Année Radio 2017-2018

Mediametrie

1

La radio, un média puissant

1 La radio, un média puissant avec un public assidu et régulier

79,3% de la population des 13 ans et +
chaque jour de semaine
Soit près de **43 millions** d'individus

90,5% de la population des 13 ans et +
sur 3 semaines (de Lundi-Vendredi)
Soit plus de **49 millions** d'individus

2h51
d'écoute en moyenne par jour et par auditeur

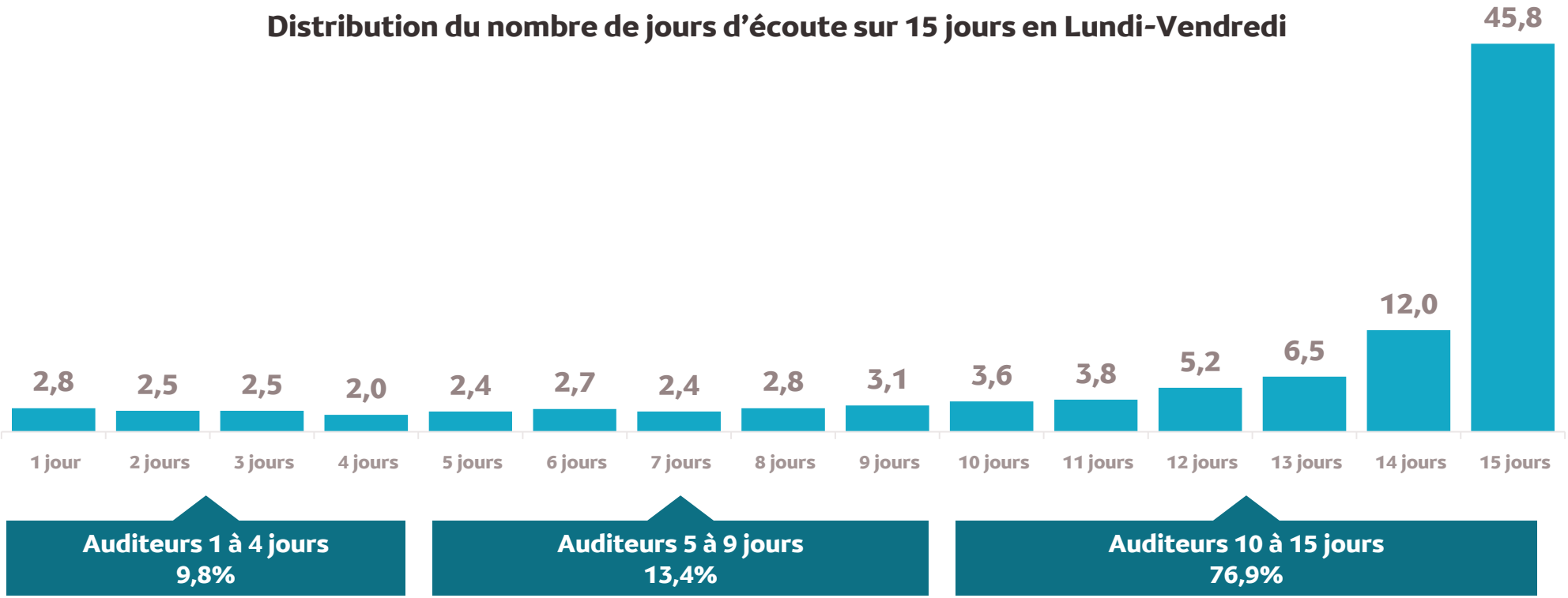
Médiamétrie – Etude 126 000 Radio, Septembre 2017-Juin 2018, AC% et milliers, DEA, Lundi-Vendredi, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018, Couverture % et milliers , Lundi-Vendredi 15 jours, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 La radio, un média puissant avec un public assidu et régulier

12 jours d'écoute en moyenne par auditeur sur 3 semaines de Lundi-Vendredi (15 jours)

