

U4B-CIM TD B6

M. Ray GALLON

ray.gallon@univ-montp3.fr

L'art Radiophonique

L'Audimat

Copyright © 2002, 2004; 2005-6 Ray Gallon

Site du cours : www.culturecom.net/upv/radioart

L'Audimat - quelques définitions

- **Audimat** : nom générique pour désigner toutes les mesures d'audience de la radio et / ou la télévision. Audimat a été le nom précis d'une étude d'audience de la télévision par un panel de téléspectateurs équipés jusqu'en 1988, aujourd'hui rebaptisé Médiamat.
- **Audimétrie** : technique de collecte d'information sur l'attitude des auditeurs face à un programme. L'audimétrie foyer enregistre l'état du téléviseur, alors que l'audimétrie individuelle recueille l'attitude des personnes. La radio utilise uniquement l'audimétrie individuelle.

L'audimétrie peut être active - l'interviewé actionne un bouton poussoir pour signaler sa présence - ou passive - l'enregistrement des attitudes est automatique.

Nota : Dans le cas foyer, un téléviseur allumé que personne ne regarde compte comme une famille entière devant la télévision.

L'Audimat - quelques définitions

- **Audience** : ensemble des personnes potentiellement exposées à un message, c'est-à-dire tous les auditeurs d'un programme.
- **Audience cumulée** : nombre ou pourcentage de personnes ayant eu au moins un contact avec la radio mesurée quelle qu'en soit la durée. L'audience cumulée ne tient pas compte de la durée d'écoute, c'est un indicateur du volume d'audience d'une radio.
- **Audience moyenne** : découpage des taux d'audience par tranche très fine pour la radio (et la télévision). C'est la moyenne arithmétique des audiences par démographique ou autres critères calculée tout au long de l'émission.

L'Audimat - quelques définitions pour les annonceurs

- **Audience utile** : pour un annonceur, c'est la partie de l'audience générale qui correspond à sa cible de communication (utilisée dans le calcul du GRP).
- **GRP (*Gross Rating Point*)** : pour les annonceurs, l'audience utile multipliée par la fréquence. Permet de comparer la puissance de plusieurs plans média avec des supports différents. C'est l'indicateur de base de la pression publicitaire d'un plan média, il est calculé avant la campagne et pour contrôle après.

L'audimat - méthodologies

- Toutes les systèmes d'estimation de l'écoute dépendent d'une échantillon supposée d'être représentative du public dans la région mesurée.
- Dans les grandes agglomérations l'échantillon peut arriver à 0,02% de la population. Dans les villes moyennes elle est plus grande.

L'audimat - méthodologies

- **Audimétrie** - enregistrement par télécommande ou boîtier installé chez l'auditeur, actif ou passif / automatique.
- **Journal** - L'écoute de la radio est journalisée par l'auditeur dans un agenda fourni pour cet objectif.
- **Sondage téléphonique** - interview téléphonique pour déterminer les habitudes d'écoute de l'auditeur.

Audimat :

Problèmes liés aux méthodologies

- L'audimétrie passive et automatique est peu pratique pour la radio et prend en compte uniquement l'état du poste et non de l'attention de l'auditeur.
- L'audimétrie active devient un jeu - ce qui peut produire des faux résultats.
- Les journaux dépendent de la fiabilité de l'auditeur. S'il ne le remplit pendant l'écoute, il y a possibilité de failles faute de mémoire.
- Les sondages téléphoniques aussi sont aptes à produire des réponses fausses dues aux erreurs de mémoire ou à l'envie de donner la « bonne réponse ».

Audimat :

Problèmes liés aux échantillons

- Exemple réel : Arbitron, New York. La société de médiamétrie Arbitron utilise le système de journaux.
- L'agglomération new-yorkaise comprend 17 million d'auditeurs potentiels, partagés parmi 150 radios différentes (FM et OM confondues).
- L'échantillon (fin des années 80) a été de 3000 journaux enregistrant les habitudes d'écoute pendant une période de 2 semaines chaque trimestre.

Audimat :

Problèmes liés aux échantillons

- Selon les sondages Arbitron, WNYC-FM avait une audience cumulée de 500 000 personnes par semaine, ce qui la positionne au milieu par rapport aux chiffres des autres radio de la ville.
- Ces chiffres ont été extrapolés de mentions dans 150 parmi les 3000 journaux.
- Quand on commence à découper les tranches horaires, on arrive par fois d'estimer l'écoute à travers seulement 5 mentions (la nuit, par exemple).

Audimat :

Problèmes liés aux échantillons

Que passe-t-il si un parmi les cinq auditeurs est **insomniaque** et il écoute la radio **toute la nuit** chaque nuit pendant la période du sondage ?

Pensez-vous qu'il existe une calculatrice mathématique suffisamment fine pour évaluer **de manière fiable** les habitudes de **17 million** de personnes (ou même 500 000) à partir de **5 personnes « représentatives »** ?

Audimat : à quoi ça sert ?

- Si l'on peut supposer que les sociétés de médiamétrie sont relativement rigoureux dans leurs études (!) l'audimat peut servir pour montrer les **tendances** d'écoute (augmentant ou diminuant) **avec le temps** (plusieurs trimestres).
- Du point de vu d'un programmeur, ça sert surtout **d'éliminer** des émissions « de faible écoute ».
- L'audimat ne peut **jamais** répondre à la question, « **et si l'on faisait ceci ?** »