



Cité de la musique

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE

La diversité musicale dans le paysage radiophonique

À partir d'un panel de 31 radios

Rapport 2004

André Nicolas

Responsable de l'Observatoire de la musique

221, avenue Jean Jaurès

75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Email : observatoire@cite-musique.fr

Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr/observatoire/>

SOMMAIRE

I. Introduction.....	2
II. Rapport général.....	4
<i>A. Présentation des indicateurs.....</i>	<i>4</i>
<i>B. Présentation du panel.....</i>	<i>6</i>
<i>C. Analyse de la diversité musicale.....</i>	<i>8</i>
1) Les Indicateurs « ouverts » exprimant la diversité musicale.....	8
1.1) Nombre de titres et nombre d'artistes différents diffusés, nombre de diffusions et nombre de contacts.....	8
1.2) Répartition de la diffusion genres musicaux.....	11
1.3) Part des titres nouveautés, récurrents et golds.....	15
1.4) Répartition des titres par labels et structures de distribution.....	16
2) les Indicateurs « endogènes » exprimant la stratégie des radios.....	18
2.1) Part du Top 40 des titres les diffusés dans l'ensemble de la diffusion.....	18
2.2) Rotation moyenne hebdomadaire des titres.....	20
2.3) Part des nouvelles entrées en play-list dans l'ensemble de la diffusion.....	23
2.4) Nombre de nouveautés startées.....	23
2.5) Taux d'exclusivité.....	23
III. Propositions.....	26
IV. Annexes.....	28

I. Introduction

Le Ministère de la culture et de la communication, les organismes institutionnels et les partenaires de la filière musicale, représentant les ayants droits et les diffuseurs, ont confié en 2003, à l'Observatoire de la musique de la Cité de la musique, le soin de mesurer la diversité musicale dans le paysage radiophonique, et d'offrir une vision de « l'état » de la diversité musicale, telle que définie par l'offre radiophonique en France.

Dans son premier rapport, concernant l'année 2003, l'Observatoire de la musique a rappelé les contraintes méthodologiques et organisationnelles de ce dispositif d'observation. Aussi, en accord avec les membres du comité radio qui assistent l'Observatoire de la musique, il a été décidé d'intituler ce dispositif « *la diversité musicale dans le paysage radiophonique* » en y ajoutant la mention « *établie à partir d'un panel de 31 radios* » afin d'assurer, en cohérence et en pertinence, la restitution de ces traitements sur la diversité musicale.

Ce deuxième rapport offre une largeur d'analyse à partir d'un recensement d'indicateurs concernant 8 trimestres. S'il permet d'en mesurer les évolutions, dans un contexte mouvant, il relève avant tout d'un traitement statistique portant sur une batterie d'indicateurs, suffisamment pertinents certes, mais n'offrant pas toujours une vision assez précise des contenus et parcours artistiques.

Les années 2000 sont marquées par une mutation importante qui traverse la filière musicale dans sa chaîne de métiers. Comme pour l'ensemble des secteurs industriels de production et de services, elle doit faire face aux effets d'un management de plus en plus financier qui concoure au tropisme de la concentration dans les secteurs de production et de distribution.

Par ailleurs, l'installation durable de nouveaux services générés par les nouvelles technologies (numérisation, transport de plus en plus sophistiqué des données) bouleversent non seulement les métiers mais aussi la chaîne de valeur liée au cycle traditionnel de ces secteurs d'activité. Ces nouveaux opérateurs industriels, qui viennent de l'informatique et de la téléphonie développent leurs propres stratégies industrielles (en terme de systèmes propriétaires et de parts de marché). La montée en charge de ces développements industriel et commercial se fait, structurellement, sur un réajustement conséquent des prix à la baisse. Installées au cœur des systèmes de distribution qui détiennent, de plus en plus, l'effet de levier de la prescription, ces stratégies risquent-elles d'entraîner une contrainte sur l'amont de la filière musicale (production et droits) ?

Ces nouveaux services transforment les modes d'accès et d'usage de la consommation musicale.

La musique devient, par excellence, un des atouts premiers du marketing de cette nouvelle société de services. On pourrait ajouter que la musique est le test de cette stratégie qui se traduit par une captation de valeur ajoutée qui affectera l'ensemble des secteurs de production de contenus.

Cette mutation, perçue, médiatisée sur le plan technologique, a des effets collatéraux, pour l'heure, sur le modèle économique de la filière musicale. Depuis 2 ans, en France, la production phonographique en a subi le contrecoup en accusant une baisse importante de chiffre d'affaires de - 14%, en C.A TTC¹.

Pour le média radio, rappelons que la musique reste toujours le motif d'écoute le plus important pour les auditeurs (60%) et que les programmes musicaux, tant en audience cumulée (45,2 %) qu'en part d'audience (38,9%) sont de loin plébiscités².

¹ Source : GfK

² Source : Médiamétrie - L'Année Radio 2003/2004

Si l'offre de références s'accroît, les investissements en nouvelles productions, surtout pour les artistes les plus vendeurs, ont, pour autant, marqué le pas.

Pour les radiodiffuseurs, le marketing des grandes sociétés de production a été d'autant plus vif. La programmation radiophonique qui aurait « subi » ce non renouvellement de productions « fraîches », a connu aussi les effets de mode de genres musicaux dominants au détriment d'autres.

Citons à titre d'exemple le déclin, en 2004, sur les marchés physique et radiophonique, du reggae, des musiques du monde au profit du pop / rock, et du groove / RnB.

Cette constatation sur le renouvellement traduit bien le malaise dénoncé, par ailleurs, par la production indépendante qui réclame une plus grande ouverture des antennes.

Il conviendra donc d'établir, plus en amont, une analyse de l'offre de programmation des radios sous l'angle de la diversité musicale, en tenant compte de l'offre de production sur les marchés physique et numérique. L'interaction de ces secteurs de production et de diffusion, qui ont, certes, leurs propres règles de fonctionnement, est réelle.

Par ailleurs, on constate, depuis quelques années, une intégration des métiers. NRJ et Europe 2 sont devenus des acteurs du spectacle vivant. NRJ vient de créer avec Coca Cola un site de téléchargement sous marque blanche d' e-compil, le site de téléchargement d'Universal Music.

Enfin, cette major devient opérateur de téléphonie mobile tout comme NRJ, M6 etc.

Ces mutations se développent à l'appui de stratégies industrielles qui tendent à la convergence des médias mais aussi des métiers. Participant d'un phénomène généralisé de concentration qui touchent toutes les industries de contenus, elles ne seront pas sans effet sur la pluralité et la diversité. Elles interviennent dans un contexte de redéfinition, sur le plan réglementaire, des systèmes de diffusion radiophonique et télévisuel.

L'objectif central de ce rapport qui est celui de la diversité musicale demeure donc au cœur d'un des nouveaux enjeux, l'année prochaine, qui établiront un mode optimal d'organisation du système de radiodiffusion en France.

II. Rapport général

A. Présentation des indicateurs

Ces indicateurs, tels que mentionnés dans l'accord professionnel, concernent :

- La part du top 40 des titres les plus diffusés dans l'ensemble de la diffusion.
- La rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre francophone et d'un titre de production française non francophone et le nombre brut de rotations par radio.
- La rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre international.
- Le nombre d'artistes différents diffusés.
- Le nombre de titres différents diffusés et nombre de semaines de présence à partir du moment où une référence entre en programmation.
- La part des nouveautés dans l'ensemble de la diffusion (à partir de 3 et/ou de 12 diffusions hebdomadaires).
- Le nombre mensuel moyen de nouvelles entrées par station et sur l'ensemble des stations de l'échantillon.
- Le classement des radios les plus starters par formats (jeunes, jeunes-adultes et adultes).
- La répartition des genres musicaux.
- Le taux d'exclusivité de diffusion de titres de chaque radio.
- La répartition des titres par labels.
- La répartition des titres diffusés par structure de production (majors, indépendants distribués par des majors, indépendants distribués par des indépendants).

Rappelons les deux caractéristiques qui expriment la novation de ce dispositif d'observation :

- Sa technicité et son exhaustivité en font un instrument barométrique assez représentatif de la programmation musicale.
- La mise en commun de ces informations et la mise à niveau des opérateurs (quelles que soient leurs tailles et leurs capacités financières) sur la connaissance d'un « état » de la diffusion, en font un instrument fédérateur.

L'intérêt de l'outil commun, mis en place en 2003, est d'obtenir un traitement régulier d'informations et d'offrir, par le croisement d'indicateurs, une analyse permettant :

- D'évaluer la dynamique de programmation des radios.
- De mettre en évidence, par le classement des radios, des indicateurs d'évolutions et de positionnements.

- D'analyser les degrés et les évolutions de proximité que ne manquent pas d'entraîner la structuration actuelle du paysage radiophonique,
- De corriger, enfin, l'écrasement de certaines statistiques qui relève d'exercices habituels et usuels en matière de traitements statistiques et qui aboutit souvent, par convention, à uniformiser et formater un cadre d'analyse.

Rappel méthodologique:

1) Les données qui suivent ont été consolidées pour l'année 2004 et retraitées, à périmètre égal, pour l'année 2003 (l'exploitation 2004 porte sur un panel de 31 radios, celui de 2003 sur un panel de 33 radios).

Toutes les constatations y compris celles relatives à la concentration, dépendent donc d'un panel n'offrant pas l'exhaustivité du paysage radiophonique français du point de vue de la diversité musicale.

2) Le choix des indicateurs offre différents niveaux de lecture. Leur interprétation peut être différente selon que l'on retient une analyse consolidée ou établie à partir de moyennes trimestrielles ou hebdomadaires. Il en est de même pour l'analyse comparative entre les deux exercices 2003 et 2004.

Dans les données par formats, les variations (en pourcentage ou en points) expriment l'écart entre les moyennes annuelles.

Pour la lecture des tableaux, il est précisé que les chiffres et les variations entre les moyennes sont arrondis à l'entier ou aux décimales les plus proches.

3) L'Observatoire de la musique travaille à partir de statistiques, réalisées par la société Yacast, sur une plage horaire continue 24H/24H.

B. Présentation du panel

Le rapport a été établi, en 2003, sur la base d'un échantillon de 33 radios représentant, selon la société Yacast, plus de 95% de l'audience totale des radios musicales en France.

En 2004, l'échantillon n'est plus que de 31 radios. Cette modification a réduit d'autant le champ des investigations de l'Observatoire de la musique. Le panel de la société Yacast, mutualisé professionnellement, a été redéfini, en 2004, à partir d'un nouveau périmètre modifiant, à la marge, le panel.

Considérant que cette modification n'entamait pas la pertinence du panel, qui représente aujourd'hui 92,5% de l'audience totale des radios musicales en France, l'Observatoire de la musique a fait procéder à un retraitement total des statistiques analysées en 2003, sur la base du périmètre 2004, afin d'établir, en cohérence, la comparaison des deux exercices.

Ces modalités de fonctionnement, dont le choix du panel retenu en 2003, résultaient d'un accord entre les secteurs professionnels et les pouvoirs publics, à l'appui de dispositifs existants et mutualisés.

L'Observatoire de la musique ne peut que rappeler le principe de précaution qui doit prévaloir s'agissant d'un système pérenne d'observation de la programmation radiophonique en France et lance un appel, en responsabilité, à ses partenaires pour stabiliser ce processus d'observation.

Le panel comprend :

- 12 opérateurs nationaux privés : NRJ, Fun Radio, Skyrock, Europe 1 et Europe 2, RTL et RTL 2, RFM, Nostalgie, Rire et Chansons, MFM et Chérie FM,
- 4 radios du groupe Radio France : France Inter, France Bleu, FIP et le Mouv',
(Pour le réseau France Bleu, la pige Yacast est localisée, en Champagne, à Reims)
- 15 radios indépendantes : Ado FM, Alouette FM, Champagne FM, Contact FM, Hit West, Kiss FM, Oui FM, Radio 6, Radio Scoop, Sud Radio, Top Music, Vibration, Vitamine, Voltage et Wit FM.

Il faut noter que ces radios peuvent se répartir autrement puisqu'on recense par groupes d'opérateurs :

- Le groupe NRJ qui dispose de 4 stations : NRJ, Chérie FM, Nostalgie et Rire et Chansons,
- Le groupe RTL qui dispose de 3 stations : RTL, RTL 2 et Fun Radio,
- Le groupe Lagardère Active qui dispose de 3 stations : Europe 1, Europe 2 et RFM,
- Le groupe Radio France qui dispose de 4 stations : France Inter, France bleu, FIP et le Mouv',
- Le « groupe des stations indépendantes » représenté par le SIRTI à l'exception de Skyrock et de MFM.

Rappelons qu'en retenant ce panel de radios, ce choix étant le plus opérationnel et le plus mutualisé financièrement, les professionnels, signataires de l'accord, n'ont pas défini un champ d'investigation spécifique au regard de la diversité musicale.

Ce panel peut être considéré comme un panel d'audience, c'est-à-dire, un outil défini par un système d'offre. En effet, Le choix des radios retenues s'opère selon plusieurs critères dont des critères d'audience, surtout pour les radios locales (minimum audience cumulée/jour de 40 000 auditeurs), l'estimation des bassins de populations et la programmation composée en majorité de nouveautés dans la thématique large du secteur de la variété.

Pour le traitement des statistiques, les radios du panel ont été classées en tenant compte d'une catégorisation par formats, définie à partir des cibles d'âge. Cette classification s'est opérée à partir d'un système déclaratif admis, résultant du positionnement des radios.

On distingue 4 catégories dont trois par formats : « jeune » (13-24 ans), « jeune-adulte » (25-34 ans), « adulte » (35 et plus), en référence aux structures d'audience par âges, et les radios généralistes :

- Les radios « jeune » sont : Ado FM, Champagne FM, Contact FM, Fun Radio, Hit West, Kiss FM, NRJ, Scoop, Skyrock, Vibration, Vitamine et Voltage FM,
- Les radios « jeune-adulte » sont : Alouette, Europe2, FIP, Le Mouv', Oui FM, Radio 6, Rire et Chansons, RTL2, Top Musique et Wit FM,
- Les radios « adulte » sont : Chérie FM, France bleu, MFM, Nostalgie et RFM,
- Les radios généralistes sont : Europe 1, France Inter, RTL et Sud Radio.

Si le terme générique de généraliste est retenu pour les formats de radios, nous retiendrons aussi les termes de généraliste ou spécialisé dans une typologie des radios, à l'intérieur de chaque format, à partir de l'analyse de la répartition des genres musicaux dans les programmations musicales.

Par convention, nous avons retenu la définition de radio spécialisée lorsqu'une radio consacre plus de 50% de sa programmation à un seul genre musical.

Pour s'assurer de la pertinence de cette segmentation par formats, l'Observatoire a procédé à la constitution d'un recueil présentant les radios du panel.

Ce recueil comprend pour chaque radio :

- Une fiche signalétique,
- Deux vagues sur l'audience cumulée en structure, en pénétration et en nombre d'auditeurs³,
- Une carte fixant les zones d'implantation des émetteurs de la radio,
- Une présentation des données de références à savoir l'ensemble des indicateurs sur les huit trimestres.

La comparaison des deux exercices permet de signaler que la segmentation des formats par cible d'âge n'est pas toujours pertinente au regard des structures d'âge actées même si, par ailleurs, il est indiqué que le format tiendrait compte également du type de programmation.

³ Source Médiamétrie : Etude 75 000 + Radio septembre 2002-juin 2003 et septembre 2003-juin 2004/ 5h-24H /lundi-vendredi

C. Analyse de la diversité musicale

Comme pour le précédent rapport, deux niveaux de lecture sont distingués, organisés autour du concept de la diversité musicale :

→ Des indicateurs « ouverts », représentatifs des chiffres clés de la diffusion, donnant une vision globale de la diversité musicale. Il s'agit d'une analyse des contenus musicaux et de l'accessibilité des producteurs à la diffusion radiophonique.

On peut retenir à ce niveau d'analyse :

- Le nombre de titres et d'artistes différents diffusés,
- La répartition de la diffusion par genres musicaux,
- La part des nouveautés, des titres récurrents et titres golds dans l'ensemble de la diffusion,
- La répartition des titres par labels et structures de distribution.

→ Des indicateurs « endogènes », exprimant la stratégie des radios, exprimant plus particulièrement la valeur contributive des radios au spectre de la diversité musicale.

Il s'agit d'une analyse plus fine de critères de programmation et/ou de positionnement des radios.

On peut retenir à ce niveau d'analyse :

- La part du Top 40 des titres les plus diffusés dans l'ensemble de la diffusion,
- Les rotations moyennes hebdomadaires des titres,
- La part des nouvelles entrées en play-list dans l'ensemble de la diffusion,
- Le nombre de nouveautés startées et leur part de diffusion,
- Le taux d'exclusivité de diffusion des titres.

1) Les Indicateurs « ouverts » exprimant la diversité musicale

1.1) Nombre de titres et nombre d'artistes différents diffusés, nombre de diffusions et nombre de contacts

Le nombre de titres différents est en relative stabilité mais le nombre de nouveautés baisse de -5,2%

Le volume de diffusions musicales reste stable.

Le nombre de contacts cumulés, alloués aux diffusions musicales du panel (audience) accuse une baisse de -4,91%.

60 752 titres différents (dont 23 545 nouveautés soit 38,8%), ont été diffusés sur les radios du panel en 2004 contre 61 153 en 2003 (dont 24 827 nouveautés soit 40,6%)

Le nombre de titres différents diffusés reste relativement stable en 2004 avec une légère baisse de -0,66% (vs 2003). Celui des nouveautés baisse de -5,2% (vs 2003)

→ Examen du nombre de titres différents diffusés en moyenne trimestrielle (cf. : Annexe 2)

- Les radios « jeune », en diffusent entre 404 (Vibration) et 1850 (Skyrock).
Toutes ces radios ont sensiblement diffusé plus de titres à l'exception de trois d'entre elles: Contact Fm (- 342), Hit West (-108) et Fun radio (- 71).
Relevons les augmentations de Vitamine (+332), NRJ (+213), Kiss FM (+148), Voltage FM (+137), Champagne FM (+131), Skyrock (+130), Scoop (+96) et Ado FM (+ 65).
- Les radios « jeune-adulte » (à l'exception de FIP qui diffuse en moyenne trimestrielle, plus de 9700 titres) en diffusent entre 215 (Rire et Chansons) et 2270 (Radio 6).
Elles ont, à l'exception de Wit FM (+ 177) et Radio 6 (+ 130), généralement diffusé moins de titres : le Mouv' (- 246), Rire et Chansons (- 135), RTL 2 (- 110) et Europe2 (-60).
- Les radios « adulte » en diffusent entre 557 (Chérie FM) et 2 116 (France Bleu).
MFM (+262) et Nostalgie (+241) ont sensiblement élargi leur offre alors que France Bleu a diminué son volume de titres diffusés de 178 titres.
- Les radios généralistes présentent quelques contrastes. Si Europe 1 augmente de 130 titres, c'est incontestablement Sud Radio qui accuse la baisse la plus importante avec moins de 945 titres soit le quart de son offre !

→ Examen du nombre de titres différents diffusés en moyenne hebdomadaire* (cf. : Annexe 2)

(* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

Formats	Nb de titres différents diffusés en MH				Nb d'artistes différents diffusés en MH				Nb total de diffusions musicales en MH			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
	Jeune	334	316	+17,4	+5,5%	236	236	-0,8	-0,3%	2 240	2 219	+20,9
Jeune-Adulte	554	574	-19,4	-3,4%	341	358	-16,5	-4,6%	2 142	2 124	+17,2	+0,8%
Adulte	656	638	+18,0	+2,8%	325	307	+17,6	+5,7%	2 245	2 298	-53,0	-2,3%
Généraliste	600	613	-13,6	-2,2%	392	418	-25,9	-6,2%	803	818	-15,1	-1,8%
PANEL	491	489	+1,6	+0,3%	304	310	-6,1	-2,0%	2 024	2 020	+3,1	+0,2%

Les moyennes hebdomadaires expriment une unité de mesure plus cohérente dans l'analyse des statistiques en référence au Top 40 et aux rotations des titres.

Pour les trois catégories de radios musicales, on constate sensiblement un même volume de diffusion.

La catégorie « jeune » a un nombre de titres différents diffusés équivalent à 60% du nombre de titres diffusés par les radios « jeune-adulte » et 50% par les radios « adulte ».

