



CIM RAM*

Jan-Jun 2020

Méthodologie



CIM – Centre d'Information sur les Médias
Avenue Herrmann Debroux 46 - 1160 Bruxelles
Tél. : 32 2 661 31 50 - Fax: 32 2 661 31 69
E-mail : info@cim.be
URL : <http://www.cim.be>

Table des matières

MOT DE LA PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION TECHNIQUE RADIO	5
2 PRÉAMBULE.....	7
2.1 LE CIM, SES DIFFÉRENTES INSTANCES ET SES COLLABORATEURS.....	9
2.2 L'ÉTUDE RADIO	10
2.3 L'INSTITUT	11
3 DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	12
3.1 SCHÉMAS DE DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	12
3.2 INTERVIEWS.....	14
3.2.1 Sélection des adresses.....	14
3.2.2 Détermination des adresses	14
3.2.3 Procédure de contact	14
3.2.4 Enquête face-à-face	17
3.2.5 Recrutement CATI RDD.....	18
Résultat du recrutement	20
3.3 TERRAIN « CARNET D'ÉCOUTE »	23
3.3.1 Périodes couvertes	23
3.3.2 Utilisation du carnet d'écoute.....	24
3.3.3 Carnet d'écoute papier.....	24
3.3.4 Nouveau carnet « online » (e-diary).....	30
3.3.5 Carnet « online » : www.cimradio.be	30
3.4 LES RELANCES TÉLÉPHONIQUES/ POSTALES/ PAR SMS/ PAR MAILS	36
3.5 TAUX DE RETOUR DES CARNETS.....	37
4 VÉRIFICATION DES CARNETS ET VALIDATION.....	37
4.1 VÉRIFICATION DES CARNETS	37
4.2 RÈGLES DE VALIDATION	38
4.3 NOMBRE DE CARNETS REJETÉS.....	38
4.4 PROFIL DES CARNETS RETOURNÉS	38
5 ASCRPTION : PRINCIPES ET RÉSULTATS.....	39
5.1 TECHNIQUE DE L'ASCRPTION (OU IMPUTATION)	39
5.2 ASCRPTION DÉTAILLÉE	39
5.3 RÉSULTATS DE L'ASCRPTION POUR LA VAGUE JANVIER-JUIN 2020	40
6 ECHANTILLON	41
6.1 PROFIL DE L'ÉCHANTILLON AVANT REDRESSEMENT	41
6.2 REDRESSEMENT DE L'ÉCHANTILLON.....	41
6.2.1 Principes du redressement effectué	41
6.2.2 Résultats du redressement	46
6.2.3 Calcul des bornes des classes sociales.....	46
6.2.4 Calcul des bornes Heavy-Medium-Light	48
6.3 PROFIL DE L'ÉCHANTILLON APRÈS REDRESSEMENT	49
7 TABLEAUX RECAPITULATIFS.....	49
7.1 NATIONAL.....	50
7.2 NORD	52
7.3 SUD.....	54
7.4 INTERVIEWS SPLIT FACE-TO-FACE / ONLINE	56
8 CONTRÔLES DE L'ÉTUDE.....	57



8.1	RÔLE DE LA COMMISSION TECHNIQUE.....	57
8.2	RÔLE DE LA STRUCTURE PERMANENTE	57
9	EXPLOITATION ET MISE À DISPOSITION DES DONNÉES	58
9.1	ANALYSE DES AUDIENCES	58
9.2	MEDIA-PLANNING	58
9.3	RÈGLES DE PUBLICATIONS.....	58
9.4	FICHIERS DES DONNÉES INDIVIDUELLES	59
10	LES INTERVALLES DE CONFIANCE	59
	ANNEXE 1: QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT (CAPI) VAGUE JAN-JUIN 2020	61
	ANNEXE 2 : GUIDE POUR LA RELANCE TÉLÉPHONIQUE.....	92
	ANNEXE 3 : LISTE DES REGROUPEMENTS.....	93
	ANNEXE 4 : CODEBOOK DE PUBLICATION.....	102
	ANNEXE 5 : BORNES HML	104
	ANNEXE 6 : QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT RDD	107



Mot de la Présidente de la Commission Technique Radio

La crise COVID qui a bouleversé nos vies n'a pas été sans impacter les études et la mesure de la radio. Presque du jour au lendemain, mi-mars, la commission technique s'est vue confrontée à l'impossibilité de réaliser les interviews en face-à-face qui constituent la base de l'étude depuis 2005 et qui représentent 70% de l'étude CIM RAM dans sa forme actuelle.

Un terrain d'une telle ampleur et aux standards de qualité aussi élevés que ceux du terrain CIM RAM ne se déplace pas aisément. Jusqu'ici, chacune des transformations de l'étude a découlé d'un processus de réflexion de plusieurs mois, un délai dont nous ne disposons cette fois pas.

En quelques semaines, il a fallu mettre sur pied un dispositif nouveau permettant de continuer à mesurer la consommation radio. La solution retenue et déployée à partir des 1ers jours de mai jusqu'à la fin juin est celle d'un recrutement téléphonique, assuré par Ipsos, soit un nouvel institut, suivi d'une interview online assurée par GFK. Ce nouveau terrain a couru en parallèle des 30% de terrain online qui ont, quant à eux, pu se poursuivre relativement normalement.

Le nouveau terrain téléphonique fait appel à une solution RDD qui permet de ne pas se limiter aux lignes téléphoniques fixes et de toucher également les répondants mobiles. Il utilise également une seconde innovation : un carnet d'écoute mobile, en préparation depuis de nombreux mois, dont le lancement s'est vu accéléré.

Le processus a permis d'aboutir à la publication d'une vague d'analyse et d'une vague de media planning répondants aux standards de qualité CIM, bien qu'amputées de la période de confinement strict (de mi-mars à fin avril). La vague d'analyse couvre 4 mois de terrain, soit la période allant de janvier à mi-mars combinée à la période mai-juin. La vague de media planning, quant à elle, couvre 12 mois comme à l'habitude, soit la période allant de mai 2019 à mi-mars 2020, combinée à la période mai-juin 2020.

Les mois de juillet-août ont été consacrés à l'analyse du dispositif et à la préparation d'un nouveau terrain « corona-proof » pour la rentrée. Il n'y aura donc pas cette année de publication couvrant les mois d'été ; il faudra attendre les résultats de la rentrée.

Je remercie la structure permanente du CIM, les membres de la Commission Technique, GFK et IPSOS pour le temps consacré à cette étude et je vous souhaite une bonne lecture.

Stéphanie Piret
Présidente de la Commission Technique CIM Radio



2 Préambule

En raison de la crise sanitaire liée au coronavirus, le recrutement, habituellement basé sur la combinaison de deux sources de recrutement (70% face-à-face, 30% online) a dû être interrompu à partir de la mi-mars. Il n'y a pas eu de recrutement du 16 mars au 30 avril.

A partir du 01 mai, une nouvelle méthode de recrutement par téléphone mobile (via RDD - random digit dialing) a été démarrée. Cette nouvelle méthode de recrutement permet de continuer la mesure en remplaçant (complètement ou partiellement) le recrutement face-à-face, en fonction de la situation sanitaire. En mai et juin, la combinaison de recrutement a donc été 70% RDD, 30% online. Exceptionnellement, la partie RDD du recrutement a été réalisée par IPSOS.

La vague Janvier-Juin 2020 est la treizième vague du contrat d'étude d'audience radio "tactique", lancé par le CIM pour la période 2018-2020. Sa réalisation a été confiée à GfK Belgium autant pour la partie terrain de l'étude que pour les traitements informatiques. Ce contrat prévoit la réalisation d'un terrain continu de 24.000 enquêtes par an avec des publications tous les deux mois.

L'univers de référence est constitué de l'ensemble des individus âgés de 12 ans et plus résidant en Belgique. L'univers Nord est constitué des provinces de Flandre Occidentale, de Flandre Orientale, d'Anvers, du Limbourg, le Brabant Flamand hors Bruxelles New CIM et par les personnes domiciliées dans Bruxelles New CIM déclarant le néerlandais comme langue usuelle. L'univers Sud est constitué des provinces de Hainaut, de Liège, de Namur et du Luxembourg, le Brabant Wallon hors Bruxelles New CIM et par les personnes domiciliées dans Bruxelles New CIM déclarant le français comme langue usuelle.

La philosophie de l'étude est d'être mono-source, reposant sur un carnet d'écoute d'une semaine (8 jours pour le répondant) sur un échantillon de ± 8.000 interviews par vague publiée.

Le recrutement face-à-face des répondants est effectué par un enquêteur au domicile des répondants, sur base d'un tirage aléatoire. La tâche de l'enquêteur est de :

- Contacter les adresses sur sa feuille de route.
- Sélectionner la personne à interroger au moyen d'une application de sélection.
- Convaincre la personne sélectionnée de participer à l'étude.
- Pour les individus acceptant de participer, remplir le questionnaire sur les habitudes d'écoute et les données relatives à leur écoute radio (audience totale, et audience hebdomadaire).
- Expliquer le remplissage du carnet, remplir avec eux le premier jour (soit l'écoute radio de la veille) et leur laisser le carnet d'écoute à la fin de l'enquête.
- Recueillir les renseignements socio-démographiques relatifs à la personne interrogée,
- Transmettre ces renseignements à GfK Belgium.

Le recrutement online est effectué par l'invitation de panélistes de l'online access panel de GfK ou de SSI à participer à l'étude. Les individus acceptant de participer remplissent eux même une version online du questionnaire avec

- les questions sur les habitudes d'écoute et les données relatives à leur écoute radio (audience totale, et audience hebdomadaire).
- les répondants reçoivent ensuite une explication (textuelle et vidéo) sur le remplissage du carnet et sont invités à remplir leur premier jour d'écoute.
- Ils renseignent leurs données socio-démographiques à la fin de l'enquête.
- Ils reçoivent ensuite un lien personnel vers leur carnet d'écoute online.

Le recrutement téléphonique est effectué via RDD (random digit dialing) sur une base de données de numéro mobiles. La tâche du recruteur est de :

- Contacter les numéros pulsés (formés automatiquement par le dialer). Chaque numéro est appelé un maximum de 5 fois.
- Poser des questions de préselection à la personne qui répond et lui demander de participer à l'étude

Les individus acceptant de participer reçoivent par mail un lien vers le questionnaire en ligne. De la même manière que les répondants recrutés via l'online access panel, les répondants remplissent eux-même le questionnaire avec :

- les habitudes d'écoute et les données relatives à leur écoute radio (audience totale et audience hebdomadaire)
- ils reçoivent ensuite une explication (textuelle et vidéo) sur le remplissage du carnet et sont invités à remplir leur premier jour d'écoute
- Ils renseignent leurs données socio-démographique à la fin de l'enquête.
- Ils reçoivent ensuite un lien personnel vers leur carnet d'écoute online

Les 7 jours suivants du carnet sont à remplir par l'interviewé lui-même soit en version papier, soit en version online (les répondants recrutés online ainsi que ceux recrutés téléphoniquement remplissent toujours la version online), Le carnet papier complété doit encore être renvoyé par la poste par le répondant.

Pour les individus qui ne renvoient pas leur carnet, l'information des jours suivant l'interview est reconstituée par ascription.

La vague Janvier-Juin 2020 s'est déroulée de la manière suivante :

- le recrutement : du mercredi 01 janvier 2020 au mardi 30 juin 2020
- le remplissage du carnet : du mardi 31 décembre 2019 au dimanche 12 juillet 2020
- retour des carnets d'écoute : les carnets de cette vague ont été acceptés jusqu'au mercredi 15 juillet 2020.

Le chiffre final s'établit à 8.886 interviews, avec 8.005 auditeurs radios (après validation des carnets et ascription) et 5.560 carnets remplis (après validation des carnets). L'objectif de retour était de 5.440 carnets (50% Sud, 50% Nord).



2.1 Le CIM, ses différentes instances et ses collaborateurs

Né en 1971 de la fusion de l'OFADI (premier organisme d'authentification de la diffusion de titres de presse en Belgique) et du CEBSP (premier organisme belge de mesure d'audience), le CIM est une association ayant pour objectif la fourniture de chiffres de référence pour le marché publicitaire belge. Les données récoltées par le CIM sont avant tout destinées à ses membres qui cofinancent les études. Certains résultats sont toutefois disponibles pour le grand public. Ceux-ci sont publiés sur le site du CIM : www.cim.be

Les membres du CIM se composent d'annonceurs, d'intermédiaires (agences de publicité et agences média), et de médias. Ces membres sont réunis en Assemblée Générale où les voix sont réparties entre les différentes associations professionnelles du secteur et les membres individuels de telle sorte que tous les intérêts en présence sur le marché publicitaire soient équitablement représentés.



2.2 L'étude Radio

La présente méthodologie concerne exclusivement l'étude CIM Radio. Cette étude est pilotée depuis 2002 par la Commission Technique Radio, composée actuellement des membres suivants :

Présidente : Stéphanie Piret (OMG)

Membres de la Structure Permanente :

Stef Peeters

Michaël Debels

Mélusine Naômé

Membres de la Commission :

Stefan Delaeter (VAR)

Marco Marini (IP)

Pierre Portugaels (RTBF-RMB)

Isabel Sanchez (MMS Communications Belgium)

Jo Snoeckx (Medialaan)

Nathalie Vanderlinden (Wavemaker)

Ferre Vandervreken (VRT)



2.3 L'institut

La réalisation de l'étude est effectuée depuis 2005 par GfK Belgium, Rue Arnould Nobel 42, 3000 Leuven.

3 Déroulement de l'enquête

3.1 Schémas de déroulement de l'enquête

Les schémas ci-dessous détaillent la suite d'opérations réalisées pour l'étude radio.

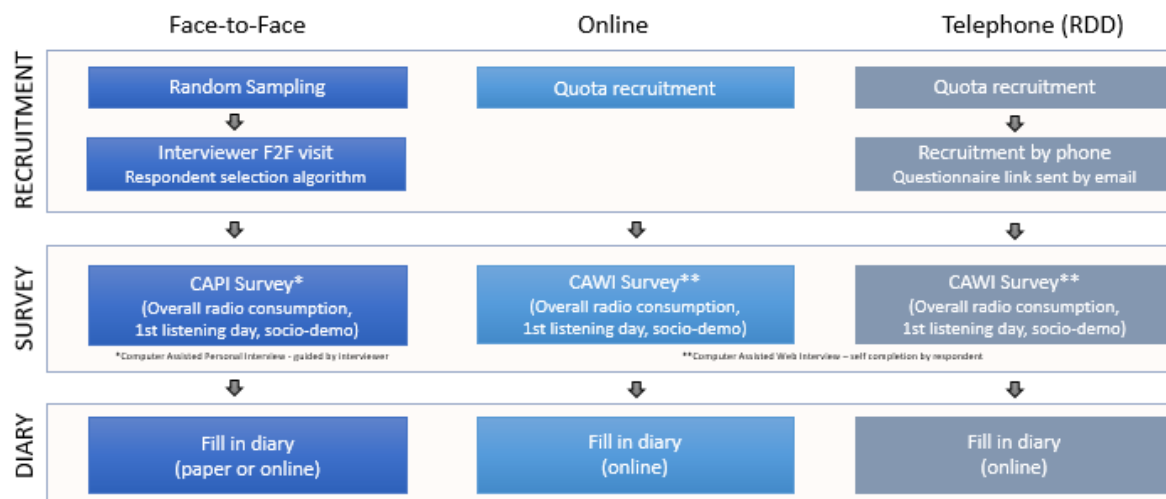


Figure 1 : Le processus de recrutement et de recueil des données

Pour la partie face-à-face, le processus de recueil des données démarre avec le tirage aléatoire d'un échantillon d'adresses à partir d'une liste reprenant l'ensemble des adresses résidentielles belges.

Les enquêteurs se rendent chez le répondant pour lui proposer de participer à l'étude CIM Radio. En cas d'acceptation de l'interview, l'enquêteur va :

- donner des informations sur l'étude
- interroger le répondant sur ses habitudes d'écoute
- accompagner le répondant pour le remplissage du premier jour du carnet (audience veille)
- inviter le répondant à tenir le carnet à jour pendant une semaine.
- enregistrer les données socio-démographiques du répondant dans le système CAPI.

Pour la partie online, les répondants sont recrutés, sur base de quotas, via les panels online de GfK, et SSI. Les répondants reçoivent une invitation par mail ou via le portail d'enquêtes pour participer à l'étude. En cas d'acceptation, le répondant :

- répond lui-même aux questions sur ses habitudes d'écoute
- reçoit des instructions (textes et vidéo) sur la façon de remplir le carnet
- remplit le premier jour d'écoute
- reçoit une invitation à continuer à remplir son carnet pour les 7 jours suivants
- renseigne ses données socio-démographiques.

Après l'interview, c'est au répondant de remplir le carnet d'écoute pendant les sept jours suivant. Pour cela, il a le choix entre une version papier et un carnet via Internet (les répondants recrutés online remplissent toujours le carnet via internet). Le carnet rempli est renvoyé chez GfK Belgium, soit par la poste, via une enveloppe laissée lors de l'interview pour la version papier, ou via une procédure automatisée de confirmation pour les carnets d'écoute Web.

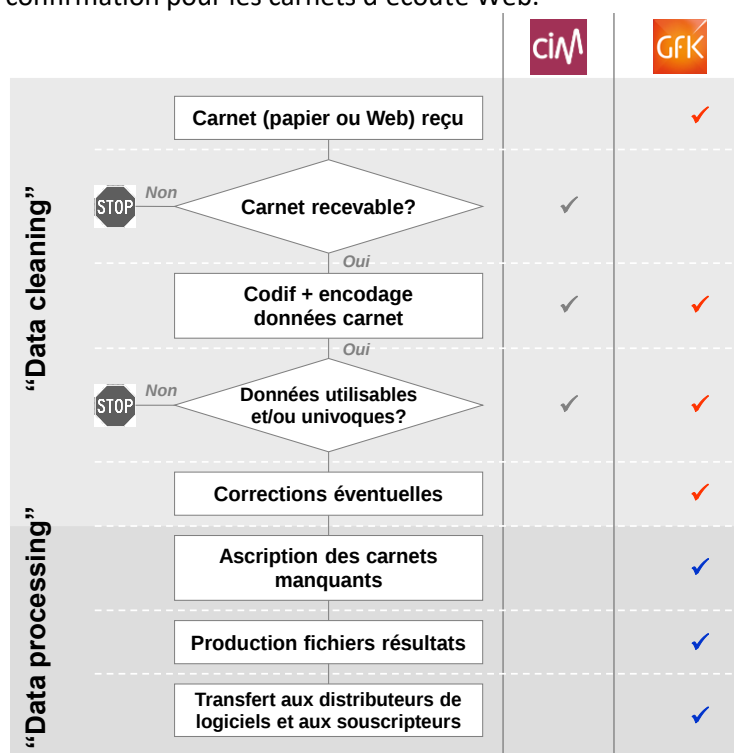


Figure 2 : Le processus de traitement des données depuis la réception du carnet jusqu'à la publication des résultats

Le traitement des données commence à la réception du carnet rempli (par poste ou par internet). En premier lieu, on contrôle la validité de chaque carnet (voir « vérification des carnets et validation »). Lorsqu'un carnet est conforme aux exigences de qualité, son contenu est encodé. L'opération est encadrée par un codebook élaboré par le CIM dont le contenu a été approuvé par la Commission Technique. En cas de difficulté d'identification d'une radio, on fait appel à l'expertise du CIM. Les carnets complètement encodés sont ensuite transférés pour traitement. Ce traitement comprend des tests de cohérence.

3.2 Interviews

3.2.1 Sélection des adresses

La répartition des interviews sur l'ensemble du territoire belge répond toujours à un premier critère géographique. À chaque arrondissement (il y en a 43 en Belgique), sera attribué un nombre d'interviews à réaliser, proportionnel au nombre de personnes âgées de 12 ans et qui y habitent.

Ce total sera ensuite réparti, par arrondissement, en groupes de 1 interviews par points de chute pour Bruxelles 19 et 4 interviews par point de chute pour les autres arrondissements. Le nombre de points de chute nécessaires sera ainsi déterminé pour chaque arrondissement.

Dans un deuxième temps, les points de chute de chacun des arrondissements seront attribués au hasard à certains quartiers INS ou à des conglomérats de quartiers INS constitués selon la méthode ci-dessous. Chaque arrondissement est composé de différentes communes, lesquelles se divisent à leur tour en quartiers. Un fichier de l'Institut National de Statistique regroupe tous les quartiers (et donc les noms des rues qui les composent) assortis de leur densité de population. C'est ce fichier qui permettra de déterminer, par point de chute, le quartier où l'enquêteur doit travailler. Pour tous les quartiers INS de moins de 150 habitations, l'Institut composera des nouveaux quartiers assez grands afin de ne pas devoir exclure des quartiers INS de trop petite taille. Ces nouveaux quartiers seront composés en regroupant le quartier trop petit avec les quartiers voisins en supprimant le dernier (ou les deux ou trois etc. derniers) chiffre du code quartier (composé de 4 chiffres).

Cette attribution se fera de façon systématique (par intervalles), sur base de la liste des quartiers INS, rangés aléatoirement. Le nombre total d'habitants de l'arrondissement et le nombre de points de chute à tirer étant connus, le rapport entre les deux informations détermine l'intervalle de tirage.

3.2.2 Détermination des adresses

L'étape suivante dans la procédure d'échantillonnage consistera en un tirage aléatoire d'adresses au sein de chacun des quartiers sélectionnés. Par point de chute, on tirera entre 16 et 24 adresses pour réaliser le nombre d'enquêtes par point de chute. Le nombre d'adresse exact (de 16 à 24, 6 à Bruxelles) dépend d'une estimation de la difficulté de recrutement, basée sur l'historique de l'étude radio sur le nombre de contacts nécessaires pour réaliser une enquête.

Ces adresses constituent une feuille de route par point de chute.

Chaque adresse sur une feuille de route donnera lieu à la génération d'un numéro unique, utilisé comme clef de référence pour l'ensemble des fichiers de contrôles générés ultérieurement (voir infra).

3.2.3 Procédure de contact

Pour chaque groupe de 1 (Bruxelles) ou 4 enquêtes, l'enquêteur devra visiter au moins 3 fois chaque adresse de la feuille de route. L'ordre dans lequel l'enquêteur visite ces adresses n'a pas d'importance étant donné que chaque adresse doit être visitée.

Ces feuilles de routes ne mentionnent que des adresses, sans informations sur la personne à interroger.

En cas de contact à une adresse, la procédure de sélection de la personne à interroger est la suivante :

- L'enquêteur demande à la personne de contact (qui a ouvert la porte) de renseigner la composition du ménage et d'indiquer quelles personnes sont présentes au domicile.
- L'enquêteur encode la composition détaillée dans une application disponible sur son smartphone.
- Cette application comprend un algorithme de sélection qui va déterminer quelle personne du ménage doit être interrogée. Cet algorithme va définir pour chaque individu une probabilité d'être sélectionné. Cette probabilité tient compte : de la présence de la personne au moment de l'enquête, des profils déjà interrogés dans les enquêtes déjà réalisées, de la difficulté de recrutement de certains profils. Une fois ces probabilités définies, l'algorithme sélectionne aléatoirement la personne à interroger.

L'enquêteur pourra réaliser son premier contact tout au long de la journée, n'importe quel jour de la semaine. Par contre des quotas ont été fixés quant au nombre de contacts et d'interviews à réaliser en semaine après 17h ou le week-end, et ce en vue d'assurer suffisamment de contacts avec des actifs. Ainsi, 55% des premiers contacts et 60% des interviews doivent être réalisés en semaine après 17h ou le week-end. Un des deux premiers contact à une même adresse doit toujours être fait après 17h ou le week-end.

Un objectif par jour et par semaine doit également être respecté. Par conséquent, le nombre d'interviews réalisées chaque jour doit correspondre à 14,3% de l'objectif défini pour la semaine. Ces quotas doivent être respectés durant chaque vague tant au Nord qu'au Sud du pays. La Commission Technique a cependant assoupli cette règle de répartition dans un cas. Lors des enquêtes effectuées le lundi, l'enquêteur peut interroger le répondant sur l'un ou l'autre jour du week-end en ce qui concerne le jour d'écoute de la veille (voir point 3.3.1). Cet assouplissement permet de faire face aux difficultés rencontrées par les enquêteurs pour réaliser des enquêtes le dimanche.

Un contact téléphonique est autorisé si l'enquêteur a pu se procurer un numéro de téléphone dans le cadre de sa première visite sur place. Le contact téléphonique ne peut être utilisé que pour fixer un rendez-vous.

Le CIM autorise également l'enquêteur, lors d'une première visite infructueuse (personne au domicile), à laisser un courrier informant le répondant potentiel de ses intentions et de sa volonté de venir revisiter son domicile.

Quand la personne désignée est présente et accepte l'interview, celle-ci peut avoir lieu directement ou à un autre moment choisi par la personne à interroger. De même, si la personne désignée est absente, l'enquêteur peut prendre rendez-vous. Lorsque la personne sollicitée refuse l'interview, l'enquêteur passera à une autre adresse de la feuille de route.

Le CIM s'oppose formellement à toute forme de recrutement préalable à la première visite et dissocié de l'interview proprement dite (téléphonique, courrier, visite d'un autre enquêteur, etc.).

Les enquêteurs appelés à travailler dans New Brussels CIM sont bilingues français-néerlandais. Un enquêteur bilingue amené à travailler dans d'autres provinces, ne peut le faire qu'à la condition que la langue parlée dans la province corresponde à sa langue maternelle.

Chaque enquêteur travaillant dans New Brussels CIM pose la question relative à la langue usuelle de la personne interrogée tout au début de son interview. Il réalise l'interview dans cette langue, si elle



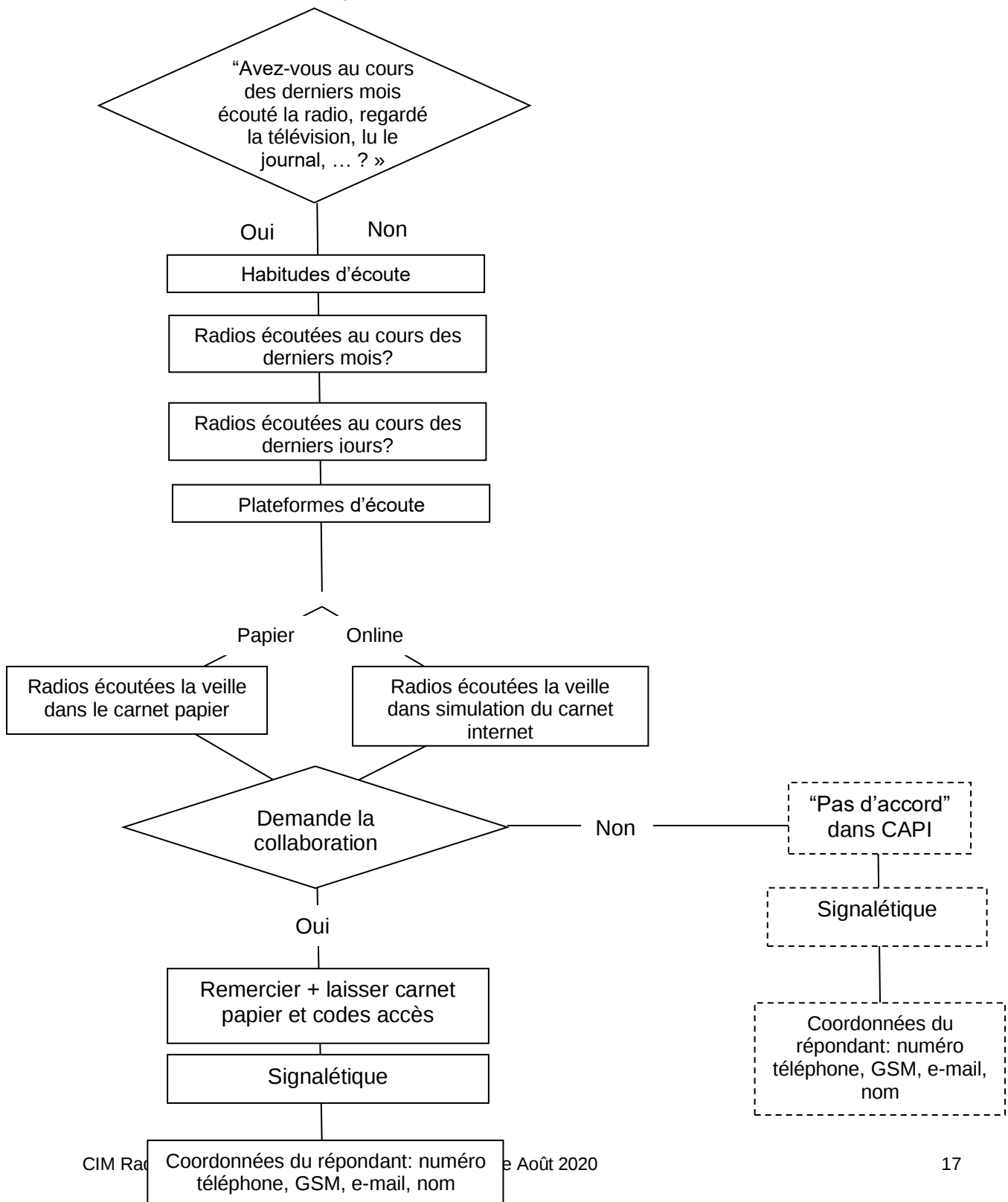
est le FR ou le NL. S'il s'agit d'une autre langue, il réalise l'interview dans celle des deux que l'interviewé a choisie.

