

Quantifier et qualifier l'auditoire des stations de catégorie A

Public des Associatives



Mediametrie

BRAM'FM - Zone BRAM'FM

Janvier - Juin 2016

Août 2016

Direction des Mesures d'Audience – FT/PS/GD/14980

Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés – Reproduction interdite



L'ETUDE DES STATIONS DE CATEGORIE A

Janvier - Juin 2016

BRAM'FM





PRINCIPALES INFORMATIONS TECHNIQUES

■	INTRODUCTION	I
■	DISPOSITIF D'ENQUETE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES	II
■	LES RESULTATS DES ETUDES MEDIAMETRIE SONT PROTEGES	III
■	RAPPEL DE QUELQUES REGLES RELATIVES A L'UTILISATION DES RESULTATS	IV
■	SEUILS	V
■	DEFINITIONS	VI
■	LISTE DES COMMUNES DE LA ZONE	VIII
■	GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS	cf. à la fin du rapport.





■	SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS	1
■	NOTORIETE DE LA STATION	3
■	HABITUDES D'ECOUTE	5
■	HABITUDES D'ECOUTE EN CENTAINES	6
■	HABITUDES D'ECOUTE EN PENETRATION	8
■	HABITUDES D'ECOUTE EN STRUCTURE	10
■	STRUCTURE DE L'ECHANTILLON	12





PRINCIPALES INFORMATIONS

TECHNIQUES





Ce document présente les résultats des habitudes d'écoute de la station BRAM'FM dans le cadre de l'étude **Public des Associatives** de **MEDIAMETRIE** sur la période Janvier - Juin 2016 dans la Zone BRAM'FM.

Les données de l'étude ont été recueillies auprès de la population âgée de 13 ans et plus pendant une période de **25 semaines** allant du **4 janvier 2016 au 26 juin 2016**.

Ces résultats ont été obtenus sur la base d'un échantillon lundi - samedi de **323** personnes représentatives de la population française et étrangère âgée de 13 ans et plus résidant dans la zone fournie par **BRAM'FM**.

La description de la population de l'enquête figure à la fin du présent rapport.



DISPOSITIF D'ENQUETE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES

L'étude du **Public des Associatives** est une **étude complémentaire** à nos études d'audience Radio sur les dernières 24 Heures.

Elle permet aux stations de **catégorie A** d'établir le profil des individus ayant l'habitude de les écouter. Les résultats sont classés sur différents critères **d'habitudes d'écoute** pour une **semaine moyenne**. Ils permettent aux stations de mieux appréhender les comportements d'écoute et de quantifier leur auditoire semaine et plus occasionnel.

La question d'Habitudes d'Ecoute a été intégrée dans le questionnaire 126 000 Radio à la suite de la question de Notoriété et a été posée à toute personne déclarant connaître la station souscriptrice.

Le libellé de la question de notoriété est le suivant :

“Dites-moi si vous avez déjà entendu parler de chacune des stations de radio que je vais vous citer, même si vous ne l'écoutez jamais”.

Pour chaque station connue par l'interviewé, la question d'habitudes d'écoute est posée telle que :

“ Je vais reprendre certaines stations de radio dont nous venons de parler. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si, en semaine, du lundi au vendredi, vous avez l'habitude de l'écouter...”

- *Tous les jours,*
- *Presque tous les jours,*
- *Une ou deux fois par semaine,*
- *Moins souvent ou*
- *Jamais ”.*



LES RESULTATS DES ETUDES MEDIAMETRIE SONT PROTEGES

Tous les résultats produits, assemblés et distribués/commercialisés par Médiamétrie sont et demeurent la propriété de Médiamétrie : ils sont protégés au titre du droit d'auteur et au titre de la protection spécifique accordée aux bases de données, y compris lorsqu'ils sont publiquement diffusés par Médiamétrie.

Nous vous rappelons donc que :

1. la diffusion auprès du public de nos résultats ne les rend pas libres de tout droit : vous ne disposez que du droit de reproduire certains résultats dans le cadre et les limites du droit de citation, et en veillant à en préciser la source complète ainsi que les mentions de droit de propriété appropriées.
2. les résultats mis à la disposition de nos clients, le sont dans le cadre de contrats qui précisent les règles relatives à leur utilisation, leur communication et leur diffusion.

Toute utilisation illégale ou illégitime, ou présentation erronée ou imprécise de nos résultats nuit à leur valeur et à notre image de marque, et par là même est préjudiciable à Médiamétrie, à ses clients, et à l'ensemble de la profession des Médias.

De plus, toute utilisation abusive est aggravée par la facilité et la rapidité avec laquelle les résultats peuvent être reproduits et transmis via Internet et par le développement des sites web.

