

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Novembre-Décembre 2008

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Novembre-Décembre 2008 - 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 novembre au 28 décembre 2008**, mesurée auprès de **30 037 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 Novembre-Décembre 2008, **7 JMA ont été relevés : les lundi 10 et mardi 11 novembre et la semaine du lundi 22 au vendredi 26 décembre 2008**.

Caractéristiques de la période en semaine (lundi-vendredi)

	NOVEMBRE- DECEMBRE 2008	SEPTEMBRE- OCTOBRE 2008	NOVEMBRE- DECEMBRE 2007
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	45	45
Nombre de Jours de Moindre Activité	7	0	7
Nombre de jours de vacances scolaires	8	6	13
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	77,4	76,5	76,3

⁽¹⁾ 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)

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2008					SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008					NOVEMBRE-DECEMBRE 2007				
	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	13,1	6 744	83,0	42 670	3h00	12,7	6 547	81,7	41 975	2h58	13,1	6 718	84,1	43 033	2h58
Samedi- Dimanche	9,9	5 090	71,9	36 958	2h37	9,7	4 966	72,0	37 027	2h33	10,1	5 141	73,3	37 501	2h36

Pour toute information: Laure OSMANIAN MOLINERO -Tél: 01 47 58 97 55 -Fax: 01 47 58 09 26 -E-mail : losmanian@mediametrie.fr
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediapmetrie.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% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

		NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		83,0	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0	84,1	2h58	100,0
<i>Programmes généralistes</i>	Total	39,5	2h40	42,3	37,6	2h37	40,6	37,9	2h39	40,3
<i>dont</i>										
EUROPE 1		10,0	2h05	8,4	9,5	2h04	8,1	9,0	2h04	7,5
FRANCE BLEU		6,9	2h07	5,8	6,2	2h03	5,3	6,6	2h06	5,5
FRANCE INTER		10,6	2h07	9,1	10,2	2h15	9,4	9,9	2h11	8,7
RMC		6,2	2h08	5,3	5,9	2h02	4,9	6,1	1h58	4,9
RTL		12,7	2h33	13,0	12,2	2h26	12,3	12,9	2h32	13,1
SUD RADIO		1,1	1h30	0,6	ND	ND	ND	1,0	1h35	0,6
<i>Programmes musicaux</i>	Total	42,1	1h58	33,3	41,9	2h00	34,5	44,2	2h00	35,3
<i>dont</i>										
CHERIE FM		4,1	1h34	2,6	4,4	1h30	2,7	5,2	1h38	3,4
FUN RADIO		6,7	1h15	3,4	6,8	1h22	3,9	7,0	1h15	3,5
MFM		1,3	1h45	0,9	1,5	1h29	0,9	1,6	2h01	1,3
NOSTALGIE		7,4	1h47	5,3	7,1	1h53	5,5	7,7	1h49	5,6
NRJ		10,7	1h20	5,8	10,4	1h21	5,8	11,5	1h26	6,6
RFM		4,4	1h44	3,1	4,4	1h45	3,2	4,9	1h42	3,3
RIRE ET CHANSONS		3,6	1h12	1,8	3,4	1h09	1,6	3,3	0h57	1,3
RTL2		4,4	1h30	2,7	5,0	1h26	3,0	4,9	1h28	2,9
SKYROCK		7,8	1h25	4,5	7,6	1h24	4,4	7,3	1h23	4,1
VIRGIN RADIO*		5,5	1h21	3,0	5,9	1h14	3,0	6,3	1h09	2,9
<i>Programmes thématiques</i>	Total	13,4	1h29	8,0	13,5	1h26	8,0	14,0	1h24	7,8
<i>dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,7	1h27	1,0	1,5	1h31	0,9	1,7	1h30	1,0
FRANCE INFO		9,1	1h04	3,9	9,3	1h01	3,9	9,6	1h01	4,0
FRANCE MUSIQUE		1,1	2h08	1,0	1,5	1h56	1,2	1,6	1h34	1,0
RADIO CLASSIQUE		1,8	2h05	1,5	1,7	2h00	1,4	1,7	1h50	1,2
<i>Programmes locaux</i>	Total	18,6	1h50	13,7	18,7	1h51	14,3	19,1	1h44	13,3
<i>dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,4	1h45	1,7	2,4	1h43	1,7	2,7	1h27	1,6
Composé de (nombre de stations)			(554 stations)			(553 stations)			(543 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,4	1h43	9,9	14,3	1h46	10,4	14,6	1h41	9,8
Composé de (nombre de stations)			(113 stations)			(113 stations)			(113 stations)	

