

L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR FORMAT ET PAR STATUT 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).

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.

(¹) 1 % = 91 100 personnes de 13 ans et plus

	SEPTEMBRE-OCTOBRE 2002	
	AC ⁽¹⁾	PDA
RADIO EN GENERAL	88,3	100,0
Agrégats par format		
PROGRAMMES GENERALISTES	36,3	35,6
dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES	26,4	24,5
PROGRAMMES MUSICAUX	45,4	35,5
PROGRAMMES THEMATIQUES	19,9	9,3
PROGRAMMES LOCAUX	26,9	16,1
RADIO FRANCE	29,0	19,7
Agrégats par statut		
RADIOS DU SERVICE PUBLIC	30,1	20,7
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	75,3	75,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	1,9	1,2

DEFINITION DES AGREGATS DE LA RADIO

LES AGREGATS PAR FORMAT

Les programmes généralistes regroupent les stations : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC Info, RTL, Sud Radio.

Les programmes généralistes privés regroupent les stations : Europe 1, RMC Info, RTL, Sud Radio.

Les programmes musicaux regroupent les stations : Chérie FM, Europe 2, Fun Radio, MFM, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock.

Les programmes thématiques regroupent les stations : BFM, France Culture, France Info, France Musiques, Radio Classique.

Les programmes locaux comptent FIP, Le Mouv', les radios locales non affiliées à un réseau national.

Radio France : FIP, France Inter, France Info, France BLEU, France Musiques, France Culture, Le Mouv', Hector, Elisa.

LES AGREGATS PAR STATUT

Les radios du service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et Radio France Internationale.

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

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

A compter de la vague septembre-octobre 2002, les stations ADO FM, TSF, Générations Paris Jazz et France Maghreb sortent de l'agrégat Radios Privées Associatives et intègrent l'agrégat Radios Privées Commerciales.