



CIM RAM*

Sep 2020-Feb 2021

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	6
2.1 LE CIM, SES DIFFÉRENTES INSTANCES ET SES COLLABORATEURS.....	8
2.2 L'ÉTUDE RADIO	9
2.3 L'INSTITUT	10
3 DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	11
3.1 SCHÉMAS DE DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	11
3.2 INTERVIEWS.....	13
3.2.1 <i>Sélection des adresses</i>	13
3.2.2 <i>Détermination des adresses</i>	13
3.2.3 <i>Procédure de contact</i>	13
3.2.4 <i>Enquête face-à-face</i>	16
3.2.5 <i>Recrutement CATI RDD</i>	17
<i>Résultat du recrutement</i>	19
3.3 TERRAIN « CARNET D'ÉCOUTE ».....	22
3.3.1 <i>Périodes couvertes</i>	22
3.3.2 <i>Utilisation du carnet d'écoute</i>	23
3.3.3 <i>Carnet d'écoute papier</i>	23
3.3.4 <i>Nouveau carnet « online » (e-diary)</i>	29
3.3.5 <i>Carnet « online » : www.cimradio.be</i>	30
3.4 LES RELANCES TÉLÉPHONIQUES/ POSTALES/ PAR SMS/ PAR MAILS	33
3.5 TAUX DE RETOUR DES CARNETS.....	34
4 VÉRIFICATION DES CARNETS ET VALIDATION	34
4.1 VÉRIFICATION DES CARNETS	34
4.2 RÈGLES DE VALIDATION :.....	34
4.3 NOMBRE DE CARNETS REJETÉS.....	34
4.4 PROFIL DES CARNETS RETOURNÉS	35
5 ASCRPTION : PRINCIPES ET RÉSULTATS	36
5.1 TECHNIQUE DE L'ASCRPTION (OU IMPUTATION)	36
5.2 ASCRPTION DÉTAILLÉE	36
5.3 RÉSULTATS DE L'ASCRPTION POUR LA VAGUE SEPTEMBRE 2020-FÉVRIER 2021	37
6 ECHANTILLON	38
6.1 PROFIL DE L'ÉCHANTILLON AVANT REDRESSEMENT	38
6.2 REDRESSEMENT DE L'ÉCHANTILLON.....	38
6.2.1 <i>Principes du redressement effectué</i>	38
6.2.2 <i>Résultats du redressement</i>	43
6.2.3 <i>Calcul des bornes des classes sociales</i>	43
6.2.4 <i>Calcul des bornes Heavy-Medium-Light</i>	45
6.3 PROFIL DE L'ÉCHANTILLON APRÈS REDRESSEMENT	46
7 TABLEAUX RECAPITULATIFS	46
7.1 NATIONAL.....	47
7.2 NORD	49
7.3 SUD.....	51
7.4 INTERVIEWS SPLIT FACE-TO-FACE / ONLINE.....	53
8 CONTRÔLES DE L'ÉTUDE	54



8.1	RÔLE DE LA COMMISSION TECHNIQUE.....	54
8.2	RÔLE DE LA STRUCTURE PERMANENTE	54
9	EXPLOITATION ET MISE À DISPOSITION DES DONNÉES	55
9.1	ANALYSE DES AUDIENCES	55
9.2	MEDIA-PLANNING	55
9.3	RÈGLES DE PUBLICATIONS.....	55
9.4	FICHIERS DES DONNÉES INDIVIDUELLES	56
10	LES INTERVALLES DE CONFIANCE	56
	ANNEXE 1: QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT (CAPI) VAGUE SEPTEMBRE 2020-FÉVRIER 2021	58
	ANNEXE 2 : GUIDE POUR LA RELANCE TÉLÉPHONIQUE.....	88
	ANNEXE 3 : LISTE DES REGROUPEMENTS.....	89
	ANNEXE 4 : CODEBOOK DE PUBLICATION.....	98
	ANNEXE 5 : BORNES HML	100
	ANNEXE 6 : QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT RDD	103



Mot de la Présidente de la Commission Technique Radio

En ce début 2021, nous publions une vague radio qui a dû une fois encore s'adapter à la crise COVID. En effet, après un beau redémarrage du terrain en septembre-octobre 2020, la situation sanitaire nous a à nouveau contraints d'arrêter la partie face-à-face du recrutement dès la première semaine de novembre.

Cette vague bénéficie toutefois des apprentissages des mois de mai et juin, une période qui nous a confrontés aux forces et faiblesses des différents modes de recrutement. Cette fois, nous avons fait le choix de l'équilibre des méthodes, et donc des profils, sur le rythme des interviews à réaliser chaque mois.

Concrètement, le mix de méthodes qui s'est assez rapidement imposé pour maximiser la qualité du profil de l'échantillon sans pour autant trop hypothéquer le délai de publication est un recrutement composé pour près de la moitié d'interviews en face-à-face, de 30% d'interviews online et de 20% à 25% d'interviews téléphoniques menant à un carnet online. Le terrain de cette vague a donc ralenti son rythme de novembre à mi-janvier, période de confinement strict où le face-à-face ne pouvait avoir lieu, pour accélérer dès la mi-janvier avec la reprise des interviews en face-à-face.

Le processus a permis d'aboutir à la publication d'une vague d'analyse couvrant les mois de septembre 2020 à février 2021. La vague de media planning, quant à elle, est aussi fidèle que possible au principe des 12 mois et 3 vagues, c'est-à-dire une combinaison de la vague novembre 2019-février 2020 pour un poids de 25%, janvier-juin 2020 pour un poids de 25% et septembre 2020-février 2021 pour un poids de 50%.

Je remercie la structure permanente du CIM, les membres de la Commission Technique et l'institut GFK 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, une nouvelle méthode de recrutement par téléphone mobile (via RDD - random digit dialing) a du être déployée depuis le 1^{er} mai 2020 afin de palier aux incertitudes du recrutement face-à-face.

Le recrutement face-à-face ayant pu redémarrer en septembre 2020, la combinaison de recrutement a été établie à 50% F2F, 30% Online, 20% RDD.

La recrutement face-à-face ayant du être à nouveau mis à l'arrêt fin octobre 2020, le recrutement online et RDD a du être ralenti en attendant un redémarrage du face-à-face. Celui-ci a pu redémarrer à la mi-janvier 2021 et s'est poursuivi jusqu'au 28 février 2021 afin d'atteindre l'objectif final de 8.000 enquêtes et se rapprocher au plus de l'objectif de combinaison de recrutement.

La vague Septembre 2020-Février 2021 est la quatorzième 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 \pm 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 Septembre 2020-Février 2021 s'est déroulée de la manière suivante :

- le recrutement : du mardi 01 septembre 2020 au dimanche 28 février 2021
- le remplissage du carnet : du lundi 31 août 2020 au vendredi 05 mars 2021
- retour des carnets d'écoute : les carnets de cette vague ont été acceptés jusqu'au lundi 22 mars 2021.

Le chiffre final s'établit à 8.392 interviews, avec 7.534 auditeurs radios (après validation des carnets et ascription) et 4.918 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.

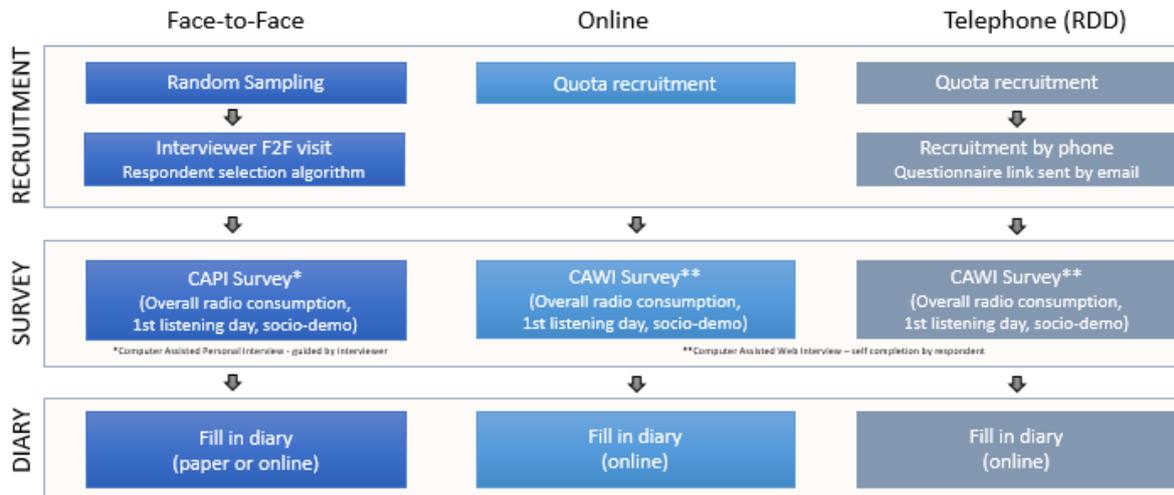


Figure 1 : Le processus de recrutement et de recueil des données

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.