Près d'1 auditeur sur 2 revient **tous les jours** à l'écoute de la radio

Distribution du nombre de jours d'écoute sur 15 jours en Lundi-Vendredi

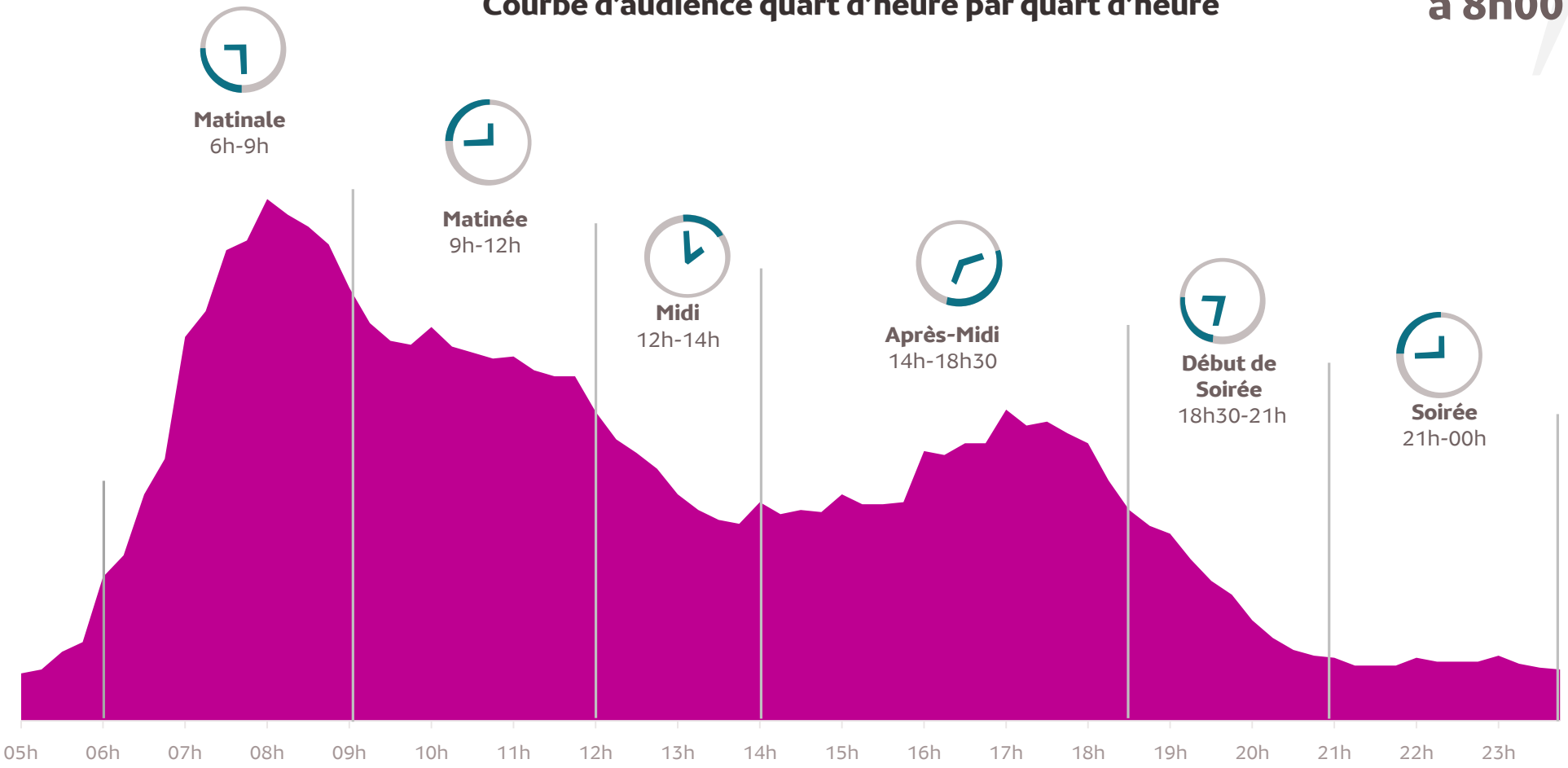


Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018, Distribution nombre de jours d'écoute base auditeurs, Lundi-Vendredi 15 jours, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 Le média du matin

Plus de 14 millions
d'auditeurs en moyenne
à 8h00

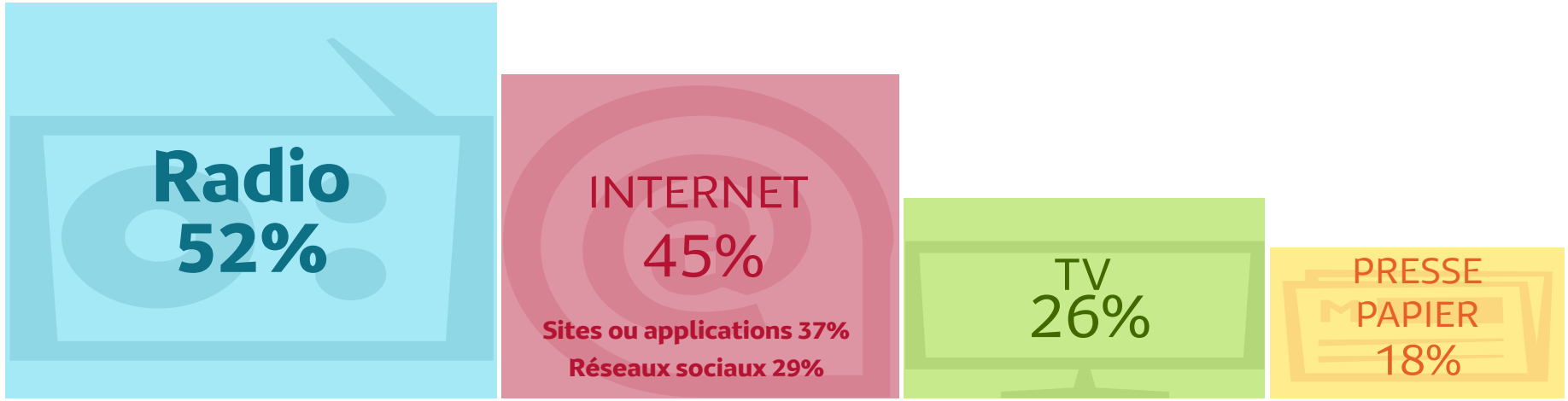
Courbe d'audience quart d'heure par quart d'heure



Médiamétrie – Etude 126 000 Radio Septembre 2017-Juin 2018 – QHM% et milliers, Lundi-Vendredi 15 jours, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 Le média le plus consulté le matin

Médias consultés le matin entre 6h et 9h



81% des individus consultent habituellement au moins un média (radio, Internet, TV ou presse papier) du lundi au vendredi, entre 6h et 9h

Médiamétrie – Etude Matinale d'info - 15 ans et plus - Question : Pouvez-vous nous préciser, pour chaque quart d'heure, du lundi au vendredi, entre 6h et 9h, habituellement vos activités médias (regarder la TV, écouter la radio, naviguer sur Internet, etc.) ? – Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

