



mediametrie

Le 15 novembre 2004

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

L'audience de la Radio en septembre-octobre 2004

Source : Médiamétrie-75 000 + Radio-septembre-octobre 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 **30 août au 31 octobre 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).

<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	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2004					AVRIL - JUIN 2004					SEPTEMBRE - OCTOBRE 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	6 456	84,5	42 106	175	12,6	6 260	82,8	41 281	173	12,6	6 225	83,7	41 519	171
7 h - 9 heures	24,0	11 940	50,9	25 360	56	22,8	11 387	48,6	24 209	56	22,6	11 197	48,9	24 222	55
SAMEDI-DIMANCHE															
5 h - 24 heures	9,6	4 782	73,7	36 722	148	9,5	4 721	72,8	36 270	148	9,7	4 791	74,5	36 928	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 septembre-octobre 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 prises d'otages de civils étrangers se multiplient. Parmi eux, deux humanitaires italiennes sont enlevées le **8 septembre** à Bagdad puis libérées le **28**. Deux Américains et un Anglais enlevés le **16 septembre** sont décapités quelques jours plus tard. Quant aux deux journalistes français retenus en otage depuis le 20 août, la France multiplie les démarches pour obtenir leur libération. Parallèlement, les affrontements entre Américains et Irakiens se succèdent et deviennent de plus en plus sanglants tout au long de la période. Les attentats à la voiture piégée deviennent quasi quotidiens ; le plus meurtrier a lieu à Bagdad le **14 septembre** et fait 73 morts.
- ◇ **Conflit israélo-palestinien.** Le **31 août**, à Beersheba en Israël, un double attentat suicide contre des autobus cause la mort de 18 personnes. Le **8 septembre**, un raid israélien sur Gaza tue 14 militants palestiniens. Le **28 septembre**, Israël déclenche l'opération « Jours de Pénitence » dans le nord de Gaza, en riposte aux tirs de roquettes artisanales Qassam sur des villes israéliennes par les combattants du Hamas, causant la mort d'au moins 85 palestiniens. Le **29 octobre**, Yasser Arafat quitte Amman pour être hospitalisé à Clamart en France.
- ◇ George W. Bush et John Kerry sont en campagne pour les élections présidentielles américaines. Trois débats télévisés les opposent les **30 septembre, 8 et 13 octobre**.
- **Du 1^{er} au 4 septembre** : à Beslan, en Russie, des terroristes pro-tchétchènes séquestrent, dans une école, plusieurs centaines d'adultes et d'enfants. Le **5 septembre**, l'intervention des forces spéciales russes entraîne la mort de 335 otages et fait plus de 700 blessés.
- **Le 9 septembre** : un attentat à la voiture piégée visant l'ambassade d'Australie à Jakarta en Indonésie fait 12 morts et 180 blessés.
- **Du 9 au 18 septembre** : dans la nuit du **15 au 16 septembre**, le cyclone "Ivan" frappe le littoral sud des Etats-Unis et fait au moins 11 morts, après avoir tué 70 personnes dans les Caraïbes. Le **18 septembre**, le passage du cyclone "Jeanne" provoque la mort de 600 personnes dans la région d'Haïti.
- **Le 26 septembre** : un ingénieur français, travaillant pour le compte de Thalès, est assassiné en pleine rue à Djedda, en Arabie Saoudite.
- **Le 6 octobre** : l'Union Européenne donne son aval à l'ouverture de négociations pour l'adhésion de la Turquie.
- **Le 8 octobre** : une explosion devant l'ambassade d'Indonésie à Paris fait 12 blessés.
En Egypte, trois attentats anti-israéliens revendiqués par un groupe proche d'Al Qaida dans le Sinaï font 32 morts, 38 disparus et 126 blessés.

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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,5	175	100,0	82,8	173	100,0	83,7	171	100,0
<i>Programmes généralistes Total</i>	37,7	148	37,7	36,2	147	37,1	36,4	147	37,3
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,7	117	7,7	9,4	117	7,6	9,1	117	7,4
FRANCE BLEU	7,1	122	5,9	6,6	116	5,4	6,9	118	5,7
FRANCE INTER	10,1	128	8,8	10,3	133	9,6	10,5	124	9,1
RMC INFO	4,4	104	3,1	3,6	106	2,6	3,5	106	2,6
RTL	12,4	139	11,7	11,6	137	11,1	12,1	141	11,9
<i>Programmes musicaux Total</i>	45,6	125	38,5	44,7	126	39,2	45,1	124	39,1
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	5,9	97	3,9	6,2	106	4,6	6,0	102	4,3
EUROPE 2	6,5	86	3,8	6,6	84	3,9	6,8	89	4,2
FUN RADIO	6,2	77	3,2	6,5	73	3,3	6,2	80	3,5
MFM	1,8	99	1,2	1,6	102	1,1	1,5	105	1,1
NOSTALGIE	8,1	111	6,1	8,1	115	6,6	7,9	99	5,4
NRJ	13,1	89	7,8	11,8	88	7,2	12,2	91	7,7
RFM	4,8	110	3,6	4,7	98	3,2	4,8	91	3,0
RIRE ET CHANSONS	4,1	63	1,8	3,4	65	1,6	4,1	75	2,1
RTL2	4,3	90	2,6	4,2	94	2,8	4,5	90	2,8
SKYROCK	8,1	82	4,5	8,6	84	5,1	8,3	86	4,9
<i>Programmes thématiques Total</i>	13,4	74	6,7	13,2	80	7,4	13,8	79	7,6
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,2	82	0,7	1,1	91	0,7	1,4	95	0,9
FRANCE INFO	10,0	59	4,0	9,8	62	4,2	10,6	62	4,6
FRANCE MUSIQUES	1,7	89	1,0	1,7	98	1,2	1,7	95	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,2	91	0,7	1,0	107	0,8	1,1	88	0,6
<i>Programmes locaux Total</i>	18,1	110	13,5	17,1	107	12,8	17,7	103	12,7
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	1,3	76	0,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,9	107	9,3	12,0	103	8,6	12,1	100	8,5
Composé de (nombre de stations)		(102 stations)			(95 stations)			(89 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