C'est la raison pour laquelle, dans l'intérêt de l'ensemble de la profession, Médiamétrie est particulièrement vigilante quant au respect des règles légales et contractuelles d'utilisation de ses résultats et prend toute mesure utile à cet égard, y compris des poursuites judiciaires appropriées.



RAPPEL DE QUELQUES REGLES RELATIVES A L'UTILISATION DES RESULTATS

Les présents résultats sont réservés aux seuls souscripteurs, lesquels s'engagent à les utiliser dans le respect des conditions contractuelles. A ce titre, MEDIAMETRIE rappelle notamment que, toute diffusion de résultats, lorsqu'elle est autorisée, devra respecter les règles suivantes :

Toute référence aux résultats devra être accompagnée de la mention « ENQUETE PUBLIC DES ASSOCIATIVES, reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE » ainsi que des autres précisions nécessaires pour la bonne intelligibilité des résultats revendiqués : univers de l'enquête, période d'enquête, cible étudiée, indicateurs retenus, tranche horaire, type de jour.

Exemple :

MEDIAMETRIE – PUBLIC DES ASSOCIATIVES Janvier – Juin 2016
[Nom de l'univers] - Habitudes d'écoute de [station] - Lundi-Vendredi
Auditoire [Période] de [Zone étudiée] - Population des 13 ans et plus – [cible étudiée]

Toute diffusion de résultats devra respecter les règles édictées dans l'opuscule « **Directives d'application des règles de communication** » approuvé par le Comité Radio et mis à jour, référencé DR/ASR/PP – 12059 consultable sur notre site à l'adresse : <http://www.mediametrie.fr> Rubrique : Radio / Règles de communications.

La diffusion de résultats ne devra pas avoir pour objet ou pour effet de dénigrer l'enquête **PUBLIC DES ASSOCIATIVES** ou toute autre étude de Médiamétrie.

La présentation des résultats ne devra pas être de nature à induire en erreur celui ou ceux à qui ils sont diffusés. Les résultats ne devront être reproduits que dans des conditions permettant à un lecteur, ou un auditeur d'attention et d'éducation moyennes, de comprendre le sens et la portée desdits résultats.

Toute diffusion devra utiliser les résultats d'audience les plus récents produits ou publiés par Médiamétrie.

Les résultats ne pourront être rapprochés qu'avec des résultats antérieurs issus de la même source et directement comparables (mêmes indicateurs, même période ou période précédente, même population...).



En sa qualité de seul propriétaire de données et résultats produits dans le cadre de la présente enquête, et dans le souci de garantir une neutralité de l'information diffusée publiquement concernant l'audience des stations de radio, **MEDIAMETRIE est seule autorisée à fournir des résultats aux organes de presse et d'information.**

Le souscripteur, s'il est une station ou sa régie publicitaire, pourra toutefois communiquer à la presse, sous sa seule responsabilité, **certaines données d'audience significatives concernant exclusivement la ou les stations dont il assure la régie.**





SEUILS DE PUBLICATION DES RESULTATS

1 - Seuils de publication des résultats :

La plupart des résultats présentés dans ce rapport font l'objet d'une analyse systématique par critères socio-démographiques tels que sexe, âge, catégorie socio-professionnelle de l'interviewé et type d'habitat. **Ces critères d'analyse sont disponibles sous réserve d'un minimum de 70 individus bruts interrogés.**

Pour chaque station, un minimum de **250 interviewés dans sa zone de diffusion** est nécessaire pour la réalisation de l'étude.

2 - Base de calcul des résultats :

Dans le présent rapport, les résultats sont établis sur la base de l'univers géographique considéré. Sauf indication contraire, les résultats pourcentés sont donc calculés sur une base 100 = Ensemble de la population de 13 ans ou plus, française ou étrangère, des ménages ordinaires résidant dans l'univers concerné par ce rapport.

1 - Définition des indicateurs utilisés dans le rapport :

Ce dispositif complémentaire à nos études d'audience habituelles permet aux stations souscriptrices d'établir le profil des individus déclarant avoir l'habitude de les écouter en les classant sur différents critères de **fréquence d'écoute sur une semaine moyenne**, à savoir :

- **Auditoire Régulier de la station** : Individus déclarant écouter la station « tous les jours » ou « presque tous les jours ».
- **Auditoire Semaine** : Auditoire Régulier et toute personne ayant déclaré écouter la station « une ou deux fois par semaine ».
- **Auditoire Global** : Auditoire Semaine et toute personne ayant déclaré écouter la station « moins souvent ».