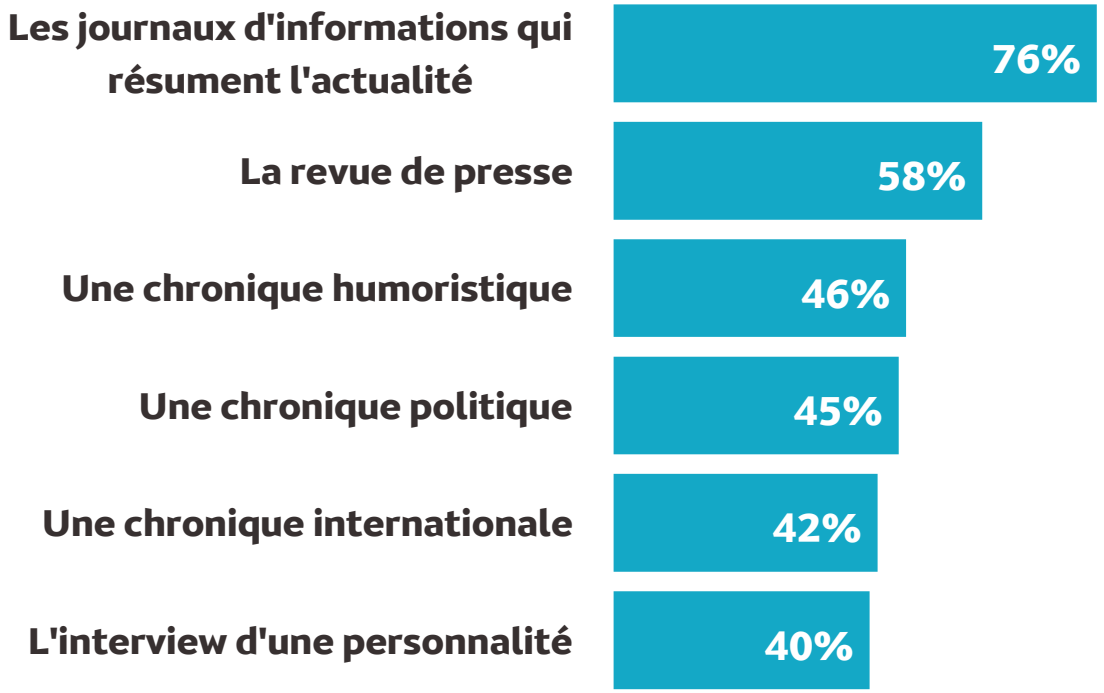
1 Le média le plus consulté le matin

Raisons de préférence de la RADIO pour s'informer le matin

Vous pouvez faire autre chose pendant que vous écoutez la radio	63%
Par habitude	58%
Vous préférez la manière dont sont traitées l'information et l'actualité à la radio	40%
Vous pouvez continuer d'écouter votre programme partout	37%

Médiamétrie – Etude Matinale d'info - 15 ans et plus pour qui une station de radio est leur source d'information préférée le matin - – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

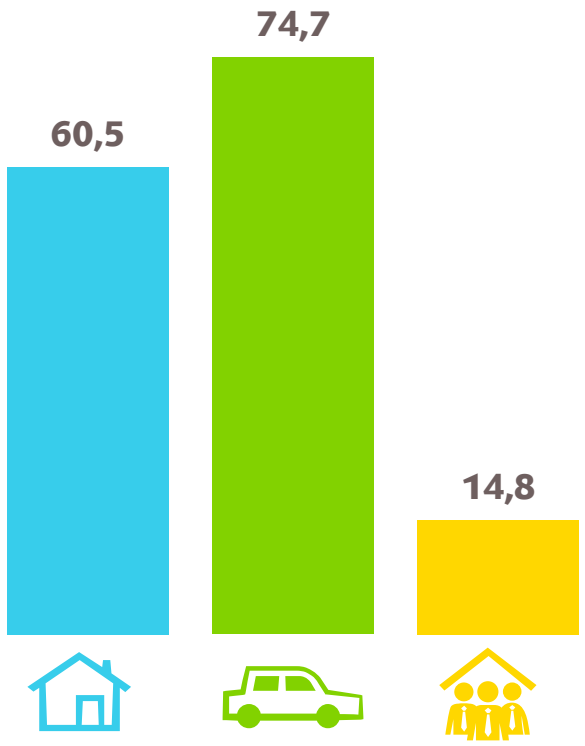
Type de programmes ou chroniques appréciés à la RADIO le matin



Médiamétrie – Etude Matinale d'info - 15 ans et plus qui écoutent au moins une matinale d'information radio le matin – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

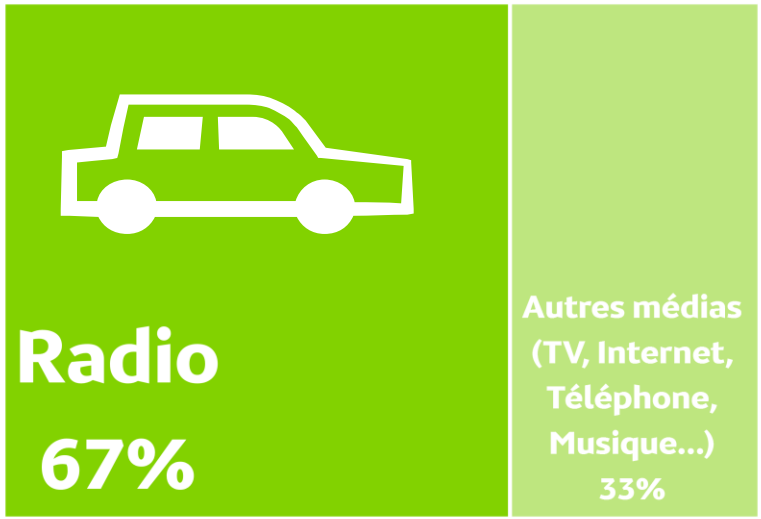
1 Le média de la mobilité

La **voiture**, **1er lieu d'écoute** de la radio en semaine



La **radio 1er média** consulté **en voiture**

Part de présence de Radio en voiture vs autres Médias



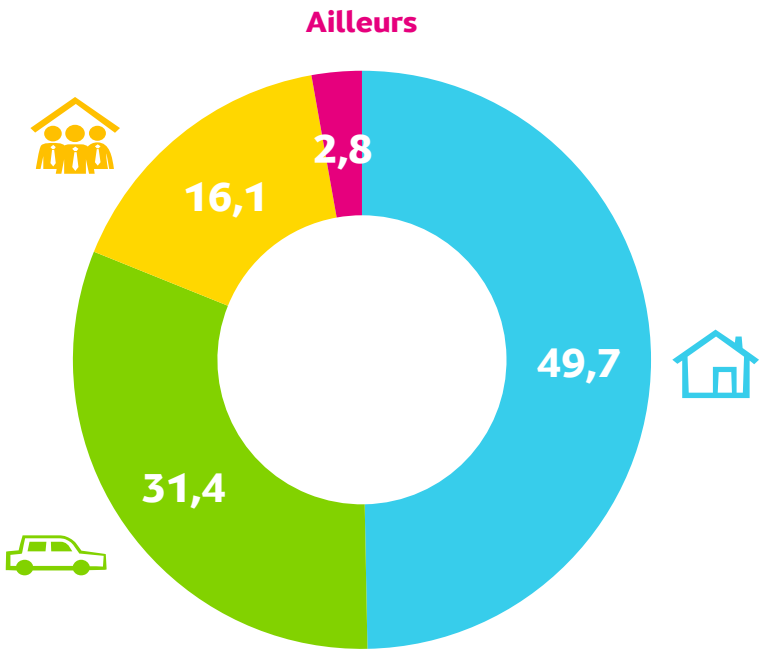
Médiamétrie – Panel Radio – Couverture % Lundi-Vendredi 15 jours – Ensemble 13 ans et + – 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Media in Life – Auditeurs 15 ans et + – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 Le média de la mobilité