Les radios « jeune » sont les radios les plus concentrées sur leur Top 40 avec des rotations plus fortes sur un nombre plus restreint de titres et d'artistes différents.

Notons que les radios généralistes qui sont, de ce point de vue, les plus « disantes » ont des taux de musicalité plus faibles (en moyenne en 2004 : 803 diffusions en MH) mais avec des audiences cumulées plus importantes.

Le nombre total de titres diffusés en 2004 soit : 60 752 (-0,7% par rapport à 61 109 en 2003), est ventilé entre :

- 32 763 titres internationaux, soit 53,9% contre 32 296, soit 52,8% (vs 2003)
- 14 481 titres francophones, soit 23,8% contre 14 389, soit 23,5% (vs 2003),
- 13 508 titres instrumentaux, soit 22,2% contre 14 424, soit 23,6% (vs 2003).

On peut noter que l'offre musicale diffusée par le panel reflète la réalité du marché physique de la production phonographique en France, plus marqué, en terme de références offertes, par la forte présence d'une production internationale.

Par ailleurs, l'évolution des deux marchés (physique et radiophonique) concoure aux mêmes constats : la forte appétence pour la production nationale beaucoup plus rentable (ratio nbre de références/C.A) sur le marché physique et l'audience prédominante de la variété française (en structure d'audience) dans le panel.

3 291 185 diffusions musicales ont été enregistrées sur les radios du panel en 2004 contre 3 271 092 en 2003.

Le nombre total de diffusions musicales enregistrées sur le panel augmente de +0,61% (vs 2003).

Le nombre de diffusions accordé aux nouveautés est, en 2004, de 1 901 739 soit 57,8% des diffusions contre 1 921 942 en 2003 soit 58,7%.

271 milliards de contacts en 2004 contre 285 milliards en 2003.

Le nombre de contacts⁴ cumulés, alloués aux diffusions musicales des radios du panel, (l'audience), baisse de -4,91%.

17 410 artistes ont été recensés en 2004 contre 17 387 en 2003.

- 10 560 artistes internationaux (en hausse de +2% par rapport à 10 308 en 2003),
- 5 389 artistes instrumentaux (en baisse de -10% par rapport à 5 946 en 2003),
- 3999 artistes francophones (en hausse de +4% par rapport à 3 828 en 2003).

En 2004, 3 999 artistes, soit 23%, ont chanté au moins un titre en français contre 3 828, soit 22% en 2003.

La part des diffusions francophones représente, en 2004, 38,09% de l'ensemble des diffusions contre 38,4% en 2003.

⁴ Le nombre de contacts, ou audience, correspond au nombre de personnes ayant écouté la radio pendant le quart d'heure au cours duquel a été diffusé un titre

1.2) Répartition de la diffusion genres musicaux

→ Répartition de la diffusion par genres musicaux* (cf. : Annexe 3 & 1)

→ Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles :

		Variété Française				Variété Internationale				Pop/Rock				Groove			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Formats	Jeune	9,8%	9,0%	+0,8	+9,3%	7,2%	5,6%	+1,6	+27,6%	15,5%	14,8%	+0,7	+4,8%	37,3%	33,0%	+4,3	+13,2%
	Jeune-Adulte	13,3%	14,7%	-1,4	-9,4%	8,0%	8,0%	+0,0	+0,2%	59,0%	56,0%	+3,0	+5,4%	8,0%	7,3%	+0,8	+10,4%
	Adulte	53,6%	56,1%	-2,5	-4,4%	20,8%	19,4%	+1,4	+7,4%	14,6%	14,6%	+0,1	+0,4%	4,6%	3,9%	+0,8	+20,6%
	Généraliste	34,0%	31,9%	+2,1	+6,7%	12,8%	10,9%	+1,9	+17,2%	33,1%	35,0%	-1,9	-5,5%	5,8%	6,7%	-0,9	-13,2%
PANEL		21,1%	21,4%	-0,2	-1,1%	10,4%	9,3%	+1,1	+11,6%	31,7%	30,6%	+1,0	+3,3%	18,5%	16,6%	+1,9	+11,7%
		Dance				Rap				Reggae World				Classique Blues Jazz			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Formats	Jeune	12,5%	16,9%	-4,3	-25,6%	13,6%	15,0%	-1,5	-9,7%	4,0%	5,3%	-1,3	-24,5%	0,0%	0,0%	+0,0	-
	Jeune-Adulte	3,0%	4,8%	-1,8	-37,3%	1,9%	1,3%	+0,6	+45,5%	3,3%	4,2%	-0,9	-20,8%	3,1%	3,2%	-0,0	-1,1%
	Adulte	3,2%	3,3%	-0,0	-1,4%	0,1%	0,0%	+0,1	-	2,0%	1,8%	+0,2	+13,7%	0,7%	0,3%	+0,4	+132,9%
	Généraliste	2,2%	3,5%	-1,3	-38,3%	0,9%	0,8%	+0,1	+13,9%	4,3%	5,4%	-1,1	-20,2%	6,3%	4,8%	+1,5	+30,8%
PANEL		6,6%	9,0%	-2,4	-26,8%	6,0%	6,4%	-0,3	-5,4%	3,5%	4,4%	-0,9	-20,1%	1,9%	1,7%	+0,2	+14,5%

→ Données annuelles consolidées :

- La variété française :

Légère baisse du nombre de diffusions.

Genre en perte d'audience bien que totalisant près de 30%, en structure, de l'audience des radios du panel.

Le nombre total de diffusions de titres de variété française s'élève à 660 243 pour l'année 2004 contre 673 337 pour l'année 2003, soit une baisse de -1,94%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 20,07% du total des diffusions du panel en 2004, contre 20,58% en 2003, soit une baisse de -0,51 point.

Le nombre total de contacts pour la variété française baisse de -11,44%. En 2004, en structure d'audience, la variété française reste cependant un genre dominant avec 29,29% du nombre total de contacts, contre 31,10% en 2003, soit une baisse de -1,81 point.

Les radios spécialisées (+ de 50% de part de diffusion) sont France Bleu, MFM et Nostalgie.

En moyennes annuelles, sur les deux années, pour certaines radios, on peut relever des variations (en points) sensibles expliquant cette correction à la baisse.

France bleu (-4,9), Hit West (-3,4), Alouette (-4,1), Rire et Chansons (- 6,6), Nostalgie et NRJ avec, respectivement,

-3 et -2.6. Par contre Voltage FM a augmenté sa part de + 12,9 ainsi que Kiss FM (+5,8), Sud Radio (+3,4) et Europe 1 (+3,2).

La prédominance de ce genre est essentiellement assurée par des radios « adulte » (taux moyen de part de diffusion de 53,6% en 2004) et généralistes (taux moyen de 34% en 2004) qui diffusent majoritairement les golds alors que les radios « jeune » diffusent peu de variété française (taux moyen de 9,8% en 2004) à l'exception de Kiss FM (27,3%), Vibration (21,8%) et Scoop (18,3), ce qui ne laisse pas augurer d'un renouvellement des publics pour ce genre musical.

Dans la nomenclature retenue par Yacast, la variété française concerne les chansons à texte et la variété traditionnelle. Pour tenir compte de l'évolution des goûts du jeune public, une analyse plus fine de la production des groupes français dans le groove / RnB, le pop / rock et le rap, pourrait vraisemblablement corriger cette observation.

- La variété internationale :

Forte augmentation des diffusions.

Le nombre total de diffusions de titres de variété internationale s'élève à 338 054 pour l'année 2004 contre 304 318 pour l'année 2003, soit une augmentation de +11,09%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 10,26% du total des diffusions du panel en 2004, contre 9,32% en 2003, soit une augmentation de + 0,94 point.

Le nombre total de contacts pour la variété internationale augmente de +0,29% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 11,40% du nombre total de contacts en 2004, contre 11,09% en 2003, soit une augmentation de +0,31 point.

En moyennes annuelles, sur les deux années, les variations (en points) à la hausse sont à noter chez Voltage FM (+7,8), Kiss FM (+6,4), RFM (+5), Sud Radio (+4,1), Europe 1 (+3,1), Contact FM (+2,8).

A part Chérie FM (31,4%) et RFM (27,3%), aucune radio accorde plus de 20% de part de diffusion à ce genre musical.

On démontrera cependant que les « hits » internationaux connaissent les plus fortes diffusions.

On observe un léger recentrage de deux radios « jeune » : Voltage FM et Kiss FM en faveur du segment de la variété.

- Le pop / rock :

C'est le genre musical le plus diffusé qui totalise plus d'un quart de l'audience des diffusions musicales des radios du panel.

C'est aussi l'identité musicale la plus forte des radios « jeune-adulte » hors FIP.

Le nombre total de diffusions de titres de pop / rock s'élève à 1 019 659 pour l'année 2004 contre 981 293 pour l'année 2003, soit une augmentation de +3,91%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 30,99% du total des diffusions du panel en 2004, contre 30,01% en 2003, soit une augmentation de 0,98 point.

Le nombre total de contacts pour le pop / rock baisse de -4,34% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 26,25% du nombre total de contacts en 2004, contre 25,80% en 2003, soit une augmentation de +0,45 point.

6 radios « jeune-adulte » se sont spécialisées dans ce genre avec des parts de diffusion très majoritaires : Oui FM (91,2%), Le Mouv' (88,2%), Rire et Chansons (85,6%), RTL2 (70,2) et Top Music (70,7%) et Europe2 (64,5%). Notons que RTL . généraliste, est à 45,7%.

Rire et Chansons, RTL2 et Top Music diffusent majoritairement des golds.

- Le groove / RnB :

Forte augmentation du nombre de diffusions et de l'audience.

Le nombre total de diffusions de titres de groove / RnB s'élève à 651 909 pour l'année 2004 contre 578 275 pour l'année 2003, soit une augmentation de +12,73%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 19,80% du total des diffusions du panel en 2004, contre 17,69% en 2003, soit une augmentation de +2,11 points.

Le nombre total de contacts pour le groove / RnB augmente de +16,34% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 16,45% du nombre total de contacts en 2004, contre 14,07% en 2003, soit une augmentation de +2,38 points.

3 radios « jeune » sont spécialisées : Ado FM, Fun Radio et Vitamine. Notons que Skyrock diffuse plus ce genre (45,9% en 2004 contre 34,5% en 2003).

La part de diffusion moyenne des radios « jeune » passe à 37,3% contre 33% en 2003.

Nous pouvons examiner complémentaiement la contribution des radios, essentiellement les radios « jeune » et « jeune-adultes », à la diffusion de ces deux derniers genres musicaux puisqu'ils constituent le socle de la diffusion musicale par leur audience et assurent largement la promotion des nouveautés.

Faut-il y voir un effet de mode ? s'agit-il d'actions plus décisives du secteur de la production dans des nouveaux investissements car on constate que la production, en France, est plus importante sur le groove/ RnB que sur le pop/ rock.

Nous assistons, en effet, à une médiatisation importante de ces deux genres, largement soutenus par les succès importants de la scène en France. D'où le positionnement des radios, Nous pouvons constater, par ailleurs, entre 2003 et 2004, un léger effet de bascule (1) ou de concentration (2) pour certaines d'entre elles :

- 1) Voltage FM monte dans le pop/rock (25,2% contre 11,5% en 2003) et baisse dans le groove/RnB (31% contre 38,3% en 2003)
Skyrock monte dans le groove / RnB (45,9% contre 34,5% en 2003) au détriment du rap (45,2% contre 54,3% en 2003)
- 2) Rire et Chansons monte dans le pop/rock (85,6% contre 73,5% en 2003) au détriment, principalement, de la variété française (4,2% contre 10,8% en 2003).
Enfin, Le Mouv' et Europe 2 montent également dans le pop/rock avec, respectivement, 88,2% contre 85,8% en 2003 et 64,5% contre 60,3% en 2003.

Les plus fortes spécialisations apparaissent dans la diffusion du pop/rock puisque 5 stations : Le Mouv', Oui FM, Rire et Chansons, RTL2 et Top Music lui réservent des taux de parts de diffusion supérieurs à 70 %.

- Le rap :

Genre en légère baisse.

Le nombre total de diffusions de titres de rap s'élève à 207 629 pour l'année 2004 contre 213 323 pour l'année 2003, soit une baisse de -2,67%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 6,32% du total des diffusions du panel en 2004, contre 6,52% en 2003, soit une baisse de -0,20 point.

Le nombre total de contacts pour le rap baisse de -2,45% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 6,92% du nombre total de contacts en 2004, contre 6,41% en 2003, soit une augmentation de +0,51 point.

La relative décroissance de ce genre est due au manque d'investissements de la production et sans doute à l'effet de mode signalé plus haut.

3 radios « jeune » ont baissé sur ce genre : Ado FM (20,2% contre 26,8% en 2003), Skyrock (citée plus haut) et Voltage FM (8,4% contre 19,8% en 2003).

Par contre, Fun Radio a une part de diffusion en hausse de 16,5% contre 11,8% en 2003.

- Le reggae / world :

Sévère chute pour ce genre musical en termes de diffusion et d'audience, due en grande partie au manque de sorties de nouveautés ayant atteint une notoriété (considérées comme des HITS), ce qui est concordant avec la baisse constatée sur le marché physique.

Le nombre total de diffusions de titres de reggae / world s'élève à 114 977 pour l'année 2004 contre 142 690 pour l'année 2003, soit une baisse de -19,42%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 3,48% du total des diffusions du panel en 2004, contre 4,34% en 2003, soit une baisse de -0,86 point.

Le nombre total de contacts pour le reggae / world baisse de -25,75% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 3,10% du nombre total de contacts en 2004, contre 3,93% en 2003, soit une baisse de -0,83 point.

Retrait constaté chez Ado FM, Fun Radio, Skyrock, Vibration, Voltage FM, Europe 1 et Europe2 et dans une moindre mesure, RTL.

- La dance :

Même Constat que pour la world avec une tendance lourde au repositionnement de certaines radios qui en avaient fait un point fort de positionnement.

Le nombre total de diffusions de titres de dance s'élève à 245 196 pour l'année 2004 contre 324 576 pour l'année 2003, soit une baisse de -24,46%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 7,44% du total des diffusions du panel en 2004, contre 9,92% en 2003, soit une baisse de -2,48 points.

Le nombre total de contacts pour la dance baisse de -24,07% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 5,17% du nombre total de contacts en 2004, contre 6,35% en 2003, soit une baisse de -1,18 point.

Retrait constaté chez Champagne FM, Contact FM (61,6% contre 79,3% en 2003), Kiss FM, Voltage FM (7,2% contre 20% en 2003), Europe2 et Radio 6.

- Le jazz / blues et le classique :

Malheureusement stable en nombre de diffusions mais en légère augmentation en audience alors que la tendance globale est à la baisse.

Le nombre total de diffusions de titres de jazz /blues et de classique s'élève à 53 308 pour l'année 2004 contre 52 742 pour l'année 2003, soit une augmentation de +1,07%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 1,62% du total des diffusions du panel en 2004, contre 1,61% en 2003.

Le nombre total de contacts pour le jazz /blues et le classique augmente, toute proportion gardée, de +12,31% en 2004. Ce nombre de contacts représente, en structure, 1,42% du nombre total de contacts en 2004, contre 1,24% en 2003, soit une augmentation de +0,18 point.

A l'évidence, ce panel n'est pas constitué pour mettre en valeur ces genres.

Pour toutes les radios « jeune » la part de diffusion de ces genres est de ZERO.

Le service public, 4 radios dans le panel, continue en 2004 à diffuser ces musiques avec FIP (part de diffusion de 28,3%), France Inter (15,1%) mais France Bleu (0,6%).

1.3) Part des nouveautés, récurrents et golds

→ Part des nouveautés, récurrents et golds dans l'ensemble de la diffusion* (cf. : Annexe 4)
 (* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

Formats	Part des nouveautés				Part des titres récurrents				Part des titres golds			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
	Jeune	76,9%	77,8%	-0,8	-1,1%	8,9%	10,7%	-1,8	-16,9%	14,1%	11,5%	+2,6
Jeune-Adulte	53,7%	55,9%	-2,2	-4,0%	9,0%	9,1%	-0,1	-1,1%	37,2%	35,0%	+2,3	+6,5%
Adulte	19,6%	19,5%	+0,1	+0,7%	5,2%	5,0%	+0,2	+4,5%	75,2%	75,6%	-0,4	-0,5%
Généraliste	53,3%	55,8%	-2,4	-4,3%	6,9%	7,4%	-0,6	-7,5%	39,8%	36,8%	+3,0	+8,0%
PANEL	57,2%	58,5%	-1,3	-2,3%	8,1%	8,9%	-0,8	-8,7%	34,7%	32,7%	+2,1	+6,3%

Cette répartition reste assez homogène sur les deux exercices.

En 2004, la diffusion des nouveautés reste l'apanage des radios « jeune » avec une part en diffusion de près de 77%, relayées par les radios généralistes avec un taux moyen de 53,3%.

NRJ est la radio qui diffuse le plus de nouveautés, en augmentation (en 2004 88% contre 84% en 2003), talonnée à plus de 80% par Champagne FM, Contact FM, Fun Radio, Scoop, Skyrock et Europe 1.

On constate, par ailleurs, qu'NRJ diffuse tous les genres musicaux avec un socle pop / rock (24,7% contre 26% en 2003) et groove / RnB (33,2% contre 27% en 2003) ce que confirme son positionnement de radio musicale leader. NRJ a tendance à programmer les « hits » de tous les genres musicaux qu'elle diffuse à la différence des radios « jeune » spécialisées qui recherchent les titres dans leur spécialisation ce qui les contraint, en l'absence de nouveautés, à augmenter les rotations.

Signalons le positionnement d'une radio généraliste, Europe 1 (en 2004 81% contre 83% en 2003) qui diffuse résolument les nouveautés consacrées aux variétés françaises, leur accordant une large part de diffusion (44, 2% contre 41% en 2003).

Les titres golds sont naturellement la marque des radios «adulte», avec un taux moyen de diffusion, en 2004, de plus de 75%. Elles se positionnent comme radios de variété nationale, dédiées au grand répertoire français.

La constante faiblesse de la diffusion des titres récurrents confirme assez bien la tendance lourde du marché physique qui ne laisse plus guère d'exposition aux disques puisque la durée de vie (présence sur les mètres linéaires des canaux de distribution) ne cesse de diminuer au bénéfice d'une gestion dite « à flux tendus ». Présentée comme le parangon du modèle économique de la grande distribution, cette évolution est en total décalage avec la diffusion/distribution de productions musicales.

1.4) Répartition des titres par labels et structures de distribution.

Cet indicateur est établi sur la base d'un traitement concernant une partie majoritaire de nouveautés. (voir explication ci après)

Le nombre de titres est mis en regard du nombre de diffusions accordées et du nombre de contacts enregistrés.

→ Part des labels indépendants dans la diffusion de nouveautés en moyenne trimestrielle (cf. : Annexe 1)

	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nvtés	Nb de diffs	Part / Nb total	Nb total diffs nvtés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nvtés
Y03	1822	31,28%	5825	47 423	10,11%	469 542	2 844 231 475	7,91%	36 084 110 425
Y04	1885	33,91%	5550	56 281	12,05%	467 382	3 870 799 425	11,25%	34 383 970 575
O4 vs O3	+64	+3	-275	+8859	+2	-2160	+1026567950	+3	-1700139850
%tage	3,50%	8,41%	-4,72%	18,68%	19,17%	-0,46%	36,09%	42,24%	-4,71%

→ Part des labels majors dans la diffusion de nouveautés en moyenne trimestrielle (cf. : Annexe 1)

	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nvtés	Nb de diffs	Part / Nb total	Nb total diffs nvtés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nvtés
Y03	3889	66,75%	5825	400 528	85,29%	469 542	31 632 042 825	87,62%	36 084 110 425
Y04	3519	63,47%	5550	380 130	81,35%	467 382	28 141 089 225	81,86%	34 383 970 575
O4 vs O3	-370	-3	-275	-20398	-4	-2160	-3490953600	-6	-1700139850
%tage	-9,51%	-4,91%	-4,72%	-5,09%	-4,62%	-0,46%	-11,04%	-6,57%	-4,71%

→ Part des labels joint-ventures dans la diffusion de nouveautés en moyenne trimestrielle (cf. : Annexe 1)

	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nvtés	Nb de diffs	Part / Nb total	Nb total diffs nvtés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nvtés
Y03	86	1,47%	5825	13 141	2,79%	469 542	1 082 375 700	3,00%	36 084 110 425
Y04	113	2,01%	5550	21 787	4,65%	467 382	1 734 990 000	5,05%	34 383 970 575
O4 vs O3	+27	+1	-275	+8646	+2	-2160	+652614300	+2	-1700139850
%tage	31,81%	36,62%	-4,72%	65,80%	66,41%	-0,46%	60,29%	68,21%	-4,71%

→ Part des labels médias dans la diffusion de nouveautés en moyenne trimestrielle (cf. : Annexe 1)

	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nvtés	Nb de diffs	Part / Nb total	Nb total diffs nvtés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nvtés
Y03	29	0,50%	5825	8 451	1,80%	469 542	525 460 425	1,47%	36 084 110 425
Y04	34	0,60%	5550	9 184	1,96%	467 382	637 091 925	1,84%	34 383 970 575
O4 vs O3	+4	+0	-275	+734	+0	-2160	+111631500	+0	-1700139850
%tage	14,61%	20,52%	-4,72%	8,68%	8,36%	-0,46%	21,24%	25,33%	-4,71%

Comme pour le rapport 2003, cette analyse relève d'une exploitation restrictive de la programmation puisqu'elle ne concerne que les nouveautés.