2 - Définition des cibles utilisées dans le rapport :

- **Femmes de référence du foyer** : Femme âgée de plus de quinze ans, femme du couple ou femme active la plus âgée.
- **Responsable des achats** : Personne qui, dans un ménage, se déclare comme étant le plus souvent responsable des achats domestiques courants.
- **CSP+ Individus** : Regroupement des catégories socio-professionnelles suivantes : artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires.
- **CSP- Individus** : Regroupement des catégories socio-professionnelles suivantes : agriculteurs, exploitants, employés et ouvriers.

■ **Actifs** : La population active est composée des personnes exerçant une activité professionnelle, y compris les chômeurs ayant déjà travaillé. Depuis le recensement de 1990, l'INSEE y inclut les militaires du contingent.

■ **Inactifs** : Agrégat regroupant les personnes n'exerçant pas (ou plus) d'activité professionnelle : il est composé des retraités, des élèves, étudiants et autres inactifs (chômeurs n'ayant jamais travaillé, femmes au foyer).

■ **Communes rurales et communes urbaines** : Une commune urbaine est une commune appartenant à une unité urbaine. Les autres communes sont dites rurales.

L'unité urbaine est une commune ou un ensemble de communes qui comporte sur son territoire une zone bâtie d'au moins 2 000 habitants où aucune habitation n'est séparée de la plus proche de plus de 200 mètres. En outre, chaque commune concernée possède plus de la moitié de sa population dans cette zone bâtie. Si l'unité urbaine s'étend sur plusieurs communes, l'ensemble de ces communes forme une agglomération multicommunale ou agglomération urbaine. Si l'unité urbaine s'étend sur une seule commune, elle est dénommée ville isolée.



LISTE DES COMMUNES DE LA ZONE

■ LISTE DES COMMUNES FOURNIES PAR LA STATION :

AFFIEUX, ALBIGNAC, ALBUSSAC, LES ANGLES-SUR-CORREZE, ARGENTAT, AUBAZINES, BAR, BEAUMONT, BEYNAT, BRIVE-LA-GAILLARDE, CHAMBOULIVE, CHAMEYRAT, CHAMPAGNAC-LA-NOAILLE, CHAMPAGNAC-LA-PRUNE, CHANAC-LES-MINES, CHANTEIX, LA CHAPELLE-AUX-BROCS, CHAPELLE-SPINASSE, LE CHASTANG, CHAUMEIL, CLERGOUX, CORNIL, CORREZE, COSNAC, DAMPNIAT, DARNETS, EGLETONS, ESPAGNAC, ESPARTIGNAC, EYREIN, FAVARS, FORGES, GIMEL-LES-CASCADES, GROS-CHASTANG, GUMOND, JUGEALS-NAZARETH, LADIGNAC-SUR-RONDELLES, LAFAGE-SUR-SOMBRE, LAGARDE-ENVAL, LAGLEYGEOLLE, LAGRAULIERE, LAGUENNE, LANTEUIL, LE LONZAC, MADRANGES, MALEMORT-SUR-CORREZE, MARCILLAC-LA-CROISILLE, MARC-LA-TOUR, MENOIRE, MEYRIGNAC-L'EGLISE, MONCEAUX-SUR-DORDOGNE, MONTAIGNAC-SAINT-HIPPOLYTE, NAVES, NEUVILLE, NOAILHAC, NOAILLES, ORLIAC-DE-BAR, PALAZINGES, PANDRIGNES, PERPEZAC-LE-NOIR, PIERREFITTE, LA ROCHE-CANILLAC, ROSIERS-D'EGLETONS, SADROC, SAINT-AUGUSTIN, SAINT-BAZILE-DE-LA-ROCHE, SAINT-BONNET-AVALOUZE, SAINT-CHAMANT, SAINT-CLEMENT, SAINTE-FEREOLE, SAINTE-FORTUNADE, SAINT-GERMAIN-LES-VERGNES, SAINT-HILAIRE-PEYROUX, SAINT-JAL, SAINT-MARTIAL-DE-GIMEL, SAINT-MEXANT, SAINT-PARDOUX-LA-CROISILLE, SAINT-PARDOUX-L'ORTIGIER, SAINT-PAUL, SAINT-PRIEST-DE-GIMEL, SAINT-SALVADOUR, SAINT-SYLVAIN, SARRAN, SEILHAC, SERILHAC, TULLE, UZERCHE, VENARSAL, VIGEOIS, VITRAC-SUR-MONTANE

SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS



ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - JANVIER - JUIN 2016

BRAM FM

SYNTHESE DES RESULTATS

Sur les 111 100 individus âgés de 13 ans et plus résidant dans la zone de diffusion de BRAM FM :

- 32,0% déclarent connaître la station.
- 9,2% ont l'habitude de l'écouter quelle que soit leur fréquence d'écoute ce qui représente 10 200 individus.
Ils constituent l'auditoire global ou public de la station.
- 2,5% soit 2 800 personnes déclarent l'écouter tous les jours ou presque (auditoire régulier de BRAM FM).
- 3,1% soit 3 500 personnes l'écoutent au moins une fois par semaine (auditoire semaine de BRAM FM).

