

## Communiqué de presse

### L'audience de la RSR en 2007

#### **Les quatre programmes de la RSR toujours en tête Les nouvelles émissions de La 1<sup>ère</sup> s'imposent**

**En 2007, les quatre programmes de la Radio Suisse Romande occupent les quatre premières places du paysage radiophonique romand. La 1<sup>ère</sup> reste de très loin le programme préféré des Romands, puisqu'ils sont en moyenne 548'000 à l'écouter tous les jours. Les nouvelles émissions, introduites en septembre, contribuent à ce succès.**

**Couleur 3 progresse légèrement dans un marché difficile, tandis qu'Espace 2 et Option Musique maintiennent leur audience.**

**Du côté d'internet, les premiers résultats comparatifs disponibles montrent que le site [rsr.ch](http://rsr.ch) n'a aucune concurrence dans le domaine de la radio.**

**105'000 Romands, soit 10,4 % de la population connectée, visitent le site en un mois. L'écoute de la radio via internet progresse rapidement, tant le «live» que le téléchargement.**

#### **Audience**

##### **La 1<sup>ère</sup> : succès des nouvelles émissions**

Les nouvelles émissions, introduites dans la grille en septembre 2007, réalisent d'excellentes performances. Les résultats partiels du dernier trimestre 2007 sont donc en forte progression, et compensent des résultats annuels qui sont globalement en léger recul (-1,1% en parts de marché à 39,3%, et -1,1 également en pénétration, à 37,2%).

Avec «Médialogues», qui analyse tous les matins les médias et leur fonctionnement, «Rien n'est joué», émission d'interviews et de reportages, «A première vue», émission de grands entretiens, ainsi que l'émission scientifique «Impatience», diffusée tous les après-midis, le pari d'introduire des émissions exigeantes à des heures de grande écoute semble en passe d'être gagné.

Tout au long de l'année, la rédaction de la RSR a exploré de nombreuses pistes pour informer sur les enjeux des élections fédérales et présenter les candidats, mariant souvent antenne et internet. Cette activité a contribué à drainer le public de l'une vers l'autre.

##### **Couleur 3 progresse dans un marché difficile**

Le programme jeune de la Radio Suisse Romande a légèrement progressé en 2007, tant en nombre d'auditeurs (+0,9%, à 10%) qu'en parts de marché (+0,4%, à 4,8%). Ce résultat est particulièrement réjouissant, dans un contexte général où la durée d'écoute des jeunes est globalement en baisse.

Pour retenir ce public jeune, qui a un comportement à l'égard des médias très différent de celui de ses aînés, Couleur 3 s'investit dans le multimédia. Ainsi, l'opération Couleur Terre, réalisée à la veille de Noël, a constitué une expérience très intéressante, puisque le programme diffusé à l'antenne était complété par une diffusion en vidéo et par un site internet dédié. La vidéo a été demandée plus de 46'000 fois, tandis que le trafic sur les pages internet de Couleur 3 a augmenté de quelque 30% durant cette période.

### **Option Musique et Espace 2 maintiennent leurs positions**

Avec ses 214'000 auditeurs et ses 9% de parts de marché, Option Musique reste la première chaîne musicale de Suisse romande.

L'audience de la chaîne culturelle Espace 2 se maintient à un bon niveau, compte tenu des exigences du programme, avec ses 89'000 auditeurs quotidiens et ses 3,6% de parts de marché.

