

*Quantifier et qualifier l'auditoire des stations  
de catégorie A*

# Public des Associatives



**LA CLE DES ONDES –  
Zone LA CLE DES ONDES -  
BORDEAUX**

**Janvier – Juin 2010**

*Août 2010*

*Direction des Mesures d'Audience IM/LD/16262*

Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés – Reproduction interdite

  
mediametrie



# ***L'ETUDE DES STATIONS DE CATEGORIE A***

**Janvier - Juin 2010**

**Zone LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**



## 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 .....	IX

■ SYNTHÈSE DES PRINCIPAUX RESULTATS .....	1
■ NOTORIÉTÉ DE LA STATION .....	3
■ HABITUDES D'ÉCOUTE .....	5
■ HABITUDES D'ÉCOUTE EN CENTAINES .....	6
■ HABITUDES D'ÉCOUTE EN PÉNÉTRATION .....	8
■ HABITUDES D'ÉCOUTE EN STRUCTURE .....	10
■ STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON .....	12



# **PRINCIPALES INFORMATIONS**

## **TECHNIQUES**



Ce document présente les résultats des habitudes d'écoute de la station LA CLE DES ONDES dans le cadre de l'étude **Public des Associatives** de **MEDIAMETRIE** sur la période Janvier - Juin 2010 dans la Zone LA CLE DES ONDES - BORDEAUX.

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 au 26 juin 2010**.

Ces résultats ont été obtenus sur la base d'un échantillon lundi - samedi de **572 personnes représentatives de la population française et étrangère âgée de 13 ans et plus** résidant dans la zone fournie par **LA CLE DES ONDES**.

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 de leurs auditeurs 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, notamment sur notre site Internet, 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 2010**  
**[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** : Auditeurs Réguliers et Auditeurs ayant déclaré écouter la station « une ou deux fois par semaine »
- **Auditoire Global** : Auditeurs Semaine et Auditeurs ayant déclaré écouter la station « moins souvent »

### 2 - Définition des cibles utilisées dans le rapport :

- **Ménagères** : 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 :

Bassens , Bègles , Bordeaux , Bruges , Carbon-Blanc , Cénac , Cenon , Eysines , Le Haillan , Lormont , Mérignac , Pessac , Saint-Caprais-de-Bordeaux , Tabanac , Le Taillan-Médoc , Talence , Villenave-d'Ornon,



# GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

**MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**  
**STATION XXX**  
**ZONE STATION XXX**  
**NOTORIETE**

	EFFECTIF EXTRAPOLE (CENTAINES)	NOTORIETE EN CENTAINES	NOTORIETE EN PENETRATIO N	NOTORIETE EN STRUCTURE
<b>ENSEMBLE</b>	1 320	774	58,6	100,0
<b>SEXE</b>				
HOMMES	638	384	60,2	49,6
FEMMES	683	391	57,2	50,5
MENAGERES	603	323	53,5	41,7
R.D.A.	799	447	55,9	57,8
<b>AGE</b>				
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
<b>CSP INDIVIDU</b>				
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
<b>HABITAT</b>				
COMMUNES RURALES	268	175	65,2	22,6
COMMUNES URBAINES	1 052	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 DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi-Vendredi

EN CENTAINES

	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
<b>ENSEMBLE</b>	1 320	57	16	73	119	192	159	351	423	546
<b>SEXE</b>										
HOMMES	638	13	13	26	59	85	84	169	215	254
FEMMES	683	44	3	47	60	107	75	182	208	292
MENAGERES	603	37	3	40	58	97	66	163	160	280
R.D.A.	799	49	12	62	71	133	93	226	221	352
<b>AGE</b>										
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
<b>CSP INDIVIDU</b>										
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
<b>HABITAT</b>										
COMMUNES RURALES	268	18	0	18	12	30	52	82	93	93
COMMUNES URBAINES	1 052	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 aux 7 300 Auditeurs Réguliers constituent un Auditoire Semaine de 19 200 individus pour la Station

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 auditeurs.



## GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - 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
<b>ENSEMBLE</b>	100,0	4,3	1,2	5,5	9,0	14,5	12,1	26,6	32,0	41,4
<b>SEXE</b>										
HOMMES	100,0	2,0	2,1	4,1	9,2	13,3	13,2	26,5	33,7	39,8
FEMMES	100,0	6,4	0,5	6,9	8,9	15,7	11,0	26,7	30,5	42,8
MENAGERES	100,0	6,1	0,5	6,6	9,6	16,2	10,9	27,1	26,5	46,5
R.D.A.	100,0	6,2	1,5	7,7	8,9	16,6	11,7	28,3	27,6	44,1
<b>AGE</b>										
13-24 ANS	100,0	3,0	1,8	4,9	11,7	16,6	9,8	26,4	51,4	22,2
25-34 ANS	100,0	13,9	1,7	15,5	6,3	21,8	26,6	48,4	31,8	19,9
35-49 ANS	100,0	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	0,0	11,2	11,2	6,5	17,7	31,3	50,9
65 ANS ET PLUS	100,0	6,0	0,0	6,0	11,2	17,6	8,6	25,5	4,1	70,0
13-34 ANS	100,0	8,0	1,8	9,8	9,2	19,0	17,6	36,6	42,3	21,1
35 ANS ET PLUS	100,0	2,5	1,0	3,5	8,9	12,4	9,4	21,8	27,1	51,1
50 ANS ET +	100,0	2,9	0,0	2,9	11,2	14,1	7,4	21,5	18,5	60,0
<b>CSP INDIVIDU</b>										
CSP+ INDIVIDU	100,0	4,7	0,0	4,7	2,3	6,9	9,3	16,2	46,6	37,2
CSP- INDIVIDU	100,0	3,8	2,0	5,8	10,6	16,4	21,3	37,6	35,1	27,3
ACTIFS	100,0	4,1	1,3	5,4	7,5	12,9	16,9	29,8	39,3	30,9
INACTIFS	100,0	4,5	1,2	5,7	10,7	16,4	6,5	22,9	23,7	53,4
<b>HABITAT</b>										
COMMUNES RURALES	100,0	6,8	0,0	6,8	4,5	11,2	19,3	30,5	34,7	34,8
COMMUNES URBAINES	100,0	3,7	1,6	5,2	10,2	15,4	10,2	25,6	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 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS

STATION XXX

ZONE STATION XXX

HABITUDES D'ECOUTE - Lundi-Vendredi

EN STRUCTURE

	ENSEMBLE	TOUS LES JOURS	PRÈSQUE TOUS LES JOURS	AUDITORE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITORE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITORE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
<b>ENSEMBLE</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>SEXE</b>										
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	64,2	50,8	55,9	47,0	51,9	49,3	53,5
MENAGERES	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	84,2	59,9	69,2	58,7	64,4	52,1	64,5
<b>AGE</b>										
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	42,3	10,5	22,6	33,3	27,5	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	0,0	28,1	17,4	12,2	15,0	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	61,1	46,0	57,7	33,2	42,5	47,6	44,8	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	21,9	53,3	41,9	26,7	34,4	24,7	62,0
<b>CSP INDIVIDU</b>										
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	35,6	39,8	38,2	60,1	48,1	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	47,9	55,3	52,5	24,9	40,0	34,4	60,0
<b>HABITAT</b>										
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	75,2	89,9	84,3	67,5	76,7	78,0	82,9

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

L'Auditeur Semaine de la Station XXX est réparti de façon homogène entre les auditeurs 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 + (12,4%).



# GUIDE DE LECTURE DES RESULTATS

MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - 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.

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.

ENSEMBLE	317	100,0	1 320	100,0
<b>SEXE</b>				
HOMMES	153	48,3	638	48,3
FEMMES	164	51,7	683	51,7
MENAGERES	136	42,9	603	45,7
R.D.A.	187	59,0	799	60,5
<b>AGE</b>				
13-24 ANS	73	23,0	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
<b>CSP INDIVIDU</b>				
CSP+ INDIVIDU	67	21,1	258	19,5
CSP- INDIVIDU	97	30,6	449	34,0
ACTIFS	164	51,7	706	53,5
INACTIFS	153	48,3	614	46,5
<b>HABITAT</b>				
COMMUNES RURALES	30	9,5	268	20,3
COMMUNES URBAINES	287	90,5	1 052	79,7

## ***SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS***

**MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**

**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**ZONE LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi**

**SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS**

**30,9%**

des individus de 13 ans et plus, résidant dans la zone de diffusion de la station  
**connaissent**  
**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**10,7%**

des individus de 13 ans et plus, résidant dans la zone de diffusion de station  
**ont l'habitude d'écouter**  
**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

