DOCUMENT

Date : avril 1957

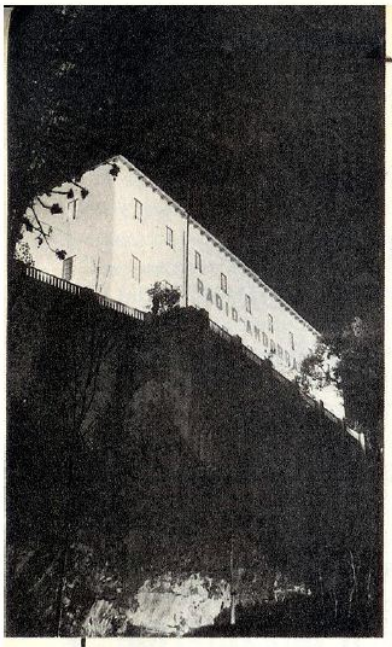
Sources : Publi-reportage paru dans le mensuel "C'est-à-dire" dirigé par Jean Ferré. Ce mensuel publie régulièrement des pages de publicité pour Radio Andorre et Radio-Africa de Jacques Trémoulet. Jean Férré a dirigé ce mensuel durant quelques années, puis ses prises de position sur l'Algérie française l'ont obligé à quitter le pays. Beaucoup plus tard, il dirigera la chronique radio télévision du Figaro et créera sa radio en 1987 : Radio Courtoisie.
Archives privées de Jean-Marc Printz

Titre : Plus de 7 millions d'auditeurs écoutent régulièrement Radio-Andorre.

Descriptif :
Reportage photo et résultats du sondage d'opinion de l'INSEE sur l'écoute de la radio en France

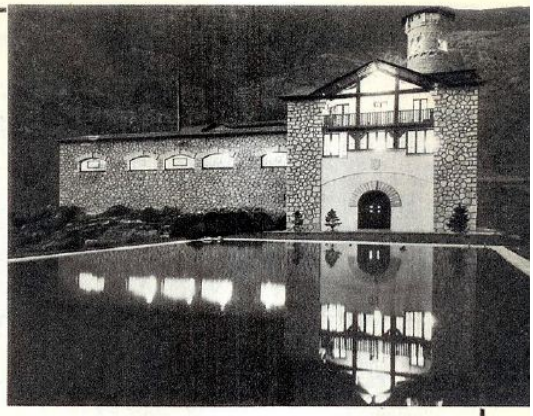
http://www.aquiradioandorra.com

Reproduction interdite sans autorisation.
© Jean-marc Printz



PLUS DE 7 MILLIONS D'AUDITEURS

écoutent régulièrement Radio-Andorre



- *Ci-dessus :* sur le roc des Anelletas, la façade du bâtiment où sont groupés la direction, l'administration et les studios.
- *En haut, à droite :* une vue de nuit de l'émetteur, la tour à poivrière, de style typiquement andorran, se reflète sur un plan d'eau.
- *En bas, à droite :* les antennes les plus hautes d'Europe : elles s'élèvent à 2.000 m. d'altitude au-dessus du lac d'Engolasters, remarquable réflecteur d'ondes naturel.
- *Ci-dessous :* le secrétariat répond tous les jours au courrier adressé par les auditeurs.
- Une des salles d'émission : claire, nette, d'un aspect contrastant avec le style extérieur inspiré de l'art andorran.

RADIO-ANDORRE est une des stations radiophoniques les plus sympathiques et les plus populaires d'Europe. Son célèbre indicatif « Aqui Radio-Andorra » est universellement connu.

Mais saint Thomas n'a jamais eu autant d'adeptes qu'à notre époque de lumières et, pour beaucoup de bons esprits, la notoriété publique n'est plus suffisante : il faut des statistiques. La statistique de nos jours tient lieu de preuve. Mieux, elle est article de foi, elle a la valeur d'un dogme.

Parlons de chiffres. Il y a d'abord les enquêtes par sondages. On en connaît les difficultés lorsqu'elles s'appliquent à la délicate et très complexe question de l'écoute radiophonique. La plupart d'entre elles, en France, pèchent au moins par l'insuffisance de moyens.