3.2.4 Enquête face-à-face

Pour les répondants recrutés en face-à-face, l'enquête est réalisée sur base d'un programme CAPI (Computer Assisted Personal Interview). L'enquêteur pose lui-même les questions au répondant.

Pour les répondants recrutés en ligne, l'enquête est réalisée en mode CAWI (Computer Assisted Web Interview). Le répondant remplit lui-même le questionnaire en ligne.

Figure 3 : Déroulement de l'enquête



L'interview comporte les éléments suivants :

- une question introductive sur la consommation des grands médias ;
- des questions sur l'équipement télévisuel des ménages
- l'écoute de la radio, pendant au moins 10 minutes, au cours des derniers mois;
- les stations de radio écoutées, pendant au moins 10 minutes, au cours des derniers mois;
- les stations de radio écoutées, pendant au moins 10 minutes, au cours des 7 derniers jours précédant l'interview;
- les 3 stations de radio les plus écoutées au cours des 7 derniers jours précédant l'interview;
- des questions sur les plates-formes d'écoutes via lesquelles le répondant écoute habituellement la radio
- l'écoute de la veille par quart d'heure, par station et par lieu d'écoute (10 minutes au moins par quart d'heure et si plusieurs stations dans un quart d'heure, la station écoutée le plus longtemps) ;
- Les habitudes d'écoute, notamment la fréquence d'écoute, sur une semaine moyenne ou samedi/dimanche, pour des tranches horaires déterminées ;
- les renseignements socio-démographiques.

Le détail du questionnaire est disponible en annexe 1.

Après l'enquête, c'est au répondant sélectionné de remplir le carnet et :

- à le renvoyer chez GfK Belgium, après 7 jours de remplissage, au moyen d'une enveloppe « Port payé par le destinataire » s'il a rempli le carnet papier.
- A valider son carnet rempli s'il a rempli le carnet online.

Les répondants face-à-face qui renvoient leur carnet ont l'occasion de remporter un bon d'achat de 50 ou 100 euros, une enceinte Sonos one, une machine à café Nespresso ou un bon-cadeau Bongo d'une valeur de 300 euros.

Les répondants face-à-face 12-24 qui renvoient leur carnet correctement rempli reçoivent également un bon de 5€ via SMS.

Pour les répondants online, la participation à l'enquête radio suit le schéma habituel de rémunération de l'online access panel auquel ils appartiennent (points de participation cumulable et échangeable contre des prix au choix du répondant).

3.2.5 Recrutement CATI RDD

Suite à la situation sanitaire liée au coronavirus, un nouveau mode de recrutement a été introduit sur le terrain à partir de mai 2020 : le recrutement CATI RDD (random digit dialing). En fonction de l'évolution de cette situation, il remplace tout ou en partie le recrutement Face-à-face.

Lors de la période mai-juin 2020, le recrutement CATI RDD a complètement remplacé le recrutement Face-à-face (l'envoi d'enquêteur sur le terrain n'étant pas possible).

Set-up

- Sur base de numéros de téléphone mobiles formés aléatoirement, des recruteurs, via un set-up « CATI@home » recrutent des participants pour remplir le questionnaire en ligne.
- Le RDD se fait majoritairement sur des numéros mobiles. Cependant afin de pouvoir cibler et des populations plus spécifiques (par exemple une province ou un profil linguistique) les appels sur mobiles sont complétés par des appels sur des lignes fixes
- Il n'y a pas de procédure de sélection comme en face à face : c'est la personne qui répond au téléphone qui est recrutée. Le détail du questionnaire de recrutement se trouve en annexe 6.

- Les répondants sont recrutés selon des quotas basé sur le sexe, l'âge et la province. Lors du terrain, il est apparu que le RDD recrutait trop de classes sociales plus élevées. Des quota supplémentaire ont été ajoutés en cours de terrain pour la combinaison éducation x profession.
- Les recrutements RDD se font entre 14h-17h et entre 17h-21h
- Une procédure de recalls et de reminders est également mise en place pour les répondants qui ont accepté de participer mais qui n'ont pas encore rempli le questionnaire en ligne.
- Le recrutement pour la période mai-juin 2020 a été réalisé par IPSOS. GfK est resté en charge des reminders concernant le remplissage du carnet en ligne et du traitement des données.

Funnel de conversion

Sur les 8.915 personnes recrutées via RDD (qui ont accepté de participer à l'enquête), 29% ont effectivement rempli le questionnaire.

Conversion funnel				
	Théorie	National	Nord	Sud
Base	11.429	12.240	5.836	6.404
Recruited for Online intake interview	8.000	8.915	4.271	4.644
Started Online (Total)	4.961	6.314	3.189	3.125
Online complete (Total)	2.800	2.615	1.358	1.257
% acceptation (recruited/base)	70%	73%	73%	73%
% online started (qu. Started.recruited)	62%	71%	75%	67%
% total completions (completed/recruited)	35%	29%	32%	27%
% total completions (completed/base)	25%	21%	23%	20%

Résultat du recrutement

Pour la vague Janvier-Juin 2020, 13.029 contacts face-à-face ont été réalisés. La répartition des contacts s'est établie comme suit:

Résultat des contacts	Terrain Jan-Jun 2020
N=	
Nombre de contacts réalisés	13.029
Adresse inexistante	2,2
Personne à la maison	38,7
Personne ne peut pas être interrogée (maladie, incapacité)	0,0
Refus ¹	24,3
Enquête	27,3
Rendez-vous	1,1
Problème linguistique	0,9
Travaille dans un des secteurs suivants: études de marché, Journalisme, Media	0,1
Pas en mesure de participer	5,4

¹Un refus s'applique également à un refus de la part des parents de la PI.

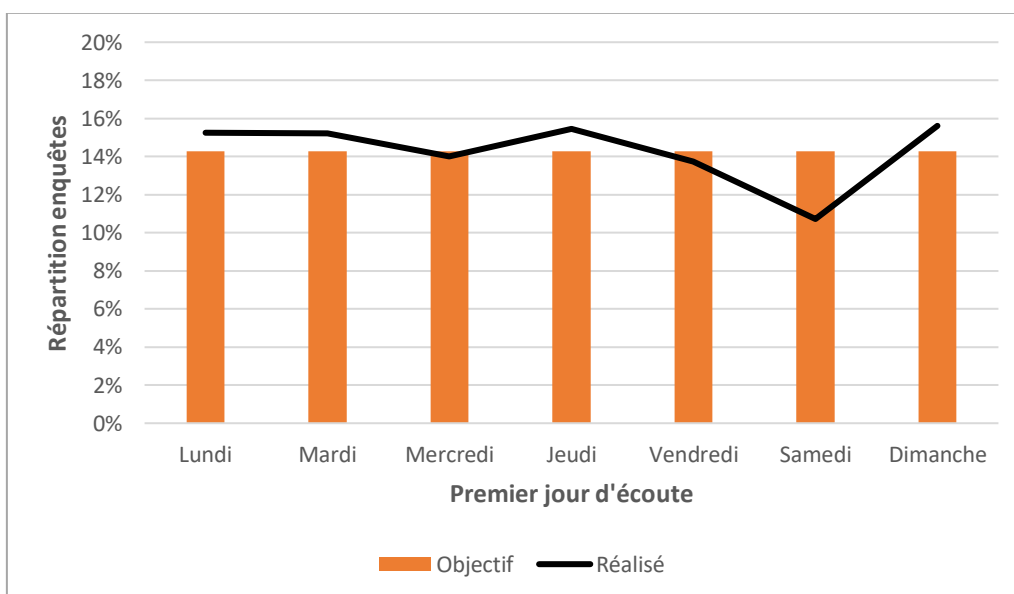
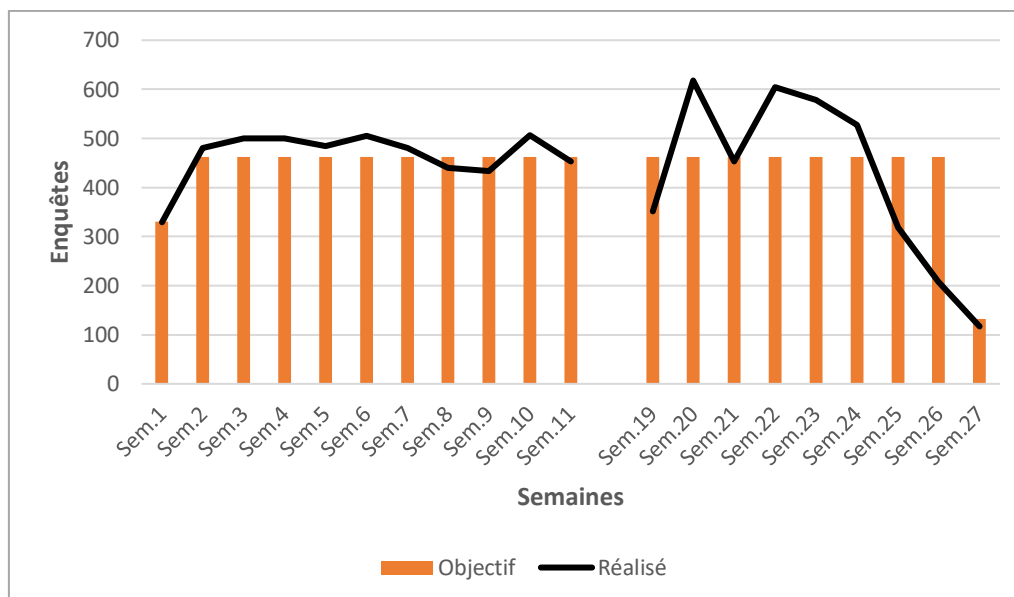
Par rapport aux quotas fixés quant au nombre de contacts/interviews à réaliser après 17h ou le week end (mentionnés ci-dessus, p.11), la répartition des enquêtes a été la suivante :

		Interviews		Premier contact	
		Avant 17.00	Après 17.00 + weekend	Avant 17.00	Après 17.00 + weekend
Total	3.563	50,9%	49,1%	49,6%	50,4%
Nord	1.738	46,8%	53,2%	47,9%	52,1%
Sud	1.825	54,7%	45,3%	51,1%	48,9%
Flandre	1.642	46,1%	53,9%	47,3%	52,7%
Wallonie	1.364	58,7%	41,3%	52,7%	47,3%
Bruxelles	557	45,8%	54,2%	46,5%	53,5%

Pour rappel, le recrutement s'est déroulé du mercredi 01 janvier 2020 au mardi 7 juillet 2020. Le nombre final d'interviews conservées pour le traitement s'élève à 8.886 dont 3.563 interviews en F2F. Pour ces 3.563 interviews, 13.029 contacts ont été nécessaires, ce qui revient à 0,27 interviews par contact.

Numéro semaine	Dates	Nombre contacts	Nombre d'enquêtes F2F	Enquêtes online RDD	Enquêtes par contact	Enquêtes online panel	Auditeurs	Non-auditeurs
1	01/01-05/01	793	239	0	0,30	90	286	43
2	06/01-12/01	1.360	361	0	0,27	119	425	55
3	13/01-19/01	1.374	339	0	0,25	161	438	62
4	20/01-26/01	1.322	348	0	0,26	152	428	72
5	27/01-02/02	1.145	332	0	0,29	152	415	69
6	03/02-09/02	1.151	342	0	0,30	163	438	67
7	10/02-16/02	1.266	338	0	0,27	142	425	55
8	17/02-23/02	1.277	321	0	0,25	119	374	66
9	24/02-01/03	951	312	0	0,33	121	367	66
10	02/03-08/03	1.460	335	0	0,23	172	436	71
11	09/03-15/03	930	296	0	0,32	157	392	61
19	04/05-10/05	0	0	176	0	175	300	51
20	11/05-17/05	0	0	465	0	153	550	68
21	18/05-24/05	0	0	324	0	129	403	50
22	25/05-31/05	0	0	450	0	154	531	73
23	01/06-07/06	0	0	401	0	177	521	57
24	08/06-14/06	0	0	400	0	127	479	48
25	15/06-21/06	0	0	194	0	125	299	20
26	22/06-28/06	0	0	134	0	74	185	23
27	29/06-07/07	0	0	65	0	52	112	5
Total		13.029	3.563	2.609	0,27	2.714	7.804	1.082
							88%	12%

Le nombre net de 8.886 interviews a été réalisé sur une période de 4 mois. La répartition des enquêtes dans le temps s'est déroulée comme suit :



3.3 Terrain « carnet d'écoute »

3.3.1 Périodes couvertes

Le tableau ci-dessous détaille le calendrier précis du terrain « face-à-face », avec chaque fois le nombre d'interviews, le nombre d'exemplaires retournés y correspondant, et le taux de retour par semaine.

Numéro de semaine	Dates	Nombre enquêtes	Nombre carnets retournés	Taux de retour
1	01/01-05/01	329	241	73%
2	06/01-12/01	480	351	73%
3	13/01-19/01	500	356	71%
4	20/01-26/01	500	363	73%
5	27/01-02/02	484	339	70%
6	03/02-09/02	505	334	66%
7	10/02-16/02	480	331	69%
8	17/02-23/02	440	301	68%
9	24/02-01/03	433	267	62%
10	02/03-08/03	507	345	68%
11	09/03-15/03	453	236	52%
19	04/05-10/05	351	253	72%
20	11/05-17/05	618	332	54%
21	18/05-24/05	453	258	57%
22	25/05-31/05	604	340	56%
23	01/06-07/06	578	334	58%
24	08/06-14/06	527	284	54%
25	15/06-21/06	319	187	59%
26	22/06-28/06	208	111	53%
27	29/06-07/07	117	66	56%
Total		8.886	5.629	63%

Au cours d'une semaine, les interviews ont lieu du lundi au dimanche, le carnet commençant la veille de l'interview.

Par exemple : le dernier jour de la semaine 2 étant le dimanche 12 janvier 2020 pour l'interview face-à-face, le carnet porte sur l'écoute de la veille (soit le samedi 11 janvier), Le dernier jour couvert par ce carnet est donc le vendredi 17 janvier (date de début du carnet + 7 jours).

3.3.2 Utilisation du carnet d'écoute

Les informations rassemblées sont les suivantes:

- radios écoutées parfois : « au moins 10 minutes au cours des derniers mois »
- radios écoutées au cours de la semaine écoulée : “ au moins 10 minutes au cours de la semaine écoulée”
- l'écoute radio par quart d'heure et par radio au cours de la semaine d'interview (période correspondant au carnet d'écoute)

Au cours de l'entretien, l'enquêteur demande au répondant s'il préfère remplir un carnet d'écoute en version papier ou en version internet. En fonction du choix de la personne, l'enquêteur illustrera l'un ou l'autre des types de carnet, en remplissant l'écoute du jour veille avec le répondant dans le support choisi.

3.3.3 Carnet d'écoute papier

On trouve ci-dessous la couverture du carnet d'écoute pour la vague Jan-Jun 2020 avec des indications et exemples sur la manière de l'utiliser. Pour chaque vague de l'étude radio CIM, un carnet d'écoute est imprimé dans une couleur différente et la liste des stations de radio se trouvant sur le rabat est adaptée.

CARNET PERSONNEL DE





Carnet

d'écoute radio

Vous devez remplir CHAQUE JOUR et PERSONNELLEMENT le carnet.
Veuillez indiquer clairement le nom de la station radio et le lieu d'écoute.

**Même si vous n'écoutez jamais ou que rarement la radio,
votre participation est importante.**

Les quarts d'heure

Cochez tous les quarts d'heure pendant lesquels vous avez personnellement écouté au moins durant 10 minutes la radio.

MATIN

Heure	Non de la radio	via Internet	Lieu
06:00-06:15		Oui Non	1 2 3 4
06:15-06:30		Oui Non	1 2 3 4
06:30-06:45		Oui Non	1 2 3 4
06:45-07:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
07:00-07:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
07:15-07:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
07:30-07:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
07:45-08:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
08:00-08:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
08:15-08:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
08:30-08:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
08:45-09:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
09:00-09:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
09:15-09:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
09:30-09:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
09:45-10:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
10:00-10:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
10:15-10:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
10:30-10:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
10:45-11:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
11:00-11:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
11:15-11:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
11:30-11:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
11:45-12:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
12:00-12:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
12:15-12:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
12:30-12:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
12:45-13:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
13:00-13:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
13:15-13:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
13:30-13:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
13:45-14:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
14:00-14:15	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
14:15-14:30	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
14:30-14:45	Radio A	Oui Non	1 2 3 4
14:45-15:00	Radio A	Oui Non	1 2 3 4

☐ je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui

Lieu

Entourez le lieu où, pendant ce quart d'heure, vous avez le plus écouté la radio.

Via Internet

Entourez si vous avez oui ou non écouté la radio via internet pendant ce quart d'heure.

Radio

Indiquez ici clairement le nom complet de la radio écoutée.

Vous pouvez également remplir ce carnet via Internet: www.cimradio.be (voir page 4).
Avez-vous encore des questions? Téléphonez-nous gratuitement au: 0800 57 056 (entre 9h et 20h)

Le répondant trouve en début de carnet un mode d'emploi détaillé.

Pour information

① Qui remplit ce carnet?

Il est important que vous remplissiez **PERSONNELLEMENT** le carnet, même si vous n'avez peut-être pas écouté la radio un jour bien précis.

② Qu'est-ce qui est écouté?

Si vous avez écouté la radio pendant au moins dix minutes dans le quart d'heure en question (ou dans une certaine heure entre 24h et 5h du matin), indiquez le nom de cette radio. Si vous avez écouté plusieurs stations dans un quart d'heure précis, notez alors uniquement la station la plus écoutée. Donc, une **station maximum** par ligne.

③ Où noter les stations radio?

Dans la colonne "Nom de la radio", écrivez entièrement le nom de la radio écoutée. Si vous avez écouté durant plusieurs quarts d'heure successifs la même radio, vous ne devez pas réécrire son nom à chaque fois: ce petit signe (✓) suffira. A la fin de ce carnet, vous trouverez également un aide mémoire reprenant une série de stations nationales, locales et étrangères. Référez-vous à cette liste lorsque vous remplissez le carnet, elle peut vous aider. Vous pouvez bien entendu indiquer des stations radio qui ne sont pas reprises dans cette liste.

④ Comment noter le nom de la radio?

Certains noms de radio très similaires peuvent prêter à confusion. Soyez donc le plus complet possible. N'oubliez rien et notez le nom **en entier**.

⑤ Ecouter via internet?

Dans la colonne « via internet », vous devez indiquer, pour chaque quart d'heure complété, si oui ou non vous avez écouté la radio via Internet (en live sur le site internet, via le player de la radio, etc.).

⑥ Comment indiquer le lieu d'écoute?

Pour chaque quart d'heure complété, vous devez indiquer le lieu c.à.d. une des quatre possibilités suivantes:

- à la maison;
- en voiture;
- au travail;
- ailleurs.

Si, durant le même quart d'heure, vous avez écouté la radio à différents endroits, indiquez le lieu où vous l'avez écoutée le plus longtemps. Donc, un **lieu maximum** par quart d'heure.

Attention!

Si vous n'avez pas écouté la radio pendant une journée entière, cochez alors la case "je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui" en bas de la page.

Cette réponse est tout aussi importante pour nous.

Compléter le carnet sur Internet

Vous pouvez également compléter le carnet sur www.cimradio.be.

Pour vous connecter, tapez votre numéro de répondant et votre mot de passe. Ces informations se trouvent à l'arrière du carnet.

Le répondant trouvera sur la page suivante :

- la question relative à l'audience totale (A). Les répondants sont invités à consigner ici toute station qu'ils ont écoutée au moins 10 minutes au cours des derniers mois.
- La même question mais pour les 7 derniers jours (B)

Les répondants choisissent en principe une ou plusieurs stations de radio sur la liste du rabat du carnet d'écoute. Si une radio ne se trouve pas dans la liste, mais est explicitement signalée par le répondant, celle-ci sera quand même prise en compte lors de l'encodage.

Une première question

A. Mentionnez ici les stations radio que vous avez écoutées pendant au moins 10 minutes **au cours des derniers mois**.

B. Cochez, par la suite, parmi les stations radio indiquées, celle(s) que vous avez écoutée(s) pendant au moins 10 minutes **au cours des 7 derniers jours**.

	A.	B.	A.	B.
radio		☐	radio	☐
radio		☐	radio	☐
radio		☐	radio	☐
radio		☐	radio	☐
radio		☐	radio	☐

Puis les participants à l'étude sont invités à noter au jour le jour et par quart d'heure:

- Le nom de la station écoutée
- Le lieu d'écoute
- Si la station a été écoutée via internet ou non

Jour 1 **Date** 2020

MATIN

① Heure	② Nom de la radio	③ via internet	④ Lieu			
			À la maison	En voiture	Au travail	Ailleurs
05:00-05:15	1	Oui Non	1	2	3	4
05:15-05:30	2	Oui Non	1	2	3	4
05:30-05:45	3	Oui Non	1	2	3	4
05:45-06:00	4	Oui Non	1	2	3	4
06:00-06:15	5	Oui Non	1	2	3	4
06:15-06:30	6	Oui Non	1	2	3	4
06:30-06:45	7	Oui Non	1	2	3	4
06:45-07:00	8	Oui Non	1	2	3	4
07:00-07:15	9	Oui Non	1	2	3	4
07:15-07:30	10	Oui Non	1	2	3	4
07:30-07:45	11	Oui Non	1	2	3	4
07:45-08:00	12	Oui Non	1	2	3	4
08:00-08:15	13	Oui Non	1	2	3	4
08:15-08:30	14	Oui Non	1	2	3	4
08:30-08:45	15	Oui Non	1	2	3	4

Pour chaque jour, une case "je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui" permet au répondant de signaler une "non-écoute".

☐ je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui

Un aide-mémoire figure sur un rabat dans chaque carnet, afin d'aider les répondants à bien identifier les stations. Cet aide-mémoire ne mentionne que les principales stations, et varie selon la langue du carnet. Celui-ci est remis à jour à chaque vague.

Liste aide-mémoire du carnet francophone pour la vague Janvier-Juin 2020:

Aide-mémoire

Ceci est un exemple.
Vous pouvez aussi indiquer d'autres radios que celles reprises dans la liste.

Radios nationales	Radios provinciales	
	Province	Emetteur
1RCF	Brabant FR	Antipode
Bel RTL	Bruxelles	BXFM
Chérie FM	Hainaut	Sud Radio
Classic 21 (RTBF)	Liège	BRF
DH Radio	Liège	Maximum FM
Fun Radio	Luxembourg	Must FM Luxembourg
Jam. (RTBF)	Namur	Must FM Namur
La Première (RTBF)		
MusiQ 3 (RTBF)		
Nostalgie (FR)		
Nostalgie +		
NRJ		
Pure (RTBF)		
Radio Contact		
RTBF MIX		
Tarmac		
VivaCité (RTBF)		
Viva + (RTBF)		

Aide-mémoire

Ceci est un exemple.

Vous pouvez aussi indiquer d'autres radios que celles reprises dans la liste.