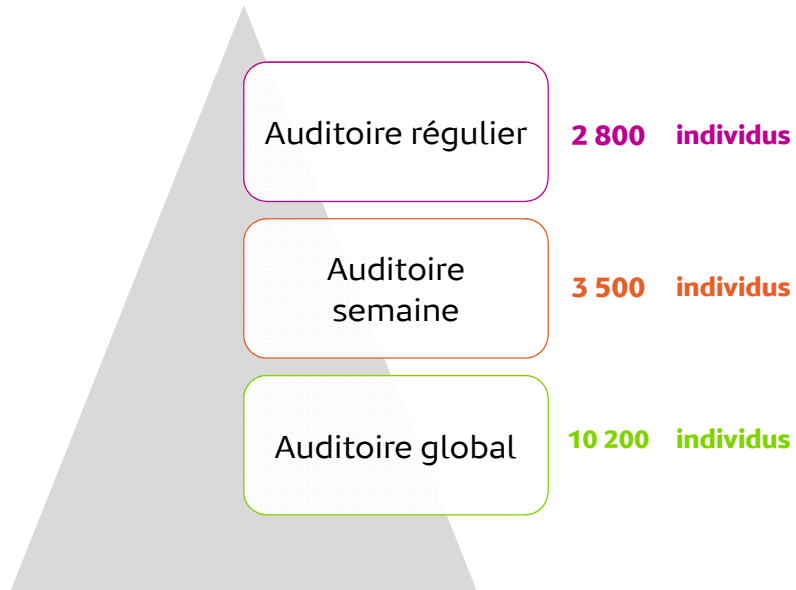
En termes de profil, l'auditoire global de BRAM FM est composé à 54,5% de femmes et à 45,5% d'hommes.

30,5% de l'auditoire sont âgés de 13 à 34 ans et 69,5% de 35 ans et plus.

SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS

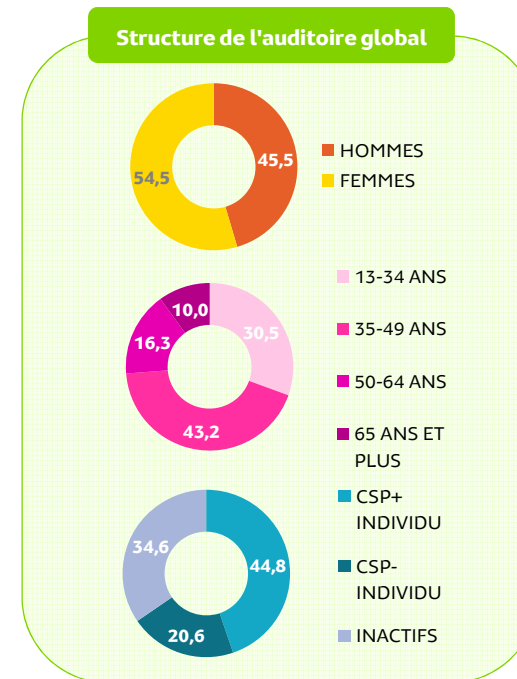
2,5%

des individus de 13 ans et plus, résidant dans la zone de diffusion de la station
écoutent régulièrement la station



9,2%

des individus de 13 ans et plus, résidant dans la zone de diffusion de station
ont l'habitude d'écouter la station



Auditoire régulier: Individus de 13 ans et plus, connaissant la station et déclarant l'écouter tous les jours ou presque tous les jours

Auditoire semaine: Individus de 13 ans et plus, connaissant la station et déclarant l'écouter tous les jours, presque tous les jours ou 1 à 2 fois par semaine

Auditoire global: Individus de 13 ans et plus, connaissant la station et déclarant l'écouter tous les jours, presque tous les jours, 1 à 2 fois par semaine ou moins souvent

