

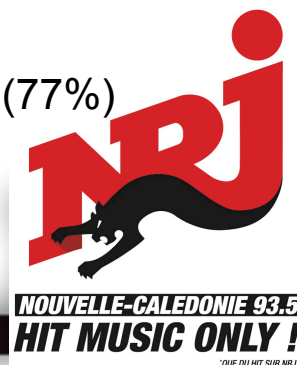
NRJ

Médiamétrie 2015



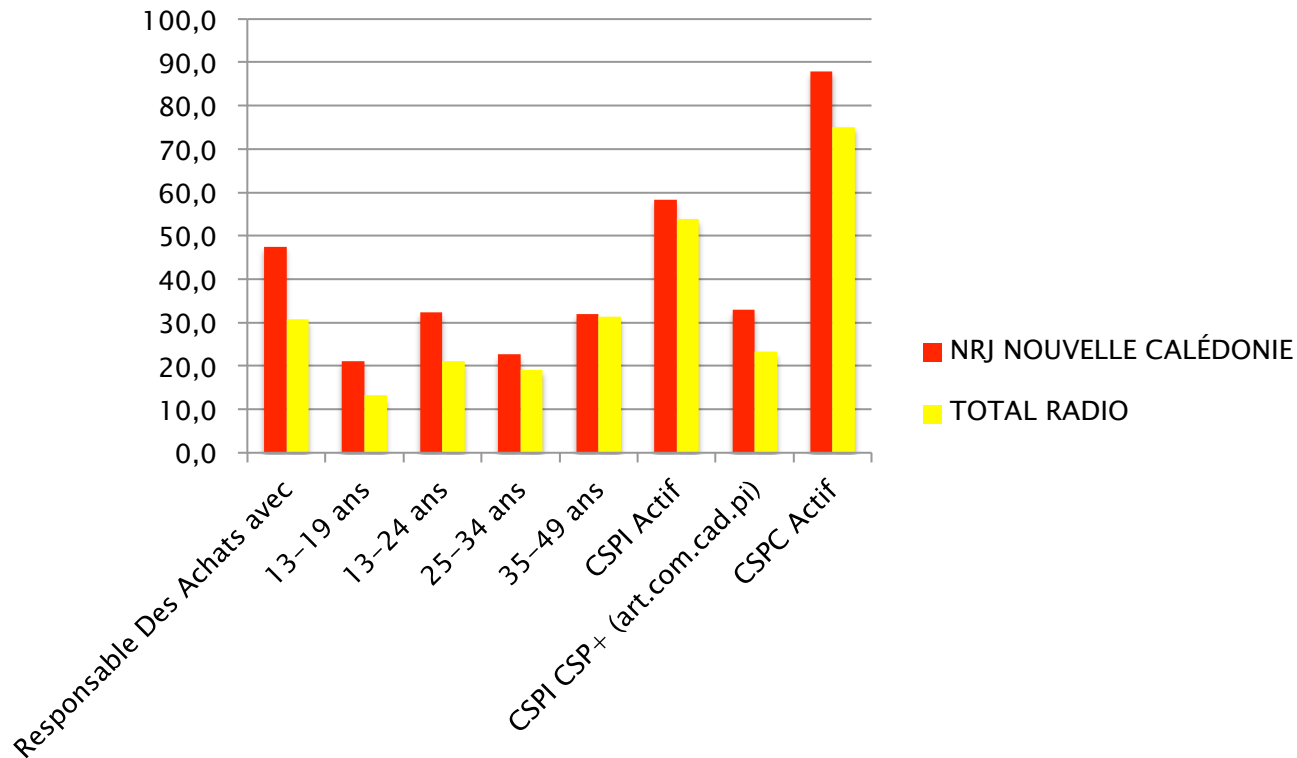
Panorama radios 2015 ensemble NC

- La radio touche chaque jour de la semaine 69,4% de la population, quelle que soit la durée, **soit en moyenne chaque jour 149 000 individus âgés de 13 ans et +** ... pour une **durée d'écoute de 3h20** en moyenne par jour et par auditeur
- Les radios privées commerciales représentent 70% de l'écoute de la radio
- 70% des Nouméens écoutent le média radio
- Quel que soit son âge, on écoute la radio en Nouvelle Calédonie avec une pénétration plus importante sur les 35-49 ans (77,5%)
- Les 2/3 des auditeurs sont « responsables des achats »
- Ce sont les actifs, les personnes qui ont le pouvoir d'achat, qui écoutent proportionnellement plus la radio, notamment CSP moyennes et supérieures (77%)
- 85% des auditeurs radios possèdent un ordinateur et 87% d'entre eux l'écoutent sur 3 nouveaux supports d'écoute Radio



