



CIM RAM^{*}
Jan-Avr 2026

Méthodologie

^{*} Radio Audience Measurement



Centre d'Information sur les Médias ASBL – Centrum voor informatie over de Media VZW
Boulevard Auguste Reyerslaan 80 – Brussel 1030 Bruxelles
Tél. : 32 2 661 31 50 | info@cim.be | www.cim.be



Table des matières

1	MOT D'INTRODUCTION.....	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.....	9
3	DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	10
3.1	SCHÉMAS DE DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	10
3.2	INTERVIEWS.....	12
3.2.1	<i>Sélection des adresses.....</i>	<i>12</i>
3.2.2	<i>Détermination des adresses.....</i>	<i>12</i>
3.2.3	<i>Procédure de contact.....</i>	<i>12</i>
3.2.4	<i>Enquête face-à-face.....</i>	<i>15</i>
3.2.5	<i>Recrutement CATI RDD</i>	<i>16</i>
3.2.6	<i>Recrutement online.....</i>	<i>17</i>
3.2.7	<i>Recrutement MediaWatch.....</i>	<i>17</i>
3.2.8	<i>Panélisation</i>	<i>18</i>
3.2.9	<i>Résultat du recrutement</i>	<i>21</i>
3.3	TERRAIN « CARNET D'ÉCOUTE ».....	24
3.3.1	<i>Périodes couvertes</i>	<i>24</i>
3.3.2	<i>Utilisation du carnet d'écoute.....</i>	<i>25</i>
3.3.3	<i>Carnet d'écoute papier.....</i>	<i>25</i>
3.3.4	<i>Nouveau carnet « online » (e-diary).....</i>	<i>32</i>
3.4	LES RELANCES TÉLÉPHONIQUES/ POSTALES/ PAR SMS/ PAR MAILS	36
3.5	TAUX DE RETOUR DES CARNETS.....	36
4	VÉRIFICATION DES CARNETS ET VALIDATION.....	37
4.1	VÉRIFICATION DES CARNETS	37
4.2	RÈGLES DE VALIDATION :	37
4.3	NOMBRE DE CARNETS REJETÉS.....	37
4.4	PROFIL DES CARNETS RETOURNÉS.....	37
5	ASCRPTION : PRINCIPES ET RÉSULTATS	38
5.1	TECHNIQUE DE L'ASCRPTION (OU IMPUTATION)	38
5.2	ASCRPTION DÉTAILLÉE.....	38
6	ECHANTILLON	39
6.1	PROFIL DE L'ÉCHANTILLON AVANT REDRESSEMENT.....	39
6.2	REDRESSEMENT DE L'ÉCHANTILLON	39
6.2.1	<i>Principes du redressement effectué.....</i>	<i>40</i>
6.2.2	<i>Résultats du redressement.....</i>	<i>45</i>
6.2.3	<i>Calcul des bornes des classes sociales.....</i>	<i>45</i>
6.2.4	<i>Calcul des bornes Heavy-Medium-Light.....</i>	<i>47</i>
6.3	PROFIL DE L'ÉCHANTILLON APRÈS REDRESSEMENT.....	48
7	TABLEAUX RECAPITULATIFS	48
7.1	NATIONAL.....	49
7.2	NORD.....	51
7.3	SUD	53
7.4	INTERVIEWS SPLIT FACE-TO-FACE / ONLINE	55
8	CONTRÔLES DE L'ÉTUDE.....	56



8.1	RÔLE DE LA COMMISSION TECHNIQUE	56
8.2	RÔLE DE LA STRUCTURE PERMANENTE.....	56
9	EXPLOITATION ET MISE À DISPOSITION DES DONNÉES	57
9.1	ANALYSE DES AUDIENCES.....	57
9.2	MEDIA-PLANNING	57
9.3	RÈGLES DE PUBLICATIONS	57
9.4	FICHIERS DES DONNÉES INDIVIDUELLES	58
10	LES INTERVALLES DE CONFIANCE	58
ANNEXE 1: QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT (CAPI)		60
ANNEXE 2 : GUIDE POUR LA RELANCE TÉLÉPHONIQUE.....		86
ANNEXE 3 : LISTE DES REGROUPEMENTS.....		87
ANNEXE 4 : CODEBOOK DE PUBLICATION.....		93
ANNEXE 5 : BORNES HML		94
ANNEXE 6 : QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT RDD		98



1 Mot d'introduction

La vague radio que nous publions en ce mois de juin s'inscrit dans la continuité de la précédente en termes de méthodologie.

La nouvelle vague couvre les mois de janvier à avril 2026 et fait de nouveau appel à 4 sources de recrutement : face-à-face à raison de 47%, online pour 28%, téléphonique pour 16% et le panel CIM MediaWatch pour 10%. Le taux de reparticipation à la partie carnet s'élève cette édition à 14.3%, soit un niveau très proche de la vague Sept-Déc (15.3%).

Comme à l'habitude, la publication de la vague d'analyse s'accompagne d'une nouvelle vague de media planning ; il s'agit cette fois d'une combinaison des vagues mai-août 2025, septembre-décembre 2025 et janvier-avril 2026, avec chacune un poids de 33%.

Je remercie les membres de la Commission Technique, la Structure Permanente et l'institut GfK pour le temps consacré à cette étude et vous souhaite une bonne lecture.



2 Préambule

La vague Jan-Avr 2026 est la 10ème vague du contrat d'étude d'audience radio "tactique", lancé par le CIM pour la période 2023-2026. 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 une combinaison de recrutement 50% F2F, 30% Online, 20% RDD.

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

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

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

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

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

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

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

- Contacter les numéros pulsés (formés automatiquement par le dialer). Chaque numéro est appelé un maximum de 5 fois.
- Poser des questions de présélection 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-mêmes 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-démographiques 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 Jan-Avr 2026 s'est déroulée de la manière suivante :

- Le recrutement : du jeudi 1 janvier 2026 au jeudi 30 avril 2026
- Le remplissage du carnet : du mercredi 31 décembre 2025 au mercredi 6 mai 2026
- Retour des carnets d'écoute : les carnets de cette vague ont été acceptés jusqu'au jeudi 21 mai 2026.

Le chiffre final s'élève à 8.544 interviews, avec 7.188 auditeurs radios (après validation des carnets et ascription) et 5.726 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 :

Koenraad Deridder

Michaël Debels

Joëlle Defossez

Membres de la Commission :

Stefan Delaeter (VAR)

Gaëtan Doucy (WPP Media)

Marco Marini (RTL)

Dany Dernoncourt (RTBF)

Jo Snoeckx (Medialaan)

Julie Badisco (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.

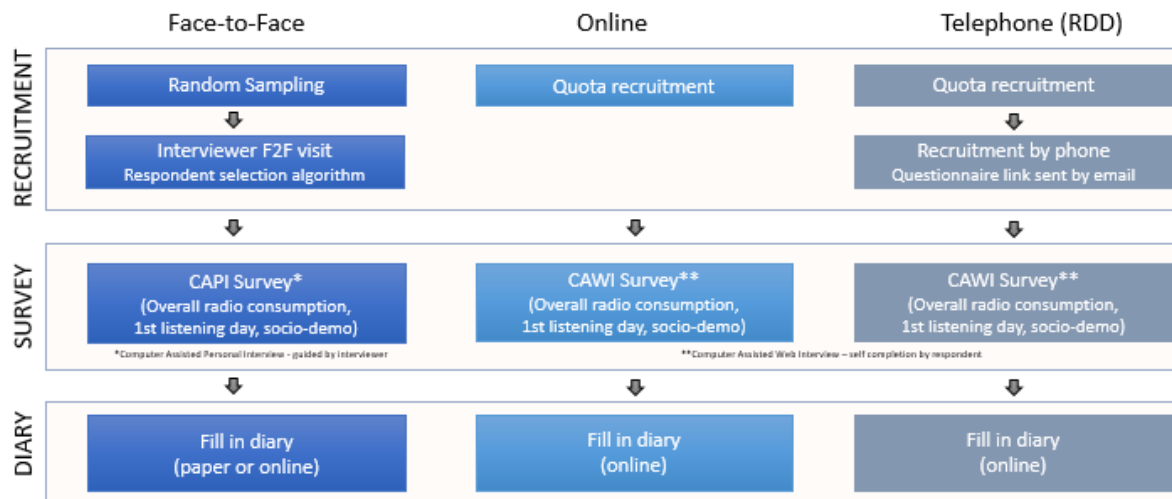


Figure 1 : Le processus de recrutement et de recueil des données

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



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

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

3.2 Interviews

3.2.1 Sélection des adresses

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

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

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

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

3.2.2 Détermination des adresses

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

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

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

3.2.3 Procédure de contact

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

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



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

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

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



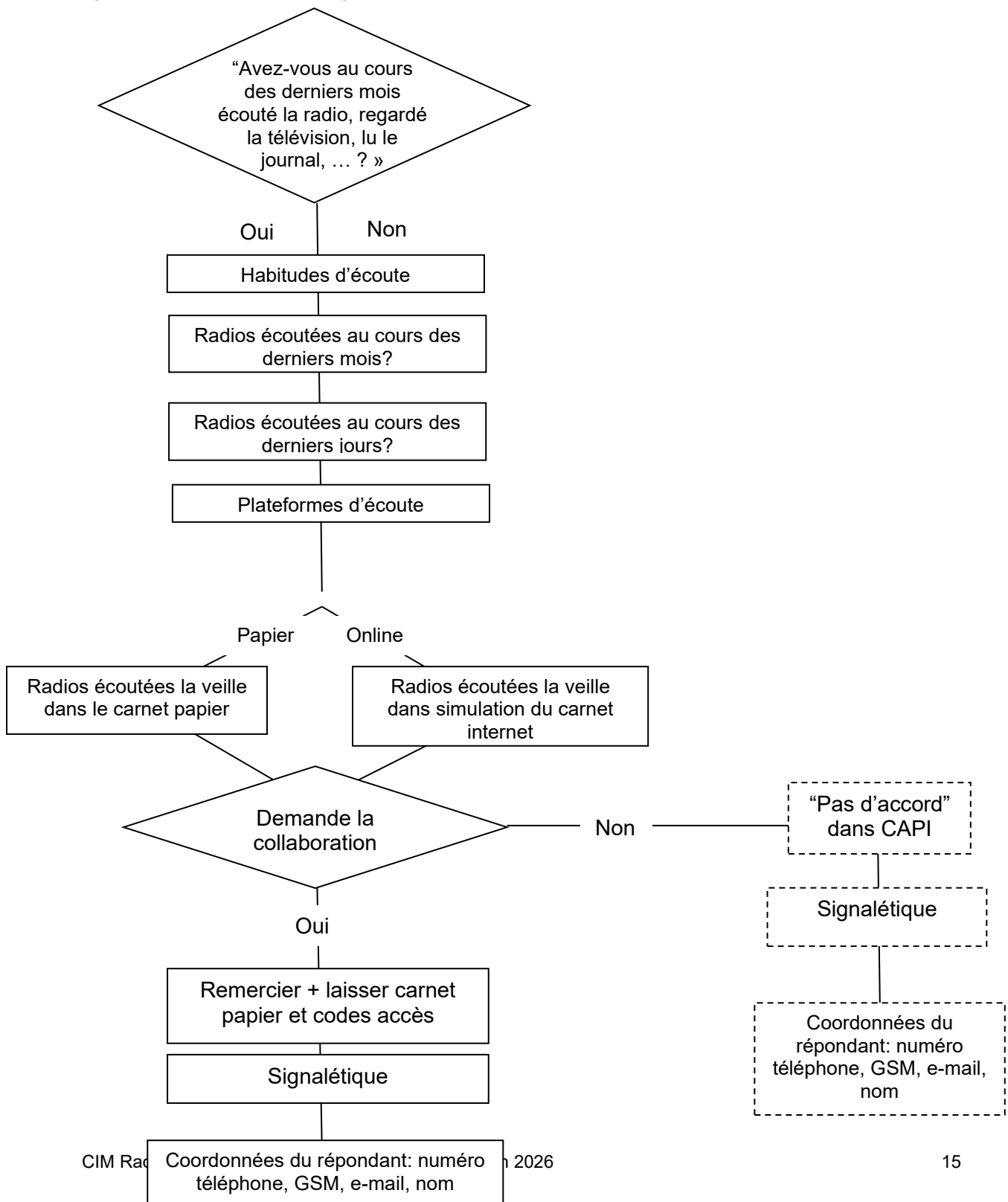
est le FR ou le NL. S'il s'agit d'une autre langue, il réalise l'interview dans celle des deux que l'interviewé a choisie.

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 euros, un smartphone Samsung Galaxy, une Nintendo Switch Lite ou un bon-cadeau Bongo d'une valeur de 250 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 Jan-Avr 2026, le recrutement CATI RDD a représenté 16% 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 basés 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 quotas supplémentaires 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.
- Depuis le 1/1/2023, le recrutement RDD, précédemment opéré par IPSOS, est entièrement géré par GfK.

3.2.6 Recrutement online

Pour la partie online, les répondants sont recrutés, sur base de quotas adaptés par mois et par province, via le panel online de GfK et Dynata.

Les répondants reçoivent une invitation par mail ou via le portail d'enquêtes pour participer à l'étude. Le répondant online répond lui-même à l'entièreté du questionnaire (questions socio-démographiques comprises).

3.2.7 Recrutement MediaWatch

Pour rappel, MediaWatch est un nouveau projet de création d'un panel propre au CIM basé sur un recrutement multisource (face-à-face, postal, RDD, Online).

Ces répondants sont invités deux fois par mois pour participer à différentes études CIM. Le répondant reçoit à chaque fois une invitation pour répondre à une étude différente. Les individus acceptant de participer remplissent eux-mêmes une version online du questionnaire.

La gestion du panel CIM Mediawatch a été confiée à IPSOS.

Le matériel d'enquête (questionnaire, carnet) pour la radio est le même que celui utilisé dans le recrutement par GfK.



3.2.8 Panélisation

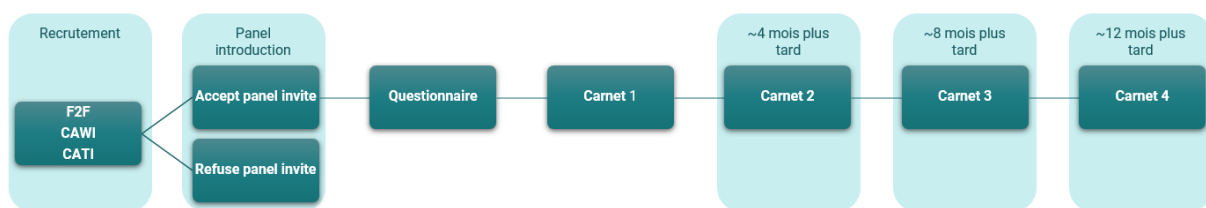
Depuis juillet 2021, le CIM adapté le recrutement en introduisant une panélisation partielle.