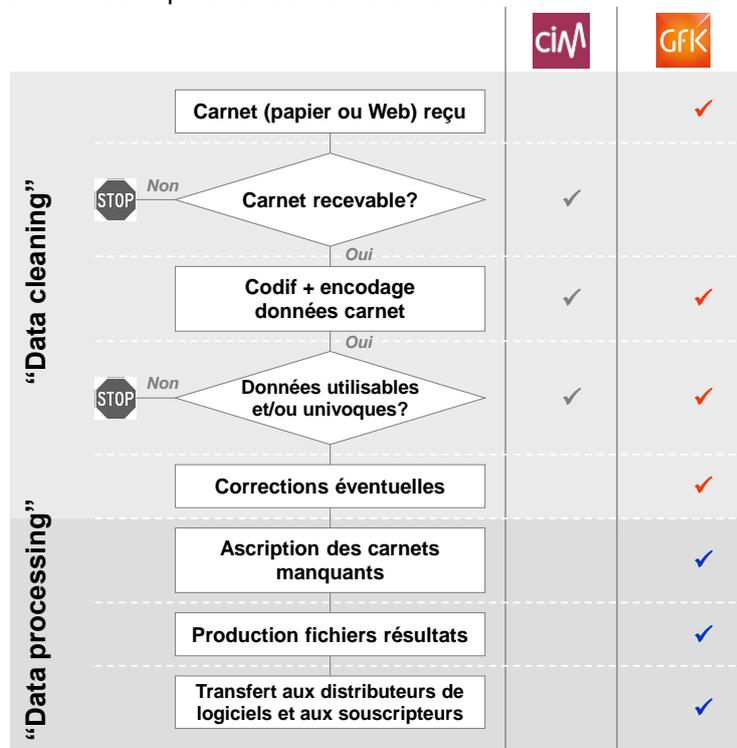


Figure 2 : Le processus de traitement des données depuis la réception du carnet jusqu'à la publication des résultats

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 interview 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



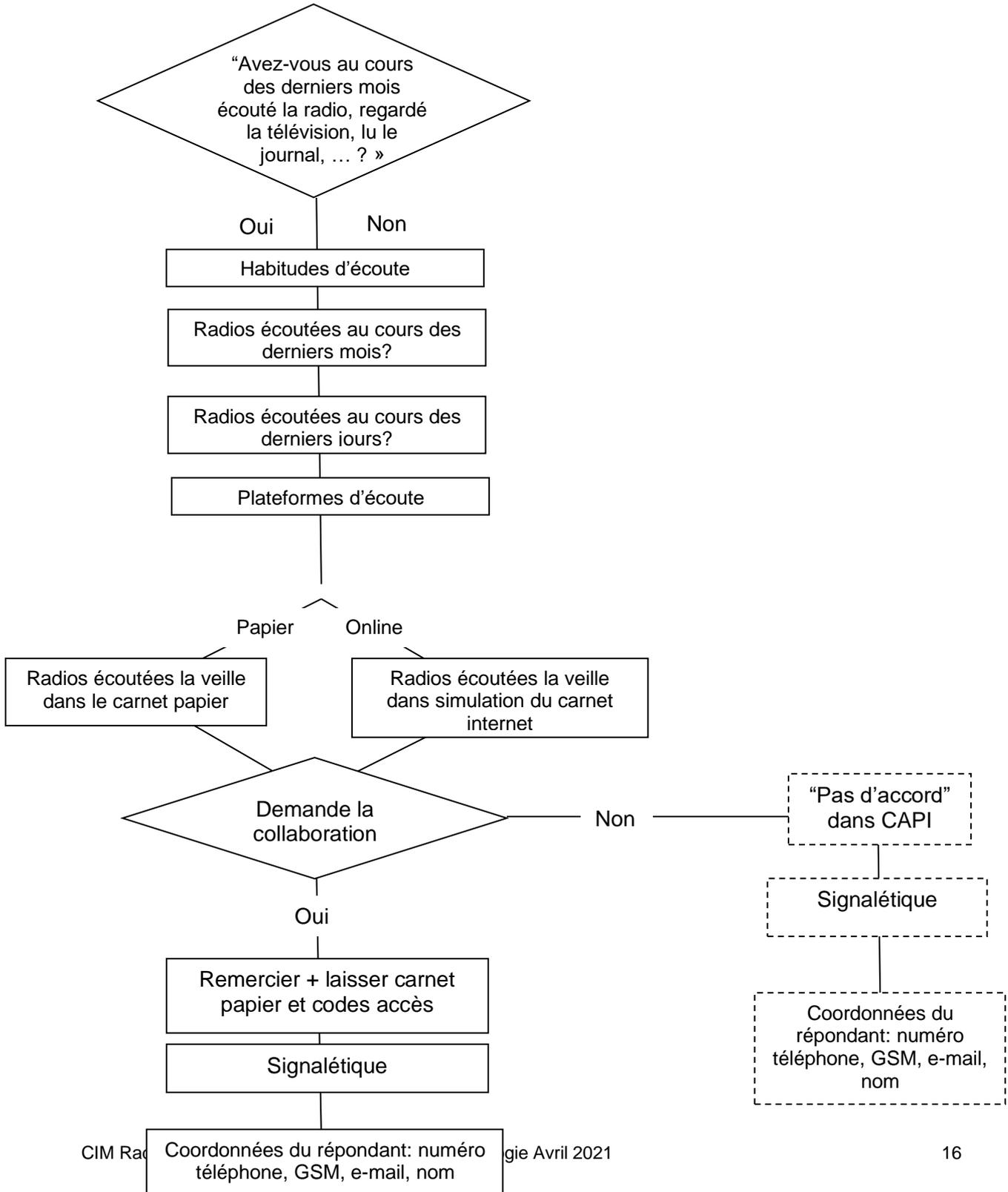
est le FR ou le NL. S'il s'agit d'une autre langue, il réalise l'interview dans celle des deux que l'interviewé a choisie.

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 septembre 2020-Février 2021, le recrutement CATI RDD a représenté 47% du mix de recrutement final.

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 septembre 2020-février 2021 a été réalisé en partie par GfK et 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 6.024 personnes recrutées via RDD (qui ont accepté de participer à l'enquête), 33% ont effectivement rempli le questionnaire.

Conversion funnel			
	National	NORTH	SOUTH
Recruited for Online intake interview	6.024	2.760	3.264
Started Online (Total)	3.609	1.731	1.877
Online Complete (Total)	1.997	1.007	990
% online started (qu. started / recruited)	60%	63%	58%
% total completions (completed / recruited)	33%	36%	30%

Résultat du recrutement

Pour la vague Septembre 2020-Février 2021, 12.697 contacts face-à-face ont été réalisés. La répartition des contacts s'est établie comme suit:

Résultat des contacts	Terrain Sep 2020-Feb 2021
	N=
Nombre de contacts réalisés	12.697
Adresse inexistante	2,2
Personne à la maison	33,4
Personne ne peut pas être interrogée (maladie, incapacité)	0,0
Refus ¹	25,6
Enquête	32,5
Rendez-vous	1,2
Problème linguistique	1,0
Travaille dans un des secteurs suivants: études de marché, Journalisme, Media	0,0
Pas en mesure de participer	4,1

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 :