NOTORIETE DE LA STATION

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

BRAM FM

ZONE BRAM FM

NOTORIETE

	ENSEMBLE EN CENTAINES	NOTORIETE EN CENTAINES	NOTORIETE EN PENETRATION	NOTORIETE EN STRUCTURE
ENSEMBLE	1111	355	32,0	100,0
SEXE				
HOMMES	532	175	33,0	49,3
FEMMES	579	180	31,0	50,7
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	516	159	30,7	44,8
R.D.A.	762	241	31,7	67,9
AGE				
13-24 ANS	NS	NS	NS	NS
25-34 ANS	NS	NS	NS	NS
35-49 ANS	226	107	47,3	30,1
50-64 ANS	272	89	32,7	25,1
65 ANS ET PLUS	340	28	8,1	7,9
13-34 ANS	273	132	48,4	37,2
35 ANS ET PLUS	838	223	26,6	62,8
50 ANS ET +	612	116	19,0	32,7
CSP INDIVIDU				
CSP+ INDIVIDU	234	113	48,2	31,8
CSP- INDIVIDU	313	109	34,9	30,7
ACTIFS	547	222	40,6	62,5
INACTIFS	564	133	23,6	37,5
HABITAT				
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	770	217	28,2	61,1

HABITUDES D'ECOUTE

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

BRAM FM

ZONE BRAM FM

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi

EN CENTAINES

	ENSEMBLE (CENTAINES)	TOUS LES JOURS	PRESTQUE TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	1111	4	23	28	7	35	67	102	253	756
SEXE										
HOMMES	532	4	11	15	4	19	27	46	129	357
FEMMES	579	0	12	12	3	15	40	56	124	399
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	516	0	12	12	3	15	40	56	103	357
R.D.A.	762	0	14	14	3	17	45	62	180	521
AGE										
13-24 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
25-34 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
35-49 ANS	226	0	6	6	0	6	38	44	63	119
50-64 ANS	272	0	0	0	0	0	17	17	72	183
65 ANS ET PLUS	340	0	0	0	3	3	7	10	17	312
13-34 ANS	273	4	17	22	4	26	5	31	101	141
35 ANS ET PLUS	838	0	6	6	3	9	62	71	152	615
50 ANS ET +	612	0	0	0	3	3	24	27	89	496
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	234	4	7	12	0	12	34	46	67	121
CSP - INDIVIDUS	313	0	16	16	0	16	5	21	88	204
ACTIFS	547	4	23	28	0	28	39	67	155	325
INACTIFS	564	0	0	0	7	7	28	35	98	431
HABITAT										
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	770	4	14	18	3	21	47	69	149	553

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

BRAM FM

ZONE BRAM FM

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi

EN PENETRATION

	ENSEMBLE (%)	TOUS LES JOURS	PRESEQU TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	100	0,4	2,1	2,5	0,6	3,1	6,1	9,2	22,8	68,0
SEXE										
HOMMES	100	0,8	2,1	2,9	0,7	3,6	5,1	8,7	24,3	67,0
FEMMES	100	0,0	2,1	2,1	0,6	2,6	7,0	9,6	21,4	69,0
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER										
R.D.A.	100	0,0	2,3	2,3	0,6	3,0	7,8	10,8	19,9	69,3
R.D.A.	100	0,0	1,8	1,8	0,4	2,2	5,9	8,1	23,6	68,3
AGE										
13-24 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
25-34 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
35-49 ANS	100	0,0	2,6	2,6	0,0	2,6	17,0	19,6	27,7	52,7
50-64 ANS	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,1	6,1	26,5	67,3
65 ANS ET PLUS	100	0,0	0,0	0,0	0,9	0,9	2,1	3,0	5,1	91,9
13-34 ANS	100	1,6	6,4	8,0	1,5	9,4	2,0	11,4	37,0	51,6
35 ANS ET PLUS	100	0,0	0,7	0,7	0,4	1,1	7,4	8,5	18,1	73,4
50 ANS ET +	100	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	3,9	4,4	14,6	81,0
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	100	1,9	3,1	5,0	0,0	5,0	14,6	19,6	28,6	51,8
CSP- INDIVIDU	100	0,0	5,1	5,1	0,0	5,1	1,7	6,7	28,2	65,1
ACTIFS	100	0,8	4,2	5,0	0,0	5,0	7,2	12,2	28,4	59,4
INACTIFS	100	0,0	0,0	0,0	1,3	1,3	5,0	6,3	17,4	76,4
HABITAT										
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	100	0,6	1,8	2,3	0,4	2,8	6,2	8,9	19,3	71,8