Profil des auditeurs d' NRJ / généralités

- Un auditoire qui se féminise : 45 % d'hommes / 55% femmes
- Des catégories d'auditeurs surreprésentées sur NRJ par rapport aux autres radios*



Profil des auditeurs NRJ

Nos auditeurs sont vos clients

Avantage client

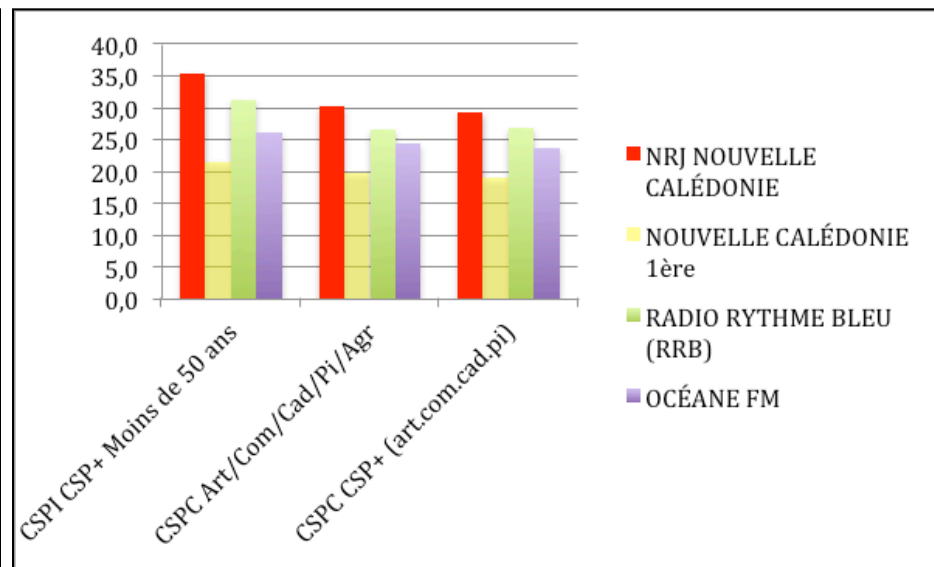
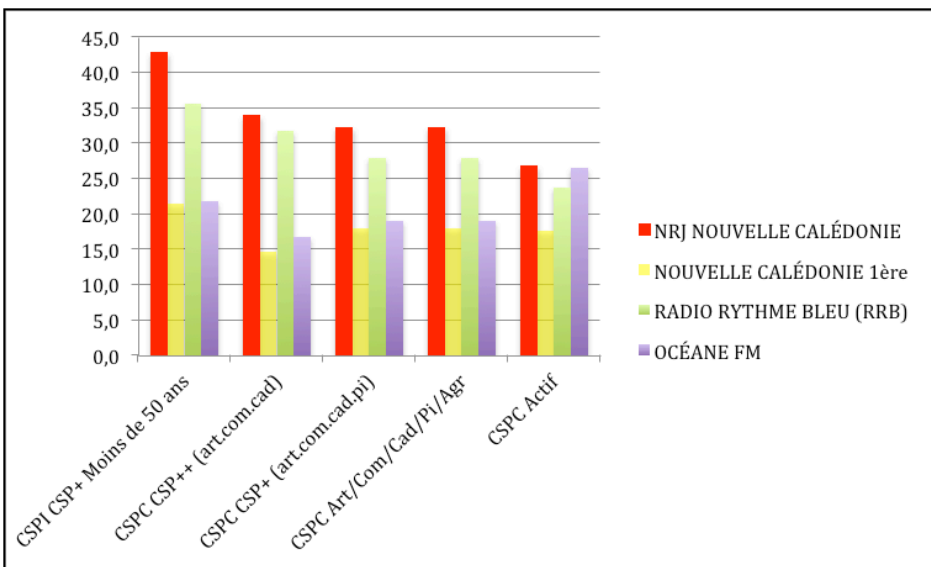
- Actifs → Revenus réguliers
- CSP + → Pouvoir d'achat
- Féminine → Consommatrice
- Responsable des achats → Contact utile
- Avec enfants → Besoins de consommation
- Vivent sur Nea Grand Nouméa → Votre bassin de clientèle



NRJ la radio des CONSOM'ACTEURS

CSP + -50 ans - Artisans - Commerçants - Cadres - Professions intermédiaires

Sur Nouméa *...