Radios Internet

Chérie 80's	Nostalgie 100% France Gall	NRJ Latino
Chérie 90's	Nostalgie 100% Johnny Hallyday	NRJ Love
Chérie Acoustic	Nostalgie 60	NRJ Music Awards
Chérie Ballads	Nostalgie 70	NRJ Nouveautés
Chérie Émotions	Nostalgie 80	NRJ Pop 2019
Chérie Frenchy	Nostalgie 90	NRJ pour le sport
Chérie Jazzy	Nostalgie Age Tendre	NRJ Rap FR
Chérie Love Songs	Nostalgie Camping	NRJ Relax
Chérie Sweet Home	Nostalgie Chansons Françaises	One World Radio
Chérie Zen	Nostalgie Christmas	Ouftivi
Classic 21 60's	Nostalgie Cinéma	Pure Lazy
Classic 21 70's	Nostalgie Dance 80	Pure Like
Classic 21 80's	Nostalgie Dance 90	Pure Vision
Classic 21 90's	Nostalgie Fiesta	Vivacité Vision
Classic 21 Blues	Nostalgie Hip Hop Classics	
Classic 21 Métal	Nostalgie Italia	
Classic 21 Noir Jaune Rock	Nostalgie Jazz	
Classic 21 Route 66	Nostalgie Love	
Classic 21 Soulpower	Nostalgie New Wave	
Contact 2000	Nostalgie Pop 80	
Contact Gold	Nostalgie Pop 90	
Contact Kids	Nostalgie Rock 80	
Contact Lounge	Nostalgie Rock 90	
Contact Love	Nostalgie Rock Classics	
Contact Mix	Nostalgie SoulParty	
Contact Plus	Nostalgie Summertime	
Contact Urban	NRJ At Work	
DH Radio Belgium	NRJ Best Hits Ever	
DH Radio Frenchies	NRJ BTS	
DH Radio Love	NRJ Dance	
DH Radio New music	NRJ Hits	
DH Radio Relax	NRJ Hits 2000	
DH Radio rock	NRJ Hits 90	
La Première Vision	NRJ Hits de l'été 2019	
Le Meilleur de Nostalgie	NRJ Hits Of The Month	
Mint	NRJ Hits of the Week	

Liste aide-mémoire du carnet néerlandophone pour la vague Janvier-Juin 2020:

Geheugensteun				
Dit is een voorbeeld. U kunt ook andere radio's noteren dan deze van de lijst.				
Nationale radio's	Lokale radio's			
	Provincie	Radio	Steden	Frequentie
Family Radio	Antwerpen	Christina	Heist-op-den-Berg	106.1
Hit FM	Antwerpen	Christina	Hulshout	106.5
Joe	Antwerpen	Radio Expres	Antwerpen	105.4
Joe 60's-70's/Joe 70's/Celebrate the 70's	Antwerpen	Radio Minerva	Antwerpen	98.0
Joe 80's/Celebrate the 80's	Antwerpen	Radio Reflex	Boom	106.9
Joe 90's/Celebrate the 90's	Antwerpen	Radio Reflex	Mechelen	106.2
Joe Easy	Antwerpen	Radio Stad	Antwerpen	107.8
Klara (VRT)	Brabant	Christina	Aarschot	107.2
Klara Continuo (VRT)	Brabant	Stadsradio (Halle)	Halle	105.6
MNM (VRT)	Brabant	Victoria	Halle	105.2
MNM Hits (VRT)	Limburg	Trendy FM	Beringen	106.4
Nostalgie (NL)	Limburg	Trendy FM	Ham	106.0
NRJ Vlaanderen	Limburg	Trendy FM	Hechtel	107.7
Q Foute Radio	Limburg	Trendy FM	Houthalen	107.0
Q Maxim Hits/Qmusic non-stop	Limburg	Trendy FM	Lommel	106.5
Qmusic	Oost-Vl.	City-Music	Aalst	107.8
Q-Summer	Oost-Vl.	City-Music	Haaltert	105.8
Radio 1 (VRT)	Oost-Vl.	City-Music	Mirnov	105.8
Radio 2 (VRT)	Oost-Vl.	ClubFM	Gent	106.4
Radio Maria	Oost-Vl.	ClubFM	Lochristi/Lokeren	106.6
Radio Rxxx	Oost-Vl.	Land Van Waas	Lokeren	105.9
RGR fm	Oost-Vl.	Land Van Waas	Sint-Niklaas	107.9
RTBF MIX	Oost-Vl.	Radio Accent	Gent	104.9
Studio Brussel (VRT)	Oost-Vl.	Radio Accent	Wetteren	106.1
TOPradio	Oost-Vl.	Radio AKTief	Assenede/Oosteeke	107.6
VBRO	Oost-Vl.	Radio AKTief	Eeklo	105.2
VBRO Evergreen	Oost-Vl.	Radio AKTief	Sint-Laureins	107.9
VRT NWS (VRT)	Oost-Vl.	Radio Beverland	Beveren-Melsele	106.1
Willy	Oost-Vl.	Radio Cantecleer	Delfze	105.1
	Oost-Vl.	Radio Cantecleer	Gavere	107.9
	Oost-Vl.	Radio Cantecleer	Nazareth	107.5
	Oost-Vl.	Radio Domino	Oudenaarde	106.6
	Oost-Vl.	Radio Domino	Ronse	107.4
	Oost-Vl.	Radio Domino	Zingem	105.9
	Oost-Vl.	Radio KIX	Aalter	104.7
	Oost-Vl.	Radio KIX	Eeklo	106.3
	Oost-Vl.	Radio KIX	Maldegem	105.9
	Oost-Vl.	Tamboer	Eeklo	102.6
	Oost-Vl.	Tamboer	Kaprijke	107.2
	Oost-Vl.	Zen FM	Gent	104.5
	West-Vl.	Kustradio	Blankenberge/De Haan	107.6
	West-Vl.	Kustradio	Knokke-Heist/Zeebrugge	105.1
	West-Vl.	Westradio	Koksijde/Nieuwpoort	104.8

Geheugensteun	
Dit is een voorbeeld. U kunt ook andere radio's noteren dan deze van de lijst.	
Webradio's/Internetradio's	
De Tijdloze (VRT)	
Joe Top 2000	
Joe Woodstock	
Ketnet hits (VRT)	
MNM 90s & millies (VRT)	
MNM Urbanice (VRT)	
Nostalgie Extra 60's&70's	
Nostalgie Extra 80's	
Nostalgie Extra 90's	
Nostalgie Extra Belpop	
Nostalgie Extra New Wave	
Nostalgie Extra NL-talig	
Nostalgie Extra Party	
Nostalgie Extra Relax	
Nostalgie Extra Rock	
Nostalgie Extra X-Mas	
One World Radio	
Q Favoriete 100/Q Favoriete 40	
Q Moose Bar	
Q Running/Q Run To You	
Q Shut up & Dance	
Q Workalicious	
Q Zeroes	
The Greatest Switch (VRT)	

3.3.4 Nouveau carnet « online » (e-diary)

GfK a entièrement revu le lay-out et le fonctionnement du carnet en ligne afin d'en faire un support mobile friendly, permettant dorénavant le remplissage sur tout support (PC/Laptop avec la « version grille », très similaire à l'ancienne version et tablette/smartphone avec la « version dropdown »). Ce nouveau carnet en ligne est utilisé depuis Mai 2020. Le choix de la version se fait automatiquement en fonction de la taille de l'écran du device utilisé par le répondant. Il peut également modifier lui-même la version utilisée.

Tout comme l'ancienne version, il a été conçu pour rendre le remplissage aussi simple que possible, avec au maximum trois étapes pour l'enregistrement quotidien du comportement d'écoute. Le carnet est le même quelque soit le mode de recrutement (Face-à-face, online accès panel, CATI RDD).

3.3.5 Carnet « online » : www.cimradio.be

Une solution alternative pour le remplissage du carnet d'écoute est offerte au répondant : à savoir via Internet sur un site dédié "www.cimradio.be". Il a été conçu pour rendre le remplissage aussi simple que possible, avec au maximum trois étapes pour l'enregistrement quotidien du comportement d'écoute. Les répondants recrutés online remplissent également cette version du questionnaire.



Etape 1 : identification du répondant via un système classique de login et password. Ces données figurent sur l'étiquette d'identification unique collée sur chaque carnet papier. Si le répondant a communiqué une adresse E-mail, il est immédiatement enregistré dans la database et reçoit un hyperlien qui lui donne un accès direct au site, sans passer donc par l'étape 1.

Avant mai 2020 :



Merci d'avoir accepté de participer à l'étude CIM Radio. Vous devez remplir **CHAQUE JOUR et PERSONNELLEMENT** ce carnet. Même si vous n'écoutez jamais ou rarement la radio, **votre participation est IMPORTANTE**. Les participants à l'étude peuvent remporter un des chèques cadeau d'une valeur de **100 euros**. Les gagnants de cette tombola seront avertis personnellement à la fin de l'étude.

Veuillez indiquer dans les champs ci-dessous le numéro de votre carnet ainsi que le mot de passe que vous avez reçus de l'enquêteur.

Authentification

Numéro de carnet : - - -

Mot de passe :

☐ Sauver votre login et votre mot de passe afin que ceux-ci ne vous soient plus demandés

OK

Ceci est votre première connexion sur ce site. Bienvenue!

Avant de commencer à encoder votre carnet d'écoute on line, veuillez d'abord saisir la première date de remplissage qui est inscrite dans votre carnet papier. Indiquez cette date à l'aide du calendrier ci-dessous. Ainsi, le premier jour de votre carnet sera automatiquement affiché à droite. Cliquez sur [OK] pour passer à la page suivante.

Cette phase est nécessaire pour vous permettre d'encoder la suite du carnet.

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Premier jour du carnet :

A partir de mai 2020 :


☰

Welkom bij uw Radiodagboek / Bienvenue dans votre carnet radio

Gebruik het respondentnummer en het wachtwoord zoals vermeld in de uitnodigingsmail of op de achterkant van het dagboekje om in te loggen. / Pour vous connecter, utilisez le numéro de répondant et le mot de passe mentionnés dans l'e-mail d'invitation ou à l'arrière du carnet.

Etape 2 : définition d'une liste personnelle de radios. Chaque utilisateur se voit demander de définir une liste de stations propre, à partir de l'aide-mémoire. Il peut également faire appel à une fonction de recherche, qui affiche toutes les stations correspondant au nom encodé. La liste ainsi constituée permet à chaque répondant de choisir les stations qu'il écoute parfois. Il a également la possibilité d'ajouter d'autres noms par la suite.

Avant mai 2020 :

Liste des stations
Aperçu de la semaine
Grille d'écoute
AIDE ?

Avant de remplir votre carnet d'écoute, vous devez créer votre **liste personnelle de radios**.

Quelles radios avez-vous écoutées **au moins 10 minutes** au cours des derniers mois? La liste ci-dessous n'est qu'un aide-mémoire. Il suffit de cocher dans la liste, les cases correspondant aux radios que vous avez écoutées.

Vous pouvez également indiquer d'autres radios que celles qui y sont reprises en utilisant le bouton **[AUTRE STATION]**.

Après avoir complété votre liste personnelle, il suffit de cliquer sur **[VALIDER VOTRE LISTE]**.

☒ Stations FR
 ☐ Stations NL

Radios Nationales	
Bel RTL	☐
Classic 21 (RTBF)	☐
Fun Radio	☐
La Première (RTBF)	☐
Musiq' 3 (RTBF)	☐
NRJ	☐
Pure FM (RTBF)	☐
Radio Contact	☐

Votre liste personnelle de radios:

A partir de mai 2020 :

Sélection des stations

Instruction

Complétez votre liste de chaînes personnelle. Sélectionnez les stations que vous avez écoutées en cliquant ou en les faisant glisser.

Vous pouvez supprimer des chaînes de votre liste de la même manière.

Les stations avec un icône  ne peuvent pas être supprimés.

Vous pouvez changer l'ordre des stations en faisant glisser les stations vers leur nouvelle position. Si la station n'est pas dans la liste, vous pouvez sélectionner l'option 'Autre station'.

stations disponibles

stations sélectionnés

Chérie FM

☐ nl ☒ fr

Bel RTL

Fun Radio

La Première (RTBF)

Musiq' 3 (RTBF)

NRJ

Radio Contact

Nostalgie (FR)

Sud Radio

VivaCité (RTBF)

Classic 21 (RTBF)

Pure (RTBF)

DH Radio

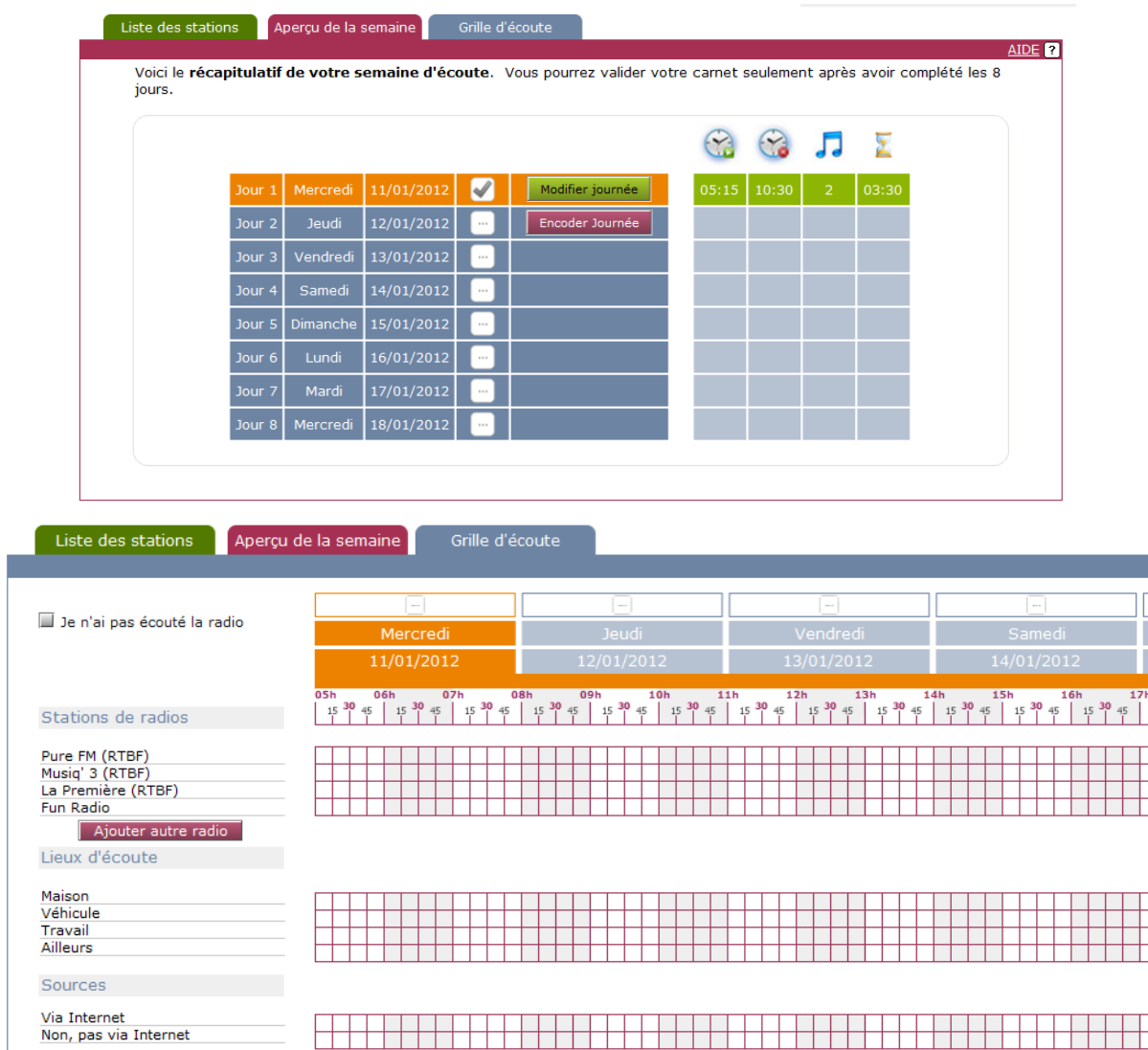
Annuler

Enregistrer

Etape 3 : remplissage du carnet. Après la constitution d'une liste personnelle de radios, le répondant est dirigé vers un aperçu de sa semaine d'écoute. Il lui suffit de cliquer sur la journée qu'il désire remplir pour être envoyé dans la grille horaire.

Cette grille horaire contient chaque quart d'heure de la journée ainsi que les stations de la liste établie plus tôt. Pour chaque quart d'heure écouté, le répondant doit indiquer la station écoutée, le lieu d'écoute et la plateforme d'écoute (via internet ou non). Si le répondant oublie une information, un message le lui rappelle.

Avant mai 2020 :



The interface shows a navigation bar with three tabs: 'Liste des stations', 'Aperçu de la semaine', and 'Grille d'écoute'. The 'Aperçu de la semaine' tab is active, displaying a recap of the week's listening. Below this, there is a table for the week of January 11-18, 2012. The first row (Monday, 11/01/2012) is highlighted in orange and includes a 'Modifier journée' button. The other rows (Tuesday to Sunday) have an 'Encoder Journée' button. To the right of the table is a small grid with time slots (05:15, 10:30, 2, 03:30) and a '2' in the second column. Below the weekly overview, the 'Grille d'écoute' tab is active, showing a detailed grid for the week of January 11-14, 2012. The grid is organized by day (Mercredi, Jeudi, Vendredi, Samedi) and time (05h to 17h). On the left side of the grid, there are sections for 'Stations de radios' (Pure FM (RTBF), Musiq' 3 (RTBF), La Première (RTBF), Fun Radio), 'Lieux d'écoute' (Maison, Véhicule, Travail, Ailleurs), and 'Sources' (Via Internet, Non, pas via Internet). A checkbox 'Je n'ai pas écouté la radio' is also present.

A partir de mai 2020 :



Bienvenue!

Voici votre numéro de carnet: 1.

mardi 18 août	mercredi 19 août	jeudi 20 août	vendredi 21 août	samedi 22 août	dimanche 23 août	lundi 24 août	mardi 25 août
De 05h	De 05h	De 05h	De 05h	De 05h	De 05h	De 05h	De 05h

remarques
 retour au questionnaire



☐ pas d'écoute au cours de cette journée

	ma 18 août de 05h	me 19 août de 05h	je 20 août de 05h	ve 21 août de 05h	sa 22 août de 05h	di 23 août de 05h	lu 24 août de 05h	ma 25 août de 05h
1. Station	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45	00 15 30 45
Chérie FM								
Bel RTL								
Musiq' 3 (RTBF)								
Classic 21 (RTBF)								
								
2. Lieu d'écoute								
A la maison								
En voiture								
Au travail								
Ailleurs/je ne sais pas								
3. Écoute via internet								
Oui								
Non								

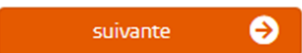
Carnet version grille







5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 0 1 2 3 4 5

mardi 18 août à partir de 05h 

☐ pas d'écoute au cours de la journée

choisir une heure de début... 
 choisir une heure de fin... 

choisissez la station... 

choisir le lieu d'écoute... 

choisir écoute via internet... 

 nouvelle session

Carnet version dropdown

L'application permet également les corrections ultérieures. Une fois que les 8 jours ont été remplis, le répondant peut envoyer le carnet finalisé. Dès lors, plus aucune correction n'est possible.

Une rubrique « questions fréquemment posées » (FAQ) traite une série de problèmes ou de questions qui peuvent se poser pendant le remplissage.

65,5 % des carnets reçus ont été remplis via Internet. Ce pourcentage n'est plus comparable aux années précédentes car maintenant une partie du recrutement se fait également en ligne.

Le profil des individus ayant répondu via Internet diffère significativement des autres, surtout pour la dimension « âge ».

	Paper F2F	Web F2F	Web Online	Web RDD
TOTAL	1941	336	2115	1237
Age				
12-24 ans	12,36%	23,81%	9,08%	10,19%
25-34 ans	9,22%	16,67%	14,04%	13,10%
35-44 ans	11,33%	14,58%	15,08%	15,76%
45-54 ans	14,94%	14,29%	20,33%	18,35%
55-64 ans	19,17%	17,56%	20,47%	20,53%
>64 ans	32,97%	13,10%	20,99%	22,07%
Sexe				
Homme	47,76%	52,98%	45,30%	48,67%
Femme	52,24%	47,02%	54,70%	51,33%
Univers				
CIM Radio Nord	47,09%	72,62%	57,35%	53,11%
CIM Radio Sud	52,91%	27,38%	42,65%	46,89%

3.4 Les relances téléphoniques/ postales/ par SMS/ par mails

Afin de diminuer autant que possible le risque de non-réponse, GfK Belgium a mis sur pied une procédure de relance. Celle-ci passe par une application SMS, une communication téléphonique personnalisée, l'envoi d'un rappel postal ou par mail.

Chaque répondant (possédant un GSM) qui accepte de tenir à jour et de remplir un carnet d'écoute reçoit après déroulement de l'interview, un SMS lui demandant de remplir son carnet et de le renvoyer ensuite.

« Un grand merci pour votre collaboration à l'étude CIM Radio. Remplissez svp pendant une semaine le carnet d'écoute et renvoyez le à GfK Belgium. Merci ! »

Le système gère les destinataires et les moments de réception du message. Si, après quelques jours, le carnet n'a pas encore été renvoyé, un second voire un troisième message est envoyé sous forme de sms ou de mails.

SMS :

« Un grand merci pour votre collaboration à l'étude CIM Radio. N'oubliez pas svp de renvoyer votre carnet d'écoute complété à GfK Belgium. Merci ! »

Mail :

« Un grand merci pour votre collaboration à l'étude CIM Radio. Si vous avez complété et validé votre carnet sur Internet, il ne faut plus le renvoyer. Si, par contre, vous avez rempli la version papier, n'oubliez pas svp de renvoyer votre carnet d'écoute complété à GfK Belgium. Merci ! »

En cas de non réponse on appelle personnellement le répondant.
Après réception du carnet, un message de remerciement est envoyé.

« GfK Belgium vous remercie d'avoir bien voulu retourner votre carnet rempli. Visitez-nous sur www.cimradio.be! »

Les répondants qui n'ont pas encore retourné leur carnet reçoivent aussi un rappel les incitant à le faire lors des contrôles réguliers pratiqués par l'institut.

Les répondants qui le souhaitent peuvent recevoir un rappel quotidien par mail.

3.5 Taux de retour des carnets

Au total, ce sont 5.629 carnets (bruts) d'écoute qui ont été renvoyés, soit un taux de retour de 63,3%. Le tableau croisé ci-dessous détaille le rythme de retour, qui varie d'une semaine à l'autre.

Semaine réception carnet	Semaine de l'interview																				Total Carnets reçus	
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	STOP FW	W12	W13	W14	W15	W16	W17	W18	W19		W20
W2 06/01-12/01	23%																					90
W3 13/01-19/01	53%	33%																				251
W4 20/01-26/01	63%	62%	40%																			374
W5 27/01-02/02	66%	67%	60%	35%																		312
W6 03/02-09/02	70%	70%	67%	62%	36%																	359
W7 10/02-16/02	71%	71%	70%	67%	56%	34%																320
W8 17/02-23/02	72%	71%	70%	69%	64%	54%	34%															316
W9 24/02-01/03	72%	72%	71%	70%	66%	60%	51%	29%														269
W10 02/03-08/03	73%	73%	71%	71%	68%	64%	62%	56%	33%													358
W11 09/03-15/03	73%	73%	71%	72%	69%	66%	68%	66%	54%	36%												373
W12 16/03-22/03	73%	73%	71%	73%	70%	66%	68%	68%	60%	68%	52%											277
W20 11/05-17/05													54%									241
W21 18/05-24/05													59%	42%								264
W22 25/05-31/05													60%	45%	45%							217
W23 01/06-07/06													65%	47%	53%	46%						359
W24 08/06-14/06													66%	48%	53%	52%	50%					340
W25 15/06-21/06													68%	49%	54%	53%	54%	48%				285
W26 22/06-28/06													69%	49%	55%	54%	55%	50%	53%			175
W27 29/06-05/07													70%	49%	55%	54%	55%	51%	56%	47%		123
W28 06/07-12/07													72%	53%	57%	56%	57%	51%	57%	50%	54%	125
W29 13/07-19/07													72%	54%	57%	56%	58%	54%	59%	53%	56%	38
Nombre de carnets	241	351	356	363	339	334	331	301	267	345	236		253	332	258	340	334	284	187	111	66	5.629
Nombre d'interviews	329	480	500	500	484	505	480	440	433	507	453		351	618	453	604	578	527	319	208	117	8.886

4 Vérification des carnets et validation

4.1 Vérification des carnets

Un certain nombre d'opérations a été nécessaire pour nettoyer l'identification des stations et/ou des séquences d'écoute, parfois chaotique, réalisée par les répondants. A cet effet, un sous-groupe de la commission technique s'est réuni plusieurs fois chez GfK Belgium pour consulter les carnets d'écoute à problème, en fonction des cohérences que l'on pouvait y trouver. Les corrections éventuelles ont été dûment notées sur les carnets concernés. 22 contacts téléphoniques ont en outre été effectués pour traiter les dénominations « RTBF », « RTL », « VRT » et « Nostalgie ». Ces contacts avaient pour but :

- Pour « RTBF », de déterminer quelle radio avait précisément été écoutée, choix entre 6 modalités (6 contacts téléphoniques)
- Pour « RTL », éclaircir si le répondant voulait indiquer RTL longues ondes ou Bel RTL (11 contacts téléphoniques)
- Pour « VRT » : de déterminer quelle station précise avait été écoutée, choix entre 8 modalités (2 contacts téléphoniques).
- Pour « Nostalgie » : éclaircir si le répondant voulait indiquer Nostalgie FR ou Nostalgie NL (3 contacts téléphoniques).

La conversation téléphonique portait sur la connaissance du nom exact de la station, de la « bande » ou de la fréquence qui permettait de la recevoir. Un contrôle supplémentaire a été effectué en demandant au répondant de citer quelques noms de présentateurs ou d'émissions.

4.2 Règles de validation :

Les carnets ont ensuite été soumis aux règles de validation définies en Commission Technique :

- A. Si un carnet contient plus que 3 jours de « non-écouté », non déclaré (donc la case "je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui" n'a pas été cochée), il est rejeté,
- B. Si un carnet contient 3 jours de « non-écouté » ou moins, non déclaré (donc blanc), la « non-écoute » est corrigée et devient déclarée,
- C. Si on observe plus de 24 heures d'écoute consécutive dans un carnet, il est vérifié et éventuellement rejeté.

4.3 Nombre de carnets rejetés

Des 5.629 carnets d'écoute renvoyés, au total 69 ont été rejetés (35 carnets pour le Nord, contre 34 pour le Sud):

- règle A : 68 parce qu'insuffisamment complétés (35 pour le Nord, 33 pour le Sud): plus de 3 jours non remplis, sans que la case "je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui" ait été cochée.
- puis 1 carnet a été rejeté par le sous-groupe de la Commission technique CIM Radio lors de la Vérification des carnets pour des raisons de qualité de remplissage (0 carnet au Nord et 1 au Sud).

Des 5.560 carnets valides, 2.168 (1.055 pour le Nord, 1.113 pour le Sud) ont été retenus pour la phase suivante : l'imputation. Dans cette phase les 3.326 (1.549 Nord, 1.777 Sud) carnets d'écoute manquants ont fait l'objet d'une imputation auprès d'individus semblables sur base de critères démographiques et d'audience.

4.4 Profil des carnets retournés

Ces données sont disponibles en fin de document (p.43) dans les tableaux récapitulatifs (National, Nord, Sud).

5 Ascription : principes et résultats

5.1 Technique de l'ascription (ou imputation)

Cette méthode consiste en une procédure où, pour chaque receveur (c'est à dire un répondant dont le comportement d'écoute manque), on sélectionne un groupe de donneurs avec lequel le receveur possède le plus de points communs. Ces donneurs sont des répondants qui ont correctement rempli et retourné leur carnet d'écoute. On copie dès lors le comportement d'écoute total d'un donneur choisi aléatoirement parmi ce groupe pour l'attribuer au receveur. Pour l'application de la technique d'ascription, GfK a fait appel à l'entreprise ABF Research, établie aux Pays-Bas.

5.2 Ascription détaillée

Tables de correspondance

L'imputation se base sur le choix d'une variable (importante) d'enquête. C'est pour celle-ci que l'on veut imputer la valeur manquante chez les receveurs. Pour la sélection d'un groupe de donneurs aussi ressemblant que possible, on se base sur des tables de correspondance. Elle établit, pour la question concernée, quelles variables ont un rapport significatif sur le plan statistique avec la possibilité de non-réponse. Cette série de variables résulte finalement en une table de correspondance pour la variable à imputer. Au plus haut une variable se trouve dans la table, au plus le lien avec la non-réponse est grand. Pour chaque valeur manquante, un groupe de donneurs est composé sur la base de valeurs connues des variables de correspondance. A partir de ces réponses de répondants comparables, une valeur émanant d'un donneur est ensuite imputée aléatoirement. La variation des réponses au sein du groupe donneur est ainsi maintenue.

Le pourcentage prévu correctement constitue l'une des mesures statistiques qui permettent de juger une table de correspondance. C'est sur cette base que l'on peut définir progressivement la meilleure table de correspondance.

Variables de correspondance pour l'étude d'audience CIM

Bien que d'un côté tous les répondants n'ont pas transmis un carnet d'écoute complet, on dispose néanmoins de l'autre côté des données socio-démographiques de tout le monde. Ces informations doivent donc constituer une donnée importante pour la constitution d'une table de correspondance. Les variables utilisées sont la région (Nord ou Sud), la langue, la province, le sexe, l'âge, le groupe social, la taille du ménage, l'activité professionnelle et le plus haut diplôme obtenu.

Par ailleurs, l'audience hebdomadaire de la dernière semaine est également connue pour tous les répondants, ainsi que les réponses à une série de questions concernant les habitudes d'écoute. La nouveauté depuis la vague 12 est que le répondant nomme aussi les 3 radios qu'il a le plus écoutées. Sur base de toutes ces données supplémentaires, une paire de variables supplémentaires peut être prise en compte dans les tables de relations.

