

MESURE D'AUDIENCE DE LA RADIO – RADIOMETRIE MAROC

Copyright CIRAD – Tous droits réservés

Résultats d'audience Vague 4
(Du 1^{er} Octobre au 30 Décembre 2012)

Source : IPSOS – MEDIA CT

Le CIRAD (Centre interprofessionnel de mesure d'audience radio) publie les résultats d'audience de la radio pour la vague 4 (Du 1^{er} Octobre au 30 Décembre 2012).

UN OUTIL DE REFERENCE POUR MESURER L'AUDIENCE DE LA RADIO

Le CIRAD, qui regroupe l'ensemble des acteurs du marché (radios, annonceurs, agences conseil en communication et en achat d'espace, régies publicitaires), a confié à l'Institut IPSOS, la réalisation d'une étude d'audience de la radio au Maroc.

Cette étude CIRAD est réalisée par téléphone sur un échantillon conséquent de **12 000 interviews par vague** représentatif de la population résidant au Maroc âgée de 11 et +.

RADIOMETRIE MAROC est un outil normé, conforme aux standards internationaux qui fournit les informations pour comprendre les comportements et habitudes de consommation du média radio en fonction des cibles et des zones géographiques.

LES CHIFFRES CLES DE LA VAGUE

Les résultats de cette quatrième vague viennent conforter et consolider les chiffres des vagues précédentes :

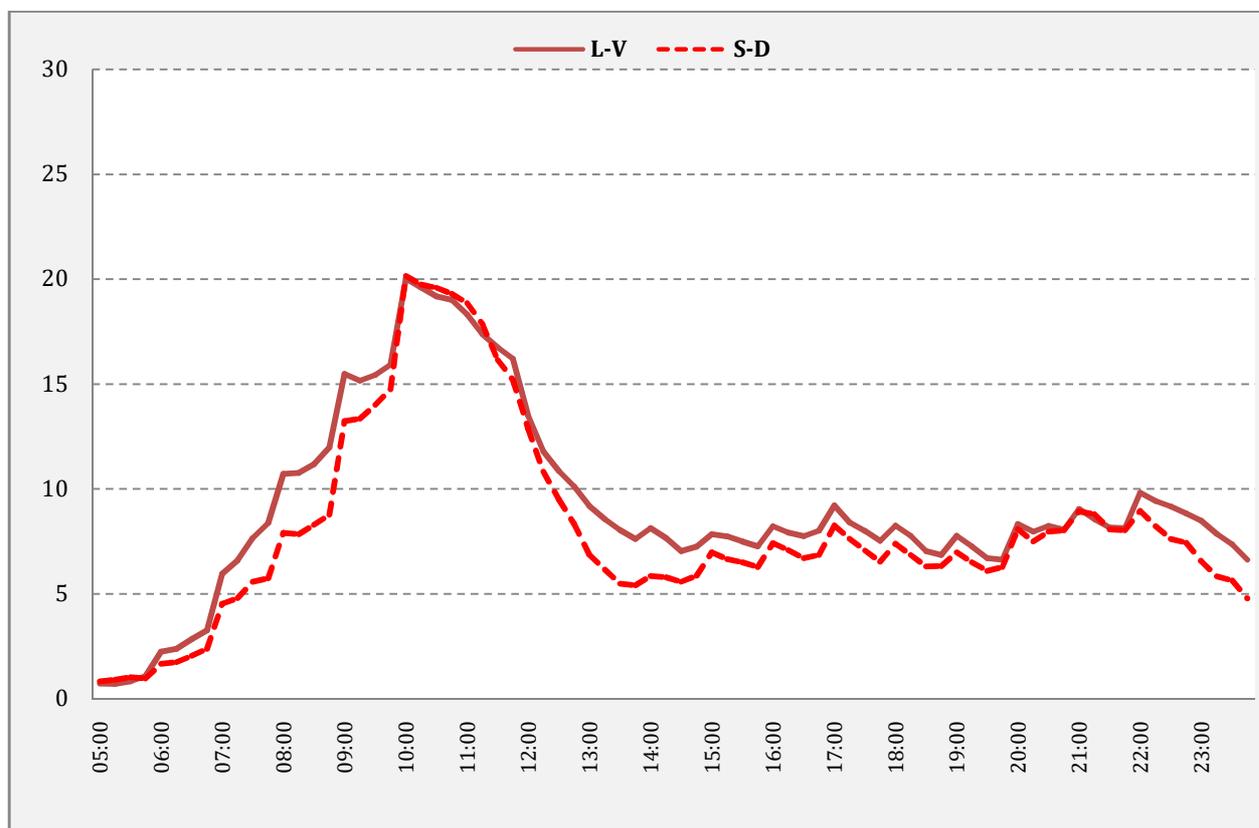
- **61,03% des marocains de 11 ans et + écoutent quotidiennement la radio** (soit **14,9 millions** d'individus) en semaine. Et ils sont **59,07% le week-end** (soit **14,4 millions** d'individus).
- Les auditeurs passent **2h57 min par jour** (en moyenne) à l'écoute de la radio en semaine et **2h41 minutes par jour** (en moyenne) en week-end.
- **Les auditeurs de la radio sont plutôt fidèles.** Ils écoutent en moyenne moins de deux (2) stations par jour.
- **30%** des auditeurs écoutent la radio sur leur téléphone mobile.
- La radio est principalement écoutée **à la maison (71%)**, les marocains l'écoutent généralement **seuls (83%)**.
- La radio touche presque (63,1%) **des urbains** et (58,2%) **des ruraux**
- La radio est écoutée par (63,2%) **des actifs** et (59,2%) **des jeunes** (11-24 ans).
- La radio est écoutée par (60%) **des femmes** et (61,7%) **des hommes**.

