

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2011

**Source : Médiamétrie 126 000 Radio Janvier-Mars 2011 - Copyright Médiamétrie-Tous droits réservés**

- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ pp. 2-3
- L'audience des couplages publicitaires, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ p. 4
- L'audience des agrégats par statut, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ p. 5
- La composition des couplages publicitaires et des agrégats par format \_\_\_\_\_ p. 6
- Les événements sur la période, les caractéristiques de l'enquête et la définition des indicateurs \_\_\_\_\_ p. 7

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en France métropolitaine sur la période allant du **3 janvier au 3 avril 2011**, mesurée auprès de **33 097 personnes âgées de 13 ans et plus**.

Les résultats d'audience portent sur la base temporelle « lundi-vendredi » construite en mettant à part les Jours de Moindre Activité (JMA), jours pour lesquels le taux d'activité est inférieur à 55%.

Sur la période Janvier-Mars 2011, aucun JMA n'a été relevé.

### Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	JANVIER-MARS 2011	NOVEMBRE- DECEMBRE 2010	JANVIER-MARS 2010
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	45	60
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	9	0
Nombre de jours de vacances scolaires	10	13	10
Taux d'activité hors JMA (en %) <sup>(1)</sup>	76,8	74,7	74,4

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

### L'audience du Média Radio, population des 13 ans et plus (5h-24h)

	JANVIER-MARS 2011					NOVEMBRE-DECEMBRE 2010					JANVIER-MARS 2010				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
Lundi-Vendredi	12,4	6 515	82,4	43 125	2h52	12,6	6 562	82,1	42 756	2h55	12,7	6 623	82,7	43 041	2h55
Samedi-Dimanche	9,0	4 690	70,8	37 080	2h24	8,8	4 597	67,4	35 086	2h29	9,4	4 917	70,1	36 514	2h34

**Pour toute information** : Laure OSMANIAN MOLINERO - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : losmanian@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 en lundi-vendredi (5h-24h).**

## L'AUDIENCE DE LA RADIO en LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

(1) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition des Indés Radios en p.6

	JANVIER-MARS 2011			NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			JANVIER-MARS 2010		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,4</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>
<b>Programmes généralistes</b>	<b>38,9</b>	<b>2h37</b>	<b>43,0</b>	<b>38,7</b>	<b>2h39</b>	<b>42,8</b>	<b>39,5</b>	<b>2h40</b>	<b>43,6</b>
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,1	1h58	7,6	8,9	2h00	7,4	10,1	2h09	9,0
FRANCE BLEU	7,2	2h02	6,2	7,5	2h08	6,7	7,5	2h01	6,3
FRANCE INTER	10,6	2h12	9,9	10,1	2h17	9,6	10,4	2h15	9,7
RMC	7,0	2h06	6,2	7,0	2h01	5,9	6,4	2h00	5,3
RTL	12,6	2h22	12,6	13,2	2h18	12,7	12,5	2h28	12,8
<b>Programmes musicaux</b>	<b>41,6</b>	<b>1h50</b>	<b>32,3</b>	<b>40,9</b>	<b>1h52</b>	<b>32,0</b>	<b>41,6</b>	<b>1h52</b>	<b>32,0</b>
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	4,7	1h22	2,7	4,3	1h29	2,7	4,8	1h30	3,0
FUN RADIO	7,9	1h17	4,3	7,4	1h19	4,1	7,0	1h20	3,8
NOSTALGIE	6,2	1h42	4,5	6,3	1h35	4,2	6,9	1h33	4,4
NRJ	10,8	1h17	5,9	10,4	1h25	6,2	10,0	1h19	5,5
RFM	4,3	1h33	2,8	4,4	1h34	2,9	4,5	1h32	2,8
RIRE ET CHANSONS	3,8	1h02	1,7	3,4	0h59	1,4	3,7	1h05	1,7
RTL2	4,9	1h22	2,8	4,6	1h32	3,0	4,7	1h16	2,4
SKYROCK	7,9	1h22	4,5	7,6	1h23	4,4	7,9	1h27	4,8
VIRGIN RADIO	4,7	1h15	2,4	4,4	1h16	2,3	5,0	1h16	2,6
<b>Programmes thématiques</b>	<b>13,3</b>	<b>1h20</b>	<b>7,5</b>	<b>13,3</b>	<b>1h31</b>	<b>8,4</b>	<b>12,8</b>	<b>1h23</b>	<b>7,3</b>
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,7	1h33	1,1	1,8	1h41	1,2	1,5	1h32	1,0
FRANCE INFO	8,9	0h57	3,6	8,4	0h59	3,4	8,7	1h00	3,6
FRANCE MUSIQUE	1,3	1h40	0,9	1,4	1h40	1,0	1,3	1h35	0,8
RADIO CLASSIQUE	1,9	1h42	1,4	2,1	2h14	2,0	1,8	1h55	1,4
<b>Programmes locaux</b>	<b>19,6</b>	<b>1h46</b>	<b>14,6</b>	<b>19,5</b>	<b>1h46</b>	<b>14,4</b>	<b>19,2</b>	<b>1h48</b>	<b>14,2</b>
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,2	2h01	1,9	2,2	1h49	1,6	2,4	1h46	1,7
Composé de (nombre de stations)		<b>(557 stations)</b>			<b>(561 stations)</b>			<b>(553 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS <sup>(3)</sup>	16,0	1h41	11,4	16,1	1h41	11,3	14,8	1h44	10,6
Composé de (nombre de stations)		<b>(128 stations)</b>			<b>(128 stations)</b>			<b>(122 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE	1,1	1h27	0,6	1,0	1h39	0,7	ND	ND	ND