Type de radios : Sur base de la radio la plus écoutée, le type de radio le plus écouté peut être déterminé. Ceci est important car il est très probable que des répondants qui ont toutes les mêmes radios favorites aient écouté leur radio favorite avec la même intensité. Plus important encore, la prise en compte de cette variable dans les tables de relation améliore considérablement l'imputation.

Type d'auditeurs : Les répondants peuvent être intégrés dans différents « clusters » permettant de typer les individus sur base de leur comportement d'écoute. On distingue ainsi les « heavy listeners » des « light listeners » et les auditeurs de semaine et ceux du week-end.

Imputation simultanée

La variable d'imputation finale est le « total semaine », qui indique le nombre de quarts d'heure d'écoute de la radio en une semaine. Ce total est évidemment connu chez les donneurs et doit être imputé chez les receveurs. Comme le total semaine est la somme des quarts d'heure passés à écouter la radio, c'est la totalité du comportement d'écoute d'un donneur qui est copié chez un receveur.

5.3 Résultats de l'ascription pour la vague Janvier-Juin 2020

Les répondants du Sud du pays sont considérés comme auditeurs des radios francophones et ceux du Nord des radios néerlandophones. C'est pour cela que le fichier général est divisé en deux, de façon à éviter à un stade ultérieur du processus d'imputation que des répondants du Nord soient utilisés comme donneurs pour des receveurs du Sud et inversement. Le regroupement par type d'auditeurs et celui des radios est donc effectué par région.

La table de correspondance utilisée est constituée par les informations socio-démographiques, l'appartenance à un type d'auditeurs et le type de radio préféré.

Les pourcentages de prévision correcte sont de 76,1% pour le Nord et 77,8% pour le Sud. Sur base des expériences précédentes, ces pourcentages peuvent être considérés comme très acceptables.

6 Echantillon

6.1 Profil de l'échantillon avant redressement

Ces données sont disponibles en fin de document (p. 50) dans les tableaux récapitulatifs (National, Nord, Sud).

6.2 Redressement de l'échantillon

Le redressement d'un échantillon est toujours destiné à corriger des divergences particulières qui apparaissent dans l'échantillon net. Ces déviations ont plusieurs origines possibles, mais sont surtout dues au fait que les personnes invitées à participer à l'étude peuvent assez facilement refuser (non-réponse). Le choix des variables de redressement est lié d'une part à l'importance de ces variables pour l'analyse ultérieure (par exemple : sont-elles utilisées souvent pour la constitution de cibles ?) et d'autre part à la relation entre ces variables avec la problématique de l'étude, soit ici l'écoute de la radio.

Conformément à la décision du conseil d'administration du CIM du 19 décembre 2006, l'étude CIM Presse Audience est utilisée comme « Golden Standard », c'est-à-dire comme l'univers de référence pour la pondération des autres études tactiques.

Le redressement de l'échantillon CIM RAM Janvier-Juin 2020 est réalisé sur les données de cadrage issues du Golden Standard 2020.

6.2.1 Principes du redressement effectué

Pour rappel:

- L'univers CIM Radio Nord est constitué par les habitants des provinces de Flandre Occidentale, de Flandre Orientale, d'Anvers, du Limbourg, du Brabant NL hors New Bruxelles CIM et par les personnes dont la langue usuelle est le néerlandais dans New Bruxelles CIM.
- L'univers CIM Radio Sud est constitué par les habitants des provinces de Hainaut, de Liège, de Namur, du Luxembourg et du Brabant FR hors New Bruxelles CIM ainsi que par les personnes dont la langue usuelle est le français dans New Bruxelles CIM.

Sur ces bases et par région (Nord/Sud), les matrices de redressement sont construites comme suit :

1. Sexe (2 modalités) par province (6 modalités) par région (Nord/Sud)

Provinces CIM Radio Nord	Homme	Femme
Flandre orientale		
Flandre occidentale		
Anvers		
Brabant Flamand (excl. BXL NEW CIM)		
Limbourg		
Bruxelles Flamand (incl. BXL NEW CIM)		
Provinces CIM Radio Sud	Homme	Femme
Bruxelles Francophone (incl. BXL NEW CIM)		
Brabant Wallon (excl. BXL NEW CIM)		
Hainaut		
Liège		
Namur		
Luxembourg		

2. Sexe (2 modalités) par âge (7 modalités) par région (Nord/Sud):

CIM Radio – Nord	Homme	Femme
12-17 ans		
18-24 ans		
25-34 ans		
35-44 ans		
45-54 ans		
55-64 ans		
65 ans et plus		
CIM Radio – Sud	Homme	Femme
12-17 ans		
18-24 ans		
25-34 ans		
35-44 ans		
45-54 ans		
55-64 ans		
65 ans et plus		

3. Sexe (2 modalités) par new habitat CIM (6 modalités) par région (Nord/Sud):

Nouvel Habitat CIM - Nord	Homme	Femme
New Antwerpen CIM		
New Gent CIM		
New Brussel CIM		
New 30 villes Vlaanderen CIM		
New Petites localités Vlaanderen CIM		
Communes rurales Vlaanderen CIM		
Nouvel Habitat CIM - Sud	Homme	Femme
New Bruxelles CIM		
New Charleroi CIM		
New Liege CIM		
New 13 Villes Wallonie CIM		
New Petites localités Wallonie CIM		
New Communes rurales Wallonie CIM		

4. Niveau d'instruction (6 modalités, y compris le NSP) par région (Nord/Sud)

Diplôme PI	Nord	Sud
1: primaire ou sans diplôme		
2: secondaire inférieur		
3: secondaire supérieur		
4: Bachelor		
5: Master		
6: NSP		

5. Actif/inactif (2 modalités) * occupation (11 modalités), par région (Nord/Sud)

Actif	Nord	Sud
1: cadre supérieur		
2: cadre moyen		
3: artisan, commerçant + agriculteur		
4: employé		
5: ouvrier qualifié		
6: ouvrier non-qualifié		
Inactif	Nord	Sud
7: homme/femme au foyer		
8: (pré-) pensionné		
9: chômeur/chômeuse		
10: étudiant+incapacité+autre		
11: ne sait pas		

6. Jour de la semaine du 1^{er} jour d'écoute (7 modalités), par région (Nord/Sud)

1 ^{er} jour d'écoute	Nord	Sud
Lundi		
Mardi		
Mercredi		
Jeudi		
Vendredi		
Samedi		
Dimanche		

Pour la nouvelle étude CIM RAM, de nouveaux critères de pondération ont été ajoutés :

- Un critère pour redresser la taille du ménage. Etant donné que l'échantillonnage face-à-face est effectué au niveau d'adresses et non au niveau de personnes, un redressement sur la taille de ménage est nécessaire.
- Des critères de redressement spécifiques à Nielsen 3 (Bruxelles et périphérie) et Bruxelles 19 ont été également ajoutés.

7. Taille de ménage (5 modalités) par âge (7 modalités) par Nielsen (3 modalités)

Nielsen 1-2	HH1	HH2	HH3	HH4	HH5+
12-17					
18-24					
25-34					
35-44					
45-54					
55-64					
65+					
Nielsen 3	HH1	HH2	HH3	HH4	HH5+
12-17					
18-24					
25-34					
35-44					
45-54					
55-64					
65+					
Nielsen 4 - 5	HH1	HH2	HH3	HH4	HH5+
12-17					
18-24					
25-34					
35-44					
45-54					
55-64					
65+					

8. Age (6 modalités) par Nielsen 3

	Nielsen 3	Other
From 12 to 24 years		
From 25 to 34 years		
From 35 to 44 years		
From 45 to 54 years		
From 55 to 64 years		
65 years and more		

9. Niveau d'instruction (3 modalités) par Nielsen 3

	Nielsen 3	Other
Primaire ou secondaire inférieur		
Secondaire supérieur		
Supérieur		

10. Activité (2 modalités) par Nielsen 3

	Nielsen 3	Other
Active		
Inactive		

11. Age (6 modalités) par Bruxelles 19

	Bruxelles 19	Other
From 12 to 24 years		
From 25 to 34 years		
From 35 to 44 years		
From 45 to 54 years		
From 55 to 64 years		
65 years and more		

6.2.2 Résultats du redressement

Le redressement est effectué de manière itérative : le processus est effectué jusqu'au nombre maximal d'essais. Depuis la vague Mar-Jun 2018, des poids minimum de 0,25 et maximum de 4 ont été fixés. Un résultat satisfaisant a été obtenu après un total de 90 itérations. On trouvera ci-dessous la distribution de poids et les résultats globaux du redressement :

Poids observés	#	%
3.750 - 4.000	2	0,02
3.500 - 3.749	2	0,02
3.250 - 3.499	1	0,01
3.000 - 3.249	8	0,09
2.750 - 2.999	20	0,23
2.500 - 2.749	25	0,28
2.250 - 2.499	50	0,56
2.000 - 2.249	142	1,60
1.750 - 1.999	275	3,09
1.500 - 1.749	547	6,16
1.250 - 1.499	1027	11,56
1.000 - 1.249	1726	19,42
0.750 - 0.999	2282	25,68
0.500 - 0.749	2049	23,06
0.375 - 0.499	524	5,90
0.250 - 0.374	206	2,32
0.125 - 0.249	0	0,00
0.000 - 0.124	0	0,00

Efficiency (%)	84,4
Poids maximal	4
Poids minimal	0,25
Ecart type des poids	0,43

6.2.3 Calcul des bornes des classes sociales

La définition des groupes sociaux s'effectue à l'aide d'un ratio calculé sur base de la profession du principal responsable des revenus (PRR) et sur son niveau d'instruction. La population est rangée par ordre de la valeur prise par la combinaison des deux variables (voir détails ci-après) puis découpée en huit groupes d'effectifs sensiblement égaux - sensiblement, parce que l'on ne peut découper les individus en morceaux. Par convention, on appelle "groupe 1", le groupe correspondant au domaine de valeurs les plus élevées (et donc au niveau professionnel et/ou au niveau d'instruction le plus élevé) et groupe 8, celui qui correspond aux valeurs les plus basses. On trouvera ci-dessous la valeur des points attribués à chacune des composantes du niveau d'instruction et du niveau professionnel du principal responsable des revenus.

Points par Niveau d'instruction (diplôme) de la PRR:
10 - primaire ou sans diplôme
35 - secondaire inférieur général (3 premières années achevées)
25 - secondaire inférieur technique, artistique ou professionnel (3 premières années achevées)
50 - secondaire supérieur général (3 dernières années achevées)
45 - secondaire supérieur technique ou artistique (3 dernières années achevées)
40 - secondaire supérieur professionnel (3 dernières années achevées)
75 - candidature, bachelier (professionnalisant ou académique), graduat
85 - licence, master, post-graduat, enseignement non-universitaire de type long
90 - licence avec diplôme complémentaire, master complémentaire
100 - doctorat avec thèse

Points par Profession actuelle de la PRR:
45 - agriculteur
70 - artisan, commerçant et industriels avec 5 salariés ou moins ou ne sait pas ; freelance ou autres indépendants avec 5 salariés ou moins ou ne sait pas
90 - industriel, gros commerçant avec 6 salariés ou plus ; freelance ou autres indépendants avec 6 salariés ou plus
100 - profession libérale ou nécessitant qualification
80 - cadre supérieur de 5 salariés ou moins ou ne sait pas
90 - cadre supérieur de 6 à 10 salariés
100 - cadre supérieur de 11 salariés ou plus
70 - cadre moyen de 5 salariés ou moins ou ne sait pas
75 - cadre moyen de 6 salariés ou plus
65 - autre employé principalement travail de bureau
60 - autre employé pas de travail de bureau ; autre employé ne sait pas
50 - ouvrier qualifié
25 - ouvrier non-qualifié ; ouvrier ne sait pas
Vous êtes pensionné(e) = 60% ancienne profession
Vous êtes pré-pensionné(e) = 75% ancienne profession
10 - vous êtes élève / étudiant(e) / en formation
10 - vous êtes homme / femme au foyer
Vous êtes chômeur / chômeuse = 60% ancienne profession
50 - vous avez temporairement une suspension complète des prestations de travail / système crédit-temps + autre
10 - vous êtes en incapacité de travail
10 - Jamais eu d'occupation professionnelle

Afin de déterminer la meilleure répartition possible des 8 classes de groupes sociaux, nous appliquons d'abord un algorithme ascendant classe 1 (maximum de points) vers classe 8 (minimum de points), puis un descendant classe 8 (minimum de points) vers classe 1 (maximum de points). On choisit l'algorithme final par rapport à celui dont l'une des classes n'obtient pas le plus grand écart en valeur absolue par rapport aux 12.5% de la classe.

Groupe social	% bruts	Borne inférieure	Borne supérieure
Groupe 1	13,4	5624	10000
Groupe 2	13,8	4874	5624
Groupe 3	13,4	3510	4874
Groupe 4	13	2799	3510
Groupe 5	12,3	2194	2799
Groupe 6	11,3	1559	2194
Groupe 7	11	749	1559
Groupe 8	9,8	0	749
Ne sait pas	2,1	0	0

6.2.4 Calcul des bornes Heavy-Medium-Light

Depuis la vague Mar-Jun 2019, le CIM publie de nouvelles variables socio-démographiques : les catégories d'intensité (Heavy-Medium-Light) par device utilisé pour écouter la radio.

La définition des groupes HML tient compte de la fréquence et de la durée d'écoute déclarée dans le questionnaire (et donc pas mesurée dans le carnet) par le répondant pour chaque device.

Etant donnée que les modalités de réponse de ces deux questions sont sous un format texte, elles ont été converties en variable de temps afin de calculer un colume par semaine. On trouvera ci-dessous la valeur attribuée à chacune des modalités de réponse.

Question de fréquence	
	Temps
1. Une ou plusieurs fois par jour	31
2. Plusieurs fois par semaine	12
3. Une fois par semaine	4
4. Une ou plusieurs fois par mois	2
5. Moins d'une fois par mois	0,5

Question de durée	
	Temps
1. Moins de 5 minutes	2,5
2. Moins d'un quart d'heure	10
3. Moins d'une demi-heure	22,5
4. Moins d'une heure	45
5. 1 à 2 heures	90
6. Plus de 2 heures	360

Ensuite, la définition par classe Heavy-Medium-Light suit la même procédure que celle des groupes sociaux. Pour chaque device, la population est rangée par ordre de valeur prise par le calcul du volume semaine puis découpées en trois groupes d'effectifs sensiblement égaux. Ici aussi, on applique un algorithme ascendant puis descendant afin de déterminer la meilleure répartition possible des trois classes. Les bornes exactes des catégories pour chaque device sont disponibles en annexe.

6.3 Profil de l'échantillon après redressement

Ces données sont disponibles en fin de document (p.50) dans les tableaux récapitulatifs (National, Nord, Sud).

7 Tableaux récapitulatifs

Les tableaux qui suivent reprennent les résultats suivants :

- Adresses (uniquement disponibles au niveau national),
- Interviews brut (profil de l'échantillon avant redressement),
- Carnets bruts,
- Echantillon final pondéré (profil de l'échantillon après redressement),

7.1 National

National				% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 9.885.365	% Adresses 24.332	Interviews Brut 8.886	Carnets Net 5.560	Echantillon final pondéré 9.885.345
Sexe	Homme	48,9	n.a.	47,5	47,4	48,9
	Femme	51,1	n.a.	52,6	52,6	51,1
Age	12-24 ans	17,0	n.a.	15,1	11,3	17,0
	25-34 ans	14,9	n.a.	13,9	12,4	14,9
	35-44 ans	15,0	n.a.	14,7	14,0	15,0
	45-54 ans	16,0	n.a.	16,4	17,8	16,0
	55-64 ans	15,2	n.a.	17,0	19,8	15,2
	65 ans et plus	21,9	n.a.	23,0	24,8	21,9
Province	Flandre Orientale	13,3	11,6	10,8	11,3	13,4
	Flandre Occidentale	10,6	9,2	9,3	10,0	10,7
	Anvers	16,2	14,3	14,0	14,8	16,2
	Brabant Flamand	10,1	9,5	10,7	10,3	10,0
	Limbourg	7,7	6,7	7,3	7,9	7,8
	Bruxelles 19	10,2	11,6	11,0	9,4	10,3
	Brabant Wallon	3,4	4,0	4,4	4,0	3,6
	Hainaut	11,8	13,8	13,0	13,1	11,7
	Liège	9,7	11,3	11,0	10,6	9,7
	Namur	4,4	5,0	5,2	5,3	4,3
	Luxembourg	2,5	3,0	3,4	3,3	2,5
Nouvel Habitat CIM	New Anvers CIM	6,5	5,8	5,9	5,9	6,5
	New Gand CIM	2,6	2,3	1,8	2,0	2,6
	New Bruxelles CIM	13,7	15,6	15,2	12,9	13,7
	New Charleroi CIM	2,5	3,1	2,8	2,7	2,5
	New Liege CIM	4,1	5,2	5,1	5,2	4,2
	30 Villes Flandre	14,4	13,1	12,8	13,4	14,4
	13 Villes Wallonie	7,3	8,8	8,4	7,8	7,3
	Petites Localites Flandre	16,1	13,1	14,3	15,4	16,2
	Petites Localites Wallonie	7,5	8,3	8,8	8,9	7,4
	Communes Rurales Flandre	15,5	13,6	14,0	14,9	15,6
	Communes Rurales Wallonie	9,8	11,1	11,0	10,9	9,7
PRA	Oui	66,6	n.a.	70,9	73,2	68,9
	Non	33,4	n.a.	29,1	26,9	31,1
PRR	Oui	56,5	n.a.	58,7	61,1	55,2
	Non	43,5	n.a.	41,4	38,9	44,8

National				% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 9.885.365	% Adresses 24.332	Interviews Brut 8.886	Carnets Net 5.560	Echantillon final pondéré 9.885.345
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	11,1	n.a.	7,5	6,7	11,1
	Secondaire inférieur	16,2	n.a.	13,4	12,8	16,2
	Secondaire supérieur	41,7	n.a.	36,3	36,0	41,7
	Bachelor	18,1	n.a.	23,2	24,8	18,1
	Master	12,9	n.a.	19,7	19,6	12,9
	ne sait pas		n.a.			
Statut Professionnel	Actif	48,8	n.a.	50,3	50,8	48,9
	Inactif	51,2	n.a.	49,7	49,2	51,2
Actif	indépendant	5,4	n.a.	5,4	4,8	5,0
	salarié du secteur public	14,1	n.a.	16,3	17,5	14,9
	salarié du secteur privé	29,4	n.a.	28,7	28,5	28,9
	ne sait pas		n.a.			
Inactif	retraité (e)	24,4	n.a.	26,1	29,2	24,4
	étudiant (e)	14,4	n.a.	13,2	10,2	15,0
	ménagère	4,1	n.a.	3,2	3,2	4,1
	rentier+autres	1,0	n.a.	1,1	0,8	1,1
	chômeur (chômeuse)	3,5	n.a.	2,9	2,6	3,5
	invalides	3,8	n.a.	3,1	3,3	3,2
	ne sait pas		n.a.	0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	11,7	n.a.	13,4	12,8	10,4
	groupe 2	11,9	n.a.	13,8	14,1	11,4
	groupe 3	12,9	n.a.	13,4	13,6	11,6
	groupe 4	12,4	n.a.	13,0	13,2	13,3
	groupe 5	13,1	n.a.	12,3	12,7	14,0
	groupe 6	12,8	n.a.	11,3	11,7	12,6
	groupe 7	12,4	n.a.	11,0	11,3	12,2
	groupe 8	12,7	n.a.	9,8	9,0	12,2
	ne sait pas		n.a.	2,1	1,6	2,5
Composition du ménage	1 personne	17,6	n.a.	19,1	19,9	17,6
	2 personnes	31,4	n.a.	36,4	38,9	31,4
	3 personnes	18,4	n.a.	18,5	17,6	21,5
	4 personnes	19,0	n.a.	16,6	15,6	18,3
	5 personnes et +	13,6	n.a.	9,4	8,0	11,2

7.2 Nord

Nord			% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 5.640.769	Interviews Brut 4.542	Carnets Net 2.993	Echantillon final pondéré 5.648.156
Sexe	Homme	49,2	48,0	48,7	49,3
	Femme	50,8	52,0	51,4	50,8
Age	12-24 ans	16,2	14,6	11,7	16,2
	25-34 ans	14,2	13,3	12,2	14,2
	35-44 ans	14,6	14,1	13,6	14,6
	45-54 ans	16,0	16,8	18,1	16,0
	55-64 ans	15,7	17,1	19,1	15,8
	65 ans et plus	23,3	24,1	25,4	23,4
Province	Flandre Orientale	23,4	21,1	21,0	23,4
	Flandre Occidentale	18,7	18,1	18,6	18,7
	Anvers	28,4	27,4	27,4	28,4
	Brabant Flamand	15,0	17,9	17,0	15,1
	Limbourg	13,6	14,4	14,7	13,6
	Bruxelles	1,0	1,2	1,2	0,9
Nouvel Habitat CIM	New Antwerpen CIM	11,3	11,5	11,0	11,3
	New Gent CIM	4,5	3,5	3,7	4,5
	New Brussel CIM	3,4	4,7	4,1	3,4
	30 villes Flandre	25,2	25,1	24,9	25,2
	Petites communes Flandre	28,3	27,9	28,7	28,3
	Communes rurales Flandre	27,3	27,4	27,7	27,3
PRA	Oui	65,4	69,4	71,5	67,9
	Non	34,6	30,6	28,5	32,1
PRR	Oui	55,8	57,6	59,2	54,3
	Non	44,2	42,4	40,8	45,7
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	11,3	7,1	6,6	10,9
	Secondaire inférieur	17,8	13,6	12,7	15,1
	Secondaire supérieur	39,7	38,0	37,6	43,2
	Bachelor	17,3	23,5	25,0	18,7
	Master	13,9	17,8	18,2	12,2
	ne sait pas				

Nord			% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 5.640.769	Interviews Brut 4.452	Carnets Net 2.993	Echantillon final pondéré 5.648.156
Statut Professionnel	Actif	51,4	52,7	52,8	51,3
	Inactif	48,6	47,3	47,2	48,7
Activité professionnelle	indépendant	4,9	5,2	4,7	4,9
	salarié du secteur public	13,1	15,6	16,4	14,4
	salarié du secteur privé	33,3	32,0	31,7	32,0
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	26,3	27,2	29,5	26,1
	étudiant (e)	13,2	12,4	10,0	13,8
	ménagère	3,5	2,9	2,9	3,5
	rentier + autres	0,2	0,4	0,4	0,4
	chômeur (chômeuse)	2,1	1,7	1,6	2,1
	invalides	3,4	2,8	2,9	2,8
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	11,1	12,3	12,2	9,7
	groupe 2	12,3	14,0	14,5	11,7
	groupe 3	12,7	13,3	13,5	11,7
	groupe 4	12,8	13,3	13,1	13,2
	groupe 5	14,0	13,4	13,9	15,3
	groupe 6	13,0	11,5	11,2	12,7
	groupe 7	12,4	11,0	11,4	11,8
	groupe 8	11,9	9,2	8,5	11,6
	ne sait pas		2,0	1,8	2,4
Composition du ménage	1 personne	16,1	18,0	18,6	16,1
	2 personnes	33,8	37,9	39,9	33,7
	3 personnes	18,1	17,8	17,1	20,9
	4 personnes	19,5	17,6	16,7	19,1
	5 personnes et +	12,5	8,7	7,7	10,2

7.3 Sud

Sud			% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 4.244.596	Interviews Brut 4.344	Carnets Net 2.567	Echantillon final pondéré 4.237.189
Sexe	Homme	48,5	46,9	45,9	48,5
	Femme	51,5	53,1	54,1	51,5
Age	12-24 ans	18,2	15,6	11,0	18,2
	25-34 ans	15,9	14,5	12,5	15,9
	35-44 ans	15,5	15,3	14,4	15,5
	45-54 ans	16,0	16,1	17,4	16,0
	55-64 ans	14,4	16,8	20,7	14,4
	65 ans et plus	20,0	21,8	24,1	20,0
Province	Brabant Flamand	3,7	3,3	2,5	3,1
	Bruxelles	22,5	21,2	18,9	22,8
	Brabant Wallon	8,0	9,1	8,7	8,4
	Hainaut	27,4	26,6	28,3	27,4
	Liège	22,6	22,4	23,0	22,5
	Namur	10,1	10,6	11,4	10,1
	Luxembourg	5,8	6,9	7,2	5,8
Nouvel Habitat CIM	New Bruxelles CIM	27,4	26,2	23,2	27,5
	New Charleroi CIM	5,8	5,8	5,8	5,8
	New Liège CIM	9,7	10,5	11,3	9,7
	13 Villes Wallonie	17,0	17,1	16,9	16,9
	Petites Localités Wallonie	17,4	18,0	19,2	17,3
	Communes Rurales Wallonie	22,7	22,5	23,7	22,7
PRA	Oui	68,2	72,5	75,1	70,3
	Non	31,8	27,5	24,9	29,7
PRR	Oui	57,5	59,8	63,3	56,4
	Non	42,5	40,2	36,7	43,6
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	10,9	7,9	6,9	11,3
	Secondaire inférieur	15,0	13,2	13,1	17,8
	Secondaire supérieur	43,2	34,4	34,2	39,7
	Bachelier	18,7	22,8	24,6	17,3
	Master	12,2	21,7	21,4	13,9
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0

Sud			% Jan-Jun 2020		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2020 4.244.596	Interviews Brut 4.344	Carnets Net 2.567	Echantillon final pondéré 4.237.189
Statut Professionnel	Actif	45,5	47,8	48,4	45,5
	Inactif	54,5	52,2	51,6	54,5
Activité professionnelle	indépendant	5,9	5,5	4,9	5,2
	salarié du secteur public	15,4	17,0	18,8	15,5
	salarié du secteur privé	24,2	25,3	24,7	24,8
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	22,1	25,0	28,8	22,0
	étudiant (e)	16,0	14,0	10,4	16,5
	ménagère	4,9	3,6	3,5	4,9
	rentier + autres	1,9	1,8	1,3	2,0
	chômeur (chômeuse)	5,3	4,2	3,8	5,3
	invalides	4,4	3,6	3,7	3,8
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	12,6	14,6	13,6	11,3
	groupe 2	11,5	13,5	13,6	11,0
	groupe 3	13,1	13,4	13,8	11,5
	groupe 4	12,0	12,7	13,3	13,4
	groupe 5	12,0	11,2	11,3	12,2
	groupe 6	12,6	11,1	12,3	12,4
	groupe 7	12,4	11,1	11,1	12,7
	groupe 8	13,8	10,4	9,6	12,9
	ne sait pas		2,1	1,4	2,6
Composition du ménage	1 personne	19,6	20,2	21,4	19,6
	2 personnes	28,3	34,8	37,8	28,3
	3 personnes	18,7	19,3	18,2	22,3
	4 personnes	18,3	15,5	14,2	17,3
	5 personnes et +	15,1	10,1	8,4	12,5

7.4 Interviews Split face-to-face / online

	Sample	F2F	CATI	Online	% online
Flanders (-BNC)					
12-17 ans	263	146	73	44	17%
18-24 ans	381	153	109	119	31%
25-34 ans	582	185	170	227	39%
35-44 ans	606	219	186	201	33%
45-54 ans	734	230	222	282	38%
55-64 ans	732	248	232	252	34%
65+	1031	461	296	274	27%
TOTAL	4.329	1.642	1.288	1.399	32%
New Brussel CIM					
12-17 ans	75	46	18	11	15%
18-24 ans	140	57	46	37	26%
25-34 ans	237	101	81	55	23%
35-44 ans	247	86	84	77	31%
45-54 ans	209	87	70	52	25%
55-64 ans	195	74	60	61	31%
65+	246	106	75	65	26%
TOTAL	1.349	557	434	358	27%
Wallonia (-BNC)					
12-17 ans	189	115	39	35	19%
18-24 ans	295	131	68	96	33%
25-34 ans	414	159	113	142	34%
35-44 ans	450	171	135	144	32%
45-54 ans	517	182	141	194	38%
55-64 ans	579	239	171	169	29%
65+	764	367	220	177	23%
TOTAL	3.208	1.364	887	957	30%
BELGIUM	8.886	3.563	2.609	2.714	31%

8 Contrôles de l'étude

8.1 Rôle de la Commission Technique

Lors de ses réunions (environ une toutes les 4 semaines), la Commission Technique prend connaissance de l'état d'avancement du terrain et du retour des carnets présentés par l'Institut et validés par la structure permanente du CIM.

