CIM MDB
Annexe à la publication de février 2007

Fusion des données radio

Key facts

1. Parts de marché avant et après fusion radio
2. Caractéristiques de la fusion radio
3. Liste des radios fusionnées

avril 2007

CENTRE D'INFORMATION SUR LES MEDIA

Chaussée de la Hulpe 181, bte 22 B 1170 BRUXELLES
Tél. : +32 (2) 661.31.50
Fax : +32 (2) 661.31.69
e-mail : info@cim.be
www.cim.be/mdb

Introduction

Dans cette annexe, vous trouverez plus d'informations sur la **fusion** des **données** nationales en **radio**.

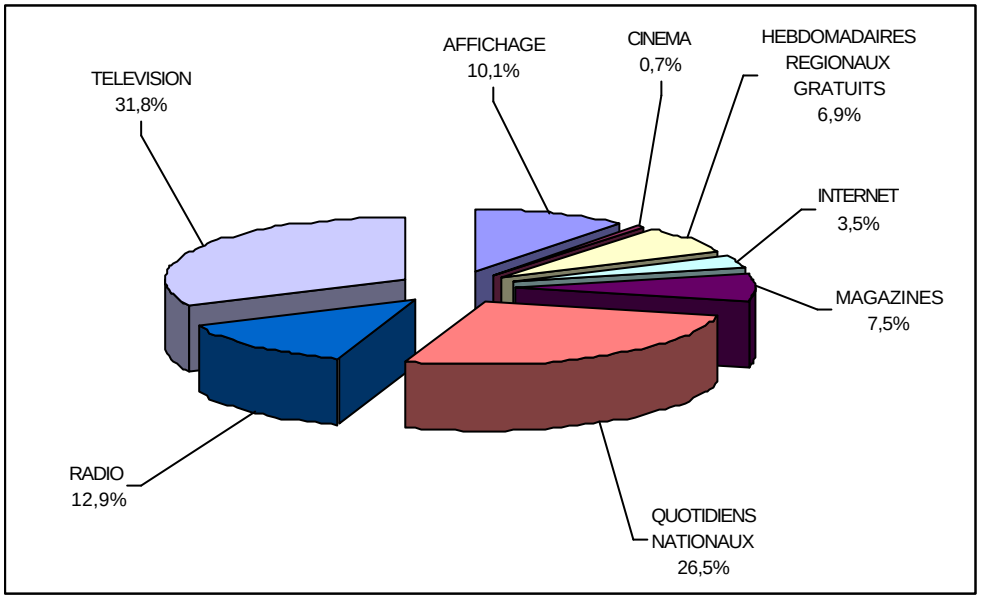
Depuis août 2006, MediaXim digitalise les radios, comme cela avait été convenu dans la convention entre MediaXim et le CIM. Grâce à une étroite collaboration entre les régies, la commission technique, la Structure Permanente du CIM et MediaXim, la fusion a pu avoir lieu entre les données digitalisées et les données déclarées, pour lesquelles les règles CIM MDB sont respectées.

Cette publication tient donc compte pour la première fois des résultats de la fusion entre les données déclarées par les régies d'une part, et les données digitalisées par MediaXim d'autre part.

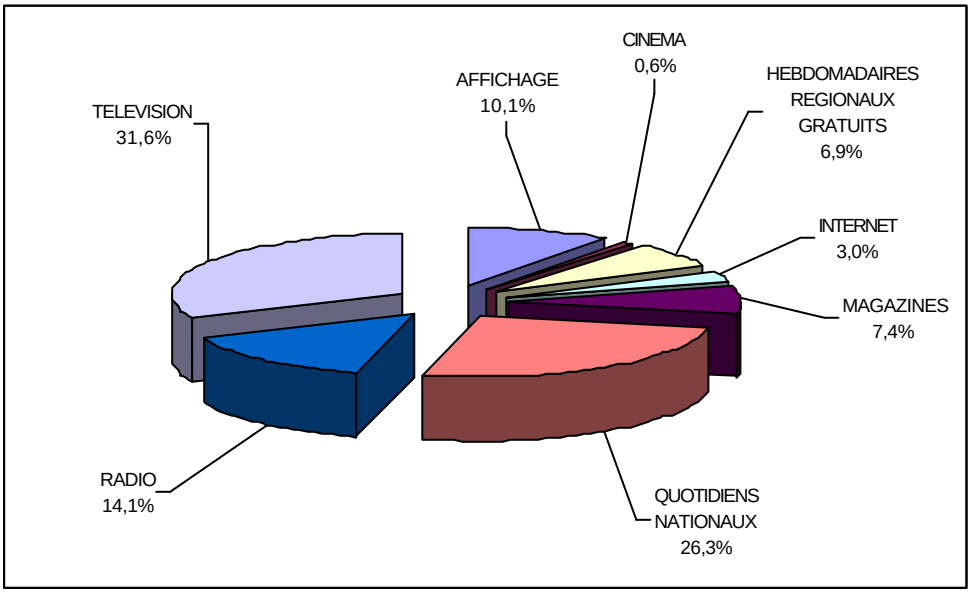
Par ailleurs, nous signalons qu'une fusion pour les réseaux nationaux en affichage aura prochainement lieu.