...et sur le grand Nouméa **

* Médiamétrie septembre 2015. Nouméa.05H00-24H00. Lundi-Vendredi. Audience Cumulée en pénétration

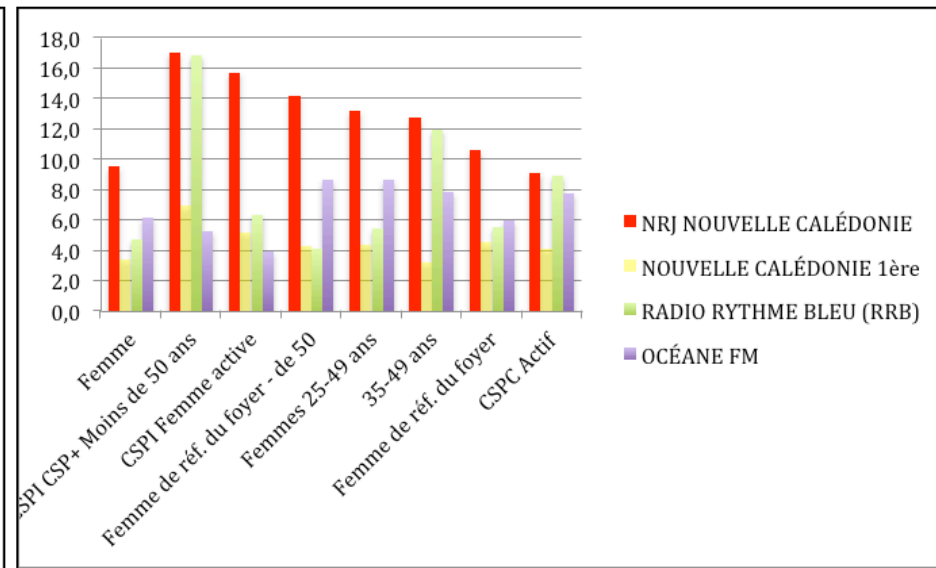
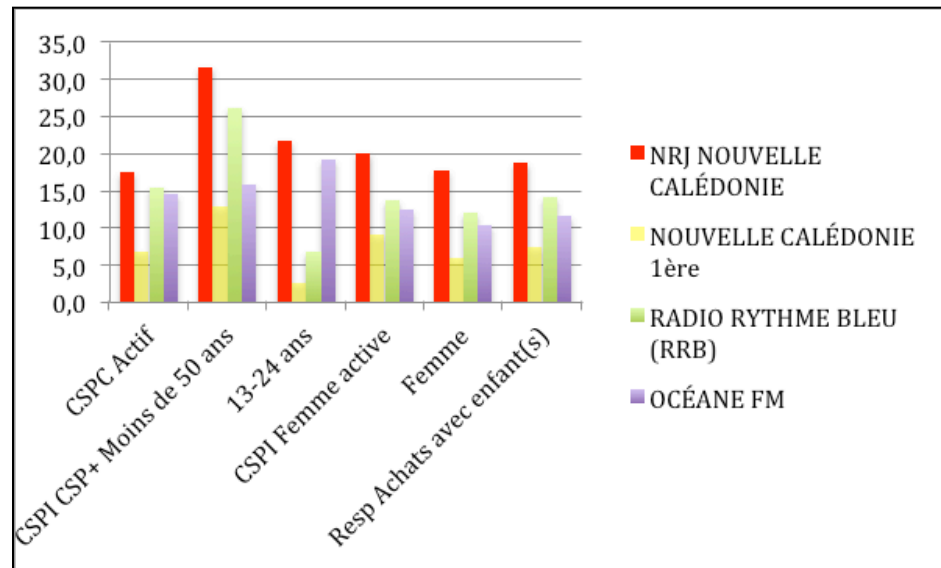
** Médiamétrie septembre 2015. Agglomération de Nouméa (Nouméa / Le Mont Dore / Dumbéa).05H00-24H00. Lundi-Vendredi. Audience Cumulée en pénétration



NRJ, la radio que vos clients écoutent toute la journée !

Actifs - CSP + - Femmes - Responsable des achats - 13/24 ans - 25/49 ans

Puissante en matinale* ...