Lors de ces mêmes réunions, la structure permanente du CIM fait rapport de ses propres contrôles. La Commission Technique peut demander des contrôles supplémentaires lorsqu'elle le juge utile.

Enfin, certains membres de la Commission Technique ont participé à des séances de "cleaning" des données, visant notamment à préciser les intitulés de stations imprécis.

8.2 Rôle de la structure permanente

La structure permanente (SPS) peut consulter hebdomadairement des fichiers électroniques de GfK Belgium reprenant l'état du terrain d'enquête:

- Total des interviews réalisées
- Le tout par enquêteur et globalement.

La SPS peut consulter chaque semaine le nombre de carnets rentrés à l'institut.

Régulièrement la SPS présente le résultat de ses contrôles à la Commission Technique. Les volets suivants sont présentés : nombre d'interviews, nombre de carnets renvoyés, les procédures de contact (rang contact, rang adresse), étalements des interviews par jour de la semaine, contrôles des dates de retour, analyse des performances des enquêteurs, etc.

En fonction des constatations, la Commission Technique et la structure permanente peuvent prendre des mesures dans les procédures d'enquête pendant le terrain en cours.

9 Exploitation et mise à disposition des données

Un cahier des charges pour l'exploitation, disponible au CIM, précise notamment les définitions, les conditions d'utilisation, et le modèle utilisé pour les calculs de plans.

Chaque souscripteur de l'étude peut recevoir les fichiers de données bruts qu'il est libre d'adapter dans un software propre ou de transmettre à un concepteur de son choix. Le CIM vérifie les outputs de chaque software.

9.1 Analyse des audiences

La vague Nov 2019-Feb 2020 isolée permet d'analyser l'audience des émetteurs nationaux et provinciaux.

Pour les radios locales, la commission technique prescrit de recourir exclusivement aux fichiers de media-planning (cumul des trois dernières vagues ; voir ci-dessous), pour augmenter le nombre d'observations utilisées (on ne peut que rappeler que l'étude actuelle est plutôt conçue pour les radios nationales et les grands réseaux, les tailles d'échantillon et la méthode étant peu adaptées pour les émetteurs locaux).

9.2 Media-planning

Conformément à l'accord fondateur, le cahier des charges d'exploitation de l'étude précise : *"Les traitements de média planning tel que ranking, évaluation et analyse de l'offre ne sont autorisés que sur un cumul de vagues consécutives"*.

Tout traitement de media-planning devra impérativement être réalisé sur les données cumulées des trois dernières vagues tel que défini dans le paragraphe de la page suivante.

9.3 Règles de publications

Les radios doivent atteindre un minimum de 100 observations pour être publiées dans le fichier brut fourni aux souscripteurs. Ce nombre d'observations est basé sur l'audience totale Belgique 12+. Cette règle des 100 observations ne s'applique plus aux radios nationales et étrangères.

Les résultats des radios qui n'atteignent pas 100 observations sont repris dans des regroupements définis en annexe.

Cette règle est d'application pour le fichier vague isolée et pour le fichier de cumul.

9.4 Fichiers des données individuelles

En pratique, les souscripteurs recevront donc **deux fichiers** :

1. Pour l'analyse d'audience des radios nationales et des grands réseaux :

Le fichier des données individuelles de la vague Janvier-Juin 2020, avec 8.886 interviews. L'univers des 12+ est composé de 9.885.365 individus.

2. Pour l'analyse d'audience des radios provinciales :

Un fichier cumulé de 25.134 interviews :

- vague Mai-Août 2019 : 8.061 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)
- vague Septembre-Décembre 2019 : 8.187 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)
- vague Janvier-Juin 2020 : 8.886 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)

L'univers des 12+ est composé de 9.847.454 individus.

10 Les intervalles de confiance

Pour les radios nationales qui font uniquement l'objet d'une publication sous forme de fiche, un intervalle de confiance est calculé sur le daily reach. Ci-dessous, un rappel du calcul de l'intervalle de confiance utilisé pour déterminer la marge d'erreur sur la mesure de l'audience d'une radio déterminée.

Intervalle de confiance sur une proportion

Les erreurs d'échantillonnage peuvent être calculées suivant la théorie classique se rapportant aux échantillons aléatoires ; celle-ci montre que la distribution des moyennes observées sur l'échantillon est normale et qu'en conséquence l'erreur d'estimation, au niveau de probabilité 95 %, est donnée par la relation :

$$e = \pm 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

p représente la proportion d'auditeurs d'une certaine radio observés dans l'échantillon. Cette proportion doit être libellée sous une forme décimale, soit 0,028 par exemple.

q = 1 - p (si p = 0,028 alors q vaut 0,972)

n est l'effectif de l'échantillon brut (dans l'exemple ci-dessous n = 4.344).

$$p - 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}} < P < p + 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

Reprenant notre exemple, l'équation ci-dessus devient :

$$0,028 - 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{4.344}} < P < 0,028 + 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{4.344}}$$

Théoriquement la vraie valeur de la proportion d'auditeurs de la radio X a 95 % de chances de se situer entre 2,31% et 3,29% de la population.

Prenons un exemple concret : nous connaissons les valeurs suivantes :

Radio X	
Taille échantillon	4.344
% C (ens.12+)	2,8%

Le pourcentage de couverture est repris dans les fiches CIM, il s'agit de P dans la formule reprise ci-dessus. Nous utilisons P comme une approximation de p, ce qui nous permet de calculer $q = 1-p$.

Le tableau suivant reprend les différentes valeurs dont nous avons besoin pour calculer les bornes inférieure et supérieure de l'intervalle de confiance :

p	0,028
q	0,972
p*q	0,0272
(p*q)/n	$6,26 \cdot 10^{-6}$
racine ((p*q)/n)	0,0025

Pour trouver les bornes de l'intervalle de confiance, il suffit de multiplier cette dernière quantité par 1,96 et de soustraire (borne inférieure) et d'ajouter (borne supérieure) cette dernière quantité à p, soit :

borne inférieure IC	0,0231	2,31%
borne supérieure IC	0,0329	3,29%

Ce qui revient à dire que la "vraie proportion" d'auditeurs de la radio X a 95 % de chances de se trouver entre 2,29% et 3,29% de la population. La dernière étape consiste encore à traduire ces proportions en termes de nombres absolus.

Annexe 1: Questionnaire de recrutement (CAPI) vague Jan-Juin 2020

Master Questionnaire Template (ÉTUDE RADIO CIM 2020) QUESTIONNAIRE CAPI (Project number 21638)

<Basic survey information>

Length of interview: .. minutes

Start fieldwork:

End fieldwork:

I. SAMPLE VARIABLES

Example:

- Respondent number (unique) (label RESPID) [Q]

- Age (label Z20) [Q]

- bg_sexe [S]

- Region (label Z22) [Q]

II. QUOTA CHECK

No quota

III. INTRODUCTION

No introduction

IV. SCREENER QUESTIONS

No screener

V. MAIN QUESTIONNAIRE

Base: all respondents

Q1 (=language) [S]

Langue de l'interview

1 : Néerlandais

2 : Français

[teller1 – T1]

Base: all respondents

Q ENQNR [S]

Introduisez votre numéro d'enquêteur:

Base: all respondents

Q q0 [S]

Interviewer complétez le temps de commencement - Heures et minutes

Base: all respondents

Q LEEFTIJD [S]

Interviewer instruction: Complétez l'âge du répondant

SCRIPTER: min = 12; max = 99

Base: all respondents

Q GESLACHT [S]

Interviewer instruction: indiquer le sexe du répondant

- 1 : Un homme
- 2 : Une femme

A Entretien personnel

Base: all respondents

Q intro [S]

Nous vous remercions de bien vouloir participer à cette étude !

Base: all respondents

Q S142 [S]

Quelle langue parlez-vous le plus souvent chez vous?

(Interviewer instruction: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSE – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: Néerlandais
- 2: Français
- 3: Allemand
- 4: Anglais
- 5: Arabe
- 6 : Espagnol
- 7: Italien
- 8: Polonais
- 9: Turc
- 99: autre: (spécifiez) [O]

Base: all respondents

Q IDNR [Q]

Introduisez ici le numéro unique :

Interviewer instruction: Faites attention que ce numéro unique soit correct

Interviewer instruction: Le numéro unique est communiqué dans la feuille de contact après la sélection du répondant. Vous pouvez le trouver aussi dans l'aperçu des adresses de la feuille de contact si la sélection du répondant est complète.

1801-xxxxx-xx-xx

[teller2 – T2]

Base: all respondents

Q d3 [SGRID]

Au cours **des derniers mois**, avez-vous pendant au moins 10 minutes... ?

	Oui	Non
regardé la télévision?		
écouté la radio?		
surfé sur Internet à la maison ?		
surfé sur Internet au travail ?		
lu un quotidien ?		
lu un magazine ?		

[teller 2b – T2B]

B Habitudes d'écoute

Les questions qui vont suivre, ont toutes un rapport avec l'écoute de la radio

Base: all respondents

Q qe1 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous personnellement la radio en **semaine** (c'est-à-dire du lundi au vendredi) dans les tranches horaires indiquées, quelle que soit la station ?

Respondent instruction: Cochez la case correspondant à vos attitudes d'écoute pour chaque ligne - une seule réponse par ligne

La RADIO du lundi au vendredi		Tous les jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
Le matin	de 5h à 6h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 6h à 9h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 9h à 12h	☐	☐	☐	☐	☐
A midi	de 12h à 14h	☐	☐	☐	☐	☐
L'après- midi	de 14h à 16h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 16h à 18h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 18h à 20h	☐	☐	☐	☐	☐
Le soir	de 20h à 24h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 24h à 5h	☐	☐	☐	☐	☐

[teller4 – T4]

Base: all respondents

Q qe2 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous personnellement la radio le **samedi** dans les tranches horaires indiquées, quelle que soit la station ?

Respondent instruction: Cochez la case correspondant à vos attitudes d'écoute pour chaque ligne - une seule réponse par ligne

La RADIO le samedi		Tous les samedis	Presque tous les samedis	Un samedi ou deux par mois	Moins souvent	Jamais
Le matin	de 5h à 6h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 6h à 9h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 9h à 12h	☐	☐	☐	☐	☐
A midi	de 12h à 14h	☐	☐	☐	☐	☐
L'après- midi	de 14h à 16h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 16h à 18h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 18h à 20h	☐	☐	☐	☐	☐
Le soir	de 20h à 24h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 24h à 5h	☐	☐	☐	☐	☐

[teller5 – T5]

Base: all respondents

Q qe3 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous personnellement la radio le **dimanche** dans les tranches horaires indiquées, quelle que soit la station ?

Respondent instruction: Cochez la case correspondant à vos attitudes d'écoute pour chaque ligne - une seule réponse par ligne

La RADIO le dimanche		Tous les dimanches	Presque tous les dimanches	Un dimanche ou deux par mois	Moins souvent	Jamais
Le matin	de 5h à 6h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 6h à 9h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 9h à 12h	☐	☐	☐	☐	☐
A midi	de 12h à 14h	☐	☐	☐	☐	☐
L'après- midi	de 14h à 16h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 16h à 18h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 18h à 20h	☐	☐	☐	☐	☐
Le soir	de 20h à 24h	☐	☐	☐	☐	☐
	de 24h à 5h	☐	☐	☐	☐	☐

[teller6 – T6]

C MÉDIAS

Base: all respondents

Q e1 [M]

Quelles radios avez-vous écoutées pendant au moins 10 minutes au cours des derniers mois ?

(Interviewer instruction: montrez SEULEMENT le rabat/aide-mémoire avec la liste des radios et complétez les radios écoutées dans le questionnaire CAPI – Ne lisez pas la liste – Insistez !)

SCRIPTER : the list with stations and codes are provided separately. Please check this list

1. Radios nationales
2. Radios régionales
3. Radios locales
4. Autres radios, lesquelles?

SCRIPTER: provide max. 5 open fields

SCRIPTER: the (maximum) 5 other radios will only be coded and named in question E1. They will not have to be recoded in e2 and e3 anymore

999. Radio inconnue

000. N'a pas écouté la radio

[teller7 – T7]

Base: all respondents

Q e2 [M]

Et quelles radios avez-vous écoutées pendant au moins 10 minutes au cours des 7 derniers jours ?

(Interviewer instruction: montrez SEULEMENT le rabat/aide-mémoire avec la liste des radios et complétez les radios écoutées dans le questionnaire CAPI – Ne lisez pas la liste – Insistez !)

SCRIPTER: only answers Q e1 should return here, also if e1=000

1. Radios nationales
 2. Radios régionales
 3. Radios locales
 4. Autres radios?
000. N'a pas écouté la radio.

[teller8 – T8]

Base: e2 > 000

Q e3 [S]

Quelle radio avez-vous écoutée le plus au cours des 7 derniers jours?

En premier lieu ?

Et en deuxième lieu?

Et en troisième lieu ?

SCRIPTER: only answers Q e2 should return here

SCRIPTER: if only 1 station indicated in e2, then only "en premier lieu" needs to be asked; if only 2 stations indicated in e2, then only "En premier lieu" and "Et en deuxième lieu" need to be asked.

(Interviewer instruction. : Montrez le rabat/aide-mémoire avec la liste des radios et encodez la réponse dans le questionnaire CAPI – Ne lisez pas la liste – Insistez !)

[teller9 – T9]

Base: if e1>0 or e2>0

Q x1 [SGRID]

Voici différents supports pour écouter la radio. Pouvez-vous indiquer à quelle fréquence vous l'écoutez via ces différents supports ?

Interviewer instruction: lisez chaque support séparément, 1 seule réponse par support possible

[DP : Une seule réponse par ligne]

	1 ou plusieurs fois par jour	Plusieurs fois par semaine	1 fois par semaine	1 ou plusieurs fois par mois	Moins d'une fois par mois	Jamais
Un poste de radio FM (radio transistor, chaîne hi-fi, radio-réveil,...)						
Un poste de radio DAB+						
Un autoradio FM						
Un autoradio DAB+						
Un poste de télévision						
Un ordinateur						
Un téléphone (GSM,iPhone,...)						
Un lecteur MP3, iPod, PSP...						
Une tablette (iPad,...)						
Radio Wifi (récepteur de web radio)						
Une enceinte intelligent avec assistance vocale (Amazon Echo, Google Home, Apple homepod...)						

New ! Ajouté en janvier 2020

FILTER ON DEVICES SELECTED IN Qx1

Sur un jour moyen où vous écoutez la radio via ces supports, combien de temps écoutez-vous la radio via :

Interviewer instruction: lisez chaque support séparément, 1 seule réponse par support possible

[DP : Une seule réponse par ligne]

	Moins de 5 minutes	Moins d'un quart d'heure	Moins d'une demi-heure	Moins d'une heure	1 à 2 heures	Plus de 2 heures
Un poste de radio FM (transistor, chaîne hi-fi, radio-réveil,...)						
Un poste de radio DAB+						
Un autoradio FM						
Un autoradio DAB+						
Un poste de télévision						
Un ordinateur						
Un téléphone (GSM,iPhone,...)						
Un lecteur MP3, iPod, PSP...						
Une tablette (iPad,...)						
Radio Wifi (récepteur de web radio)						

Une enceinte intelligente avec assistance vocale (Amazon Echo, Google Home, Apple homepod...)						
---	--	--	--	--	--	--

New ! Ajouté en janvier 2020

Base: all respondents

Q 3a [M]

Quels types de contenus radio ou audio avez-vous écoutés au cours des derniers mois ?

1. La radio en direct en FM
2. La radio en direct en DAB+
3. La radio en direct via un poste de TV
4. La radio en direct via le site ou l'application de la station
5. La radio en direct via des agrégateurs (plateforme qui regroupe différentes radios comme Tuneln, Radioplayer.be...)
6. Des émissions radio en différé (replays, podcast replays...)
7. Des podcasts originaux (des contenus audio qui ne sont pas diffusés à la radio)
8. Des services de streaming musical (Spotify, Deezer, Youtube Music, Soundcloud...)
9. De la musique sur des plateformes vidéos (Youtube, Vimeo, Dailymotion...)
10. De la musique que vous avez téléchargée ou achetée (CD, disque, fichiers mp3)
99. Aucun de ceux-ci

D Volet du Carnet

Base: If computer date = monday

Q SELINT [S]

Indiquez dimanche comme premier jour d'écoute, à moins que vous n'ayez reçu d'autres instructions.

2: Dimanche

1: Samedi

Base: If Q SELINT = 1

Q SELINT2 [S]

Vous pouvez seulement indiquer samedi comme premier jour d'écoute, si vous avez reçu des instructions spécifiques. Est-ce le cas ?

1 : Oui, retenez samedi comme premier jour d'écoute

2 : Non, prenez dimanche comme premier jour d'écoute

Base: all respondents

Q DGBLU [S]

Le but de cette étude est de savoir quelles radios vous écoutez et à quel moment de la journée vous les écoutez.

Nous souhaitons vous demander d'enregistrer votre comportement d'écoute dans un carnet pendant une semaine. Vous pouvez le faire soit via un carnet 'papier' soit via Internet.

Vous devez noter dans le carnet les radios que vous écoutez, les quarts d'heures où vous les écoutez et à quel endroit vous les écoutez. Vous devez aussi indiquer si vous avez écouté la radio via Internet.

Même si vous n'écoutez pas beaucoup la radio, votre participation est importante: nous ne sommes absolument pas uniquement à la recherche de personnes qui écoutent beaucoup la radio. Chaque auditeur de radio est important !

Votre participation est importante car nous souhaitons déterminer, auprès du plus grand nombre de personnes possibles, les radios que ces personnes écoutent. Nous souhaitons aussi connaître les jours où vous n'avez pas écouté la radio.

Cela ne vous prendra que quelques minutes par jour pour remplir votre carnet d'écoute. Si vous êtes prêt à participer à cette enquête et à nous renvoyer le journal rempli, vous avez une chance de gagner l'un des nombreux prix de notre tombola. Vous trouverez de plus amples renseignements sur les prix à gagner sur la carte d'information que l'enquêteur vous a remis. (IF LEEFTIJD>11 and LEEFTIJD<25) Vous recevrez également un bon d'achat en ligne par SMS de 5 euros. Ceci peut être échangé sur Bol.com ou Amazon.

Dès que vous aurez complété le dernier jour de votre carnet d'écoute, veillez à ce qu'il nous revienne le plus rapidement possible. Si vous souhaitez compléter votre comportement d'écoute dans le carnet 'papier', vous pouvez nous le renvoyer en utilisant l'enveloppe retour qui vous est fournie. Vous n'aurez aucun frais de port ni de frais d'envoi à payer! Si vous préférez travailler via Internet, il vous suffira de confirmer votre carnet d'écoute et de nous le renvoyer en ligne. En répondant via Internet, vous doublez vos chances de gagner un prix !

Interviewer instruction: veuillez expliquer le dédommagement à l'aide de la 'carte des incentives'

!Ajout de l'explication du carnet mobile suite à l'intégration de l'e-diary depuis mai 2020!

Base: all respondents

Q DGBL1 [S]

J'aimerais à présent parcourir avec vous les radios que vous avez écoutées hier. Il y a trois manières de remplir le carnet: carnet papier, en ligne sur pc/ordinateur portable ou en ligne sur smartphone/tablette.

Permettez-moi de vous montrer brièvement les différentes possibilités.

Base: all respondents

Q DGBL1_papier [S]

Vous pouvez choisir de remplir le carnet papier.

Interviewer instruction: Montrez brièvement le carnet papier

Base: all respondents

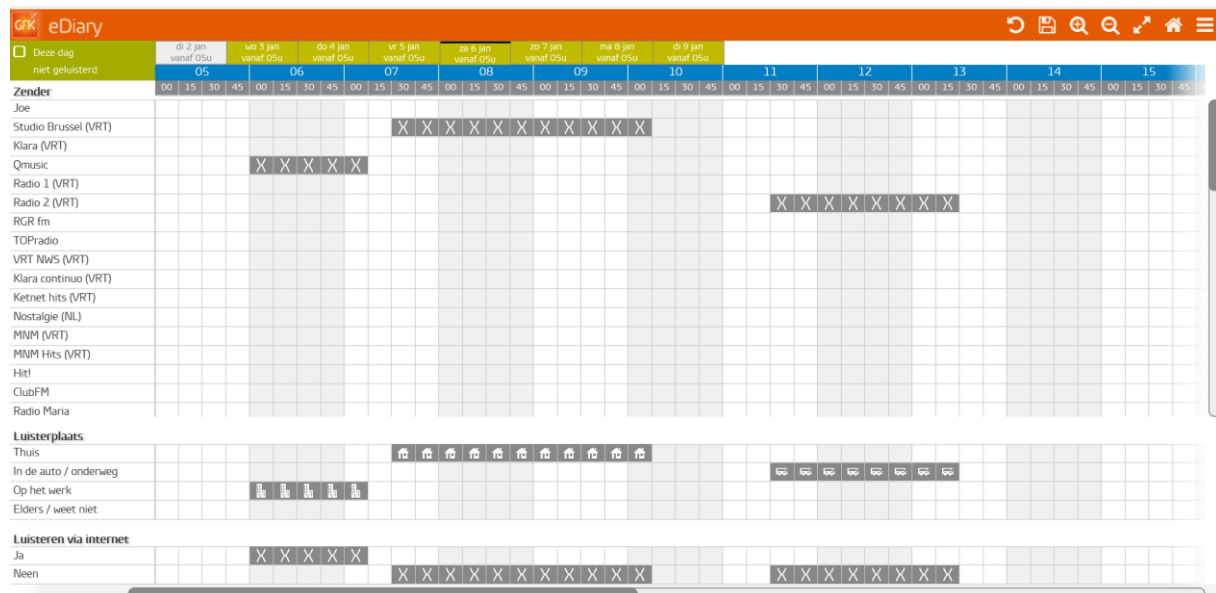
Q DGBL1_grid [S]

Vous pouvez choisir de remplir le carnet en ligne sur pc/laptop. Ça ressemble à cela:

Interviewer instruction: Montrez brièvement le printscreen sur l'écran suivant

Base: all respondents

Q DGBL1_grid2 [S]



The screenshot shows the 'eDiary' application interface. At the top, there's a header with the 'eDiary' logo and navigation icons. Below the header, a calendar view shows days from 05 to 15. The main area is a grid where users can log their radio listening activities. The grid has columns for each day and rows for different radio stations and listening locations. The 'Zender' (Station) section lists various radio stations like Studio Brussel (VRT), Klara (VRT), Qmusic, Radio 1 (VRT), Radio 2 (VRT), RGR fm, TOPradio, VRT NWS (VRT), Klara continuo (VRT), Ketnet hits (VRT), Nostalgie (NL), MNM (VRT), MNM Hits (VRT), Hit!, ClubFM, and Radio Maria. The 'Luisterplaats' (Listening location) section includes Thuis, In de auto / onderweg, Op het werk, and Elders / weet niet. The 'Luisteren via internet' (Listening via internet) section has Ja (Yes) and Neen (No) options. The grid cells are marked with 'X' to indicate listening activity.

Base: all respondents

Q DGBL1_app [S]

Où vous pouvez choisir de remplir le carnet sur votre smartphone ou votre tablette. Le carnet ressemble à cela:

Interviewer instruction: Montrez brièvement le printscreen sur l'écran suivant

Base: all respondents

Q DGBL1_app2 [S]



Base: all respondents

Q DGBL2 [S]

Préférez-vous compléter le carnet d'écoute en version papier, ordinateur portable/pc ou via smartphone/tablette?

- 1: Sur papier
- 2: En ligne via ordinateur portable/pc
- 3: En ligne via un smartphone/tablette
- 4: Ne sais pas

UITLEG PAPIER & WEET NIET

Base: DGBL2=1

Q newDGBL3A [S]

Merci pour votre choix.

Nous remplirons ensemble le carnet pour la journée d'hier.

Base: DGBL2=4

Q newDGBL3B [S]

Pas de problème. Nous parcourrons d'abord le carnet papier ensemble, puis nous regarderons aussi le carnet en ligne ensemble.

Base: DGBL2=1 or 4

Q E4 [S]

Interviewer instruction:

Enq. Complétez les questions A et B et les dates des différents jours dans le **carnet papier**.

A: ... (Scripter: add stations from e1)

B: ... (Scripter: add stations from e2)

À présent, pouvez-vous me dire **quelles radios** vous avez écoutées hier ?

Prenez comme premier jour d'écoute :... (Scripter: add day from SEL1)



Afin de vous aider à vous en rappeler, j'ai ici une grille de 24 heures (ENQ. : ouvrez le Carnet au premier jour et montrez le rabat avec les noms de radio) (« une journée entière ») divisées en quarts d'heure, à partir de 5 heures du matin.

Commençons par le moment où vous vous êtes levé(e) hier, à quelle heure était-ce ?

Et la radio était-elle allumée ?

Quelle station de radio ? Cela peut aussi être une radio qui n'est pas reprise dans notre liste.

Avez-vous encore écouté la radio plus tard dans la journée ?

Indiquez bien les radios que vous avez écoutées pendant au moins 10 minutes par quart d'heure !

Et pour chaque quart d'heure que vous avez coché, indiquez l'endroit où vous avez écouté cette radio (à la maison, en voiture, au travail, ailleurs) ?

Base: DGBL2=1 or 4

Q i507 [S]

(Interviewer instruction: complétez avec la personne le premier jour du Carnet – Insistez !)

Et quelles radios avez-vous écoutées aujourd'hui ?

(Interviewer instruction: completez avec la personne le carnet jusqu'à quelques heures avant l'entretien)

L'enquêteur complète avec le répondant le premier jour d'écoute et aujourd'hui dans le Carnet.

Vous pouvez continuer à compléter ce carnet, n'oubliez pas de continuer à le compléter pour aujourd'hui avant de poursuivre avec les autres jours.

Base: DGBL2=1 or 4

Q newDGBL4A [S]

Je vous laisse le **carnet papier et l'enveloppe de retour**. Avec cette enveloppe de retour, vous pouvez nous renvoyer le carnet sans frais.

Base: DGBL2=1

Q newDGBL4B [S]

Si vous voulez plutôt remplir le carnet **en ligne**, ce n'est pas un problème. A l'**arrière** de ce carnet, vous trouverez votre **numéro de carnet personnel** et votre **mot de passe** que vous pouvez utiliser pour vous enregistrer pour remplir le carnet via le **site web (www.cimradio.be ou edairy.gfk.com/be)** ou l'**application**.

Je vous laisse cette **feuille d'instructions** pour vous aider.

Je vais reprendre les données que nous venons de compléter dans une simulation du carnet en ligne pour qu'il soit déjà rempli si vous décidez de le compléter de cette manière.

UITLEG ONLINE & WEET NIET

Base: DGBL2=2 or 3

Q DGBL5A [S]

Merci pour votre choix.

Nous allons parcourir ensemble votre comportement d'écoute d'**hier** et remplirons le carnet en ligne. Ces informations seront **automatiquement complétées à partir de demain** lorsque vous vous connecterez.