Lors du recrutement face-à-face et téléphonique, 66% des répondants sont invités à participer plusieurs fois à l'étude. Le recrutement suit donc deux trajets différents:

- 34% des répondants sont recrutés normalement selon la méthode habituelle
- 66% des répondants sont recrutés pour participer au panel.

Set-up

Les répondants panélistes sont invités à remplir et renvoyer leur carnet d'écoute à 4 reprises sur une période d'environ 12 mois. Si le répondant refuse, il a toujours la possibilité de ne participer qu'une seule fois.



Le recrutement pour le panel se fait directement au début du questionnaire:

Merci de participer à cette grande étude sur les médias réalisée à la demande du CIM, le Centre d'information sur les médias !

Afin de pouvoir connaître les chiffres d'écoute en Belgique, nous recherchons des personnes qui seraient prêtes à remplir un carnet d'écoute jusqu'à 4 fois par an – et ce pendant 1 semaine à chaque fois. Dans ce carnet, vous pourrez indiquer quelle(s) radio(s) vous écoutez, à quel moment et à quel endroit. Grâce à votre participation, vous pourrez avoir une influence sur les programmes radio. Vous recevrez une rémunération pour chaque carnet rempli, qui peut atteindre jusqu'à 30 euros par an, et vous pourrez participer à plusieurs tombolas avec des prix d'une valeur de 1500 euros à la clé.

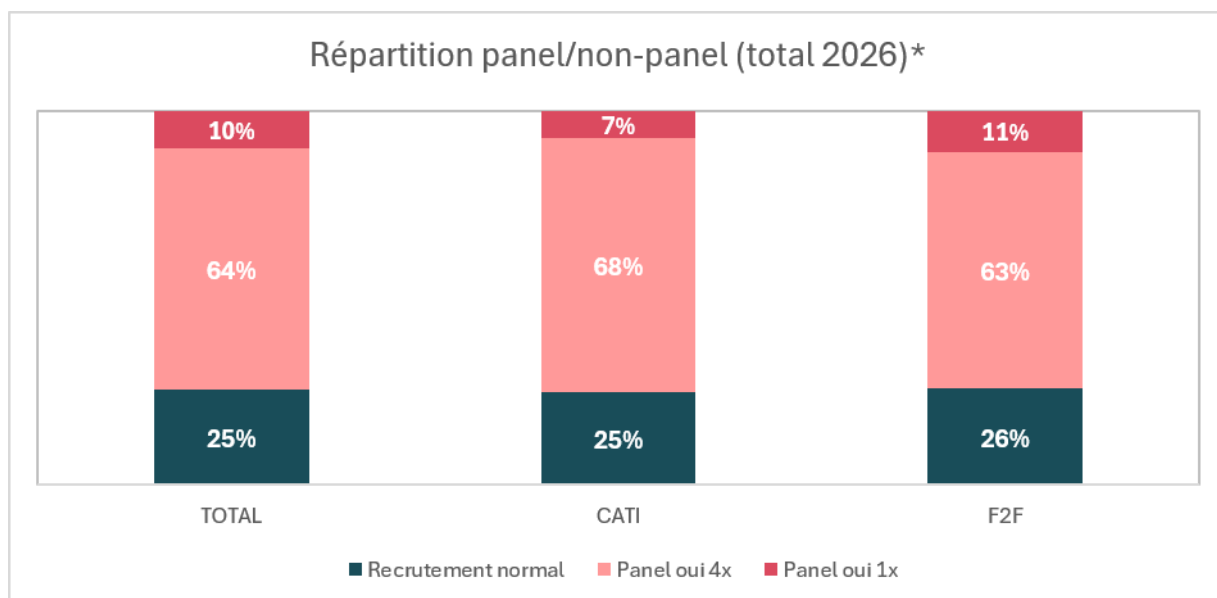
Acceptez-vous de participer à cette étude et de recevoir plusieurs invitations?

Interviewer instruction: les personnes qui n'écoutent pas la radio peuvent aussi participer !

Interviewer instruction: si la personne interrogée refuse, proposez-lui de participer une seule fois.

1. Oui
2. Oui, mais je ne veux remplir qu'un seul carnet
3. Non → screened

La majorité des panélistes recrutés accepte de participer 4 fois:



**Depuis janvier 2022, la panélisation ne s'applique plus pour le recrutement CAWI*

Incentives

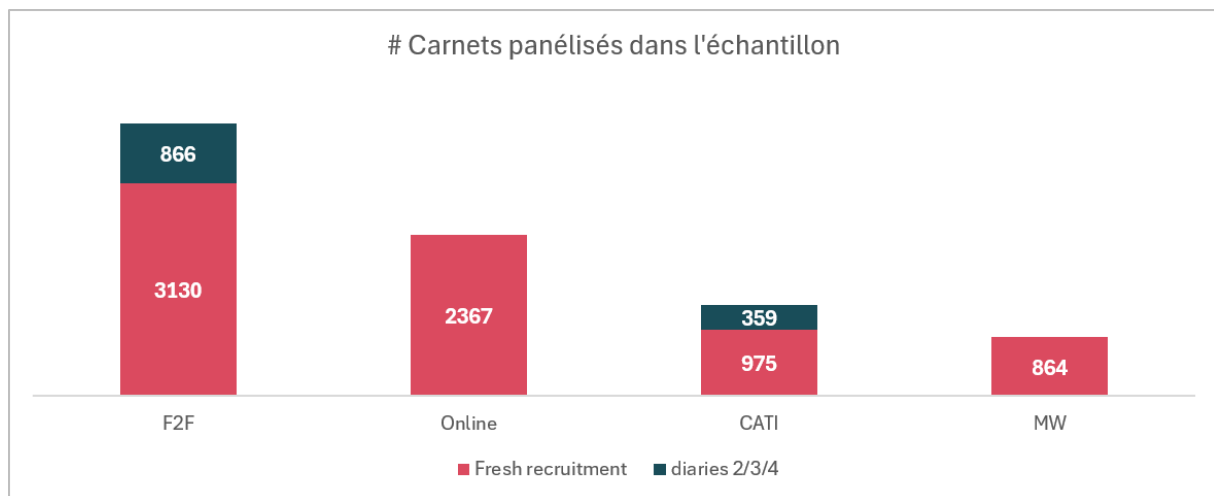
Il est prévu que les répondants reçoivent 5€ pour le premier et le deuxième carnets remplis et 10€ pour le troisième et quatrième carnets remplis.

Utilisation des panélistes dans l'échantillon

Lors de leur première participation, tous les répondants panélistes sont inclus dans l'échantillon, même ceux qui n'ont pas renvoyé leur carnet d'écoute. Le même traitement est appliqué que pour le recrutement normal (ascription).

Pour les 3 participations suivantes, seul les carnets reçus seront utilisés. Les panélistes n'ayant pas renvoyé leurs 2^{ème}, 3^{ème}, ou 4^{ème} carnets ne seront pas utilisés dans l'échantillon publié.

Pour la vague Jan-Avr 2026, l'ensemble des carnets issus de la reparticipation des répondants panélisés (2^{ème}, 3^{ème} et 4^{ème} participation) représentent 14.3% de l'échantillon total.



% Carnets panélisés dans l'échantillon		
Carnet n°2	Carnet n°3	Carnet n°4
5.1%	5.7%	3.6%

3.2.9 Résultat du recrutement

Pour la vague Jan-Avr 2026, 6.255 contacts face-à-face ont été réalisés. La répartition des contacts s'est établie comme suit :

Résultat des contacts	Terrain Jan-Avr 2026
	N=
Nombre de contacts réalisés	6.255
Adresse inexistante	2,8
Personne à la maison	27,4
Personne ne peut pas être interrogée (maladie, incapacité)	0,0
Refus ¹	11,7
Enquête	51,7
Rendez-vous	0,3
Problème linguistique	0,8
Travaille dans un des secteurs suivants: études de marché, Journalisme, Media	0,1
Pas en mesure de participer	5,2

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.13), la répartition des enquêtes a été la suivante :

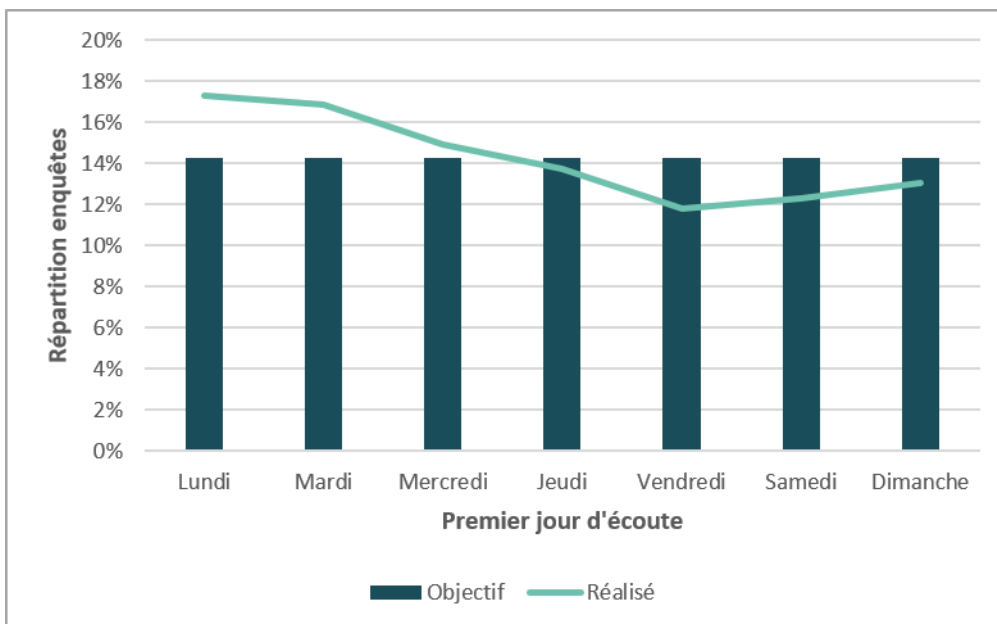
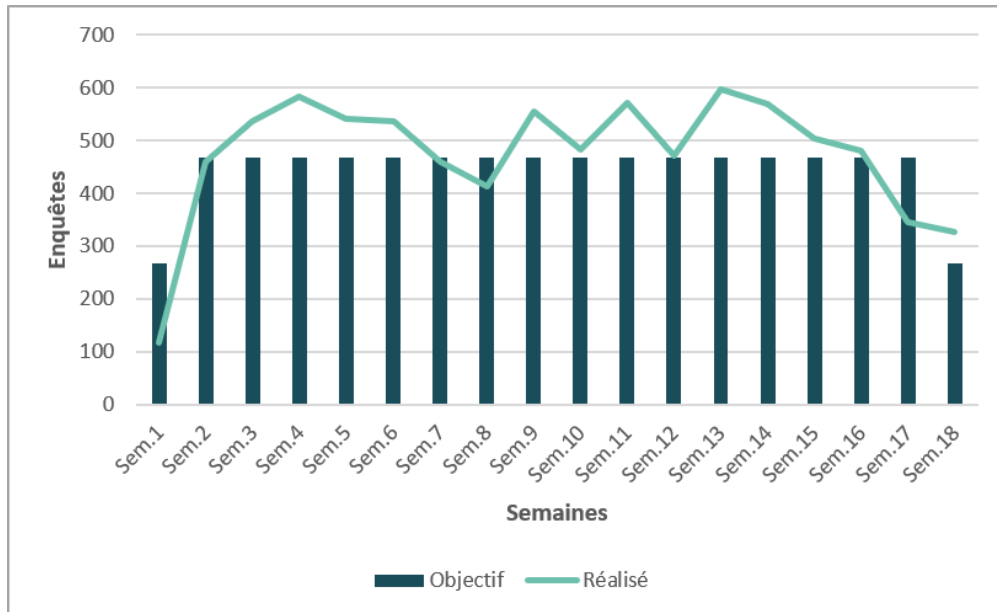
		Interviews		Premier contact	
	F-t-F	Avant 17.00	Après 17.00 + weekend	Avant 17.00	Après 17.00 + weekend
Total	3.130	59,3%	40,7%	58,8%	41,2%
Nord	1.493	53,6%	46,4%	52,7%	47,3%
Sud	1.637	64,4%	35,6%	64,4%	35,6%
Flandre	1.459	54,0%	46,0%	53,2%	46,8%
Wallonie	1.178	73,6%	26,4%	73,6%	26,4%
Bruxelles	493	40,6%	59,4%	40,2%	59,8%



Pour rappel, le recrutement s'est déroulé du 1 janvier au 30 avril 2026. Le nombre final d'interviews conservées pour le traitement s'élève à 8.544 dont 3.980 interviews en F2F. Pour ces 3.980 interviews, 6.255 contacts ont été nécessaires, ce qui revient à 0,64 interviews par contact.

N° semaine	Dates	Nombre contacts	Nombre enquêtes F2F	Enquêtes par contact	Enquêtes online	Enquêtes CATI	Enquêtes MW	Auditeurs	Non-auditeurs
1	01/01-04/01	7	15	2,14	34	31	37	97	20
2	05/01-11/01	443	186	0,42	124	113	36	354	105
3	12/01-18/01	585	278	0,48	137	79	43	435	102
4	19/01-25/01	590	273	0,46	178	89	42	475	107
5	26/01-01/02	596	274	0,46	127	94	46	462	79
6	02/02-08/02	614	269	0,44	127	84	56	438	98
7	09/02-15/02	478	223	0,47	109	84	43	382	77
8	16/02-22/02	510	201	0,39	108	46	58	342	71
9	23/02-01/03	653	270	0,41	183	44	57	420	134
10	02/03-08/03	234	234	1,00	134	50	65	403	80
11	09/03-15/03	256	288	1,13	199	55	30	460	112
12	16/03-22/03	272	280	1,03	105	34	52	373	98
13	23/03-29/03	222	268	1,21	196	85	47	468	128
14	30/03-05/04	256	282	1,10	130	110	47	458	111
15	06/04-12/04	188	229	1,22	158	82	35	410	94
16	13/04-19/04	147	179	1,22	142	95	64	378	102
17	20/04-26/04	99	118	1,19	98	54	74	271	73
18	27/04-30/04	105	113	1,08	78	104	32	263	64
Total		6.255	3.980	0,64	2.367	1.333	864	6.889	1.655
								81%	19%

Le nombre net de 8.544 interviews a été réalisé sur une période de 4 mois. La répartition des enquêtes dans le temps s'est déroulée comme suit :



3.3 Terrain « carnet d'écoute »

3.3.1 Périodes couvertes

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

Numéro de semaine	Dates	Nombre enquêtes	Nombre carnets retournés	Taux de retour
1	01/01-04/01	117	52	44%
2	05/01-11/01	459	295	64%
3	12/01-18/01	537	328	61%
4	19/01-25/01	582	400	69%
5	26/01-01/02	541	364	67%
6	02/02-08/02	536	348	65%
7	09/02-15/02	459	320	70%
8	16/02-22/02	413	289	70%
9	23/02-01/03	554	359	65%
10	02/03-08/03	483	338	70%
11	09/03-15/03	572	399	70%
12	16/03-22/03	471	320	68%
13	23/03-29/03	596	435	73%
14	30/03-05/04	569	385	68%
15	06/04-12/04	504	365	72%
16	13/04-19/04	480	326	68%
17	20/04-26/04	344	246	72%
18	27/04-30/04	327	228	70%
Total		8.544	5.797	68%

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 11 janvier 2026 pour l'interview face-à-face, le carnet porte sur l'écoute de la veille (soit le samedi 10 janvier 2026), le dernier jour couvert par ce carnet est donc le samedi 18 janvier 2026 (date de début du carnet + 7 jours).