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,7	148	100,0	72,8	148	100,0	74,5	148	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	<i>31,0</i>	<i>129</i>	<i>36,5</i>	<i>30,3</i>	<i>125</i>	<i>35,1</i>	<i>30,9</i>	<i>132</i>	<i>36,9</i>
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,3	106	7,1	6,8	104	6,6	7,5	112	7,6
FRANCE BLEU	6,3	113	6,5	5,5	112	5,7	5,4	113	5,6
FRANCE INTER	8,2	117	8,8	8,5	117	9,2	9,1	117	9,6
RMC INFO	2,9	85	2,3	3,1	90	2,6	3,4	84	2,6
RTL	9,4	128	11,0	9,6	118	10,5	9,1	132	10,9
<i>Programmes musicaux</i> Total	<i>37,3</i>	<i>111</i>	<i>37,8</i>	<i>37,9</i>	<i>113</i>	<i>39,5</i>	<i>38,1</i>	<i>111</i>	<i>38,3</i>
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,6	89	3,8	5,0	90	4,2	5,5	87	4,4
EUROPE 2	5,0	74	3,4	5,3	75	3,7	5,9	81	4,3
FUN RADIO	4,8	63	2,8	5,4	70	3,5	4,7	61	2,6
MFM	1,1	113	1,1	1,4	105	1,4	1,2	138	1,5
NOSTALGIE	6,0	103	5,6	6,4	94	5,6	7,3	90	6,0
NRJ	10,9	82	8,2	10,5	80	7,7	10,3	81	7,6
RFM	4,1	99	3,7	3,9	85	3,1	3,4	96	2,9
RIRE ET CHANSONS	2,8	66	1,7	2,5	57	1,3	2,4	63	1,4
RTL2	3,3	72	2,1	3,4	87	2,7	3,3	84	2,5
SKYROCK	7,4	80	5,4	7,2	95	6,3	6,8	82	5,1
<i>Programmes thématiques</i> Total	<i>10,7</i>	<i>73</i>	<i>7,2</i>	<i>10,3</i>	<i>78</i>	<i>7,4</i>	<i>11,0</i>	<i>73</i>	<i>7,3</i>
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,2	85	0,9	1,1	92	0,9	1,1	87	0,9
FRANCE INFO	7,8	55	3,9	7,1	56	3,6	8,0	58	4,2
FRANCE MUSIQUES	1,5	98	1,3	1,6	101	1,5	1,4	73	0,9
RADIO CLASSIQUE	0,8	83	0,6	1,0	116	1,1	0,8	118	0,9
<i>Programmes locaux</i> Total	<i>16,1</i>	<i>99</i>	<i>14,5</i>	<i>14,9</i>	<i>101</i>	<i>14,0</i>	<i>14,8</i>	<i>100</i>	<i>13,4</i>
<i>Dont</i>									
LE MOUV'	0,9	85	0,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	11,6	90	9,6	10,6	95	9,3	9,9	96	8,7
Composé de (nombre de stations)									
		(102 stations)			(95 stations)			(89 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.

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,5	175	100,0	82,8	173	100,0	83,7	171	100,0
GROUPE NRJ	27,9	104	19,6	26,3	108	19,9	26,8	104	19,5
IP RADIO	24,6	117	19,5	23,7	115	19,1	23,8	120	20,0
IP MUSIC	10,3	84	5,9	10,4	83	6,0	10,4	86	6,3
IP TRILOGIK	2,3	86	1,3	2,0	71	1,0	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,2	88	0,7	1,2	105	0,9	1,1	84	0,7
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	30,9	117	24,5	29,9	112	23,4	29,9	112	23,3
L.A.P. IDF	2,4	91	1,5	2,2	107	1,7	2,4	103	1,7
LES INDEPENDANTS	12,9	107	9,3	12,0	103	8,6	12,1	100	8,5
PUISSANCE CAPITALE	2,2	88	1,3	2,5	84	1,5	ND	ND	ND
TOUT PARIS	4,4	94	2,8	4,5	99	3,1	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,5	91	0,9	1,4	87	0,9	ND	ND	ND
SKYREGIE	8,4	81	4,6	8,9	84	5,2	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 septembre-octobre 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.