Parts de marché avant et après fusion

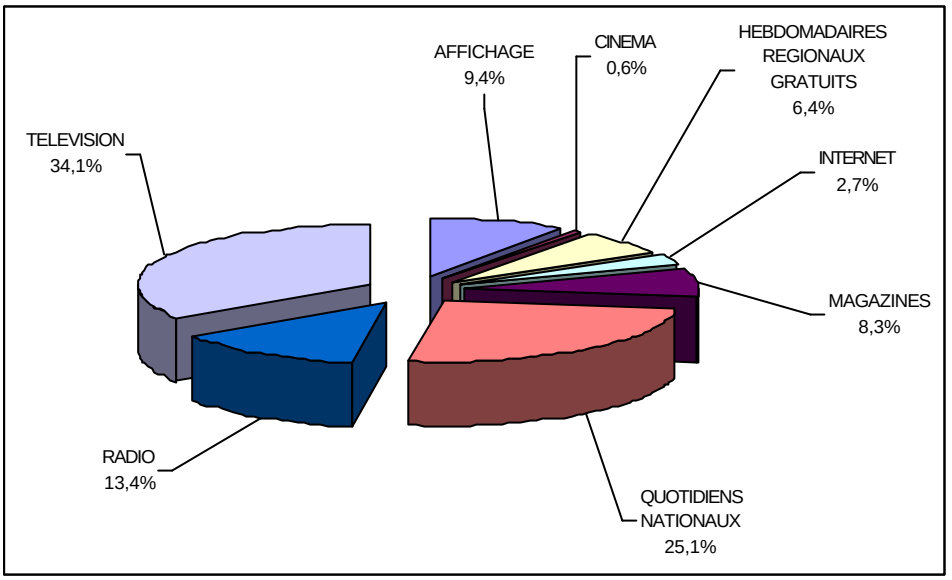
A. Janvier 2007 (publication précédente)



B. Janvier 2007 – après fusion radio



C. Janvier-février 2007 – après fusion radio



Caractéristiques de la fusion radio

La fusion des données radio est appliquée sur la **partie nationale**, **sans le sponsoring**, et ce depuis le 1/1/2007. Elle conduit à une augmentation de 10% du chiffre total de pression publicitaire pour le média radio.

En d'autres mots, la partie régionale et le sponsoring restent entièrement basés sur la partie déclarative des régies.

Cette augmentation s'explique par différents éléments :

- Ajout des spots que les régies n'étaient pas en mesure de déclarer, étant donné que ceux-ci étaient vendus en direct par les radios elles-même. Il s'agit essentiellement des sous-secteurs suivants :
  - Dancings – discothèques;
  - Clubs de rencontres;
  - GSM logos et sonneries;
  - Horoscopes (sous-secteur: centres d'intérêts divers).
- Meilleure application des règles CIM MDB:
  - Annonces pour un évènement ou un CD, pour lesquels la radio diffusant le spot est partenaire, font maintenant intégralement partie de la pige ;

- Quelques insertions de sponsoring qui étaient déclarées comme des spots commerciaux classiques, sont maintenant correctement classifiées et valorisées ;
- Les insertions planifiées mais qui ne sont finalement pas diffusées ne sont pas reprises, ce qui n'était pas toujours le cas dans les déclarations.

Par ailleurs, il est encore utile de spécifier que les actions des radios sont considérées comme des formes de sponsoring et ne sont donc pas reprises dans la partie fusionnée.

Liste des radios fusionnées

Radios francophones (12) :

- Bel RTL
- Classic 21
- Radio Contact
- Fun Radio
- La Première
- Mint (*nouveau support depuis le 25/1/2007*)
- Musiq 3
- NRJ
- Nostalgie
- Pure FM
- Vivacité
- BFM

Radios néerlandophones (8) :

- 4FM
- Q-musiq
- Radio 1
- Radio 2
- Radio Contact NL
- Radio Donna
- Studio Brussel
- Top Radio