L'AUDIENCE NATIONALE DU MEDIA RADIO

	Vague 4 (Du 1^{er} Octobre au 30 Décembre 2012) – Population 11 ans et +				
	Audience cumulée		Quart d'heure moyen		Durée d'écoute par auditeur (heures et minutes)
		%		%	
Du lundi au vendredi	14 953 000	61,03%	2.232 000	9,11%	2h57
Samedi et dimanche	14 475 000	59,07%	1.974 000	8,05%	2h41

LA COURBE D'AUDIENCE DU MEDIA RADIO

La courbe d'audience représente l'évolution de l'audience du média radio dans la journée. Ci-dessous, l'audience par 1/4h du lundi au vendredi et l'audience par 1/4h d'heure du samedi et dimanche.



COMMUNIQUE DE PRESSE
L'AUDIENCE NATIONALE DES RADIOS LUNDI-VENDREDI

Il est important de noter que le tableau ci-dessous représente une lecture de l'audience des stations à l'échelle nationale sur l'ensemble de la population 11 ans et +, étant entendu que la réelle performance d'une station dépend également de son positionnement, de sa cible et/ou de la zone géographique visée.

	Vague 4 (1^{er} Octobre au 30 Décembre 2012) Population 11 ans et + (Par jour)		
	Audience cumulée		Durée d'écoute par auditeur
	Vague 4 (en milliers)	Vague 4 (%)	(Heures et minutes)
			Vague 4 (%)
AL IDAA AL AMAZIGHIA	642	2,62%	1h42
AL IDAA AL WATANIA	2498	10,19%	2h07
ASWAT	703	2,87%	1h43
ATLANTIC	260	1,06%	1h35
CAP RADIO	1120	4,57%	2h10
CHAINE INTER	270	1,10%	2h11
CHADA FM	1553	6,34%	1h39
HIT RADIO	1251	5,11%	1h52
MEDI 1	3428	13,99%	1h53
MED RADIO	1323	5,40%	2h15
MEDINA FM	215	0,88%	1h42
MFM	1573	6,42%	2h26
RADIO 2 M	1527	6,23%	1h45
RADIO MARS	818	3,34%	1h55
RADIO MOHAMMED VI DU SAINT CORAN	4072	16,62%	2h20
RADIO PLUS	629	2,57%	1h41
AUTRES RADIOS	723	2,95%	1h35