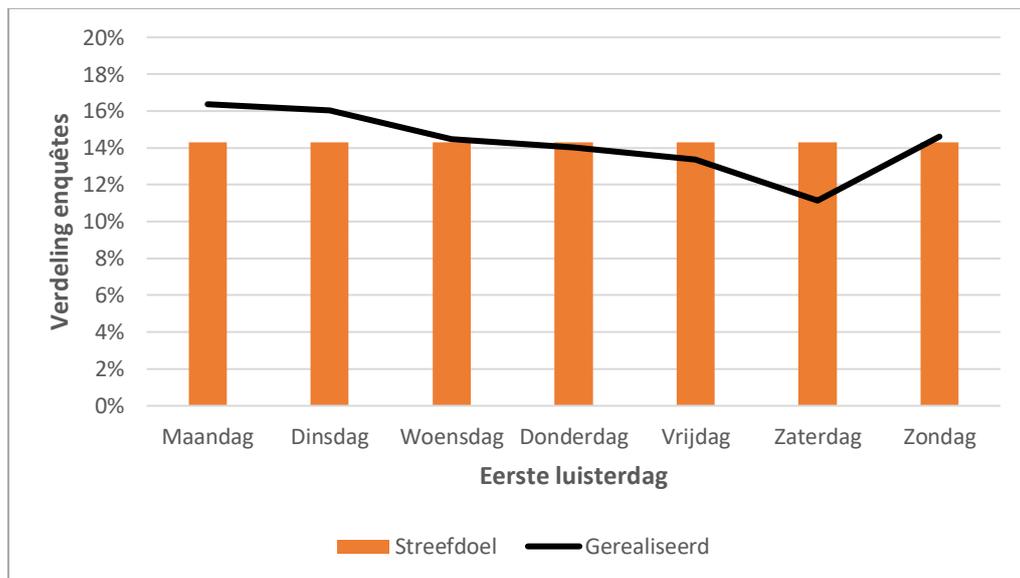
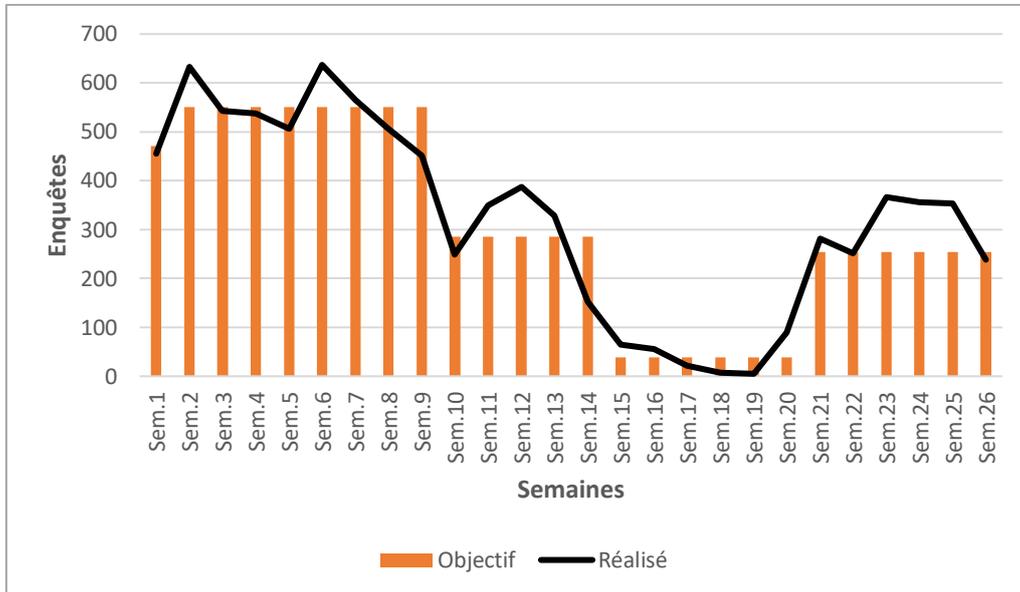
	F-t-F	Interviews		Premier contact	
		Avant 17.00	Après 17.00 + weekend	Avant 17.00	Après 17.00 + weekend
Total	3.959	53,5%	46,5%	52,8%	47,2%
Nord	2.050	50,2%	49,8%	53,2%	46,8%
Sud	1.909	57,0%	43,0%	52,5%	47,5%
Flandre	1.895	49,9%	50,1%	52,8%	47,2%
Wallonie	1.337	58,6%	41,4%	52,7%	47,3%
Bruxelles	727	53,2%	46,8%	53,1%	46,9%



Pour rappel, le recrutement s'est déroulé du lundi 01 septembre 2020 au dimanche 28 février 2021. Le nombre final d'interviews conservées pour le traitement s'élève à 8.392 dont 3.959 interviews en F2F. Pour ces 3.959 interviews, 12.697 contacts ont été nécessaires, ce qui revient à 0,31 interviews par contact.

Numéro semaine	Dates	Nombre contacts	Nombre d'enquêtes F2F	Enquêtes par contact	Enquêtes online RDD	Enquêtes online panel	Auditeurs	Non-auditeurs
1	01/09-06/09	838	238	0,28	152	65	408	47
2	07/09-13/09	897	278	0,31	185	170	558	75
3	14/09-20/09	862	226	0,26	181	136	480	63
4	21/09-27/09	888	270	0,30	140	127	465	72
5	28/09-04/10	862	246	0,29	150	110	468	38
6	05/10-11/10	858	275	0,32	192	170	557	80
7	12/10-18/10	879	295	0,34	166	104	510	55
8	19/10-25/10	916	297	0,32	143	66	435	71
9	26/10-01/11	871	222	0,25	189	41	399	53
10	02/11-08/11	0	0	0	165	84	231	18
11	09/11-15/11	0	0	0	183	166	326	23
12	16/11-22/11	0	0	0	123	264	354	33
13	23/11-29/11	0	0	0	141	187	295	33
14	30/11-06/12	0	0	0	49	103	142	10
15	07/12-13/12	0	0	0	45	20	61	4
16	14/12-20/12	0	0	0	10	46	55	1
17	21/12-27/12	0	0	0	4	18	19	3
18	28/12-03/01	0	0	0	3	4	6	1
19	04/01-10/01	0	0	0	44	5	5	
20	11/01-17/01	374	85	0,23	0	5	69	21
21	18/01-24/01	866	250	0,29	0	32	217	65
22	25/01-31/01	796	229	0,29	0	23	211	41
23	01/02-07/02	872	308	0,35	0	14	303	63
24	08/02-14/02	829	219	0,26	130	7	311	45
25	15/02-21/02	619	302	0,49	40	12	291	63
26	22/02-28/02	470	219	0,47	1	18	198	40
Total		12.697	3.959	0,31	2.436	1.997	7.374	1.018
							88%	12%

Le nombre net de 8.392 interviews a été réalisé sur une période de 6 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	01/09-06/09	455	299	66%
2	07/09-13/09	633	378	60%
3	14/09-20/09	543	341	63%
4	21/09-27/09	537	340	63%
5	28/09-04/10	506	327	65%
6	05/10-11/10	637	331	52%
7	12/10-18/10	565	369	65%
8	19/10-25/10	506	315	62%
9	26/10-01/11	452	286	63%
10	02/11-08/11	249	177	71%
11	09/11-15/11	349	235	67%
12	16/11-22/11	387	201	0%
13	23/11-29/11	328	183	56%
14	30/11-06/12	152	90	59%
15	07/12-13/12	65	44	68%
16	14/12-20/12	56	21	38%
17	21/12-27/12	22	12	55%
18	28/12-03/01	7	1	14%
19	04/01-10/01	5	0	0%
20	11/01-17/01	90	56	62%
21	18/01-24/01	282	151	54%
22	25/01-31/01	252	141	56%
23	01/02-07/02	366	196	54%
24	08/02-14/02	356	201	56%
25	15/02-21/02	354	197	56%
26	22/02-28/02	238	119	50%
Total		8.392	5.011	60%

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 13 septembre 2020 pour l'interview face-à-face, le carnet porte sur l'écoute de la veille (soit le samedi 12 septembre), Le dernier jour couvert par ce carnet est donc le vendredi 18 septembre (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 Sep 2020 -Feb 2021 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	Nom de la radio	Via Internet		Lieu			
		O	X	1	2	3	4
07:00-07:15							
07:15-07:30							
07:30-07:45	Radio A						
07:45-08:00							
08:00-08:15	Radio C						
08:15-08:30	Radio B						
08:30-08:45							
08:45-09:00							
09:00-09:15							
09:15-09:30							
09:30-09:45							
09:45-10:00							
10:00-10:15							
10:15-10:30							
10:30-10:45							
10:45-11:00							
11:00-11:15							
11:15-11:30							
11:30-11:45							
11:45-12:00							
12:00-12:15							
12:15-12:30							
12:30-12:45							
12:45-13:00							
13:00-13:15							
13:15-13:30							
13:30-13:45							
13:45-14:00							
14:00-14:15							
14:15-14:30							
14:30-14:45							
14:45-15:00							

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.

Je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui

Vous pouvez également remplir ce carnet via Internet: www.cimradio.be (voir page 4).
 Avez-vous encore des questions? Téléphonnez-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, un **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	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>
radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>
radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>
radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>
radio	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	radio	<input type="text"/>	<input type="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 2021

MATIN

① Heure	② Nom de la radio	③ via internet		④ Lieu			
		Oui	Non	A la maison	En voiture	Au travail	Alteurs
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 septembre 2020-février 2021:

Aide-mémoire																	
Ceci est un exemple. Vous pouvez aussi indiquer d'autres radios que celles reprises dans la liste.																	
Radios nationales	Radios provinciales																
1RCF Bel RTL Chérie FM Classic 21 (RTBF) DH Radio Fun Radio Jam. (RTBF) La Première (RTBF) Musiq' 3 (RTBF) Nostalgie (FR) Nostalgie + NRJ Radio Contact RTBF MIX RTBF Spot Tarmac Tipik (RTBF) VivaCité (RTBF) Viva + (RTBF)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Province</th> <th>Emetteur</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brabant FR</td> <td>Antipode</td> </tr> <tr> <td>Bruxelles</td> <td>BXFM</td> </tr> <tr> <td>Hainaut</td> <td>Sud Radio</td> </tr> <tr> <td>Liège</td> <td>BRF</td> </tr> <tr> <td>Liège</td> <td>Maximum FM</td> </tr> <tr> <td>Luxembourg</td> <td>Must FM Luxembourg</td> </tr> <tr> <td>Namur</td> <td>Must FM Namur</td> </tr> </tbody> </table>	Province	Emetteur	Brabant FR	Antipode	Bruxelles	BXFM	Hainaut	Sud Radio	Liège	BRF	Liège	Maximum FM	Luxembourg	Must FM Luxembourg	Namur	Must FM Namur
Province	Emetteur																
Brabant FR	Antipode																
Bruxelles	BXFM																
Hainaut	Sud Radio																
Liège	BRF																
Liège	Maximum FM																
Luxembourg	Must FM Luxembourg																
Namur	Must FM Namur																

