

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE MEDIAMETRIE 126 000 RADIO L'audience de la Radio en Janvier-Mars 2010

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Janvier-Mars 2010 - 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 **4 janvier au 28 mars 2010**, mesurée auprès de **33 075 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 2010, aucun JMA n'a été relevé.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	JANVIER-MARS 2010	NOVEMBRE- DÉCEMBRE 2009	JANVIER-MARS 2009
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	60	45	65
Nombre de Jours de Moindre Activité	0	8	5
Nombre de jours de vacances scolaires	10	13	15
Taux d'activité hors JMA (en %) ⁽¹⁾	74,4	75,2	74,8

⁽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)

	JANVIER-MARS 2010					NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009					JANVIER-MARS 2009				
	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	12,7	6 623	82,7	43 041	2h55	12,5	6 493	81,5	42 320	2h55	13,0	6 774	81,5	42 307	3h03
Samedi-Dimanche	9,4	4 917	70,1	36 514	2h34	9,6	4 962	71,1	36 896	2h33	9,7	5 032	71,4	37 087	2h35

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% = 520 750 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

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

		JANVIER-MARS 2010			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			JANVIER-MARS 2009		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		82,7	2h55	100,0	81,5	2h55	100,0	81,5	3h03	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		39,5	2h40	43,6	39,0	2h36	42,7	38,3	2h43	42,1
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		10,1	2h09	9,0	9,9	2h03	8,6	9,4	2h08	8,1
FRANCE BLEU		7,5	2h01	6,3	7,1	2h06	6,3	6,9	2h00	5,5
FRANCE INTER		10,4	2h15	9,7	10,1	2h16	9,6	10,2	2h26	10,0
RMC		6,4	2h00	5,3	6,8	1h51	5,3	6,4	2h03	5,3
RTL		12,5	2h28	12,8	12,7	2h20	12,4	12,3	2h32	12,5
<i>Programmes musicaux</i> Total		41,6	1h52	32,0	41,6	1h55	33,5	41,3	1h59	33,1
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		4,8	1h30	3,0	4,6	1h40	3,2	4,4	1h43	3,0
FUN RADIO		7,0	1h20	3,8	7,2	1h20	4,1	6,6	1h14	3,3
MFM		1,2	1h14	0,6	1,4	1h24	0,8	1,3	1h30	0,8
NOSTALGIE		6,9	1h33	4,4	7,1	1h40	5,0	6,6	1h47	4,8
NRJ		10,0	1h19	5,5	9,8	1h17	5,3	10,6	1h22	5,8
RFM		4,5	1h32	2,8	4,6	1h26	2,8	4,4	1h41	3,0
RIRE ET CHANSONS		3,7	1h05	1,7	3,7	1h09	1,8	3,4	1h13	1,7
RTL2		4,7	1h16	2,4	4,6	1h23	2,7	4,9	1h32	3,0
SKYROCK		7,9	1h27	4,8	7,5	1h26	4,5	7,7	1h23	4,3
VIRGIN RADIO		5,0	1h16	2,6	5,2	1h22	3,0	5,1	1h25	2,9
<i>Programmes thématiques</i> Total		12,8	1h23	7,3	13,6	1h23	7,9	13,3	1h30	8,1
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,5	1h32	1,0	1,6	1h37	1,1	1,4	1h38	0,9
FRANCE INFO		8,7	1h00	3,6	9,1	0h58	3,7	8,9	1h00	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,3	1h35	0,8	1,5	1h26	0,9	1,7	1h53	1,3
RADIO CLASSIQUE		1,8	1h55	1,4	2,0	1h54	1,6	2,0	2h05	1,7
<i>Programmes locaux</i> Total		19,2	1h48	14,2	18,9	1h39	13,1	19,1	1h50	14,1
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,4	1h46	1,7	2,5	1h46	1,8	2,3	1h52	1,8
Composé de (nombre de stations)			(553 stations)			(553 stations)			(551 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		14,8	1h44	10,6	14,7	1h33	9,6	14,8	1h42	10,1
Composé de (nombre de stations)			(122 stations)			(122 stations)			(118 stations)	