3.3.2 Utilisation du carnet d'écoute

Les informations rassemblées sont les suivantes:

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

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

3.3.3 Carnet d’écoute papier

On trouve ci-dessous la couverture du carnet d’écoute pour la vague Jan-Avr 2026 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.**

Date

Notez ici le jour et la date.

Les quarts d'heure

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

Lieu

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

Date		MATIN		Lieu		Via internet		Radio	
Heure	Nom de la radio	1	2	3	4	1	2	3	4
06:00-06:30									
06:30-06:45									
06:45-06:50									
06:50-06:55									
06:55-07:00									
07:00-07:05									
07:05-07:10									
07:10-07:15									
07:15-07:20									
07:20-07:25									
07:25-07:30									
07:30-07:35									
07:35-07:40									
07:40-07:45									
07:45-07:50									
07:50-07:55									
07:55-08:00									
08:00-08:05									
08:05-08:10									
08:10-08:15									
08:15-08:20									
08:20-08:25									
08:25-08:30									
08:30-08:35									
08:35-08:40									
08:40-08:45									
08:45-08:50									
08:50-08:55									
08:55-09:00									
09:00-09:05									
09:05-09:10									
09:10-09:15									
09:15-09:20									
09:20-09:25									
09:25-09:30									
09:30-09:35									
09:35-09:40									
09:40-09:45									
09:45-09:50									
09:50-09:55									
09:55-10:00									
10:00-10:05									
10:05-10:10									
10:10-10:15									
10:15-10:20									
10:20-10:25									
10:25-10:30									
10:30-10:35									
10:35-10:40									
10:40-10:45									
10:45-10:50									
10:50-10:55									
10:55-11:00									
11:00-11:05									
11:05-11:10									
11:10-11:15									
11:15-11:20									
11:20-11:25									
11:25-11:30									
11:30-11:35									
11:35-11:40									
11:40-11:45									
11:45-11:50									
11:50-11:55									
11:55-12:00									
12:00-12:05									
12:05-12:10									
12:10-12:15									
12:15-12:20									
12:20-12:25									
12:25-12:30									
12:30-12:35									
12:35-12:40									
12:40-12:45									
12:45-12:50									
12:50-12:55									
12:55-13:00									
13:00-13:05									
13:05-13:10									
13:10-13:15									
13:15-13:20									
13:20-13:25									
13:25-13:30									
13:30-13:35									
13:35-13:40									
13:40-13:45									
13:45-13:50									
13:50-13:55									
13:55-14:00									
14:00-14:05									
14:05-14:10									
14:10-14:15									
14:15-14:20									
14:20-14:25									
14:25-14:30									
14:30-14:35									
14:35-14:40									
14:40-14:45									
14:45-14:50									
14:50-14:55									
14:55-15:00									

● Je n'ai pas écouté la radio aujourd'hui

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

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

Pour information

① Qui remplit ce carnet?

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

② Qu'est-ce qui est écouté?

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

③ Où noter les stations radio?

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

④ Comment noter le nom de la radio?

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

⑤ Ecouter via internet?

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

⑥ Comment indiquer le lieu d'écoute?

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

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

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

Attention!

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

Cette réponse est tout aussi importante pour nous.

Compléter le carnet sur Internet

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

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

Le répondant trouvera sur la page suivante :

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

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

Une première question

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

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

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

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

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

Jour 1 Date 2026

MATIN

① Heure	②	③ Nom de la radio	④ via internet		⑤ Lieu			
			Oui	Non	À la maison	En voiture	Au travail	Ailleurs
05:00-05:15	1		Oui	Non	1	2	3	4
05:15-05:30	2		Oui	Non	1	2	3	4
05:30-05:45	3		Oui	Non	1	2	3	4
05:45-06:00	4		Oui	Non	1	2	3	4
06:00-06:15	5		Oui	Non	1	2	3	4
06:15-06:30	6		Oui	Non	1	2	3	4
06:30-06:45	7		Oui	Non	1	2	3	4
06:45-07:00	8		Oui	Non	1	2	3	4
07:00-07:15	9		Oui	Non	1	2	3	4
07:15-07:30	10		Oui	Non	1	2	3	4
07:30-07:45	11		Oui	Non	1	2	3	4
07:45-08:00	12		Oui	Non	1	2	3	4
08:00-08:15	13		Oui	Non	1	2	3	4
08:15-08:30	14		Oui	Non	1	2	3	4
08:30-08:45	15		Oui	Non	1	2	3	4
08:45-09:00	16		Oui	Non	1	2	3	4
09:00-09:15	17		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 Jan-Avr 2026:

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

Radios nationales	Radios provinciales
1RCF	Province
Bel RTL	Brabant FR
Contact MAX	Antipode
Fun Radio	Bruxelles
LN Radio	BXFM
Nostalgie (FR)	Liège
Nostalgie + (FR)	BRF
NRJ	Liège
NRJ+	Maximum FM
Radio Contact	Luxembourg
RTBF Classic 21	Inside Radio
RTBF Jam.	(anciennement Must FM Luxembourg)
RTBF La Première	Namur
RTBF Musiq3	Inside Radio
RTBF Tarmac	(anciennement Must FM Namur)
RTBF Tipik	
RTBF Viva +	
RTBF Viva Sport	
RTBF VivaCité	
Sud Radio	

Aide-mémoire

Ceci est un exemple.

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

Radios Internet

bel RTL 100% Français	Nostalgie Fiesta	RTBF Musiq3 Baroque
bel RTL 100% Grosses Têtes	Nostalgie Hip Hop &	RTBF Musiq3 Jazz
bel RTL 100% Numéro 1	RnB Classics by Daddy K	RTBF Musiq3 Top du Classique
bel RTL 100% Relax	Nostalgie Italia	RTBF Tipik à l'ancienne
bel RTL Génération 60 70	Nostalgie Jazz	RTBF Tipik Vision
bel RTL Génération 80 90	Nostalgie Live	RTBF Vivacité Vision
bel RTL Happy Hour	Nostalgie Love	Urban Fun
Chérie	Nostalgie New Wave	
Chérie 80's	Nostalgie Pop 80	
Chérie 90's	Nostalgie Pop 90	
Chérie Frenchy	Nostalgie Relax	
Chérie Happy	Nostalgie Rock 80	
Chérie Jazzy	Nostalgie Rock 90	
Chérie Love Songs	Nostalgie Rock Classics	
Chérie Sweet Home	Nostalgie SoulParty	
Chérie Zen	Nostalgie Summertime	
Contact – La playlist de Tonton	NRJ Best Hits Ever	
Contact 2000	NRJ Classic RNB	
Contact DJ's	NRJ Dance	
Contact Kids	NRJ Hits	
Contact 'Le Hit Contact'	NRJ Hits 2000	
Contact Max 80	NRJ Hits 90	
Contact Max 90	NRJ Latino	
Le Meilleur de Nostalgie	NRJ Nouveautés	
LN Radio Belgium	NRJ pour le sport	
LN Radio Relax	NRJ Rap FR	
Mint	RTBF Classic 21 60's	
Nostalgie 100% Johnny Hallyday	RTBF Classic 21 70's	
Nostalgie 2000	RTBF Classic 21 80's	
Nostalgie 60	RTBF Classic 21 80's New Wave	
Nostalgie 70	RTBF Classic 21 90's	
Nostalgie 80	RTBF Classic 21 Blues	
Nostalgie 90	RTBF Classic 21 Live	
Nostalgie Camping	RTBF Classic 21 Métal	
Nostalgie Chansons Françaises	RTBF Classic 21 Noir Jaune Rock	
Nostalgie Christmas	RTBF Classic 21 Route 66	
Nostalgie Cinéma	RTBF Classic 21 Soulpower	
Nostalgie Dance 80	RTBF Classic 21 Underground	
Nostalgie Dance 90	RTBF La Première Vision	

Liste aide-mémoire du carnet néerlandophone pour la vague Jan-Avr 2026:

Geheugensteun

Dit is een voorbeeld. U kunt ook andere radio's noteren dan deze van de lijst.

Nationale radio's	Lokale radio's
Family Radio	Provincie
JOE	Antwerpen Radio Expres
JOE 80s-90s	Antwerpen Radio Minerva
JOE Christmas	Oost-VL. Aktief Classixx
JOE Easy	Oost-VL. Classixx
JOE Gold (voormalig Joe 60s-70s)	Oost-VL. ClubFM
Klara (VRT)	Oost-VL. KIX
Klara Continuo (VRT)	Oost-VL. Radio Accent
Mentpop	Oost-VL. Radio Domino
MNM (VRT)	Oost-VL. Radio Tamboer
MNM Hits (VRT)	West-VL. Kustradio Classixx
Nostalgie (NL)	West-VL. Pink
Nostalgie Plus (NL)	Brussel Roxx
NRJ Vlaanderen	
Qmusic	
Q Maximum Hits	
(voormalig Q-AllStars)	
Q-Foute Radio	
Radio 1 (VRT)	
Radio 2 (VRT)	
Radio Bene (VRT) (voormalig Radio 2 Bene Bene)	
Radio Maria	
RGR fm	
Stadsradio Vlaanderen	
Studio Brussel (VRT)	
StuBru De Tijdloze (VRT)	
Tomorrowland One World Radio	
TOP (voormalig TOPradio)	
TOP2	
VRT NWS (VRT)	
Willy	
Willy Class X	

Geheugensteun

Dit is een voorbeeld. U kunt ook andere radio's noteren dan deze van de lijst.

Webradio's/Internetradio's

JOE Lage Landen
 JOE Top 2000
 Ketnet Hits (VRT)
 Ment55
 Nostalgie 80s
 Nostalgie 90s & 00s
 Nostalgie Relax
 Nostalgie Top 3000
 Radio 1 Classics (VRT)
 Radio 2 Relax (voormalig Radio 2 Unwind)
 Studio Brussel De Jaren Nul (VRT)
 Studio Brussel UNTZ (VRT)
 Studio Brussel Vuurland (VRT)
 Studio Brussel Zware Gitaren (VRT)
 TOPbam
 TOPdance1000
 TOPibiza (voormalig Kamping Kitch Club Radio)
 TOPretroArena
 TOPschaamteloos
 TOPtechno
 TOPzen
 TOPzillion (voormalig TOPzillion100)

3.3.4 Nouveau carnet « online » (e-diary)

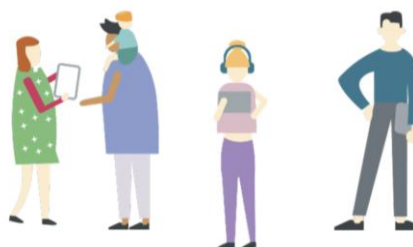
Depuis septembre 2024, une nouvelle version plus conviviale et mobile-friendly du carnet en ligne a été introduite. Comme dans la version précédente, ce e-diary peut être rempli sur tout support (PC/Laptop ou tablette/smartphone). Le choix de la version se fait automatiquement en fonction de la taille 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 quel que soit le mode de recrutement (Face-à-face, online accès panel, CATI RDD).

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.

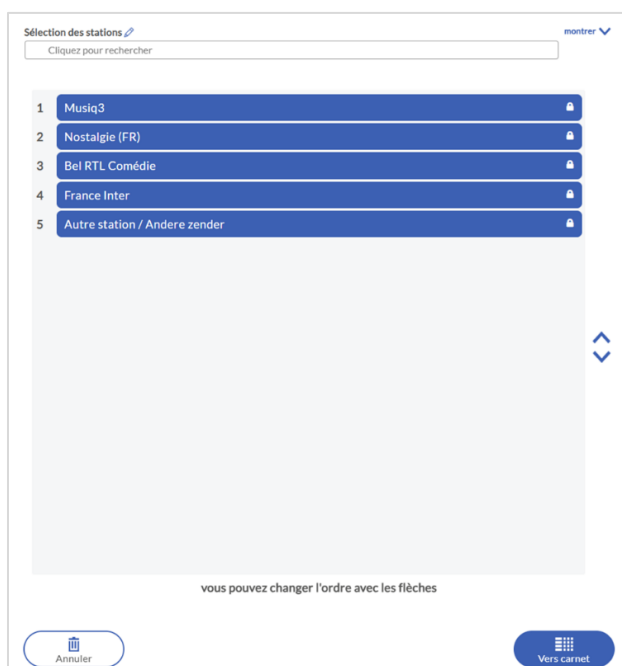
Bienvenue sur votre carnet radio en ligne !

Cliquez sur le bouton d'accès ci-dessous pour encoder vos habitudes d'écoute.

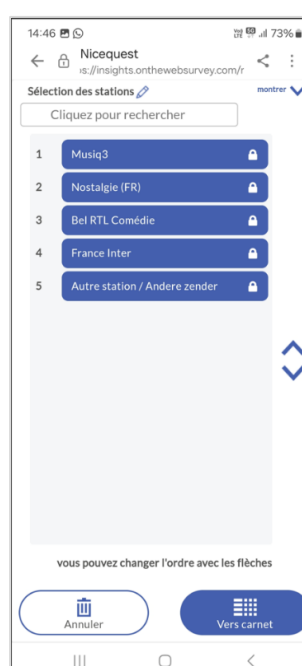


Etape 2 : définition d'une liste personnelle de radios. Chaque utilisateur se voit demander de définir une liste de stations propre, à partir de l'aide-mémoire, dans la première partie du questionnaire. Cette présélection sera automatiquement proposée au répondant dans le carnet d'écoute.