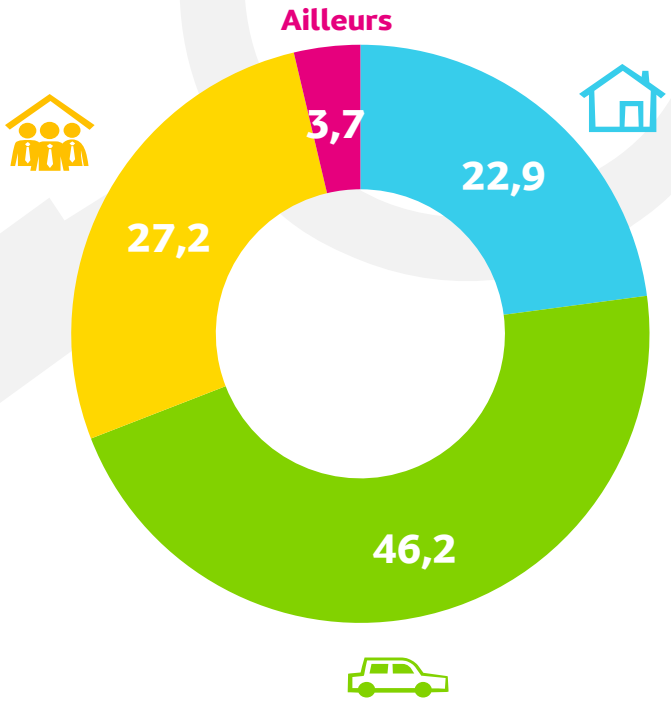
La **moitié du volume d'écoute** de la radio se fait **hors domicile.**

Part de marché des localisations

Ensemble 13 ans et +



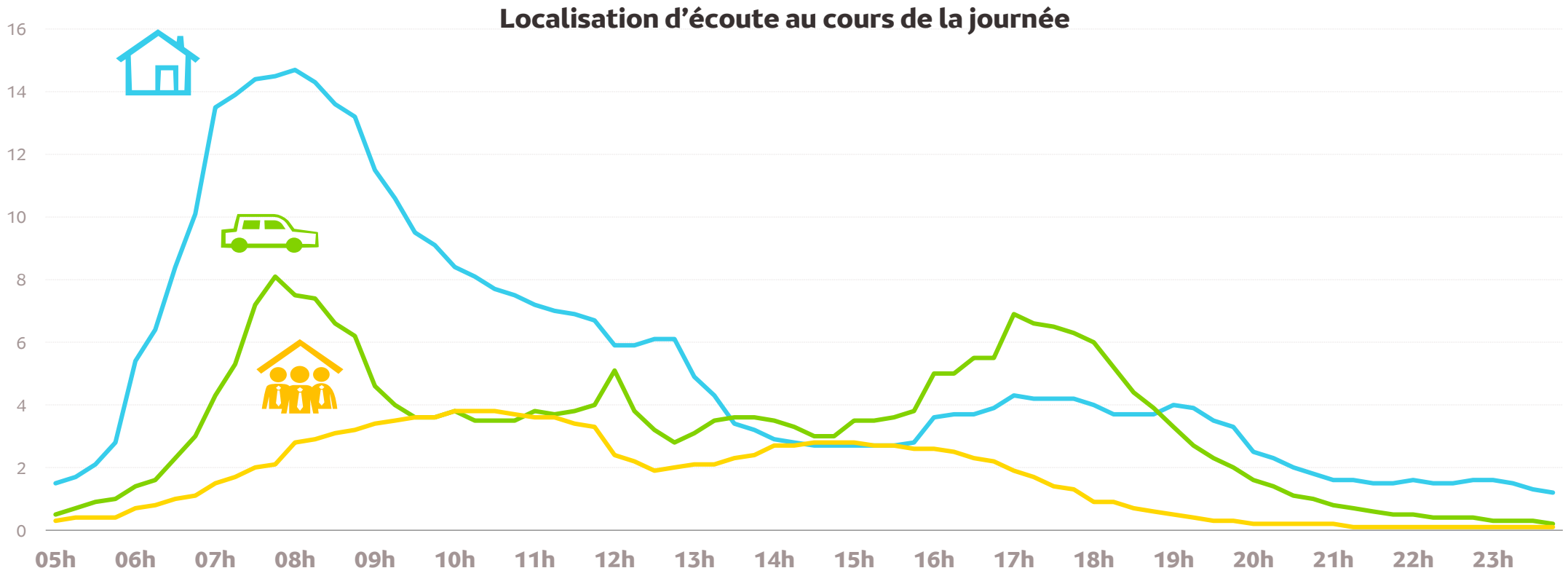
Moins de 35 ans



Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018, part de marché des localisation, Lundi-Vendredi 15 jours, 5h-24h, base auditeurs – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 Le média de la mobilité

Entre **13h30 et 19h**, la Radio est davantage écoutée **en voiture**



Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018, couverture % par quart d'heure, en moyenne par jour sur 15 jours en Lundi-Vendredi, cible ensemble 13 ans et + – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