Base: DGBL2=4

Q DGBL5B [S]

C'est tout pour le carnet papier. Maintenant, je veux vous montrer le **carnet en ligne**.

Après cela, je vais simplement reprendre les informations que nous venons de compléter ensemble dans le carnet papier.

Ces informations seront **automatiquement complétées à partir de demain** lorsque vous vous connecterez.

Base: all respondents

Q CIMDATA [S]

If DGBL2=1

Interviewer instruction: Copiez les données du carnet papier dans le Simagenda

If DGBL2=4

Interviewer instruction: Copiez les données du carnet papier dans le Simagenda et parcourez avec le répondant

If DGBL2=2

À présent, pouvez-vous me dire **quelles radios** vous avez écoutées hier ?

Prenez comme premier jour d'écoute :... (Scripter: add day from SEL1)

If DGBL2=3

Pour chaque bloc d'écoute, indiquez l'heure de début et de fin, la station et le lieu, et indiquez si vous avez écouté ou non via Internet. Prenez ... (Scripter: add day from SEL1) comme premier jour d'écoute.

If DGBL2=2 or 3

Commençons par le moment où vous vous êtes levé(e) hier, à quelle heure était-ce ?

Et la radio était-elle allumée ?

Quelle station de radio ? Cela peut aussi être une radio qui n'est pas reprise dans notre liste.

Avez-vous encore écouté la radio plus tard dans la journée ?

Indiquez bien les radios que vous avez écoutées pendant au moins 10 minutes par quart d'heure !

Et pour chaque quart d'heure que vous avez coché, indiquez l'endroit où vous avez écouté cette radio (à la maison, en voiture, au travail, ailleurs) ?

Scripter: add new SIMAGENDA (If DGBL2=1 or 2 or 4: grid, if DGBL2=3: dropdown), the next button can only be visible when code 1 hereunder is indicated.

Avez-vous bien sauvegardé votre carnet d'écoute?

1. Oui, j'ai cliqué sur  ou  et veux continuer.

Base: If DGBL2=2 or 3

Q i469 [S]

Reprenez maintenant les données provenant du SIMAagenda dans le journal de bord (version papier).

Base: DGBL2=2 or 3

Q DGBL7A [S]

Vous pouvez continuer à compléter ce carnet en ligne **à partir de demain**, n'oubliez pas de **le remplir pour aujourd'hui** avant de poursuivre pour les autres jours du carnet en ligne.

Les données que nous venons d'enregistrer ensemble seront envoyées ce soir, afin qu'elles puissent être consultées en ligne dès demain.



Après avoir encodé votre adresse e-mail, vous **recevrez demain un e-mail avec un lien hypertexte**. En cliquant sur le lien, vous aurez immédiatement accès à votre carnet personnel en ligne.

If DGBL2=2

Si vous voulez cependant remplir le carnet sur un appareil mobile, ce n'est pas un problème. Vous pouvez ouvrir **le lien sur un smartphone ou une tablette ou télécharger l'application**.

L'**application est facile à installer et à utiliser**. Je vous laisserai cette **feuille d'instructions** pour vous aider si vous décidez de l'utiliser.

Le site Web et l'application sont liés. Ainsi, ce que vous remplissez dans l'application, vous le verrez aussi apparaître dans votre carnet sur le site et vice versa.

If DGBL2=3

Vous pouvez ouvrir le carnet via le lien, ou vous pouvez télécharger l'application.

L'application est facile à installer et à utiliser. Je vous laisserai cette carte d'instructions pour vous aider si vous décidez de l'utiliser.

Vous pouvez également choisir de remplir le carnet sur un **ordinateur portable/PC**. Vous pouvez ouvrir le lien sur chaque appareil.

Le site Web et l'application sont liés. Ainsi, ce que vous entrez dans l'application, vous le verrez aussi apparaître dans votre carnet sur le site et vice versa.

If DGBL2=2 or 3

Je laisse aussi un **carnet papier et une enveloppe de retour**. Si vous changez d'avis après cette interview et optez pour le carnet sur papier, vous pouvez le remplir en indiquant par quart d'heure quelle station vous avez écouté, l'endroit où vous l'avez écouté et si c'était via Internet ou non. Vous pouvez utiliser **l'enveloppe de retour** pour nous le renvoyer **sans frais**.

A l'**arrière** de ce carnet, vous trouverez votre **numéro de carnet personnel** et votre **mot de passe** que vous pouvez utiliser pour vous enregistrer pour remplir le carnet via le **site web (www.cimradio.be ou edairy.gfk.com/be)** ou l'**application**.

Base: DGBL2=4

Q newDGBL7C [S]

Vous pouvez compléter ce carnet en ligne **à partir de demain**, n'oubliez pas de le **compléter pour aujourd'hui** avant de poursuivre pour les autres jours du carnet en ligne.

Les données que nous venons d'enregistrer ensemble seront envoyées ce soir, afin qu'elles puissent être consultées en ligne dès demain.

Après avoir encodé votre adresse e-mail, vous **recevrez demain un e-mail avec un lien hypertexte**. En cliquant sur le lien, vous aurez immédiatement accès à votre carnet personnel en ligne.

Je vous donnerai le **carnet papier et une carte d'instructions pour le carnet en ligne**. Vous êtes totalement libre de choisir la méthode que vous souhaitez utiliser pour remplir le carnet.

Si vous choisissez **en ligne**, j'aimerais ajouter que le carnet est disponible sur **n'importe quel appareil** (pc, ordinateur portable, smartphone, tablette). Si vous utilisez un appareil mobile, vous pouvez surfer sur le site Web, mais vous pouvez aussi choisir de travailler avec l'application.

Le site Web et l'application sont liés. Ainsi, ce que vous entrez dans l'application, vous le verrez aussi apparaître dans votre carnet sur le site et vice versa.



A l'**arrière** de ce carnet, vous trouverez votre **numéro de carnet personnel** et votre **mot de passe** que vous pouvez utiliser pour vous enregistrer pour remplir le carnet via le **site web** (www.cimradio.be ou edairy.gfk.com/be) ou l'**application**.

Base: all respondents

QEMAIL [S] [O]

Afin que nous puissions vous faire parvenir par courrier électronique un hyperlink vous permettant d'accéder directement à votre carnet en ligne, nous aurons besoin que vous indiquiez ci-dessous votre adresse email.

1. Adresse email:
Adresse email (pour confirmation): (SCRIPTER: if both mailaddresses are not identical, there should be an error message)
2. Non, je ne désire pas indiquer mon adresse email.

If QEMAIL=1

Nous prévoyons de vous envoyer quotidiennement un email pour vous rappeler de remplir votre carnet.

Aimeriez-vous recevoir cet email de rappel ?

1. Oui
2. Non

Base: all respondents

Q QF2 [S]

Puis-je vous demander si vous êtes prêt à noter vous-même dans ce carnet papier ou dans votre carnet internet les radios que vous écouterez, au cours des 7 prochains jours, exactement comme nous venons de le faire ensemble ?

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1: Oui, accepte le Carnet | Carnet |
| 2: Non, n'accepte pas le Carnet | tentative de persuasion par l'enquêteur, si c'est vraiment un échec, refus ! |

[teller10 – T10]

Base: all respondents

Q qf7 [S]

[Check-list pour l'enquêteur :]

- Il est très important que le carnet d'écoute soit complété **tous les jours** ! Vérifiez que le carnet comporte bien 8 dates **consécutives** !
- **Ceux qui n'écoutent pas la radio sont aussi importants.** Nous voulons également connaître le nombre de personnes qui n'écoutent pas la radio afin de pouvoir calculer la répartition exacte entre auditeurs et non-auditeurs. Même si vous **n'écoutez pas beaucoup** la radio, la participation est importante! Même les auditeurs qui écoutent peu la radio sont des auditeurs à part entière!
- Le **répondant doit compléter le carnet lui-même.** Pour des raisons sociodémographiques, il est très important que le Carnet ne soit pas complété par quelqu'un d'autre que le répondant !
- La liste des radios sur le rabat arrière du Carnet est un aide-mémoire destiné aux répondants. Des radios qui n'apparaissent PAS dans cette liste peuvent être notées dans le Carnet.
- **Une seule radio peut être indiquée par quart d'heure**, à savoir celle que le répondant a le plus écoutée pendant ce quart d'heure ! Si le répondant passe d'une radio à une autre pendant un certain temps, il peut indiquer une de ces radios dans la tranche d'un quart d'heure, pour autant qu'il ait écouté cette radio pendant **dix minutes au moins au cours de ce quart d'heure.**
- Le répondant doit également indiquer s'il a écouté la radio **via internet ou pas**, et ce pour chaque quart d'heure pendant lequel il a écouté la radio.
- Si le répondant **n'écoute pas** la radio pendant une journée, il doit **cocher la case dans le bas de la page de la journée concernée.**
- [DP – Si DGBL2=1: Le carnet peut être renvoyé au moyen de l'enveloppe. Le répondant ne doit pas payer de frais de port.]
- A titre d'incentive, une **tombola** est organisée parmi les répondants. Chaque répondant a une chance de gagner l'un des prix présentés sur la **carte d'information**. Vous trouvez le **règlement du concours** sur notre site Internet www.cimradio.be.
- [DP – Si DGBL2=2 or 3 or 4: Le carnet en ligne peut être complété avec l'ordinateur, tablette ou smartphone sur le site **www.cimradio.be** ou **ediarly.gfk.com/be**.]
- Si le répondant souhaite de plus amples informations à propos de l'étude, il peut appeler le numéro GRATUIT 0800/ 57 056 de 09 heures à 20 heures ou consulter le site Web www.cimradio.be.

[teller11 – T11]

Base: all respondents

Q qf5a [S]

Date du premier jour d'écoute

Votre ordinateur portable nous indique que la date de hier est ...

Vous ne pouvez pas remplir la date d'aujourd'hui !!

Jour - Mois

[teller12 – T12]

Base: all respondents

Q qf3 [S]

Interviewer instruction! Les procédures suivantes ont-elles été accomplies ?

- ➔ Indication du **nom du répondant** au début du **carnet**
- ➔ Les **dates des jours** pour lesquels le répondant doit compléter le Carnet ont-elles été indiquées à l'endroit prévu ? (Hier + les 7 jours suivants)

- ➔ **Coller l'étiquette avec l'adresse correcte** sur le carnet du répondant.
- ➔ **Feuille d'instructions** en ligne et application laissée sur place.

[teller13 – T13]

E Équipement TV

Afin de pouvoir interpréter les résultats d'une manière statistique, je voudrais vous poser quelques questions. Tout d'abord, sur vos équipements et votre consommation des autres médias.

Base: all respondents

Q D4 [S]

Dans votre ménage, de combien de postes de télévision en état de marche et branchés pour recevoir des émissions de télévision disposez-vous ?

([Interviewer instruction](#). LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSE - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 0: zéro poste de télévision en état de marche
- 1: 1 poste
- 2: 2 postes
- 3: 3 postes
- 4: 4 postes et plus

[teller14 – T14]

Base: If Q D4 >0

Q D5 [M]

Auprès de quel opérateur êtes-vous client pour la télévision ?

[DP : Plusieurs réponses possibles]

- 1 : Telenet
- 2 : SFR (précédemment Numéricable)
- 3 : VOO
- 4 : TV Vlaanderen
- 5 : Télésat
- 6: Astra
- 7: Proximus (précédemment Belgacom)
- 8 : Scarlet
- 9 : Par antenne (DVB-T,...)
- 10 : Orange TV (précédemment Mobistar TV)
- 11 : Autre : [O]
- 12 : Je ne sais pas

[teller 15]

Base: all respondents

Q D9 [M]

Dans votre ménage, dispose-t-on des équipements suivants ?

[DP : plusieurs réponses possibles]

1. Un magnétoscope/vidéo-recorder ;
2. Un lecteur de DVD/Blu-ray fixe ;
3. Un PVR (enregistreur sur disque dur raccordé à la télévision)
4. Une console multimédia de type Wii, Xbox, PlayStation (branchée sur la TV)
5. Une console multimédia portable de type PSP, Nintendo DS
6. Un ordinateur fixe, connecté à internet
7. Un ordinateur portable, connecté à internet
8. Une tablette avec connexion Wifi uniquement
9. Une tablette avec connexion Wifi et 3G/4G
99. Aucun des équipements cités

**Remarque : Rien de tout cela ne sera comparable dans le temps !*

Base: all respondents

Q D10 [M]

Disposez-vous personnellement des équipements suivants:

[DP : plusieurs réponses possibles]

1. un GSM sans accès internet
2. un GSM avec accès internet (Smartphone)
3. un téléphone fixe à votre domicile
4. aucun des équipements cités

[teller19 – T19] (Rem SPS : inclure question 7 entre teller 18 et 19)

Base: If Q D10<3

Q D10b [OL]

Quelle est la marque de votre GSM? Si vous possédez plusieurs GSM, veuillez indiquer la marque de chaque appareil.

SCRIPTER: provide 10 open fields

[teller20 – T20]

H SOCIO DEMOGRAPHICS (liste PMP studie)

Pour terminer, encore quelques questions sur la composition de votre ménage.

Base: all respondents

200 (= s91) [Q]

Sans vous compter, combien de membres de votre ménage vivent avec vous de manière permanente ou régulière (par exemple le week-end, en semaine, une semaine ou un week-end sur deux) ?

Base: if 200 > 0

201 (= p1l) [QL]

Pouvez-vous indiquer pour tous ces autres membres de votre ménage leur âge, du plus âgé au plus jeune ?

[DP: Liste de personnes reste visible]

SCRIPTER: fields of 200 should return

Base: if 200 > 0

202 (= p1s) [S]

Et leur sexe ?

[DP: Liste de personnes reste visible]

SCRIPTER: fields of 200 should return + age 201

1: Un homme

2: Une femme

Base: if 200 > 0

203 [S]

Ont-ils actuellement une activité professionnelle rémunérée ?

[DP: Liste de personnes reste visible]

SCRIPTER: fields of 200 should return + age 201

1: oui, activité professionnelle rémunérée

2: pas d'activité professionnelle rémunérée

Base: if 200 > 0

204 (= p1w) [S]

Pourriez-vous indiquer pour toutes ces personnes si elles vivent avec vous:

[DP: Liste de personnes reste visible]

SCRIPTER: fields of 200 should return + age 201

1: de manière permanente,

2: la moitié du temps ou plus (p.e. en semaine ou une semaine sur deux),

3: moins de la moitié du temps (p.e. le week-end ou pendant les vacances) ?

Base: if 200 > 0

PRINCIPAL RESPONSABLE DES ACHATS

205 (=s91c) [M]

Quel membre de votre ménage choisit le plus souvent les marques des produits d'alimentation, des boissons courantes et des produits d'entretien ?

SCRIPTER: respondent + his/her age + fields of 200 should return + age 201

SCRIPTER: if 200 = 0 then autofill s91c=0 (respondent)

Base: If 205 age < 18

(chks91c) [S]

[Vous avez indiqué que la personne responsable des achats a moins de 18 ans. Est-ce correct ?]

(Interviewer instruction.: COCHEZ ICI LE P.R.A. (PRA = Principal responsable des achats) - PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)

Base: if 200 > 0

PRINCIPAL RESPONSABLE DES REVENUS

206 (=s91d) [S]

Quel membre de votre ménage dispose du revenu le plus élevé ?

SCRIPTER: respondent + his/her age + fields of 200 should return + age 201

SCRIPTER: if 200 = 0 then autofill s91d=0 (respondent)

Base: If 206 age < 18

(chks91d) [S]

[Vous avez indiqué que la personne responsable des revenus a moins de 18 ans. Est-ce correct ?]

(Interviewer instruction.: COCHEZ ICI LE P.R.R (PRR = Principal responsable des revenus) - UNE SEULE REPONSE)

Base: all respondents

300 (= s91e) [S]

Quel est le plus haut niveau d'enseignement que vous avez achevé avec succès, en cours du jour ou en cours du soir ?

(Interviewer instruction.: MONTREZ LA LISTE DES REPONSES SUR ECRAN AU REPONDANT - NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: primaire ou sans diplôme
- 2: secondaire inférieur général (3 premières années achevées)
- 3: secondaire inférieur technique, artistique ou professionnel (3 premières années achevées)
- 4: secondaire supérieur général (3 dernières années achevées)
- 5: secondaire supérieur technique ou artistique (3 dernières années achevées)
- 6: secondaire supérieur professionnel (3 dernières années achevées)
- 7: candidature, bachelier (professionnalisant ou académique), graduat
- 8: licence, master, post-graduat, enseignement non-universitaire de type long
- 9: licence avec diplôme complémentaire, master complémentaire
- 10: doctorat avec thèse

Base: all respondents

400 [S]

Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle?

([Interviewer instruction](#). : NE RIEN SUGGERER UNE SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: je suis élève | étudiant(e) | en formation
- 2: j'ai un emploi à temps plein
- 3: j'ai un emploi à temps partiel
- 4: j'ai temporairement une suspension complète des prestations de travail | système crédit-temps
- 5: actuellement, je n'ai pas d'emploi

Base: If 400 = 1 and Q LEEFTIJD >30 JAAR

(ck92a1) [S]

Vous avez indiqué que quelqu'un qui a plus de 30 ans est un étudiant pour le moment, est-ce correct?

- 1: Oui
- 2: Non

Base: If 400 = 5

401 (= s92b) [S]

Quelle description vous correspond le mieux ?

([Interviewer instruction](#). : NE RIEN SUGGERER - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: je suis homme | femme au foyer
- 2: je suis en incapacité de travail
- 3: je suis chômeur | chômeuse
- 4: je suis pré-pensionné(e) / en pension anticipée
- 5: je suis pensionné(e)
- 6: autre

Base: If 400 = 3

402 [S]

Travaillez-vous... ?

- 1: plus d'un mi-temps
- 2: un mi-temps
- 3: moins d'un mi-temps

Base: If 400 = 2, 3 or 4

403 (= s95) [S]

Quel est votre statut professionnel (principal) ?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: indépendant
- 2: salarié du secteur public
- 3: salarié du secteur privé

Base: If 400 = 2, 3 or 4

404 [S]

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre profession ?

([Interviewer instruction](#): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: agriculteur
- 2: artisan
- 3: commerçant, industriel
- 4: ouvrier
- 5: employé
- 6: cadre moyen (p.ex. chef de service, de département,...)
- 7: membre de la direction générale, cadre supérieur (p.ex. directeur, administrateur,...)
- 8: profession libérale
- 9: freelance, autre indépendant

Base: If 404 = 1, 2, 3, 6, 7, 8 or 9

405 (= s99) [S]

De combien de personnes salariées êtes-vous responsable ...?

- 1: 0
- 2: de 1 à 5
- 3: de 6 à 10
- 4: 11 ou plus

Base: If 404 = 4

406 (= s100) [S]

Êtes-vous...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: ouvrier qualifié
- 2: ouvrier non-qualifié

Base: If 404 = 5

407 [S]

Êtes-vous...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: employé faisant surtout du travail de bureau
- 2: employé avec peu ou pas de travail de bureau

Base: If 401 = 3, 4 or 5

500 (= s105) [S]

Quel était votre dernier statut professionnel ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: indépendant
- 2: salarié du secteur public
- 3: salarié du secteur privé
- 4: jamais eu une activité professionnelle

Base: If 401 = 4 or 5 and if 500 = 2

501 [S]

Etiez-vous fonctionnaire statutaire ou pas ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: oui, fonctionnaire statutaire
- 2: non, pas fonctionnaire statutaire

Base: If 401 = 3, 4 or 5 and if 500 = 1, 2 or 3

502 [S]

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre dernière profession ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: agriculteur
- 2: artisan
- 3: commerçant, industriel
- 4: ouvrier
- 5: employé
- 6: cadre moyen (p.ex. chef de service, de département,...)
- 7: membre de la direction générale, cadre supérieur (p.ex. directeur, administrateur,...)
- 8: profession libérale
- 9: freelance, autre indépendant

Base: If 502 = 1, 2, 3, 6, 7, 8 or 9

503 (= s109) [S]

De combien de personnes salariées étiez-vous responsable ...?

- 1: 0
- 2: de 1 à 5
- 3: de 6 à 10
- 4: 11 ou plus

Base: If 502 = 4

504 (= s110) [S]

Etiez-vous...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: ouvrier qualifié
- 2: ouvrier non-qualifié

Base: If 502 = 5

505 [S]

Etiez-vous...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: employé faisant surtout du travail de bureau
- 2: employé avec peu ou pas de travail de bureau

Base: If s91d (=206) > 0 (0=respondent)

600 (= s118) [S]

Quel est le plus haut niveau d'enseignement que le principal responsable des revenus ait achevé avec succès, en cours du jour ou en cours du soir ?

([Interviewer instruction](#).: MONTREZ LA LISTE DES REPONSES SUR ECRAN AU REPONDANT - NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: primaire ou sans diplôme
- 2: secondaire inférieur général (3 premières années achevées)
- 3: secondaire inférieur technique, artistique ou professionnel (3 premières années achevées)
- 4: secondaire supérieur général (3 dernières années achevées)
- 5: secondaire supérieur technique ou artistique (3 dernières années achevées)
- 6: secondaire supérieur professionnel (3 dernières années achevées)
- 7: candidature, bachelier (professionnalisant ou académique), graduat
- 8: licence, master, post-graduat, enseignement non-universitaire de type long
- 9: licence avec diplôme complémentaire, master complémentaire
- 10: doctorat avec thèse
- 99: je ne sais pas

Base: If 600 = 99

601 [S]

Savez-vous tout de même nous préciser si le plus haut niveau d'enseignement que le principal responsable des revenus a achevé est :

- 1: primaire ou sans diplôme
- 2: secondaire
- 3: supérieur (université, haute-école,...)
- 99: je ne sais pas

Base: If s91d (=206) > 0

700 [S]

Laquelle de ces catégories décrit le mieux la situation professionnelle actuelle du principal responsable des revenus ?

([Interviewer instruction](#). : NE RIEN SUGGERER - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: élève | étudiant(e) | en formation
- 2: emploi à temps plein
- 3: emploi à temps partiel
- 4: suspension temporaire complète du travail | système crédit-temps
- 5: actuellement sans emploi

Base: If 700 = 1 and Q LEEFTIJD >30 JAAR

(ck119a1) [S]

Vous avez indiqué que quelqu'un qui a plus de 30 ans est un étudiant pour le moment, est-ce correct?

- 1: Oui
- 2: Non

Base: If 700 = 5

701 (= s119b) [S]

Quelle description correspond le mieux au principal responsable des revenus ?

([Interviewer instruction](#). : NE RIEN SUGGERER - UNE SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: homme | femme au foyer
- 2: en incapacité de travail
- 3: chômeur | chômeuse
- 4: pré-pensionné(e) / en pension anticipée
- 5: pensionné(e)
- 6: autre
- 99: je ne sais pas

Base: If 700 = 3

702 [S]

Travaille-t-il... ?

- 1: plus d'un mi-temps
- 2: un mi-temps
- 3: moins d'un mi-temps
- 99: je ne sais pas

Base: If 700 = 2, 3 or 4

703 (= s120) [S]

Quel est le statut professionnel du principal responsable des revenus?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: indépendant
- 2: salarié du secteur public
- 3: salarié du secteur privé
- 99: je ne sais pas

Base: If 700 = 2, 3 or 4

704 [S]

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la profession du principal responsable des revenus?
([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: agriculteur
- 2: artisan
- 3: commerçant, industriel
- 4: ouvrier
- 5: employé
- 6: cadre moyen (p.ex. chef de service, de département,...)
- 7: membre de la direction générale, cadre supérieur (p.ex. directeur, administrateur,...)
- 8: profession libérale
- 9: freelance, autre indépendant
- 99: je ne sais pas

Base: If 704 = 1, 2, 3, 6, 7, 8 or 9

705 (= s123) [S]

De combien de personnes salariées le principal responsable des revenus est-il responsable?

- 1 : 0
- 2: de 1 à 5
- 3: de 6 à 10
- 4: 11 ou plus
- 99: je ne sais pas

Base: If 704 = 4

706 (= s124) [S]

Le principal responsable des revenus est-il ... ?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: ouvrier qualifié
- 2: ouvrier non-qualifié
- 99: je ne sais pas

Base: If 704 = 5

707 [S]

Le principal responsable des revenus est-il ... ?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: employé faisant surtout du travail de bureau
- 2: employé avec peu ou pas de travail de bureau
- 99: je ne sais pas

Base: If 701 = 3, 4 or 5

800 (= s128) [S]

Quel était le dernier statut professionnel du principal responsable des revenus ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: indépendant
- 2: salarié du secteur public
- 3: salarié du secteur privé
- 4: jamais eu une activité professionnelle
- 99: je ne sais pas

Base: If 701 = 4 or 5 and if 800 = 2

801 [S]

Le principal responsable des revenus, était-il fonctionnaire statutaire ou pas ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: oui, fonctionnaire statutaire
- 2: non, pas fonctionnaire statutaire
- 99: je ne sais pas

Base: If 701 = 3, 4 or 5 and if 800 = 1, 2 or 3

802 [S]

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la dernière profession du principal responsable des revenus ?

([Interviewer instruction](#)): LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: agriculteur
- 2: artisan
- 3: commerçant, industriel
- 4: ouvrier
- 5: employé
- 6: cadre moyen (p.ex. chef de service, de département,...)
- 7: membre de la direction générale, cadre supérieur (p.ex. directeur, administrateur,...)
- 8: profession libérale
- 9: freelance, autre indépendant
- 99: je ne sais pas

Base: If 802 = 1, 2, 3, 6, 7, 8 or 9

803 (= s132) [S]

De combien de personnes salariées le principal responsable des revenus était-il responsable ?

- 1: 0
- 2: de 1 à 5
- 3: de 6 à 10
- 4: 11 ou plus
- 99: je ne sais pas

Base: If 802 = 4

804 (= s133) [S]

Le principal responsable des revenus était-il ...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: ouvrier qualifié
- 2: ouvrier non-qualifié
- 99: je ne sais pas

Base: If 802 = 5

805 [S]

Le principal responsable des revenus était-il ...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

- 1: employé faisant surtout du travail de bureau
- 2: employé avec peu ou pas de travail de bureau
- 99: je ne sais pas

Base: Q LEEFTIJD > 35

900 [S]

Êtes-vous grand-père ou grand-mère?

- 1: oui
- 2: non

Base: If 900 = 1

901 [M]

Avez-vous des petits-enfants âgés de...?

([Interviewer instruction](#).: LISEZ TOUTES LES POSSIBILITES DE REPONSES – PLUSIEURS REPONSES POSSIBLE)

- 1: 0 à 2 ans
- 2: 3 à 5 ans
- 3: 6 à 11 ans
- 4: 12 à 14 ans
- 5: 15 à 17 ans
- 6: 18 à 24 ans
- 7: 25 ans et plus

Base: all respondents

1001. (= s142a) [S]

Parlez-vous encore une autre langue que le [[SCRIPTER: insert answer Q S142](#)] chez vous ?

- 1: oui
- 2: non

Base: If 1001 = 1 and 1000 = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 or 9

1002 (= s142b) [M]

De quelle(s) autre(s) langue(s) s'agit-il ?

Scripter : only show responses that haven 't been indicated in 1000

- 1: Néerlandais
- 2: Français
- 3: Allemand
- 4: Anglais
- 5: Arabe
- 6 : Espagnol
- 7: Italien
- 8: Polonais
- 9: Turc
- 99: Autre: (spécifiez) [O]

Base: all respondents

1003 (= s143) [S]

Avez-vous la nationalité Belge?

- 1: Oui
- 2: Non

Base: If 1003 = 2

1004. (= s144) [M]

Quelle est votre nationalité ?