Version PC/Laptop



Version mobile





Le répondant pourra également ajouter d'autres stations par la suite à l'aide d'une fonction de recherche.

Version PC/Laptop

Version mobile

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

Cette grille horaire contient chaque quart d'heure de la journée ainsi que les stations de la liste établie plus tôt.



Aperçu de la semaine d'écoute

Version PC/Laptop

Version mobile

Pour chaque quart d'heure écouté, le répondant doit indiquer la station écoutée, le lieu d'écoute et la plateforme d'écoute (via internet ou non). Si le répondant oublie une information, un message le lui rappelle.

Version PC/Laptop

Version mobile



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.

69.3% des carnets reçus ont été remplis via Internet.

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	Web MW
TOTAL	1.699	898	1.708	923	569
Age					
12-24 ans	15,24%	33,07%	4,04%	13,22%	10,19%
25-34 ans	7,89%	12,58%	8,14%	10,73%	15,82%
35-44 ans	9,01%	15,92%	16,45%	17,98%	23,55%
45-54 ans	12,42%	13,81%	21,96%	19,72%	22,50%
55-64 ans	13,77%	10,80%	26,46%	22,64%	16,34%
>64 ans	41,67%	13,81%	22,95%	15,71%	11,60%
Sexe					
Homme	45,09%	50,89%	47,89%	57,75%	49,91%
Femme	54,91%	49,11%	52,11%	42,25%	50,09%
Univers					
CIM Radio Nord	46,79%	66,93%	55,44%	54,60%	58,70%
CIM Radio Sud	53,21%	33,07%	44,56%	45,40%	41,30%



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 5.797 carnets (bruts) d'écoute qui ont été renvoyés, soit un taux de retour de 68%.

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. 9 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 (0 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 5.797 carnets d'écoute renvoyés, au total 71 ont été rejetés (46 carnets pour le Nord, contre 25 pour le Sud):

- règle A : 34 parce qu'insuffisamment complétés (16 pour le Nord, 18 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 37 carnets ont été rejetés par le sous-groupe de la Commission technique CIM Radio lors de la Vérification des carnets pour des raisons de qualité de remplissage (30 carnets au Nord et 7 au Sud).

Des 5.726 carnets valides, 1.853 (912 pour le Nord, 941 pour le Sud) ont été retenus pour la phase suivante : l'ascription. Dans cette phase, les 2.818 (1.309 Nord, 1.509 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.48) 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 donneur avec lequel le receveur possède le plus de points communs. Les donneurs sont des répondants qui ont correctement rempli et retourné leur carnet d'écoute. Une fois le donneur sélectionné, on copie le comportement d'écoute total d'un donneur pour l'attribuer au receveur.

Depuis la vague septembre-décembre 2022, une nouvelle méthode d'inscription est utilisée.

Cette nouvelle méthode se base sur la technique du Predictive Mean Matching, une méthode d'imputation de valeur manquantes couramment utilisée en statistique.

5.2 Ascription détaillée

Analyses préliminaires

Bien que d'un côté tous les répondants n'ont pas transmis un carnet d'écoute complet, on dispose néanmoins d'un ensemble de données disponibles pour tous les répondants : les données sociodémographiques, mais aussi une série de données de comportement d'écoute du questionnaire (habitudes d'écoutes, émetteurs les plus écoutés au cours de la dernière semaine, devices), ainsi que le jour d'écoute détaillée de la veille qui est complété lors de l'interview.

Etant donné que la variable finale à imputer est le volume d'écoute, des analyses ont été faites pour déterminer quelles sont les variables qui ont la plus grande relation statistique avec ces volumes d'écoute (total, par station, etc.). En d'autres mots, quelles sont les variables qui permettent le mieux de prédire les volumes écoutés.

Ascription - première étape : prédiction des volumes d'écoute pour les receveurs

Pour chaque receveur, on utilise la PMM pour prédire le volume écoute pour 20 stations individuelles :

- 9 stations Nord
- 11 stations Sud.

La liste de prédicteurs utilisés dans la PMM est la suivante : premier jour d'écoute, variables sociodémo (11), stations les plus écoutées du CAPI, habitudes d'écoute déclarées et devices. Cette série de variables va être utilisée pour prédire le volume écouté par station pour chaque receveur, en observant les volumes écoutés des donneurs ayant des caractéristiques similaires.

10 itérations (10 prédictions) sont effectuées par receveur. Par la suite, la prédiction finale est choisie de façon aléatoire parmi les 10 itérations.

Les répondants du sud du pays sont considérés comme auditeurs des radios francophones et ceux du Nord des radios néerlandophones 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.

Après cette première prédiction, une seconde prédiction du volume pour 15 tranches horaires est également faite pour les deux stations (prédites) les plus écoutées.



Ascription – deuxième étape : Recherche d'un carnet donneur

Après la première étape, on a donc une prédiction de volume pour 11 (Sud) ou 9 (Nord) stations pour chaque receveur (remarque : cette prédiction peut bien sûr aussi être de 0 minutes pour certaines stations, étant donné qu'un individu écoute en moyenne deux stations sur une semaine moyenne).

Mais cette prédiction donne un volume par stations mais donc pas le détail complet d'un carnet (quart d'heure par quart d'heure, lieux d'écoutes, etc.). La seconde étape est donc de rechercher un carnet donneur qui correspond le mieux à la prédiction PMM.

Pour chercher ce carnet donneur on utilise le volume des deux stations (prédites) les plus écoutées. La hiérarchie de recherche est la suivante (c'est-à-dire que l'on continue à affiner la recherche tant qu'il y a des donneurs disponibles) :

- Même première station la plus écoutée
- Volume de la première station identique avec une marge de +/- 20 minutes
- Même seconde station la plus écoutée
- Volume de la première station identique avec une marge de +/- 20 minutes
- Volume par tranche horaire pour la première et deuxième station (calcul de distance avec un poids de 75% pour la première station et 25% pour la deuxième station)

Ascription – Etape 3 : imputation du carnet complet au receveur

Une fois le carnet donneur trouvé, l'intégralité du carnet est copiée chez le receveur.

Tout comme le processus de prédiction, la sélection de donneurs se fait séparément par univers (Nord-Sud).

6 Echantillon

6.1 Profil de l'échantillon avant redressement

Ces données sont disponibles en fin de document (p. 48) 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 2024
- 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 Jan-Avr 2026 est réalisé sur les données de cadrage issues du Golden Standard 2026.

6.2.1 Principes du redressement effectué

Pour rappel:

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Age (6 modalités) par Nielsen 3

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

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

	Nielsen 3	Other
Primaire ou secondaire inférieur		
Secondaire supérieur		
Supérieur		

10. Activité (2 modalités) par Nielsen 3

	Nielsen 3	Other
Active		
Inactive		



11. Age (6 modalités) par Bruxelles 19

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

12. Listeners/non-listeners, par région (Nord/Sud), par âge

	North		South	
	Listeners	Non Listeners	Listeners	Non Listeners
From 12 to 24 years				
From 25 to 34 years				
From 35 to 44 years				
From 45 to 54 years				
55 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	0	0,00
3.500 - 3.749	4	0,05
3.250 - 3.499	3	0,04
3.000 - 3.249	3	0,04
2.750 - 2.999	15	0,18
2.500 - 2.749	31	0,36
2.250 - 2.499	40	0,47
2.000 - 2.249	83	0,97
1.750 - 1.999	163	1,91
1.500 - 1.749	271	3,17
1.250 - 1.499	482	5,64
1.000 - 1.249	927	10,85
0.750 - 0.999	1514	17,72
0.500 - 0.749	2037	23,84
0.375 - 0.499	2155	25,22
0.250 - 0.374	617	7,22
0.125 - 0.249	199	2,33
0.000 - 0.124	0	0,00

Efficiency (%)	81,9
Poids maximal	0,25
Poids minimal	4,00
Ecart type des poids	0,47

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	15,9	5.525	10.000
Groupe 2	13,6	4.875	5.525
Groupe 3	13,7	3.500	4.875
Groupe 4	11,5	2.813	3.500
Groupe 5	11,0	2.250	2.813
Groupe 6	9,7	1.624	2.250
Groupe 7	11,6	750	1.624
Groupe 8	10,6	0	750
Ne sait pas	2,4	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 volume 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.49) dans les tableaux récapitulatifs (National, Nord, Sud).

7 Tableaux récapitulatifs

Les tableaux qui suivent reprennent les résultats suivants :

- Interviews brut (profil de l'échantillon avant redressement),
- Carnets bruts,
- Echantillon final pondéré (profil de l'échantillon après redressement),



7.1 National

National				% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2026 10.345.046	% Adresses 17.465	Interviews Brut 8.544	Carnets Net 5.726	Echantillon final pondéré 10.345.045
Sexe	Homme	49,0	n.a.	49,4	49,4	49,0
	Femme	51,0	n.a.	50,6	50,6	51,0
Age	12-24 ans	17,5	n.a.	16,8	14,0	17,5
	25-34 ans	14,6	n.a.	11,8	9,9	14,6
	35-44 ans	14,9	n.a.	15,3	15,0	14,9
	45-54 ans	14,7	n.a.	16,3	17,6	14,7
	55-64 ans	15,0	n.a.	16,5	18,8	15,0
	65 ans et plus	23,3	n.a.	23,4	24,7	23,3
Province	Flandre Orientale	13,6	11,7	10,9	11,4	13,6
	Flandre Occidentale	10,6	9,2	10,3	10,8	10,6
	Anvers	16,2	14,1	15,4	16,3	16,2
	Brabant Flamand	10,1	9,5	8,4	9,0	9,9
	Limbourg	7,8	6,7	6,7	7,2	7,8
	Bruxelles 19	10,4	11,8	12,6	11,0	10,5
	Brabant Wallon	3,5	4,1	4,1	3,9	3,7
	Hainaut	11,5	13,7	13,7	13,5	11,5
	Liège	9,5	11,2	10,1	9,2	9,5
	Namur	4,3	5,1	5,1	5,0	4,3
	Luxembourg	2,5	2,9	2,7	2,7	2,5
Nouvel Habitat CIM	New Anvers CIM	6,5	5,7	6,1	6,2	6,5
	New Gand CIM	2,7	2,1	2,4	2,3	2,7
	New Bruxelles CIM	13,9	15,8	15,1	13,6	14,0
	New Charleroi CIM	2,5	3,0	1,9	1,5	2,5
	New Liege CIM	4,1	4,9	4,4	3,7	4,1
	30 Villes Flandre	14,8	13,6	14,8	15,4	14,8
	13 Villes Wallonie	7,2	8,6	8,8	8,6	7,2
	Petites Localites Flandre	16,4	13,8	13,0	14,0	16,4
	Petites Localites Wallonie	7,4	9,0	8,1	8,2	7,4
	Communes Rurales Flandre	14,9	12,8	13,7	14,7	14,9
	Communes Rurales Wallonie	9,6	10,8	11,7	11,6	9,6
PRA	Oui	70,1	n.a.	73,0	73,4	71,2
	Non	29,9	n.a.	27,0	26,6	28,8
PRR	Oui	59,7	n.a.	63,0	63,5	59,5
	Non	40,3	n.a.	37,0	36,5	40,5

National				% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2026 10.345.046	% Adresses 17.465	Interviews Brut 8.544	Carnets Net 5.726	Echantillon final pondéré 10.345.045
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	8,6	n.a.	6,7	6,0	8,6
	Secondaire inférieur	14,5	n.a.	12,4	11,5	14,5
	Secondaire supérieur	43,1	n.a.	35,7	34,4	43,1
	Bachelor	19,6	n.a.	24,6	26,3	19,6
	Master	14,2	n.a.	20,7	21,9	14,2
	ne sait pas	0,0	n.a.			
Statut Professionnel	Actif	49,7	n.a.	49,8	51,0	49,8
	Inactif	50,3	n.a.	50,2	49,0	50,3
Actif	indépendant	4,6	n.a.	5,5	5,2	5,0
	salarié du secteur public	17,2	n.a.	17,3	17,6	16,4
	salarié du secteur privé	27,9	n.a.	27,1	28,3	28,4
	ne sait pas	0,0	n.a.			
Inactif	retraité (e)	24,2	n.a.	24,5	26,3	24,2
	étudiant (e)	15,3	n.a.	15,2	12,8	15,7
	ménagère	3,0	n.a.	2,4	2,4	3,0
	rentier+autres	0,9	n.a.	1,5	1,3	1,2
	chômeur (chômeuse)	2,8	n.a.	2,4	1,9	2,8
	invalides	4,1	n.a.	4,2	4,3	3,4
	ne sait pas	0,0	n.a.	0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	12,3	n.a.	15,9	16,4	13,0
	groupe 2	12,2	n.a.	13,6	14,9	11,1
	groupe 3	11,8	n.a.	13,7	14,2	12,4
	groupe 4	13,2	n.a.	11,5	11,8	12,0
	groupe 5	12,7	n.a.	11,0	11,1	12,5
	groupe 6	12,5	n.a.	9,7	9,4	12,0
	groupe 7	13,5	n.a.	11,6	11,0	12,4
	groupe 8	11,9	n.a.	10,6	9,4	11,9
	ne sait pas	0,0	n.a.	2,4	2,0	2,7
Composition du ménage	1 personne	18,5	n.a.	22,1	21,5	18,7
	2 personnes	31,1	n.a.	33,7	36,1	30,9
	3 personnes	17,7	n.a.	18,4	17,9	21,1
	4 personnes	18,9	n.a.	16,3	16,3	17,9
	5 personnes et +	13,7	n.a.	9,5	8,2	11,4

7.2 Nord

Nord			% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2026 5.934.747	Interviews Brut 4.444	Carnets Net 3.135	Echantillon final pondéré 5.936.025
Sexe	Homme	49,3	48,9	48,8	49,3
	Femme	50,7	51,1	51,2	50,7
Age	12-24 ans	16,6	16,8	14,0	16,7
	25-34 ans	14,1	11,5	10,7	14,1
	35-44 ans	14,6	15,2	15,2	14,6
	45-54 ans	14,4	15,8	17,0	14,4
	55-64 ans	15,5	16,8	18,7	15,5
	65 ans et plus	24,8	24,0	24,5	24,8
Province	Flandre Orientale	23,7	21,0	20,9	23,7
	Flandre Occidentale	18,4	19,9	19,7	18,4
	Anvers	28,2	29,7	29,8	28,2
	Brabant Flamand	15,0	14,7	15,0	15,0
	Limbourg	13,5	12,9	13,1	13,5
	Bruxelles	1,1	1,9	1,6	1,1
Nouvel Habitat CIM	New Antwerpen CIM	11,4	11,7	11,4	11,4
	New Gent CIM	4,7	4,6	4,3	4,7
	New Brussel CIM	3,5	3,9	3,7	3,5
	30 villes Flandre	25,8	28,4	28,1	25,8
	Petites communes Flandre	28,6	25,0	25,6	28,6
	Communes rurales Flandre	26,0	26,4	26,9	26,0
PRA	Oui	69,3	72,0	72,7	70,7
	Non	30,7	28,0	27,3	29,4
PRR	Oui	59,0	60,4	61,2	58,2
	Non	41,0	39,6	38,8	41,8
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	8,6	7,1	6,0	8,6
	Secondaire inférieur	14,7	11,5	10,9	14,7
	Secondaire supérieur	43,7	36,4	36,0	43,7
	Bachelor	20,5	25,6	26,9	20,5
	Master	12,5	19,4	20,2	12,5
	ne sait pas	0,0			

