



L'Année Radio 2023-2024

Au coeur de l'univers audio, la radio cultive son lien unique avec le public



Le média radio, pourtant challengé par la multiplication des offres de contenus et la concurrence accrue des plateformes de streaming, confirme son **leadership** au sein d'un **univers audio de plus en plus riche**.

Écoutée chaque jour par **près de 7 Français sur 10**, la radio, en direct ou en podcast, cultive un lien particulier avec ses auditeurs et représente **56%** du volume d'écoute audio, toutes offres confondues.

“Pilier historique d'un univers audio qui ne cesse de s'étoffer avec le digital, la radio reste leader de cet écosystème, quel que soit le type de contenus. Avec la puissance du direct et son offre de podcasts, elle représente la très large majorité du volume d'écoute des « contenus parlés », et pour écouter de la musique c'est d'abord la radio que les Français choisissent.

Au centre du dialogue avec le marché, Médiamétrie adapte en permanence la mesure de l'audience pour saisir au plus près la spécificité du média radio et l'évolution des comportements.”

Emmanuelle Le Goff, Directrice Radio & Total Audio

Un média puissant, universel et particulier

Sur la saison 2023-2024, la radio rassemble près de **39 millions** d'auditeurs chaque jour. Sur un mois, la radio fédère même la quasi-totalité des Français, avec près de **93%** d'entre eux à son écoute.

Avec **2h45** d'écoute par jour en moyenne, les auditeurs consacrent **14%** de leur temps journalier (entre 5h et minuit) à écouter la radio.

Et tous les matins de semaine à 8h, plus de **12 millions** de Français sont au rendez-vous, lors du pic d'audience quotidien du média. Un prime time qui suit de près le réveil des Français et se décale à 10h le week-end.

Média tout public, la radio s'adresse aussi particulièrement à chaque génération. Très apprécié des 35-64 ans, **76%** d'entre eux l'écoutent chaque jour, le média fédère aussi quotidiennement plus **d'1 jeune sur 2 (52%)** parmi les 13-24 ans.

Média de la mobilité, la radio suit les Français tout au long de leur journée et de leurs déplacements : la moitié du volume d'écoute de la radio se fait hors domicile, dont **34%** en voiture.

Très ancrée dans certaines régions, la radio tisse un lien privilégié avec chaque territoire, en particulier dans les agglomérations de moins de 100 000 habitants et les communes rurales où les déplacements sont les plus nombreux (avec **73%** de la population à son écoute).



Des audiences digitales en hausse

A l'instar de la vie numérique des Français, les audiences digitales de la radio continuent de progresser au fil des saisons : aujourd'hui, **9,7 millions** de Français écoutent chaque jour la radio sur des supports numériques (soit **37%** de plus qu'il y a 5 ans).

Sur cette saison 2023-2024, **23%** du volume d'écoute quotidien de la radio a ainsi été réalisé en digital, en hausse de **67%** versus 5 ans auparavant.

La progression de l'écoute de la radio sur les supports numériques est portée par le téléphone mobile, qui arrive largement en tête avec **5,9 millions** d'auditeurs quotidiens, suivi par les enceintes connectées qui poursuivent leur percée (**1,5 million**).

Format de l'audio digital par excellence, les podcasts attirent des auditeurs toujours plus nombreux : **22 millions** de Français chaque mois (soit **44 %** de la population), autour de 2 thématiques principales : humour/divertissement et culture/société.

Les actifs et la radio, un lien fort

“ Parce qu'elle accompagne les Français au quotidien, dès le matin et tout au long de la journée dans leurs déplacements, la radio occupe une place de choix dans la vie des actifs. Mais les actifs n'écoutent pas tous la radio de la même façon, ni au même moment et surtout, ils adaptent leurs comportements d'écoute en fonction de leur rythme et de leurs conditions de travail. ”

Julie Terrade, Directrice Radio Nationale

Parmi les actifs, des disparités dans les comportements d'écoute de la radio apparaissent selon la catégorie socio-professionnelle des auditeurs. Ainsi, les CSP+ sont plus nombreux à écouter la radio : **73%** d'entre eux écoutent la radio chaque jour contre **68%** des CSP-. Mais les CSP- l'écoutent plus longtemps : **2h58** en moyenne par jour et par auditeur (contre **2h30** chez les auditeurs CSP+).

Enfin, partie intégrante de la vie professionnelle depuis la crise sanitaire, le télétravail influence également l'écoute de la radio chez les actifs. Quand ils sont en télétravail, les actifs écoutent la radio **2h32** en moyenne par jour et par auditeur, soit près de 20 minutes de moins que les actifs qui se rendent sur leur lieu de travail (**2h51**).

À propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines.

Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 800 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international. En 2023, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 104,1 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

Plus informations : www.mediametrie.fr  @Mediametrie  Mediametrie.official  Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Stéphanie Haoun

Tél : 01 47 58 97 55

shaoun@mediametrie.fr



Les Mots des Médias

Consultez + de 500 définitions