(Interviewer instruction.: NE RIEN SUGGERER – MAXIMUM 2 REPONSES POSSIBLES)

- 2: Algérienne
- 3: Allemande
- 4: Britannique
- 5: Congolaise
- 6: Espagnole
- 7: Française
- 8: Hollandaise
- 9: Italienne
- 10: Marocaine
- 11: Polonaise
- 12: Portugaise
- 13: Turque
- 14: Autre nationalité Africaine
- 15: Autre nationalité Asiatique
- 16: Autre nationalité Européenne
- 99: Autre nationalité

Base: all respondents

1005. (= s145) [M]

Quelle est la nationalité de votre père?

(Interviewer instruction.: NE RIEN SUGGERER – MAXIMUM 2 REPONSES POSSIBLES)

- 1: Belge
- 2: Algérienne
- 3: Allemande
- 4: Britannique
- 5: Congolaise
- 6: Espagnole
- 7 : Française
- 8: Hollandaise
- 9: Italienne
- 10: Marocaine
- 11: Polonaise
- 12: Portugaise
- 13: Turque
- 14: Autre nationalité Africaine
- 15: Autre nationalité Asiatique
- 16: Autre nationalité Européenne
- 99: Autre nationalité

Base: all respondents

1006. (= s146) [M]

Quelle est la nationalité de votre mère ?

(Interviewer instruction.: NE RIEN SUGGERER – MAXIMUM 2 REPONSES POSSIBLES)

- 1: Belge
- 2: Algérienne
- 3: Allemande
- 4: Britannique
- 5: Congolaise
- 6: Espagnole
- 7 : Française
- 8: Hollandaise
- 9: Italienne
- 10: Marocaine
- 11: Polonaise
- 12: Portugaise
- 13: Turque
- 14: Autre nationalité Africaine
- 15: Autre nationalité Asiatique
- 16: Autre nationalité Européenne
- 99: Autre nationalité

Base: all respondents

1100 (= gebdat) [QL]

Quelle est votre année de naissance ?

[DP: date]

____ Année

Base: all respondents



Pour terminer, j'aimerais encore compléter avec vous quelques données personnelles. Vos données seront uniquement utilisées dans le cadre de cette étude. Elles permettront à l'institut de contacter le gagnant de la tombola et d'effectuer les contrôles nécessaires sur la qualité de l'enquête. Vos données ne seront donc jamais transmises à un tiers. [O]

NOM DE FAMILLE :

Le nom de famille du répondant :

PRENOM :

Le prénom du répondant :

RUE :

VEILLEZ À CE QUE L'ADRESSE SOIT CORRECTEMENT NOTÉE.

La rue du répondant :

NUMERO DE LA BOITE AUX LETTRES :

VEILLEZ À CE QUE L'ADRESSE SOIT CORRECTEMENT REMPLIE ET QUE LE NUMÉRO DE MAISON ET LE NUMÉRO DE BOÎTE (SI NÉCESSAIRE) SOIENT NOTÉS.

Le numéro de la maison + la boîte aux lettres du répondant :

CODE POSTAL :

VEILLEZ À CE QUE L'ADRESSE SOIT CORRECTEMENT NOTÉE.

Le code postal du répondant :

VILLE :

VEILLEZ À CE QUE L'ADRESSE SOIT CORRECTEMENT NOTÉE.

Domicile du répondant :

GSM :

Le numéro de GSM du répondant :

LE NUMERO DE TELEPHONE :

Le numéro de téléphone du répondant : SI LE NUMERO DE TELEPHONE DU REpondant FAIT DEFaUT, ALORS LE REpondant NE SERA PAS REPRIS DANS LA LISTE POUR LE TIRAGE DES GAGNANTS . LA PRESENCE D'UN NUMERO DE TELEPHONE EST DONC ESSENTIEL POUR RISQUER DE GAGNER UN DES PRIX. SANS NUMERO DE TELEPHONE NOUS N'AVONS LA POSSILITE DE CONTACTER LE REpondant COMME CAGNANT, NI DE FAIRE DES CONTROLES PENDANT OU APRES LE PERIODE DE L'ETUDE. S'IL S'AGIT D'UN NUMERO DE TELEPHONE PRIVE OU SI LE REpondant N'A PAS DE NUMERO DE TELEPHONE , VEUILLEZ INDIQUER LE NUMERO DE TELEPHONE SUIVANT : 9999999999 (10 FOIS 9)

QEMAIL_2:

Votre adresse e-mail ?

Quand on donne un adresse e-mail ET on choisi carnet papier :

Nous prévoyons de vous envoyer quotidiennement un email pour vous rappeler de remplir votre carnet. Aimeriez-vous recevoir cet email de rappel ?

1 : Oui

2 : Non

**TXT5 :**

Ensuite, il y a les données que vous avez introduites : nom: <PRENOM> <NOM DE FAMILLE> téléphone (GSM) : <NUMERO DE TELEPHONE> (<GSM>). E-mail: <E-MAIL> Si les données ne sont pas correctes, vous pouvez retourner en arrière afin de les adapter.

Adapter l'adresse	1	=> /NOM DE FAMILLE
Continuer	2	

Base: all respondents

Q 127 [S]

Cette étude a été réalisée pour le compte du CIM (Centre d'Informations sur les Médias). A l'avenir, seriez-vous d'accord de participer à d'autres études pour le CIM?

1: oui

2: non

[teller21 – T21]

VII. STANDARD SCREENED OUT TEXT FOR PANEL SAMPLE:

Un grand merci pour votre participation à cette enquête !

END of CAPI interview

[teller22 – T22]

Interviewer instruction: Interviewer complétez le temps final

END OF QUESTIONNAIRE



Annexe 2 : Guide pour la relance téléphonique

Relance téléphonique CIM Radio

Bonjour Madame, Monsieur, je suis ... du bureau d'études de marché GfK Belgium.

Nous ne souhaitons pas vous vendre quoi que ce soit : ce qui nous intéresse, c'est votre opinion. Pour la protection de la vie privée, vos données personnelles seront traitées par GfK Belgium (Rue Arnould Nobel 42, 3000 Leuven, Belgique) et utilisées uniquement dans le cadre de l'étude. Conformément à la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée, vous pouvez consulter ces données et, le cas échéant, en obtenir la rectification.

1. Puis-je parler à <nom>?

1. Oui
2. Rendez-vous? => STOP
3. Personne n'existe pas => n' appartient pas à la cible

S2. Récemment, vous avez participé à une enquête sur la radio. Je vous remercie d'y avoir collaboré.

L'enquêteur vous a-t-il laissé un carnet à remplir ?

1. Oui
2. Non => STOP

3. Avez-vous déjà rempli le carnet et renvoyé à GfK Belgium?

1. Oui => Merci beaucoup d'avoir rempli le carnet et de l'avoir renvoyé => STOP
2. Non

4. Si non: Vous serait-il possible d'encore remplir le carnet et de nous le renvoyer ? L'envoi du carnet est totalement sans frais si vous utilisez l'enveloppe de retour prévue à cet effet (port payé par le destinataire). Allez-vous encore remplir et renvoyer le carnet ?

1. Oui
2. Non
3. Ne sait pas

Merci beaucoup! Je vous souhaite encore une excellente fin de journée!

ENQ: Avez-vous encore une remarque importante?

1. Oui => remarque
2. Non

Annexe 3 : Liste des regroupements



: Station not reported at that time

: Station reported but is not part of the regrouping

Complément IP Other Local NL		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Beverland	Beverland	Beverland
Christina	Christina	Christina
City-Music	City-Music	City-Music
Radio Stad (Antwerpen)	Radio Stad (Antwerpen)	Radio Stad (Antwerpen)
Reflex	Reflex	Reflex
Trendy FM	Trendy FM	Trendy FM
Victoria (Halle)	Victoria (Halle)	Victoria (Halle)
Zen FM	Zen FM	Zen FM
Land van Waas	Land van Waas	Land van Waas
Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)
	Minerva	Minerva

Group Club FM		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Radio Accent	Radio Accent	Radio Accent
Radio KIX	Radio KIX	Radio KIX
Club FM	Club FM	Club FM
Radio AKTieF	Radio AKTieF	Radio AKTieF
		Radio Canteclaer

Group Family Radio		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Family Radio	Family Radio	Family Radio
Radio Domino	Radio Domino	Radio Domino
Kustradio	Kustradio	Kustradio
WestRadio	WestRadio	WestRadio
Tamboer	Tamboer	Tamboer
Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)

Belgian Other Stations FR		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
9fm	9fm	9fm
AFM - Amay Fréquence Musique	AFM - Amay Fréquence Musique	AFM - Amay Fréquence Musique
Al Manar/Al Marakaziya	Al Manar/Al Marakaziya	Al Manar/Al Marakaziya
Belgian Local FR	Belgian Local FR	Belgian Local FR
Belgian Others FR	Belgian Others FR	Belgian Others FR
BRF	BRF	BRF
Buzz Radio	Buzz Radio	Buzz Radio
Campus	Campus	Campus
Canal 44	Canal 44	Canal 44
Charleking	Charleking	Charleking
Digital fm	Digital fm	Digital fm
Flash fm	Flash fm	Flash fm
Foorire FM	Foorire FM	Foorire FM
Fréquence Eghezée	Fréquence Eghezée	Fréquence Eghezée
Fréquence plus	Fréquence plus	Fréquence plus
Génération	Génération	Génération
Gold fm	Gold fm	Gold fm
Hit Alia	Hit Alia	Hit Alia
Hit-radio (vital fm)	Hit-radio (vital fm)	Hit-radio (vital fm)
J 600	J 600	J 600
Le 106.9	Le 106.9	Le 106.9
Le Centre FM	Le Centre FM	Le Centre FM
Ma radio	Ma radio	Ma radio
Max FM	Max FM	Max FM
Mérodie FM	Mérodie FM	Mérodie FM
Metropole	Metropole	Metropole
Move	Move	Move
Pacifique FM	Pacifique FM	Pacifique FM
Panache FM	Panache FM	Panache FM
Phare fm	Phare fm	Phare fm
Radio Alma	Radio Alma	Radio Alma
Radio Bel Oeil	Radio Bel Oeil	Radio Bel Oeil
Radio Bonheur	Radio Bonheur	Radio Bonheur
Radio Centre Jodoigne	Radio Centre Jodoigne	Radio Centre Jodoigne
Radio Chevauchoir	Radio Chevauchoir	Radio Chevauchoir
Radio Columbia	Radio Columbia	Radio Columbia
Radio Equinox	Radio Equinox	Radio Equinox
Radio Fize Bonheur	Radio Fize Bonheur	Radio Fize Bonheur
Radio Italia	Radio Italia	Radio Italia
Radio Judaica	Radio Judaica	Radio Judaica
Radio KIF	Radio KIF	Radio KIF
Radio Nautic	Radio Nautic	Radio Nautic
Radio Ourthe Amblève	Radio Ourthe Amblève	Radio Ourthe Amblève
Radio Pasa	Radio Pasa	Radio Pasa
Radio Plus	Radio Plus	Radio Plus
Radio Prima	Radio Prima	Radio Prima
Radio Quartz	Radio Quartz	Radio Quartz
Radio Salamandre	Radio Salamandre	Radio Salamandre
Radio Snoupy	Radio Snoupy	Radio Snoupy
Radio Stars	Radio Stars	Radio Stars
Radio Terre Franche	Radio Terre Franche	Radio Terre Franche
Radio Test	Radio Test	Radio Test
Scoop-mosaïque	Scoop-mosaïque	Scoop-mosaïque
Studio S	Studio S	Studio S
Ultrason	Ultrason	Ultrason
UP radio	UP radio	UP radio
Vibration	Vibration	Vibration
Vivante FM	Vivante FM	Vivante FM
Warm	Warm	Warm
Wavre capital (FMK)	Wavre capital (FMK)	Wavre capital (FMK)
YOU FM (UMH univ.Mons)	YOU FM (UMH univ.Mons)	YOU FM (UMH univ.Mons)
	Viva+	
	Jam.	
	Nostalgie +	
	1RCF	

Belgian Other Stations NL		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Antwerpen FM	Antwerpen FM	Antwerpen FM
Belgian local NL	Belgian local NL	Belgian local NL
Belgian Other NL	Belgian Other NL	Belgian Other NL
Del Sol	Del Sol	Del Sol
Bruzz	Bruzz	Bruzz
FM Goud (Houthalen)	FM Goud (Houthalen)	FM Goud (Houthalen)
Gold FM	Gold FM	Gold FM
Hit!	Hit!	Hit!
Radio Maria	Radio Maria	Radio Maria
RGR 2 (Music Station)	RGR 2 (Music Station)	RGR 2 (Music Station)
RGR FM (Boenkradio)	RGR FM (Boenkradio)	RGR FM (Boenkradio)
Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen
Radio Plus	Radio Plus	Radio Plus
	Radio Canteclær	
		Joe Best of Belgium

Pure Web Radio		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Pure Like	Pure Like	Pure Like
Pure Lazy	Pure Lazy	Pure Lazy

Classic 21 Web Radio		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
Classic 21 60's	Classic 21 60's	Classic 21 60's
Classic 21 70's	Classic 21 70's	Classic 21 70's
Classic 21 80's	Classic 21 80's	Classic 21 80's
Classic 21 90's	Classic 21 90's	Classic 21 90's
Classic 21 Blues	Classic 21 Blues	Classic 21 Blues
Classic 21 Métal	Classic 21 Métal	Classic 21 Métal
Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66
Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower
Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock

Radios Internet DH Radio		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
DH radio rock	DH radio rock	DH radio rock
DH Radio Relax	DH Radio Relax	DH Radio Relax
DH Radio New music	DH Radio New music	DH Radio New music
DH Radio Belgium	DH Radio Belgium	DH Radio Belgium
DH radio Frenchies	DH radio Frenchies	DH radio Frenchies
DH Radio Love	DH Radio Love	DH Radio Love

Radios Internet NRJ		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
NRJ Best Hits Ever	NRJ Best Hits Ever	NRJ Best Hits Ever
NRJ Dance	NRJ Dance	NRJ Dance
NRJ Hits	NRJ Hits	NRJ Hits
NRJ Hits Of The Month	NRJ Hits Of The Month	NRJ Hits Of The Month
NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week
NRJ Love	NRJ Love	NRJ Love
NRJ Music Awards	NRJ Music Awards	NRJ Music Awards
NRJ Nouveautés	NRJ Nouveautés	NRJ Nouveautés
NRJ pour le sport	NRJ pour le sport	NRJ pour le sport
NRJ Rap FR	NRJ Rap FR	NRJ Rap FR
NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000
NRJ Hits de l'été 2019	NRJ Hits de l'été 2019	NRJ Hits de l'été 2019
NRJ Latino	NRJ Latino	NRJ Latino
NRJ Relax	NRJ Relax	NRJ Relax
NRJ Hits 90	NRJ Hits 90	NRJ Hits 90
NRJ Top 100 2019	NRJ Top 100 2019	NRJ Top 100 2019
		NRJ At Work
		NRJ BTS

Internet Others		
Sep-Dec 2019	Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020
La Vie En Rose	La Vie En Rose	
Classic 21 Reggae	Classic 21 Reggae	
NRJ Discover	NRJ Discover	
Tarmac Chillin'	Tarmac Chillin'	
Tarmac FR	Tarmac FR	
Tarmac Hits	Tarmac Hits	
Tarmac Island	Tarmac Island	
Tarmac RnB	Tarmac RnB	
Tarmac US	Tarmac US	
Tarmac Worldwide	Tarmac Worldwide	
NRJ Cover hits	NRJ Cover hits	NRJ Cover hits
NRJ K-Pop	NRJ K-Pop	NRJ K-Pop
NRJ Vestiville	NRJ Vestiville	NRJ Vestiville
Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock
	Nostalgie Extra X-Mas	Nostalgie Extra X-Mas
	The Greatest Switch (VRT)	The Greatest Switch (VRT)
	Q Moose Bar	Q Moose Bar
	Q Zeroes	Q Zeroes
	Nostalgie Age Tendre	Nostalgie Age Tendre
	Nostalgie Camping	Nostalgie Camping
	Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas
	Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime
	Nostalgie Hip Hop Classics	Nostalgie Hip Hop Classics
	Reggae	
	Nostalgie 100% France Gall	Nostalgie 100% France Gall
	NRJ At Work	
	NRJ BTS	
		Joe Woodstock
		Nostalgie Extra Classics Top 2020
		Joe Funk
		Q 90s/Q I love the 90s
		Q 10s/Q I love the 10s
		Joe Christmas

Complément IP Other Local NL		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Christina	Christina	Christina
Reflex	Reflex	Reflex
Beverland	Beverland	Beverland
City-Music	City-Music	City-Music
Victoria (Halle)	Victoria (Halle)	Victoria (Halle)
Trendy FM	Trendy FM	Trendy FM
Zen FM	Zen FM	Zen FM
Land van Waas	Land van Waas	Land van Waas
Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)

Group Club FM		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Radio Accent	Radio Accent	Radio Accent
Radio KIX	Radio KIX	Radio KIX
Club FM	Club FM	Club FM
Radio AKTieF	Radio AKTieF	Radio AKTieF

Group Family Radio		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Family Radio	Family Radio	Family Radio
Radio Domino	Radio Domino	Radio Domino
Kustradio	Kustradio	Kustradio
WestRadio	WestRadio	WestRadio
Tamboer	Tamboer	Tamboer

Belgian Other Stations NL		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Bruzz	Bruzz	Bruzz
Antwerpen FM	Antwerpen FM	Antwerpen FM
Gold FM	Gold FM	Gold FM
Hit!	Hit!	Hit!
Radio Maria	Radio Maria	Radio Maria
Del Sol	Del Sol	Del Sol
Belgian local NL	Belgian local NL	Belgian local NL
Belgian Other NL	Belgian Other NL	Belgian Other NL
RGR FM (Boenkradio)	RGR FM (Boenkradio)	RGR FM (Boenkradio)
RGR 2 (Music Station)	RGR 2 (Music Station)	RGR 2 (Music Station)
FM Goud (Houthalen)	FM Goud (Houthalen)	FM Goud (Houthalen)
Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen
Radio Plus	Radio Plus	Radio Plus
Joe Easy	Joe Easy	Joe Easy
Joe 90's/Celebrate the 90's	Joe 90's/Celebrate the 90's	Joe 90's/Celebrate the 90's
Q-summer	Q-summer	Q-summer
Willy	Willy	Willy
Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)
	Radio Cantecleer	Radio Cantecleer
		Joe Best of Belgium

Belgian Other Stations FR		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
9fm	9fm	9fm
AFM - Amay Fréquence Musique	AFM - Amay Fréquence Musique	AFM - Amay Fréquence Musique
Al Manar/Al Marakaziya	Al Manar/Al Marakaziya	Al Manar/Al Marakaziya
Belgian Local FR	Belgian Local FR	Belgian Local FR
Belgian Others FR	Belgian Others FR	Belgian Others FR
Buzz Radio	Buzz Radio	Buzz Radio
Campus	Campus	Campus
Canal 44	Canal 44	Canal 44
Charleking	Charleking	Charleking
Digital fm	Digital fm	Digital fm
Flash fm	Flash fm	Flash fm
Foorire FM	Foorire FM	Foorire FM
Fréquence Eghezée	Fréquence Eghezée	Fréquence Eghezée
Fréquence plus	Fréquence plus	Fréquence plus
Génération	Génération	Génération
Gold fm	Gold fm	Gold fm
Hit Alia	Hit Alia	Hit Alia
Hit-radio (vital fm)	Hit-radio (vital fm)	Hit-radio (vital fm)
J 600	J 600	J 600
Le 106.9	Le 106.9	Le 106.9
Le Centre FM	Le Centre FM	Le Centre FM
Ma radio	Ma radio	Ma radio
Max FM	Max FM	Max FM
Mélodie FM	Mélodie FM	Mélodie FM
Metropole	Metropole	Metropole
Move	Move	Move
Pacifique FM	Pacifique FM	Pacifique FM
Panache FM	Panache FM	Panache FM
Phare fm	Phare fm	Phare fm
Radio Alma	Radio Alma	Radio Alma
Radio Bel Oeil	Radio Bel Oeil	Radio Bel Oeil
Radio Bonheur	Radio Bonheur	Radio Bonheur
Radio Centre Jodoigne	Radio Centre Jodoigne	Radio Centre Jodoigne
Radio Chevauchoir	Radio Chevauchoir	Radio Chevauchoir
Radio Columbia	Radio Columbia	Radio Columbia
Radio Equinox	Radio Equinox	Radio Equinox
Radio Fize Bonheur	Radio Fize Bonheur	Radio Fize Bonheur
Radio Italia	Radio Italia	Radio Italia
Radio Judaica	Radio Judaica	Radio Judaica
Radio KIF	Radio KIF	Radio KIF
Radio Nautic	Radio Nautic	Radio Nautic
Radio Ourthe Amblève	Radio Ourthe Amblève	Radio Ourthe Amblève
Radio Pasa	Radio Pasa	Radio Pasa
Radio Plus	Radio Plus	Radio Plus
Radio Prima	Radio Prima	Radio Prima
Radio Quartz	Radio Quartz	Radio Quartz
Radio Salamandre	Radio Salamandre	Radio Salamandre
Radio Snoupy	Radio Snoupy	Radio Snoupy
Radio Stars	Radio Stars	Radio Stars
Radio Terre Franche	Radio Terre Franche	Radio Terre Franche
Radio Test	Radio Test	Radio Test
Scoop-mosaïque	Scoop-mosaïque	Scoop-mosaïque
Studio S	Studio S	Studio S
Ultrason	Ultrason	Ultrason
UP radio	UP radio	UP radio
Vibration	Vibration	Vibration
Vivante FM	Vivante FM	Vivante FM
Warm	Warm	Warm
Wavre capital (FMK)	Wavre capital (FMK)	Wavre capital (FMK)
YOU FM (UMH univ. Mons)	YOU FM (UMH univ. Mons)	YOU FM (UMH univ. Mons)
	Viva+	Viva+
	Jam.	Jam.
	Nostalgie +	Nostalgie +
	1RCF	1RCF

Radios Internet DH Radio		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
DH radio rock	DH radio rock	DH radio rock
DH Radio Relax	DH Radio Relax	DH Radio Relax
DH Radio New music	DH Radio New music	DH Radio New music
DH Radio Belgium	DH Radio Belgium	DH Radio Belgium
DH radio Frenchies	DH radio Frenchies	DH radio Frenchies
		DH Radio Love

Radios Internet NRJ		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
NRJ Best Hits Ever	NRJ Best Hits Ever	NRJ Best Hits Ever
NRJ Dance	NRJ Dance	NRJ Dance
NRJ Hits	NRJ Hits	NRJ Hits
NRJ Hits Of The Month	NRJ Hits Of The Month	NRJ Hits Of The Month
NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week
NRJ Love	NRJ Love	NRJ Love
NRJ Music Awards	NRJ Music Awards	NRJ Music Awards
NRJ Nouveautés	NRJ Nouveautés	NRJ Nouveautés
NRJ pour le sport	NRJ pour le sport	NRJ pour le sport
NRJ Rap FR	NRJ Rap FR	NRJ Rap FR
NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000
NRJ Hits de l'été 2019	NRJ Hits de l'été 2019	NRJ Hits de l'été 2019
NRJ Latino	NRJ Latino	NRJ Latino
NRJ Relax	NRJ Relax	NRJ Relax
		NRJ Hits 90
		NRJ Top 100 2019

Pure Web Radio		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Pure Like	Pure Like	Pure Like
		Pure Lazy

Classic 21 Web Radio		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Classic 21 60's	Classic 21 60's	Classic 21 60's
Classic 21 70's	Classic 21 70's	Classic 21 70's
Classic 21 80's	Classic 21 80's	Classic 21 80's
Classic 21 90's	Classic 21 90's	Classic 21 90's
Classic 21 Blues	Classic 21 Blues	Classic 21 Blues
Classic 21 Métal	Classic 21 Métal	Classic 21 Métal
Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66
Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower

Internet Others		
Jan-Apr 2019+May-Aug 2019+Sep-Dec 2019	Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020
Joe Woodstock	Joe Woodstock	Joe Woodstock
		Joe Funk
		Joe Christmas
	Q Moose Bar	Q Moose Bar
	Q 00s/Q I love the 00s/Q Zeroes	Q 00s/Q I love the 00s/Q Zeroes
		Q 90s/Q I love the 90s
		Q 10s/Q I love the 10s
MNM 90s & nillies (VRT)	MNM 90s & nillies (VRT)	
	The Greatest Switch (VRT)	The Greatest Switch (VRT)
	Nostalgie Extra X-Mas	Nostalgie Extra X-Mas
		Nostalgie Extra Classics Top 2020
Chérie Émotions	Chérie Émotions	
Chérie Jazzy	Chérie Jazzy	
Chérie Les Plus Belles Voix	Chérie Les Plus Belles Voix	Chérie Les Plus Belles Voix
Chérie Romantic	Chérie Romantic	Chérie Romantic
Chérie Sweet Home	Chérie Sweet Home	
Contact 2000	Contact 2000	Contact 2000
Contact Gold	Contact Gold	Contact Gold
Contact Plus	Contact Plus	Contact Plus
Contact Lounge	Contact Lounge	Contact Lounge
Contact Love	Contact Love	Contact Love
Contact Mix	Contact Mix	Contact Mix
Contact Urban	Contact Urban	Contact Urban
Contact Kids	Contact Kids	Contact Kids
	Nostalgie Age Tendre	Nostalgie Age Tendre
	Nostalgie Camping	Nostalgie Camping
Nostalgie Fiesta	Nostalgie Fiesta	
	Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas
	Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime
Nostalgie 100% France Gall	Nostalgie 100% France Gall	Nostalgie 100% France Gall
	Nostalgie Hip Hop Classics	Nostalgie Hip Hop Classics
	One World Radio	One World Radio
Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock
Classic 21 Reggae	Classic 21 Reggae	Classic 21 Reggae
Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock
DH Radio Love	DH Radio Love	
La Vie En Rose	La Vie En Rose	La Vie En Rose
NRJ Hits 90	NRJ Hits 90	
NRJ Avicii	NRJ Avicii	NRJ Avicii
	NRJ At Work	NRJ At Work
	NRJ BTS	NRJ BTS
NRJ Cover hits	NRJ Cover hits	NRJ Cover hits
NRJ K-Pop	NRJ K-Pop	NRJ K-Pop
NRJ Top 100 2019	NRJ Top 100 2019	
NRJ Discover	NRJ Discover	NRJ Discover
NRJ Reggae	NRJ Reggae	NRJ Reggae
NRJ Vestiville	NRJ Vestiville	NRJ Vestiville
Pure Lazy	Pure Lazy	
Reggae	Reggae	Reggae
Tarmac Chillin'	Tarmac Chillin'	Tarmac Chillin'
Tarmac FR	Tarmac FR	Tarmac FR
Tarmac Hits	Tarmac Hits	Tarmac Hits
Tarmac Island	Tarmac Island	Tarmac Island
Tarmac RnB	Tarmac RnB	Tarmac RnB
Tarmac US	Tarmac US	Tarmac US
Tarmac Worldwide	Tarmac Worldwide	Tarmac Worldwide

