de semaine de la vague	40	45	40
Nombre de jours fériés	2	0	2
Nombre de jours de vacances scolaires	8 (dont 1 férié)	9	8 (dont 1 férié)
Taux d'activité (en %) ⁽¹⁾	72,2	76,9	72,4

⁽¹⁾ Taux d'activité : part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle le jour même de l'interview.

Pour toute information: Charles JUSTER -Tél: 01 47 58 94 39 - Fax: 01 47 58 09 26 -E-mail : cjuster@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages 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 2005					SEPTEMBRE - OCTOBRE 2005					NOVEMBRE - DECEMBRE 2004				
	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	12,8	6 437	83,7	42 179	174	12,8	6 455	83,5	42 065	175	13,0	6 478	83,9	41 825	177
7 h - 9 heures	23,5	11 867	49,6	24 985	57	23,8	11 982	49,8	25 088	57	23,8	11 840	49,7	24 747	57
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h - 24 heures	9,9	4 969	71,8	36 206	156	9,7	4 887	72,4	36 500	153	9,5	4 744	73,4	36 578	148

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 2005, allant du 31 octobre au 25 décembre 2005, 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 attentats, quasi quotidiens, font plus de 380 morts irakiens et américains. Parallèlement, les enlèvements d'occidentaux se succèdent, parmi lesquels celui d'un ingénieur français le **5 décembre**.
 - ✓ **Conflit israélo-palestinien.** Après l'accord sur l'ouverture des frontières de la Bande de Gaza le **15 novembre**, les Palestiniens franchissent librement, pour la 1^{ère} fois depuis 40 ans, la frontière avec l'Egypte.
- **Jusqu'au 17 novembre :** les violences urbaines, échauffourées et incendies de voitures se multiplient en Seine-Saint-Denis puis dans le Val d'Oise, les Yvelines et la Seine et Marne pour s'étendre ensuite en Province. **Le 8 novembre**, un couvre-feu est instauré. L'état d'urgence est voté à l'Assemblée Nationale pour 3 mois.
- **Le 3 novembre :** grève de 24 heures sur l'antenne de *France 3 Ouest*.
- **Du 22 au 24 novembre :** grève à la SNCF contre la privatisation de l'entreprise. **Le 22 novembre**, avec 28% de mobilisation, le trafic national et régional est très perturbé.
- **Du 22 au 25 novembre :** grève au quotidien « Libération ». Le journal n'est pas publié pendant quatre jours consécutifs.
- **Les 24 et 25 novembre :** alerte orange à la neige et au verglas. La vague de froid cause au moins 7 morts.
- **Le 25 novembre :** reprise du travail dans les transports publics marseillais après 46 jours de grève.
- **Du 5 au 15 décembre :** suite à un mouvement social des agents de conduite, une grève débute sur la ligne D du RER et sur les lignes de Seine et Marne. **Le 12 décembre**, la grève s'étend au RER B.
- **A partir du 22 décembre :** niveaux 2 et 3 du plan grand froid déclenché dans de nombreux départements français.

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% = 504 030 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 498 320 personnes de 13 ans et plus

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

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	174	100,0	83,5	175	100,0	83,9	177	100,0
<i>Programmes généralistes</i> <i>Total</i>	37,1	150	38,1	36,8	149	37,5	37,0	154	38,4
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,2	127	8,0	9,6	117	7,6	9,7	123	8,0
FRANCE BLEU	6,6	118	5,3	7,0	119	5,7	6,8	117	5,4
FRANCE INTER	10,2	126	8,8	9,5	121	7,9	10,3	127	8,9
RMC	4,8	113	3,7	4,8	114	3,7	4,2	113	3,2
RTL	11,8	140	11,4	11,8	145	11,7	12,1	150	12,2
<i>Programmes musicaux</i> <i>Total</i>	43,5	120	35,9	43,6	124	37,0	45,1	123	37,4
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	6,0	101	4,1	5,9	100	4,1	5,9	95	3,8
EUROPE 2	5,6	77	2,9	5,7	77	3,0	6,1	75	3,1
FUN RADIO	5,5	74	2,8	5,7	74	2,9	6,3	73	3,1
MFM	1,6	115	1,3	1,6	117	1,3	1,8	98	1,2
NOSTALGIE	7,7	107	5,7	8,3	104	5,9	7,9	111	5,9
NRJ	12,1	84	7,0	12,3	91	7,6	12,6	90	7,6
RFM	5,0	106	3,6	4,5	95	2,9	5,0	108	3,7
RIRE ET CHANSONS	3,4	65	1,5	3,7	62	1,6	3,6	72	1,8
RTL2	4,8	91	3,0	4,8	101	3,3	4,6	90	2,8
SKYROCK	7,2	78	3,9	8,0	80	4,4	8,1	82	4,5
<i>Programmes thématiques</i> <i>Total</i>	13,4	81	7,4	13,4	78	7,2	12,9	78	6,8
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	98	0,8	1,3	89	0,8	1,2	93	0,8
FRANCE INFO	9,9	59	4,0	10,0	58	3,9	9,7	61	4,0
FRANCE MUSIQUE	1,6	87	0,9	1,6	101	1,1	1,7	94	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,4	119	1,1	1,2	96	0,8	NC	NC	NC
<i>Programmes locaux</i> <i>Total</i>	19,6	110	14,8	20,0	109	14,9	19,1	110	14,2
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	1,2	73	0,6	1,2	73	0,6	1,3	73	0,6
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	14,2	103	10,0	14,9	105	10,8	13,6	109	10,0
Composé de (nombre de stations)		(109 stations)			(106 stations)			(105 stations)	