### **Internet, l'indispensable complément à l'antenne**

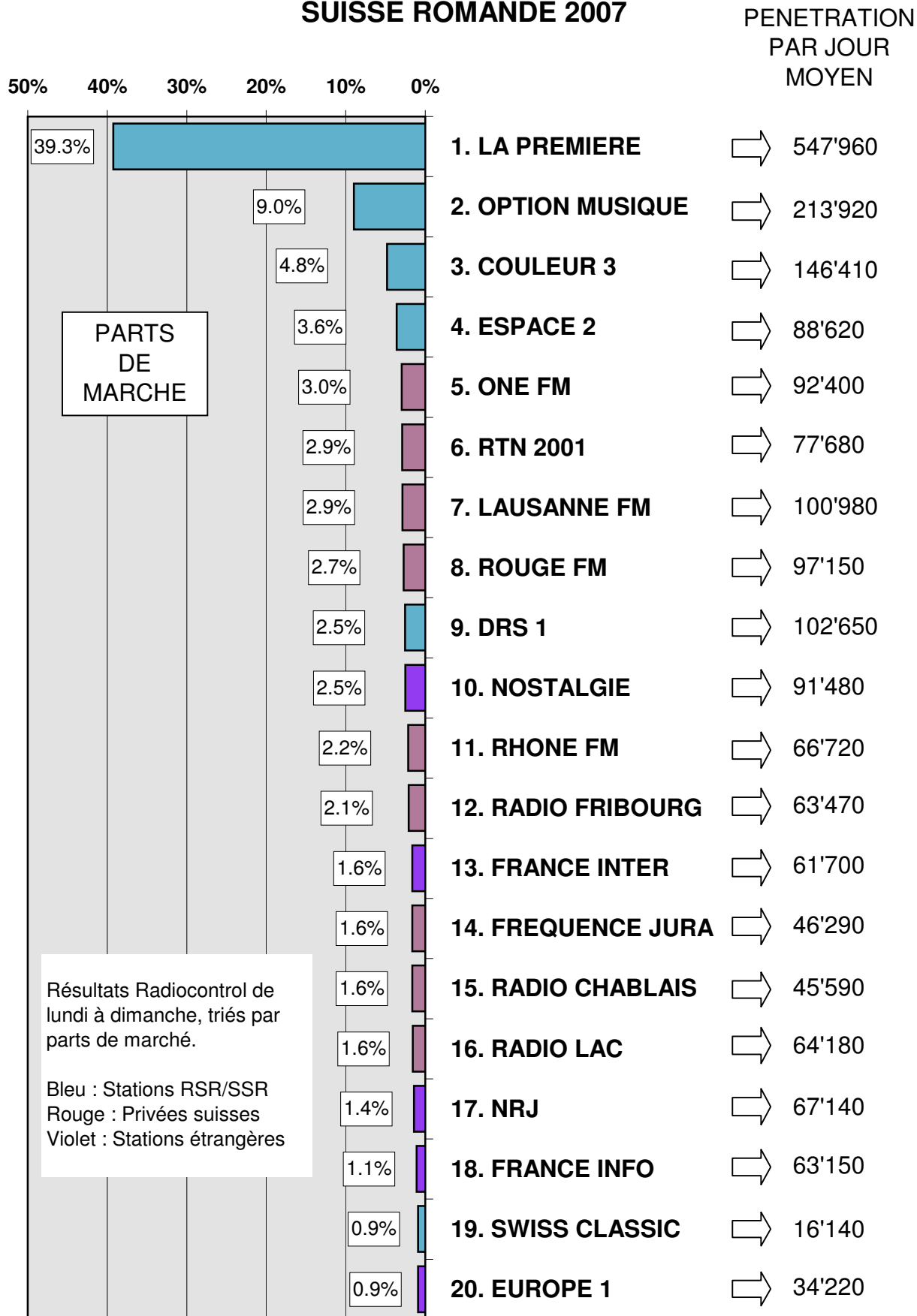
A l'échelle romande, 10,4% de la population connectée a visité le site [rsr.ch](http://rsr.ch) un mois moyen en 2007. Plus globalement, les outils d'analyse du trafic mis en place à l'échelle nationale indiquent que le site internet [rsr.ch](http://rsr.ch) compte entre 1,6 millions et 2,4 millions de pages vues mensuelles, et entre 510'000 et 790'000 visites par mois. Il faut y ajouter une moyenne mensuelle de 670'000 «clics» sur les programmes de la RSR diffusés en direct («streaming live»), 640'000 sur des émissions en différé (radio à la carte) et 330'000 sur des podcasts (téléchargement).