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% Johnny Hallyday	One World Radio
Chérie 90's	Nostalgie 60	Ouftivi
Chérie Acoustic	Nostalgie 70	Tipik Vision
Chérie Ballads	Nostalgie 80	Vivacité Vision
Chérie Frenchy	Nostalgie 90	
Chérie Happy	Nostalgie Chansons Françaises	
Chérie Jazzy	Nostalgie Christmas	
Chérie Love Songs	Nostalgie Cinéma	
Chérie Sweet Home	Nostalgie Dance 80	
Chérie Zen	Nostalgie Dance 90	
Classic 21 60's	Nostalgie Fiesta	
Classic 21 70's	Nostalgie Italia	
Classic 21 80's	Nostalgie Jazz	
Classic 21 90's	Nostalgie Love	
Classic 21 Blues	Nostalgie New Wave	
Classic 21 Métal	Nostalgie Pop 80	
Classic 21 Noir Jaune Rock	Nostalgie Pop 90	
Classic 21 Route 66	Nostalgie Rock 80	
Classic 21 Soulpower	Nostalgie Rock 90	
Contact 2000	Nostalgie Rock Classics	
Contact Gold	Nostalgie SoulParty	
Contact Kids	NRJ At Work	
Contact Lounge	NRJ Best Hits Ever	
Contact Love	NRJ BTS	
Contact Mix	NRJ Dance	
Contact Plus	NRJ Hits	
Contact Urban	NRJ Hits 2000	
DH Radio Belgium	NRJ Hits 90	
DH Radio Frenchie	NRJ Hits of the Week	
DH Radio Love	NRJ Latino	
DH Radio New music	NRJ Love	
DH Radio Relax	NRJ Music Awards 2020	
DH Radio rock	NRJ Nouveautés	
La Première Vision	NRJ pour le sport	
Le Meilleur de Nostalgie	NRJ Rap FR	
Mint	NRJ Relax	
	NRJ Télétravail	
	NRJ Top 100 2019	

Liste aide-mémoire du carnet néerlandophone pour la vague septembre 2020-février 2021:

Geheugensteun				
Dit is een voorbeeld. U kunt ook andere radio's noteren dan deze van de lijst.				
Nationale radio's		Lokale radio's		
BNL	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	106.0
Joe 90's/Celebrate the 90's	Antwerpen	Radio Reflex	Mechelen	106.2
Joe Best of Belgium	Antwerpen	Radio Stad	Antwerpen	107.8
Joe Easy	Brabant	Christina	Aarschot	107.2
Klara (VRT)	Brabant	Stadsradio (Halle)	Halle	105.6
Klara Continuo (VRT)	Brabant	Victoria	Halle	105.2
MNM (VRT)	Limburg	Trendy FM	Beringen	106.4
MNM Hits (VRT)	Limburg	Trendy FM	Ham	106.0
Nostalgie (NL)	Limburg	Trendy FM	Hechtel	107.7
NRJ Vlaanderen	Limburg	Trendy FM	Houthalen	107.0
Q Foute Radio	Limburg	Trendy FM	Lommel	106.5
Q Maximum Hits/Ømusic non-stop	Oost-Vl.	City-Music	Aalst	107.8
Ømusic	Oost-Vl.	City-Music	Haaltert	105.8
Q-Summer	Oost-Vl.	City-Music	Ninove	105.8
Radio 1 (VRT)	Oost-Vl.	ClubFM	Gent	106.4
Radio 2 (VRT)	Oost-Vl.	ClubFM	Lochristi/Lokeren	106.6
Radio Maria	Oost-Vl.	Land Van Waas	Lokeren	105.0
RGR fm	Oost-Vl.	Land Van Waas	Sint-Niklaas	107.0
RTBF MIX	Oost-Vl.	Radio Accent	Gent	104.0
Studio Brussel (VRT)	Oost-Vl.	Radio Accent	Wetteren	106.1
TOPradio	Oost-Vl.	Radio AKTief	Assenede/Øosteeklo	107.6
VRT NWS (VRT)	Oost-Vl.	Radio AKTief	Eeklo	105.2
Willy	Oost-Vl.	Radio AKTief	Sint-Laureins	107.0
	Oost-Vl.	Radio Beverland	Beveren-Melsele	106.1
	Oost-Vl.	Radio Canteclær	Deinze	105.1
	Oost-Vl.	Radio Canteclær	Gavere	107.0
	Oost-Vl.	Radio Canteclær	Nazareth	107.5
	Oost-Vl.	Radio Domino	Kluisbergen	107.4
	Oost-Vl.	Radio Domino	Oudenaarde	106.6
	Oost-Vl.	Radio Domino	Zingem	105.0
	Oost-Vl.	Radio KIX	Aalter	104.7
	Oost-Vl.	Radio KIX	Eeklo	106.3
	Oost-Vl.	Radio KIX	Maldegem	105.0
	Oost-Vl.	Radio Røxx	Deinze	105.1
	Oost-Vl.	Radio Røxx	Nazareth/Gent	107.5
	Oost-Vl.	Radio Røxx	Vlaamse Ardennen	107.0
	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



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).

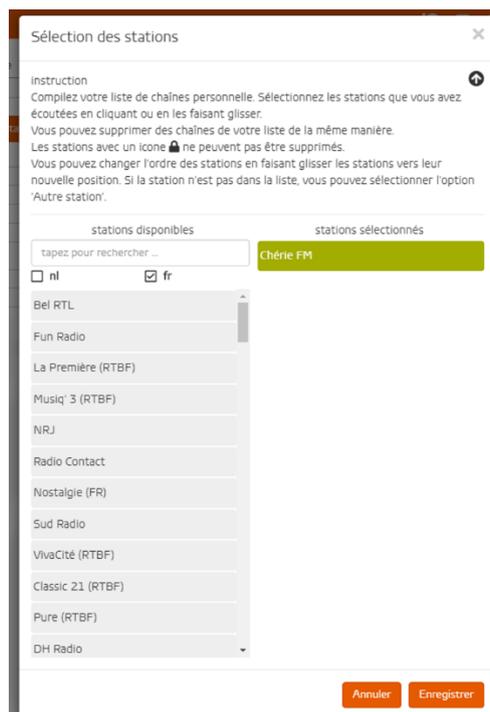
3.3.5 Carnet « online » : www.cimradio.be

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.



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.



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.

59,4 % 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	2.037	225	1.932	817
Age				
12-24 ans	10,55%	20,89%	8,95%	15,06%
25-34 ans	8,59%	15,11%	13,51%	13,34%
35-44 ans	10,41%	17,78%	16,46%	16,77%
45-54 ans	14,24%	14,22%	20,91%	18,24%
55-64 ans	20,42%	19,11%	21,84%	18,73%
>64 ans	35,79%	12,89%	18,32%	17,87%
Sexe				
Homme	46,29%	56,89%	44,20%	49,94%
Femme	53,71%	43,11%	55,80%	50,06%
Univers				
CIM Radio Nord	51,35%	75,56%	59,73%	50,43%
CIM Radio Sud	48,65%	24,44%	40,27%	49,57%

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 5.011 carnets (bruts) d'écoute qui ont été renvoyés, soit un taux de retour de 59,7%.

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. 2 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 (0 contact téléphonique)
- Pour « RTL », éclaircir si le répondant voulait indiquer RTL longues ondes ou Bel RTL (2 contacts téléphoniques)
- Pour « VRT » : de déterminer quelle station précise avait été écoutée, choix entre 8 modalités (0 contact téléphonique).
- Pour « Nostalgie » : éclaircir si le répondant voulait indiquer Nostalgie FR ou Nostalgie NL (0 contact téléphonique).

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 5.011 carnets d'écoute renvoyés, au total 93 ont été rejetés (57 carnets pour le Nord, contre 36 pour le Sud):

- règle A : 93 parce qu'insuffisamment complétés (57 pour le Nord, 36 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 0 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 0 au Sud).



Des 4.918 carnets valides, 2.187 (1.105 pour le Nord, 1.082 pour le Sud) ont été retenus pour la phase suivante : l'imputation. Dans cette phase les 3.474 (1.735 Nord, 1.739 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 Septembre 2020-Février 2021

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 76,5% pour le Nord et 78,0% 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. 47) 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.

Depuis 2020, la Population Virtuelle développée par le CIM est utilisée comme Golden Standard. C'est donc elle qui va déterminer les valeurs de chaque critère de redressement utilisé. Elle est constituée sur base des données :

- Fgov concernant la structure de la population au 1er janvier 2020
- Fgov concernant l'enquête sur les forces de travail
- Le résultat des terrains précédents Radio, Presse et Establishment Survey.