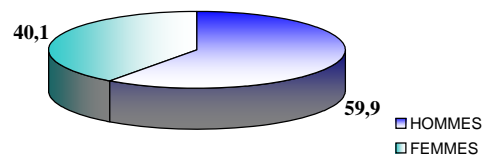
**Auditoire Régulier\* : 2 500**

**Auditoire Semaine\*\* : 18 700**

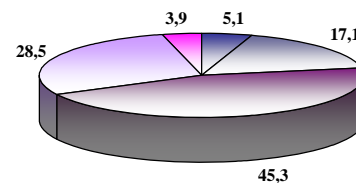
**Auditoire Global\*\*\* : 52 000**

**Structure de l'auditoire\*\*\*\* :**

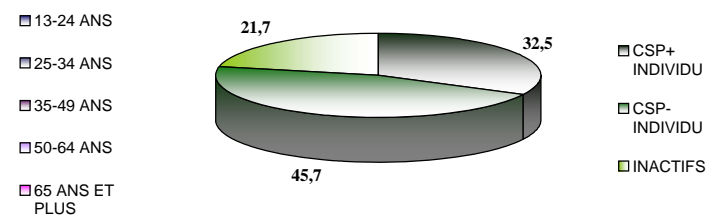
Par Sexe (en %) :



Par Age (en %) :



Par CSP (en %) :



\* Individus de 13 ans et plus, connaissant la station et déclarant l'écouter tous les jours ou presque tous les jours

\*\* 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

\*\*\* 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

\*\*\*\* Répartition de l'auditoire global de la station par critère socio-démographique

***NOTORIETE DE LA STATION***

**MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**

**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**ZONE LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**NOTORIETE**

	ENSEMBLE EN CENTAINES	NOTORIETE EN CENTAINES	NOTORIETE EN PENETRATION	NOTORIETE EN STRUCTURE
<b>ENSEMBLE</b>	<b>4849</b>	<b>1497</b>	<b>30,9</b>	<b>100,0</b>
<b>SEXE</b>				
HOMMES	2298	842	36,7	56,2
FEMMES	2551	655	25,7	43,8
MENAGERES	2281	612	26,8	40,9
R.D.A.	3421	1026	30,0	68,5
<b>AGE</b>				
13-24 ANS	980	152	15,5	10,2
25-34 ANS	863	390	45,2	26,1
35-49 ANS	1105	481	43,5	32,1
50-64 ANS	1038	381	36,7	25,5
65 ANS ET PLUS	863	93	10,8	6,2
13-34 ANS	1843	542	29,4	36,2
35 ANS ET PLUS	3006	955	31,8	63,8
50 ANS ET +	1901	474	25,0	31,7
<b>CSP INDIVIDU</b>				
CSP+ INDIVIDU	1358	576	42,4	38,5
CSP- INDIVIDU	1270	547	43,0	36,5
ACTIFS	2628	1123	42,7	75,0
INACTIFS	2221	374	16,9	25,0
<b>HABITAT</b>				
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	4849	1497	30,9	100,0

***HABITUDES D'ECOUTE***

**MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**

**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**ZONE LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi**

**EN CENTAINES**

	ENSEMBLE (CENTAINES)	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
<b>ENSEMBLE</b>	<b>4849</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>161</b>	<b>187</b>	<b>334</b>	<b>520</b>	<b>977</b>	<b>3352</b>
<b>SEXE</b>										
HOMMES	2298	12	8	20	85	105	206	312	531	1456
FEMMES	2551	0	5	5	76	81	127	209	446	1896
MENAGERES	2281	0	5	5	66	71	127	199	414	1669
R.D.A.	3421	8	8	16	116	132	177	310	716	2395
<b>AGE</b>										
13-24 ANS	980	0	0	0	27	27	0	27	125	828
25-34 ANS	863	4	8	13	40	53	37	89	301	473
35-49 ANS	1105	8	0	8	48	55	180	235	246	624
50-64 ANS	1038	0	5	5	40	45	103	148	233	657
65 ANS ET PLUS	863	0	0	0	7	7	14	20	73	770
13-34 ANS	1843	4	8	13	67	79	37	116	426	1301
35 ANS ET PLUS	3006	8	5	13	95	107	297	404	551	2051
50 ANS ET +	1901	0	5	5	47	52	117	169	306	1427
<b>CSP INDIVIDU</b>										
CSP+ INDIVIDU	1358	0	5	5	28	33	136	169	407	782
CSP - INDIVIDUS	1270	12	8	20	81	101	137	238	309	723
ACTIFS	2628	12	13	25	109	134	273	407	716	1505
INACTIFS	2221	0	0	0	52	52	61	113	261	1847
<b>HABITAT</b>										
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	4849	12	13	25	161	187	334	520	977	3352



**MEDIAMETRIE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**

**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**ZONE LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**HABITUDES D'ECOUTE - Lundi - Vendredi**