Annexe 4 : Codebook de publication

Jan-Jun 2020 (NL)		Jan-Jun 2020 (FR)	
Nationale zenders (NL)	Webradio's/Internet Radio's (NL)	Radio nationales (FR)	Rádios Internet (FR)
Klara (VRT)	Ketnet Hits (VRT)	Bel RTL	Chérie 80's
Qmusic	MNM UrbaNice (VRT)	Fun Radio	Chérie 90's
Radio 1 (VRT)	De Tijdloze (VRT)	La Première (RTBF)	Chérie Acoustic
Radio 2 (VRT)	Q Running/Q Run To You	Musiq'3 (RTBF)	Chérie Ballads
MNM (VRT)	Q Shut up & Dance	NRJ	Chérie Émotions
Studio Brussel (VRT)	Joe Top 2000	Radio Contact	Chérie Frenchy
TOPRadio	Q Workalicious	Nostalgie (FR)	Chérie Jazzy
VRT (overkoepelende code)	Q Favoriete 100/Q Favoriete 40	RTBF (code générique)	Chérie Love Songs
MNM Hits (VRT)	Nostalgie Extra 60's&70's	Info Routes	Chérie Sweet Home
VRT NWS (VRT)	Nostalgie Extra 80's	VivaCité (RTBF)	Chérie Zen
Klara Continuo (VRT)	Nostalgie Extra 90's	Classic 21 (RTBF)	Contact 2000
Nostalgie (NL)	Nostalgie Extra Belpop	Pure (RTBF)	Contact Gold
Joe	Nostalgie Extra Nederlandstalig	DH Radio	Contact Plus
VBRO	Nostalgie Extra New Wave	Chérie	Contact Lounge
VBRO Evergreen	Nostalgie Extra Party	Tarmac	Contact Love
Radio Roxx	Nostalgie Extra Relax	RTBF MIX	Contact Mix
NRJ Vlaanderen	Nostalgie Extra Rock	Viva+	Contact Urban
Joe 60's-70's/Joe 70's/Celebrate the 70's	MNM 90s & nillies (VRT)	Jam.	Contact Kids
Joe 80's/Celebrate the 80's	The Greatest Switch (VRT)	Nostalgie +	Mint (solo)
Q Maximum Hits/Q Music non-stop	Q 00s/Q I love the 00s/Q Zeroes	1RCF	Nostalgie Jazz
Q Foute Radio	One World Radio		Nostalgie 60
Joe Easy		Rádios provinciales (FR)	Nostalgie 70
Joe 90's/Celebrate the 90's		Sud Radio	Nostalgie 80
Q-Summer		Antipode	Nostalgie 90
RTBF MIX		Must FM	Nostalgie Chansons Françaises
Willy		Maximum fm	Nostalgie Cinéma
Packages - regroupements		BXFM	Nostalgie Dance 80
Complément IP Other Local NI		Packages - regroupements	Nostalgie Dance 90
Belgian Other stations NL		Belgian Other stations FR	Nostalgie Fiesta
Group Club FM		Rádios Internet DH Radio	Nostalgie Italia
Group Family Radio		Rádios Internet NRJ	Nostalgie Love
		Pure Web Radio	Nostalgie New Wave
		Classic 21 Web Radio	Nostalgie Pop 80
			Nostalgie Pop 90
			Nostalgie Rock 80
			Nostalgie Rock 90
			Nostalgie Rock Classics
			Nostalgie SoulParty
			Le Meilleur de Nostalgie
			Nostalgie 100% Johnny Hallyday
			La Première Vision
			Ouftivi
			Pure Vision
			Vivacité Vision
			One World Radio

May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	
Nationale zenders (NL)	Webradio's/Internet Radio's (NL)
Klara (VRT)	Ketnet Hits (VRT)
Qmusic	MNM UrbaNice (VRT)
Radio 1 (VRT)	MNM 90s & nillies (VRT)
Radio 2 (VRT)	De Tijdloze (VRT)
MNM (VRT)	Q Running/Q Run To You
Studio Brussel (VRT)	Q Shut up & Dance
TOPRadio	Joe Top 2000
VRT (overkoepelende code)	Q Workalicious
MNM Hits (VRT)	Q Favoriete 100/Q Favoriete 40
VRT NWS (VRT)	Nostalgie Extra 60's&70's
Klara Continuo (VRT)	Nostalgie Extra 80's
Nostalgie (NL)	Nostalgie Extra 90's
Joe	Nostalgie Extra Belpop
VBRO	Nostalgie Extra Nederlandstalig
VBRO Evergreen	Nostalgie Extra New Wave
Radio Rxxx	Nostalgie Extra Party
NRJ Vlaanderen	Nostalgie Extra Relax
Joe 60's-70's/Joe 70's/Celebrate the 70's	Nostalgie Extra Rock
Joe 80's/Celebrate the 80's	
Q Maximum Hits/Q Music non-stop	
Q Foute Radio	
Lokale zenders (NL)	
Minerva	
Radio Stad (Antwerpen)	
Packages - regroupements	
Complément IP Other Local NI	
Belgian Other stations NL	
Group Club FM	
Group Family Radio	

May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	
Radio nationales (FR)	Radio Internet (FR)
Bel RTL	Chérie 80's
Fun Radio	Chérie 90's
La Première (RTBF)	Chérie Acoustic
Musiq'3 (RTBF)	Chérie Ballads
NRJ	Chérie Émotions
Radio Contact	Chérie Frenchy
Nostalgie (FR)	Chérie Jazzy
RTBF (code générique)	Chérie Love Songs
Info Routes	Chérie Sweet Home
VivaCité (RTBF)	Chérie Zen
Classic 21 (RTBF)	Nostalgie Jazz
Pure (RTBF)	Nostalgie 60
DH Radio	Nostalgie 70
Chérie	Nostalgie 80
Tarmac	Nostalgie 90
Radio provinciales (FR)	Nostalgie Chansons Françaises
Sud Radio	Nostalgie Cinéma
Antipode	Nostalgie Dance 80
Must FM	Nostalgie Dance 90
Maximum fm	Nostalgie Fiesta
BXFM	Nostalgie Italia
BRF	Nostalgie Love
Packages - regroupements	Nostalgie New Wave
Belgian Other stations FR	Nostalgie Pop 80
Radios Internet DH Radio	Nostalgie Pop 90
Radios Internet NRJ	Nostalgie Rock 80
Pure Web Radio	Nostalgie Rock 90
Classic 21 Web Radio	Nostalgie Rock Classics
	Nostalgie SoulParty
	Le Meilleur de Nostalgie
	Nostalgie 100% Johnny Hallyday
	La Première Vision
	Ouftivi
	Pure Vision
	Vivacité Vision
	Mint (solo)

Annexe 5 : Bornes HML

Univers NORD

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	25,5	279	720
Medium	19,7	36	279
Light	26,5	0	36
Non listener	28,4	0	0

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	23,9	45	720
Medium	26,2	15	45
Light	29,0	0	15
Non listener	20,8	0	0

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	22,2	139	360
Medium	21,8	23	139
Light	21,4	0	23
Non listener	34,6	0	0

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	19,2	35	360
Medium	24,5	10	35
Light	27,5	0	10
Non listener	28,8	0	0

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5,8	90	360
Medium	6,6	12	90
Light	7,7	0	12
Non listener	79,8	0	0

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5,1	35	360
Medium	5,6	10	35
Light	8,5	0	10
Non listener	80,8	0	0

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	12,6	23	360
Medium	14	1	23
Light	7,7	0	1
Non listener	65,7	0	0

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	8,1	23	360
Medium	8,6	3	23
Light	10,0	0	3
Non listener	73,3	0	0

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,5	23	360
Medium	7,6	3	23
Light	7,9	0	3
Non listener	77,9	0	0

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,0	4	360
Medium	1,5	1	4
Light	0,9	0	1
Non listener	95,6	0	0

Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	3,4	9	360
Medium	3,3	1	9
Light	2,9	0	1
Non listener	90,4	0	0

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	3,2	45	360
Medium	3,3	3	45
Light	2,5	0	3
Non listener	91,0	0	0

Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,9	23	360
Medium	1,6	3	23
Light	1,1	0	3
Non listener	95,4	0	0

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	16,9	279	720
Medium	17,1	35	279
Light	26,6	0	35
Non listener	39,4	0	0

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	20,2	44	720
Medium	23,8	15	44
Light	25,0	0	15
Non listener	31,0	0	0

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	15,6	360	360
Medium	15,6	45	360
Light	26,2	0	45
Non listener	42,7	0	0

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	18,0	45	360
Medium	22,3	12	45
Light	25,0	0	12
Non listener	34,7	0	0

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	4,9	23	360
Medium	4,3	1	23
Light	3,5	0	1
Non listener	87,3	0	0

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	4,1	23	360
Medium	2,6	10	23
Light	5,9	0	10
Non listener	87,4	0	0

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	11,5	23	360
Medium	11,1	3	23
Light	8	0	3
Non listener	69,5	0	0

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	7,7	23	360
Medium	7,6	3	23
Light	8,5	0	3
Non listener	76,2	0	0

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,4	23	360
Medium	8,4	3	23
Light	6,9	0	3
Non listener	78,2	0	0

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,4	6	360
Medium	1,8	1	6
Light	1,6	0	1
Non listener	95,2	0	0

Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,3	12	360
Medium	1,9	3	12
Light	3,3	0	3
Non listener	92,5	0	0

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	3,0	23	360
Medium	2,4	3	23
Light	2,6	0	3
Non listener	92,0	0	0

Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,9	12	360
Medium	1,3	3	12
Light	1,3	0	3
Non listener	95,5	0	0

Annexe 6 : Questionnaire de recrutement RDD

Off line screening

[PROG: SINGLE RESPONSE]

S0.

Langue

ENQ : Ne pas lire – une seule réponse possible

1: Néerlandais

2: Français

[PROG: SINGLE RESPONSE]

S1.

Bonjour\bonsoir, je m'appelle... et je travaille pour le compte du Centre d'information sur les médias, le CIM. Nous menons actuellement une étude sur les médias et nous cherchons des répondants. Puis-je vous poser quelques questions à ce sujet ?

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – si le répondant répond « Non », demande si c'est possible à un moment ultérieur – une seule réponse possible

1: Oui

2: Non, pas maintenant [PROG: FIX APPOINTMENT AND END SURVEY]

3: Non [PROG: END SURVEY]

S2.

Avant d'approfondir l'étude, nous avons encore quelques questions pour vérifier si vous êtes éligible à participer à cette étude.

ENQ : Lire – pas de réponse nécessaire

[PROG: MINIMUM VALUE = 12, MAXIMUM VALUE = 99]

S3.

Quel est votre âge ?

ENQ : Notez l'âge exact. Creuser pour obtenir l'âge exact.

|_|_| ans

[PROG: SINGLE RESPONSE]

[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM S3]

S3_CAT

- 1: 12-14
- 2: 15-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45-54
- 6: 55-64
- 7: 65+

S3_CAT_2

- 1: 12-14
- 2: 15-17
- 3: 18-24
- 4: 25-34
- 5: 35-44
- 6: 45-54
- 7: 55-65
- 8: 66-74
- 9: 75+

[PROG: SINGLE RESPONSE]

S4.

Sexe

ENQ : Notez le sexe sans poser la question.

- 1: Homme
- 2: Femme

[PROG: MINIMUM VALUE = 0, MAXIMUM VALUE = 99]

S4b.

Sans vous compter, combien de membres de votre ménage vivent avec vous de manière permanente ou régulière (par exemple le week-end, en semaine, une semaine sur deux ou un week-end sur deux) ?

INT: Notez nombre exact.

|_|_| personnes

[PROG: ASK FOR EVERY 7TH RESPONDENT IF S4b IS MORE THAN 0; ASK FOR EVERY PERSON IN HOUSEHOLD = S4b; ASK IF S3 > 34 AND S3<55]

[PROG: PROGRAM RULE OF 7TH RESPONDENT SO IT CAN BE CHANGED]

S4c.

Y a-t-il des enfants de 12 à 17 ans qui habitent sous votre toit ?

- 1: Oui
2: Non
-

[PROG: ONLY ASK IF S4c = CODE 1]

S4d.

Combien d'enfants de 12 à 17 ans avez-vous qui habitent sous votre toit ?

|_|_| enfants [PROG: MINIMUM VALUE = 1, MAXIMUM VALUE = 10]

INT: Notez nombre exact.

S4e.

Quel est l'âge de [PROG: IF S4d = 1, INSERT "cet enfant"; IF S4d > 1, INSERT "ces enfants"] ?

INT: Notez l'âge exact pour chaque personne de 12 à 17 ans.

[PROG: MINIMUM VALUE = 12, MAXIMUM VALUE = 17]

Âge enfant 1 |_|_| ans

Âge enfant 2 |_|_| ans

...

[PROG: RANDOM SELECT 1]

S4f.

Quel est le sexe de l'enfant de [PROG: INSERT VALUE FROM SELECTION IN S4e] ans ?

- 1: Homme
2: Femme
-

S3_CAT_2_CHILD

- 1: 12-14
2: 15-17
-

[PROG: SELECT 1 CHILD BASED ON LEAST FILL OF S3_CAT_2_CHILD]

S4g.

Êtes-vous le parent ou le tuteur de cet enfant ?

- 1: Oui
2: Non
-

[PROG: ASK IF S4g = CODE 1]

S4i.

Nous aurions voulu vous demander votre autorisation afin de pouvoir interroger votre [IF S4h = code 1] INSERT "fils"; IF IF S4h = code 2] INSERT "fille"]. Si vous acceptez, nous aurions besoin de l'adresse e-mail de votre [IF S4h = code 1] INSERT "fils"; IF IF S4h = code 2] INSERT "fille"].

Nous autorisez-vous à procéder à l'enquête avec votre [IF S4h = code 1] INSERT "fils"; IF IF S4h = code 2] INSERT "fille" ?

- 1: Oui
- 2: Non

[PROG: DUMMY; DO NOT ASK OR SHOW]

[PROG: USE FOR QUOTA]

[PROG: IF S4i IS 1 USE GENDER OF SELECTED CHILD; FOR OTHER RESPONDENTS USE S4]

DUMMY_GENDER_SELECTION_CIMRADIO

- 1: Man
- 2: Vrouw

[PROG: DUMMY; DO NOT ASK OR SHOW]

[PROG: USE FOR QUOTA]

[PROG: IF S4i IS 1 USE AGE OF SELECTED CHILD; FOR OTHER RESPONDENTS USE S3_CAT]

DUMMY_S3_CAT_SELECTION_CIMRADIO

- 1: 12-14
- 2: 15-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45-54
- 6: 55-64
- 7: 65+

[PROG: DUMMY; DO NOT ASK OR SHOW]

[PROG: USE FOR QUOTA]

[PROG: IF S4i IS 1 USE AGE OF SELECTED CHILD; FOR OTHER RESPONDENTS USE S3_CAT2]

DUMMY_S3_CAT2_SELECTION_CIMRADIO

- 1: 12-14
- 2: 15-17
- 3: 18-24
- 4: 25-34
- 5: 35-44
- 6: 45-54
- 7: 55-65
- 8: 66-74
- 9: 75+

[PROG: ONLY ASK IF S3 < 15 AND IF S4i IS NOT ASKED]

S5.

Serait-il possible de parler à un de vos parents ?

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – si le répondant répond « Non », demande si c'est possible à un moment ultérieur – une seule réponse possible

- 1: oui, je vous le passe
 - 2: oui, mais pas maintenant [PROG: FIX APPOINTMENT AND END SURVEY]
 - 3: non, refus de la part de l'enfant de passer ses parents [PROG: END SURVEY]
-

[PROG: SINGLE RESPONSE]
[PROG: ONLY ASK IF S3 < 15]

V1.

Bonjour, je m'appelle... et je travaille pour le compte du Centre d'information sur les médias, le CIM.

Nous cherchons actuellement des personnes souhaitant participer à une enquête concernant les médias.

Votre [IF [S3 < 15 & S4 = 1] INSERT "fils"; IF [[S3 < 15 & S4 = 2] INSERT "fille"] a été sélectionné(e) pour participer à cette enquête.

Étant donné que votre [IF [S3 < 15 & S4 = 1] INSERT "fils"; IF [[S3 < 15 & S4 = 2] INSERT "fille"] a moins de 15 ans, nous demandons d'abord la permission d'un des parents.

Nous autorisez-vous à mener cette enquête avec votre [IF [S3 < 15 & S4 = 1] INSERT "fils"; IF [[S3 < 15 & S4 = 2] INSERT "fille"] ?

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – une seule réponse possible

1: Oui (ENQ : Remercier et demander de parler à nouveau [IF [S3 < 15 & S4 = 1] INSERT "au fils"; IF [[S3 < 15 & S4 = 2] INSERT "à la fille"])

2: Non [PROG: END SURVEY]

SD4.

Quel est le code postal de votre commune ?

|_|_|_|_|_|_|_|

[PROG: SINGLE RESPONSE]
[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

PROVINCE

- 1: Anvers
- 3: Flandre Occidentale
- 4: Flandre Orientale
- 5: Hainaut
- 6: Liège
- 7: Limbourg
- 8: Luxembourg
- 9: Namur
- 10: Brabant flamand
- 11: Brabant wallon
- 12: Région de Bruxelles-Capitale

[PROG: SINGLE RESPONSE]
[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

NIELSEN

- 1: Nielsen I
- 2: Nielsen II
- 3: Nielsen III
- 4: Nielsen IV
- 5: Nielsen V

[PROG: SINGLE RESPONSE]

[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

REGION

- 1: Flandre
 - 2: Bruxelles
 - 3: Wallonie
-

[PROG: SINGLE RESPONSE]

[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

URBANIZATION1

- 1: Communes rurales Flandre
 - 2: Communes rurales Wallonie
 - 3: Anvers
 - 4: Bruxelles
 - 5: Charleroi
 - 6: Gand
 - 7: Liège
 - 8: Petites localités Flandre
 - 9: Petites localités Wallonie
 - 10: Villes Flandre
 - 11: Villes Wallonie
-

[PROG: SINGLE RESPONSE]

[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

URBANIZATION2

- 1: GRANDS CENTRES
 - 2: VILLES\URBAINS
 - 3: PETITES LOCALITÉS
 - 4: RURAL
-

[PROG: SINGLE RESPONSE]

[PROG: DO NOT ASK, RECODE FROM SD4]

URBANIZATION3

- 1: VILLES\URBAIN
 - 2: RURAL
-

[PROG: DO NOT ACTIVATE QUESTION]

SD9B Quel est le plus haut diplôme que vous avez obtenu ? [PROG: IF S4i = CODE1 AND IF S4f = code 1 INSERT “Quel est le plus haut diplôme que votre fils a obtenu?”] [PROG: IF S4i = CODE1 AND IF S4f = code 2 INSERT “Quel est le plus haut diplôme que votre fille a obtenu?”]

INT: lisez

[PROG: SINGLE RESPONSE]

- 1: sans diplôme ou enseignement primaire
- 2: enseignement secondaire inférieur, général (achevé les 3 premières années)
- 3: enseignement secondaire inférieur, technique, artistique ou professionnel (achevé les 3 premières années)
- 4: enseignement secondaire supérieur, général (6 ans)
- 5: enseignement secondaire supérieur, technique ou artistique (6 ans)
- 6: enseignement secondaire supérieur, professionnel (6 ans)
- 7: enseignement supérieur: graduat, candidature, bachelier
- 8: enseignement universitaire: licence, post-graduat, master, master complémentaire
- 9: doctorat

[PROG: DO NOT ACTIVATE QUESTION, ONLY ASK IF AGE IS MORE THAN 17]

SD10 Quelle est votre profession / [PROG: IF S4i = CODE1 AND IF S4f = code 1 INSERT “ Quelle est la profession de votre fils?”] [PROG: IF S4i = CODE1 AND IF S4f = code 2 INSERT “ Quelle est la profession de votre fille ?”]

INT: lisez

[PROG: SINGLE RESPONSE]

Indépendant

- 1: agriculteur [PROG: Score 45]
- 2: artisan, commerçant employant 5 salariés maximum [PROG: Score 70]
- 3: industriel, commerçant en gros employant 6 salariés ou plus [PROG: Score 90]
- 4: profession libérale ou profession nécessitant une qualification [PROG: Score 100]

Employé (secteur public ou privé)

- 6: membre de la direction générale, cadre supérieur responsable de 5 salariés ou moins [PROG: Score 80]
- 7: membre de la direction générale, cadre supérieur responsable de 6 à 10 salariés [PROG: Score 90]
- 8: membre de la direction générale, cadre supérieur responsable de 11 salariés ou plus [PROG: Score 100]
- 9: cadre moyen ne faisant pas partie de la direction générale, responsable de 5 salariés ou moins [PROG: Score 70]
- 10: cadre moyen ne faisant pas partie de la direction générale, responsable de 6 salariés ou plus [PROG: Score 75]
- 11: autre employé exerçant principalement du travail de bureau [PROG: Score 65]
- 12: autre employé n'exerçant pas de travail de bureau (par ex. enseignant, infirmier,...) [PROG: Score 60]

Ouvrier

- 13: ouvrier qualifié [PROG: Score 50]
- 14: ouvrier non-qualifié [PROG: Score 25]

Inactif

- 15: en incapacité de travail [PROG: Score 10]
- 16: préretraité [PROG: Score = 75% OF LAST PROFESSION (SD11)]
- 17: retraité [PROG: Score = 60% OF LAST PROFESSION SCORE (SD11)]
- 18: étudiant [PROG: Score = 10]
- 19: homme ou femme au foyer [PROG: Score = 10]
- 20: chômeur [PROG: Score = 60% OF LAST PROFESSION SCORE (SD11)]
- 97: jamais travaillé [PROG: Score 10]
- 98: autre [PROG: Score 50]
- 99: je ne sais pas [PROG: No Score]

[CHECK QUOTA, IF QUOTA FULL GO TO V13]

[PROG: SINGLE RESPONSE]

V4.

Afin de pouvoir participer à l'étude, il faudrait compléter un questionnaire qui vous prendrait environ 15 minutes [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT "qui prendrait environ 15 minutes à votre fils"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "qui prendrait environ 15 minutes à votre fille"]. Nous n'allons pas le faire maintenant mais nous pouvons vous envoyer [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT "pouvons envoyer à votre fils"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "pouvons envoyer à votre fille"] un lien pour le compléter en ligne ou nous demanderons à un enquêteur de passer chez vous, une fois que la menace du Corona sera derrière nous.

Êtes-vous disposé(e) à y participer ? [PROG: IF < 24 YEARS OLD INSERT "Si vous participez à cette étude, vous recevez €5"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT "Si votre fils participe à cette étude, il reçoit €5"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "Si votre fille participe à cette étude, elle reçoit €5"]

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – une seule réponse possible

- 1: Oui
- 2: Non

[PROG: SINGLE RESPONSE]

V5.

Pouvons-nous vous envoyer le questionnaire par e-mail ou préférez-vous qu'un enquêteur passe une fois que la menace du Corona sera derrière nous?

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – une seule réponse possible

- 1: Par e-mail
- 2: Enquêteur [PROG: IF CODE 2 DO NOT COUNT AS COMPLETE]

[PROG: ASK IF CODE 1 in V5]

[PROG: FIX STANDARD INSERTS FOR EMAILADDRESS]

[PROG: AFTER ENTERING THE EMAILADDRESS AND CONFIRMING THE EMAIL SHOULD BE SEND]

V7.

Pouvez-vous nous communiquer votre adresse e-mail [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT "l'adresse e-mail de votre fils"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "l'adresse e-mail de votre fille"] pour que nous puissions envoyer le lien vers le questionnaire et de plus amples informations sur l'étude ?

ENQ : Noter l'adresse e-mail

XXXXXXXXXX @ xxxx.xx

[PROG: ASK AFTER V7]

[PROG: FIX STANDARD INSERTS FOR EMAILADDRESS]

[PROG: AFTER ENTERING THE EMAILADDRESS AND CONFIRMING THE EMAIL SHOULD BE SEND]

V7b.



Je vais répéter cette adresse e-mail.

[PROG: DISPLAY EMAIL OF RESPONDENT]

Cette adresse e-mail est-elle correcte ?

INT: épelez l'adresse e-mail

1: Oui

2: Non

[PROG: IF V7b = CODE 2 GO TO V7]

[PROG: ASK IF CODE 1 in V5]

[PROG: ONLY ASK IF RESPONDENT IS <= 24 Y.O]

V7a.

Pouvez-vous nous communiquer votre numéro de compte [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " le numéro de compte de votre fils"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "le numéro de compte de votre fils/fille "] afin que nous puissions verser €5 après la participation à l'étude en ligne ?

INT: Prenez note du numéro de compte – lisez le numéro de compte au répondant afin qu'il puisse vérifier. Si l'enfant n'a pas un numéro de compte, demander au numéro de compte des parents

[PROG: IF CODE 2 = V8]

V10.

Au moment où vous avez [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " votre fils a "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "votre fille a "] accès à vos [PROG: IF S4e = CODE1 INSERT " ses"] e-mails, vous pouvez [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " il peut"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "elle peut"] vérifier si vous avez [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " il a"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT "elle a"] reçu l'e-mail de notre part. Si vous ne le voyez [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " S'il ne le voit "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " Si elle ne le voit "] pas dans votre [PROG: IF S4e = CODE1 INSERT " sa"] boîte mails, il se peut qu'il se trouve dans les spams. Si vous ne l'avez [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " il ne l'a "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " elle ne l'a "] pas reçu, veuillez nous contacter via mediasurvey@cim.be.
Pouvons-nous vous demander [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " demander à votre fils "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " demander à votre fille "] de compléter ce questionnaire le plus vite possible. Vous pouvez le faire sur un ordinateur fixe, un ordinateur portable, une tablette, et aussi sur un smartphone.

ENQ : Lire – pas de réponse nécessaire

V11.

[PROG: IF CODE 2 IN V5: "Vous êtes [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " Votre fils est "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " Votre fille est "] éligible à participer à l'étude. Pour pouvoir participer à l'étude, un questionnaire doit être complété. Un enquêteur vous contactera [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT " contactera votre fils "] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " contactera votre fille "] pour fixer un rendez-vous.

J'aurais donc souhaité noter vos [PROG: IF S4i = CODE1 INSERT "ses"] coordonnées. Ces coordonnées sont uniquement utilisées pour cette étude pour attribuer un enquêteur et pas pour d'autres études ou à des fins commerciales. "

[PROG: IF CODE 1 IN V5: "J'aurais donc souhaité noter vos coordonnées [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 1 INSERT "les coordonnées de votre fils"] [PROG: IF S4i = CODE1 AND S4f = code 2 INSERT " les coordonnées



de votre fille”]. Ces coordonnées sont uniquement utilisées pour notre future communication dans le cadre de cette étude et pas pour d’autres études ou à des fins commerciales. “]

ENQ : Lire – Noter les coordonnées et lire au répondant pour contrôler

- 1: Prénom : [PROG: INSERT TEXTBOX]
- 2: Nom : [PROG: INSERT TEXTBOX]
- 3: Rue : [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]
- 4: Numéro de maison : [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]
- 5: Code postal : [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]
- 6: Commune : [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]
- 7: Numéro de GSM : [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]
- 8: Numéro de compte bancaire: [PROG: INSERT TEXTBOX] [PROG: ONLY ASK IF RESPONDENT IS =< 24 Y.O.] [PROG: SHOW IF CODE 2 IN V5]

99: refus

[PROG: ASK IF CODE 1 in V1 and no code 99 in V11]

V12.

Il s’agissait de toutes nos questions pour le moment.

Nous tenons à vous remercier pour votre temps et pour votre participation à notre étude.

ENQ : Lire – pas de réponse nécessaire

[PROG: ASK IF RESPONDENT DOES NOT MATCH QUOTA]
[PROG: SINGLE RESPONS]

V13. Malheureusement, vous n’êtes pas éligible à participer à cette étude. Pouvons-nous vous contacter à l’avenir pour d’autres études ?

ENQ : Ne pas lire les modalités de réponse – une seule réponse possible

- 1: Oui
- 2: Non

[PROG: IF CODE 1/2 in V13]

V14. D’accord, nous tenons quand même à vous remercier pour votre temps et nous vous souhaitons une excellente journée/soirée.

ENQ : Lire