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

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

(2) 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

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

		JANVIER-MARS 2010			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			JANVIER-MARS 2009		
		AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GENERAL		70,1	2h34	100,0	71,1	2h33	100,0	71,4	2h35	100,0
<i>Programmes généralistes</i> Total		31,0	2h18	39,8	31,7	2h21	41,0	31,4	2h23	40,7
<i>Dont</i>										
EUROPE 1		6,8	1h53	7,1	7,4	1h51	7,5	6,9	1h44	6,5
FRANCE BLEU		5,3	2h05	6,2	5,1	2h14	6,2	5,7	2h08	6,6
FRANCE INTER		8,2	2h00	9,1	8,9	2h09	10,6	9,0	2h10	10,6
RMC		4,7	1h40	4,3	4,7	1h32	4,0	4,5	1h54	4,6
RTL		9,7	2h19	12,5	9,6	2h21	12,4	9,3	2h20	11,7
<i>Programmes musicaux</i> Total		33,8	1h46	33,2	33,4	1h45	32,1	33,6	1h46	32,3
<i>Dont</i>										
CHERIE FM		3,6	1h34	3,2	3,3	1h23	2,5	3,2	1h15	2,2
FUN RADIO		5,5	1h17	4,0	5,9	1h14	4,0	5,3	1h15	3,6
MFM		0,9	1h47	0,9	0,9	1h12	0,6	1,1	1h18	0,7
NOSTALGIE		5,5	1h36	4,9	5,9	1h43	5,5	5,6	1h31	4,7
NRJ		8,1	1h11	5,3	8,2	1h14	5,5	8,0	1h31	6,7
RFM		3,5	1h38	3,2	3,8	1h33	3,3	2,9	1h36	2,5
RIRE ET CHANSONS		2,5	0h55	1,3	2,8	1h01	1,6	2,4	0h58	1,3
RTL2		3,9	1h18	2,8	3,6	1h18	2,6	3,7	1h19	2,6
SKYROCK		6,2	1h24	4,8	5,3	1h15	3,6	6,5	1h26	5,1
VIRGIN RADIO		3,9	1h14	2,7	3,9	1h11	2,5	4,1	1h06	2,5
<i>Programmes thématiques</i> Total		10,5	1h28	8,5	10,7	1h29	8,7	10,7	1h21	7,9
<i>Dont</i>										
FRANCE CULTURE		1,3	1h23	1,0	1,7	1h50	1,7	1,4	1h20	1,0
FRANCE INFO		6,8	1h05	4,1	5,8	0h54	2,9	7,0	0h56	3,6
FRANCE MUSIQUE		1,4	1h34	1,2	1,2	1h36	1,1	1,3	1h50	1,3
RADIO CLASSIQUE		1,6	1h56	1,7	2,0	2h11	2,3	1,5	1h56	1,6
<i>Programmes locaux</i> Total		15,7	1h43	15,1	16,1	1h40	14,8	16,3	1h48	16,0
<i>Dont</i>										
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES		2,1	1h54	2,2	2,0	1h33	1,8	2,5	1h42	2,3
Composé de (nombre de stations)			(553 stations)			(553 stations)			(551 stations)	
GROUPEMENT LES INDEPENDANTS ⁽³⁾		12,1	1h36	10,8	12,4	1h40	11,4	12,1	1h41	11,0
Composé de (nombre de stations)			(122 stations)			(122 stations)			(118 stations)	