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

BRAM FM

ZONE BRAM FM

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi

EN STRUCTURE

	ENSEMBLE (%)	TOUS LES JOURS	PRESQUE TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SEXE										
HOMMES	47,9	100,0	47,9	56,1	55,4	55,9	40,1	45,5	51,1	47,2
FEMMES	52,1	0,0	52,1	43,9	44,6	44,1	59,9	54,5	48,9	52,8
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER										
R.D.A.	46,4	0,0	52,1	43,9	44,6	44,1	59,9	54,5	40,5	47,3
R.D.A.	68,6	0,0	58,9	49,6	44,6	48,6	66,4	60,4	71,0	68,9
AGE										
13-24 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
25-34 ANS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
35-49 ANS	20,3	0,0	24,9	21,0	0,0	16,7	56,9	43,2	24,7	15,7
50-64 ANS	24,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	24,6	16,3	28,5	24,3
65 ANS ET PLUS	30,6	0,0	0,0	0,0	44,6	9,2	10,3	10,0	6,8	41,3
13-34 ANS	24,6	100,0	75,1	79,0	55,4	74,1	8,1	30,5	40,0	18,7
35 ANS ET PLUS	75,4	0,0	24,9	21,0	44,6	25,9	91,9	69,5	60,0	81,3
50 ANS ET +	55,1	0,0	0,0	0,0	44,6	9,2	35,0	26,2	35,3	65,6
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	21,1	100,0	31,6	42,4	0,0	33,6	50,6	44,8	26,5	16,1
CSP- INDIVIDU	28,2	0,0	68,4	57,6	0,0	45,7	7,7	20,6	34,8	27,0
ACTIFS	49,2	100,0	100,0	100,0	0,0	79,3	58,3	65,4	61,3	43,0
INACTIFS	50,8	0,0	0,0	0,0	100,0	20,7	41,7	34,6	38,7	57,0
HABITAT										
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	69,3	100,0	58,9	65,3	44,6	61,1	70,3	67,2	58,7	73,1

STRUCTURE DE L'ECHANTILLON

MEDIAMETRE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

BRAM FM

ZONE BRAM FM

STRUCTURE DE L'ECHANTILLON - Lundi - Vendredi

	EFFECTIF INTERROGE	EFFECTIF INTERROGE (%)	EFFECTIF EXTRAPOLE (CENTAINES)	EFFECTIF EXTRAPOLE (%)
ENSEMBLE	323	100	1 111	100,0
SEXE				
HOMMES	161	49,8	532	47,9
FEMMES	162	50,2	579	52,1
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	138	42,7	516	46,4
R.D.A.	218	67,5	762	68,6
AGE				
13-24 ANS	50	15,5	150	13,5
25-34 ANS	40	12,4	123	11,1
35-49 ANS	72	22,3	226	20,3
50-64 ANS	84	26,0	272	24,5
65 ANS ET PLUS	77	23,8	340	30,6
13-34 ANS	90	27,9	273	24,6
35 ANS ET PLUS	233	72,1	838	75,4
50 ANS ET +	161	49,8	612	55,1
CSP INDIVIDU				
CSP+ INDIVIDU	85	26,3	234	21,1
CSP- INDIVIDU	86	26,6	313	28,2
ACTIFS	171	52,9	547	49,2
INACTIFS	152	47,1	564	50,8
HABITAT				
COMMUNES RURALES	69	21,4	341	30,7
COMMUNES URBAINES	254	78,6	770	69,3



GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

NOTORIETE

	EFFECTIF EXTRAPOLE (CENTAINES)	NOTORIETE EN CENTAINES	NOTORIETE EN PENETRATION	NOTORIETE EN STRUCTURE
ENSEMBLE	1320	774	58,6	100,0
SEXE				
HOMMES	638	384	60,2	49,6
FEMMES	683	391	57,2	50,5
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	603	323	53,5	41,7
R.D.A.	799	447	55,9	57,8
AGE				
13-24 ANS	231	180	77,8	23,3
25-34 ANS	199	159	80,1	20,5
35-49 ANS	325	209	64,3	27,0
50-64 ANS	298	146	49,1	18,9
65 ANS ET PLUS	267	80	18,6	10,3
13-34 ANS	430	339	78,9	43,8
35 ANS ET PLUS	890	435	48,9	56,2
50 ANS ET +	565	226	40,0	29,2
CSP INDIVIDU				
CSP+ INDIVIDU	258	162	62,8	20,9
CSP- INDIVIDU	449	326	72,7	42,1
ACTIFS	706	488	69,1	63,0
INACTIFS	614	286	46,6	37,0
HABITAT				
COMMUNES RURALES	268	175	65,2	22,6
COMMUNES URBAINES	1052	599	57,0	77,4

Parmi les 132 000 individus de 13 ans et plus résidant dans les communes de la zone de diffusion de la Station XXX, 77 400 individus connaissent la station.

Parmi les 19 900 individus âgés de 25 à 34 ans résidant dans la zone de la Station XXX, 80,1% d'entre eux connaissent la station.

Parmi les 77 400 individus connaissant la Station XXX et résidant dans la zone de la Station XXX, 20,9% d'entre eux sont de Catégorie Socio-Professionnelle Supérieure.