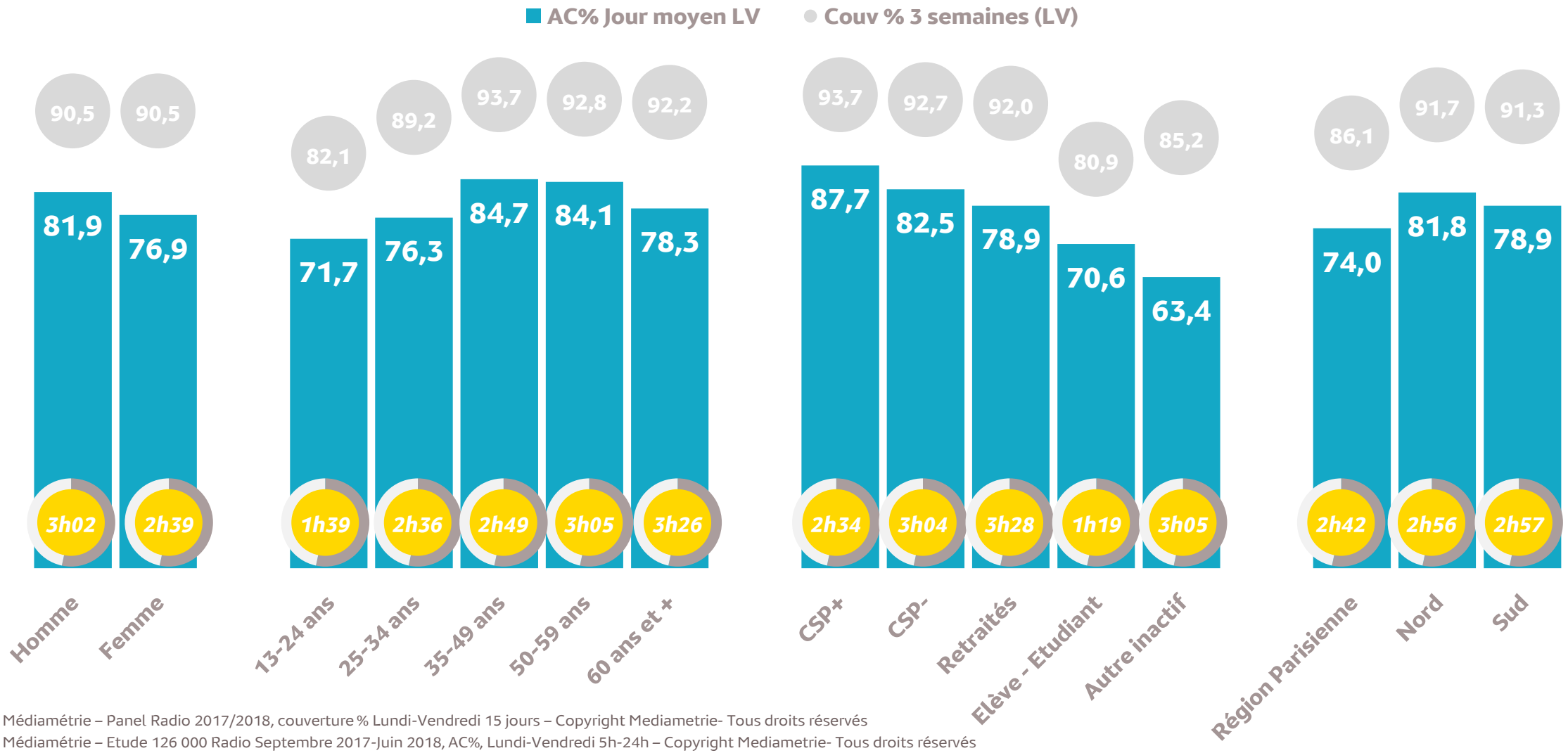
1 Un média véhiculant une image positive

Opinion sur la Radio (% des auditeurs tout à fait d'accord ou plutôt d'accord)

1 Un média transgénérationnel

...avec un public cible : les hommes, 35-59 ans, CSP+

Audience Cumulée, Couverture et durée d'écoute par cible



Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018, couverture % Lundi-Vendredi 15 jours – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Etude 126 000 Radio Septembre 2017-Juin 2018, AC%, Lundi-Vendredi 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