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

ND = Non Disponible

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.6

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL	71,9	2h37	100,0	72,0	2h33	100,0	73,3	2h36	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total	32,5	2h16	39,2	31,5	2h13	38,1	31,5	2h22	39,2
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,8	1h41	7,0	6,9	1h42	6,4	7,3	1h59	7,5
FRANCE BLEU	5,5	1h56	5,7	5,5	1h51	5,5	5,7	2h01	6,0
FRANCE INTER	8,8	2h17	10,6	7,9	2h05	9,0	7,9	2h08	8,9
RMC	4,8	1h31	3,9	4,8	1h45	4,5	4,3	1h44	3,9
RTL	9,7	2h15	11,5	9,7	2h17	12,0	9,6	2h25	12,2
SUD RADIO	0,6	1h49	0,6	ND	ND	ND	0,9	1h37	0,8
<i>Programmes musicaux</i> Total	33,2	1h52	32,9	34,3	1h48	33,5	36,0	1h51	34,9
<i>dont</i>									
CHERIE FM	3,5	1h42	3,2	3,2	1h37	2,8	4,0	1h43	3,6
FUN RADIO	5,5	1h15	3,7	5,5	1h26	4,3	5,9	1h08	3,5
MFM	1,0	1h47	0,9	0,8	1h12	0,6	1,4	1h37	1,2
NOSTALGIE	5,5	1h39	4,8	5,8	1h41	5,3	6,5	1h40	5,7
NRJ	8,0	1h21	5,7	7,8	1h12	5,1	9,2	1h21	6,5
RFM	3,2	1h30	2,6	3,5	1h45	3,3	3,7	1h18	2,5
RIRE ET CHANSONS	2,7	1h16	1,8	2,6	0h53	1,3	2,5	0h57	1,2
RTL2	3,2	1h27	2,5	3,6	1h24	2,7	3,7	1h28	2,8
SKYROCK	5,9	1h25	4,4	6,4	1h11	4,2	6,3	1h17	4,3
VIRGIN RADIO*	4,3	1h17	3,0	4,7	1h22	3,5	4,2	1h16	2,8
<i>Programmes thématiques</i> Total	11,7	1h25	8,8	11,3	1h33	9,6	11,1	1h28	8,5
<i>dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,3	1h37	1,1	1,7	1h33	1,4	1,3	1h48	1,2
FRANCE INFO	8,4	0h59	4,4	7,5	1h01	4,2	7,8	0h57	3,9
FRANCE MUSIQUE	1,3	1h52	1,3	1,4	1h37	1,3	1,2	1h52	1,2
RADIO CLASSIQUE	1,4	2h06	1,6	1,7	2h29	2,3	1,6	1h57	1,6
<i>Programmes locaux</i> Total	16,0	1h53	16,0	16,2	1h46	15,6	16,2	1h41	14,3
<i>dont</i>									
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	2,3	1h44	2,1	2,3	2h00	2,5	2,7	1h42	2,4
Composé de (nombre de stations)		(554 stations)			(553 stations)			(543 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾	12,3	1h48	11,8	12,1	1h32	10,1	11,9	1h36	10,0
Composé de (nombre de stations)		(113 stations)			(113 stations)			(113 stations)	

* Depuis le 1^{er} janvier 2008, la station Europe 2 est devenue Virgin Radio.

ND = Non Disponible

L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES ⁽³⁾ (5h-24h)