La complémentarité entre la diffusion par les moyens traditionnels et l'internet se manifeste régulièrement. Ainsi, lors de l'élection du Conseil fédéral, le 12 décembre dernier, le nombre de «clics» sur le «streaming live» de La 1<sup>ère</sup> a été multiplié par 10, passant d'une moyenne de 7'500 par jour à plus de 76'000.

Dans un domaine très différent, Espace 2 poursuit sa politique de mise à disposition légale et gratuite de concerts en téléchargement. Après «l'opération Mozart» en 2006 (136'000 téléchargements de concerts OSR), les concerts de la Schubertiade d'Espace 2 ont généré 7'700 téléchargements et les éliminatoires du Concours Clara Haskil, quelque 7'600.

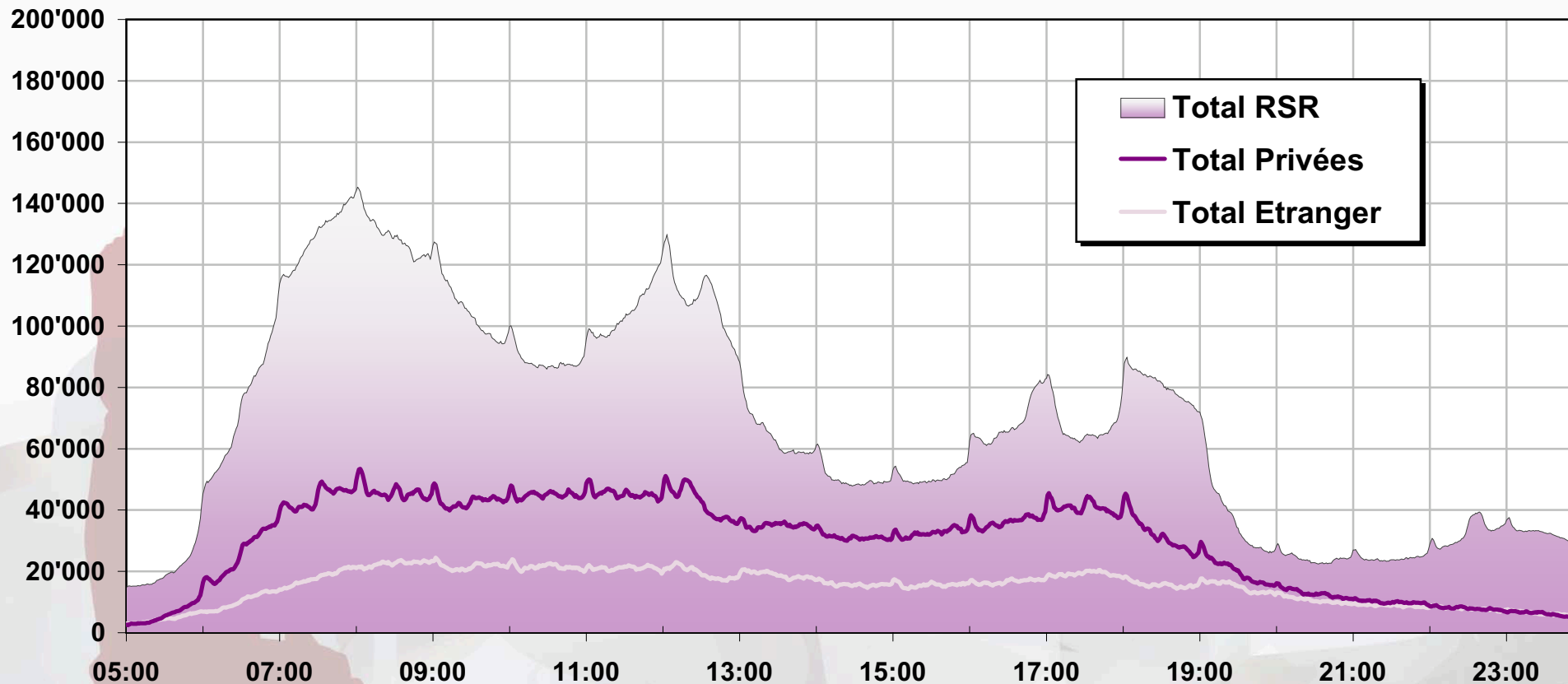
Contact :  
Blaise Duc  
Communication et Audience RSR  
[blaise.duc@rsr.ch](mailto:blaise.duc@rsr.ch)  
021 / 318 18 55

