



## AUDIENCE

**Audience globale : 146.000 auditeurs**, soit **40% de la population** se déclarent être à l'écoute de radio DNR (47% de la cible luxembourgeoise).

**DNR, la seconde radio des Luxembourgeois** : l'audience Ldp lundi-vendredi crédite Radio DNR de **12,5% de pénétration sur la population luxembourgeoise, soit 28.200 auditeurs**, dont une grande majorité d'**actifs**.

**DNR affiche la croissance la plus dynamique** de l'univers radiophonique luxembourgeois : au cours des deux dernières années, son audience jour moyen (lundi-vendredi) a cru de **+43%** sur l'univers des résidents 15+, passant de 8% à 11.4%.

## CONCEPT

**DNR est un programme de format généraliste** (information, musique, sport, animation, services) assurant une couverture géographique nationale.

Grâce aux efforts déployés au cours des deux dernières années, notamment en matière de programmation musicale et d'information, **DNR** se positionne comme la **seconde radio du paysage radio luxembourgeois**, et confirme du même coup sa position d'alternative généraliste sur de nombreux critères.

**DNR, la répétition** : une campagne radio, fût-elle ponctuelle ou promotionnelle, ne se conçoit qu'au travers de la répétition du message. Aussi convient-il d'en évaluer la puissance au terme d'une période ; régie saint-paul a développé des dispositifs calibrés sur une semaine, période sur laquelle elle montre sa capacité à mobiliser l'audience.

## PUBLIC

**DNR une structure d'audience jeune et active** : son audience Ldp luxembourgeoise (lundi-vendredi) comporte **57% d'actifs et 14% d'étudiants** ; en outre, **76% ont moins de 50 ans**.

**DNR, au service des familles nombreuses :** le programme est particulièrement attractif sur les ménages de plus de 3 personnes.

## FREQUENCE

Différentes fréquences : 107.7, 102.9 et 104.2 Mhz FM ainsi que sur le câble.