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

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

⁽²⁾ 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2010			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			JANVIER-MARS 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,7	2h55	100,0	81,5	2h55	100,0	81,5	3h03	100,0
GROUPE NRJ	22,9	1h32	14,5	22,7	1h36	15,3	22,6	1h41	15,3
NRJ GLOBAL	23,7	1h33	15,2	23,7	1h37	16,1	23,5	1h42	16,1
ADULTS ONLY	15,2	1h33	9,7	15,3	1h40	10,8	14,3	1h46	10,2
IP RADIO	23,0	2h00	19,1	23,4	1h57	19,2	22,7	2h04	18,9
FIRST MUSIC	11,3	1h21	6,3	11,5	1h24	6,8	11,2	1h25	6,4
FIRST PREMIUM	16,6	2h13	15,2	16,8	2h09	15,1	16,7	2h19	15,6
FIRST ILE DE FRANCE	1,5	1h11	0,7	1,4	1h20	0,8	1,3	1h01	0,5
LAGARDERE PUBLICITE	18,7	1h52	14,5	18,9	1h49	14,5	18,1	1h56	14,1
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,6	1h27	1,0	1,8	1h21	1,0	1,7	1h24	1,0
TF1 PUBLICITE RADIOS	15,9	1h43	11,3	15,6	1h34	10,3	16,0	1h43	11,1
LES INDEPENDANTS	14,8	1h44	10,6	14,7	1h33	9,6	14,8	1h42	10,1
SUD + WIT	1,2	1h23	0,7	1,0	1h27	0,6	1,3	1h52	1,0
PUISSANCE CAPITALE	2,4	1h47	1,7	1,9	1h11	0,9	2,3	1h24	1,3
LES PARISIENNES	2,4	1h32	1,5	2,8	1h26	1,7	2,3	1h32	1,5
SKYREGIE	8,1	1h28	4,9	7,7	1h26	4,6	7,7	1h22	4,3
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,1	2h34	100,0	71,1	2h33	100,0	71,4	2h35	100,0
GROUPE NRJ	18,1	1h27	14,6	18,4	1h30	15,2	17,6	1h32	14,8
NRJ GLOBAL	18,7	1h29	15,5	18,9	1h31	15,8	18,4	1h33	15,5
ADULTS ONLY	11,5	1h35	10,2	11,8	1h35	10,2	11,4	1h26	8,9
IP RADIO	18,4	1h53	19,2	18,3	1h53	19,0	17,8	1h51	17,9
FIRST MUSIC	9,2	1h19	6,8	9,3	1h17	6,6	8,9	1h18	6,2
FIRST PREMIUM	13,2	2h05	15,3	12,7	2h08	15,0	12,6	2h05	14,3
FIRST ILE DE FRANCE	1,1	1h09	0,7	1,3	1h08	0,8	1,2	1h12	0,8
LAGARDERE PUBLICITE	13,9	1h42	13,1	14,6	1h40	13,4	13,5	1h35	11,6
LAGARDERE METROPOLES IDF	1,4	1h40	1,3	1,4	1h31	1,2	1,1	1h08	0,7
TF1 PUBLICITE RADIOS	12,9	1h37	11,6	13,1	1h38	11,8	12,9	1h42	11,8
LES INDEPENDANTS	12,1	1h36	10,8	12,4	1h40	11,4	12,1	1h41	11,0
SUD + WIT	0,9	1h37	0,8	0,7	1h04	0,4	0,8	1h50	0,8
PUISSANCE CAPITALE	2,1	1h14	1,4	2,1	1h03	1,2	2,2	1h42	2,0
LES PARISIENNES	2,0	1h16	1,5	2,1	1h46	2,0	2,1	1h41	1,9
SKYREGIE	6,4	1h23	5,0	5,5	1h14	3,7	6,7	1h28	5,3

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 2010 figure en page 6. Le nom et/ ou la composition des couplages pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

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

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

⁽²⁾ 1% = 519 210 personnes de 13 ans et plus

	JANVIER-MARS 2010			NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2009			JANVIER-MARS 2009		
	AC ⁽¹⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %	AC ⁽²⁾ %	DEA h/mn	PDA %
LUNDI - VENDREDI									
RADIO EN GENERAL	82,7	2h55	100,0	81,5	2h55	100,0	81,5	3h03	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	26,3	2h04	22,4	26,5	2h02	22,7	26,0	2h08	22,4
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	26,1	2h04	22,3	26,3	2h03	22,6	25,9	2h08	22,3
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	68,4	2h35	73,0	68,2	2h32	72,6	67,0	2h41	72,7
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,4	1h46	1,7	2,5	1h46	1,8	2,3	1h52	1,8
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	4,4	1h32	2,8	4,4	1h33	2,9	4,8	1h38	3,2
SAMEDI - DIMANCHE									
RADIO EN GENERAL	70,1	2h34	100,0	71,1	2h33	100,0	71,4	2h35	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC ⁽³⁾	21,1	1h55	22,5	20,8	2h03	23,5	22,6	1h59	24,3
dont : RADIO FRANCE ⁽⁴⁾	21,0	1h55	22,4	20,6	2h03	23,3	22,4	1h59	24,1
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES ⁽⁵⁾	56,3	2h17	71,9	57,1	2h16	71,3	56,5	2h17	69,8
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES ⁽⁶⁾	2,1	1h54	2,2	2,0	1h33	1,8	2,5	1h42	2,3
AUTRES PROGRAMMES ⁽⁷⁾	3,9	1h33	3,4	3,4	1h46	3,4	3,9	1h42	3,6

⁽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.