L'analyse de ces statistiques devrait être, de ce fait, corrélée avec le calendrier des sorties sur le marché physique, éléments non disponibles.

La répartition par labels n'a pas manqué de soulever des difficultés d'ordre méthodologique, déjà relevées en 2003. Par exemple, le label Tôt ou Tard était considéré comme indépendant, UP Music était comptabilisé dans les majors.

Dans un souci de clarification, il a été décidé, en 2004, d'organiser ces informations dans une segmentation plus pertinente qui distingue les majors, les indépendants, les labels « joint-venture » (UP Music, Marc Music, Tôt ou Tard) et les labels médias (TF1 musique et M6 Interactions).

Face aux incertitudes encore relevées, il est proposé de retenir une autre segmentation qualifiant les joint venture. En effet, cette segmentation était établie au regard d'une situation capitalistique (50/50%), or, en droit français, ce terme ne correspond à aucune situation juridique précise : il désigne toute forme de coopération entre entreprises pouvant s'appuyer sur une structure juridique. Pour les traitements, en 2005, il est proposé de retenir dans cette catégorie toute participation d'une major au capital d'une structure indépendante, jusqu'à 50% au delà desquels la structure est comptabilisée au nom de la major majoritaire.

Par ailleurs, concernant la répartition, par labels, les ratios de répartition de titres référencés sur le total des titres de nouveautés ne sont pas établis sur l'exhaustivité des nouveautés. En 2004, 38,8% de nouveautés n'étaient pas traitées par Yacast soit parce qu'il s'agissait de productions européennes ou internationales non référencées en France, soit parce qu'il s'agissait d'un seul titre diffusé sur une radio ce qui est le cas de titres « white label » ou d'auto-produits.

Quelle que soit la situation trimestrielle, la diffusion des nouveautés renseignées, réalise en 2004 97,9% de l'audience des nouveautés et, à ce titre, l'exploitation demeure très pertinente.

Au niveau du panel, les ratios ressortant de la nouvelle segmentation, font apparaître le poids déterminant des majors, en titres mais encore plus en nombre de diffusions.

Nous constatons, cependant, une baisse générale (en titres - 9,5 %, en nombre de diffusions - 5% et en nombre de contacts de - 11%) de la part des majors qui est due à la décroissance du marché entraînant une diminution ou reports des investissements sur le dernier quadrimestre de l'année, et aux contrats rendus aux artistes, etc.

Sachant que le nombre total de nouveautés renseignées baisse, en titres, de 4,7% et en nombre de contacts de 4,7%, la nette amélioration du traitement accordé aux indépendants (en valeur : augmentation des titres de 3,5 %, des diffusions de 18,7 % et des contacts de 36,1%) peut exprimer soit une correction mécanique due au moindre « impactage » des majors soit une meilleure appétence pour la production indépendante qui a, en 2004, connu quelques grands succès (Corneille, Servant).

Si ce réajustement est à signaler, il convient cependant de noter qu'il est demandé à l'Observatoire de la musique d'avoir un traitement plus fin de cet indicateur pour prendre en compte, plus précisément, la part de la production indépendante. Ce qui est proposé est l'établissement d'une segmentation à partir de la propriété de l'investissement artistique. La complexité des rapports juridiques et commerciaux entre majors ou sociétés de distribution indépendantes et les artistes impliquera une investigation importante qui sera entreprise par l'Observatoire de la musique en liaison avec La SCPP et la SPPF. L'identification du label n'est pas toujours suffisant. Le label est une notion commerciale recouvrant une entité marketing en charge de la commercialisation de la production. De nombreux artistes, propriétaires de leur production, sont commercialisés sous des labels appartenant à des majors.

En l'état, la part des labels « joint-venture » est à souligner dans la performance constatée entre les deux années. la logistique apportée, financièrement, par les majors, met en valeur leur répertoire. Ce constat était établi en 2003 pour le label Jive, intégré depuis par une major.

La part des labels « joint-venture » et des labels média est un élément nouveau qu'il conviendra de mieux analyser au cours de l'exercice prochain. Les fluctuations, toutes proportions gardées, sont à mettre en regard du volume et du rythme des sorties.

Enfin, quelle que soit la décroissance, en volume et valeur, sur le marché physique, des productions phonographiques issues des émissions de télé-réalité musicale, ce phénomène, en toute hypothèse n'a été que peu relayé par la programmation radiophonique.

Ainsi, ne retrouve-t-on aucun de ces titres en diffusion, sur le panel, au cours du 4^{ème} trimestre 2004.

2) les Indicateurs « endogènes » exprimant la stratégie des radios

2.1) Part du Top 40 des titres les diffusés dans l'ensemble de la diffusion

Indicateur phare de la programmation hebdomadaire, le Top 40 est un des éléments sensible et/ou stratégique du positionnement des radios. Il doit être complémentaiement examiné au regard du nombre de titres différents classés dans le trimestre (compilation des tops 40 hebdomadaires), la durée de vie moyenne d'un titre (en nombre de semaines) et le nombre total de diffusions musicales en moyenne hebdomadaire (MH).

L'efficacité globale du poids du top 40 doit être, enfin, relativisée en fonction du taux de musicalité de la radio. Qu'on en juge : en nombre total de diffusions musicales en MH, Europe 1 a une diffusion 10 fois moindre que la plupart des radios de format « jeune » !

→ Part du top 40 des titres les plus diffusés dans l'ensemble de la diffusion* (cf. : Annexe 5)

(* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

	Formats	Part en diff du top 40				Nb total de titres différents classés en MT				Durée de vie moyenne en nb de semaines				Nb total de diffusions musicales en MH			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%taje	Y 04	Y 03	04 vs 03	%taje	Y 04	Y 03	04 vs 03	%taje	Y 04	Y 03	04 vs 03	%taje
		Jeune	60,7%	60,4%	+0,3	+0,5%	91,3	91,6	-0,3	-0,4%	10,6	10,4	+0,2	+1,9%	2 240	2 219	+20,9
Jeune-Adulte	41,9%	40,7%	+1,2	+2,9%	106,9	111,2	-4,3	-3,9%	12,6	11,8	+0,8	+6,8%	2 142	2 124	+17,2	+0,8%	
Adulte	22,4%	21,0%	+1,4	+6,4%	132,7	142,8	-10,1	-7,0%	15,4	12,9	+2,5	+19,8%	2 245	2 298	-53,0	-2,3%	
Généraliste	26,6%	22,9%	+3,7	+16,1%	159,7	150,4	+9,3	+6,2%	5,9	6,3	-0,3	-5,4%	803	818	-15,1	-1,8%	
PANEL		44,1%	42,9%	+1,2	+2,8%	111,8	113,7	-1,9	-1,7%	11,4	10,7	+0,7	+6,6%	2 024	2 020	+3,2	+0,2%

1^{ère} constatation :

- Les radios du format « jeune » consacrent une grande part de diffusion à leur Top 40: en moyenne, sur les deux exercices, plus de 60%. (rappelons qu'elles diffusent majoritairement des nouveautés dans les genres groove / RnB et pop / rock).
7 radios dépassaient les 60% en 2003 contre 6 en 2004 : Champagne FM, Fun radio, NRJ, Scoop, Skyrock (73%) et Vibration.
En 2004 : la fourchette est comprise entre 51% (Contact FM) et 73% (Skyrock).
La durée de vie moyenne s'établit entre 8 semaines pour Hit West (contre 11 semaines en 2003) et 17 semaines pour Skyrock
- Les radios du format « jeune-adulte » accordent à leur Top 40, sur les deux exercices, en moyenne, plus de 40% (signalons le cas atypique de FIP qui est à 8% ce qui fait en moyenne 45% hors FIP).
En 2004 : la fourchette est comprise entre 30% (RTL 2) et 57% (Europe 2).
3 radios « jeune-adulte » : Alouette, Europe 2 et Wit FM ont, en moyenne annuelle 2004, des taux supérieurs à 50%.
La durée de vie moyenne s'établit entre 4 semaines pour FIP et 26 semaines pour Rire et chansons (contre 19 en 2003). RTL 2 passe de 16 semaines en 2004 contre 21 en 2003.
- Les radios du format « adulte » leur accordent, sur les deux exercices, en moyenne, une part de plus de 20%. La fourchette est comprise entre 14% (Nostalgie) et 29% (France Bleu).
La durée de vie moyenne s'établit entre 12 semaines pour France Bleu et 19 semaines pour Nostalgie (contre 13 en 2003). Chérie FM passe de 18 semaines en 2004 contre 14 en 2003.
- Même si on ne peut parler, à proprement dit, d'effet TOP 40 pour les généralistes, l'éventail des radios généralistes est plus ouvert soit, en moyenne 23% en 2003 et 27% en 2004. En 2004 : la fourchette est comprise entre 16% (RTL) et 44% (Europe 1).

2^{ème} constatation :

La programmation du Top 40 peut connaître quelques variables significatives : baisse ou hausse du nombre de titres différents classés dans les Tops au cours du trimestre, de la durée de vie moyenne des titres en nombre de semaines et du nombre total de diffusions musicales en MH.

Par exemple, la baisse du nombre de titres différents classés peut s'accompagner d'une exposition plus importante, en nombre de vie/semaines. Ces choix, en volume et en durée, sont le propre de décisions de programmation. Pour illustrer ces choix nous ne signalons que les cas les plus significatifs, par formats.

- Voltage FM a, en moyenne, augmenté le nombre de titres classés dans ces Tops 40 (en 2004 : 123 contre 90 en 2003) mais réduit la durée de vie moyenne des titres (en 2004 : 9,8 contre 11 en 2003) et augmenté le nombre total de diffusions musicales en MH (2004 : 2363 contre 2292 en 2003),
- RTL 2 a, en moyenne, augmenté le nombre de titres classés dans ses Tops 40 (en 2004 : 93 contre 75 en 2003) mais réduit la durée de vie moyenne des titres (en 2004 : 15,7 contre 20,8 en 2003) et augmenté le nombre total de diffusions musicales en MH (2004 : 2261 contre 2193 en 2003),
- MFM a, en moyenne, diminué le nombre de titres classés dans ces Tops 40 (en 2004 : 156 contre 183 en 2003) mais augmenté la durée de vie moyenne des titres (en 2004 : 15,2 contre 12,6 en 2003) et diminué le nombre total de diffusions musicales en MH (2004 : 2439 contre 2478 en 2003),
- Europe 1 a, en moyenne, augmenté le nombre de titres classés dans ses Tops 40 (en 2004 : 196 contre 141 en 2003) mais réduit la durée de vie moyenne des titres (en 2004 : 5,2 contre 7 en 2003) et augmenté le nombre total de diffusions musicales en MH (2004 : 271 contre 257 en 2003).

2.2) Rotation moyenne hebdomadaire des titres

→ Rotation moyenne en moyenne hebdomadaire* (cf. : Annexe 6)
 (* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

		Rotation moyenne d'un titre en MH				Rotation moy d'un titre francophone en MH				Rotation moy d'un titre international en MH			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Formats	Jeune	7,2	7,5	-0,3	-4,1%	10,0	10,1	-0,0	-0,4%	6,7	7,1	-0,5	-6,6%
	Jeune-Adulte	4,8	4,6	+0,2	+4,2%	5,5	5,2	+0,3	+5,6%	4,6	4,5	+0,1	+2,2%
	Adulte	3,7	3,9	-0,2	-5,1%	4,1	4,3	-0,2	-3,7%	3,4	3,7	-0,2	-6,3%
	Généraliste	1,4	1,4	-0,0	-2,3%	1,5	1,5	+0,0	+1,2%	1,3	1,4	-0,0	-2,3%
PANEL		5,1	5,2	-0,1	-1,8%	6,5	6,5	+0,1	+0,8%	4,8	5,0	-0,2	-3,8%

La rotation moyenne des titres est appréciée en MH. Une donnée supplémentaire exprimant la plus forte rotation accordée à un titre au cours d'une des semaines du trimestre, complète cet indicateur.

L'effet conjugué du choix de titres dans une play-list et du rythme de rotations imposé relève de la stratégie de positionnement des radios.

C'est l'un des points les plus repérés et/ou décriés par les secteurs de production.

Sur les deux exercices observés, à quelques inflexions près, le constat demeure d'un niveau de rotations corrélé à l'âge des auditeurs : les rotations moyennes fortes concernent surtout les radios « jeune ». En 2004, leur moyenne de rotations est de 7.2 dont 10 pour les titres francophones et 6.7 pour les titres internationaux.

L'état comparatif des exercices 2003 et 2004, fait apparaître une décélération du phénomène. Si trois radios ont augmenté leur rythme moyen de rotations (Contact FM, Fun Radio et Hit West), les 9 autres l'ont baissé y compris Vibration qui a la moyenne la plus haute (10.2 en 2004 contre 10.9 en 2003).

Signalons au niveau des radios « jeune-adulte », moins concernées, le positionnement d'Europe 2 qui a un taux moyen en baisse (8.2 contre 9.4 en 2003) mais qui reste élevé au regard du positionnement de la radio.

Cet examen qui relève statistiquement de moyennes établies sur des moyennes hebdomadaires « écrasent » une réalité qui est mieux perçue par l'indicateur concernant la plus forte rotation hebdomadaire d'un titre. Sont renseignées, à ce niveau, les pointes extrêmes de rotation d'un titre au cours d'une des semaines du trimestre. Les fourchettes sont plus démonstratives : en moyenne, entre 51 et 107 rotations d'un titre sur une semaine du trimestre pour les radios « jeune » dont plus de 90 pour trois radios. Par exemple, au dernier trimestre 2004, 127 rotations pour Voltage FM et 107 rotations pour Europe 2 qui est une radio «jeune-adulte ».

Deux explications en sont données :

- Les jeunes (enquêtes Médiamétrie) consacrent moins de temps d'écoute quotidienne à la radio. Ils pratiquent plus volontiers le zapping, à l'écoute de plusieurs radios. Des analyses sur les comportements des moins de 25 ans, confirmeraient que sur 40 titres proposés, les jeunes seraient susceptibles d'en reconnaître 20 à 25 et d'en identifier 7 à 8. Le rythme de rotation serait donc nécessaire pour leur faire identifier un titre. Les nouveautés (en liaison avec les sorties sur le marché physique) retiennent plus

facilement les auditeurs sachant que la capacité d'écoute moyenne du public s'établit à partir de titres plutôt fédérateurs.

- Le développement de la segmentation du paysage radiophonique, dans un système de plus en plus concurrentiel, crée inexorablement des « réflexes » dont le seul but est d'obtenir des taux d'audience satisfaisants ou de marquer son identité voire son territoire. C'est le cas de certaines radios locales « jeune » qui ont, in situ, une notoriété quelque fois supérieure aux grands réseaux nationaux. Dès lors, les succès d'audience repérés ou estimés, à partir d'incessantes publications, concourent à l'adoption de programmations convergentes.

La problématique de la segmentation territoriale qui est au cœur de cette tendance lourde, pourrait tout aussi bien atteindre un autre point plus équilibré en terme de diversité musicale, si elle était posée autrement. La spécialisation des programmations aboutirait à une meilleure défense de la diversité musicale si la diversité des formats musicaux, présents sur les territoires, était plus clairement affirmée. Dès lors, dans une autre logique, celle de la défense des formats musicaux, des nouveautés, des jeunes artistes, on pourrait plus facilement accepter cette forte rotation de titres dans le contexte évoqué plus haut.

Concernant le différentiel entre les rotations moyennes des titres francophones et internationaux :

Ce différentiel est expliqué, professionnellement, par la juxtaposition de deux impératifs : l'application de la règle des quotas et la nécessité d'exposition plus affirmée des titres francophones surtout pour les jeunes artistes et/ou les genres émergents. La sortie, sur le marché physique, de titres internationaux est, le plus souvent, accompagné déjà d'un fort marketing international relayé par les presses locales, à l'appui de performances réalisées sur le marché aux Etats Unis ou dans d'autres pays européens. Ces titres nécessiteraient moins de rotations.

Les résultats observés sur le rythme des rotations ressortent d'exercices habituels relevant de calculs moyennés à partir de moyennes hebdomadaires sur des périmètres différents sachant que les nombres de titres francophones et internationaux varient du simple au double.

L'Observatoire a procédé à un examen plus précis, au cours du troisième trimestre 2004, qui concerne les titres diffusés plus de 200 fois (813) qui représentent 67% de la diffusion. (compte non tenu des titres des autres nationalités, quasi inexistantes, et des titres instrumentaux au nombre de 32)

Sur ces 813 titres, 378 titres (46,5%) sont des nouveautés dont 193 titres anglo-saxons (23,7%) et 168 titres francophones (20,7%).

Ces 378 nouveautés totalisent 438 295 diffusions soit 75,7% de la part des titres diffusés plus de 200 fois et 50,7% de la diffusion totale.

Les 193 nouveautés anglo-saxonnes ont bénéficié de 241 267 diffusions soit une part de 27,9% sur la totalité de la diffusion.

Les 168 nouveautés francophones ont bénéficié de 181 572 diffusions soit une part de 21% de la totalité de la diffusion.

A périmètre égal, l'examen des tops 10, 20, 30, 40 et 50 des premiers titres anglo-saxons et francophones nous amène à constater qu'un plus grand nombre de diffusions est accordé aux titres anglo-saxons.

Pour le top 50 : 164 386 pour les titres anglo-saxons contre 128 659 pour les titres francophones.

La rotation la plus forte, 9524, concerne un titre anglo-saxon. Celle concernant un titre francophone est de 7364.

En l'état, force est de constater, à la fin de ce deuxième exercice d'observation, que la tendance à la concentration se renforce en 2004 .

→ **Part des titres diffusés plus de 400 fois sur le panel***
(* Données annuelles consolidées)

Les titres diffusés plus de 400 fois sur le panel représentent 2,74 % de la totalité des titres diffusés (60 752) et totalisent 75,83% du volume total de diffusion contre 74,91% en 2003.

Le nombre total de titres diffusés plus de 400 fois s'élève à 1 666 pour l'année 2004 contre 1 692 pour l'année 2003, soit une baisse de -1,54%. Ce nombre de titres représente, en structure, 2,74% du nombre total des titres diffusés en 2004, contre 2,77% en 2003, soit une baisse de -0,03 point.

Sur un total des diffusions de 3 291 185 pour l'année 2004, le volume de diffusions des titres diffusés plus de 400 fois s'élève à 2 496 143, contre 2 450 481 pour l'année 2003, soit une augmentation de +1,86%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 75,83% du volume total de diffusions en 2004, contre 74,91% en 2003, soit une augmentation de +0,92 point.

Les titres diffusés plus de 200 fois sur le panel représentent 4,46 % de la totalité des titres diffusés et totalisent 84,93% du volume total de diffusion contre 84,98% en 2003.

Le nombre total de titres diffusés plus de 200 fois s'élève à 2 708 pour l'année 2004 contre 2 837 pour l'année 2003, soit une baisse de -4,55%. Ce nombre de titres représente, en structure, 4,46% du nombre total des titres diffusés en 2004, contre 4,64% en 2003, soit une baisse de -0,18 point.

Sur un total des diffusions de 3 291 185 pour l'année 2004, le volume de diffusions des titres diffusés plus de 200 fois s'élève à 2 795 657 pour l'année 2004, contre 2 779 741 pour l'année 2003, soit une augmentation de +0,57%. Ce volume de diffusions représente, en structure, 84,93% du volume total de diffusions en 2004, contre 84,98% en 2003, soit une baisse de -0,05 point.