## 20 PREMIERES STATIONS DE RADIO SUISSE ROMANDE 2007



Parts de marché : Rapport entre le volume d'écoute d'un programme et celui de l'ensemble des programmes.  
Pénétration : pourcentage de personnes différentes ayant écouté la station de radio au moins une minute

**COMPARAISON PENETRATIONS  
PAR GROUPES DE STATIONS  
ANNEE 2007 LU - DI**



Les programmes de la RSR sont en tête quel que soit le moment de la journée.

## Le site rsr.ch en Suisse romande

Le tableau suivant indique la proportion de la population romande utilisant internet qui s'est connectée au site lors d'un mois moyen.

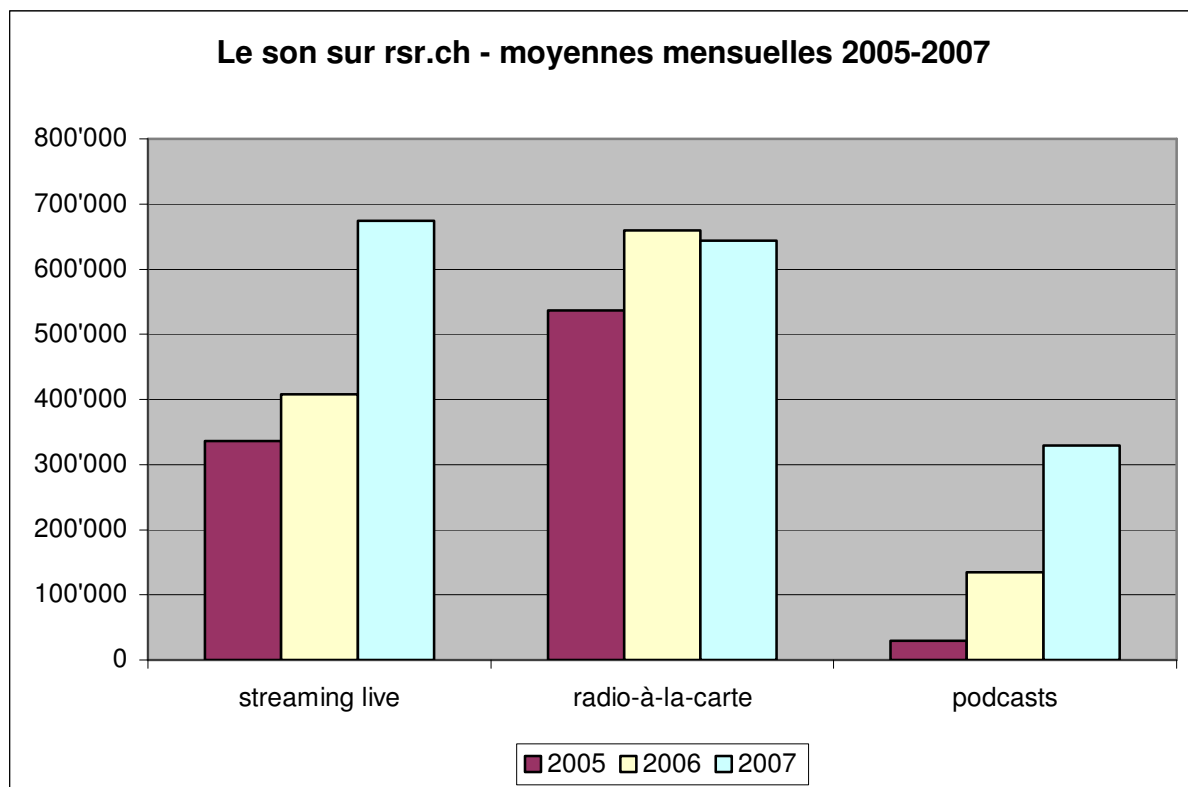
Source : enquête en ligne Net-Matrix-Profile, vague 2/2007

Tous les sites participant à l'enquête.