⁽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 Janvier-Mars 2010, 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

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

IP Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

First Premium = RTL, 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, RFM IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Publicité Radios = Les Indépendants, 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, Voltage

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

Skyrégie = Chante France, Skyrock

Les Indépendants = 122 stations suivantes :

100 %, 47FM, Activ Radio, Ado FM, Africa n°1, Alouette, Alpes 1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruaysis, Canal FM, Champagne FM, Cocktail FM, Collines FM/La Radio du Bocage, Contact, Couleur 3, Delta FM, Direct FM, Durance FM, Echo FM, ECN, Est FM, Evasion, FC Radio l'Essentiel, Flash FM, Flor FM ex-Florival, FMC Radio, Forum, Fréquence Grands Lacs, Fréquence Horizon, Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie, Générations, Gold FM, Happy FM, Hit et Sport, Hit West, Hot Radio, Impact FM, Inside, Jazz Radio, Jazz Radio 2, Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, La La Radio, La Radio Plus, Littoral FM, Lyon 1ère, Magic La Radio, Magnum La Radio, Mistral FM, Mixx ex Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM, ODS Radio, Or FM, 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, Radio Dreyeckland, Radio Espace, Radio FG, Radio Intensité, Radio Isa, Radio Jérigo, Radio Latina, Radio Liberté, Radio Lor'FM, Radio Maritima, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Métropolys ex Roc FM, Radio Mont-Blanc, Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Nova Sauvagine, Radio Scoop, Radio Star (PACA), Radio Star (EST), Radio Studio 1, Radio Sun FM, Radio Vitamine, Radiocéan, RDL, Résonance, RMB, RMN-Radio Montagnes Noires, RTS FM, RV1, RVA, RVM, Sea FM, Soleil Bretagne Sud, Sweet FM, Tempo La Radio, Tendance Ouest, TFM, Top Music, Totem, Toulouse FM, TSF Côte d'Azur, TSF Jazz, Variation, VFM, Vibration, 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, 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 Janvier-Mars 2010, allant du 4 janvier au 28 mars 2010, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

En France :

- **Le 28 février**, la tempête Xynthia traverse la France d'Ouest en Est, causant la mort d'une cinquantaine de personnes, principalement en Vendée et en Charente-Maritime.
- **Le 6 mars**, début du Tournoi des 6 nations de Rugby, qui s'achève **le 20 mars**, sur une victoire du XV de France, remportant son 9ème Grand Chelem.
- **Le 14 mars**, le premier tour des élections régionales est marqué par un taux record d'abstention. Au second tour, **le 21 mars**, le Parti Socialiste reste implanté dans les régions.

L'actualité française est également marquée par le décès de Philippe Séguin, **le 7 janvier** et Jean Ferrat, **le 13 mars**.

A l'international :

- **Le 12 janvier**, un séisme de magnitude 7 frappe Haïti et dévaste la capitale Port-au-Prince.
- **Du 12 au 28 février**, se déroulent les Jeux Olympiques d'hiver à Vancouver. L'ouverture des Jeux est marquée par le décès d'un lugeur grégorien lors des entraînements.
- **Le 16 février**, catastrophe ferroviaire en Belgique : deux trains de voyageurs entrent en collision près de Bruxelles, faisant 18 morts.
- **Le 27 février**, un tremblement de terre frappe le Chili, faisant près de 500 000 victimes.
- **Le 21 mars**, le Congrès américain adopte le projet de loi de Barack Obama sur la réforme de l'assurance-maladie américaine.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- ✓ Interviews réalisées entre le 4 janvier et le 28 mars 2010 auprès de la population âgée de 13 ans et plus : **30 216** interviews pour la période lundi-vendredi, et **12 931** 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 **520 750** = 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.