ND = Non Disponible

## L'AUDIENCE DE LA RADIO en SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

(1) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition des Indés Radios en p.6

	JANVIER-MARS 2011			NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			JANVIER-MARS 2010		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>70,8</b>	<b>2h24</b>	<b>100,0</b>	<b>67,4</b>	<b>2h29</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h34</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <b>Total</b>	<b>31,1</b>	<b>2h09</b>	<b>39,3</b>	<b>30,3</b>	<b>2h17</b>	<b>41,2</b>	<b>31,0</b>	<b>2h18</b>	<b>39,8</b>
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	6,7	1h41	6,7	6,3	1h44	6,5	6,8	1h53	7,1
FRANCE BLEU	6,0	2h01	7,1	6,4	2h08	8,2	5,3	2h05	6,2
FRANCE INTER	8,5	1h56	9,6	7,7	1h59	9,2	8,2	2h00	9,1
RMC	5,0	1h36	4,7	4,8	1h38	4,7	4,7	1h40	4,3
RTL	8,8	2h05	10,8	8,8	2h15	11,9	9,7	2h19	12,5
<i>Programmes musicaux</i> <b>Total</b>	<b>33,0</b>	<b>1h43</b>	<b>33,3</b>	<b>31,6</b>	<b>1h43</b>	<b>32,2</b>	<b>33,8</b>	<b>1h46</b>	<b>33,2</b>
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	3,6	1h28	3,1	3,6	1h35	3,4	3,6	1h34	3,2
FUN RADIO	6,2	1h18	4,7	5,8	1h21	4,7	5,5	1h17	4,0
NOSTALGIE	5,3	1h33	4,8	4,7	1h29	4,1	5,5	1h36	4,9
NRJ	8,0	1h10	5,5	7,2	1h16	5,4	8,1	1h11	5,3
RFM	3,4	1h41	3,4	3,1	1h14	2,3	3,5	1h38	3,2
RIRE ET CHANSONS	2,6	1h03	1,6	2,6	0h57	1,5	2,5	0h55	1,3
RTL2	3,7	1h11	2,5	2,7	1h24	2,3	3,9	1h18	2,8
SKYROCK	6,3	1h17	4,8	5,9	1h37	5,7	6,2	1h24	4,8
VIRGIN RADIO	3,2	1h08	2,1	3,0	1h13	2,2	3,9	1h14	2,7
<i>Programmes thématiques</i> <b>Total</b>	<b>10,3</b>	<b>1h29</b>	<b>9,0</b>	<b>10,4</b>	<b>1h27</b>	<b>9,0</b>	<b>10,5</b>	<b>1h28</b>	<b>8,5</b>
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	1h38	1,2	1,6	1h35	1,5	1,3	1h23	1,0
FRANCE INFO	6,8	1h02	4,1	6,4	0h59	3,7	6,8	1h05	4,1
FRANCE MUSIQUE	1,2	2h00	1,4	1,2	1h43	1,2	1,4	1h34	1,2
RADIO CLASSIQUE	1,5	1h54	1,7	1,6	1h52	1,8	1,6	1h56	1,7
<i>Programmes locaux</i> <b>Total</b>	<b>16,3</b>	<b>1h35</b>	<b>15,2</b>	<b>14,4</b>	<b>1h40</b>	<b>14,3</b>	<b>15,7</b>	<b>1h43</b>	<b>15,1</b>
<i>Dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,4	1h24	1,9	2,3	1h36	2,2	2,1	1h54	2,2
Composé de (nombre de stations)		<b>(557 stations)</b>			<b>(561 stations)</b>			<b>(553 stations)</b>	
GROUPEMENT LES INDES RADIOS <sup>(3)</sup>	12,6	1h32	11,3	11,0	1h35	10,4	12,1	1h36	10,8
Composé de (nombre de stations)		<b>(128 stations)</b>			<b>(128 stations)</b>			<b>(122 stations)</b>	
<i>dont</i> : ALOUETTE	0,6	1h40	0,6	0,6	1h31	0,5	ND	ND	ND