** La catégorie « Autres Radios » concerne les multiples radios citées par les répondants : stations étrangères, web radios, stations non membres du CIRAD, stations non identifiées...*

COMMUNIQUE DE PRESSE LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

La période d'enquête s'est étendue du **1^{er} Octobre au 30 Décembre 2012**. Elle a été marquée par les événements suivants, susceptibles d'avoir eu un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 26 Octobre : Aid el Adha (Fête religieuse)

Le 06 Novembre : Fête Nationale (La Marche Verte)

Le 16 Novembre : Fête Religieuse (Fatih Moharem)

Le 18 Novembre : Fête Nationale (Fête de l'indépendance du Maroc)

LA DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE UTILISES

AC : Audience cumulée de la radio ou d'une station nommée sur un jour moyen de semaine ou de week-end. Soit l'ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois la radio (quelque soit la durée d'écoute), exprimée en pourcentage de la population et en milliers de personnes.

QHM : Quart d'heure moyen de la radio ou d'une station nommée sur un jour moyen de semaine ou de week-end. Soit la moyenne des audiences des quarts d'heure, exprimée en pourcentage de la population et en milliers de personnes

DEA : Durée d'écoute par auditeur de la radio ou d'une station nommée sur un jour moyen de semaine ou de week-end, exprimée en heure et minute.

LES CARACTERISTIQUES DE L'ETUDE

La mesure est réalisée par interviews téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant au Maroc, âgée de 11 ans et +. Pour cette vague 4, près de **11930 interviews** ont été menées entre le **1^{er} Octobre et le 30 Décembre 2012**.

L'étude est réalisée par interviews téléphoniques en **système CATI** (Computer Assisted Telephone Interviews). L'audience est recueillie sur les dernières 24 heures (**écoute de la veille**). Les interviews sont réparties équitablement sur tous les jours de la semaine et administrées entre 9h00 et 21h00.

Les interviews ont été réalisées entre 9h00 et 21h00, sur **téléphone fixe pour 23% et sur téléphone mobile pour 77%**, afin d'optimiser la « joignabilité » de la population.

RADIOMETRIE MAROC mesure l'audience de toutes les stations reçues au Maroc tous supports de réception confondus (postes radio, autoradios, internet, téléphones mobiles, téléviseurs...). Les résultats sont publiés trimestriellement et portent sur l'audience cumulée des radios, le quart d'heure moyen, la durée d'écoute par auditeur et la part d'audience des radios.

4 vagues d'enquête standards sont prévues par an (12 000 interviews par vague) et **1 vague spécifique** de 4 000 interviews pour la période du Ramadan. Soit 5 vagues de mesure d'audience radio sur une année, avec un total de 52 000 interviews.

Sont publiés les résultats des radios qui ont souscrit à **RADIOMETRIE MAROC** et dont l'audience cumulée sur un jour moyen de semaine Lundi-Vendredi est supérieure ou égale à 0,5% de la population 11 ans et +,

COMMUNIQUE DE PRESSE A PROPOS DU CIRAD

Le CIRAD (Centre interprofessionnel de mesure d'audience radio) est un G.I.E (Groupement d'Intérêt Economique) dont les membres fondateurs sont les stations radios privées et publiques et leurs régies publicitaires, le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM) et l'Union des Agences Conseils en Communication (UACC). Il a été créé en décembre 2010 et a pour mission de mettre en place la mesure d'audience de la radio au Maroc.

LES REGLES DE DIFFUSION

Toute communication des résultats de **RADIOMETRIE MAROC** doit être accompagnée de la mention « résultats d'audience RADIOMETRIE MAROC, tous droits réservés CIRAD ». Les données communiquées doivent obligatoirement mentionner de façon claire et évidente l'indicateur utilisé, la période de référence et la cible.

Toute publication des données de l'étude RADIOMETRIE MAROC doit être accompagnée de la fiche technique de l'étude.