**EN PENETRATION**

	ENSEMBLE (%)	TOUS LES JOURS	PRESEQUÉ TOUS LES JOURS	AUDITOIRE REGULIER	1-2 FOIS PAR SEMAINE	AUDITOIRE SEMAINE	MOINS SOUVENT	AUDITOIRE GLOBAL	JAMAIS	NE CONNAIT PAS LA STATION
<b>ENSEMBLE</b>	100,0	0,3	0,3	0,5	3,3	3,8	6,9	10,7	20,2	69,1
<b>SEXE</b>										
HOMMES	100,0	0,5	0,4	0,9	3,7	4,6	9,0	13,6	23,1	63,3
FEMMES	100,0	0,0	0,2	0,2	3,0	3,2	5,0	8,2	17,5	74,3
MENAGERES	100,0	0,0	0,2	0,2	2,9	3,1	5,6	8,7	18,1	73,2
R.D.A.	100,0	0,2	0,2	0,5	3,4	3,9	5,2	9,1	20,9	70,0
<b>AGE</b>										
13-24 ANS	100,0	0,0	0,0	0,0	2,7	2,7	0,0	2,7	12,7	84,5
25-34 ANS	100,0	0,5	1,0	1,5	4,6	6,1	4,2	10,3	34,9	54,8
35-49 ANS	100,0	0,7	0,0	0,7	4,3	5,0	16,3	21,3	22,2	56,5
50-64 ANS	100,0	0,0	0,5	0,5	3,9	4,4	9,9	14,3	22,4	63,3
65 ANS ET PLUS	100,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,8	1,6	2,4	8,4	89,2
13-34 ANS	100,0	0,2	0,4	0,7	3,6	4,3	2,0	6,3	23,1	70,6
35 ANS ET PLUS	100,0	0,3	0,2	0,4	3,1	3,6	9,9	13,5	18,3	68,2
50 ANS ET +	100,0	0,0	0,3	0,3	2,5	2,7	6,1	8,9	16,1	75,0
<b>CSP INDIVIDU</b>										
CSP+ INDIVIDU	100,0	0,0	0,4	0,4	2,1	2,5	10,0	12,5	30,0	57,6
CSP- INDIVIDU	100,0	1,0	0,6	1,6	6,3	8,0	10,8	18,7	24,3	57,0
ACTIFS	100,0	0,5	0,5	1,0	4,1	5,1	10,4	15,5	27,2	57,3
INACTIFS	100,0	0,0	0,0	0,0	2,4	2,4	2,7	5,1	11,8	83,1
<b>HABITAT</b>										
COMMUNES RURALES	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
COMMUNES URBAINES	100,0	0,3	0,3	0,5	3,3	3,8	6,9	10,7	20,2	69,1



## ***STRUCTURE DE L'ECHANTILLON***

**MEDIAMETRE - ETUDE DU PUBLIC DES ASSOCIATIVES - Janvier - Juin 2010 - UNIVERS DES 13 ANS ET PLUS**

**LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**ZONE LA CLE DES ONDES - BORDEAUX**

**STRUCTURE DE L'ECHANTILLON - Lundi - Vendredi**

	EFFECTIF INTERROGE	EFFECTIF INTERROGE (%)	EFFECTIF EXTRAPOLE (CENTAINES)	EFFECTIF EXTRAPOLE (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>572</b>	<b>100,0</b>	<b>4849</b>	<b>100,0</b>
<b>SEXE</b>				
HOMMES	278	48,6	2298	47,4
FEMMES	294	51,4	2551	52,6
MENAGERES	259	45,3	2281	47,0
R.D.A.	397	69,4	3421	70,5
<b>AGE</b>				
13-24 ANS	119	20,8	980	20,2
25-34 ANS	105	18,4	863	17,8
35-49 ANS	144	25,2	1105	22,8
50-64 ANS	122	21,3	1038	21,4
65 ANS ET PLUS	82	14,3	863	17,8
13-34 ANS	224	39,2	1843	38,0
35 ANS ET PLUS	348	60,8	3006	62,0
50 ANS ET +	204	35,7	1901	39,2
<b>CSP INDIVIDU</b>				
CSP+ INDIVIDU	161	28,1	1358	28,0
CSP- INDIVIDU	159	27,8	1270	26,2
ACTIFS	320	55,9	2628	54,2
INACTIFS	252	44,1	2221	45,8
<b>HABITAT</b>				
COMMUNES RURALES	0	0,0	0	0,0
COMMUNES URBAINES	572	100,0	4849	100,0