ND = Non Disponible

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup> (5h-24h)

<sup>(1)</sup> 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2011			NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			JANVIER-MARS 2010		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,4</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	23,1	1h30	14,7	22,3	1h33	14,4	22,9	1h32	14,5
NRJ GLOBAL	23,7	1h31	15,2	23,1	1h35	15,2	23,7	1h33	15,2
ADULTS ONLY	14,2	1h33	9,3	13,9	1h33	9,0	15,2	1h33	9,7
IP RADIO	24,1	1h56	19,7	24,1	1h57	19,7	23,0	2h00	19,1
FIRST MUSIC	12,4	1h21	7,1	11,7	1h26	7,0	11,3	1h21	6,3
FIRST ILE DE FRANCE	1,7	1h08	0,8	1,3	1h04	0,6	1,5	1h11	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	17,5	1h45	13,0	17,2	1h47	12,8	18,7	1h52	14,5
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	1h20	0,8	1,6	1h22	0,9	1,6	1h27	1,0
LIP !	2,8	1h20	1,6	2,7	1h18	1,5	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	16,9	1h41	12,0	17,2	1h42	12,1	15,9	1h43	11,3
LES INDES RADIOS	16,0	1h41	11,4	16,1	1h41	11,3	14,8	1h44	10,6
SUD + WIT	1,1	1h25	0,6	1,2	1h38	0,8	1,2	1h23	0,7
PUISSANCE CAPITALE	2,2	1h17	1,2	2,3	1h25	1,4	2,4	1h47	1,7
LES PARISIENNES	2,6	1h16	1,4	2,7	1h21	1,5	2,4	1h32	1,5
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>70,8</b>	<b>2h24</b>	<b>100,0</b>	<b>67,4</b>	<b>2h29</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h34</b>	<b>100,0</b>
GROUPE NRJ	17,6	1h27	15,0	16,9	1h26	14,5	18,1	1h27	14,6
NRJ GLOBAL	18,2	1h27	15,6	17,4	1h26	14,9	18,7	1h29	15,5
ADULTS ONLY	11,1	1h33	10,1	10,9	1h27	9,4	11,5	1h35	10,2
IP RADIO	18,1	1h42	18,0	16,7	1h53	18,8	18,4	1h53	19,2
FIRST MUSIC	9,7	1h16	7,3	8,4	1h23	7,0	9,2	1h19	6,8
FIRST ILE DE FRANCE	1,2	1h04	0,7	1,2	1h29	1,0	1,1	1h09	0,7
LAGARDERE PUBLICITE	12,8	1h37	12,2	12,2	1h32	11,2	13,9	1h42	13,1
LAGARDERE METROPOLES IDF	0,9	1h25	0,7	1,1	1h12	0,8	1,4	1h40	1,3
LIP !	1,9	1h17	1,4	2,0	1h30	1,8	ND	ND	ND
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,3	1h32	12,0	11,8	1h36	11,2	12,9	1h37	11,6
LES INDES RADIOS	12,6	1h32	11,3	11,0	1h35	10,4	12,1	1h36	10,8
SUD + WIT	0,8	1h25	0,7	0,8	1h46	0,8	0,9	1h37	0,8
PUISSANCE CAPITALE	2,0	1h28	1,7	1,7	1h27	1,5	2,1	1h14	1,4
LES PARISIENNES	2,1	1h11	1,5	1,8	1h22	1,5	2,0	1h16	1,5

<sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2011 figure en page 6. Le nom et/ ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

ND = Non Disponible.

## L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT (5h-24h)

(1) 1% = 523 620 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2011			NOVEMBRE-DECEMBRE 2010			JANVIER-MARS 2010		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA h/mn	PDA %
<b>LUNDI - VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>82,4</b>	<b>2h52</b>	<b>100,0</b>	<b>82,1</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>	<b>82,7</b>	<b>2h55</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	26,2	2h03	22,7	25,6	2h08	22,8	26,3	2h04	22,4
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	26,0	2h03	22,5	25,3	2h08	22,6	26,1	2h04	22,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	68,1	2h32	72,9	68,9	2h32	73,1	68,4	2h35	73,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,2	2h01	1,9	2,2	1h49	1,6	2,4	1h46	1,7
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	4,2	1h28	2,6	3,6	1h36	2,4	4,4	1h32	2,8
<b>SAMEDI - DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>70,8</b>	<b>2h24</b>	<b>100,0</b>	<b>67,4</b>	<b>2h29</b>	<b>100,0</b>	<b>70,1</b>	<b>2h34</b>	<b>100,0</b>
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	21,4	1h58	24,8	21,2	1h58	24,9	21,1	1h55	22,5
dont : RADIO FRANCE <sup>(4)</sup>	21,3	1h58	24,6	21,0	1h58	24,6	21,0	1h55	22,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(5)</sup>	56,2	2h07	70,0	52,9	2h12	69,6	56,3	2h17	71,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(6)</sup>	2,4	1h24	1,9	2,3	1h36	2,2	2,1	1h54	2,2
AUTRES PROGRAMMES <sup>(7)</sup>	3,1	1h47	3,3	3,2	1h48	3,4	3,9	1h33	3,4

(3) **Les radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

(4) **Radio France** : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, Le Mouvement.

(5) **Les radios privées commerciales** regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

(6) **Les radios privées associatives** regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

(7) **Les autres programmes** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

## LA COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

Sur la période Janvier-Mars 2011, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

**NRJ Global** = Chérie FM, MFM Radio, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

**Adults Only** = Chérie FM, MFM Radio, Nostalgie, Rire et Chansons

**IP Radio** = Fun Radio, RTL, RTL2

**First Music** = Fun Radio, RTL2

**First Ile de France** = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

**Lagardère Publicité** = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio

**Lagardère Métropoles IDF** = OUI FM IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF

**LIP !** = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF

**TF1 Publicité Radios** = Les Indés Radios, Sud Radio, Wit FM

**Sud + Wit** = Sud Radio, Wit FM

**Puissance Capitale** = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Tropiques FM, Urban Hit ex-Only Raï, Voltage