Cette concentration peut s'analyser autrement :

A partir de l'examen des titres diffusés, trimestriellement, plus de 400 fois :

- En ce qui concerne les artistes les plus diffusés en 2004, 45 artistes (pour un nombre de titres variables) dont 18 francophones, ont bénéficié de plus de 10 000 diffusions. L'artiste le plus diffusé étant Black Eyed Peas avec 32 326 diffusions,
- En ce qui concerne les titres les plus diffusés en 2004, 28 titres (dont 6 francophones, le premier étant celui de Corneille en 1^{ère} position), ont bénéficié de plus de 10 000 diffusions. Le titre le plus diffusé est The reason de Hoobastank avec 17 652 diffusions sur trois trimestres alors que le titre le plus diffusé de l'année 2003 était diffusé 15 554 fois (sur un panel plus large de 33 radios).

A partir de la part des titres en commun dans la programmation des Tops 40 de certaines radios, ce que, l'année dernière, nous avons dénommé « l'effet d'endogamie ».

La constitution du recueil et à l'appui des cartes établies sur l'implantation des émetteurs, nous conduit à relativiser l'observation que nous avons faite l'année dernière. Si l'endogamie des titres dans la programmation des Tops 40 contribue à la concentration, l'effet de surexposition de programmations communes, du point de vue de l'auditeur, ne joue que si les radios diffusent sur le même territoire.

Globalement et pour le seuil d'endogamie retenu (plus de 50% de titres en commun), l'examen pour l'année 2004 est plus satisfaisant puisque nous constatons qu'il concerne moins de radios.

Si nous examinons le dernier état de la programmation, celle relative au 4^{ème} trimestre 2004 au regard de celle du 4^{ème} trimestre 2003, en excluant les radios ne diffusant pas sur un même territoire, l'endogamie demeure importante entre radios autour de :

- NRJ avec Champagne FM, Hit West, Scoop, Voltage FM, quatre « radio jeune » et Alouette, une radio « jeune-adulte ».
- Fun Radio avec Vitamine.
- Europe 2 et RTL 2 , toutes deux radios « jeune-adulte ».

2.3) Part des nouvelles entrées en play-list dans l'ensemble de la diffusion

2.4) Nombre de nouveautés startées

2.5) Taux d'exclusivité

Comme dans le rapport précédent, nous agrégeons ces trois indicateurs qui expriment particulièrement l'apport des radios à la diversité musicale. A l'énoncé de ces indicateurs : nouvelles entrées, nouveautés startées, taux d'exclusivités, il apparaît bien qu'il s'agit du noyau central d'un marketing de positionnement d'une radio ce que certains membres du comité radio qualifie de « prise de risque ».

Le croisement de ces indicateurs permet, par ailleurs, un décriptage plus pertinent.

La seule analyse quantitative du nombre de nouvelles entrées, de nouveautés startées, de titres exclusifs n'est pas suffisante pour mettre en valeur cette prise de risque. Encore faut-il apprécier la façon dont la radio va « travailler cette programmation ».

La défense de l'émergence artistique, le soutien des jeunes artistes, etc. s'apprécie à l'aune des parts de diffusion qu'on leur accorde. Une radio peut très bien faire découvrir en fin de soirée ou à 2h00 du matin, X titres et ne pas les soutenir autrement. Aura-t-elle pour autant contribué à la diversité musicale ?

→ Part des nouvelles entrées en play-list* (cf. : Annexe 1 & 8) :

(* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

Selon les éléments recueillis dans les chiffres clés (Cf. : Annexe 1), si une radio a une part importante de nouvelles entrées, encore faut-il examiner la part de diffusion accordée à ces nouvelles entrées.

Sur les deux exercices, la moyenne trimestrielle de nouvelles entrées pour le panel est stable (en 2004 : 745 titres dont 38,5% de titres francophones soit 2,72% du total des titres diffusés contre 741 titres dont 37,28% de titres francophones soit 2,70% du total des titres diffusés en 2003).

		Nb de nvelles entrées en MT				Part / nb total de titres				Nb de diffusions nvelles entrées en MT				Part / nb total de diffusions			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
		Formats	Jeune	61	61	-0,4	-0,6%	8,5%	9,3%	-0,7	-7,8%	7 329	7 708	-378,3	-4,9%	22,1%	23,5%
Jeune-Adulte	68		70	-2,6	-3,7%	4,4%	4,7%	-0,3	-5,7%	4 978	5 287	-309,4	-5,9%	15,8%	16,6%	-0,8	-4,6%
Adulte	24		23	+0,8	+3,5%	2,3%	2,3%	-0,0	-0,5%	2 003	1 903	+100,6	+5,3%	5,8%	5,1%	+0,7	+13,9%
Généraliste	51		54	-2,3	-4,2%	2,0%	2,0%	-0,0	-0,8%	1 432	1 483	-51,3	-3,5%	6,7%	5,7%	+1,0	+18,2%
PANEL	56		57	-1,2	-2,0%	5,4%	5,7%	-0,4	-6,5%	4 951	5 187	-236,6	-4,6%	15,5%	16,0%	-0,6	-3,5%

En 2004, les radios « jeune » ont un nombre de nouvelles entrées qui varie de 40 (Skyrock) à 93 (Contact FM contre 83 en 2003). Le taux moyen de part en diffusion de 22.1% est compris entre 13% (Skyrock) à 28% (Champagne FM).

Les trois réseaux nationaux (Fun Radio, NRG et Skyrock) ont des taux moyen inférieurs à 20%. Les radios locales ont des taux moyens de parts de diffusion excédant 20% et participent bien à l'élargissement du spectre musical.

L'examen des radios « jeune-adulte » est plus contrasté puisque les moyennes de 68 titres et 15.8% de part en diffusion révèlent des variations très larges. Le nombre de nouvelles entrées est, en moyenne, de 6 pour Rire et Chansons avec 1% de part en diffusion, 103 pour Radio 6 avec 27% de part en diffusion et 216 pour FIP avec 11% de part en diffusion. Signalons la cas de Wit FM qui réserve 30% de part en diffusion pour 69 titres en moyenne.

→ Nombre de nouveautés startées* (cf. : Annexe 9)

(* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

Formats	Premières diffusions radio en MT				Premières entrées en programmation en MT				Premières entrées en forte rotation en MT			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
	Jeune	75	76	-1,1	-1,4%	17	17	+0,0	+0,2%	13	13	+0,1
Jeune-Adulte	124	124	+0,2	+0,2%	21	20	+0,9	+4,6%	9	9	+0,0	+0,3%
Adulte	9	14	-5,6	-39,0%	6	6	-0,1	-2,5%	6	5	+0,6	+10,7%
Généraliste	289	301	-12,1	-4,0%	14	12	+1,4	+11,6%	1	0	+0,4	NS
PANEL	108	111	-2,8	-2,5%	16	16	+0,5	+3,0%	9	9	+0,2	+2,4%

Le croisement entre les premières entrées en diffusion, les premières entrées en programmation et les premières entrées en forte rotation est tout aussi explicite .

Il se peut qu'une radio ne soit pas la première du panel à entrer un titre dans sa play-list mais elle peut le reprendre en forte rotations pour le défendre. A l'inverse, une radio peut très bien, par le biais de certaines émissions au cours desquelles des artistes ont carte blanche, avoir, en moyenne, beaucoup de titres en première diffusion et ne pas les reprogrammer. Ainsi de Skyrock qui a, en moyenne, 487 titres en premières diffusions mais 21 en premières entrées et 13 en forte rotation ou FIP, radio la plus éclectique, (692, 89 et 0) .

Pour l'année 2004, signalons les radios qui traduisent de manière homogène leur implication dans la défense de certains titres.

- Pour les radios «jeune » : Contact FM a, en moyenne, 162 premières diffusions radio, 56 premières entrées et 37 premières entrées en forte rotation. Ado FM (26, 39 et 34), Fun radio (65, 17 et 15), NRJ (61, 15, et 13).
- Pour les radios «jeune-adulte» : Oui FM a, en moyenne, 217 premières diffusions, 28 en premières entrées et 20 entrées en forte rotation, Le Mouv' (160, 15 et 15)
- Pour les radios généralistes : France Inter (755, 24 et 0), RTL (296, 16 et 0) compte tenu de leur taux de musicalité.

→ Taux d'exclusivités sur l'ensemble de la programmation trimestrielle* (cf. : Annexe 10)
 (* Moyennes annuelles établies à partir des données trimestrielles)

		Part des titres exclusifs				Part des diffusions exclusives			
		Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Formats	Jeune	24,3%	24,6%	-0,4	-1,6%	6,0%	6,6%	-0,6	-9,0%
	Jeune-Adulte	25,3%	25,3%	-0,0	-0,0%	8,9%	9,3%	-0,3	-3,5%
	Adulte	12,2%	10,7%	+1,6	+14,6%	4,0%	3,7%	+0,3	+9,4%
	Généraliste	35,1%	35,0%	+0,0	+0,1%	21,2%	20,7%	+0,6	+2,7%
PANEL		24,0%	23,9%	+0,1	+0,4%	8,6%	8,8%	-0,2	-2,4%

Les taux d'exclusivité (part des titres / part de diffusions) peuvent tout aussi bien participer de la défense des répertoires ou exprimer la singularité d'un positionnement comme ne manquent pas de le relever certaines radios privées concernant l'atypie de FIP. Cette radio publique a une part de titres exclusifs de plus de 75% et leur consacre une part de diffusion de 65%. Il en est de même pour France Inter avec 59,5% de titres exclusifs pour 40% de part de diffusion.

Les radios privées, inscrites dans un champ concurrentiel, ont, pour certaines, de vraies contributions à la diversité musicale, même si on constate quelque essoufflement en 2004. Citons quelles que radios qui ont un fort taux d'exclusivité :

- Contact FM (taux 51% vs 67% en 2003, part en diffusion 16,4% vs 28,8% en 2003),
- Skyrock (taux 68% vs 73% en 2003, part en diffusion 14,2% vs 15,3 % en 2003),
- Vitamine (taux 47,3% vs 43,2% en 2003, part en diffusion 16 % vs 14,4 % en 2003),
- RTL (taux 41,3% vs 39,24 % en 2003, part en diffusion 26,5 % vs 24,8 % en 2003).

III. Propositions

L'examen comparatif des années 2003 et 2004 permet de constater une stagnation avec une baisse cependant du nombre de nouveautés diffusées de -5,2%

Au niveau des indicateurs les plus sensibles qui donnent une vision globale de la diversité musicale, le média radio reflète la situation du marché phonographique qui a connu, en 2004, une réelle morosité.

A condition d'exercice égal, les mêmes causes amènent à observer un degré de concentration élevé voire très élevé pour certaines radios. Par ailleurs, l'ensemble des traitements nous amène à constater une évolution significative vers la concentration de la diffusion sur un nombre plus restreint de titres.

Si certaines évolutions, dont quelques unes à la marge, sont directement liées au système de production et aux effets de mode, nous notons, globalement, une baisse des contacts cumulés, alloués aux diffusions musicales du panel de 4,9%.

L'observation, notée l'année dernière, sur l'incidence territoriale par rapport aux capacités réelles de l'auditeur à se saisir de la richesse du spectre musical, deviendra moins pertinente dès lors que la couverture du territoire en connexion haut débit, la numérisation et la plus grande qualification de la diffusion, accessible sur Internet, permettront, à court terme, de faciliter l'écoute des radios.

Cela entraînerait-il des conséquences sur le caractère local, identitaire, qu'ont réussi à développer certaines radios locales et, subséquemment, sur leur fragile modèle économique ?

L'observation de la diversité musicale issue de ce baromètre, même s'il fait sens puisqu'il totalise 92,5% de l'audience des radios musicales en France, pose néanmoins des contraintes dès lors que la mesure de la diversité musicale est paramétrée par rapport à l'audience.

La diversité musicale est tout aussi bien exprimée par la somme des programmations des 1200 opérateurs privés dont les 14 réseaux nationaux. Il est vrai qu'une palette de genres musicaux plus large est offerte par des réseaux nationaux (France Musiques, Radio Classique) ou régionaux et locaux. C'est ainsi que la région parisienne bénéficie d'un réseau dense d'offres musicales diversifiées ce qui doit constituer, aujourd'hui, une exception culturelle au regard des autres grandes métropoles européennes.

L'indication de la baisse de l'audience des diffusions musicales des 31 radios du panel doit être retenue.

Cette baisse est de - 4,9% en 2004 (vs 2003) alors même que le média radio, en général, ne baisse que de 1 %. Le temps alloué à la programmation radiophonique n'est pas élastique et cette érosion de l'audience des radios musicales doit être analysée. Il sera intéressant de vérifier, au cours de l'année 2005, s'il s'agit de l'amorce d'une tendance qui exprimerait un redéploiement des modes d'accessibilité et de consommation musicale, facilités par les nouvelles technologies.

La dernière enquête de Médiamétrie⁵ exprime déjà quelques tendances concernant la tranche d'âge des 13-24 ans. La durée d'écoute quotidienne est la plus faible : 128 minutes (pour 172 en moyenne) sur un nombre moyen de 1,9 radio écoutée tous les jours.

On peut augurer d'une croissance de consommation musicale qui marque de plus en plus le quotidien individuel mais une baisse de l'audience pour les 13-24 ans signifierait une érosion de l'effet de prescription du média bien que le comportement des jeunes générations soit de plus en plus sensible à la « marchandisation » développée par certaines radios.

L'intégration des métiers soulignée plus haut, n'en est qu'une des conséquences. Le marketing actuel consiste à développer l'image globale de marque et ou de territoire exprimé soit dans le sens premier du terme soit dans le sens d'un redéploiement de services plurisectoriels .

⁵ Source : Médiamétrie -Panel Radio 2003/2004 & Panel Radio Premium

De ce point de vue, les développements des grands groupes en France : les groupes NRJ, Lagardère et RTL et aussi Universal, illustrent cette stratégie de diversification pour maintenir leur rôle de prescripteurs. Les développements industriels actuels, dont les dernières propositions techniques pour légaliser les transferts de données, laissent présager d'une meilleure définition du modèle économique de la musique en ligne et d'une nécessaire défense de la diversité.

On pourrait trouver satisfaisant la corrélation, souvent établie, entre concentration et segmentation (marché de niches). L'effet de substitution de marché en est-il assuré pour autant ? (confère l'évolution de Radio Classique et autres radios thématiques).

On ne peut valablement établir de comparaison, mutatis mutandis, entre l'exposition musicale dans les canaux de distribution physique et celle de la diffusion radiophonique puisque globalement ce « canal », toutes radios confondues, qui représente 92.5% de l'audience des radios musicales en France, n'offre que 60 000 titres !

Par contre, à terme, on pourrait se demander si la diversité des propositions d'Internet (téléchargement, consommation mobile et/ou abonnement) ne modifiera pas la donne radiophonique.

Les prévisions que l'Observatoire de la musique a établi sur l'offre en ligne pertinente, par rapport au marché français, amènerait à une hypothèse haute de 800 000 titres fin 2006.

Il est proposé pour l'année 2005 :

1) Que le comité radio qui représente l'ensemble des acteurs de la filière musicale puisse, en pertinence, se prononcer sur les enjeux ou les contraintes actuelles, du point de vue de la diversité, d'un système de production et de diffusion.

La méthodologie du dispositif établi à partir du « rapport Baptiste » qui conjugue consensualisme et fédéralisme, devrait être élargi à l'examen comparatif de ces deux marchés. Leurs intérêts étant liés. Dans le respect de leur diversité et de leur management, l'un comme l'autre se nourrissent mutuellement et devront « partager », demain, en terme de prescription, le développement d'activités liées à la diffusion et la commercialisation de la production musicale.

2) Que le chantier de l'homogénéisation des nomenclatures des genres musicaux (projet 2003) soit repris. L'Observatoire appelle à un consensus professionnel sur une méthodologie permettant d'illustrer l'impact et le périmètre de la production phonographique et de ses thématiques musicales qui varient sensiblement au gré de nomenclatures différentes retenues par les secteurs de production et leurs services de marketing et ceux des canaux de distribution.

3) De poursuivre l'examen, ponctuellement, de réseaux de radios de catégorie A et B pour donner plus de profondeur à l'analyse de la diversité musicale. Signalons l'étude terminée du réseau IASTAR, celle entreprise sur les radios regroupées dans le réseau de la Ferarock, celle, souhaitable, du réseau France Bleu dont la représentation statistique, à partir d'une pige effectuée à Reims, ne semble pas recouvrir la totalité des programmations du service décentralisé de Radio France.

4) D'inscrire au programme de l'Observatoire, la réalisation de l'article II-5 de l'accord interprofessionnel relatif au comparatif des piges publicitaires.

5) De procéder à l'indispensable réexamen du panel, fut-ce à la marge, pour élargir les investigations à quelques radios qui développent des programmations alternatives.

IV. Annexes

- Annexe 1 : Chiffres clés
- Annexe 2 : Nombre de titres et nombre d'artistes différents diffusés
- Annexe 3 : Répartition de la diffusion par genres musicaux
- Annexe 4 : Part des nouveautés dans l'ensemble de la diffusion
- Annexe 5 : Part du top 40 des titres les plus diffusés dans l'ensemble de la diffusion
- Annexe 6 : Rotation moyenne en moyenne hebdomadaire et plus forte rotation hebdomadaire
- Annexe 7 : Part des titres diffusés plus de 400 fois dans l'ensemble de la diffusion
- Annexe 8 : Part des nouvelles entrées en play-list dans l'ensemble de la diffusion
- Annexe 9 : Nombre de nouveautés startées
- Annexe 10 : Taux d'exclusivités sur l'ensemble de la programmation trimestrielle
- Annexe 11 : Synthèse de l'année 2004 - Stratégies de programmation
- Annexe 12 : Synthèse de l'année 2003 - Stratégies de programmation
- Annexe 13 : Nomenclature des genres et sous-genres musicaux

→ Nombre de titres différents diffusés, nombre de diffusions et nombre de contacts

Période	Titres	Diffusions	Nbre de contacts
Q1 03	27 300	802 507	68 826 944 100
Q2 03	27 369	807 293	71 713 826 500
Q3 03	26 970	853 266	77 112 160 600
Q4 03	28 026	808 026	67 445 109 700
Q1 04	28 275	803 252	64 763 751 500
Q2 04	27 231	808 798	65 520 450 200
Q3 04	26 695	864 751	74 164 226 500
Q4 04	27 612	814 384	66 655 126 500
moy 03	27 416	817 773	71 274 510 225
moy 04	27 453	822 796	67 775 888 675
04 vs 03	+0,1%	+0,6%	-4,9%

→ Part des titres francophones, internationaux et instrumentaux

Période	Titres Francophones	Part / Nb total	Titres Internationaux	Part / Nb total	Titres Instrumentaux	Part / Nb total	Nombre total titres différents
Q1 03	6 807	24,95%	15 094	55,32%	5 384	19,73%	27 285
Q2 03	7 033	25,70%	14 866	54,32%	5 470	19,99%	27 369
Q3 03	6 760	25,07%	14 836	55,02%	5 367	19,91%	26 963
Q4 03	7 117	25,40%	15 281	54,53%	5 626	20,08%	28 024
Q1 04	7 356	26,05%	15 441	54,68%	5 440	19,27%	28 237
Q2 04	7 139	26,24%	14 885	54,72%	5 158	18,96%	27 204
Q3 04	6 827	25,57%	14 835	55,57%	5 033	18,85%	26 695
Q4 04	7 067	25,60%	15 677	56,80%	4 868	17,60%	27 612
moy 03	6929	25,28%	15019	54,80%	5462	19,92%	27410
moy 04	7097	25,87%	15210	55,44%	5125	18,67%	27437
04 vs 03	+2,4%	+2,3%	+1,3%	+1,2%	-6,2%	-6,3%	+0,1%

→ Part des titres francophones et artistes francophones

Période	Titres Francophones	Part / Nb total	Nombre total titres différents	Artistes Francophones	Part / Nb total	Nombre total artistes
Q1 03	6 807	24,95%	27 285	2 015	20,85%	9 662
Q2 03	7 033	25,70%	27 369	2 130	21,98%	9 692
Q3 03	6 760	25,07%	26 963	1 990	21,04%	9 457
Q4 03	7 117	25,40%	28 024	2 118	21,64%	9 788
Q1 04	7 356	26,05%	28 237	2 171	21,78%	9 968
Q2 04	7 139	26,24%	27 204	2 139	22,22%	9 627
Q3 04	6 827	25,57%	26 695	2 071	22,08%	9 381
Q4 04	7 067	25,59%	27 612	2 169	23,00%	9 409
moy 03	6929	25,28%	27410	2 063	21,38%	9 650
moy 04	7097	25,86%	27437	2 138	22,27%	9 596
04 vs 03	+2,4%	+2,3%	+0,1%	+3,6%	+4,2%	-0,6%