1 Un média en forte affinité avec des cibles d'influence

Audience Cumulée % par cible CSP+

Artisans, Commerçants

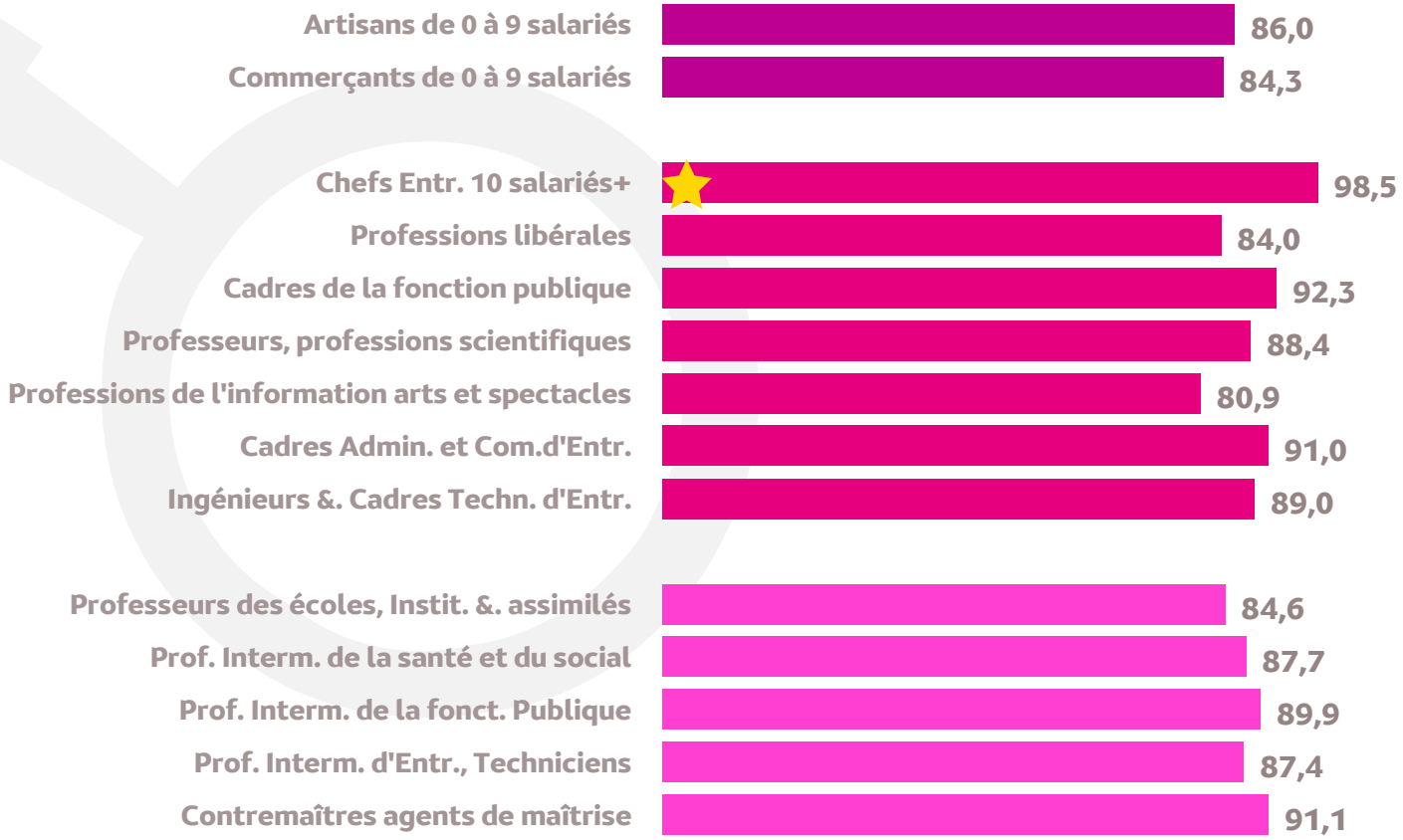
85,1% - 3h51 ★

Chefs d'entreprises, cadres, prof. intellect. sup.

89,0% - 2h18

Prof. Intermédiaires

87,5% - 2h28

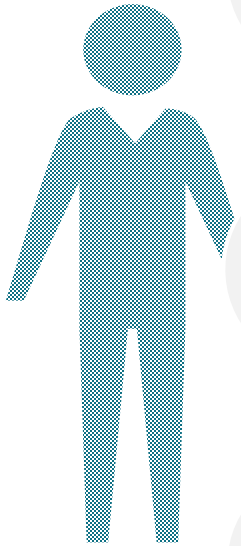


2

La radio, un média pluriel

2 Des motivations d'écoute de la radio variées

Motivations d'écoute de la Radio



57,4%
Musique

52,1%
Information

33,6%
Infos pratiques
(météo 25,3% + infos de circulation 19,8%)

19,7%
Emissions de divertissement

16,3%
Emissions politiques

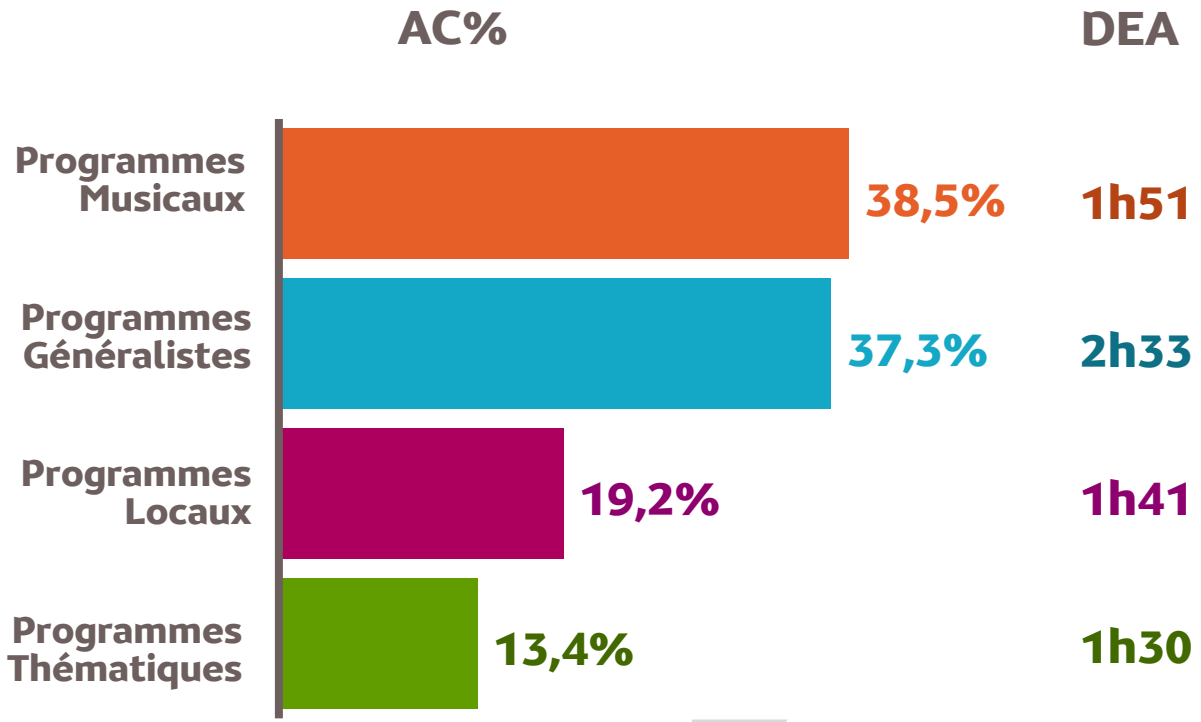
15,2%
Emissions culturelles

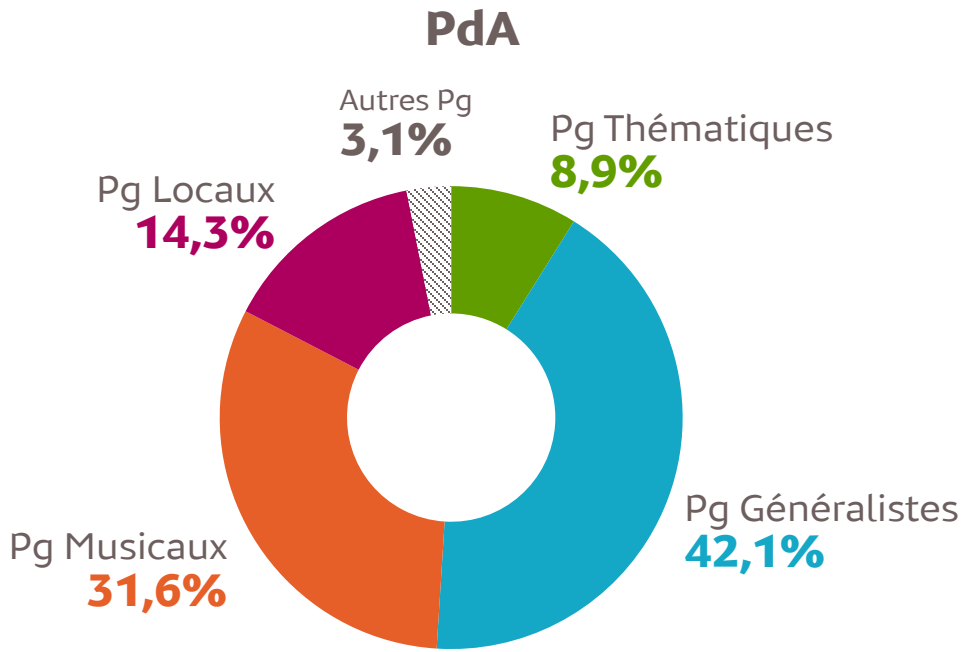
12,8%
Emissions où les auditeurs peuvent intervenir