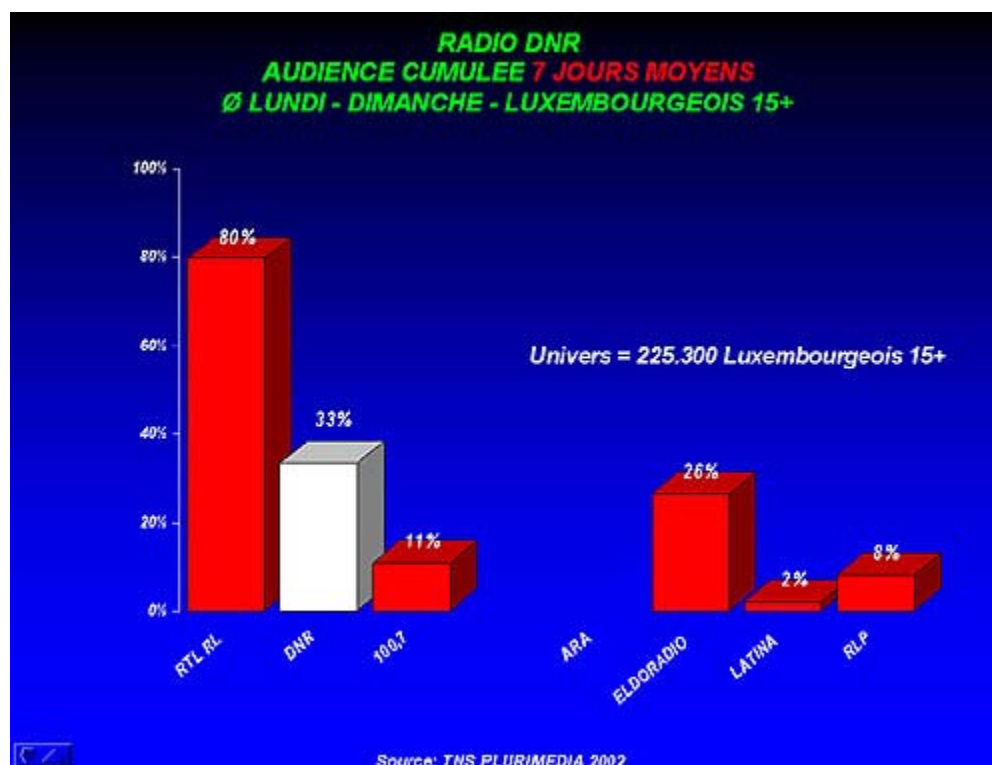
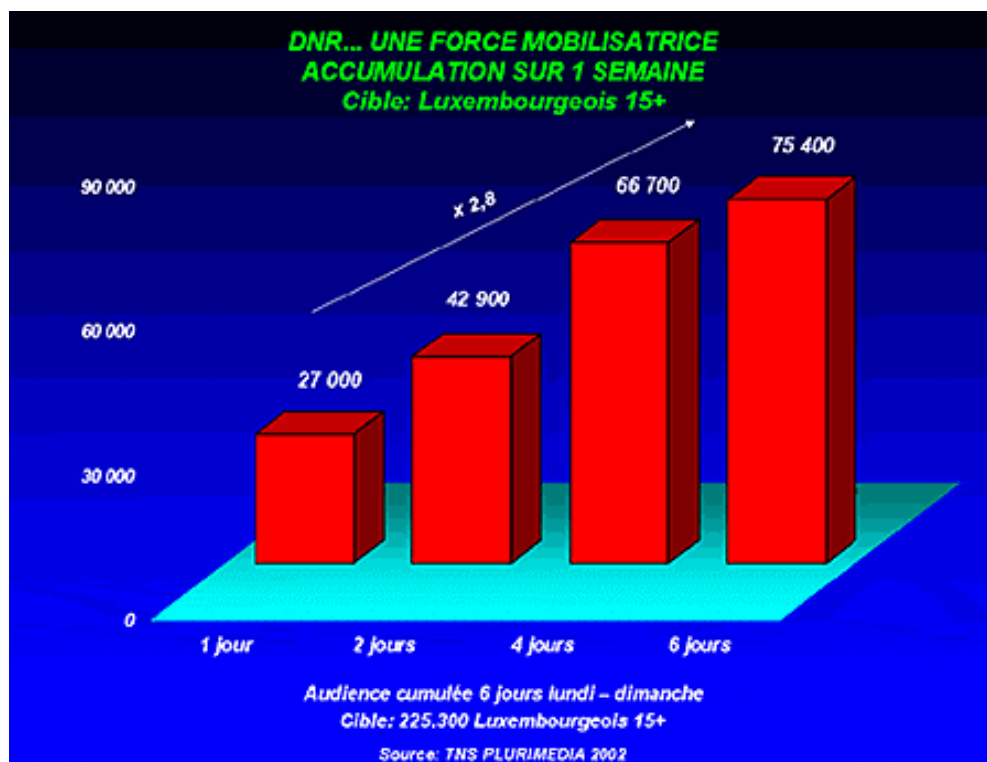
## QUELQUES EXEMPLES DE FORMULES

**DNR une force mobilisatrice :** au terme d'une semaine de campagne (6 jours de diffusion lundi-samedi), DNR multiplie son audience jour moyen luxembourgeoise par 2,8 et atteint **33% de la population luxembourgeoise 15 + et 105.000 résidents. tersdt**

En fonction de la stratégie de l'annonceur, de nombreuses formules peuvent être mises en ondes; à titre d'exemple, voici les formules les plus couramment pratiquées :

- **Publi-reportage de 2 minutes** consacré aux produits ou services d'un annonceur (OPO, anniversaire d'entreprise etc...).
- Organisation de **jeux-concours** : Création et diffusion d'une **émission spécifique à un annonceur** ; le but est de créer un rendez-vous régulier et permanent avec les auditeurs.
- **Sponsoring des rubriques** : top horaire, météo, info-traffic, cours de bourse.

## STATISTIQUES





# Volle Programm op