→ Part des nouveautés

Période	Titres Nouveautés	Part / Nb total	Nombre total titres différents
Q1 03	9 455	34,65%	27 285
Q2 03	9 436	34,48%	27 369
Q3 03	7 973	29,57%	26 963
Q4 03	9 554	34,09%	28 024
Q1 04	8 810	31,20%	28 237
Q2 04	9 168	33,70%	27 204
Q3 04	7 790	29,18%	26 695
Q4 04	8 781	31,80%	27 612
moy 03	9105	33,20%	27410
moy 04	8637	31,47%	27437
04 vs 03	-5,1%	-5,2%	+0,1%

→ Part des titres diffusés plus de 400 fois par trimestre

Période	Nombre de titres			Nombre de diffusions		
	→ à 400 diffs	Part / Nb total	Nombre total titres différents	→ à 400 diffs	Part / Nb total	Nombre total de diffusions
Q1 03	264	0,97%	27 300	383 805	47,83%	802 507
Q2 03	292	1,07%	27 369	395 064	48,94%	807 293
Q3 03	310	1,15%	26 970	434 501	50,92%	853 266
Q4 03	289	1,03%	28 026	412 846	51,09%	808 026
Q1 04	294	1,04%	28 275	400 785	49,90%	803 252
Q2 04	302	1,11%	27 231	413 270	51,10%	808 798
Q3 04	324	1,21%	26 695	445 856	51,56%	864 751
Q4 04	300	1,09%	27 612	411 590	50,54%	814 384
moy 03	289	1,05%	27416	406 554	49,69%	817 773
moy 04	305	1,11%	27453	417 875	50,77%	822 796
04 vs 03	+5,6%	+5,6%	+0,1%	+2,8%	+2,2%	+0,6%

→ Part des titres diffusés plus de 200 fois par trimestre

Période	Nombre de titres			Nombre de diffusions		
	→ à 200 diffs	Part / Nb total	Nombre total titres différents	→ à 200 diffs	Part / Nb total	Nombre total de diffusions
Q1 03	680	2,49%	27 300	496 277	61,84%	802 507
Q2 03	719	2,63%	27 369	510 037	63,18%	807 293
Q3 03	744	2,76%	26 970	552 549	64,76%	853 266
Q4 03	682	2,43%	28 026	518 168	64,13%	808 026
Q1 04	713	2,52%	28 275	514 081	64,00%	803 252
Q2 04	699	2,57%	27 231	520 799	64,39%	808 798
Q3 04	813	3,05%	26 695	579 124	66,97%	864 751
Q4 04	752	2,72%	27 612	536 842	65,92%	814 384
moy 03	706	2,58%	27416	519 258	63,48%	817 773
moy 04	744	2,71%	27453	537 711	65,32%	822 796
04 vs 03	+5,4%	+5,3%	+0,1%	+3,6%	+2,9%	+0,6%

→ Part des titres diffusés plus de 100 fois par trimestre

Période	Nombre de titres			Nombre de diffusions		
	→ à 100 diffs	Part / Nb total	Nombre total titres différents	→ à 100 diffs	Part / Nb total	Nombre total de diffusions
Q1 03	1 541	5,64%	27 300	616 792	76,86%	802 507
Q2 03	1 552	5,67%	27 369	626 806	77,64%	807 293
Q3 03	1 647	6,11%	26 970	679 455	79,63%	853 266
Q4 03	1 459	5,21%	28 026	628 012	77,72%	808 026
Q1 04	1 472	5,21%	28 275	622 294	77,47%	803 252
Q2 04	1 476	5,42%	27 231	630 135	77,91%	808 798
Q3 04	1 569	5,88%	26 695	685 719	79,30%	864 751
Q4 04	1 467	5,31%	27 612	637 663	78,30%	814 384
moy 03	1550	5,66%	27416	637 766	77,96%	817 773
moy 04	1496	5,45%	27453	643 953	78,24%	822 796
04 vs 03	-3,5%	-3,6%	+0,1%	+1,0%	+0,4%	+0,6%

→ Répartition de la diffusion et de l'audience par genres musicaux

Période	Variété française				Variété internationale			
	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total
Q1 03	163 767	20,41%	21 689 251 900	31,51%	84 445	10,52%	8 476 305 400	12,32%
Q2 03	166 188	20,59%	22 494 073 500	31,37%	77 165	9,56%	8 019 873 700	11,18%
Q3 03	178 095	20,88%	24 360 014 600	31,59%	70 409	8,25%	7 725 712 900	10,02%
Q4 03	165 287	20,46%	20 173 787 900	29,91%	72 299	8,95%	7 315 139 800	10,85%
Q1 04	157 103	19,56%	18 592 395 500	28,71%	79 185	9,86%	7 266 813 200	11,22%
Q2 04	161 122	19,92%	18 795 267 900	28,69%	80 527	9,96%	7 640 193 100	11,66%
Q3 04	167 680	19,39%	21 290 479 500	29,91%	92 671	10,72%	8 814 039 000	10,85%
Q4 04	174 338	21,41%	19 891 378 300	29,84%	85 671	10,52%	7 908 547 300	11,86%
moy 03	168334	20,58%	22179281975	31,10%	76080	9,32%	7884257950	11,09%
moy 04	165061	20,07%	19642380300	29,29%	84513	10,26%	7907398150	11,40%
04 vs 03	-1,9%	-2,5%	-11,4%	-5,8%	+11,1%	+10,1%	+0,3%	+2,8%

Période	Pop / Rock				Groove			
	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total
Q1 03	233 947	29,16%	17 105 991 500	24,85%	148 136	18,46%	10 071 862 900	14,63%
Q2 03	242 617	30,06%	18 812 759 300	26,23%	136 499	16,91%	9 622 703 000	13,42%
Q3 03	253 551	29,72%	19 568 907 800	25,38%	145 075	17,01%	10 558 912 500	13,69%
Q4 03	251 178	31,09%	18 038 719 000	26,75%	148 565	18,39%	9 812 318 600	14,55%
Q1 04	252 759	31,47%	16 980 331 000	26,22%	151 745	18,89%	10 168 970 300	15,70%
Q2 04	250 491	30,97%	17 080 987 500	26,07%	158 027	19,54%	11 108 589 700	16,95%
Q3 04	263 675	30,50%	18 972 120 500	26,75%	172 346	19,93%	12 933 443 700	14,55%
Q4 04	252 734	31,04%	17 303 429 100	25,96%	169 791	20,85%	12 401 900 500	18,61%
moy 03	245323	30,01%	18381594400	25,80%	144569	17,69%	10016449250	14,07%
moy 04	254915	30,99%	17584217025	26,25%	162977	19,80%	11653226050	16,45%
04 vs 03	+3,9%	+3,3%	-4,3%	+1,7%	+12,7%	+11,9%	+16,3%	+16,9%

Période	Rap				Reggae / World			
	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total
Q1 03	49 087	6,12%	4 193 983 400	6,09%	28 389	3,54%	2 158 723 400	3,14%
Q2 03	50 822	6,30%	4 292 636 200	5,99%	33 942	4,21%	2 641 246 100	3,68%
Q3 03	56 083	6,57%	4 699 871 000	6,09%	47 506	5,57%	4 041 398 100	5,24%
Q4 03	57 331	7,10%	5 033 133 900	7,46%	32 853	4,07%	2 470 920 000	3,66%
Q1 04	63 648	7,92%	5 463 612 200	8,44%	27 623	3,44%	2 126 484 900	3,28%
Q2 04	54 583	6,75%	4 505 973 900	6,88%	27 965	3,46%	1 947 820 700	2,97%
Q3 04	51 735	5,98%	4 523 243 400	7,46%	35 294	4,08%	2 663 768 400	3,66%
Q4 04	37 662	4,63%	3 279 675 000	4,92%	24 095	2,96%	1 661 099 900	2,49%
moy 03	53331	6,52%	4554906125	6,41%	35673	4,34%	2828071900	3,93%
moy 04	51907	6,32%	4443126125	6,92%	28744	3,48%	2099793475	3,10%
04 vs 03	-2,7%	-3,1%	-2,5%	+8,0%	-19,4%	-19,8%	-25,8%	-21,1%

Période	Dance				Jazz / Blues / Classique			
	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total	Nombre de diffs	Part / Nb total	Nbre de contacts	Part / Nb total
Q1 03	81 828	10,20%	4 300 274 800	6,20%	12 769	1,59%	829 345 200	1,21%
Q2 03	86 225	10,68%	4 810 361 800	6,70%	13 724	1,70%	1 017 912 700	1,42%
Q3 03	89 117	10,45%	5 333 287 600	6,90%	13 259	1,55%	823 813 200	1,07%
Q4 03	67 406	8,34%	3 754 784 600	5,60%	12 990	1,61%	846 178 100	1,25%
Q1 04	57 872	7,20%	3 173 423 824	4,90%	13 311	1,66%	971 449 300	1,50%
Q2 04	63 259	7,82%	3 538 104 311	5,40%	12 822	1,59%	909 031 100	1,39%
Q3 04	67 644	7,82%	3 923 322 800	5,60%	13 582	1,57%	1 043 775 300	1,25%
Q4 04	56 420	6,93%	3 183 265 500	4,78%	13 593	1,67%	1 025 816 000	1,54%
moy 03	81144	9,92%	4549677200	6,35%	13186	1,61%	879312300	1,24%
moy 04	61299	7,44%	3454529109	5,17%	13327	1,62%	987517925	1,42%
04 vs 03	-24,5%	-24,9%	-24,1%	-18,6%	+1,1%	+0,5%	+12,3%	+14,9%

→ Part des labels indépendants dans la diffusion de nouveautés

Période	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nouveautés	Nb de diffusions	Part / Nb total	Nb total diffs nouveautés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nouveautés
Q1 03	1 897	31,35%	6 051	55 912	12,02%	465 118	3 319 693 600	9,47%	35 064 009 600
Q2 03	1 918	31,98%	5 997	42 833	9,28%	461 679	2 717 125 700	7,61%	35 707 615 200
Q3 03	1 646	31,41%	5 240	43 692	9,06%	482 503	2 628 211 600	6,81%	38 591 000 700
Q4 03	1 826	30,37%	6 012	47 253	10,08%	468 868	2 711 895 000	7,75%	34 973 816 200
Q1 04	1 905	33,09%	5 757	49 135	10,67%	460 288	3 243 364 900	9,62%	33 725 198 000
Q2 04	1 933	33,84%	5 713	58 207	12,64%	460 360	3 940 811 400	11,78%	33 459 288 000
Q3 04	1 602	32,32%	4 957	56 063	11,56%	484 827	4 263 532 300	11,59%	36 770 777 400
Q4 04	2 102	36,40%	5 774	61 719	13,30%	464 053	4 035 489 100	12,02%	33 580 618 900
moy 03	1822	31,28%	5825	47 423	10,11%	469 542	2 844 231 475	7,91%	36 084 110 425
moy 04	1885	33,91%	5550	56 281	12,05%	467 382	3 870 799 425	11,25%	34 383 970 575
04 vs 03	+3,5%	+8,4%	-4,7%	+18,7%	+19,2%	-0,5%	+36,1%	+42,2%	-4,7%

→ Part des labels majors dans la diffusion de nouveautés

Période	Nb de titres	Part / Nb total	Nb total titres nouveautés	Nb de diffusions	Part / Nb total	Nb total diffs nouveautés	Nb de contacts	Part / Nb total	Nb total contacts nouveautés
Q1 03	4 069	67,25%	6 051	385 156	82,81%	465 118	29 837 428 800	85,09%	35 064 009 600
Q2 03	3 960	66,03%	5 997	401 290	86,92%	461 679	31 900 153 500	89,34%	35 707 615 200
Q3 03	3 484	66,49%	5 240	418 005	86,63%	482 503	34 356 695 600	89,03%	38 591 000 700
Q4 03	4 041	67,22%	6 012	397 661	84,81%	468 868	30 433 893 400	87,02%	34 973 816 200
Q1 04	3 711	64,46%	5 757	388 994	84,51%	460 288	28 797 961 400	85,39%	33 725 198 000
Q2 04	3 597	62,96%	5 713	380 847	82,73%	460 360	27 776 299 600	83,02%	33 459 288 000
Q3 04	3 250	65,56%	4 957	390 572	80,56%	484 827	29 810 832 200	81,07%	36 770 777 400
Q4 04	3 516	60,90%	5 774	360 105	77,60%	464 053	26 179 263 700	77,96%	33 580 618 900
moy 03	3889	66,75%	5825	400 528	85,29%	469 542	31 632 042 825	87,62%	36 084 110 425
moy 04	3519	63,47%	5550	380 130	81,35%	467 382	28 141 089 225	81,86%	34 383 970 575
04 vs 03	-9,5%	-4,9%	-4,7%	-5,1%	-4,6%	-0,5%	-11,0%	-6,6%	-4,7%

→ Part des labels joint-ventures dans la diffusion de nouveautés

Période	Part / Nb		Nb total titres nouveautés	Nb de diffusions	Part / Nb		Nb total diffs nouveautés	Nb de contacts	Nb total contacts nouveautés	
	Nb de titres	total			total	total			Part / Nb total	contacts nouveautés
Q1 03	47	0,78%	6 051	10 881	2,34%	465 118	919 516 500	2,62%	35 064 009 600	
Q2 03	86	1,43%	5 997	8 163	1,77%	461 679	613 698 800	1,72%	35 707 615 200	
Q3 03	86	1,64%	5 240	13 606	2,82%	482 503	1 245 948 500	3,23%	38 591 000 700	
Q4 03	123	2,05%	6 012	19 914	4,25%	468 868	1 550 339 000	4,43%	34 973 816 200	
Q1 04	106	1,84%	5 757	17 068	3,71%	460 288	1 393 992 300	4,13%	33 725 198 000	
Q2 04	135	2,36%	5 713	13 327	2,90%	460 360	1 164 271 600	3,48%	33 459 288 000	
Q3 04	77	1,55%	4 957	25 663	5,29%	484 827	1 828 271 300	4,97%	36 770 777 400	
Q4 04	133	2,30%	5 774	31 092	6,70%	464 053	2 553 424 800	7,60%	33 580 618 900	
moy 03	86	1,47%	5825	13 141	2,79%	469 542	1 082 375 700	3,00%	36 084 110 425	
moy 04	113	2,01%	5550	21 787	4,65%	467 382	1 734 990 000	5,05%	34 383 970 575	
04 vs 03	+31,8%	+36,6%	-4,7%	+65,8%	+66,4%	-0,5%	+60,3%	+68,2%	-4,7%	

→ Part des labels médias dans la diffusion de nouveautés

Période	Part / Nb		Nb total titres nouveautés	Nb de diffusions	Part / Nb		Nb total diffs nouveautés	Nb de contacts	Nb total contacts nouveautés	
	Nb de titres	total			total	total			Part / Nb total	contacts nouveautés
Q1 03	38	0,63%	6 051	13 169	2,83%	465 118	987 370 700	2,82%	35 064 009 600	
Q2 03	33	0,55%	5 997	9 393	2,03%	461 679	476 637 200	1,33%	35 707 615 200	
Q3 03	24	0,46%	5 240	7 200	1,49%	482 503	360 145 000	0,93%	38 591 000 700	
Q4 03	22	0,37%	6 012	4 040	0,86%	468 868	277 688 800	0,79%	34 973 816 200	
Q1 04	35	0,61%	5 757	5 091	1,11%	460 288	289 879 400	0,86%	33 725 198 000	
Q2 04	48	0,84%	5 713	7 979	1,73%	460 360	577 905 400	1,73%	33 459 288 000	
Q3 04	28	0,56%	4 957	12 529	2,58%	484 827	868 141 600	2,36%	36 770 777 400	
Q4 04	23	0,40%	5 774	11 137	2,40%	464 053	812 441 300	2,42%	33 580 618 900	
moy 03	29	0,50%	5825	8 451	1,81%	469 542	525 460 425	1,47%	36 084 110 425	
moy 04	34	0,60%	5550	9 184	1,96%	467 382	637 091 925	1,84%	34 383 970 575	
04 vs 03	+14,6%	+20,5%	-4,7%	+8,7%	+8,4%	-0,5%	+21,2%	+25,3%	-4,7%	

→ Nouvelles entrées en play-list*

Période	Entrées francophones			Entrées autres			Total entrées			
	Nb de titres	Part /	Part /	Nb de titres	Part /	Part /	Nb de titres	Part /	Nb de diffs	Part /
		Nb total entrées	Nb total titres		Nb total entrées	Nb total titres		Nb total titres		Nb total diffs
Q1 03	283	38,56%	1,04%	451	61,44%	1,65%	734	2,7%	156 945	20%
Q2 03	268	36,31%	0,98%	470	63,69%	1,72%	738	2,7%	159 842	20%
Q3 03	273	36,21%	1,01%	481	63,79%	1,78%	754	2,8%	155 492	18%
Q4 03	280	38,04%	1,00%	456	61,96%	1,63%	736	2,6%	160 384	19%
Q1 04	280	39,00%	0,99%	438	61,00%	1,55%	718	2,5%	148 062	19%
Q2 04	303	39,05%	1,11%	473	60,95%	1,74%	776	2,9%	170 590	21%
Q3 04	265	35,52%	0,99%	481	64,48%	1,80%	746	2,8%	164 891	19%
Q4 04	301	40,60%	1,09%	440	59,38%	1,59%	741	2,7%	130 367	16%
moy 03	276	37,28%	1,01%	465	62,72%	1,70%	741	2,70%	158166	19,25%
moy 04	287	38,54%	1,05%	458	61,45%	1,67%	745	2,72%	153478	18,75%
Q4 vs 03	+4,1%	+3,4%	+4,0%	-1,4%	-2,0%	-1,4%	+0,6%	+0,6%	-3,0%	-2,6%

* Entrée en play-list: Nouveauté qui cumule pour la première fois plus de trois diffusions hebdomadaires (24h/24) sur une station

➔ Nombre de titres et nombre d'artistes diffusés

	Nombre de titres différents diffusés en MH				Nombre total de titres différents diffusés en MT				Nombre d'artistes différents diffusés en MH				
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	
Radios "jeune"	Ado FM	242	217	+24	+11%	414	349	+65	+19%	149	150	-1	-1%
	Champagne FM	334	322	+11	+3%	776	646	+131	+20%	258	244	+14	+6%
	Contact FM	315	388	-73	-19%	904	1 246	-342	-27%	279	347	-67	-19%
	Fun Radio	279	288	-10	-3%	874	945	-71	-8%	216	230	-14	-6%
	Hit West	294	386	-92	-24%	712	820	-108	-13%	221	285	-63	-22%
	Kiss FM	511	412	+99	+24%	954	806	+148	+18%	333	293	+39	+13%
	NRJ	286	258	+28	+11%	966	753	+213	+28%	215	196	+19	+10%
	Scoop	355	305	+51	+17%	829	733	+96	+13%	253	231	+23	+10%
	Skyrock	394	357	+37	+10%	1 850	1 720	+130	+8%	271	251	+20	+8%
	Vibration	239	231	+8	+4%	404	380	+24	+6%	155	153	+3	+2%
	Vitamine	480	412	+68	+16%	1 384	1 052	+332	+32%	294	288	+6	+2%
Voltage FM	276	218	+58	+26%	559	422	+137	+32%	182	169	+13	+8%	
Radios "jeune-adulte"	Alouette	431	457	-26	-6%	844	873	-29	-3%	303	318	-15	-5%
	Europe 2	279	234	+45	+19%	540	600	-60	-10%	166	170	-5	-3%
	FIP	1 610	1 585	+25	+2%	9 703	9 612	+91	+1%	1 099	1 099	+0	+0%
	Le Mouv'	395	493	-98	-20%	1 313	1 560	-246	-16%	237	287	-50	-17%
	Oui FM	504	547	-43	-8%	1 798	1 859	-61	-3%	270	273	-3	-1%
	Radio 6	624	660	-36	-5%	2 270	2 144	+126	+6%	418	462	-44	-10%
	Rire & Chansons	145	174	-30	-17%	215	350	-135	-39%	89	103	-14	-13%
	RTL 2	531	523	+9	+2%	1 126	1 236	-110	-9%	260	260	+0	+0%
	Top Music	518	541	-23	-4%	906	883	+23	+3%	259	267	-8	-3%
	Wit FM	509	527	-18	-3%	1 311	1 133	+177	+16%	314	341	-28	-8%
Radios "adulte"	Cherie FM	425	403	+22	+6%	557	569	-13	-2%	209	213	-4	-2%
	France Bleu	826	907	-81	-9%	2 116	2 294	-178	-8%	452	459	-8	-2%
	MFM	686	618	+68	+11%	1 015	753	+262	+35%	320	284	+37	+13%
	Nostalgie	871	745	+127	+17%	1 414	1 173	+241	+21%	382	315	+66	+21%
	RFM	471	517	-46	-9%	890	865	+25	+3%	260	263	-3	-1%
Radios généralistes	Europe 1	178	158	+20	+13%	848	718	+130	+18%	153	138	+15	+11%
	France Inter	534	548	-14	-3%	5 004	5 089	-85	-2%	394	416	-22	-5%
	RTL	771	793	-22	-3%	5 266	5 407	-142	-3%	503	520	-18	-3%
	Sud Radio	917	955	-38	-4%	2 806	3 751	-945	-25%	518	598	-80	-13%