### Le site rsr.ch en Suisse romande

	Pénétration mensuelle en Suisse romande %	mille
<b>Total</b>	100.00	1009
Bluwin (UUpM)	37.80	381
Tsr.ch (UUpM)	26.40	266
search.ch (UUpM)	21.40	216
Le Matin (UUpM)	13.20	133
<b>Rsr.ch (UUpM)</b>	<b>10.40</b>	<b>105</b>
Edicom (UUpM)	9.80	99
Tribune de Genève (UUpM)	9.40	95
24heures.ch (UUpM)	9.00	90
20minuten.ch (UUpM)	8.80	89
bleublog.ch (UUpM)	8.70	88
LE TEMPS (UUpM)	7.50	76
homegate.ch (UUpM)	6.90	70
teletext.ch (UUpM)	5.40	54
Swissfriends (UUpM)	4.50	45
Comparis (UUpM)	4.10	41
Le Nouvelliste (UUpM)	2.90	29
NZZ Online (UUpM)	2.10	21
sf.tv (UUpM)	2.00	20
Blick Online (UUpM)	1.90	19
espace.ch (UUpM)	0.90	9
tagesanzeiger.ch (UUpM)	0.90	9
Drs.ch (UUpM)	0.60	6
CASH.CH (UUpM)	0.50	5
Rtsi.ch (UUpM)	0.50	6
Radio Swiss Pop (UUpM)	0.40	4
Lautundspitz (UUpM)	0.30	3
heute-online.ch (UUpM)	0.20	2
Radio Swiss Classic (UUpM)	0.20	2
Radio Swiss Jazz (UUpM)	0.20	2
schweizer-illustrierte.ch (UUpM)	0.20	2
4-4-2.com (UUpM)	0.10	1
annabelle.ch (UUpM)	0.10	1
azonline.ch (UUpM)	0.10	1
Beobachter (UUpM)	0.10	1
Digital Postcard (UUpM)	0.10	1
fuw.ch (UUpM)	0.10	1
PartnerWinner.ch (UUpM)	0.10	1
singles.ch (UUpM)	0.10	1
sonntagszeitung.ch (UUpM)	0.10	1
telezueri.ch (UUpM)	0.10	1
Weltwoche (UUpM)	0.10	1
Energy Zürich (UUpM)	0.00	0
goodday.ch (UUpM)	0.00	0
radio24.ch (UUpM)	0.00	0