11,4%
Emissions sportives

2 Une grande diversité de l'offre

Audience Cumulée, Durée d'Ecoute et part d'Audience des agrégats





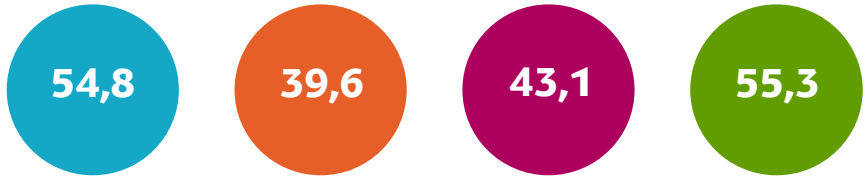
En moyenne, un auditeur écoute
1,8 station sur une journée
3,4 stations sur 3 semaines

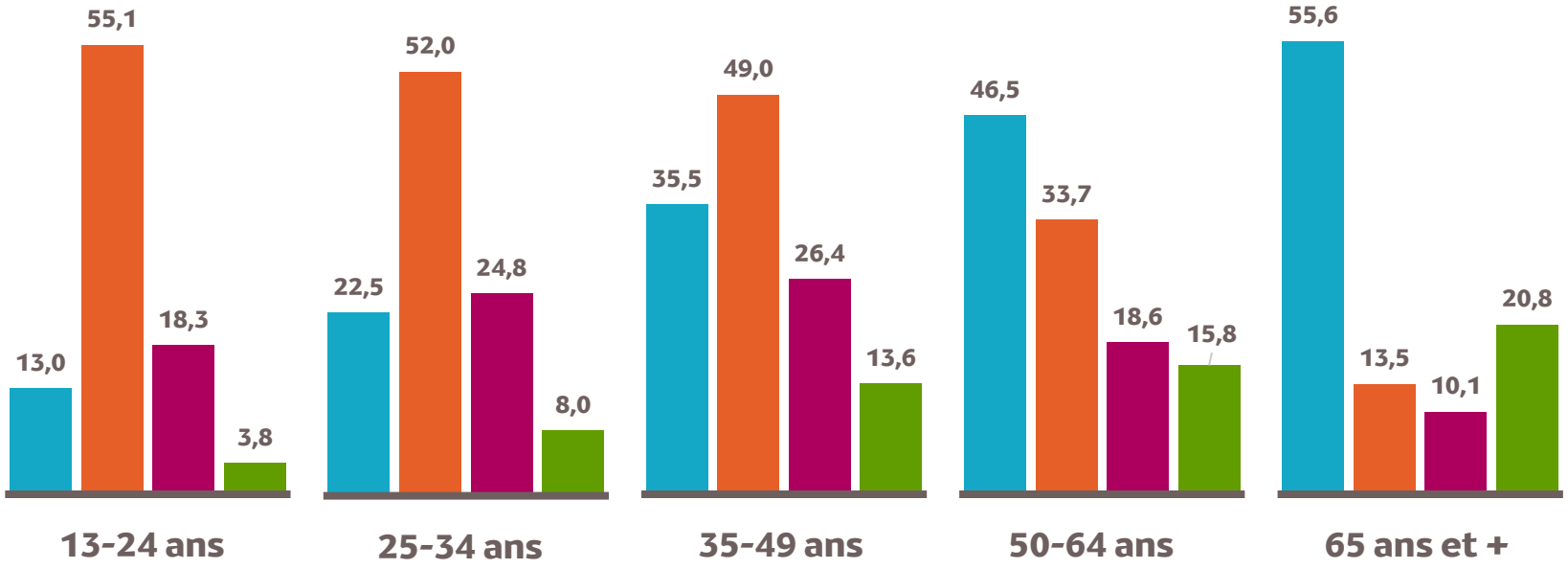
Médiamétrie – Etude 126 000 Radio – AC%, PdA% et DEA en minutes - Septembre 2017-Juin 2018, Lundi-Vendredi, 5h-24h – Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Etude 126 000 Radio – Nombre de stations écoutées – CDS – Septembre 2017-Juin 2018, 5h-24h – Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Panel Radio 2017/2018 – Nombre de stations écoutes – Lundi- Vendredi 15 jours, 5h-24h – Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

2 Une offre pour chaque public

Audience Cumulée des agrégats par cible

Age moyen des auditeurs par agrégat



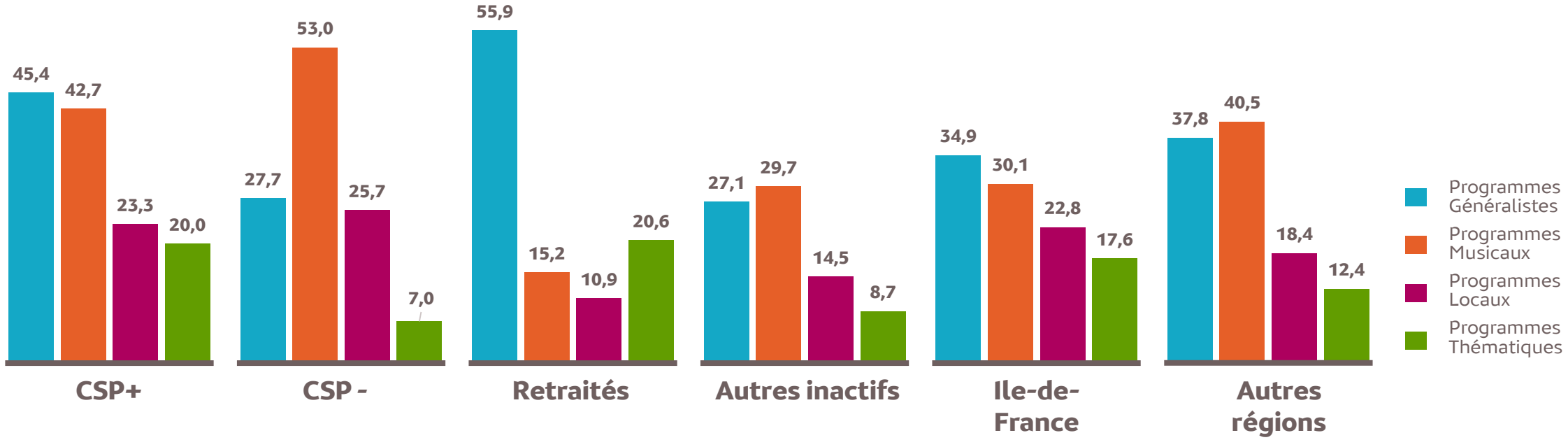


- Programmes Généralistes
- Programmes Musicaux
- Programmes Locaux
- Programmes Thématiques