Nord			% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2026 5.934.747	Interviews Brut 4.444	Carnets Net 3.135	Echantillon final pondéré 5.936.025
Statut Professionnel	Actif	52,0	51,3	52,8	52,0
	Inactif	48,0	48,8	47,2	48,0
Activité professionnelle	indépendant	4,4	4,9	4,9	4,8
	salarié du secteur public	17,1	16,5	16,4	15,7
	salarié du secteur privé	30,4	29,8	31,5	31,5
	ne sait pas	0,0	0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	25,6	25,2	26,3	25,6
	étudiant (e)	14,3	15,6	13,1	15,2
	ménagère	2,4	2,3	2,2	2,4
	rentier + autres	0,5	0,7	0,6	0,4
	chômeur (chômeuse)	1,6	1,2	1,1	1,6
	invalide	3,6	3,9	3,9	2,8
	ne sait pas	0,0	0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	10,9	15,0	15,4	12,2
	groupe 2	12,7	14,2	15,3	11,2
	groupe 3	11,7	13,7	13,9	12,3
	groupe 4	13,0	10,9	11,1	11,5
	groupe 5	13,3	12,0	12,4	13,5
	groupe 6	13,5	9,6	9,3	12,6
	groupe 7	13,8	11,8	11,1	12,7
	groupe 8	11,2	10,2	9,3	11,2
	ne sait pas	0,0	2,5	2,2	2,8
Composition du ménage	1 personne	17,1	20,7	20,1	17,5
	2 personnes	33,5	35,1	37,4	33,0
	3 personnes	17,3	17,8	17,3	20,3
	4 personnes	19,4	17,3	17,3	18,6
	5 personnes et +	12,8	9,1	7,9	10,6

7.3 Sud

Sud			% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2026 4.410.299	Interviews Brut 4.100	Carnets Net 2.591	Echantillon final pondéré 4.409.020
Sexe	Homme	48,7	49,9	50,2	48,7
	Femme	51,3	50,1	49,8	51,4
Age	12-24 ans	18,6	16,8	14,0	18,6
	25-34 ans	15,3	12,2	9,0	15,3
	35-44 ans	15,5	15,4	14,9	15,5
	45-54 ans	15,1	16,8	18,3	15,1
	55-64 ans	14,4	16,2	18,8	14,4
	65 ans et plus	21,1	22,6	24,9	21,1
Province	Brabant Flamand	3,5	1,6	1,8	3,1
	Bruxelles	23,0	24,1	22,5	23,1
	Brabant Wallon	8,3	8,5	8,6	8,8
	Hainaut	27,0	28,5	29,9	27,0
	Liège	22,2	21,0	20,3	22,2
	Namur	10,1	10,7	11,0	10,1
	Luxembourg	5,8	5,6	5,9	5,8
Nouvel Habitat CIM	New Bruxelles CIM	28,0	27,2	25,6	28,1
	New Charleroi CIM	5,7	4,1	3,3	5,7
	New Liège CIM	9,5	9,2	8,1	9,5
	13 Villes Wallonie	16,8	18,3	19,1	16,8
	Petites Localités Wallonie	17,4	16,9	18,2	17,3
	Communes Rurales Wallonie	22,6	24,3	25,7	22,6
PRA	Oui	71,2	74,1	74,3	71,9
	Non	28,8	25,9	25,7	28,1
PRR	Oui	60,6	65,8	66,3	61,3
	Non	39,4	34,2	33,7	38,7
Diplôme	Primaire ou sans diplôme	8,7	6,3	6,0	8,7
	Secondaire inférieur	14,3	13,3	12,3	14,3
	Secondaire supérieur	42,3	35,0	32,3	42,3
	Bachelier	18,3	23,4	25,4	18,3
	Master	16,5	22,0	23,9	16,5
	ne sait pas	0,0			

Sud			% Jan-Avr 2026		
		% CIM GOLDEN STANDARD 2025 4.410.299	Interviews Brut 4.100	Carnets Net 2.591	Echantillon final pondéré 4.409.020
Statut Professionnel	Actif	46,7	48,3	48,9	46,8
	Inactif	53,3	51,7	51,1	53,3
Activité professionnelle	indépendant	4,9	6,1	5,6	5,3
	salarié du secteur public	17,3	18,1	18,9	17,2
	salarié du secteur privé	24,5	24,2	24,4	24,2
	ne sait pas	0,0	0,0	0,0	0,0
Inactif	retraité (e)	22,4	23,7	26,3	22,4
	étudiant (e)	16,8	14,9	12,5	16,4
	ménagère	3,7	2,5	2,6	3,7
	rentier + autres	1,4	2,3	2,1	2,3
	chômeur (chômeuse)	4,3	3,6	2,9	4,3
	invalides	4,7	4,7	4,8	4,2
	ne sait pas	0,0	0,0	0,0	0,0
Groupe social	groupe 1	14,1	16,8	17,6	14,1
	groupe 2	11,4	13,0	14,4	11,0
	groupe 3	11,9	13,8	14,4	12,6
	groupe 4	13,5	12,3	12,6	12,7
	groupe 5	12,0	9,9	9,5	11,1
	groupe 6	11,2	9,8	9,5	11,3
	groupe 7	13,0	11,3	10,8	12,0
	groupe 8	12,8	11,0	9,5	12,7
	ne sait pas	0,0	2,2	1,7	2,6
Composition du ménage	1 personne	20,4	23,7	23,2	20,3
	2 personnes	28,0	32,3	34,5	28,2
	3 personnes	18,3	18,9	18,6	22,2
	4 personnes	18,2	15,3	15,1	16,8
	5 personnes et +	15,0	9,9	8,5	12,6

7.4 Interviews Split face-to-face / online

	Sample	F2F	Online	CATI	MW	% online
Flanders (-BNC)						
12-17 ans	259	198	45	13	3	17%
18-24 ans	471	307	30	85	49	6%
25-34 ans	481	202	116	72	91	24%
35-44 ans	648	214	211	117	106	33%
45-54 ans	674	224	239	113	98	35%
55-64 ans	713	193	312	135	73	44%
65+	1026	618	245	104	59	24%
TOTAL	4.272	1.956	1.198	639	479	28%
New Brussels CIM						
12-17 ans	94	74	13	6	1	14%
18-24 ans	161	107	23	21	10	14%
25-34 ans	205	129	34	28	14	17%
35-44 ans	189	69	57	38	25	30%
45-54 ans	211	71	80	39	21	38%
55-64 ans	193	45	79	46	23	41%
65+	234	84	89	42	19	38%
TOTAL	1.287	579	375	220	113	29%
Wallonia (-BNC)						
12-17 ans	216	149	47	15	5	22%
18-24 ans	232	143	12	51	26	5%
25-34 ans	324	155	80	59	30	25%
35-44 ans	470	194	121	95	60	26%
45-54 ans	505	190	150	102	63	30%
55-64 ans	503	174	184	92	53	37%
65+	735	440	200	60	35	27%
TOTAL	2.985	1.445	794	474	272	27%
BELGIUM	8.544	3.980	2.367	1.333	864	28%



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 Jan-Avr 2026 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, provinciales et des grands réseaux :

Le fichier des données individuelles de la vague Jan-Avr 2026, avec 8.544 interviews. L'univers extrapolé des 12+ est composé de 10.345.043 individus.

2. Pour l'analyse d'audience des radios locales et le mediaplanning :

Un fichier cumulé de 25.064 interviews :

- Vague May-Aug 2025 : 8.249 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)
- Vague Sept-Dec 2025 : 8.271 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)
- Vague Jan-Apr 2026 : 8.544 interviews (avec un poids de 33% dans l'extrapolation totale)

Cet univers extrapolé 12+ est composé de 10.318.768 individus.

10 Les intervalles de confiance

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

Intervalle de confiance sur une proportion

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

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

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

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

n est l'effectif de l'échantillon brut (dans l'exemple ci-dessous n=4.100)

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

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

$$0,028 - 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{4.100}} < P < 0,028 + 1,96 \sqrt{\frac{0,028 * 0,972}{4.100}}$$



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

Prenons un exemple concret : nous connaissons les valeurs suivantes :

Radio X	
Taille échantillon	4.100
% 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	$6,63 \cdot 10^{-6}$
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	0,0230	2,30%
borne supérieure IC	0,0330	3,30%

Ce qui revient à dire que la "vraie proportion" d'auditeurs de la radio X a 95 % de chances de se trouver entre 2,30% et 3,30% de la population. La dernière étape consiste encore à traduire ces proportions en termes de nombres absolus.



Annexe 1: Questionnaire de recrutement (CAPI)

Master Questionnaire Template
(ÉTUDE RADIO CIM 2025 09-12)
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

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 priva [S]

Interviewer instruction: Obligatoire de lire avant de commencer l'enquête !

GfK Belgium respecte la loi sur la vie privée. Vous souhaitez voir vos données, les corriger ou les faire effacer ?

Aucun problème, veuillez nous contacter à info-cimradio.bru@gfk.com ou au 0800-57 056. Pour plus

d'informations, vous pouvez consulter notre déclaration de confidentialité en ligne: www.gfk.com/privacy.

Acceptez-vous de participer ?

- 1 : Oui
- 2 : Non > scripter : screened



Base: all respondents

Q sectorcheck [S]

Travaillez-vous pour un des types d'entreprises suivants : station(s) de télévision ou de radio, société de production audiovisuelle, éditeur de presse, marketing média, agence média ou pour un bureau d'études de marché ?

- 1 : Oui > scripter : screened
- 2 : Non

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 (ne pas demander)

- 1 : Un homme
- 2 : Une femme

A CONSOMMATION DES MEDIAS

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.

1801-xxxxx-xx-xx

Base: All respondents

Q S142 [S]

Quelle langue parlez-vous le plus souvent chez vous ?

Scripter: autofill with questionnaire language for respondents who don't get this question

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



Base: all respondents

Q Info1. [Info]

Le Centre d'Information sur les Médias réalise une enquête sur la radio en Belgique.

Votre participation est importante même si vous n'écoutez peu ou pas la radio.

Nous allons commencer par des questions sur votre consommation media des derniers mois.

Base: all respondents

Q d3 [SGRID]

Au cours **des derniers mois**, avez-vous ?

	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 ?		

Base: all respondents

Q D4 [S]

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

- 0: zéro postes
- 1: 1 poste
- 2: 2 postes
- 3: 3 postes
- 4: 4 postes ou plus

Base: If Q D4 >0

Q D5 [M]

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

[DP : Plusieurs réponses possible]

- 1 : Telenet
- 7: Proximus
- 3 : VOO
- 8 : Scarlet
- 4 : TV Vlaanderen
- 10 : Orange TV
- 13 : Tadaam
- 14 : Autre opérateur pour la TV
- 9 : Par antenne (p.ex. DVB-T, TNT...)
- 15 : Via une box IPTV ou application IPTV qui permet de recevoir la TV via internet
- 16 : Je ne suis client chez aucun opérateur pour la TV
- 12 : Je ne sais pas



Base: all respondents

Q D9 [M]

Quels sont les équipements dont vous disposez dans votre ménage ?

[DP : Plusieurs réponses possible]

6. Un ordinateur fixe
7. Un ordinateur portable
8. Une tablette avec connexion Wifi uniquement
9. Une tablette avec connexion Wifi et 4G/5G
4. Une console de jeu (Wii, Xbox, Playstation...)
5. Une console de jeu portable (PSP, Nintendo DS...)
2. Un lecteur de DVD/Blu-ray
11. Décodeur, box TV de votre opérateur
10. Aucun des équipements cités

Base: all respondents

Q D10 [M]

Parmi les appareils suivants, lesquels possédez-vous personnellement ?

[DP : Plusieurs réponses possible]

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

B RADIO

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 provinciales/locales
999. Station écoutée n'est pas dans la liste
000. N'a pas écouté la radio (*scripter: single response*)

Base: e1 = 999

Q e1_other [M]

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

Scripter: provide search field based on remaining stations

Search field should show all stations that contain search query

Autofill e1 if station is selected

999. Station écoutée n'est pas dans la liste
000. N'a pas écouté la radio (*scripter: single response*)



Base: e1 <> 000

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

Base: e2 > 000

Q e3 [S]

Quelles sont les trois radios que vous avez le plus écoutées 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!)

C Habitudes d'écoute

Base: e1 <> 000

Q qe1 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous la radio pendant la période ci-dessous ?

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

	Tous les jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
Du lundi au vendredi 05:00 – 06:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 06:00 – 09:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 09:00 – 12:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 12:00 – 14:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 14:00 – 16:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 16:00 – 18:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 18:00 – 20:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 20:00 – 24:00	☐	☐	☐	☐	☐
Du lundi au vendredi 24:00 – 05:00	☐	☐	☐	☐	☐

Base: e1 <> 000

Q qe2 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous la radio pendant **la période ci-dessous** ?

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

	Tous les jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
Samedi 05:00 – 06:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 06:00 – 09:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 09:00 – 12:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 12:00 – 14:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 14:00 – 16:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 16:00 – 18:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 18:00 – 20:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 20:00 – 24:00	☐	☐	☐	☐	☐
Samedi 24:00 – 05:00	☐	☐	☐	☐	☐

Base: e1 <> 000

Q qe3 [SGRID]

En général, à quelle fréquence écoutez-vous la radio pendant **la période ci-dessous** ?

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

	Tous les jours	Presque tous les jours	Une ou deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais
Dimanche 05:00 – 06:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 06:00 – 09:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 09:00 – 12:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 12:00 – 14:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 14:00 – 16:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 16:00 – 18:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 18:00 – 20:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 20:00 – 24:00	☐	☐	☐	☐	☐
Dimanche 24:00 – 05:00	☐	☐	☐	☐	☐



C MÉDIAS

Base: e1 <> 000

Q x1_filter [SGRID]

Au cours des derniers mois, avec quels appareils avez-vous écouté la radio ?