.... Et puissante l'après-midi **



• Lundi-Vendredi. Nouméa. Septembre 2015. Audience Cumulée en pénétration. 06H00-08H30

• **Lundi-Vendredi. Nouméa. Septembre 2015. Audience Cumulée en pénétration. 14H00-18H00

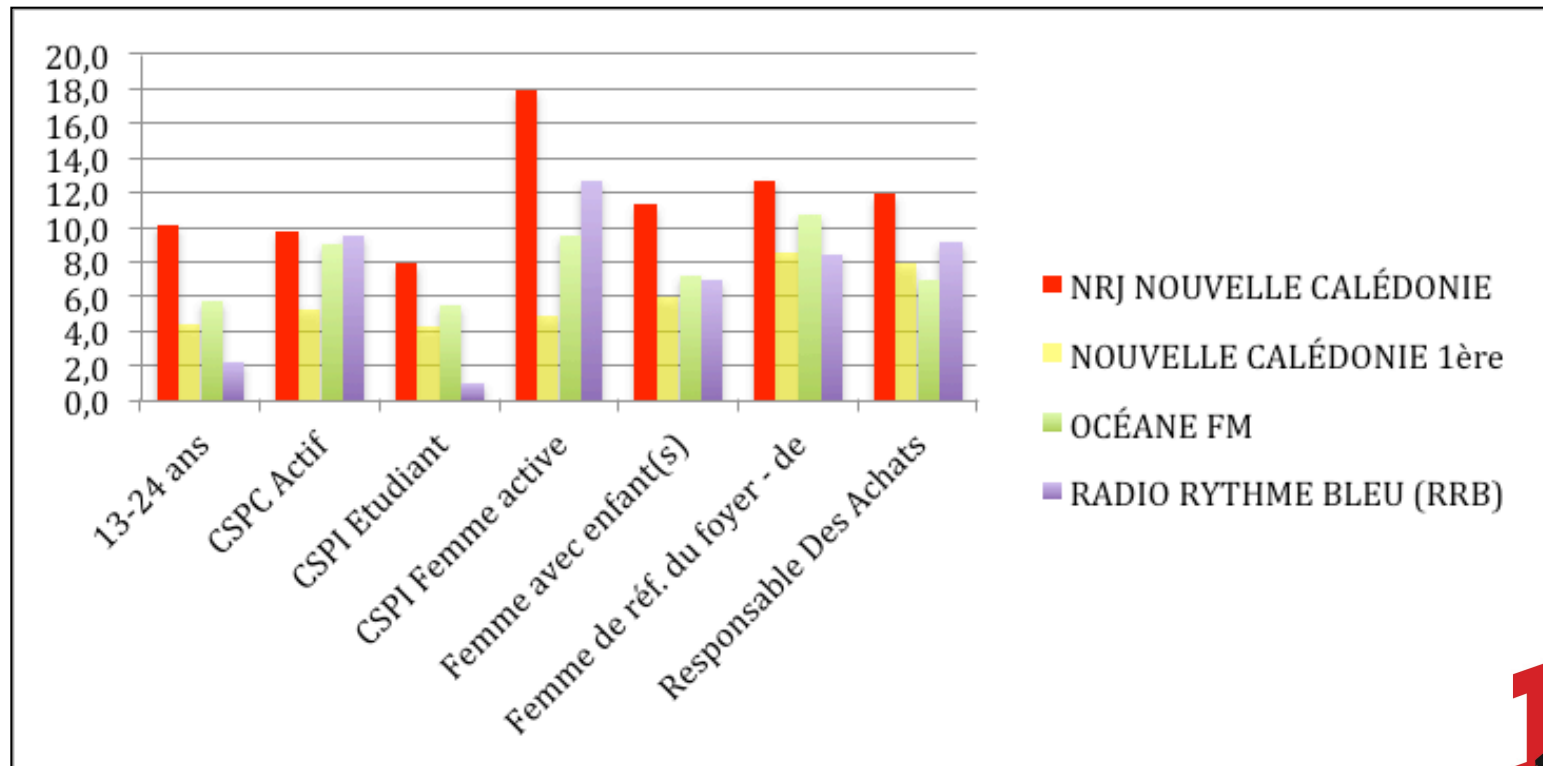
* Médiamétrie Nouvelle Calédonie sept 2014; L-V; 00h00-24h00; Nea 13+

QUE DU HIT SUR NRJ !

NRJ, la radio que vos clients écoutent toute la journée !

Actifs – Femmes – Responsable des achats avec enfants –

Sur Nouméa comme sur le grand Nouméa !