➔ Répartition de la diffusion par genres musicaux

	Variété française				Variété internationale				Pop / Rock				Groove				Dance				Rap				Reggae / World				Classique / Jazz / Blues				
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	
Radios "jeune"	Ado FM	0.2%	0.0%	+0	-	3.5%	2.0%	+1	+73%	0.1%	0.0%	+0	-	70.0%	61.0%	+9	+15%	2.0%	1.8%	+0	-12%	20.2%	26.8%	-7	-24%	3.9%	8.3%	-4	-52%	0.0%	0.0%	+0	-
	Champagne FM	16.6%	15.5%	+1	+7%	10.2%	10.5%	-0	-3%	23.1%	24.3%	-1	-5%	30.5%	26.5%	+4	+15%	9.8%	13.5%	-4	-27%	6.6%	5.5%	+1	+20%	3.3%	4.0%	-1	-17%	0.0%	0.0%	+0	-
	Contact FM	0.3%	3.3%	-3	-92%	2.8%	0.0%	+3	-	6.9%	3.8%	+3	+84%	23.8%	10.5%	+13	+126%	61.6%	79.3%	-18	-22%	3.6%	1.8%	+2	+106%	1.1%	0.5%	+1	+118%	0.0%	0.0%	+0	-
	Fun Radio	0.2%	0.5%	-0	-55%	3.2%	3.3%	-0	-2%	1.8%	9.0%	-7	-80%	54.4%	45.8%	+9	+19%	18.9%	22.0%	-3	-14%	16.5%	11.8%	+5	+41%	4.7%	7.0%	-2	-33%	0.0%	0.0%	+0	-
	Hit West	8.6%	12.0%	-3	-29%	7.1%	7.0%	+0	+1%	32.1%	30.5%	+2	+5%	29.2%	24.5%	+5	+19%	10.1%	13.8%	-4	-26%	8.1%	6.8%	+1	+21%	5.7%	5.0%	+1	+14%	0.0%	0.0%	+0	-
	Kiss FM	27.3%	21.5%	+6	+27%	17.4%	11.0%	+6	+58%	19.4%	20.0%	-1	-3%	22.1%	26.8%	-5	-17%	8.0%	13.3%	-5	-39%	3.8%	3.8%	+0	+2%	1.9%	3.5%	-2	-45%	0.0%	0.0%	+0	-
	NRJ	11.4%	14.0%	-3	-18%	8.1%	9.0%	-1	-10%	24.7%	26.0%	-1	-5%	33.2%	27.0%	+6	+23%	11.4%	12.3%	-1	-7%	7.4%	7.5%	-0	-1%	3.6%	4.0%	-0	-10%	0.0%	0.0%	+0	-
	Scoop	18.3%	19.8%	-1	-7%	10.0%	8.3%	+2	+21%	21.8%	22.3%	-0	-2%	27.4%	23.8%	+4	+16%	13.1%	16.5%	-3	-21%	5.9%	5.5%	+0	+7%	3.3%	3.8%	-0	-12%	0.0%	0.0%	+0	-
	Skyrock	0.0%	0.0%	+0	-	0.0%	0.3%	-0	-84%	0.5%	0.0%	+0	-	45.9%	34.5%	+11	+33%	0.9%	0.5%	+0	+83%	45.2%	54.3%	-9	-17%	6.7%	9.5%	-3	-30%	0.0%	0.0%	+0	-
	Vibration	21.8%	20.5%	+1	+6%	11.4%	11.5%	-0	-1%	30.6%	30.5%	+0	+0%	23.4%	20.3%	+3	+16%	3.8%	6.0%	-2	-37%	5.2%	4.3%	+1	+21%	3.8%	6.8%	-3	-43%	0.0%	0.0%	+0	-
Vitamine	0.0%	0.8%	-1	-94%	0.9%	1.0%	-0	-12%	0.2%	0.0%	+0	-	56.6%	56.8%	-0	-0%	3.6%	3.5%	+0	+4%	31.9%	33.0%	-1	-3%	6.2%	5.0%	+1	+23%	0.0%	0.0%	+0	-	
Voltage FM	12.9%	0.0%	+13	-	11.6%	3.8%	+8	+209%	25.2%	11.5%	+14	+119%	31.0%	38.3%	-7	-19%	7.2%	20.0%	-13	-64%	8.4%	19.8%	-11	-57%	3.7%	6.3%	-3	-40%	0.0%	0.0%	+0	-	
Radios "jeune-adulte"	Alouette	14.6%	18.8%	-4	-22%	9.5%	9.5%	+0	+0%	37.6%	35.8%	+2	+5%	22.6%	19.5%	+3	+16%	8.5%	10.3%	-2	-17%	3.9%	1.8%	+2	+120%	3.4%	3.8%	-0	-10%	0.0%	0.0%	+0	-
	Europe 2	5.3%	6.3%	-1	-16%	6.9%	5.5%	+1	+25%	64.5%	60.3%	+4	+7%	9.5%	8.8%	+1	+8%	4.0%	8.8%	-5	-54%	6.1%	4.0%	+2	+52%	3.7%	6.3%	-3	-41%	0.0%	0.0%	+0	-
	FPJ	14.3%	14.0%	+0	+2%	8.1%	8.8%	-1	-8%	27.9%	26.8%	+1	+4%	3.9%	4.0%	-0	-3%	1.5%	1.8%	-0	-14%	1.0%	0.8%	+0	+27%	15.2%	15.3%	-0	-1%	28.3%	28.8%	-0	-2%
	Le Mouv'	3.8%	5.3%	-1	-28%	0.2%	0.5%	-0	-62%	88.2%	85.8%	+2	+3%	1.1%	0.0%	+1	-	0.3%	2.0%	-2	-84%	0.9%	0.0%	+1	-	3.7%	4.5%	-1	-18%	0.1%	0.5%	-0	-83%
	Oui FM	2.6%	2.3%	+0	+14%	0.3%	0.3%	+0	+10%	91.2%	92.5%	-1	-1%	0.6%	0.0%	+1	-	0.3%	0.0%	+0	-	0.1%	0.0%	+0	-	2.9%	3.0%	-0	-3%	0.3%	0.0%	+0	-
	Radio 6	35.1%	33.8%	+1	+4%	12.5%	11.3%	+1	+11%	18.2%	17.3%	+1	+5%	19.7%	16.0%	+4	+23%	11.0%	17.3%	-6	-36%	2.4%	2.3%	+0	+6%	1.2%	2.3%	-1	-48%	0.1%	0.0%	+0	-
	Rire & Chansons	4.2%	10.8%	-7	-61%	7.7%	8.3%	-1	-6%	85.6%	73.5%	+12	+16%	0.0%	2.3%	-2	-100%	0.0%	0.0%	+0	-	0.0%	0.0%	+0	-	0.4%	2.5%	-2	-82%	2.0%	2.3%	-0	-11%
	RTL 2	16.7%	17.5%	-1	-5%	12.1%	12.5%	-0	-3%	70.2%	68.8%	+1	+2%	0.1%	0.3%	-0	-46%	0.1%	0.0%	+0	-	0.0%	0.0%	+0	-	0.1%	0.3%	-0	-76%	0.2%	0.0%	+0	-
	Top Music	16.3%	17.5%	-1	-7%	12.4%	13.5%	-1	-8%	70.7%	67.3%	+3	+5%	0.3%	0.8%	-0	-60%	0.1%	0.0%	+0	-	0.0%	0.0%	+0	-	0.1%	0.3%	-0	-66%	0.1%	0.0%	+0	-
	Wit FM	20.0%	20.8%	-1	-4%	10.5%	10.0%	+0	+5%	35.7%	31.8%	+4	+12%	22.2%	21.0%	+1	+6%	4.4%	8.0%	-4	-45%	4.9%	4.5%	+0	+10%	2.3%	3.5%	-1	-35%	0.1%	0.0%	+0	-
Radios "adulte"	Cherie FM	49.6%	50.8%	-1	-2%	31.4%	31.0%	+0	+1%	9.5%	9.0%	+0	+5%	5.7%	4.8%	+1	+19%	2.8%	3.5%	-1	-20%	0.1%	0.0%	+0	-	0.9%	1.0%	-0	-6%	0.1%	0.0%	+0	-
	France Bleu	60.6%	65.5%	-5	-8%	14.8%	12.3%	+3	+21%	14.8%	13.5%	+1	+10%	3.1%	2.8%	+0	+12%	2.4%	2.5%	-0	-3%	0.1%	0.0%	+0	-	2.8%	1.8%	+1	+63%	0.6%	0.0%	+1	-
	MFM	63.0%	64.0%	-1	-2%	19.1%	19.0%	+0	+0%	9.2%	8.8%	+0	+5%	3.2%	3.0%	+0	+6%	1.6%	1.8%	-0	-8%	0.0%	0.0%	+0	-	2.9%	2.8%	+0	+4%	0.6%	0.0%	+1	-
	Nostalgie	51.7%	54.8%	-3	-6%	11.4%	12.3%	-1	-7%	21.8%	20.5%	+1	+6%	5.9%	4.3%	+2	+40%	5.7%	5.5%	+0	+4%	0.0%	0.0%	+0	-	0.8%	0.0%	+1	-	2.1%	1.5%	+1	+42%
	RFM	43.1%	45.3%	-2	-5%	27.3%	22.3%	+5	+23%	17.8%	21.0%	-3	-15%	5.3%	4.5%	+1	+19%	3.5%	3.0%	+0	+15%	0.1%	0.0%	+0	-	2.8%	3.5%	-1	-20%	0.1%	0.0%	+0	-
Radios généralistes	Europe 1	44.2%	41.0%	+3	+8%	17.1%	14.0%	+3	+22%	22.1%	25.0%	-3	-12%	6.3%	9.8%	-3	-36%	1.4%	3.8%	-2	-61%	0.3%	0.0%	+0	-	2.4%	4.5%	-2	-46%	5.6%	1.5%	+4	+275%
	France Inter	28.5%	27.3%	+1	+5%	5.0%	5.3%	-0	-4%	32.8%	32.8%	+0	+0%	3.0%	3.3%	-0	-7%	2.3%	2.3%	+0	+0%	2.4%	2.3%	+0	+9%	10.5%	11.3%	-1	-7%	15.1%	15.5%	-0	-3%
	RTL	30.6%	30.0%	+1	+2%	10.2%	9.8%	+0	+5%	45.7%	46.3%	-1	-1%	5.9%	5.5%	+0	+7%	1.1%	2.3%	-1	-53%	0.3%	0.0%	+0	-	1.2%	2.3%	-1	-48%	4.1%	2.3%	+2	+82%
	Sud Radio	32.7%	29.3%	+3	+12%	18.9%	14.8%	+4	+28%	31.8%	36.0%	-4	-12%	8.0%	8.3%	-0	-3%	3.9%	5.8%	-2	-32%	0.7%	1.0%	-0	-33%	3.0%	3.5%	-0	-13%	0.4%	0.0%	+0	-

➔ Part des nouveautés dans l'ensemble de la diffusion

	Part des nouveautés*				Part des titres récurrents				Part des titres golds				Nb total de diffusions musicales en MH			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Radios "jeune"																
Ado FM	63%	66%	-3	-4%	10%	12%	-1	-9%	26%	23%	+4	+16%	2 185	2 202	-18	-1%
Champagne FM	86%	86%	+1	+1%	5%	7%	-3	-35%	9%	7%	+1	+19%	2 351	2 412	-62	-3%
Contact FM	84%	79%	+5	+6%	9%	16%	-7	-41%	7%	5%	+2	+34%	2 537	2 502	+35	+1%
Fun Radio	85%	85%	+1	+1%	7%	8%	-0	-5%	8%	8%	-0	-3%	2 048	1 966	+82	+4%
Hit West	76%	75%	+1	+1%	11%	11%	+0	+2%	13%	14%	-1	-8%	2 409	2 303	+106	+5%
Kiss FM	73%	76%	-3	-4%	6%	8%	-2	-27%	21%	16%	+5	+30%	2 277	2 273	+4	+0%
NRJ	88%	84%	+4	+4%	8%	10%	-3	-26%	5%	6%	-1	-17%	2 197	2 176	+21	+1%
Scoop	83%	85%	-2	-2%	10%	10%	+0	+3%	7%	6%	+1	+22%	1 974	2 010	-37	-2%
Skyrock	86%	83%	+3	+3%	6%	9%	-3	-31%	8%	8%	+0	+1%	1 889	1 875	+14	+1%
Vibration	66%	68%	-1	-2%	8%	9%	-1	-13%	26%	23%	+2	+10%	2 435	2 502	-67	-3%
Vitamine	66%	70%	-4	-6%	13%	14%	-1	-7%	21%	16%	+5	+32%	2 219	2 117	+102	+5%
Voltage FM	65%	76%	-11	-15%	14%	16%	-2	-13%	21%	8%	+13	+175%	2 363	2 292	+71	+3%
Radios "jeune-adulte"																
Alouette	72%	72%	-1	-1%	9%	9%	+0	+1%	19%	19%	+0	+2%	2 393	2 368	+25	+1%
Europe 2	66%	79%	-13	-16%	11%	10%	+1	+10%	24%	12%	+12	+102%	2 278	2 174	+104	+5%
FIP	41%	39%	+1	+3%	19%	22%	-3	-13%	40%	39%	+1	+3%	2 426	2 378	+48	+2%
Le Mouv'	66%	69%	-3	-4%	14%	13%	+1	+10%	20%	19%	+2	+8%	2 377	2 474	-98	-4%
Oui FM	58%	60%	-2	-4%	7%	8%	-1	-17%	35%	32%	+4	+11%	2 368	2 328	+41	+2%
Radio 6	77%	74%	+3	+4%	7%	8%	-1	-13%	16%	19%	-2	-11%	2 104	2 134	-30	-1%
Rire & Chansons	6%	15%	-8	-56%	7%	6%	+0	+4%	87%	79%	+8	+10%	835	866	-32	-4%
RTL 2	31%	36%	-4	-11%	7%	7%	-0	-2%	62%	58%	+4	+7%	2 261	2 193	+68	+3%
Top Music	44%	42%	+2	+5%	6%	4%	+3	+77%	50%	55%	-5	-9%	2 281	2 262	+19	+1%
Wit FM	77%	75%	+2	+2%	5%	6%	-1	-12%	18%	19%	-1	-5%	2 094	2 067	+27	+1%
Radios "adulte"																
Cherie FM	26%	28%	-1	-4%	12%	13%	-0	-1%	61%	60%	+1	+2%	2 279	2 285	-6	-0%
France Bleu	35%	33%	+2	+7%	6%	4%	+2	+51%	59%	63%	-4	-7%	1 640	1 749	-109	-6%
MFM	12%	11%	+1	+5%	2%	1%	+1	+43%	87%	88%	-1	-1%	2 439	2 478	-39	-2%
Nostalgie	5%	5%	+0	+3%	0%	0%	+0	+0%	95%	95%	-0	-0%	2 581	2 703	-122	-5%
RFM	20%	21%	-1	-6%	5%	7%	-2	-23%	75%	72%	+3	+4%	2 286	2 276	+10	+0%
Radios généralistes																
Europe 1	81%	83%	-2	-2%	4%	4%	+0	+12%	14%	13%	+1	+9%	271	257	+14	+5%
France Inter	62%	62%	-0	-1%	11%	12%	-0	-3%	27%	26%	+1	+3%	695	706	-11	-2%
RTL	41%	40%	+1	+2%	6%	7%	-1	-13%	53%	53%	+0	+0%	956	969	-13	-1%
Sud Radio	30%	38%	-8	-22%	6%	7%	-1	-20%	65%	55%	+10	+17%	1 289	1 340	-51	-4%

*Nouveauté: titre sorti au cours des 12 derniers mois

→ Part du top 40 des titres les plus diffusés dans l'ensemble de la diffusion

	Part du top 40				Nb total de titres différents classés* en MT				Durée de vie moyenne en nb de semaines				Nombre total de diffusions musicales en MH			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Radios "jeune"																
Ado FM	59%	61%	-1,5	-2%	111	105	+5,5	+5%	10	9	+0,3	+4%	2185	2202	-17,8	-1%
Champagne FM	60%	59%	+1,0	+2%	93	93	+0,5	+1%	9	9	-0,1	-2%	2351	2412	-61,5	-3%
Contact FM	51%	48%	+3,3	+7%	86	94	-8,0	-8%	10	9	+1,3	+15%	2537	2502	+34,5	+1%
Fun Radio	70%	66%	+3,8	+6%	79	78	+0,8	+1%	12	12	+0,3	+2%	2048	1966	+82,0	+4%
Hit West	56%	52%	+4,0	+8%	75	84	-9,3	-11%	8	11	-3,2	-28%	2409	2303	+106,3	+5%
Kiss FM	55%	58%	-2,5	-4%	80	87	-6,5	-7%	11	9	+1,5	+16%	2277	2273	+4,0	+0%
NRJ	68%	64%	+3,8	+6%	82	85	-3,3	-4%	11	10	+0,6	+6%	2197	2176	+21,0	+1%
Scoop	64%	65%	-1,0	-2%	93	95	-1,8	-2%	9	9	-0,2	-2%	1974	2010	-36,8	-2%
Skyrock	73%	72%	+1,3	+2%	95	96	-0,8	-1%	17	16	+1,3	+8%	1889	1875	+14,0	+1%
Vibration	63%	63%	-0,8	-1%	106	112	-5,5	-5%	9	9	-0,3	-3%	2435	2502	-67,0	-3%
Vitamine	53%	58%	-4,5	-8%	73	83	-10,0	-12%	12	10	+2,1	+21%	2219	2117	+101,8	+5%
Voltage FM	58%	61%	-3,0	-5%	124	89	+34,3	+38%	10	11	-1,2	-11%	2363	2292	+70,8	+3%
Radios "jeune-adulte"																
Alouette	56%	53%	+2,3	+4%	75	81	-5,3	-7%	11	10	+0,6	+6%	2393	2368	+24,8	+1%
Europe 2	57%	62%	-4,5	-7%	81	84	-3,0	-4%	12	11	+0,7	+6%	2278	2174	+103,8	+5%
FIP	8%	7%	+0,7	+11%	282	290	-8,3	-3%	4	4	-0,3	-7%	2426	2378	+47,8	+2%
Le Mouv'	48%	44%	+4,3	+10%	82	91	-9,0	-10%	13	11	+2,8	+26%	2377	2474	-97,5	-4%
Oui FM	45%	44%	+0,5	+1%	91	97	-6,0	-6%	14	12	+1,9	+15%	2368	2328	+40,8	+2%
Radio 6	42%	39%	+2,8	+7%	93	101	-8,0	-8%	8	8	+0,3	+3%	2104	2134	-29,8	-1%
Rire & Chansons	42%	38%	+4,2	+11%	104	122	-18,5	-15%	26	19	+7,7	+41%	835	866	-31,5	-4%
RTL 2	30%	32%	-2,0	-6%	93	75	+18,3	+24%	16	21	-5,1	-25%	2261	2193	+67,8	+3%
Top Music	38%	38%	+0,0	+0%	81	82	-0,5	-1%	12	13	-0,6	-5%	2281	2262	+19,0	+1%
Wit FM	55%	51%	+3,5	+7%	88	91	-2,8	-3%	9	8	+0,2	+3%	2094	2067	+27,3	+1%
Radios "adulte"																
Cherie FM	28%	27%	+1,0	+4%	131	124	+6,3	+5%	18	14	+3,5	+24%	2279	2285	-6,0	-0%
France Bleu	29%	27%	+2,3	+8%	81	88	-7,8	-9%	12	11	+1,1	+10%	1640	1749	-109,0	-6%
MFM	17%	16%	+0,8	+5%	157	184	-27,3	-15%	15	13	+2,5	+20%	2439	2478	-38,8	-2%
Nostalgie	14%	13%	+1,3	+10%	162	179	-17,5	-10%	19	13	+6,4	+50%	2581	2703	-121,8	-5%
RFM	25%	23%	+1,5	+6%	135	139	-4,0	-3%	13	14	-0,8	-6%	2286	2276	+10,3	+0%
Radios généralistes																
Europe 1	44%	43%	+0,5	+1%	197	141	+55,5	+39%	5	7	-1,7	-25%	271	257	+13,8	+5%
France Inter	20%	15%	+5,0	+33%	154	161	-7,5	-5%	6	5	+0,3	+7%	695	706	-10,8	-2%
RTL	16%	13%	+3,3	+25%	186	196	-10,3	-5%	4	4	+0,0	+1%	956	969	-12,8	-1%
Sud Radio	27%	21%	+6,0	+29%	103	103	-0,5	-0%	9	9	-0,0	-0%	1289	1340	-50,8	-4%