La description complète de la méthodologie et les chiffres Golden Standard sont disponibles sur le site du CIM : <https://www.cim.be/fr/golden-standard>

Le redressement de l'échantillon CIM RAM Sep 2020-Feb 2021 est réalisé sur les données de cadrage issues du Golden Standard 2021.

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 (7modalités) 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	4	0,05
3.500 - 3.749	2	0,02
3.250 - 3.499	4	0,05
3.000 - 3.249	7	0,08
2.750 - 2.999	20	0,24
2.500 - 2.749	28	0,33
2.250 - 2.499	64	0,76
2.000 - 2.249	126	1,50
1.750 - 1.999	258	3,07
1.500 - 1.749	489	5,83
1.250 - 1.499	936	11,15
1.000 - 1.249	1561	18,60
0.750 - 0.999	2238	26,67
0.500 - 0.749	2030	24,19
0.375 - 0.499	465	5,54
0.250 - 0.374	160	1,91
0.125 - 0.249	0	0,00
0.000 - 0.124	0	0,00

Efficiency (%)	84,0
Poids maximal	4
Poids minimal	0,25
Ecart type des poids	0,44

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	13,9	5.524	10.000
Groupe 2	15,1	4.860	5.524
Groupe 3	13,6	3.240	4.860
Groupe 4	11,8	2.624	3.240
Groupe 5	9,5	2.000	2.624
Groupe 6	12,2	1.365	2.000
Groupe 7	12,0	540	1.365
Groupe 8	10,1	0	540
Ne sait pas	1,8	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.47) 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				% Sep 2020-Feb 2021		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 9.952.017	% Adresses 25.984	Interviews Brut 8.392	Carnets Net 4.918	Echantillon final pondéré 9.952.012
Sexe	Homme	49,0	n.a.	47,3	46,5	49,0
	Femme	51,0	n.a.	52,7	53,5	51,0
Age	12-24 ans	17,1	n.a.	14,8	11,2	17,0
	25-34 ans	14,9	n.a.	13,7	11,7	14,9
	35-44 ans	14,9	n.a.	15,1	14,1	14,9
	45-54 ans	15,7	n.a.	16,3	17,5	15,7
	55-64 ans	15,3	n.a.	18,0	20,7	15,3
	65 ans et plus	22,2	n.a.	22,1	24,8	22,2
Province	Flandre Orientale	13,3	11,6	12,5	12,9	13,4
	Flandre Occidentale	10,6	9,2	8,0	9,0	10,6
	Anvers	16,2	14,3	15,3	16,1	16,2
	Brabant Flamand	10,1	9,5	11,2	10,4	10,0
	Limbourg	7,7	6,7	7,8	8,2	7,7
	Bruxelles 19	10,3	11,6	10,6	9,3	10,3
	Brabant Wallon	3,5	4,0	4,5	4,4	3,5
	Hainaut	11,7	13,8	13,6	13,6	11,7
	Liège	9,6	11,3	10,3	10,2	9,6
	Namur	4,3	5,0	4,1	4,1	4,3
	Luxembourg	2,5	3,0	2,1	1,9	2,5
Nouvel Habitat CIM	New Anvers CIM	6,5	5,8	6,5	6,5	6,5
	New Gand CIM	2,6	2,3	1,8	2,0	2,6
	New Bruxelles CIM	13,7	15,6	16,2	14,0	13,7
	New Charleroi CIM	2,5	3,1	3,4	3,4	2,5
	New Liege CIM	4,1	5,2	4,6	4,5	4,1
	30 Villes Flandre	14,4	13,1	13,0	13,4	14,4
	13 Villes Wallonie	7,3	8,8	7,7	7,5	7,3
	Petites Localites Flandre	16,1	13,1	14,7	16,3	16,2
	Petites Localites Wallonie	7,5	8,3	8,3	8,3	7,4
	Communes Rurales Flandre	15,5	13,6	14,3	14,6	15,6
Communes Rurales Wallonie	9,8	11,1	9,6	9,7	9,8	
PRA	Oui	67,1	n.a.	74,2	77,1	70,7
	Non	32,9	n.a.	25,8	22,9	29,3
PRR	Oui	56,7	n.a.	63,0	64,8	59,0
	Non	43,3	n.a.	37,0	35,2	41,0

National				% Sep 2020-Feb 2021		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 9.952.365	% Adresses 25.984	Interviews Brut 8.392	Carnets Net 4.918	Echantillon final pondéré 9.952.012
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	11,4	n.a.	7,8	7,0	11,4
	Secondaire inférieur	15,6	n.a.	14,5	13,5	15,6
	Secondaire supérieur	41,9	n.a.	36,9	35,3	41,9
	Bachelor	17,8	n.a.	22,3	24,6	17,8
	Master	13,3	n.a.	18,5	19,6	13,3
	ne sait pas			n.a.		
Statut Professionnel	Actif	49,2	n.a.	50,3	49,5	49,2
	Inactif	50,8	n.a.	49,8	50,5	50,8
Actif	indépendant	5,4	n.a.	5,8	4,8	5,3
	salarié du secteur public	14,5	n.a.	15,8	17,0	14,9
	salarié du secteur privé	29,3	n.a.	28,7	27,7	29,0
	ne sait pas		n.a.			
Inactif	retraité (e)	24,7	n.a.	25,7	29,3	24,7
	étudiant (e)	14,6	n.a.	12,5	9,8	15,2
	ménagère	3,6	n.a.	3,2	3,5	3,6
	rentier+autres	1,0	n.a.	0,7	0,7	0,6
	chômeur (chômeuse)	3,1	n.a.	3,9	3,5	3,1
	invalides	3,8	n.a.	3,6	3,7	3,6
ne sait pas			n.a.	0,0	0,0	0,1
Groupe social	groupe 1	12,6	n.a.	13,9	14,2	11,9
	groupe 2	11,5	n.a.	15,1	15,8	13,1
	groupe 3	12,6	n.a.	13,6	14,4	12,6
	groupe 4	12,8	n.a.	11,8	12,0	11,9
	groupe 5	11,9	n.a.	9,5	8,7	10,9
	groupe 6	13,0	n.a.	12,2	12,6	13,5
	groupe 7	12,8	n.a.	12,0	11,8	12,5
	groupe 8	12,8	n.a.	10,1	9,2	11,4
ne sait pas			n.a.	1,3	2,1	
Composition du ménage	1 personne	17,7	n.a.	21,2	21,4	17,8
	2 personnes	31,4	n.a.	35,9	39,1	31,4
	3 personnes	18,2	n.a.	18,6	17,8	22,0
	4 personnes	18,9	n.a.	15,8	14,8	17,6
	5 personnes et +	13,7	n.a.	8,5	6,9	11,2

7.2 Nord

Nord			% Sep 2020-Feb 2021		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 5.697.743	Interviews Brut 4.460	Carnets Net 2.725	Echantillon final pondéré 5.700.929
Sexe	Homme	49,3	46,1	46,2	49,3
	Femme	50,7	53,9	53,8	50,7
Age	12-24 ans	16,2	14,5	10,4	16,3
	25-34 ans	14,2	12,2	10,8	14,2
	35-44 ans	14,6	14,4	13,8	14,6
	45-54 ans	15,6	16,0	16,9	15,6
	55-64 ans	15,9	18,9	21,7	15,8
	65 ans et plus	23,5	24,1	26,5	23,5
Province	Flandre Orientale	23,3	23,5	23,3	23,3
	Flandre Occidentale	18,6	15,1	16,2	18,6
	Anvers	28,3	28,8	29,1	28,4
	Brabant Flamand	15,4	16,8	15,7	15,1
	Limbourg	13,5	14,6	14,8	13,5
	Bruxelles	0,9	1,1	0,9	1,1
Nouvel Habitat CIM	New Antwerpen CIM	11,3	12,1	11,7	11,3
	New Gent CIM	4,5	3,4	3,6	4,5
	New Brussel CIM	3,7	5,5	4,9	3,6
	30 villes Flandre	25,1	24,4	24,2	25,1
	Petites communes Flandre	28,2	27,7	29,3	28,2
	Communes rurales Flandre	27,2	26,9	26,4	27,2
PRA	Oui	65,8	73,6	77,4	70,0
	Non	34,2	26,4	22,6	30,0
PRR	Oui	56,0	62,2	64,6	58,8
	Non	44,0	37,8	35,4	41,2
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	11,0	7,8	7,0	11,0
	Secondaire inférieur	14,5	14,2	12,8	14,5
	Secondaire supérieur	43,5	38,3	37,2	43,5
	Bachelor	18,4	23,4	25,7	18,4
	Master	12,6	16,4	17,3	12,6
	ne sait pas				