NC = Non Communiqué

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% = 504 030 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 498 320 personnes de 13 ans et plus

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

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	71,8	156	100,0	72,4	153	100,0	73,4	148	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	29,9	144	38,2	30,5	136	37,4	30,6	132	37,2
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,3	113	7,3	7,6	115	7,8	7,5	111	7,6
FRANCE BLEU	5,7	115	5,9	5,7	122	6,3	5,9	105	5,8
FRANCE INTER	8,0	128	9,0	8,1	112	8,2	8,7	125	10,0
RMC	3,4	109	3,3	3,6	94	3,1	3,0	96	2,6
RTL	9,3	144	12,0	9,3	135	11,4	8,5	132	10,3
<i>Programmes musicaux Total</i>	35,1	108	33,6	35,2	112	35,6	35,9	107	35,5
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,8	89	3,8	4,3	104	4,0	4,5	93	3,9
EUROPE 2	3,8	66	2,2	3,7	72	2,4	4,6	59	2,5
FUN RADIO	4,0	68	2,4	4,6	66	2,7	4,5	80	3,3
MFM	1,3	92	1,0	1,0	129	1,2	1,1	115	1,2
NOSTALGIE	6,1	102	5,5	6,5	99	5,9	5,9	96	5,2
NRJ	9,6	88	7,5	9,4	86	7,3	10,7	79	7,8
RFM	3,9	92	3,2	4,0	92	3,4	3,9	88	3,1
RIRE ET CHANSONS	2,4	53	1,1	2,8	50	1,3	2,2	53	1,1
RTL2	3,2	82	2,3	3,1	96	2,7	3,6	83	2,7
SKYROCK	6,3	81	4,5	6,6	78	4,7	6,7	77	4,8
<i>Programmes thématiques Total</i>	11,0	87	8,5	10,4	80	7,6	10,9	83	8,3
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,1	112	1,1	1,2	81	0,9	1,3	83	1,0
FRANCE INFO	7,9	60	4,2	7,5	59	4,0	7,2	65	4,3
FRANCE MUSIQUE	1,1	104	1,1	1,4	110	1,4	1,7	115	1,8
RADIO CLASSIQUE	1,5	138	1,8	1,0	89	0,8	NC	NC	NC
<i>Programmes locaux Total</i>	16,7	107	16,0	16,4	107	15,9	15,9	106	15,5
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	1,0	72	0,6	1,1	75	0,7	1,1	85	0,8
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	11,9	103	10,9	11,3	100	10,2	10,8	103	10,2
Composé de (nombre de stations)		(109 stations)			(106 stations)			(105 stations)	

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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	174	100,0	83,5	175	100,0	83,9	177	100,0
GROUPE NRJ	26,1	102	18,3	26,6	105	19,2	27,0	105	19,1
NRJ REGIES	27,1	105	19,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND
IP RADIO	22,3	119	18,2	ND	ND	ND	ND	ND	ND
FIRST MUSIC 20-40	10,0	84	5,8	10,2	89	6,2	10,6	82	5,9
FIRST PREMIUM	16,2	129	14,4	ND	ND	ND	ND	ND	ND
FIRST ILE DE FRANCE	1,9	99	1,3	1,9	94	1,2	2,1	78	1,1
SUD + WIT	1,2	121	1,0	1,2	113	1,0	1,1	100	0,7
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	31,0	116	24,7	31,6	113	24,4	31,7	116	24,9
L.A.P. IDF	2,3	101	1,6	1,9	86	1,1	2,0	80	1,1
LES INDEPENDANTS	14,2	103	10,0	14,9	105	10,8	13,6	109	10,0
PUISSANCE CAPITALE	2,5	85	1,5	2,9	92	1,8	2,8	84	1,6
TOUT PARIS	4,6	97	3,1	4,5	93	2,9	4,5	86	2,6
LES PARISIENNES	1,6	89	1,0	1,7	93	1,1	1,4	93	0,9
SKYREGIE	7,5	78	4,0	8,3	79	4,5	8,4	81	4,6