*Etude basée sur la compilation des tops 40 hebdomadaires de chacune des stations

➔ Rotation moyenne en moyenne hebdomadaire et plus forte rotation hebdomadaire

	Rotation moyenne d'un titre en MH				Rotation d'un titre international en MH				Rotation d'un titre francophone en MH				Plus forte rotation hebdomadaire en MT			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
	Radios "jeune"															
Ado FM	9,1	10,3	-1,2	-11%	7,6	9,2	-1,7	-18%	16,5	14,4	+2,2	+15%	99	107	-8	-7%
Champagne FM	7,1	7,5	-0,4	-6%	6,2	6,9	-0,8	-11%	9,7	9,8	-0,1	-1%	62	72	-10	-14%
Contact FM	8,2	6,5	+1,7	+27%	8,9	8,3	+0,6	+8%	12,9	9,0	+3,9	+43%	69	67	+2	+3%
Fun Radio	7,4	6,9	+0,5	+7%	7,5	6,8	+0,7	+10%	8,8	8,5	+0,2	+3%	64	60	+5	+8%
Hit West	8,3	6,1	+2,2	+36%	7,8	5,7	+2,1	+37%	10,1	7,5	+2,6	+35%	68	65	+4	+5%
Kiss FM	4,5	5,6	-1,1	-20%	3,7	4,6	-0,9	-20%	7,4	9,5	-2,2	-23%	51	57	-6	-10%
NRJ	7,8	8,4	-0,7	-8%	6,6	7,5	-0,8	-11%	12,7	11,9	+0,9	+7%	68	65	+3	+4%
Scoop	5,6	6,6	-1,1	-16%	5,3	6,3	-1,0	-16%	7,1	8,5	-1,4	-17%	62	64	-3	-4%
Skyrock	4,8	5,3	-0,5	-9%	4,4	4,9	-0,5	-10%	5,5	5,9	-0,4	-6%	76	74	+2	+3%
Vibration	10,2	10,9	-0,6	-6%	9,5	10,2	-0,7	-7%	11,4	11,9	-0,5	-4%	95	105	-10	-9%
Vitamine	4,7	5,2	-0,5	-10%	4,1	4,8	-0,7	-15%	7,1	6,8	+0,4	+6%	60	61	-1	-1%
Voltage FM	8,7	10,7	-2,1	-19%	8,2	10,2	-2,0	-19%	11,1	17,2	-6,1	-35%	107	64	+43	+68%
Radios "jeune-adulte"																
Alouette	5,6	5,2	+0,4	+7%	4,9	4,5	+0,3	+7%	8,0	7,1	+0,9	+13%	67	57	+10	+18%
Europe 2	8,2	9,4	-1,2	-13%	7,7	9,2	-1,5	-16%	10,1	11,3	-1,2	-11%	81	71	+10	+14%
FIP	1,5	1,5	+0,0	+0%	1,5	1,5	+0,0	+0%	1,6	1,6	+0,0	+0%	12	10	+2	+15%
Le Mouv'	6,1	5,1	+1,0	+20%	6,2	5,4	+0,8	+14%	6,1	5,0	+1,1	+22%	53	46	+8	+16%
Oui FM	4,7	4,4	+0,3	+7%	4,8	4,4	+0,4	+9%	4,6	4,6	+0,0	+1%	56	55	+1	+2%
Radio 6	3,4	3,3	+0,1	+4%	3,7	3,6	+0,1	+3%	3,2	3,1	+0,1	+4%	40	39	+2	+4%
Rire & Chansons	5,8	5,0	+0,8	+15%	5,8	5,3	+0,5	+9%	5,7	4,4	+1,3	+30%	12	17	-5	-31%
RTL 2	4,3	4,2	+0,1	+2%	3,9	3,9	-0,0	-1%	5,4	5,2	+0,2	+3%	35	36	-1	-3%
Top Music	4,5	4,2	+0,3	+6%	4,1	3,8	+0,3	+7%	5,3	5,2	+0,0	+0%	45	42	+3	+7%
Wit FM	4,2	3,9	+0,3	+6%	3,7	3,5	+0,2	+5%	5,1	4,7	+0,4	+8%	52	37	+15	+40%
Radios "adulte"																
Cherie FM	5,4	5,7	-0,3	-6%	5,0	5,3	-0,3	-6%	5,8	6,2	-0,4	-6%	35	37	-2	-5%
France Bleu	2,0	1,9	+0,1	+2%	1,7	1,6	+0,1	+8%	2,2	2,1	+0,1	+2%	27	26	+1	+4%
MFM	3,6	4,0	-0,5	-11%	3,5	4,0	-0,5	-12%	3,6	4,0	-0,5	-11%	27	31	-3	-11%
Nostalgie	3,0	3,6	-0,7	-19%	2,8	3,7	-0,9	-24%	3,1	3,6	-0,5	-15%	20	20	-0	-1%
RFM	4,9	4,4	+0,4	+10%	4,2	3,8	+0,4	+11%	6,1	5,5	+0,5	+10%	34	34	+0	+0%
Radios généralistes																
Europe 1	1,5	1,6	-0,1	-8%	1,6	1,7	-0,1	-6%	1,5	1,6	-0,1	-5%	9	8	+1	+10%
France Inter	1,3	1,3	+0,0	+0%	1,3	1,3	+0,0	+2%	1,4	1,4	+0,0	+2%	8	8	+0	+0%
RTL	1,2	1,2	+0,0	+0%	1,2	1,2	+0,0	+0%	1,3	1,3	+0,0	+0%	9	8	+1	+6%
Sud Radio	1,4	1,4	+0,0	+0%	1,2	1,3	-0,1	-4%	1,9	1,8	+0,1	+7%	14	15	-1	-3%

→ Part des titres diffusés plus de 400 fois dans l'ensemble de la diffusion

	Nb de titres diff + 400 x en MT				Part des titres diff + 400 x / Nb total				Nb de diff titres diff + 400 x en MT				Part en diff titres diff + 400 x				
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	
Radios "jeune"	Ado FM	15	14	+1	+0	3,71%	4,04%	-0,3	-0,1	8 548	8 221	+327	+0	29,28%	28,70%	+0,6	+0,0
	Champagne FM	18	17	+1	+0	2,31%	2,69%	-0,4	-0,1	9 194	8 963	+232	+0	29,82%	28,45%	+1,4	+0,0
	Contact FM	13	8	+6	+1	1,54%	0,60%	+0,9	+1,6	6 694	3 786	+2908	+1	20,08%	11,55%	+8,5	+0,7
	Fun Radio	19	15	+4	+0	2,20%	1,58%	+0,6	+0,4	10 226	7 297	+2928	+0	37,88%	28,03%	+9,9	+0,4
	Hit West	13	11	+2	+0	1,77%	1,42%	+0,4	+0,2	6 680	5 531	+1149	+0	21,14%	18,36%	+2,8	+0,2
	Kiss FM	15	15	-1	-0	1,19%	2,00%	-0,8	-0,4	6 984	7 636	-652	-0	23,45%	25,76%	-2,3	-0,1
	NRJ	18	17	+2	+0	1,89%	2,23%	-0,3	-0,2	9 910	8 604	+1306	+0	34,38%	30,25%	+4,1	+0,1
	Scoop	14	14	+0	+0	1,66%	1,87%	-0,2	-0,1	6 989	7 106	-117	-0	26,66%	26,78%	-0,1	-0,0
	Skyrock	21	21	+0	+0	1,12%	1,18%	-0,1	-0,1	11 850	12 067	-218	-0	47,74%	48,78%	-1,0	-0,0
	Vibration	18	19	-1	-0	4,58%	5,08%	-0,5	-0,1	10 345	11 270	-925	-0	32,35%	34,58%	-2,2	-0,1
Vitamine	12	8	+4	+0	0,85%	0,79%	+0,1	+0,1	5 776	3 990	+1785	+0	19,65%	14,40%	+5,2	+0,4	
Voltage FM	16	17	-1	-0	3,05%	4,24%	-1,2	-0,3	9 346	8 738	+608	+0	30,14%	29,31%	+0,8	+0,0	
Radios "jeune-adulte"	Alouette	14	12	+2	+0	1,67%	1,34%	+0,3	+0,2	7 312	5 882	+1430	+0	23,31%	19,00%	+4,3	+0,2
	Europe 2	15	16	-1	-0	2,84%	2,75%	+0,1	+0,0	8 224	8 211	+13	+0	27,48%	29,00%	-1,5	-0,1
	FIP	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	Le Mouv'	10	3	+7	+2	0,78%	0,24%	+0,5	+2,2	4 921	1 459	+3462	+2	15,78%	4,48%	+11,3	+2,5
	Oui FM	10	9	+2	+0	0,59%	0,53%	+0,1	+0,1	5 343	4 217	+1127	+0	17,21%	13,74%	+3,5	+0,3
	Radio 6	1	0	+1	+3	0,05%	0,01%	+0,0	+2,6	453	104	+349	+3	1,57%	0,38%	+1,2	+3,1
	Rire & Chansons	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	RTL 2	0	0	+0	-	0,02%	0,00%	+0,0	-	102	0	+102	-	0,33%	0,00%	+0,3	-
	Top Music	4	2	+2	+1	0,44%	0,25%	+0,2	+0,8	1 544	860	+685	+1	5,13%	2,92%	+2,2	+0,8
	Wit FM	7	3	+4	+1	0,56%	0,31%	+0,2	+0,8	3 519	1 370	+2148	+2	12,50%	4,89%	+7,6	+1,6
Radios "adulte"	Cherie FM	1	1	+0	+0	0,14%	0,13%	+0,0	+0,1	314	331	-17	-0	1,03%	1,11%	-0,1	-0,1
	France Bleu	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	MFM	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	Nostalgie	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	RFM	1	1	+0	+0	0,06%	0,06%	-0,0	-0,0	204	212	-8	-0	0,68%	0,71%	-0,0	-0,0
Radios généraliste	Europe 1	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	France Inter	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	RTL	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-
	Sud Radio	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-	0	0	+0	-	0,00%	0,00%	+0,0	-

→ Part des nouvelles entrées en play-list* dans l'ensemble de la diffusion

	Nb de nouvelles entrées en MT				Part des nouvelles entrées / nb total de titres				Nb de diffusions des nouvelles entrées en MT				Part en diffusion				
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	
Radios "jeune"	Ado FM	58	50	+9	+17%	14%	14%	+0	+1%	6 861	7 261	-399	-5%	23%	25%	-2	-7%
	Champagne FM	75	70	+4	+6%	10%	11%	-1	-11%	8 563	9 701	-1138	-12%	28%	31%	-3	-10%
	Contact FM	93	83	+10	+12%	10%	7%	+4	+55%	8 582	8 689	-107	-1%	25%	26%	-1	-4%
	Fun Radio	55	64	-9	-13%	6%	7%	-1	-7%	7 986	6 862	+1124	+16%	19%	16%	+4	+23%
	Hit West	63	79	-16	-20%	9%	10%	-1	-8%	8 509	6 528	+1982	+30%	27%	22%	+5	+24%
	Kiss FM	52	64	-13	-19%	6%	9%	-3	-33%	6 561	7 473	-912	-12%	22%	25%	-3	-13%
	NRJ	59	61	-1	-2%	6%	8%	-2	-24%	8 143	8 667	-525	-6%	16%	15%	+1	+4%
	Scoop	73	72	+0	+0%	9%	10%	-1	-11%	6 492	7 811	-1319	-17%	25%	29%	-5	-16%
	Skyrock	40	36	+4	+10%	2%	2%	+0	+2%	5 581	5 574	+7	+0%	13%	14%	-1	-5%
	Vibration	58	60	-2	-4%	15%	16%	-1	-7%	7 128	8 601	-1473	-17%	22%	27%	-4	-16%
	Vitamine	47	47	+0	+1%	3%	4%	-1	-23%	6 464	7 392	-929	-13%	22%	26%	-4	-16%
	Voltage FM	60	51	+9	+17%	12%	14%	-2	-14%	7 083	7 935	-852	-11%	23%	27%	-4	-15%
Radios "jeune-adulte"	Alouette	50	58	-9	-15%	6%	7%	-1	-11%	7 494	8 078	-584	-7%	24%	26%	-2	-9%
	Europe 2	42	48	-7	-14%	8%	8%	-0	-6%	5 981	7 547	-1566	-21%	14%	16%	-2	-15%
	FIP	216	205	+12	+6%	2%	2%	+0	+5%	3 474	3 051	+423	+14%	11%	10%	+1	+11%
	Le Mouv'	50	60	-11	-18%	4%	4%	-0	-7%	5 484	6 524	-1040	-16%	18%	20%	-3	-13%
	Oui FM	65	69	-4	-5%	4%	4%	-0	-3%	4 763	5 503	-740	-13%	15%	18%	-3	-16%
	Radio 6	103	107	-4	-4%	5%	5%	-0	-9%	7 388	7 237	+151	+2%	27%	26%	+1	+2%
	Rire & Chansons	6	8	-2	-26%	3%	2%	+0	+18%	317	336	-19	-6%	1%	1%	+0	+25%
	RTL 2	35	37	-2	-5%	3%	3%	+0	+1%	2 565	2 471	+94	+4%	6%	5%	+1	+13%
	Top Music	42	39	+3	+7%	5%	4%	+0	+5%	4 005	4 123	-119	-3%	14%	14%	-0	-3%
	Wit FM	69	73	-3	-4%	5%	7%	-1	-20%	8 309	8 002	+307	+4%	30%	30%	+0	+2%
Radios "adulte"	Cherie FM	25	25	+0	+0%	4%	4%	+0	+3%	2 777	2 543	+234	+9%	6%	5%	+1	+27%
	France Bleu	37	40	-4	-9%	2%	2%	-0	-2%	2 562	2 675	-113	-4%	12%	11%	+0	+3%
	MFM	21	15	+6	+38%	2%	2%	+0	+2%	1 580	1 340	+240	+18%	4%	3%	+1	+27%
	Nostalgie	16	12	+3	+27%	1%	1%	+0	+5%	1 024	888	+136	+15%	2%	2%	+0	+23%
	RFM	21	22	-1	-6%	2%	3%	-0	-9%	2 074	2 068	+6	+0%	5%	4%	+1	+15%
Radios généralistes	Europe 1	34	33	+2	+5%	4%	4%	-0	-5%	1 074	832	+242	+29%	5%	4%	+1	+29%
	France Inter	67	64	+3	+5%	1%	1%	+0	+6%	1 425	1 280	+146	+11%	11%	9%	+2	+20%
	RTL	65	63	+3	+4%	1%	1%	+0	+8%	1 438	1 358	+80	+6%	5%	3%	+2	+56%
	Sud Radio	39	55	-16	-30%	1%	1%	-0	-1%	1 791	2 464	-673	-27%	6%	7%	-1	-8%

*Entrée en play-list : Nouveauté qui cumule pour la première fois plus de 3 diffusions hebdomadaires sur une station

➔ Nombre de nouveautés startées

	Premières diffusions radio en MT				Premières entrées en programmation* en MT				Premières entrées en forte rotation** en MT			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
	Radio "jeune"											
Ado FM	26	18	+8	+46%	39	32	+7	+22%	34	31	3	+9%
Champagne FM	4	4	+1	+21%	13	5	+8	+152%	7	5	2	+50%
Contact FM	162	251	-89	-36%	56	58	-2	-4%	37	41	-3	-8%
Fun Radio	65	68	-3	-5%	17	15	+2	+12%	15	11	5	+45%
Hit West	11	9	+2	+26%	5	6	-1	-18%	2	2	-1	-25%
Kiss FM	2	2	-0	-13%	9	7	+2	+28%	8	5	4	+74%
NRJ	61	33	+28	+86%	15	17	-2	-12%	13	15	-2	-10%
Scoop	25	21	+4	+17%	8	9	-1	-14%	3	5	-2	-33%
Skyrock	487	486	+1	+0%	21	23	-2	-7%	13	12	0	+2%
Vibration	6	7	-1	-12%	12	13	-1	-4%	12	13	-1	-9%
Vitamine	53	14	+39	+289%	5	7	-3	-38%	5	8	-3	-37%
Voltage FM	3	5	-2	-44%	7	14	-7	-50%	8	9	-1	-12%
Radio "jeune-adulte"												
Alouette	6	12	-6	-49%	8	4	+4	+82%	6	6	0	+4%
Europe 2	24	43	-18	-43%	14	17	-3	-19%	14	17	-3	-18%
FIP	692	652	+40	+6%	89	80	+9	+11%	0	0	0	-
Le Mouv'	160	176	-16	-9%	15	23	-8	-35%	15	15	0	+0%
Oui FM	217	172	+45	+26%	28	30	-1	-4%	20	23	-3	-13%
Radio 6	32	34	-2	-5%	23	22	+1	+3%	12	9	3	+35%
Rire & Chansons	1	36	-35	-97%	0	1	-1	-75%	0	0	0	-
RTL 2	44	70	-26	-37%	12	10	+2	+17%	9	7	2	+29%
Top Music	4	13	-9	-71%	10	7	+3	+38%	7	10	-3	-26%
Wit FM	62	32	+30	+92%	10	5	+5	+105%	10	7	4	+54%
Radio "adulte"												
Cherie FM	5	16	-11	-68%	5	5	+0	+5%	7	6	1	+21%
France Bleu	24	45	-21	-47%	6	6	+0	+4%	8	7	1	+11%
MFM	2	2	+0	+20%	2	3	-0	-10%	1	1	0	-25%
Nostalgie	10	7	+3	+41%	9	8	+1	+12%	5	6	-1	-18%
RFM	4	3	+1	+15%	7	9	-2	-24%	9	7	2	+31%
Radio généralistes												
Europe 1	54	37	+17	+47%	7	7	-0	-4%	0	0	0	-
France Inter	755	765	-10	-1%	24	19	+5	+27%	0	0	0	-
RTL	296	322	-26	-8%	16	14	+2	+17%	0	0	0	-
Sud Radio	50	80	-30	-37%	9	11	-1	-12%	2	0	2	+700%

*Titres qui cumulent pour la 1ère fois 3 diffusions hebdomadaires pendant 2 semaines consécutives sur une station