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,7	148	100,0	72,8	148	100,0	74,5	148	100,0
GROUPE NRJ	22,4	94	19,3	22,2	91	18,8	22,9	93	19,3
IP RADIO	18,9	105	18,1	19,7	103	18,8	18,4	110	18,3
IP MUSIC	7,9	68	4,9	8,6	78	6,2	7,9	71	5,1
IP TRILOGIK	1,3	68	0,8	1,6	85	1,2	ND	ND	ND
SUD + WIT	1,1	105	1,1	0,9	86	0,7	0,9	96	0,8
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,9	101	23,8	24,9	99	22,9	25,0	105	23,8
L.A.P. IDF	1,7	80	1,3	1,7	84	1,3	2,1	82	1,5
LES INDEPENDANTS	11,6	90	9,6	10,6	95	9,3	9,9	96	8,7
PUISSANCE CAPITALE	2,2	95	1,9	2,2	84	1,7	ND	ND	ND
TOUT PARIS	3,7	93	3,1	3,8	86	3,0	ND	ND	ND
LES PARISIENNES	1,5	68	0,9	1,1	94	1,0	ND	ND	ND
SKYREGIE	7,7	80	5,6	7,5	94	6,5	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 septembre-octobre 2004 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.
ND = Non Disponible

L'AUDIENGE DES AGREGATS PAR FORMAT LUNDI-VENDREDI (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.

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	84,5	175	100,0	82,8	173	100,0	83,7	171	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	37,7	148	37,7	36,2	147	37,1	36,4	147	37,3
<i>Dont:</i> PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	24,5	139	23,0	22,9	139	22,2	22,9	141	22,5
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	45,6	125	38,5	44,7	126	39,2	45,1	124	39,1
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	13,4	74	6,7	13,2	80	7,4	13,8	79	7,6
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	18,1	110	13,5	17,1	107	12,8	17,7	103	12,7
AUTRES PROGRAMMES	6,3	84	3,6	5,5	89	3,4	5,6	83	3,3
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	27,1	117	21,4	26,9	117	22,0	27,7	116	22,5

⁽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.

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	73,7	148	100,0	72,8	148	100,0	74,5	148	100,0
PROGRAMMES GENERALISTES ⁽³⁾	31,0	129	36,5	30,3	125	35,1	30,9	132	36,9
<i>Dont:</i>									
PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES ⁽⁴⁾	19,0	123	21,3	19,0	115	20,2	19,2	125	21,8
PROGRAMMES MUSICAUX ⁽⁵⁾	37,3	111	37,8	37,9	113	39,5	38,1	111	38,3
PROGRAMMES THEMATIQUES ⁽⁶⁾	10,7	73	7,2	10,3	78	7,4	11,0	73	7,3
PROGRAMMES LOCAUX ⁽⁷⁾	16,1	99	14,5	14,9	101	14,0	14,8	100	13,4
AUTRES PROGRAMMES	5,0	89	4,0	4,6	93	3,9	4,7	93	3,9
TOTAL RADIO FRANCE ⁽⁸⁾	22,5	110	22,6	21,6	109	21,8	23,1	107	22,4

⁽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.

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2004			AVRIL-JUIN 2004			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2003		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA mn	PDA %
LUNDI-VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	84,5	175	100,0	82,8	173	100,0	83,7	171	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	27,3	117	21,6	27,1	117	22,2	27,8	116	22,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	69,2	155	72,6	67,6	153	72,1	67,8	152	71,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,9	107	2,1	2,9	108	2,2	3,1	100	2,2
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	6,3	84	3,6	5,6	91	3,6	5,7	85	3,4
SAMEDI-DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	73,7	148	100,0	72,8	148	100,0	74,5	148	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	22,7	110	22,8	21,7	109	22,0	23,4	107	22,7
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁴⁾	58,0	133	70,7	58,5	132	71,5	58,4	134	71,2
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁵⁾	2,6	101	2,4	2,7	103	2,6	2,4	88	1,9
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁶⁾	5,1	89	4,1	4,6	92	4,0	4,9	94	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 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

A compter de septembre-octobre 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, OUI FM, RFM IDF

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion FM, Générations Paris Jazz, Média tropical, 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** ⁽¹⁾ = 102 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 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 Jérigo, 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 Sun FM (69), Radio TFM, Radio TSF (Calais), RTS FM, 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 figurent les stations intégrant le couplage Les Indépendants à partir de la période septembre-octobre 2004

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées entre **le 30 août et le 31 octobre 2004** auprès de la population âgée de 13 ans et plus :
 - **16 296** pour la période lundi-vendredi,
 - **8 148** 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.