Les atouts du média radio NRJ

- **Souplesse d' utilisation** : rapidité de mise en place d' une campagne
- **Proximité** : média qui accompagne partout (y compris dans les lieux de consommation) et tout au long de la journée
- **Fidélisation** : du temps pour interpeller, séduire et convaincre
- **Répétition** : possibilité d' avoir plusieurs spots successifs pour une même campagne



NRJ, un média efficace

- **Mass média** : la tradition orale en Nouvelle-Calédonie fait de la radio un média incontournable
- **Média de fidélisation** :
 - Des durées d'écoute longues
 - Du temps pour interpeller, séduire, convaincre
 - Forte probabilité d'entendre plusieurs pauses de publicité...surtout entre 6h et 12h
- **Média régulier, d'accompagnement, de proximité** :
 - Média qui accompagne partout (y compris dans les lieux publics), tout au long de la journée :
 - forte fréquence/répétition
 - Sans saisonnalité marquée : tout au long de l'année, les auditeurs présentent des comportements d'écoute relativement stables



Les valeurs d' NRJ

- Détente
- Bonne humeur
- Information
- Interactivité
- Energie
- Modernité
- Proximité



Annexe 1

1. Présentation de l'étude

L'enquête Métridom / ad hoc d'audience TV & Radio

Médiamétrie mesure via l'enquête Métridom l'audience des médias radio et télévision depuis plus de 20 ans sur la zone **Caraiibes & Océan Indien** (depuis 1991 dans les départements de Guadeloupe, Martinique et Réunion, depuis 1994 en Guyane et depuis 2011 à Mayotte).

En 2013, Médiamétrie mesure pour la 1^{ère} fois l'audience des médias radio et télévision sur la zone **Pacifique** avec la Nouvelle Calédonie. En avril 2014, Médiamétrie et Alvea réalise pour la 1^{ère} fois une étude d'audience TV & Radio en Polynésie française.

L'univers de l'étude Métridom/ad hoc d'audience est constitué des individus de 13 ans et plus résidant sur les territoires étudiés.

L'étude d'audience *ad hoc* Nouvelle Calédonie

Le terrain d'enquête s'est déroulé du **7 Septembre au 4 Octobre 2015 (soit 4 semaines)**.

L'étude répond aux critères suivants:

- ▶ **1 000 interviews 13 ans et +**
- ▶ Environ 50 % des interviews réalisées sur téléphone mobile
- ▶ Interviews téléphoniques assistées par ordinateur (système CATI) depuis Médiamétrie-MC2 à Amiens
- ▶ Equipondération des jours d'interviews avec représentativité socio-démographique



NOUVELLE-CALÉDONIE 93.5
HIT MUSIC ONLY !

*QUE DU HIT SUR NRJ !

Annexe 2

1. Présentation de l'étude

Définition des indicateurs et des cibles

Audience cumulée

Nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant écouté une station de radio au cours d'une période donnée quelle que soit la durée de leur écoute.

Part d'audience

Part que représente la durée d'écoute d'une station dans la durée d'écoute totale du média radio. La somme des parts d'audience de l'ensemble des supports est égale à 100%.

Durée d'écoute par individu

Moyenne du temps passé à l'écoute de la radio par l'ensemble des individus composant la population étudiée.

Durée d'écoute par auditeur

Moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les stations de radio par l'ensemble des auditeurs du support étudié.

Quart d'heure moyen

Nombre (ou proportion) de personnes présentes en moyenne à l'écoute de la radio ou d'une station, durant un quart d'heure au cours d'une période considérée (tranche horaire, journée...)



NOUVELLE-CALÉDONIE 93.5
HIT MUSIC ONLY !

*QUE DU HIT SUR NRJ !

Annexe 3

1. Présentation de l'étude

Population



Nouvelle Calédonie 2015

213 900 personnes âgées de 13 ans et +

2015

1 % = 2 139 individus 13 ans et+

2014

1 % = 2 041 individus 13 ans et+

2013

1 % = 2 010 individus 13 ans et+



NOUVELLE-CALÉDONIE 93.5
HIT MUSIC ONLY !

*QUE DU HIT SUR NRJ !

Catégories Socio-professionnelles

CSP+

Regroupement des catégories socio-professionnelles suivantes : artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires.

CSP++

Regroupement des catégories socio-professionnelles suivantes : artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures.

CSP-

Regroupement des catégories socio-professionnelles suivantes : ouvriers, employés et agriculteurs.

CSPI

Catégories socio-professionnelles des personnes interrogées.

CSPC

Catégories socio-professionnelles du chef de famille.



NOUVELLE-CALÉDONIE 93.5
HIT MUSIC ONLY !

*QUE DU HIT SUR NRJ !