⁽¹⁾ 1%= 504 030 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période novembre-décembre 2005 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 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	71,8	156	100,0	72,4	153	100,0	73,4	148	100,0
GROUPE NRJ	20,8	97	17,9	20,8	98	18,5	20,8	93	17,9
NRJ REGIES	21,7	98	18,9	ND	ND	ND	ND	ND	ND
IP RADIO	16,9	117	17,6	ND	ND	ND	ND	ND	ND
FIRST MUSIC 20-40	7,0	76	4,7	7,6	79	5,4	8,0	83	6,1
FIRST PREMIUM	12,3	131	14,3	ND	ND	ND	ND	ND	ND
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	69	0,8	1,3	74	0,9	1,3	121	1,5
SUD + WIT	1,0	97	0,9	1,0	89	0,8	1,1	80	0,8
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,0	106	23,7	24,9	107	24,1	25,2	103	23,8
L.A.P. IDF	1,2	109	1,2	1,5	85	1,2	1,8	69	1,1
LES INDEPENDANTS	11,9	103	10,9	11,3	100	10,2	10,8	103	10,2
PUISSANCE CAPITALE	2,5	103	2,3	2,3	90	1,9	2,1	81	1,6
TOUT PARIS	3,6	108	3,5	3,7	90	3,1	3,9	77	2,7
LES PARISIENNES	1,4	93	1,1	1,6	79	1,1	1,1	99	1,0
SKYREGIE	6,5	80	4,6	6,8	78	4,8	7,0	76	4,9

⁽¹⁾ 1%= 504 030 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur la période novembre-décembre 2005 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 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	83,7	174	100,0	83,5	175	100,0	83,9	177	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	37,1	150	38,1	36,8	149	37,5	37,0	154	38,4
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	24,0	145	24,0	24,1	145	23,9	23,8	150	24,1
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	43,5	120	35,9	43,6	124	37,0	45,1	123	37,4
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	13,4	81	7,4	13,4	78	7,2	12,9	78	6,8
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	19,6	110	14,8	20,0	109	14,9	19,1	110	14,2
AUTRES PROGRAMMES	6,1	90	3,7	5,9	85	3,4	5,9	81	3,2
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	26,6	116	21,2	26,7	113	20,6	27,0	116	21,1

⁽¹⁾ 1%= 504 030 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

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

⁽⁴⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC, 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 MUSIQUE, 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 MUSIQUE, 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 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	71,8	156	100,0	72,4	153	100,0	73,4	148	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	29,9	144	38,2	30,5	136	37,4	30,6	132	37,2
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	19,0	138	23,3	19,3	131	22,9	18,6	124	21,3
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	35,1	108	33,6	35,2	112	35,6	35,9	107	35,5
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	11,0	87	8,5	10,4	80	7,6	10,9	83	8,3
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	16,7	107	16,0	16,4	107	15,9	15,9	106	15,5
AUTRES PROGRAMMES	4,3	98	3,8	4,5	86	3,5	5,0	75	3,5
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	22,3	114	22,7	21,9	111	21,9	22,7	116	24,2

⁽¹⁾ 1%= 504 030 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 498 320 personnes de 13 ans et plus

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

⁽⁴⁾ **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC, 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 MUSIQUE, 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 MUSIQUE, 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.

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2005			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2005			NOVEMBRE-DECEMBRE 2004		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	83,7	174	100,0	83,5	175	100,0	83,9	177	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,8	116	21,4	27,0	113	20,8	27,2	116	21,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	68,5	153	72,1	68,6	156	73,5	68,6	158	73,1
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	3,3	117	2,6	3,0	104	2,1	3,2	106	2,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	6,1	90	3,8	5,9	86	3,5	5,9	82	3,3
SAMEDI-DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,8	156	100,0	72,4	153	100,0	73,4	148	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,5	114	22,8	22,2	111	22,2	23,0	115	24,5
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	56,9	139	70,6	57,4	138	71,7	57,6	131	69,4
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,9	106	2,7	2,7	107	2,6	2,9	97	2,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	4,3	98	3,8	4,5	86	3,5	5,1	75	3,5

⁽¹⁾ 1%= 504 030 personnes de 13 ans et plus

⁽²⁾ 1%= 498 320 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 2005, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes⁽¹⁾:

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

NRJ Régies = Chérie FM, MFM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

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

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, RTL2

First Ile de France = 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 = 109 stations suivantes⁽²⁾** :

100 %, 13 FM, Activ Radio, Ado FM, Alouette, Alpes 1, 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, ECN, Est FM, Evasion FM (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, **Flash FM**, Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Galaxie (80), Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jordanne FM, Kiss FM, **Là La Radio**, La Radio Plus (ex Thollon), Littoral FM, Lyon 1^{ère}, Magnum La Radio, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Bonheur, 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 Lor'FM, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio TFM, Radio Vitamine, Radiocéan, RCA-Radio Côte d'Amour, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, **Sauvagine**, RVA, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sport FM, Tempo FM, Top Music, Totem, Tregor FM, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, Zi One.

⁽¹⁾ En gras figurent les nouveaux couplages ou couplages ayant changé de composition.

⁽²⁾ En gras italique figurent les nouvelles stations intégrant le couplage Les Indépendants.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre **le 31 octobre et le 25 décembre 2005** auprès de la population âgée de 13 ans et plus :
 - **27 472** interviews pour la période lundi-vendredi,
 - **11 738** interviews pour la période samedi-dimanche.
- Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique et de la stratification géographique de l'échantillon avec équirépartition des interviews 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 **504 030** = nombre d'auditeurs.
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.