Il en est cependant une qui est au-dessus de tout soupçon, tant par le sérieux et la compétence des spécialistes qui l'ont conduite que par leur indépendance, donc leur objectivité : c'est celle de l'Institut national de la statistique et des études économiques, organisme officiel dépendant du ministère des Affaires économiques.

Cette étude porte sur l'ensemble de l'écoute radiophonique en France. En ce qui concerne RADIO-ANDORRE, elle évalue son auditoire régulier à 23 % de l'ensemble, c'est-à-dire à environ 7 millions d'auditeurs. Il convient d'y ajouter un nombre sensiblement égal d'auditeurs occasionnels.

Ces chiffres rejoignent avec une grande approximation les propres conclusions des services spécialisés de RADIO-ANDORRE. Quant à la répartition de l'écoute par régions, il est également saisissant de constater que l'étude théorique de l'I.N.S.E. et les méthodes empiriques utilisées par la station aboutissent à des résultats identiques.

Depuis l'enquête de l'I.N.S.E., l'écoute de RADIO-ANDORRE a augmenté très nettement, et cela pour diverses raisons, dont les principales sont :

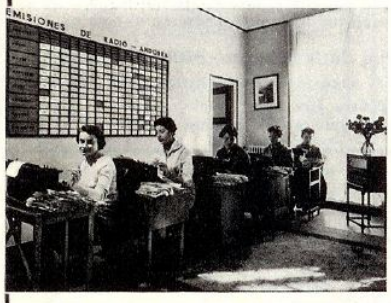
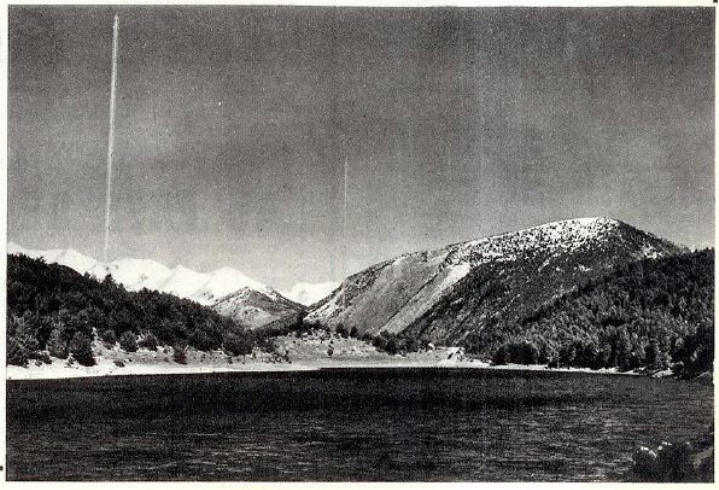
— l'augmentation du nombre total d'auditeurs en France ;

— la réalisation d'une première tranche de grands travaux destinés à améliorer la qualité technique et à augmenter la puissance des émissions ;

— l'effort constant des équipes artistiques pour renouveler les programmes tout en restant dans le style gai et entraînant qui a fait le succès de RADIO-ANDORRE.

Cet élargissement de l'auditoire a une répercussion directe sur le courrier reçu par la station. Pour ne citer qu'un exemple, celui du courrier reçu provoqué par une émission fixe (concert d'auditeurs), le nombre de lettres a augmenté de 20 % au cours des deux dernières années.

Un autre point de vue intéresse les spécialistes de la publicité radiophonique : celui du rendement, c'est-à-dire du rapport entre le prix d'antenne et le nombre de consommateurs efficacement touchés.

Récemment, un test a été réalisé dans des conditions extrêmement rigoureuses, à l'occasion du lancement d'un nouveau produit de grande consommation. Les résultats ont été d'autant plus probants qu'il s'agissait d'un test comparatif, une offre d'échantillon ayant été diffusée dans des conditions identiques. RADIO-ANDORRE est arrivé en tête avec un prix unitaire de la demande d'environ les deux tiers du moins cher.

Tous ces divers aspects sont d'ailleurs intimement liés : le succès commercial de RADIO-ANDORRE est la conséquence directe de son succès auprès d'un vaste public.