**Les Parisiennes** = Chante France, Radio FG, Radio Latina, Radio Nova, TSF Jazz

**Les Indés Radios** = 128 stations suivantes :

100 %, 47 FM, Activ Radio (42), Ado FM, Africa N°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM (02, 59), Champagne FM, Chante France, Cocktail FM (14, 27), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact (NORD), Delta FM (59, 62), Direct FM, Durance FM, E FM, Echo FM (02), ECN, Emotion, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM (87), Flor FM, FMC Radio, Forum, France Maghreb 2, FGL - Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon (62), Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations (75), Gold FM, Grand Sud FM ex Radio Narbonne Méditerranée, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Là La Radio, La Radio de la Mer programme Ouï FM, La Radio Plus (Rhône Alpes), Littoral FM, Lyon 1ère, Magic La Radio, Magnum La Radio, Métropolys (59, 62), Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17, 86), Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM (61), Océane FM (35, 44, 56), ODS Radio, Or FM, Ouest FM, Ouï FM, Plein Air, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Azur (06), Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 76, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo (57), Radio Latina, Radio Liberté (67), Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RCN Radio ex Radio Catalogne Nord, RDL, Résonance (76), RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM (08), Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit ex Only Raï, Variation, VFM (14), Vibration, Virage Radio ex Couleur 3, Voltage.

## LA DEFINITION DES AGREGATS PAR FORMAT

**Les programmes généralistes** : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC, RTL, Sud Radio.

**Les programmes musicaux** : Chérie FM, Fun Radio, Le Mouv', MFM Radio, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio.

**Les programmes thématiques** : BFM Business, France Culture, France Info, France Musique, Radio Classique, RFI-Radio France Internationale.

**Les programmes locaux** : Fip, radios locales non affiliées à un réseau national.

## LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête Janvier-Mars 2011, allant du 3 janvier au 3 avril 2011, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

A l'international, l'ensemble de la période est ponctué de manifestations et d'émeutes qui ébranlent le monde arabe, en particulier la Tunisie, l'Egypte et la Libye :

- **Le 14 janvier**, le président Ben Ali fuit la Tunisie après 23 ans de règne.
- **Le 11 février**, après 18 jours de révolte, Hosni Moubarak quitte le pouvoir égyptien.
- **Le 15 février**, des manifestations contre le pouvoir libyen de Kadhafi débutent dans la province de Benghazi. **Le 19 mars**, des frappes aériennes françaises, américaines et britanniques sont lancées en Libye.

Le Japon est frappé par des catastrophes naturelles majeures, suivi d'un enchaînement d'incidents dans une centrale nucléaire :

- **Le 11 mars**, un séisme de magnitude 9 au large du Japon, suivi d'un tsunami dévastateur, frappent le nord-est du pays, faisant des dizaines de milliers de morts et de disparus.
- **Le 15 mars**, une explosion dans la centrale nucléaire de Fukushima endommagée par le tsunami, ainsi que plusieurs incidents graves affectant les réacteurs de la centrale les jours suivants, font craindre une catastrophe nucléaire.

En France :

- **Le 15 janvier**, Marine Le Pen succède à son père à la tête du Front National. **Le 5 mars**, elle réalise une percée dans un sondage d'intentions de vote, qui la place en tête au premier tour de la Présidentielle.
- **Le 30 janvier**, l'équipe de France de handball devient championne du monde pour la quatrième fois consécutive.
- **Les 20 et 27 mars**, les élections cantonales sont marquées par un taux d'abstention record.

L'actualité est également marquée par le décès de Annie Girardot, **le 28 février**, et Elizabeth Taylor, **le 23 mars**.

## LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 3 janvier et le 3 avril 2011 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **30 230** interviews pour la période lundi-vendredi, et **12 947** 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 **523 620** = nombre d'auditeurs.  
Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

## LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, en pourcentage de la population ou en Milliers.

AC : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire ou la journée (5h-24h), en pourcentage de la population ou Milliers.

DEA : Durée d'Ecoute par Auditeur (en heures / 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.