

### **Le CESP publie son audit sur l'enquête Radio 2008 de Médiamétrie (La « 126 000 »)**

L'enquête « 126 000 » mise en place en janvier 2005 par Médiamétrie a pour objectif principal de mesurer l'audience de la radio au niveau national, régional et local. Elle a également pour objectif de fournir des données de calage régionalisées sur les équipements télévision des foyers pour les panels Médiamat et MédiaCabSat.

L'enquête est réalisée en continu sur l'ensemble de l'année hors juillet et août. Le recueil des données est effectué par téléphone depuis les deux centres d'appels de Médiamétrie : le MC<sup>2</sup> à Amiens et le MC<sup>3</sup> au Petit Quevilly. L'interview porte sur le recueil de l'audience de la radio des dernières 24 heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview).

Le CESP considère que le travail des enquêteurs et la réalisation de l'enquête sur le terrain sont satisfaisants. Le mode de recueil est bien adapté aux objectifs de l'étude et assure une grande dispersion géographique des interviews. Les interviews sont réalisées le soir, du lundi au dimanche, et permettent d'atteindre sur leur téléphone portable ou leur téléphone fixe toutes les catégories de population, y-compris les personnes qui rentrent tard à leur domicile (26% des interviews ont lieu après 20h30).

Sur la méthodologie de l'enquête, le CESP émet des réserves sur l'élimination des « Jours de Moindre Activité » dans le calcul des résultats d'audience. Et ceci d'autant plus que l'élimination des interviews a lieu *a posteriori* au vu des résultats de l'enquête relatifs à l'activité.

Le CESP souligne que le concept « Jours de Moindre Activité » et la mesure non homogène de l'audience de la radio tout au long de l'année, compliquent le rapprochement avec les autres médias.

Malgré la mise en place d'une mesure de l'audience de la radio avec une méthodologie adaptée en juillet-août, le CESP recommande de poursuivre la réflexion sur une mesure homogène de la radio tout au long de l'année, du 1er janvier au 31 décembre.

Les conclusions détaillées de l'audit sont accessibles sur demande aux adhérents du CESP.

#### **À propos du CESP**

*Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences médias, agences et médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études et des recherches sur les médias, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias. Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise sur de nombreux travaux liés aux médias et au développement de nouvelles techniques et outils, en France comme à l'international. Rendez-vous sur [www.cesp.org](http://www.cesp.org) pour toute information complémentaire.*

#### **Contact Presse**

CESP - Françoise Mbia, Responsable de la Communication  
01 42 89 12 26  
[fmbia@cesp.org](mailto:fmbia@cesp.org)