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

	NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	83,0	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0	84,1	2h58	100,0
GROUPE NRJ	23,4	1h38	15,4	22,9	1h39	15,7	25,0	1h41	16,9
NRJ GLOBAL	24,4	1h40	16,3	23,9	1h41	16,6	26,1	1h44	18,1
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	13,7	1h37	8,9	13,8	1h37	9,2	15,2	1h42	10,3
ADULTS ONLY	15,1	1h44	10,5	15,0	1h45	10,8	16,3	1h46	11,5
IP RADIO (ex GROUPE RTL)	22,9	2h05	19,1	22,9	2h01	19,1	23,6	2h03	19,4
FIRST MUSIC 20-40	10,9	1h23	6,1	11,5	1h27	6,8	11,5	1h23	6,3
FIRST PREMIUM	16,7	2h20	15,7	16,7	2h13	15,3	17,3	2h18	16,0
FIRST ILE DE FRANCE	1,3	1h17	0,7	1,3	1h15	0,7	1,5	1h10	0,7
SUD + WIT	1,3	1h37	0,8	1,1	1h32	0,7	1,2	1h37	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	31,3	1h57	24,5	31,2	1h55	24,8	31,8	1h52	23,8
LAGARDERE PUBLICITE 2009	19,2	1h54	14,6	18,9	1h50	14,4	ND	ND	ND
L.A.P. IDF	1,7	1h44	1,1	1,6	1h29	1,0	1,8	1h21	0,9
LES INDEPENDANTS	14,4	1h43	9,9	14,3	1h46	10,4	14,6	1h41	9,8
PUISSANCE CAPITALE	2,2	1h21	1,2	2,4	1h14	1,2	2,0	1h35	1,3
LES PARISIENNES	2,1	1h23	1,2	2,1	1h37	1,4	2,3	1h26	1,3
SKYREGIE	8,0	1h25	4,6	7,8	1h23	4,5	7,5	1h24	4,2
TF1 PUBLICITE RADIOS	15,5	1h43	10,7	ND	ND	ND	ND	ND	ND
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	71,9	2h37	100,0	72,0	2h33	100,0	73,3	2h36	100,0
GROUPE NRJ	18,1	1h37	15,5	18,0	1h29	14,5	20,1	1h37	17,0
NRJ GLOBAL	18,9	1h38	16,4	18,7	1h29	15,0	21,3	1h38	18,3
NRJ GLOBAL PROXIMITE PREMIUM	10,8	1h37	9,3	10,5	1h27	8,3	12,7	1h34	10,5
ADULTS ONLY	11,8	1h43	10,7	11,6	1h34	10,0	13,3	1h41	11,7
IP RADIO (ex GROUPE RTL)	17,9	1h52	17,7	18,4	1h54	19,1	18,6	1h54	18,5
FIRST MUSIC 20-40	8,5	1h21	6,1	9,0	1h26	7,1	9,3	1h17	6,3
FIRST PREMIUM	12,6	2h05	14,0	13,1	2h04	14,7	13,0	2h12	15,0
FIRST ILE DE FRANCE	0,9	1h07	0,6	1,0	1h10	0,7	1,2	1h11	0,8
SUD + WIT	0,8	1h55	0,8	1,0	1h24	0,7	1,0	1h33	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	25,9	1h47	24,6	25,4	1h42	23,5	25,5	1h44	23,1
LAGARDERE PUBLICITE 2009	15,0	1h37	12,9	14,9	1h39	13,4	ND	ND	ND
L.A.P. IDF	1,5	1h08	0,9	1,3	1h16	0,9	1,4	1h27	1,0
LES INDEPENDANTS	12,3	1h48	11,8	12,1	1h32	10,1	11,9	1h36	10,0
PUISSANCE CAPITALE	1,6	1h33	1,3	2,4	1h31	2,0	2,0	1h20	1,4
LES PARISIENNES	2,2	1h29	1,8	2,2	1h34	1,9	2,1	1h14	1,4
SKYREGIE	6,0	1h26	4,6	6,5	1h11	4,2	6,5	1h16	4,3
TF1 PUBLICITE RADIOS	13,0	1h49	12,5	ND	ND	ND	ND	ND	ND

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2008 figure en page 6. Elle peut être différente sur les vagues précédentes. ND = Non Disponible.

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

(1) 1% = 514 040 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 511 450 personnes de 13 ans et plus

NOVEMBRE-DECEMBRE 2008			SEPTEMBRE-OCTOBRE 2008			NOVEMBRE-DECEMBRE 2007		
AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %

LUNDI - VENDREDI

RADIO EN GENERAL	83,0	3h00	100,0	81,7	2h58	100,0	84,1	2h58	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,6	2h03	21,9	25,9	2h02	21,8	26,7	2h00	21,4
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	26,4	2h03	21,7	25,7	2h02	21,6	26,5	2h00	21,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,4	2h40	73,3	67,4	2h38	73,5	69,5	2h39	73,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h45	1,7	2,4	1h43	1,7	2,7	1h27	1,6
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	5,1	1h32	3,1	5,0	1h26	3,0	5,8	1h29	3,4

SAMEDI - DIMANCHE

RADIO EN GENERAL	71,9	2h37	100,0	72,0	2h33	100,0	73,3	2h36	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	23,1	1h58	24,0	22,2	1h54	22,9	22,6	1h55	22,6
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	22,9	1h58	23,9	22,1	1h53	22,8	22,4	1h54	22,4
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	57,1	2h19	70,3	57,4	2h16	71,1	58,7	2h20	71,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,3	1h44	2,1	2,3	2h00	2,5	2,7	1h42	2,4
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,9	1h43	3,6	4,0	1h36	3,5	4,2	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 Mouv', France Vivace, Elisa.