Interviewer instruction : lisez chaque support séparément.

- 12. Un poste de radio FM (radio transistor, chaîne hi-fi, radio-réveil...)
 - ☐ Oui
 - ☐ Non
- 13. Un poste de radio DAB+
 - ☐ ...
- 9. Un autoradio FM
- 10. Un autoradio DAB+
- 14. Apple CarPlay (qui permet de connecter un iPhone à l'écran d'un véhicule)
- 15. Android Auto (qui permet de connecter un smartphone Android à l'écran d'un véhicule)
- 3. Un poste de télévision
- 4. Un ordinateur portable ou fixe
- 5. Un smartphone ou un GSM
- 7. Une tablette (ex.: Ipad)
- 8. Une Radio Wifi (récepteur de web radio)
- 11. Une enceinte connectée avec assistance vocale (Amazon Echo, Google Home, Apple HomePod...)

Base: x1_filter at least once 'yes'

Q x1 [SGRID]

A quelle fréquence écoutez-vous la radio avec...?

Interviewer instruction : lisez chaque support séparément.

Scripter show first item with answer 'yes' in x1_filter

- 1. 1 ou plusieurs fois par jour
- 2. Plusieurs fois par semaine
- 3. 1 fois par semaine
- 4. 1 ou plusieurs fois par mois
- 5. Moins d'une fois par mois
- 6. Jamais (hidden: if item not selected in x1_filter, then autofill with hidden answer option 6 'never')

En moyenne, sur une journée, combien de temps écoutez-vous la radio via ... ?

Scripter show first item with answer 'yes' in x1_filter

Scripter: if item not selected in x1_filter, then leave empty

Interviewer instruction : lisez chaque support séparément.

- 1. Moins de 5 minutes
- 2. Moins d'un quart d'heure
- 3. Moins d'une demi-heure
- 4. Moins d'une heure
- 5. 1 à 2 heures
- 6. Plus de 2 heures



Base: e1 <> 000

Q x1b [SGRID]

Scripter: autofill with answers on duration from x1

Base: all respondents

Q99 [M]

Au cours des derniers mois, avez-vous écouté... ?

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 une plateforme qui regroupe différentes radios (p.ex. Tuneln, Radioplayer.be...)
11. Des podcasts audio ou des programmes radio en replay
8. Des services de streaming audio (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

Base: Q99 = 11

Q100 [M]

Quels types de podcasts audio écoutez-vous ?

1. Des podcasts d'émissions radio (p. ex. rediffusions, fragments, ...)
2. Des podcasts liés à des émissions TV
3. D'autres podcasts de chaînes radio ou TV
4. Des podcasts de journaux ou de magazines
5. D'autres podcasts avec du contenu original (p.ex. fiction, culture, humour, ..)
6. Je ne sais pas

D Volet du Carnet

Base: all respondents

Q DGBLU [S]

Nous allons poursuivre en vous demandant de détailler **vosre écoute pendant 7 jours** à l'aide d'un carnet. Nous allons remplir ensemble votre écoute pour la journée d'hier.

Dans ce carnet vous pourrez indiquer:

- Si vous avez écouté ou non la radio hier
- Quelles radios vous avez écoutées
- Le moment et le lieu où vous les avez écoutées
- Si c'était via Internet ou non

Vous pouvez le remplir à l'aide d'un carnet papier ou d'un carnet en ligne sur PC/Ordinateur portable ou via un appareil mobile. Même si vous n'écoutez que peu ou pas du tout, votre participation est importante.

Remplir le carnet ne prend que quelques minutes par jour. En renvoyant le carnet complété, vous aurez une chance de gagner l'un de nos superbes prix :

- Un Smartphone Samsung Galaxy
- Un Nintendo Switch
- Un bon Bongo d'une valeur de 250€
- Des bons d'achat d'une valeur de 50€



Base: all respondents

Q DGBL1_papier [S]

Il y a trois manières de remplir le carnet.

Vous pouvez choisir de remplir le carnet papier.

[Interviewer instruction](#) : **Montrez le carnet papier**

Quand vous remplissez le carnet papier, vous pouvez le renvoyer **gratuitement à l'aide de cette enveloppe de retour préaffranchie**.

Base: all respondents

Q DGBL1_grid [S]

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

[Interviewer instruction](#) : **Montrez le printscreen**

Si vous remplissez le carnet en ligne, vous devez simplement confirmer votre carnet en ligne après 7 jours.



Base: all respondents

Q DGBL1_app [S]

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

[Interviewer instruction](#) : Montrez le printscreen

Même si vous remplissez le carnet sur votre smartphone ou votre tablette, il vous suffit de confirmer votre carnet en ligne après 7 jours.

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

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

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)

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

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 carnet jusqu'à quelques heures avant l'entretien)

Et quelles radios avez-vous écoutées aujourd'hui ?

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** qui permet de renvoyer le carnet sans frais.

Base: DGBL2=1

Q newDGBL4B [S]

Si vous décidez plutôt de remplir le carnet **en ligne**, vous trouverez **au dos** du carnet, votre **numéro de carnet personnel et votre mot de passe** qui vous permettront d'accéder au carnet via le **site web** <https://e-diary.gfk.com/cimradio> . Cela peut se faire aussi bien sur un PC que sur un smartphone ou une tablette.

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: If DGBL2=2 or 3

Q i469 [S]

Reprenez maintenant les données provenant du eDiary 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.
Lorsque vous fournirez votre adresse e-mail, vous recevrez demain un **e-mail contenant un lien vers votre carnet en ligne**.

If DGBL2=2 or 3

Si vous souhaitez malgré tout compléter le carnet sur un appareil mobile, ce n'est pas un problème.
Vous pouvez également ouvrir le carnet sur votre **smartphone ou tablette via le même lien**.

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** <https://e-diary.gfk.com/cimradio>

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.
Lorsque vous fournirez votre adresse e-mail, vous recevrez demain un **e-mail contenant un lien vers votre carnet en ligne**.

Je vous donnerai le **carnet papier**. Vous êtes totalement libre de choisir la méthode que vous souhaitez utiliser pour remplir le carnet.

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** <https://e-diary.gfk.com/cimradio>.
Le carnet est accessible via un PC, un smartphone ou une tablette.



Base: all respondents

QEMAIL [S] [O]

Afin de vous envoyer le lien vers l'agenda en ligne, vous devrez fournir votre adresse e-mail.

1. Adresse e-mail:
Adresse e-mail (pour confirmation): (SCRIPTER: if both mailaddresses are not identical, there should be an error message)
2. Je ne désire pas indiquer mon adresse e-mail.
3. Le répondant n'a pas d'adresse e-mail / ne se souvient pas de son adresse e-mail

If QEMAIL=1

Souhaitez-vous également recevoir un rappel par e-mail pour compléter votre carnet?

1. Oui
2. Non

Base: all respondents

Q QF2 [S]

Pouvons-nous vous demander de continuer à remplir ce carnet pendant les 7 prochains jours, exactement comme nous venons de le faire ensemble?

- 1: Oui, accepte le Carnet
- 2: Non, n'accepte pas le Carnet

Base: all respondents

Q qf7 [S]

[Check-list pour l'enquêteur :]

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



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

Base: all respondents

Q qf3 [S]

ENQ. : Les procédures suivantes ont-elles été accomplies ?

Scripter: provide one tickbox before advancing to next screen

- ➔ 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.

H SOCIO DEMOGRAPHICS

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 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 s92a = 2, 3 or 4

408_new [S]

Quelle est la taille de l'entreprise où vous travaillez ?

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

- 1: 1 travailleur
- 2: 2-9 travailleurs
- 3: 10-49 travailleurs
- 4: 50-99 travailleurs
- 5: 100-249 travailleurs
- 6: 250-499 travailleurs
- 7: 500+ travailleurs



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

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

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

Base: all respondents

Pour terminer, nous aimerions vous demander de compléter encore quelques données personnelles. Vos données seront uniquement utilisées dans le cadre de cette étude et éventuellement pour vous recontacter pour d'autres études CIM.

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 :

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.

Commune du répondant :

GSM :

Le numéro de GSM du répondant :

- 1 : Le répondant ne veut pas donner son numéro de GSM
- 2 : Le répondant n'a pas de numéro de GSM

LE NUMERO DE TELEPHONE :

Le numéro de téléphone du répondant :

SI NOUS N'AVONS PAS LE NUMERO DE TELEPHONE DU REpondant, CELUI-CI NE POURRA PAS ETRE REPRIS DANS LA LISTE DU TIRAGE DES GAGNANTS. UN NUMERO DE TELEPHONE EST DONC INDISPENSABLE CAR LORS D'UN EVENTUEL GAIN DE L'UN DE NOS PRIX, LE REpondant EST CONTACTE PERSONNELLEMENT. CELA NOUS PERMET EGALEMENT DE FAIRE DES CONTROLES PENDANT OU APRES LA PERIODE DE L'ETUDE.

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 REMARK [S]

Avez-vous encore une remarque importante ?

1: remarque > scripter : insert open end

2: pas de remarque

VII. STANDARD SCREENED OUT TEXT FOR PANEL SAMPLE:

Un grand merci pour votre participation à cette enquête !

END of CAPI interview

Interviewer instruction: Interviewer complétez le temps final

END OF QUESTIONNAIRE



Annexe 2 : Guide pour la relance téléphonique

Relance téléphonique CIM Radio

INTRO

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

Puis-je parler à <nom>?

Récemment, vous avez participé à une enquête sur la radio. Je vous remercie d'y avoir collaboré. Entretemps vous avez reçu une invitation à compléter votre 2ème/3ème/4ème (base on diary_nbr) carnet d'écoute.

Q1. Avez-vous déjà rempli et renvoyé le carnet à GfK?

1. Oui => Merci beaucoup d'avoir participé à l'étude, d'avoir rempli le carnet et de nous l'avoir renvoyé. Je vous souhaite une agréable journée/soirée. => STOP
2. Non

Q2. Pour quelle raison n'avez-vous pas rempli et renvoyé le carnet à GfK ?

Instruction pour l'enquêteur : Lorsque les répondants indiquent qu'ils n'ont pas le temps, essayez de les convaincre en mentionnant que remplir le carnet ne prend pas beaucoup de temps. En cas de problèmes, posez des questions précises et prenez notes.

1. Pas reçu de carnet en ligne (Instruction pour l'enquêteur : Vérifiez l'adresse e-mail et notez-la sur la page d'action).
2. Pas reçu de carnet papier (Instruction pour l'enquêteur : Vérifiez l'adresse et notez-la sur la page d'action).
3. Manque de temps
4. Pas intéressé
5. Oublié
6. Problèmes pour remplir le carnet (Instruction pour l'enquêteur : indiquer si le répondant n'a plus ses données de connexion, a perdu son carnet papier ou son enveloppe, ...)
7. Autre : (Add open textbox)

Q3. Serait-il encore possible de remplir le carnet et de nous le renvoyer ?

Si vous remplissez le carnet et nous le renvoyez, vous pouvez gagner l'un de nos prix : des bons cadeaux de €50, un Smartphone Samsung Galaxy, un Nintendo Switch Lite ou un bon d'achat Bongo d'une valeur de €250.

1. Oui
2. Non
3. Ne sait pas

Qactionpage

Instruction pour l'enquêteur : Notez ici concrètement et en détail les actions à entreprendre : renvoyer le carnet en ligne, compléter/modifier les données d'adresse, compléter/modifier l'adresse e-mail, radier le répondant, renvoyer le carnet, ...

Si aucune mesure ne doit être prise, veuillez également l'indiquer.

Merci beaucoup pour votre coopération ! Je vous souhaite une agréable journée/soirée!

Annexe 3 : Liste des regroupements

	: Station not reported at that time
	: Station reported but is not part of the regrouping

Group Family Radio		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Club FM	Club FM	
Aktief Classixx	Aktief Classixx	
Radio Accent	Radio Accent	
KIX	KIX	
Family Radio	Family Radio	
Kustradio Classixx	Kustradio Classixx	
Radio Domino	Radio Domino	
Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)	
Radio Tamboer	Radio Tamboer	
Pink	Pink	
Classixx	Classixx	

Complément Regio Max NL		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Radio Minerva	Radio Minerva	
Roxx	Roxx	

Internet Others		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
SIS Radio	SIS Radio	SIS Radio
Ment55	Ment55	Ment55
TOPversuzRadio	TOPversuzRadio	

Belgian Other Stations NL		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Belgian local NL	Belgian local NL	Belgian local NL
Belgian Other NL	Belgian Other NL	Belgian Other NL
Radio Maria	Radio Maria	Radio Maria
RGR FM	RGR FM	RGR FM
Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen
Mentpop	Mentpop	Mentpop
		Club FM
		Aktief Classixx
		Radio Accent
		KIX
		Family Radio
		Kustradio Classixx
		Radio Domino
		Radio Expres (Antwerpen)
		Radio Tamboer
		Pink
		Classixx
		Radio Minerva
		Roxx

Belgian Other Stations FR		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Belgian Local FR	Belgian Local FR	Belgian Local FR
Belgian Others FR	Belgian Others FR	Belgian Others FR
1RCF	1RCF	1RCF
BRF	BRF	BRF
Antipode	Antipode	Antipode
		BXFM

Webradios Chérie		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Chérie 80's	Chérie 80's	Chérie 80's
Chérie 90's	Chérie 90's	Chérie 90's
Chérie Frenchy	Chérie Frenchy	Chérie Frenchy
Chérie Happy	Chérie Happy	Chérie Happy
Chérie Jazzy	Chérie Jazzy	Chérie Jazzy
Chérie Love Songs	Chérie Love Songs	Chérie Love Songs
Chérie Sweet Home	Chérie Sweet Home	Chérie Sweet Home
Chérie Zen	Chérie Zen	Chérie Zen