## Le son sur rsr.ch

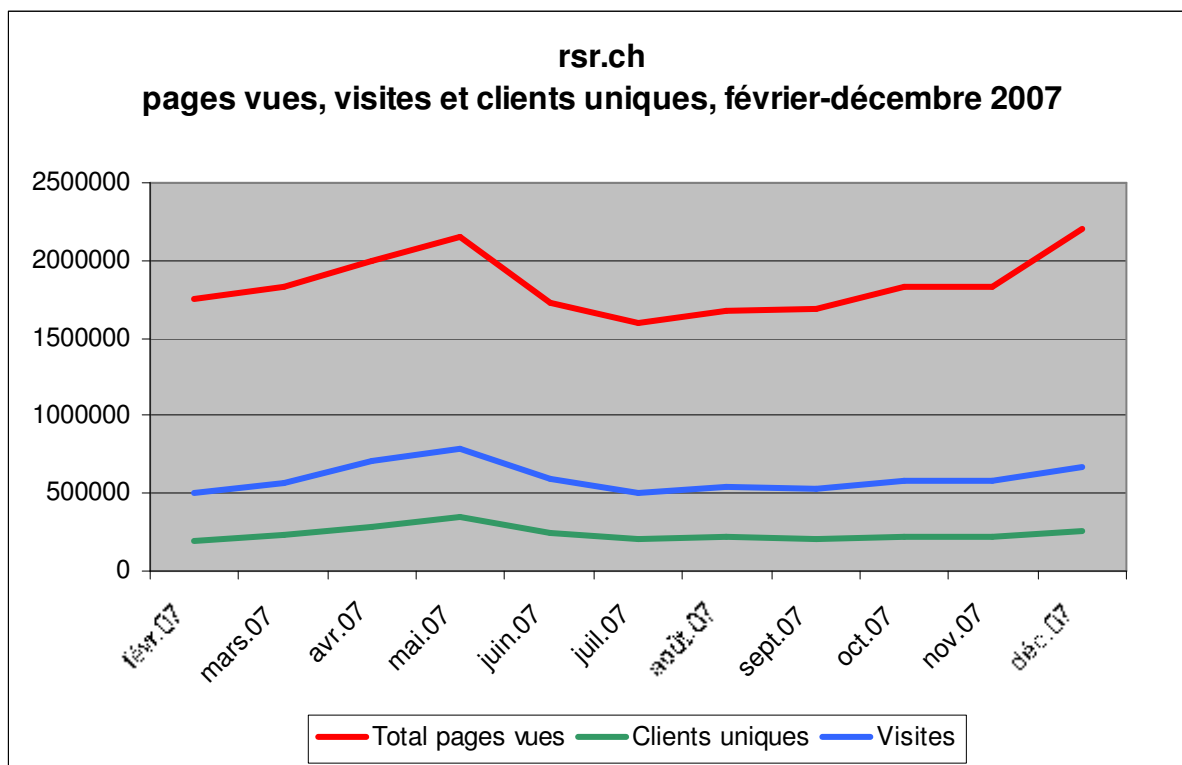


Source : Analyse Webtrends des logs RSR

Streaming live et radio-à-la-carte : nombre de «clics»

Podcasts : nombre de téléchargements

## Pages vues, visites et clients uniques



Série disponible depuis octobre 2006, mais un changement de structure du site est intervenue en janvier 2007. Source: analyse des tags Net-Matrix-Audit du site rsr.ch.

On observe en avril et mai l'effet des élections présidentielles françaises et en décembre, celui des élections au Conseil fédéral.

# Définitions

## Audience radio

### Pénétration

Nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant écouté une station de radio au cours d'une période donnée quelle que soit la durée de leur écoute (1% = 14'718 auditeurs selon les derniers chiffres disponibles).

### Part de marché

Exprimé en pourcentage, rapport entre le volume d'écoute d'un programme déterminé et le volume d'écoute de tous les programmes.

## Internet rsr.ch

### «Clics»

Nombre de sons en streaming, en direct ou différé, demandés sur le site internet rsr.ch

### Pages vues

Affichage d'une page conséquente à une action de l'utilisateur.

### UupM

«Unique user per Month» (Utilisateurs uniques par mois). Estimation statistique du nombre de personnes qui, un mois moyen, ont visité au moins une fois le site internet rsr.ch. Utilisé dans Net-Metrix-Profile.

### Visites

Nombre total de connexions d'ordinateurs, un mois donné, sur le site internet rsr.ch.

### Clients uniques

Nombre d'ordinateurs différents qui se sont connectés, un mois donné, sur le site internet.ch.

## Mais encore

### Net-Metrix

<http://www.net-metrix.ch/>

La recherche internet en Suisse, avec les résultats publiés de «Net-Metrix-Audit» (consommation brute des 171 sites internet participant à l'enquête) et «Net-Metrix-Profile» (pénétration en Suisse romande des 44 sites internet participant à l'enquête).