**Titres qui cumulent pour la 1ère fois 12 diffusions hebdomadaires pendant 2 semaines consécutives sur une station

➔ Taux d'exclusivités* sur l'ensemble de la programmation trimestrielle

	Part des titres exclusifs en MT				Part des diffusions exclusives en MT			
	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage	Y 04	Y 03	04 vs 03	%tage
Radios "jeune"								
Ado FM	28.2%	20.9%	+7	+35%	16.8%	12.2%	+5	+38%
Champagne FM	3.6%	2.9%	+1	+24%	0.2%	0.2%	-0	-13%
Contact FM	51.6%	67.1%	-16	-23%	16.4%	28.8%	-12	-43%
Fun Radio	22.9%	23.6%	-1	-3%	2.6%	2.5%	+0	+3%
Hit West	9.4%	8.8%	+1	+6%	0.5%	0.7%	-0	-27%
Kiss FM	7.3%	4.0%	+3	+82%	0.8%	0.4%	+0	+81%
NRJ	30.1%	29.0%	+1	+4%	2.1%	2.1%	+0	+3%
Scoop	15.9%	14.6%	+1	+9%	1.3%	1.1%	+0	+14%
Skyrock	68.6%	73.0%	-4	-6%	14.2%	15.3%	-1	-7%
Vibration	2.8%	3.7%	-1	-24%	0.8%	1.2%	-0	-31%
Vitamine	47.4%	43.2%	+4	+10%	16.0%	14.4%	+2	+11%
Voltage FM	3.3%	4.8%	-2	-32%	0.3%	0.3%	-0	-20%
Radios "jeune-adulte"								
Alouette	10.0%	9.4%	+1	+6%	1.3%	1.2%	+0	+10%
Europe 2	12.1%	22.2%	-10	-46%	0.9%	2.2%	-1	-59%
FIP	77.8%	76.2%	+2	+2%	65.8%	63.8%	+2	+3%
Le Mouv'	44.7%	39.5%	+5	+13%	4.8%	6.8%	-2	-30%
Oui FM	41.6%	36.9%	+5	+13%	5.3%	6.1%	-1	-13%
Radio 6	24.9%	21.7%	+3	+15%	5.2%	5.9%	-1	-11%
Rire & Chansons	9.0%	14.2%	-5	-36%	2.6%	3.4%	-1	-22%
RTL 2	12.6%	18.5%	-6	-32%	0.9%	1.6%	-1	-41%
Top Music	3.6%	4.0%	-0	-9%	0.9%	0.7%	+0	+17%
Wit FM	16.2%	10.2%	+6	+59%	1.7%	1.1%	+1	+59%
Radios "adulte"								
Cherie FM	6.1%	7.5%	-1	-19%	2.3%	3.0%	-1	-23%
France Bleu	16.8%	17.1%	-0	-2%	4.0%	5.0%	-1	-19%
MFM	12.7%	8.5%	+4	+49%	3.7%	3.4%	+0	+9%
Nostalgie	18.4%	13.7%	+5	+34%	9.2%	6.2%	+3	+47%
RFM	7.1%	6.5%	+1	+9%	0.9%	0.7%	+0	+20%
Radios généralistes								
Europe 1	18.3%	18.2%	+0	+1%	9.5%	8.0%	+2	+19%
France Inter	59.5%	57.7%	+2	+3%	40.0%	38.4%	+2	+4%
RTL	41.3%	39.2%	+2	+6%	26.5%	24.8%	+2	+7%
Sud Radio	21.2%	25.1%	-4	-16%	8.9%	11.5%	-3	-22%

*Exclusivité: titre programmé par une seule des 31 stations du panel

→ Synthèse de l'année 2004 (moyennes trimestrielles) - Stratégies de programmation

Genre majoritaire		Nb de total de titres diffusés en MT	Nb de titres diffusés en MH	Nb d'artistes diffusés en MH	Part des nouveautés / total diffis	Part du top 40 / total diffis	Nb total de titres classés dans le top 40 en MT	Vie moyenne des titres classés en nb de semaines	Rotation moyenne d'un titre francophone en MH	Rotation moyenne d'un titre international en MH	Plus forte rotation hebdomadaire en MT	Nb de diffusions musicales en MH	
Radios "jeune"	Ado FM	Groove - 70,0%	414	242	149	63%	59%	111	9,6	16,5	7,6	99	2 185
	Champagne FM	Groove - 30,5%	776	334	258	86%	60%	93	9,1	9,7	6,2	62	2 351
	Contact FM	Dance - 61,6%	904	315	279	84%	51%	86	10,0	12,9	8,9	69	2 537
	Fun Radio	Groove - 54,4%	874	279	216	85%	70%	79	12,1	8,8	7,5	64	2 048
	Hit West	Pop rock - 32,1%	712	294	221	76%	56%	75	8,1	10,1	7,8	68	2 409
	Kiss FM	Variété française - 27,3%	954	511	333	73%	55%	80	10,9	7,4	3,7	51	2 277
	NRJ	Groove 33,2%	966	286	215	88%	68%	82	10,8	12,7	6,6	68	2 197
	Scoop	Groove - 27,4%	829	355	253	83%	64%	93	8,8	7,1	5,3	62	1 974
	Skyrock	Groove - 45,9 %	1 850	394	271	86%	73%	95	17,1	5,5	4,4	76	1 889
	Vibration	Pop rock - 30,6%	404	239	155	66%	63%	106	8,6	11,4	9,5	95	2 435
	Vitamine	Groove - 56,6%	1 384	480	294	66%	53%	73	12,1	7,1	4,1	60	2 219
	Voltage FM	Groove - 31,0%	559	276	182	65%	58%	124	9,8	11,1	8,2	107	2 363
Radios "jeune-adulte"	Alouette	Pop rock - 37,6%	844	431	303	72%	56%	75	10,7	8,0	4,9	67	2 393
	Europe 2	Pop rock - 64,5%	540	279	166	66%	57%	81	11,9	10,1	7,7	81	2 278
	FIP	Cla / Jaz / Bi - 28,3%	9 703	1 610	1 099	41%	8%	282	3,9	1,6	1,5	12	2 426
	Le Mouv'	Pop rock - 88,2%	1 313	395	237	66%	48%	82	13,5	6,1	6,2	53	2 377
	Oui FM	Pop rock - 91,2%	1 798	504	270	58%	45%	91	14,2	4,6	4,8	56	2 368
	Radio 6	Variété française - 35,1%	2 270	624	418	77%	42%	93	8,4	3,2	3,7	40	2 104
	Rire & Chansons	Pop rock - 85,6%	215	145	89	6%	42%	104	26,4	5,7	5,8	12	835
	RTL 2	Pop rock - 70,2%	1 126	531	260	31%	30%	93	15,7	5,4	3,9	35	2 261
	Top Music	Pop rock - 70,7%	906	518	259	44%	38%	81	12,3	5,3	4,1	45	2 281
	Wit FM	Pop rock - 35,7%	1 311	509	314	77%	55%	88	8,7	5,1	3,7	52	2 094
Radios "adulte"	Cherie FM	Variété française - 49,6%	557	425	209	26%	28%	131	17,8	5,8	5,0	35	2 279
	France Bleu	Variété française - 60,6%	2 116	826	452	35%	29%	81	11,9	2,2	1,7	27	1 640
	MFM	Variété française - 63,0%	1 015	686	320	12%	17%	157	15,2	3,6	3,5	27	2 439
	Nostalgie	Variété française - 51,7%	1 414	871	382	5%	14%	162	19,2	3,1	2,8	20	2 581
	RFM	Variété française - 43,1%	890	471	260	20%	25%	135	12,9	6,1	4,2	34	2 286
Radios généralist	Europe 1	Variété française - 44,2%	848	178	153	81%	44%	197	5,2	1,5	1,6	9	271
	France Inter	Pop rock - 32,8%	5 004	534	394	62%	20%	154	5,5	1,4	1,3	8	695
	RTL	Pop rock - 45,7%	5 266	771	503	41%	16%	186	4,1	1,3	1,2	9	956
	Sud Radio	Variété française - 32,7%	2 806	917	518	30%	27%	103	8,9	1,9	1,2	14	1 289

➔ Synthèse de l'année 2003 (moyennes trimestrielles) - Stratégies de programmation

	Genre majoritaire	Nb de total de titres diffusés en MT	Nb de titres diffusés en MH	Nb d'artistes diffusés en MH	Part des nouveautés / total diff	Part du top 40 / total diff	Nb total de titres classés dans le top 40 en MT	Vie moyenne des titres classés en nb de semaines	Rotation moyenne d'un titre francophone en MH	Rotation moyenne d'un titre international en MH	Plus forte rotation hebdomadaire en MT	Nb de diffusions musicales en MH	
Radios "jeune"	Ado FM	Groove - 61,0%	349	217	150	66%	61%	105	9,2	14,4	9,2	107	2 202
	Champagne FM	Groove - 26,5%	646	322	244	86%	59%	93	9,2	9,8	6,9	72	2 412
	Contact FM	Dance - 79,3%	1 246	388	347	79%	48%	94	8,7	9,0	8,3	67	2 502
	Fun Radio	Groove - 45,8%	945	288	230	85%	66%	78	11,8	8,5	6,8	60	1 966
	Hit West	Pop rock - 30,5%	820	386	285	75%	52%	84	11,3	7,5	5,7	65	2 303
	Kiss FM	Groove - 26,8%	806	412	293	76%	58%	87	9,3	9,5	4,6	57	2 273
	NRJ	Groove 27,0%	753	258	196	84%	64%	85	10,1	11,9	7,5	65	2 176
	Scoop	Groove - 23,8%	733	305	231	85%	65%	95	9,0	8,5	6,3	64	2 010
	Skyrock	Rap - 54,3 %	1 720	357	251	83%	72%	96	15,8	5,9	4,9	74	1 875
	Vibration	Pop rock - 30,5%	380	231	153	68%	63%	112	8,8	11,9	10,2	105	2 502
	Vitamine	Groove - 56,8%	1 052	412	288	70%	58%	83	10,0	6,8	4,8	61	2 117
Voltage FM	Groove - 38,3%	422	218	169	76%	61%	89	11,0	17,2	10,2	64	2 292	
Radios "jeune-adulte"	Alouette	Pop rock - 35,8%	873	457	318	72%	53%	81	10,0	7,1	4,5	57	2 368
	Europe 2	Pop rock - 60,3%	600	234	170	79%	62%	84	11,2	11,3	9,2	71	2 174
	FIP	Cla / Jaz / BI - 28,8%	9 612	1 585	1 099	39%	7%	290	4,3	1,6	1,5	10	2 378
	Le Mouv'	Pop rock - 85,8%	1 560	493	287	69%	44%	91	10,7	5,0	5,4	46	2 474
	Oui FM	Pop rock - 92,5%	1 859	547	273	60%	44%	97	12,3	4,6	4,4	55	2 328
	Radio 6	Variété française - 33,8%	2 144	660	462	74%	39%	101	8,1	3,1	3,6	39	2 134
	Rire & Chansons	Pop rock - 73,5%	350	174	103	15%	38%	122	18,7	4,4	5,3	17	866
	RTL 2	Pop rock - 68,8%	1 236	523	260	36%	32%	75	20,8	5,2	3,9	36	2 193
	Top Music	Pop rock - 67,3%	883	541	267	42%	38%	82	13,0	5,2	3,8	42	2 262
	Wit FM	Pop rock - 31,8%	1 133	527	341	75%	51%	91	8,4	4,7	3,5	37	2 067
Radios "adulte"	Cherie FM	Variété française - 50,8%	569	403	213	28%	27%	124	14,4	6,2	5,3	37	2 285
	France Bleu	Variété française - 65,5%	2 294	907	459	33%	27%	88	10,8	2,1	1,6	26	1 749
	MFM	Variété française - 64,0%	753	618	284	11%	16%	184	12,6	4,0	4,0	31	2 478
	Nostalgie	Variété française - 54,8%	1 173	745	315	5%	13%	179	12,8	3,6	3,7	20	2 703
	RFM	Variété française - 45,3%	865	517	263	21%	23%	139	13,7	5,5	3,8	34	2 276
Radios généralist	Europe 1	Variété française - 41,0%	718	158	138	83%	43%	141	7,0	1,6	1,7	8	257
	France Inter	Pop rock - 32,8%	5 089	548	416	62%	15%	161	5,2	1,4	1,3	8	706
	RTL	Pop rock - 46,3%	5 407	793	520	40%	13%	196	4,1	1,3	1,2	8	969
	Sud Radio	Pop rock - 36,0%	3 751	955	598	38%	21%	103	8,9	1,8	1,3	15	1 340

➔ Nomenclature des genres et sous-genres musicaux

Genres	Sous-Genres	Liste
	Chanson à Texte	Charles Aznavour, Henri Salvador, Miossec, Serge Gainsbourg, Bénébar
Variété Française	Ratimoine	Jacques Breil, Edith Piaf, Charles Trenet, Yves Montand, Charles Clément, Charles Trenet
	Rock' 60	Johnny Hallyday, Les chats sauvages, Les chaussettes noires, Richard Anthony, Antoine
	Variété	Jean-Jacques Goldman, Calogero, Garou, Florent Pagny, Céline Dion
Variété Internationale	New Age	Era, Vangelis, Craig Armstrong, Eric Serra, René Aubry
	Pop	George Michael, Manu Chao, Shakira, Madonna, Sting
	Variété	Seal, Éromazzotti, Norah Jones, Christina Aguilera, Phil Collins
	Ambiant	Energy 52, Hadouk Trio, Air, Grand Tourism, Enigma
	Big Beat	Fatboy Slim, Audio Bullys, Underworld, Babylon zoo, Pills
	Disco	Bea Gees, Boney M, Imagine Drag, The Gang, Abba
Dance	Electro	Madonna, Demon, I Monster, Scissor Sisters, Kraftwerk
	Garage	Bluestar, Missy Elliott, Daniel Bedingfield, Tutto Matto, Scumfrog
	Hardcore	Jones & Stephenson, External, Wintersun, Wyndell Long, Ignition Technician
	House	Syndicate Of Law, Danzel, David Guetta, Martin Solveig, Benny Benassi
	Jungle	Trick Dick, Ananda Shankar, Ed Ruffalo, Capt. Magnetic, Minus 8
	Latina-house	Ritmo-Dynamic, Lee Cabrera, Latin Lovers, Rob Mello feat. Cecile, Salome De Bahia
	Techno (trans - Goa - etc...)	Benny Benassi, Anaklein, Daft Punk, Dee Dee, Jaydee
	Variété	Underdog project, B Boys, Hermes House Band, Lorna, One*
	Alternatif	Mickey 3D, Louise Attaque, Noir Desir, Les Wampas, Marcel et son orchestre
Pop/Rock Francophone	Pop	Autour de Lucie, Dionysos, Raphaël et Jean-Louis Aubert, Les Rita Mitsouko, Luke
	Rock	Kyo, Indochine, Téléphone, Melissa auf der Maur, Louise Attaque
	Ballade	U2, Bryan Adams, Beatles, Coldplay, Bruce Springsteen
	Country	Tammy Wynette, Neil Young, Dixie Chicks, Johnny Cash, JJ Cale
	Electro	Radiohead, Goldfrapp, Moby, White Stripes, Archive
	Folk	Bonnie Tyler, Damien Rice, Cat Stevens, Joe Henry, Bob Dylan
	Fusion	Rage Against The Machine, Streets, Beastie Boys, Roots, Red Hot Chili Peppers
	Grunge, Noisy	Linkin park, Nirvana, Sum 41, Placebo, Stereophonics
	Hard Rock	AC/DC, Kiss, Metallica, Iron Maiden, Van Halen
	Hardcore, Trash	Marilyn Manson, Slaves on Dope, Silverchair, Souffly, Probot
Pop/Rock International	Industriel	Michel Colombier, Ratones, Rats, Laika
	New Wave	Talk Talk, Soft Cell, Cure, Depeche mode, New Order
	Pop	Dido, Shania Twain, No Doubt, Cranberries, Eagle Eye Cherry
	Punk	Offspring, Sex pistols, Blink 182, Green Day, Clash
	Rock	Muse, Rolling Stones, Evanescence, Placebo, White Stripes
	Rock' 50	Bill Haley & The Comets, Chuck Berry, Bobby Darin, Jerry Lee Lewis, Gene Vincent
	Rock' 60	Elvis Presley, Fats Domino, Little Richard, Chubby Checker, Eddie Cochran
	Rock' 70	Rolling Stones, John Lennon, Doors, Jimi Hendrix, Led Zepplin
	Rock' 80	Pollce, Queen, Eurythmics, Midnight Oil, INXS
	Rythm'n Blues	Ben Harper, Blues Brothers, Joe Cocker, Carlos Santana, Canned Heat
	Ska	Madness, Ska-P, Coral, Roy Paci & Aretuska, Toots & the Maytals
Trip Hop		Moby, Portishead, Björk, Massive Attack, Morcheeba
	Funk Standard	Kool & The Gang, Diana Ross, Earth Wind & Fire, George Benson, Whispers
	Modern' Soul	Alicia Keys, Seal, Macy Gray, Joss Stone, Keziah Jones
	New Jack	Groove Theory, R Kelly, Chico DeBarge, Bobby Brown, Bone Thugs-N-Harmony
	Pop	Blue, Britney Spears, Mylène Farmer, Jamiroquai, Cunnie Williams
	R'nB	Cornellie, Jamella, Tragedie, Beyoncé, Shaggy
	Soul Standard	Stevie Wonder, Barry White, Marvin Gaye, Aretha Franklin, Billy Paul
Groove	Variété	Kevin Lyttle, Tragedie, Singuila, Justin Timberlake, Craig David
	Funk Standard	Kool & The Gang, Diana Ross, Earth Wind & Fire, George Benson, Whispers
	Modern' Soul	Alicia Keys, Seal, Macy Gray, Joss Stone, Keziah Jones
	Pop	Blue, Britney Spears, Mylène Farmer, Jamiroquai, Cunnie Williams
	R'nB	Cornellie, Jamella, Tragedie, Beyoncé, Shaggy
	Soul Standard	Stevie Wonder, Barry White, Marvin Gaye, Aretha Franklin, Billy Paul
	Variété	Kevin Lyttle, Tragedie, Singuila, Justin Timberlake, Craig David
	Gangsta	Snoop Dogg, Dr Dre, 50 cent, 2Pac, NTM
	G-Funk	Warren G, Nate Dogg, Krupt, Notorious B.I.G., Shade Sheist
Rap	Hardcore	Eminem, Method Man, Busta Rhymes, Redman, Fat Joe, The Roots
	Hip Hop	Black Eyed Peas, Outkast, MC Solaar, Diam's, Busta Rhymes
	Pionnier	Sugarhill Gang, Grandmaster Flash, Mc Hammer, Public Enemy, Gary Byrd
	Variété	MC Solaar, Doc Gynéco, Nuttea, Arrested Development, Mangu
	World	Panjabi MC, Cheb Mami, Jacky & Ben-J, Bisso Na Bisso, Positive Black Soul
	Dance-Hall	Sean Paul, Wayne Wonder, Sugar Daddy, Elephant Man, Sizzla
Reggae	Dub	Dub syndicate, Zenzie, Le Peuple de l'Herbe, Gotan Project, Reggae Philharmonic Orchestra
	Raqa	Shaggy, Sugar Daddy, Sinsemilla, Zebda, Chaka Demus & Pliers
	Standards	Bob Marley, UB 40, Bernard Lavilliers, Burning Spear, Horace Andy
	Variété	Jimmy Cliff, Pierpoljak, Zebda, Yannick Noah, Big Mountain
	Afrique	Magic System, Johnny Clegg, Rokia Traoré, Salif Keita, Femi Kuti
	Celtic	Dan Ar Braz, Celtic Tales, Chieftains, Capercaille, Denez Prigent
World Music	Indou	Thierry "Tit" Robin, Ananda Shankar, Zakir Hussain, Bombay talkie, Ar Rahman
	Polyphonie	I Muvrini, Ensemble Clément Janequin, Polyphonies corses, Hugues de Courson, A Filetta
	Rai	Rachid Taha, Khaled, Cheb Mami, Natacha Atlas, Faudel
	Zouk	Zouk machine, Kassav, Dis Theure 2 zouk, Jocelyne Labyille et Cheela, Stal
	Blues Rock	Miles Davis, Louis Armstrong, Martin Denny, Bill Henderson, Beter Daze
Jazz	Acid Jazz	St Germain, Silicone Soul, Rubin Steiner, Us3, James Taylor Quartet
	Actuel	Franck Amsalleim, Sylvain Luc, John Pizzarelli, Hadouk Trio, Cassandra Wilson
	Jazz Standard	Louis Armstrong, George Benson, Ray Charles, Dave Brubeck, Stacey Kent
Blues	Gospel	Edwin Hawkins Singers, Blind Boys of Alabama, Eric Bibb, Nina Simone, Staple Singers
	Standards	Oscar Benton, Muddy Waters, John Lee Hooker, Corey Harris, Jean-Jacques Milteau
Classique		Saint Preux, Herbert von Karajan, Thierry Mutin, Plácido Domingo, Sir Neville Marriner