(5) **Les radio 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 Novembre-Décembre 2008, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

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

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

NRJ Global Proximité Premium** = Chérie FM Actif, MFM Actif, Nostalgie Actif, NRJ Actif, Rire et Chansons Actif

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

IP Radio (ex Groupe RTL)* = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music 20-40 = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

Sud + Wit = Sud Radio, Wit FM

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

Lagardère Publicité 2009 = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Publicité, Europe 1, RFM, Virgin Radio

L.A.P. IDF = OUI FM, RFM IDF, Virgin Radio IDF

Puissance Capitale = Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alfa, Voltage

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

Skyrécie = Chante France, Skyrock

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

Les Indépendants = 113 stations suivantes :

100 %, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM ex-Canal Sambre Avesnois (59), 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, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion (I.D.F), FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex-Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM (03), Galaxie (80), Générations, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Jazz Radio, Jazz Radio 2 ex-Fréquence Jazz, Jordanne FM, Kiss FM, La La Radio, La Radio Plus (ex Thollon), Littoral FM, Lyon 1ère, Magnum La Radio, 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 Alfa, Radio Azur, Radio Bonheur, Radio Caroline, Radio Catalogne Nord, Radio Côte d'Amour, Radio Cristal (27, 78), Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Intensité (28), Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Studio 1, Radio Sun FM (69), Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, Roc FM (59, 62), RTS FM, RV1 (57) ex-Radio Valmont 1, RVA, RVM-Radio Val de Meuse, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Tempo La Radio ex-Tempo FM, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, TSF Côte d'Azur (06), TSF Jazz ex-TSF, Variation ex-Tregor FM, VFM, Vibration, Voltage.

** Les nouveaux couplages ou couplages modifiés sur novembre-décembre 2008 apparaissent en gras italique.*

*** Audience relevée sur les communes couvertes par les émetteurs Actifs de chacune des stations (liste des communes fournie par NRJ Global, mise à jour sur chaque vague).*

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, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio.

Les programmes thématiques : BFM, 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 Novembre-Décembre 2008, allant du 3 novembre au 28 décembre 2008, 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 :

La crise financière et ses conséquences continuent de mobiliser l'opinion publique internationale et les dirigeants du monde entier. **Le 26 novembre**, l'Europe engage un plan de relance de 200 milliards d'euros. **Le 4 décembre**, en France, Nicolas Sarkozy présente son plan de relance budgétaire de 26 milliards d'euros.

En France :

- La SNCF est victime d'une série d'incidents de caténaires. **Le 8 novembre**, une quarantaine de TGV, Thalys et Eurostar subissent d'importants retards suite à des actes de malveillance.
- **Du 14 au 16 novembre**, le congrès du Parti Socialiste se déroule à Reims. **Le 25 novembre**, Martine Aubry est élue Première Secrétaire du Parti Socialiste.

Cette période a été marquée par de nombreuses journées de manifestations et de grèves : grève à la SNCF **les 6, 13 et 24 novembre** et **le 15 décembre**, à Air France **du 14 au 17 novembre**, grève des enseignants **le 20 novembre**, des salariés de l'audiovisuel public **le 25 novembre**, de l'ANPE **le 1^{er} décembre**, et manifestation de plusieurs milliers de jeunes à Paris et dans toute la France, **les 16 et 18 décembre**.

A l'international :

- **Le 4 novembre**, les Etats-Unis élisent leur 44^e Président, le démocrate Barack Obama. **Le 19 décembre**, l'équipe du nouveau Président est constituée.
- **Le 26 novembre**, Bombay subit une série de fusillades et d'explosions.
- **Le 6 décembre**, des émeutes éclatent en Grèce, suite à la mort d'un jeune tué par un policier. Ces émeutes dureront plusieurs jours.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 3 novembre et le 28 décembre 2008 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **22 851** interviews pour la période lundi-vendredi, et **11 732** 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 **514 040** = 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.