Guide de lecture - Résultats fictifs





GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi-Vendredi - EN CENTAINES

	ENSEMBLE	TOUS LES JOURS	PRESEQU TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	1320	57	16	73	119	192	159	351	423	546
SEXE										
HOMMES	638	13	13	26	59	85	84	169	215	254
FEMMES	683	44	3	47	60	107	75	182	208	292
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	603	37	3	40	58	97	66	163	160	280
R.D.A.	799	49	12	62	71	133	93	226	221	352
AGE										
13-24 ANS	231	7	4	11	27	38	23	61	119	51
25-34 ANS	199	28	3	31	13	43	53	96	63	40
35-49 ANS	325	6	9	15	16	31	42	72	137	116
50-64 ANS	298	0	0	0	33	33	19	53	94	152
65 ANS ET PLUS	267	16	0	16	30	47	23	68	11	187
13-34 ANS	430	35	8	42	40	82	76	157	182	91
35 ANS ET PLUS	890	22	9	31	79	110	83	194	241	455
50 ANS ET +	565	16	0	16	63	80	42	121	105	339
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	258	12	0	12	6	18	24	42	120	96
CSP- INDIVIDU	449	17	9	26	47	73	96	169	157	123
ACTIFS	706	29	9	38	53	91	120	211	277	218
INACTIFS	614	28	7	35	66	101	40	140	146	328
HABITAT										
COMMUNES RURALES	268	18	0	18	12	30	52	82	93	93
COMMUNES URBAINES	1052	39	16	55	107	162	107	269	330	453

Parmi les 132 000 individus de 13 ans et plus résidant dans la zone de diffusion de la Station XXX, 11 900 ont l'habitude d'écouter la Station XXX 1 ou 2 fois par semaine. Ces derniers ajoutés à un Auditoire Régulier de 7 300 individus constituent un Auditoire Semaine de 19 200 individus pour la Station XXX.

Parmi les 132 000 individus de 13 ans et plus résidant dans la zone de diffusion de la Station XXX, 5 700 individus ont l'habitude d'écouter la station Tous les jours, et 1600 individus Presque tous les jours, soit un Auditoire Régulier de 7 300 individus.



GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi-Vendredi - EN PENETRATION

	ENSEMBLE	TOUS LES JOURS	PRESEQU TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	100	4,3	1,2	5,5	9,0	14,5	12,1	26,6	32,0	41,4
SEXE										
HOMMES	100	2,0	2,1	4,1	9,2	13	13,2	26,5	33,7	39,8
FEMMES	100	6,4	0,5	7	8,9	16	11,0	27	30,5	42,8
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	100	6,1	0,5	6,6	9,6	16,2	10,9	27,1	26,5	46,5
R.D.A.	100	6,2	1,5	8	8,9	17	11,7	28	27,6	44,1
AGE										
13-24 ANS	100	3,0	1,8	4,9	11,7	16,6	9,8	26,4	51,4	22,2
25-34 ANS	100	13,9	1,7	16	6,3	22	26,6	48	31,8	19,9
35-49 ANS	100	1,8	2,7	4,5	5,0	9,5	12,8	22,3	42,0	35,7
50-64 ANS	100	0,0	0,0	0	11,2	11	6,5	18	31,3	50,9
65 ANS ET PLUS	100	6,0	0,0	6,0	11,2	17,6	8,6	25,5	4,1	70,0
13-34 ANS	100	8,0	1,8	10	9,2	19	17,6	37	42,3	21,1
35 ANS ET PLUS	100	2,5	1,0	3,5	8,9	12,4	9,4	21,8	27,1	51,1
50 ANS ET +	100	2,9	0,0	3	11,2	14	7,4	22	18,5	60,0
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	100	4,7	0,0	4,7	2,3	6,9	9,3	16,2	46,6	37,2
CSP- INDIVIDU	100	3,8	2,0	6	10,6	16	21,3	38	35,1	27,3
ACTIFS	100	4,1	1,3	5,4	7,5	12,9	16,9	29,8	39,3	30,9
INACTIFS	100	4,5	1,2	6	10,7	16	6,5	23	23,7	53,4
HABITAT										
COMMUNES RURALES	100	6,8	0,0	6,8	4,5	11,2	19,3	30,5	34,7	34,8
COMMUNES URBAINES	100	3,7	1,6	5	10,2	15	10,2	26	31,4	43,0

Les 19 200 individus de 13 ans et plus qui ont l'habitude d'écouter la Station XXX au moins une fois par semaine représentent 14,5% des habitants de la zone de la station, soit plus d'un habitant sur dix.

Les 5 700 individus de 13 ans et plus qui ont l'habitude d'écouter la Station XXX Tous les jours représentent 4,3% des habitants de la zone de la station.





GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi-Vendredi - EN STRUCTURE

	ENSEMBLE	TOUS LES JOURS	PRESEQU TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
ENSEMBLE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SEXE										
HOMMES	48,3	22,8	80,9	35,8	49,2	44,1	53,0	48,1	50,7	46,5
FEMMES	51,7	77,2	19,1	64	50,8	56	47,0	52	49,3	53,5
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	45,7	64,9	19,1	54,6	48,4	50,8	41,3	46,5	37,7	51,3
R.D.A.	60,5	87,1	74,3	84	59,9	69	58,7	64	52,1	64,5
AGE										
13-24 ANS	17,5	12,4	25,7	15,4	22,7	19,9	14,3	17,4	28,1	9,4
25-34 ANS	15,1	48,7	20,3	42	10,5	23	33,3	28	15,0	7,2
35-49 ANS	24,6	10,4	54,0	20,2	13,5	16,1	26,1	20,6	32,3	21,2
50-64 ANS	22,6	0,0	0,0	0	28,1	17	12,2	15	22,1	27,8
65 ANS ET PLUS	20,2	28,1	0,0	21,9	25,2	24,5	14,5	19,4	2,6	34,2
13-34 ANS	32,6	64,1	46,0	58	33,2	43	47,6	45	43,0	16,7
35 ANS ET PLUS	67,4	38,9	54,0	42,3	66,8	57,5	52,4	55,2	57,0	83,3
50 ANS ET +	42,8	28,1	0,0	22	53,3	42	26,7	34	24,7	62,0
CSP INDIVIDU										
CSP+ INDIVIDU	19,5	21,3	0,0	16,5	4,9	9,3	15,0	11,9	28,4	17,5
CSP- INDIVIDU	34,0	29,9	55,2	36	39,8	38	60,1	48	37,2	22,4
ACTIFS	53,5	51,2	55,2	52,1	44,7	47,5	75,1	60,0	65,6	40,0
INACTIFS	46,5	48,8	44,8	48	55,3	53	24,9	40	34,4	60,0
HABITAT										
COMMUNES RURALES	20,3	31,9	0,0	24,8	10,1	15,7	32,5	23,3	22,0	17,1
COMMUNES URBAINES	79,7	68,1	100,0	75	89,9	84	67,5	77	78,0	82,9

L 'Auditoire Régulier de la Station XXX est composé majoritairement de Femmes : 64,2%, contre 35,8% d'Hommes.

L 'Auditoire Semaine de la Station XXX est réparti de façon homogène entre les individus de: 13-24 ans (19,9%), 25-34 ans (22,6%), 35-49 ans (16,1%), 50-64 ans (17,4%) et 65 ans et + (24,5%).





GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2016 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

STRUCTURE DE L'ECHANTILLON - Lundi-Vendredi

Ces colonnes correspondent au nombre de personnes interrogées dans la zone fournie par la Station XXX. Elle est déclinée par cible.

317 individus de 13 ans et + ont été interrogés dans la zone de Station XXX.

Ces colonnes correspondent à la population totale en centaines de la zone fournie par la Station XXX, après redressement et extrapolation de l'échantillon (Données INSEE).

132 000 individus de 13 ans et plus résident dans la zone de la Station XXX.

164 Femmes ont été interrogées dans la zone de la Station XXX, soit 51,7% de l'effectif interrogé.

89 900 individus résidant dans la zone de la Station XXX ont 35 ans et plus, soit 67,4% des individus de la zone.

	EFFECTIF INTERROGE	EFFECTIF INTERROGE (%)	EFFECTIF EXTRAPOLE (CENTAINES)	EFFECTIF EXTRAPOLE (%)
ENSEMBLE	317	100	1 320	100,0
SEXE				
HOMMES	153	48,3	638	48,3
FEMMES	164	51,7	683	51,7
FEMMES DE REFERENCE DU FOYER	136	42,9	603	45,7
R.D.A.	187	59	799	60,5
AGE				
13-24 ANS	73	23	231	17,5
25-34 ANS	27	8,5	199	15,1
35-49 ANS	86	27,1	325	24,6
50-64 ANS	78	24,6	298	22,6
65 ANS ET PLUS	53	16,7	267	20,2
35 ANS ET PLUS	217	68,5	890	67,4
13-34 ANS	100	31,5	430	32,6
50 ANS ET +	131	41,3	565	42,8
CSP INDIVIDU				
CSP+ INDIVIDU	67	21,1	258	19,5
CSP- INDIVIDU	97	30,6	449	34
ACTIFS	164	51,7	706	53,5
INACTIFS	153	48,3	614	46,5
HABITAT				
COMMUNES RURALES	30	9,5	268	20,3
COMMUNES URBAINES	287	90,5	1 052	79,7

Guide de lecture - Résultats fictifs