Webradios Nostalgie (FR)		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Le Meilleur de Nostalgie	Le Meilleur de Nostalgie	Le Meilleur de Nostalgie
Nostalgie 100% Johnny Hallyday	Nostalgie 100% Johnny Hallyday	Nostalgie 100% Johnny Hallyday
Nostalgie 2000	Nostalgie 2000	Nostalgie 2000
Nostalgie 60	Nostalgie 60	Nostalgie 60
Nostalgie 70	Nostalgie 70	Nostalgie 70
Nostalgie 80	Nostalgie 80	Nostalgie 80
Nostalgie 90	Nostalgie 90	Nostalgie 90
Nostalgie Camping	Nostalgie Camping	Nostalgie Camping
Nostalgie Chansons Françaises	Nostalgie Chansons Françaises	Nostalgie Chansons Françaises
	Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas
Nostalgie Cinéma	Nostalgie Cinéma	Nostalgie Cinéma
Nostalgie Dance 80	Nostalgie Dance 80	Nostalgie Dance 80
Nostalgie Dance 90	Nostalgie Dance 90	Nostalgie Dance 90
Nostalgie Fiesta	Nostalgie Fiesta	Nostalgie Fiesta
Nostalgie Italia	Nostalgie Italia	Nostalgie Italia
Nostalgie Jazz	Nostalgie Jazz	Nostalgie Jazz
Nostalgie Love	Nostalgie Love	Nostalgie Love
Nostalgie New Wave	Nostalgie New Wave	Nostalgie New Wave
Nostalgie Pop 80	Nostalgie Pop 80	Nostalgie Pop 80
Nostalgie Pop 90	Nostalgie Pop 90	Nostalgie Pop 90
Nostalgie Rock 80	Nostalgie Rock 80	Nostalgie Rock 80
Nostalgie Rock 90	Nostalgie Rock 90	Nostalgie Rock 90
Nostalgie Rock Classics	Nostalgie Rock Classics	Nostalgie Rock Classics
Nostalgie SoulParty	Nostalgie SoulParty	Nostalgie SoulParty
Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime
Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K	Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K	Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K
Nostalgie Relax	Nostalgie Relax	Nostalgie Relax
	Nostalgie Live	Nostalgie Live

Webradios NRJ		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
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 2000	NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000
NRJ Hits 90	NRJ Hits 90	NRJ Hits 90
NRJ Latino	NRJ Latino	NRJ Latino
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 Classic RNB	NRJ Classic RNB	NRJ Classic RNB
NRJ Hits XXL	NRJ Hits XXL	
NRJ TikTok	NRJ TikTok	

Webradios Contact		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Contact - La playlist de Tonton	Contact - La playlist de Tonton	Contact - La playlist de Tonton
Contact 2000	Contact 2000	Contact 2000
Contact DJ's	Contact DJ's	Contact DJ's
Contact Kids	Contact Kids	Contact Kids
Contact Fresh	Contact 'Le Hit Contact'	Contact 'Le Hit Contact'
Contact 80's	Contact Max 80	Contact Max 80
Contact 90's	Contact Max 90	Contact Max 90

Webradios Bel RTL		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Bel RTL 60 70	bel RTL 100% Français	bel RTL 100% Français
Bel RTL 80	bel RTL 100% Grosses Têtes	bel RTL 100% Grosses Têtes
Bel RTL 90	bel RTL 100% Numéro 1	bel RTL 100% Numéro 1
Bel RTL Chanson Française	bel RTL 100% Relax	bel RTL 100% Relax
Bel RTL Comédie	bel RTL Génération 60 70	bel RTL Génération 60 70
Bel RTL Happy	bel RTL Génération 80 90	bel RTL Génération 80 90
Bel RTL Musique	bel RTL Happy Hour	bel RTL Happy Hour

Webradios LN Radio		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
LN Radio Belgium	LN Radio Belgium	LN Radio Belgium
LN Radio Relax	LN Radio Relax	LN Radio Relax

Webradios Classic 21		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Classic 21 60's	Classic 21 60's	RTBF Classic 21 60's
Classic 21 70's	Classic 21 70's	RTBF Classic 21 70's
Classic 21 80's	Classic 21 80's	RTBF Classic 21 80's
Classic 21 80's New Wave	Classic 21 80's New Wave	RTBF Classic 21 80's New Wave
Classic 21 90's	Classic 21 90's	RTBF Classic 21 90's
Classic 21 Blues	Classic 21 Blues	RTBF Classic 21 Blues
Classic 21 Live	Classic 21 Live	RTBF Classic 21 Live
Classic 21 Métal	Classic 21 Métal	RTBF Classic 21 Métal
Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock	RTBF Classic 21 Noir Jaune Rock
Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66	RTBF Classic 21 Route 66
Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower	RTBF Classic 21 Soulpower
Classic 21 Underground	Classic 21 Underground	RTBF Classic 21 Underground

Webradios Musiq3		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Musiq3 Baroque	Musiq3 Baroque	RTBF Musiq3 Baroque
Musiq3 Jazz	Musiq3 Jazz	RTBF Musiq3 Jazz
Musiq3 Top du Classique	Musiq3 Top du Classique	RTBF Musiq3 Top du Classique

Webradios La Première		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
La Première Vision	La Première Vision	RTBF La Première Vision

Webradios Vivacité		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Vivacité Vision	Vivacité Vision	RTBF Vivacité Vision

Webradios Tipik		
May-Aug 2025	Sept-Dec 2025	Jan-Apr 2026
Tipik à l'ancienne	Tipik à l'ancienne	RTBF Tipik à l'ancienne
Tipik Vision	Tipik Vision	RTBF Tipik Vision

	: Station not reported at that time
	: Station reported but is not part of the regrouping

Group Family Radio		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Club FM	Club FM	
Aktief Classixx	Aktief Classixx	
Radio Accent	Radio Accent	
KIX	KIX	
Family Radio	Family Radio	
Kustradio Classixx	Kustradio Classixx	
Radio Domino	Radio Domino	
Radio Expres (Antwerpen)	Radio Expres (Antwerpen)	
Radio Tamboer	Radio Tamboer	
Pink	Pink	
Classixx	Classixx	

Complement Regio Max NL		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Radio Minerva	Radio Minerva	
Roxx	Roxx	

Internet Others		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
SIS Radio	SIS Radio	SIS Radio
Ment55	Ment55	Ment55
	Nostalgie Live	Nostalgie Live
		NRJ Hits XXL
		NRJ TikTok

Belgian Other Stations NL		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Belgian local NL	Belgian local NL	Belgian local NL
Belgian Other NL	Belgian Other NL	Belgian Other NL
Radio Maria	Radio Maria	Radio Maria
RGR FM	RGR FM	RGR FM
Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen	Stadsradio Vlaanderen
Mentpop	Mentpop	Mentpop
		Club FM
		Aktief Classixx
		Radio Accent
		KIX
		Family Radio
		Kustradio Classixx
		Radio Domino
		Radio Expres (Antwerpen)
		Radio Tamboer
		Pink
		Classixx
		Radio Minerva
		Roxx

Belgian Other Stations FR		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Belgian Local FR	Belgian Local FR	Belgian Local FR
Belgian Others FR	Belgian Others FR	Belgian Others FR
1RCF	1RCF	1RCF
BRF	BRF	BRF
Antipode	Antipode	Antipode
	RTBF MIX	RTBF MIX
		BXFM

Webradios Chérie		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Chérie 80's	Chérie 80's	Chérie 80's
Chérie 90's	Chérie 90's	Chérie 90's
Chérie Frenchy	Chérie Frenchy	Chérie Frenchy
Chérie Happy	Chérie Happy	Chérie Happy
Chérie Jazzy	Chérie Jazzy	Chérie Jazzy
Chérie Love Songs	Chérie Love Songs	Chérie Love Songs
Chérie Sweet Home	Chérie Sweet Home	Chérie Sweet Home
Chérie Zen	Chérie Zen	Chérie Zen

Webradios Nostalgie (FR)		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Le Meilleur de Nostalgie	Le Meilleur de Nostalgie	Le Meilleur de Nostalgie
Nostalgie 100% Johnny Hallyday	Nostalgie 100% Johnny Hallyday	Nostalgie 100% Johnny Hallyday
Nostalgie 2000	Nostalgie 2000	Nostalgie 2000
Nostalgie 60	Nostalgie 60	Nostalgie 60
Nostalgie 70	Nostalgie 70	Nostalgie 70
Nostalgie 80	Nostalgie 80	Nostalgie 80
Nostalgie 90	Nostalgie 90	Nostalgie 90
Nostalgie Chansons Françaises	Nostalgie Chansons Françaises	Nostalgie Chansons Françaises
Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas	Nostalgie Christmas
Nostalgie Cinéma	Nostalgie Cinéma	Nostalgie Cinéma
Nostalgie Dance 80	Nostalgie Dance 80	Nostalgie Dance 80
Nostalgie Dance 90	Nostalgie Dance 90	Nostalgie Dance 90
Nostalgie Fiesta	Nostalgie Fiesta	Nostalgie Fiesta
Nostalgie Italia	Nostalgie Italia	Nostalgie Italia
Nostalgie Jazz	Nostalgie Jazz	Nostalgie Jazz
Nostalgie Love	Nostalgie Love	Nostalgie Love
Nostalgie New Wave	Nostalgie New Wave	Nostalgie New Wave
Nostalgie Pop 80	Nostalgie Pop 80	Nostalgie Pop 80
Nostalgie Pop 90	Nostalgie Pop 90	Nostalgie Pop 90
Nostalgie Rock 80	Nostalgie Rock 80	Nostalgie Rock 80
Nostalgie Rock 90	Nostalgie Rock 90	Nostalgie Rock 90
Nostalgie Rock Classics	Nostalgie Rock Classics	Nostalgie Rock Classics
Nostalgie SoulParty	Nostalgie SoulParty	Nostalgie SoulParty
Nostalgie Camping	Nostalgie Camping	Nostalgie Camping
Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime	Nostalgie Summertime
Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K	Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K	Nostalgie Hip Hop & RnB Classics by Daddy K
Nostalgie Relax	Nostalgie Relax	Nostalgie Relax

Webradios NRJ		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
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 2000	NRJ Hits 2000	NRJ Hits 2000
NRJ Hits 90	NRJ Hits 90	NRJ Hits 90
NRJ Latino	NRJ Latino	NRJ Latino
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 Classic RNB	NRJ Classic RNB	NRJ Classic RNB
NRJ Hits XXL	NRJ Hits XXL	
NRJ Tik Tok	NRJ Tik Tok	

Webradios Contact		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Contact - La playlist de Tonton	Contact - La playlist de Tonton	Contact - La playlist de Tonton
Contact 2000	Contact 2000	Contact 2000
Contact 80's	Contact Max 80	Contact Max 80
Contact 90's	Contact Max 90	Contact Max 90
Contact DJ's	Contact DJ's	Contact DJ's
Contact Kids	Contact Kids	Contact Kids
Contact Fresh	Contact 'Le Hit Contact'	Contact 'Le Hit Contact'
Webradios Bel RTL		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Bel RTL 60 70	bel RTL 100% Français	bel RTL 100% Français
Bel RTL 80	bel RTL 100% Grosses Têtes	bel RTL 100% Grosses Têtes
Bel RTL 90	bel RTL 100% Numéro 1	bel RTL 100% Numéro 1
Bel RTL Chanson Française	bel RTL 100% Relax	bel RTL 100% Relax
Bel RTL Comédie	bel RTL Génération 60 70	bel RTL Génération 60 70
Bel RTL Happy	bel RTL Génération 80 90	bel RTL Génération 80 90
Bel RTL Musique	bel RTL Happy Hour	bel RTL Happy Hour
Webradios LN Radio		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
LN Radio Belgium	LN Radio Belgium	LN Radio Belgium
LN Radio Relax	LN Radio Relax	LN Radio Relax
Webradios Classic 21		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Classic 21 60's	Classic 21 60's	RTBF Classic 21 60's
Classic 21 70's	Classic 21 70's	RTBF Classic 21 70's
Classic 21 80's	Classic 21 80's	RTBF Classic 21 80's
Classic 21 80's New Wave	Classic 21 80's New Wave	RTBF Classic 21 80's New Wave
Classic 21 90's	Classic 21 90's	RTBF Classic 21 90's
Classic 21 Blues	Classic 21 Blues	RTBF Classic 21 Blues
Classic 21 Live	Classic 21 Live	RTBF Classic 21 Live
Classic 21 Métal	Classic 21 Métal	RTBF Classic 21 Métal
Classic 21 Noir Jaune Rock	Classic 21 Noir Jaune Rock	RTBF Classic 21 Noir Jaune Rock
Classic 21 Route 66	Classic 21 Route 66	RTBF Classic 21 Route 66
Classic 21 Soulpower	Classic 21 Soulpower	RTBF Classic 21 Soulpower
Classic 21 Underground	Classic 21 Underground	RTBF Classic 21 Underground
Webradios Musiq3		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Musiq3 Baroque	Musiq3 Baroque	RTBF Musiq3 Baroque
Musiq3 Jazz	Musiq3 Jazz	RTBF Musiq3 Jazz
Musiq3 Top du Classique	Musiq3 Top du Classique	RTBF Musiq3 Top du Classique
Webradios La Première		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
La Première Vision	La Première Vision	RTBF La Première Vision
Webradios Vivacité		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Vivacité Vision	Vivacité Vision	RTBF Vivacité Vision
Webradios Tipik		
Sept-Dec 2024+Jan-Apr 2025+May-Aug 2025	Jan-Apr 2025+May-Aug 2025+Sept-Dec 2025	May-Aug 2025+Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026
Tipik Vision	Tipik Vision	RTBF Tipik Vision
Tipik à l'ancienne	Tipik à l'ancienne	RTBF Tipik à l'ancienne



Annexe 4 : Codebook de publication

Jan-Apr 2026	
Nationale zenders (NL)	Webradios (NL)
JOE	JOE Lage Landen
JOE Christmas	JOE Top 2000
JOE Gold	Ketnet Hits (VRT)
JOE 80s-90s	Nostalgie 80s
JOE Easy	Nostalgie 90s & 00s
Klara (VRT)	Nostalgie Relax (NL)
Klara Continuo (VRT)	Nostalgie Top 3000
MNM (VRT)	Radio 1 Classics (VRT)
MNM Hits (VRT)	Radio 2 Relax (voormalig Radio 2 Unwind)
Nostalgie (NL)	Studio Brussel De Jaren Nul (VRT)
Nostalgie Plus (NL)	Studio Brussel UNTZ (VRT)
NRJ Vlaanderen	Studio Brussel Vuurland (VRT)
Q-Foute Radio	Studio Brussel Zware Gitaren (VRT)
Q Maximum Hits (voormalig Q-AllStars)	TOPbam
Qmusic	TOPdance1000
Radio 1 (VRT)	TOPIbiza (voormalig Kamping Kitch Club Radio)
Radio 2 (VRT)	TOPretroArena
Radio Bene (VRT)	TOPschaamtelooos
StuBru De Tijdloze (VRT)	TOPtechno
Studio Brussel (VRT)	TOPzen
Tomorrowland One World Radio	TOPzillion (voormalig TOPzillion100)
TOP (voormalig TOPradio)	
TOP2	
VRT (overkoepelende code)	
VRT NWS (VRT)	
Willy	
Willy Class X	
Packages - regroupements	
Belgian Other stations NL	