Nord		% Sep 2020-Feb 2021			
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 5.697.743	Interviews Brut 4.460	Carnets Net 2.725	Echantillon final pondéré 5.700.929
Statut Professionnel	Actif	51,8	51,6	51,2	51,8
	Inactif	48,2	48,4	48,8	48,2
Activité professionnelle	indépendant	5,2	5,4	4,6	5,1
	salarié du secteur public	13,9	15,3	16,7	15,0
	salarié du secteur privé	32,6	30,9	29,9	31,8
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	26,3	28,1	31,8	26,3
	étudiant (e)	13,4	11,8	8,7	13,8
	ménagère	3,1	2,6	2,7	3,1
	rentier + autres	0,5	0,2	0,2	0,2
	chômeur (chômeuse)	1,8	2,2	1,8	1,8
	invalides	3,1	3,3	3,7	3,1
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	11,9	13,1	13,1	11,4
	groupe 2	11,9	14,8	15,9	13,2
	groupe 3	12,6	13,4	13,9	12,2
	groupe 4	13,1	12,1	12,6	12,2
	groupe 5	12,7	9,9	8,8	11,4
	groupe 6	13,5	13,6	14,1	14,7
	groupe 7	12,7	12,4	12,2	12,6
	groupe 8	11,5	8,9	8,2	10,2
	ne sait pas		1,8	1,3	2,1
Composition du ménage	1 personne	16,2	20,2	20,0	16,5
	2 personnes	33,8	37,5	40,9	33,6
	3 personnes	17,9	18,2	17,8	21,4
	4 personnes	19,5	16,8	15,9	18,8
	5 personnes et +	12,6	7,4	5,4	9,8

7.3 Sud

Sud			% Sep 2020-Feb 2021		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 4.254.274	Interviews Brut 3.932	Carnets Net 2.193	Echantillon final pondéré 4.251.083
Sexe	Homme	48,6	48,8	46,8	48,6
	Femme	51,4	51,3	53,2	51,4
Age	12-24 ans	18,2	15,2	12,2	18,1
	25-34 ans	15,8	15,3	12,8	15,8
	35-44 ans	15,4	15,9	14,6	15,4
	45-54 ans	15,8	16,8	18,3	15,8
	55-64 ans	14,6	16,9	19,5	14,6
	65 ans et plus	20,3	19,9	22,7	20,3
Province	Brabant Flamand	2,9	4,9	3,7	3,3
	Bruxelles	22,9	21,2	19,6	22,5
	Brabant Wallon	8,3	9,6	9,9	8,3
	Hainaut	27,4	29,1	30,6	27,4
	Liège	22,6	22,1	22,9	22,6
	Namur	10,1	8,8	9,1	10,1
	Luxembourg	5,8	4,4	4,3	5,8
Nouvel Habitat CIM	New Bruxelles CIM	27,3	28,4	25,3	27,2
	New Charleroi CIM	5,8	7,4	7,5	5,8
	New Liège CIM	9,7	9,8	10,2	9,7
	13 Villes Wallonie	17,0	16,4	16,8	17,0
	Petites Localités Wallonie	17,4	17,7	18,6	17,4
	Communes Rurales Wallonie	22,8	20,4	21,7	22,8
PRA	Oui	68,8	74,9	76,7	71,6
	Non	31,2	25,2	23,3	28,4
PRR	Oui	57,6	63,9	65,1	59,2
	Non	42,2	36,1	34,9	40,8
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	11,8	7,9	6,9	11,8
	Secondaire inférieur	17,2	15,0	14,4	17,2
	Secondaire supérieur	39,8	35,3	33,0	39,8
	Bachelier	16,9	21,0	23,2	16,9
	Master	14,2	20,8	22,5	14,2
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0

Sud		% Sep 2020-Feb 2021			
		% CIM GOLDEN STANDARD 2021 4.254.274	Interviews Brut 3.932	Carnets Net 2.193	Echantillon final pondéré 4.251.083
Statut Professionnel	Actif	45,7	48,7	47,4	45,7
	Inactif	54,3	51,3	52,6	54,3
Activité professionnelle	indépendant	5,7	6,1	5,0	5,5
	salarié du secteur public	15,3	16,4	17,5	14,8
	salarié du secteur privé	24,7	26,1	24,9	25,3
	ne sait pas		0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	22,5	23,0	26,1	22,5
	étudiant (e)	16,3	13,3	11,2	17,0
	ménagère	4,4	3,9	4,4	4,4
	rentier + autres	1,7	1,3	1,4	1,3
	chômeur (chômeuse)	4,8	5,9	5,6	4,8
	invalide	4,6	3,9	3,8	4,2
	ne sait pas		0,0	0,1	0,1
Groupe social	groupe 1	13,4	14,9	15,5	12,6
	groupe 2	11,0	15,5	15,7	13,0
	groupe 3	12,7	13,9	15,0	13,2
	groupe 4	12,4	11,4	11,4	11,5
	groupe 5	10,8	9,1	8,5	10,2
	groupe 6	12,3	10,6	10,8	11,9
	groupe 7	12,9	11,5	11,4	12,2
	groupe 8	14,6	11,4	10,4	13,2
	ne sait pas		1,8	1,3	2,2
Composition du ménage	1 personne	19,8	22,4	23,2	19,5
	2 personnes	28,3	34,1	36,9	28,5
	3 personnes	18,7	19,1	17,8	22,8
	4 personnes	18,1	14,6	13,4	16,0
	5 personnes et +	15,1	9,9	8,7	13,2

7.4 Interviews Split face-to-face / online

	Sample	F2F	CATI	Online	% online
Flanders (-BNC)					
12-17 ans	243	143	40	60	16%
18-24 ans	359	169	81	109	23%
25-34 ans	511	194	192	125	38%
35-44 ans	613	245	210	158	34%
45-54 ans	674	227	272	175	40%
55-64 ans	806	332	295	179	37%
65+	1011	585	270	156	27%
TOTAL	4.217	1.895	1.360	962	32%
New Brussel CIM					
12-17 ans	91	68	9	14	10%
18-24 ans	152	80	26	46	17%
25-34 ans	250	143	54	53	22%
35-44 ans	219	107	53	59	24%
45-54 ans	222	105	56	61	25%
55-64 ans	180	96	50	34	28%
65+	244	128	69	47	28%
TOTAL	1.358	727	317	314	23%
Wallonia (-BNC)					
12-17 ans	164	94	36	34	22%
18-24 ans	236	100	77	59	33%
25-34 ans	385	159	114	112	30%
35-44 ans	435	186	129	120	30%
45-54 ans	475	205	152	118	32%
55-64 ans	520	227	148	145	28%
65+	602	366	103	133	17%
TOTAL	2.817	1.337	759	721	27%
BELGIUM	8.392	3.959	2.436	1.997	29%

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 Septembre 2020-Février 2021 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 Septembre 2020-Février 2021, avec 8.392 interviews. L'univers des 12+ est composé de 9.952.012 individus.

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

Un fichier cumulé de 25.359 interviews :

- vague Novembre 2019-Février 2020 : 8.081 interviews (avec un poids de 25% dans l'extrapolation totale)
- vague Janvier-Juin 2020 : 8.886 interviews (avec un poids de 25% dans l'extrapolation totale)
- vague Septembre 2020-Février 2021 : 8.392 interviews (avec un poids de 50% dans l'extrapolation totale)

L'univers des 12+ est composé de 9.919.099 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 = 3.932).

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

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

$$0,028 - 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{3.932}} < P < 0,028 + 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{3.932}}$$



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	3.932
% 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	$6,91 \cdot 10^{-6}$
racine ((p*q)/n)	0,0026

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	0,0228	2,28%
borne supérieure IC	0,0332	3,32%

Ce qui revient à dire que la "vraie proportion" d'auditeurs de la radio X a 95 % de chances de se trouver entre 2,28% et 3,32% de la population. La dernière étape consiste encore à traduire ces proportions en termes de nombres absolus.



Annexe 1: Questionnaire de recrutement (CAPI) vague Septembre 2020- Février 2021

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
en semaine au matin de 5h à 6h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine au matin de 6h à 9h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine au matin de 9h à 12h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine à midi de 12h à 14h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine à l'après-midi de 14h à 16h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine à l'après-midi de 16h à 18h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine le soir de 18h à 20h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine le soir de 20h à 24h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
en semaine la nuit de 24h à 5h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[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 jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
le samedi au matin de 5h à 6h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi au matin de 6h à 9h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi au matin de 9h à 12h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi à midi de 12h à 14h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi à l'après-midi de 14h à 16h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi à l'après-midi de 16h à 18h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi le soir de 18h à 20h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi le soir de 20h à 24h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le samedi la nuit de 24h à 5h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[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 jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
le dimanche au matin de 5h à 6h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche au matin de 6h à 9h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche au matin de 9h à 12h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche à midi de 12h à 14h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche à l'après-midi de 14h à 16h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche à l'après-midi de 16h à 18h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche le soir de 18h à 20h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche le soir de 20h à 24h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le dimanche la nuit de 24h à 5h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[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 à l'aide d'un carnet papier ou d'un carnet **en ligne sur PC, ordinateur portable ou un appareil mobile**.