Jan-Apr 2026	
Radios nationales (FR)	Radios internet (FR)
Bel RTL	Chérie
Contact MAX	Mint
Fun Radio	Urban Fun
Info Routes	Packages - regroupements
LN Radio	Belgian Other stations FR
Nostalgie (FR)	Webradios Bel RTL
Nostalgie + (FR)	Webradios Chérie
NRJ	Webradios Classic 21
NRJ+	Webradios Contact
Radio Contact	Webradios La Première
RTBF (code générique)	Webradios LN Radio
RTBF Classic 21	Webradios Musiq3
RTBF Jam.	Webradios Nostalgie (FR)
RTBF La Première	Webradios NRJ
RTBF Musiq3	Webradios Tipik
RTBF Tarmac	Webradios Vivacité
RTBF Tipik	
RTBF Viva +	
RTBF Viva Sport	
RTBF VivaCité	
Sud Radio	
Radios provinciales (FR)	
Maximum FM	
Inside Radio	

May-Aug 2025 + Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026	
Nationale zenders (NL)	Webradios (NL)
JOE	JOE Lage Landen
JOE Christmas	JOE Top 2000
JOE Gold	Ketnet Hits (VRT)
JOE 80s-90s	Nostalgie 80s
JOE Easy	Nostalgie 90s & 00s
Klara (VRT)	Nostalgie Relax (NL)
Klara Continuo (VRT)	Nostalgie Top 3000
MNM (VRT)	Radio 1 Classics (VRT)
MNM Hits (VRT)	Radio 2 Relax (voormalig Radio 2 Unwind)
Nostalgie (NL)	Studio Brussel De Jaren Nul (VRT)
Nostalgie Plus (NL)	Studio Brussel UNTZ (VRT)
NRJ Vlaanderen	Studio Brussel Vuurland (VRT)
Q-Foute Radio	Studio Brussel Zware Gitaren (VRT)
Q Maximum Hits (voormalig Q-AllStars)	TOPbam
Qmusic	TOPdance1000
Radio 1 (VRT)	TOPIbiza (voormalig Kamping Kitch Club Radio)
Radio 2 (VRT)	TOPretroArena
Radio Bene (VRT)	TOPschaamtelooos
StuBru De Tijdloze (VRT)	TOPtechno
Studio Brussel (VRT)	TOPzen
Tomorrowland One World Radio	TOPzillion (voormalig TOPzillion100)
TOP (voormalig TOPradio)	
TOP2	
VRT (overkoepelende code)	
VRT NWS (VRT)	
Willy	
Willy Class X	
Packages - regroupements	
Belgian Other stations NL	

May-Aug 2025 + Sept-Dec 2025 + Jan-Apr 2026	
Radios nationales (FR)	Radios internet (FR)
Bel RTL	Chérie
Contact MAX	Mint
Fun Radio	Urban Fun
Info Routes	Packages - regroupements
LN Radio	Belgian Other stations FR
Nostalgie (FR)	Webradios Bel RTL
Nostalgie + (FR)	Webradios Chérie
NRJ	Webradios Classic 21
NRJ+	Webradios Contact
Radio Contact	Webradios La Première
RTBF (code générique)	Webradios LN Radio
RTBF Classic 21	Webradios Musiq3
RTBF Jam.	Webradios Nostalgie (FR)
RTBF La Première	Webradios NRJ
RTBF Musiq3	Webradios Tipik
RTBF Tarmac	Webradios Vivacité
RTBF Tipik	
RTBF Viva +	
RTBF Viva Sport	
RTBF VivaCité	
Sud Radio	
Radios provinciales (FR)	
Maximum FM	
Inside Radio (anciennement Must FM)	
Sud Radio	

Annexe 5 : Bornes HML

Univers NORD

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	21,4	139	720
Medium	21,7	18	139
Light	17,5	-	18
Non listener	39,4	-	-

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	22,9	33	720
Medium	21,1	9	33
Light	30,4	-	9
Non listener	25,6	-	-

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	11,3	139	360
Medium	12,8	23	139
Light	15,3	-	23
Non listener	60,7	-	-

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	13,5	17	360
Medium	18,5	6	17
Light	15	-	6
Non listener	53	-	-

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	12,5	139	360
Medium	12,4	10	139
Light	9,3	-	10
Non listener	65,8	-	-

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	12,2	23	360
Medium	9,8	10	23
Light	17,4	-	10
Non listener	60,7	-	-

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	9,2	35	360
Medium	8,3	4	35
Light	6,8	-	4
Non listener	75,7	-	-

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5,8	23	360
Medium	4,7	4	23
Light	4,7	-	4
Non listener	84,9	-	-

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,1	23	360
Medium	8,3	4	23
Light	7,9	-	4
Non listener	77,7	-	-

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	0	3	3
Medium	0	3	3
Light	0	-	3
Non listener	100	-	-



Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,5	23	360
Medium	1,7	4	23
Light	2,1	-	4
Non listener	94,8	-	-

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	2,2	90	360
Medium	2,3	12	90
Light	2,9	-	12
Non listener	92,6	-	-

Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,7	90	360
Medium	1,8	10	90
Light	2,2	-	10
Non listener	94,2	-	-

Poste Radio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	12,2	139	720
Medium	12,5	35	139
Light	20,7	-	35
Non listener	54,6	-	-

Autoradio	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	24,9	18	720
Medium	14,6	9	18
Light	21,8	-	9
Non listener	38,7	-	-

Radio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	15,3	46	360
Medium	11,6	12	46
Light	10,8	-	12
Non listener	62,3	-	-

Autoradio FM	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	13,6	23	360
Medium	13,2	10	23
Light	19,1	-	10
Non listener	54,1	-	-

Radio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	7	46	360
Medium	5,2	10	46
Light	5,4	-	10
Non listener	82,4	-	-

Autoradio DAB+	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	9,4	23	360
Medium	6,5	10	23
Light	9,4	-	10
Non listener	74,8	-	-

Poste TV	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	5,3	45	360
Medium	6,5	10	45
Light	8,7	-	10
Non listener	79,5	-	-

Ordinateur	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	3,1	45	360
Medium	3,5	9	45
Light	5,6	-	9
Non listener	87,8	-	-

Téléphone	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	6,7	23	360
Medium	6	4	23
Light	6,5	-	4
Non listener	80,9	-	-

Lecteur MP3	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	0	1	1
Medium	0	1	1
Light	0	-	1
Non listener	100	-	-

Tablette	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1	23	360
Medium	1,4	4	23
Light	1,2	-	4
Non listener	96,4	-	-

Radio Wifi	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,3	23	360
Medium	1,4	4	23
Light	1,6	-	4
Non listener	95,7	-	-



Enceinte intelligente	% brut	Borne inférieure	Borne supérieure
Heavy	1,5	35	360
Medium	2,3	4	35
Light	1,5	-	4
Non listener	94,7	-	-



Annexe 6 : Questionnaire de recrutement RDD

INTRO

Bonjour Madame/Monsieur, je suis... du bureau d'études de marché GfK et nous travaillons pour le compte du CIM (Centre d'information sur les médias).

Nous menons actuellement une étude sur les médias et nous cherchons des personnes susceptibles de participer à cette enquête en ligne. Puis-je vous poser rapidement quelques questions à ce sujet ?

Qleeftijd

Base : All

Quel est votre âge ?

QAutParent

Base : If Qleeftijd <13

Avant de continuer, j'ai besoin de l'autorisation d'un parent ou d'un tuteur. Pourrais-je parler à l'un d'entre eux?

1. Oui
2. Non

QAutParentIntro

Base : If QAutParent = 1

Bonjour Madame/Monsieur, je suis... du bureau d'études de marché GfK et nous travaillons pour le compte du CIM (Centre d'information sur les médias).

Nous menons actuellement une étude sur les médias et nous cherchons des personnes susceptibles de participer à cette enquête en ligne. Pourrions-nous interroger votre fils/fille dans le cadre de cette étude ?

(Interviewer Instruction) : si le parent demande plus d'informations : L'étude consiste en un questionnaire qui lui sera envoyé par e-mail. Remplir le questionnaire prend environ 15 minutes).

Si votre fils/fille participe à l'étude, il/elle recevra un chèque cadeau allant jusqu'à 10 euros, à utiliser dans différents magasins en ligne tels que Bol.com, Amazon, Carrefour, ...

Il/elle a également la possibilité de gagner l'un de nos prix lors de notre tirage au sort comme : une Nintendo Switch Lite, un smartphone Samsung, un chèque-cadeau d'une valeur de 50 euros ou un Bongo d'une valeur de 250 euros.

Autorisation parent :

1. Oui
2. Non (scripter : screenout)

QautoParentContinue

Base : If QAutParentIntro = 1

Nous pouvons continuer. J'allais vous poser quelques questions d'ordre général.

QAutoParentContinue

Base : If QAutParent = 2

Malheureusement, sans leur permission, je ne peux pas aller plus loin. Quand pourrions-nous les contacter ?

(Interviewer instruction) : si pas présent, essayez de prendre un rendez-vous. Revenez à l'écran avec les codes de non-réponse et indiquez « rendez-vous ». Dans le cas d'un refus, indiquez le code correspondant.)

Q Screening_6A

Base : All

Quel est votre code postal ?

|_|_|_|_|_|



Q Screening_1

Base : All

Sexe

Interviewer Instruction: ne lisez pas à haute voix, à remplir par vous-même

1: Homme

2: Femme

Q Screening_3

Base: Qleeftijd>12

À l'aide de la liste suivante que je vais vous lire, pouvez-vous me donner le plus haut niveau d'enseignement que vous avez achevé avec succès, en cours du jour ou en cours du soir?

1. Enseignement primaire ou sans diplôme
2. Enseignement secondaire inférieur (3 premières années achevées)
3. Enseignement secondaire supérieur général (3 dernières années achevées)
4. Enseignement secondaire supérieur technique, artistique ou professionnel (3 dernières années achevées)
5. Candidature, bachelier (professionnalisant ou académique), graduat
6. Licence, master, post-graduat, enseignement non-universitaire de type long ou plus élevé

Q Screening_4_SV

Base: Qleeftijd>12

Laquelle des catégories suivantes correspond le mieux à votre situation professionnelle ?

1. Je travaille à temps plein ou à temps partiel
2. J'ai temporairement suspendu mes activités professionnelles / Je profite d'un crédit temps
3. Je suis pensionné / prépensionné / en pension anticipée
4. Je suis au chômage
5. Je suis étudiant / élève
6. Je ne travaille pas (homme/femme au foyer, en incapacité de travail, autre, ...)

Q Screening_4_SV_A

Base : Qscreening_4_SV = 1 or 2

Quelle est votre profession ?

Indépendant

1. Agriculteur
2. Autre indépendant ou profession libérale

Employé (dans le secteur public ou privé)

3. Membre de la direction générale ou cadre supérieur
4. Employé ou cadre moyen

5. Ouvrier

Q Screening_4_SV_B

Base : Qscreening_4_SV = 3 or 4

Quelle est la dernière profession que vous avez exercée ?

Indépendant

1. Agriculteur
2. Autre indépendant ou profession libérale

Employé (dans le secteur public ou privé)

3. Membre de la direction générale ou cadre supérieur
4. Employé ou cadre moyen

5. Ouvrier

6. Je n'ai jamais eu d'activité professionnelle

**Q Screening_4_SV_C****Base: Q Screening_4_SV**

Pourriez-vous également indiquer quel est le plus haut niveau d'enseignement de la personne qui dispose du revenu le plus élevé dans votre ménage ?

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

Q Screening_4_SV_D**Base: Q Screening_4_SV**

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la situation professionnelle actuelle de la personne qui dispose du revenu le plus élevé dans votre ménage ?

1. Emploi à temps plein ou à temps partiel
2. Suspension temporaire complète du travail / crédit temps
3. Pensionné / prépensionné / en pension anticipée
4. Au chômage
5. Ne travaille pas (homme/femme au foyer, en incapacité de travail, autre, ...)
99. Je ne sais pas

Q Screening_4_SV_E**Base: Q Screening_4_SV_D = 1 or 2**

Et quelle est sa profession ?

Indépendant

1. Agriculteur
2. Autre indépendant ou profession libérale

Employé (dans le secteur public ou privé)

3. Membre de la direction générale ou cadre supérieur
4. Employé ou cadre moyen

5. Ouvrier

99. Je ne sais pas

Q Screening_4_SV_F**Base: Q Screening_4_SV_D = 3 or 4**

Et quelle était la dernière profession qu'elle ait exercée ?

Indépendant

1. Agriculteur
2. Autre indépendant ou profession libérale

Employé (dans le secteur public ou privé)

3. Membre de la direction générale ou cadre supérieur
4. Employé ou cadre moyen

5. Ouvrier

6. N'a jamais eu d'activité professionnelle

99. Je ne sais pas

Q1.

Merci d'avoir répondu. Je vais maintenant vous expliquer plus en détail le but de cette étude.

L'étude consiste en un questionnaire qui vous sera envoyé par e-mail. Remplir le questionnaire prend environ 15 minutes.

Vous n'avez pas besoin de connaissances particulières pour répondre aux questions et votre contribution nous sera d'une grande aide.



Si vous participez à l'étude, vous recevrez un bon de 10 euros, à utiliser dans différents magasins en ligne tels que Bol.com, Amazon, Carrefour, ...

Vous avez également la possibilité de gagner l'un de nos prix lors de notre tirage au sort comme : une Nintendo Switch Lite, un smartphone Samsung, un chèque-cadeau d'une valeur de 50 euros ou un Bongo d'une valeur de 250 euros.

Les réponses que vous donnerez au cours de l'enquête seront traitées de manière strictement confidentielle et anonyme.

Acceptez-vous de participer à cette enquête ?

1. Oui
2. Non

QMail

Base : Q1 = 1

Merci beaucoup pour votre participation et l'intérêt que vous nous portez.

Puis-je alors vous demander votre nom et votre adresse e-mail pour vous envoyer le lien vers le questionnaire?

1. Prénom
2. Nom
3. Adresse e-mail

Interviewer Instruction : Pas lire à haute voix

Pas d'adresse e-mail (le répondant ne peut pas participer à une étude en ligne) --> screenout)

Ne veut pas donner son adresse e-mail --> screenout)

Qmailbis

Vous recevrez le courriel immédiatement après la fin de notre conversation. N'oubliez pas de vérifier votre boîte à spam.

ENDCOMPLETE

Si vous avez encore des questions concernant l'étude, vous pouvez consulter le site web cimradio.gfk.com ou appeler le numéro gratuit 0800 57 056.

Merci pour votre temps. Je vous souhaite encore une agréable journée/soirée.