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 ou peu la radio, votre participation est importante: nous ne sommes pas uniquement à la recherche de personnes qui écoutent beaucoup la radio. **Chaque participant 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 en ligne, il vous suffira de confirmer votre carnet d'écoute et de nous le renvoyer. En répondant en ligne, 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. Vous pouvez remplir le carnet sur papier (**Interviewer instruction:** montrez le carnet papier) ou par internet (**Interviewer instruction:** montrez le printscreen du carnet online sur l'écran suivant).

Base: all respondents

Q DGBL1_grid2 [S]

eDiary		Jan 05 - Jan 15																											
Deze dag niet geluisterd		di 2 jan vanaf 05u			wo 3 jan vanaf 05u			do 4 jan vanaf 05u			vri 5 jan vanaf 05u			za 6 jan vanaf 05u			zo 7 jan vanaf 05u			ma 8 jan vanaf 05u			di 9 jan vanaf 05u						
Zender		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
Joe										X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Studio Brussel (VRT)																													
Klara (VRT)						X	X	X	X																				
Qmusic																													
Radio 1 (VRT)																													
Radio 2 (VRT)																		X	X	X	X	X	X	X	X				
RGR fm																													
TOPradio																													
VRT NWS (VRT)																													
Klara continuo (VRT)																													
Ketnet hits (VRT)																													
Nostalgie (NL)																													
MINM (VRT)																													
MINM Hits (VRT)																													
Hiti																													
ClubFM																													
Radio Maria																													
Luisterplaats																													
Thuis																													
In de auto / onderweg																													
Op het werk																													
Elders / weet niet																													
Luisteren via internet																													
Ja						X	X	X	X																				
Neen										X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				

Base: all respondents

Q DGBL1_app [S]

Ou 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

EXPLICATION PAPIER & NE SAIT PAS

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.

EXPLICATION 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 aurions 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 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'écou^{tent pas} la radio sont aussi importants. Nous voulons également connaître le nombre de personnes qui n'écou^{tent pas} la radio afin de pouvoir calculer la répartition exacte entre auditeurs et non-auditeurs. Même si vous n'écou^{tez pas} beaucoup la radio, la participation est importante! Même les auditeurs qui écou^{tent 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 écou^{tée} 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 écou^{té} cette radio pendant dix minutes au moins au cours de ce quart d'heure.
- Le répondant doit également indiquer s'il a écou^{té} la radio via internet ou pas, et ce pour chaque quart d'heure pendant lequel il a écou^{té} la radio.
- Si le répondant n'écou^{te pas} la radio pendant une journée, il doit cocher la case dans le bas de la page de la journée concernée.
- [DP – Si papier ou ne sais pas: 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 ediary.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 21 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]

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]

Après 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: Turquie
- 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: Turquie
- 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. Aimerez-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		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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	
Land van Waas	Land van Waas	Land van Waas
Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)
Minerva	Minerva	

Group Club FM		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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	Radio Canteclaer

Group Family Radio		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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	
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+		
Jam.		
Nostalgie +		
1RCF		

Belgian Other Stations NL		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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	
		Zen FM

Classic 21 Web Radio		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
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 Week	NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week
NRJ Love	NRJ Love	NRJ Love
NRJ Music Awards 2020	NRJ Music Awards 2020	NRJ Music Awards 2020
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 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 At Work
	NRJ BTS	NRJ BTS
		NRJ Télétravail

Internet Others		
Nov 2019-Feb 2020	Jan-Jun 2020	Sep 2020-Feb 2021
La Vie En Rose		
Classic 21 Reggae		
NRJ Discover	NRJ Discover	
Tarmac Chillin'		
Tarmac FR		
Tarmac Hits		
Tarmac Island		
Tarmac RnB		
Tarmac US		
Tarmac Worldwide		
NRJ Cover hits	NRJ Cover hits	
NRJ K-Pop	NRJ K-Pop	
NRJ Vestiville	NRJ Vestiville	
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 Moose Bar
Q Zeroes	Q Zeroes	
Nostalgie Age Tendre	Nostalgie Age Tendre	
Nostalgie Camping	Nostalgie Camping	
Nostalgie Christmas	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	
		StuBru UNTZ (VRT)
		Lage Landen (VRT)
		NRJ Hits Of The Month
		NRJ Hits de l'été 2019
		Pure Like
		Pure Vision
		Chérie Émotions
		Pure Lazy
		Nostalgie Christmas
		Chérie Happy
		Tipik Vision

Complément IP Other Local NL		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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	
Land van Waas	Land van Waas	Land van Waas
Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)	Stadsradio (Halle)

Group Club FM		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
Family Radio	Family Radio	Family Radio
Radio Domino	Radio Domino	Radio Domino
Kustradio	Kustradio	Kustradio
WestRadio	WestRadio	WestRadio
Tamboer	Tamboer	Tamboer
		Radio Expres (Antwerpen)

Belgian Other Stations NL		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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 90's/Celebrate the 90's	Joe 90's/Celebrate the 90's	
Q-summer	Q-summer	
Willy	Willy	
Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)	
Radio Canteclaer	Radio Canteclaer	Radio Canteclaer
	Joe Best of Belgium	Joe Best of Belgium
		Zen FM

Belgian Other Stations FR		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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+	Viva+
Jam.	Jam.	Jam.
Nostalgie +	Nostalgie +	Nostalgie +
1RCF	1RCF	1RCF

Radios Internet DH Radio		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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

Radios Internet NRJ		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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 Week	NRJ Hits of the Week	NRJ Hits of the Week
NRJ Love	NRJ Love	NRJ Love
NRJ Music Awards 2020	NRJ Music Awards 2020	NRJ Music Awards 2020
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 Latino	NRJ Latino	NRJ Latino
NRJ Relax	NRJ Relax	NRJ Relax
	NRJ Hits 90	NRJ Hits 90
	NRJ Top 100 2019	NRJ Top 100 2019

Classic 21 Web Radio		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
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

Internet Others		
Mar-Jun 2019+Jul-Oct 2019+Nov 2019-Feb 2020	May-Aug 2019+Sep-Dec 2019+Jan-Jun 2020	Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021
Joe Woodstock	Joe Woodstock	Joe Woodstock
	Joe Funk	Joe Funk
	Joe Christmas	Joe Christmas
Q Moose Bar	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 00s/Q I love the 00s/Q Zeroes
	Q 90s/Q I love the 90s	Q 90s/Q I love the 90s
	Q 10s/Q I love the 10s	Q 10s/Q I love the 10s
MNM 90s & millies (VRT)		
The Greatest Switch (VRT)	The Greatest Switch (VRT)	The Greatest Switch (VRT)
Nostalgie Extra X-Mas	Nostalgie Extra X-Mas	Nostalgie Extra X-Mas
	Nostalgie Extra Classics Top 2020	Nostalgie Extra Classics Top 2020
Chérie Émotions		Chérie Émotions
Chérie Jazzy		
Chérie Les Plus Belles Voix	Chérie Les Plus Belles Voix	
Chérie Romantic	Chérie Romantic	
Chérie Sweet Home		
Contact 2000	Contact 2000	
Contact Gold	Contact Gold	
Contact Plus	Contact Plus	
Contact Lounge	Contact Lounge	
Contact Love	Contact Love	
Contact Mix	Contact Mix	
Contact Urban	Contact Urban	
Contact Kids	Contact Kids	
Nostalgie Age Tendre	Nostalgie Age Tendre	Nostalgie Age Tendre
Nostalgie Camping	Nostalgie Camping	Nostalgie Camping
Nostalgie Fiesta		
Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas	
Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime
Nostalgie 100% France Gall	Nostalgie 100% France Gall	Nostalgie 100% France Gall
Nostalgie Hip Hop Classics	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 Reggae	Classic 21 Reggae	Classic 21 Reggae
Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock	Classic 21 Woodstock
DH Radio Love		
La Vie En Rose	La Vie En Rose	La Vie En Rose
NRJ Hits 90		
NRJ Avicii	NRJ Avicii	
NRJ At Work	NRJ At Work	NRJ At Work
NRJ BTS	NRJ BTS	NRJ BTS
NRJ Cover hits	NRJ Cover hits	NRJ Cover hits
NRJ K-Pop	NRJ K-Pop	NRJ K-Pop
NRJ Hits de l'été 2019		NRJ Hits de l'été 2019
NRJ Discover	NRJ Discover	NRJ Discover
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
		VBRO
		VBRO Evergreen
		Radio 1 Classics (VRT)
		Radio 2 Bene Bene (VRT)
		StuBru #kluisterBelgisch (VRT)
		StuBru Hooray (VRT)
		StuBru Bruut (VRT)
		StuBru UNTZ (VRT)
		Lage Landen (VRT)
		NRJ Hits Of The Month
		Pure Like
		Pure Vision
		NRJ Télétravail
		Nostalgie Christmas
		Chérie Happy
		Tipik Vision

Annexe 4 : Codebook de publication

Sep 2020-Feb 2021 (NL)	
Nationale zenders (NL)	Webradio's/Internet Radio's (NL)
Klara (VRT)	Ketnet Hits (VRT)
Qmusic	MNM Juice (VRT) / MNM UrbaNice (VRT)
Radio 1 (VRT)	De Tijdloze (VRT)
Radio 2 (VRT)	Q Running/Q Run To You
MNM (VRT)	Q Shut up & Dance
Studio Brussel (VRT)	Joe Top 2000
TOPRadio	Q Workalicious
VRT (overkoepelende code)	Q Favoriete 100/Q Favoriete 40
MNM Hits (VRT)	Nostalgie Extra 60's&70's
VRT NWS (VRT)	Nostalgie Extra 80's
Klara Continuo (VRT)	Nostalgie Extra 90's
Nostalgie (NL)	Nostalgie Extra Belpop
Joe	Nostalgie Extra Nederlandstalig
BNL	Nostalgie Extra New Wave
Radio Roxx	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	MNM 90s & nillies (VRT)
Q Maximum Hits/Q Music non-stop	Q 00s/Q I love the 00s/Q Zeroes
Q Foute Radio	One World Radio
Joe Easy	One World Radio
Joe 90's/Celebrate the 90's	Nostalgie Extra Classics Top 2020
Q-Summer	Joe Funk
RTBF MIX	Q 90s/Q I love the 90s
Willy	Q 10s/Q I love the 10s
Joe Best of Belgium	Joe Christmas
Lokale zenders (NL)	VBRO
Minerva	VBRO Evergreen
Packages - regroupements	Radio 1 Classics (VRT)
Complément IP Other Local NI	Radio 2 Bene Bene (VRT)
Belgian Other stations NL	StuBru #IkluisterBelgisch (VRT)
Group Club FM	StuBru Hooray (VRT)
Group Family Radio	StuBru Bruut (VRT)
	YESTERDAYLAND RADIO

Sep 2020-Feb 2021 (NL)	
Radio nationales (FR)	Radios Internet (FR)
Bel RTL	Chérie 80's
Fun Radio	Chérie 90's
La Première (RTBF)	Chérie Acoustic
Musiq'3 (RTBF)	Chérie Ballads
NRJ	Chérie Frenchy
Radio Contact	Chérie Jazzy
Nostalgie (FR)	Chérie Love Songs
RTBF (code générique)	Chérie Sweet Home
Info Routes	Chérie Zen
VivaCité (RTBF)	Contact 2000
Classic 21 (RTBF)	Contact Gold
Pure/Tipik (RTBF)	Contact Plus
DH Radio	Contact Lounge
Chérie	Contact Love
Tarmac	Contact Mix
RTBF MIX	Contact Urban
Viva+	Contact Kids
Jam.	Mint (solo)
Nostalgie +	Nostalgie Jazz
1RCF	Nostalgie 60
RTBF Spot	Nostalgie 70
Radios provinciales (FR)	Nostalgie 80
Sud Radio	Nostalgie 90
Antipode	Nostalgie Chansons Françaises
Must FM	Nostalgie Cinéma
Maximum fm	Nostalgie Dance 80
BXFM	Nostalgie Dance 90
Packages - regroupements	Nostalgie Fiesta
Belgian Other stations FR	Nostalgie Italia
Radios Internet DH Radio	Nostalgie Love
Radios Internet NRJ	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
	Vivacité Vision
	One World Radio

Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021	
Nationale zenders (NL)	Webradio's/Internet Radio's (NL)
Klara (VRT)	Ketnet Hits (VRT)
Qmusic	MNM Juice (VRT) / MNMN 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
BNL	Nostalgie Extra Nederlandstalig
Radio Roxx	Nostalgie Extra New Wave
NRJ Vlaanderen	Nostalgie Extra Party
Joe 60's-70's/Joe 70's/Celebrate the 70's	Nostalgie Extra Relax
Joe 80's/Celebrate the 80's	Nostalgie Extra Rock
Q Maximum Hits/Q Music non-stop	One World Radio
Q Foute Radio	YESTERDAYLAND RADIO
Joe Easy	
Joe 90's/Celebrate the 90's	
Q-Summer	
RTBF MIX	
Willy	
Lokale zenders (NL)	
Minerva	
Radio Stad (Antwerpen)	
Packages - regroupements	
Complément IP Other Local NI	
Belgian Other stations NL	
Group Club FM	
Group Family Radio	

Nov 2019-Feb 2020+Jan-Jun 2020+Sep 2020-Feb 2021	
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 Frenchy
Radio Contact	Chérie Jazzy
Nostalgie (FR)	Chérie Love Songs
RTBF (code générique)	Chérie Sweet Home
Info Routes	Chérie Zen
VivaCité (RTBF)	Nostalgie Jazz
Classic 21 (RTBF)	Nostalgie 60
Pure/Tipik (RTBF)	Nostalgie 70
DH Radio	Nostalgie 80
Chérie	Nostalgie 90
Tarmac	Nostalgie Chansons Françaises
RTBF MIX	Nostalgie Cinéma
Radio provinciales (FR)	
Sud Radio	Nostalgie Dance 80
Antipode	Nostalgie Dance 90
Must FM	Nostalgie Fiesta
Maximum fm	Nostalgie Italia
BXFM	Nostalgie Love
BRF	Nostalgie New Wave
Packages - regroupements	
Belgian Other stations FR	Nostalgie Pop 80
Radios Internet DH Radio	Nostalgie Pop 90
Radios Internet NRJ	Nostalgie Rock 80
Classic 21 Web Radio	Nostalgie Rock 90
	Nostalgie Rock Classics
	Nostalgie SoulParty
	Le Meilleur de Nostalgie
	Nostalgie 100% Johnny Hallyday
	La Première Vision
	Ouftivi
	Vivacité Vision
	Mint (solo)
	Contact 2000
	Contact Gold
	Contact Plus
	Contact Lounge
	Contact Love
	Contact Mix
	Contact Urban
	Contact Kids
	One World Radio

Annexe 5 : Bornes HML

Univers NORD

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	28,9	279	720
Medium	23,4	33	279
Light	19,9	0	33
Non listener	27,8	0	0

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	24,7	44	720
Medium	28,6	15	44
Light	27,6	0	15
Non listener	19,1	0	0

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	24,4	360	360
Medium	25,4	17	360
Light	15	0	17
Non listener	35,2	0	0

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	25,9	23	360
Medium	31,5	6	23
Light	13,8	0	6
Non listener	28,8	0	0

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,6	90	360
Medium	7	12	90
Light	7,5	0	12
Non listener	78,9	0	0

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,1	35	360
Medium	6,2	10	35
Light	8,9	0	10
Non listener	78,7	0	0

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	8,8	35	360
Medium	11,7	4	35
Light	11	0	4
Non listener	68,4	0	0

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	9,2	23	360
Medium	7,4	3	23
Light	7,5	0	3
Non listener	76,0	0	0

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,5	23	360
Medium	7,6	3	23
Light	7,2	0	3
Non listener	78,6	0	0

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	0,9	23	360
Medium	1,5	3	23
Light	2,0	0	3
Non listener	95,5	0	0

Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	3,3	10	360
Medium	2,6	1	10
Light	2,6	0	1
Non listener	91,6	0	0

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,7	90	360
Medium	2,4	9	90
Light	3,5	0	9
Non listener	91,4	0	0



Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,2	90	360
Medium	1,8	4	90
Light	2,1	0	4
Non listener	94,9	0	0

Univers SUD

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	21,3	90	720
Medium	18,1	18	90
Light	19	0	18
Non listener	41,6	0	0

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	20,2	35	720
Medium	24,0	15	35
Light	25,8	0	15
Non listener	30,1	0	0

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	14,5	360	360
Medium	19,7	23	360
Light	21,3	0	23
Non listener	44,5	0	0

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	22,3	23	360
Medium	16,4	17	23
Light	25,8	0	17
Non listener	35,5	0	0

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5	23	360
Medium	3,7	3	23
Light	3,6	0	3
Non listener	87,7	0	0

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5,3	23	360
Medium	5,0	4	23
Light	4,1	0	4
Non listener	85,6	0	0

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	12	23	360
Medium	9,7	3	23
Light	9,6	0	3
Non listener	68,7	0	0

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	7,1	23	360
Medium	8,3	3	23
Light	7,0	0	3
Non listener	77,5	0	0

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,8	23	360
Medium	6,1	6	23
Light	8,5	0	6
Non listener	78,6	0	0

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,5	4	360
Medium	1,2	1	4
Light	1,2	0	1
Non listener	96,1	0	0

Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,2	12	360
Medium	1,9	3	12
Light	2,3	0	3
Non listener	93,5	0	0

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,4	23	360
Medium	2,3	3	23
Light	2,3	0	3
Non listener	93,0	0	0

Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2	17	360
Medium	1,6	3	17
Light	1,6	0	3
Non listener	94,9	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