Médiamétrie – Etude 126 000 Radio – AC% Septembre 2017-Juin 2018, Lundi-Vendredi, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés
Médiamétrie – Etude 126 000 Radio - Age moyen Septembre 2017-Juin 2018, CDS, 5h-24h – Copyright Mediametrie- Tous droits réservés

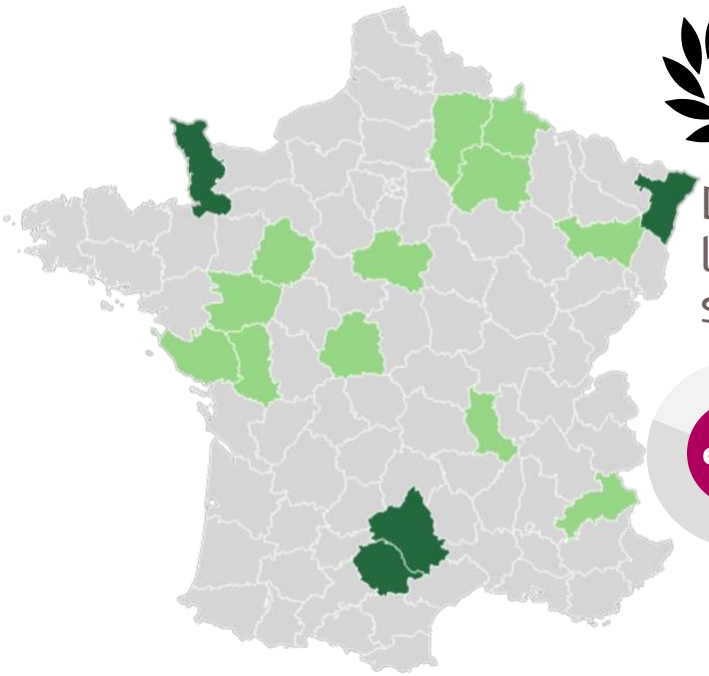
2 Une offre pour chaque public

Audience Cumulée des agrégats par cible



2 ...avec des spécificités locales

Focus département :



16

Départements où les **stations locales** sont dans le top 3

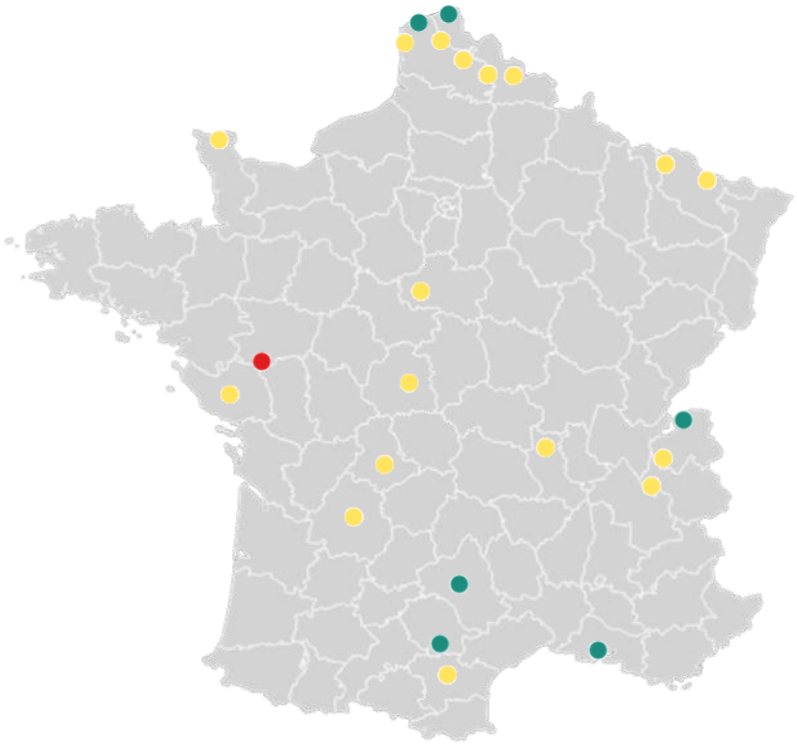
dont

4 où une station locale est première

Aveyron
Bas-Rhin
Manche
Tarn

Station locale **1ère radio écoutée** en Audience cumulée (%)
Station locale **2e ou 3e radio écoutée** en Audience cumulée (%)

Focus agglomération : station locale ayant une audience supérieure à 10%



Au moins une station locale **entre 10% et 15%** d'Audience cumulée
Au moins une station locale **entre 15% et 20%** d'Audience cumulée
Au moins une station locale **supérieure à 20%** d'Audience cumulée

Médiamétrie – Enquête Medialocales Septembre 2017-Juin 2018, 5h-24h, Lundi-Vendredi, Ensemble 13 ans et + - Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

2 ...avec des comportements d'écoute différents

Près de **2 auditeurs sur 5** écoutent **plusieurs types de programmes**
...et plus de **3 auditeurs sur 5** écoutent **un seul type de programmes**

Duplication par agrégat sur une journée

Les **dupliquants externes** sont les auditeurs qui, sur un jour moyen, viennent **à l'écoute** du média **pour au moins 2 stations appartenant à des agrégats différents** (parmi ceux présentés).

Plus de **3 auditeurs sur 4** écoutent **plusieurs tranches horaires**
...et près d'**1 auditeur sur 4** écoute **une seule tranche horaire**

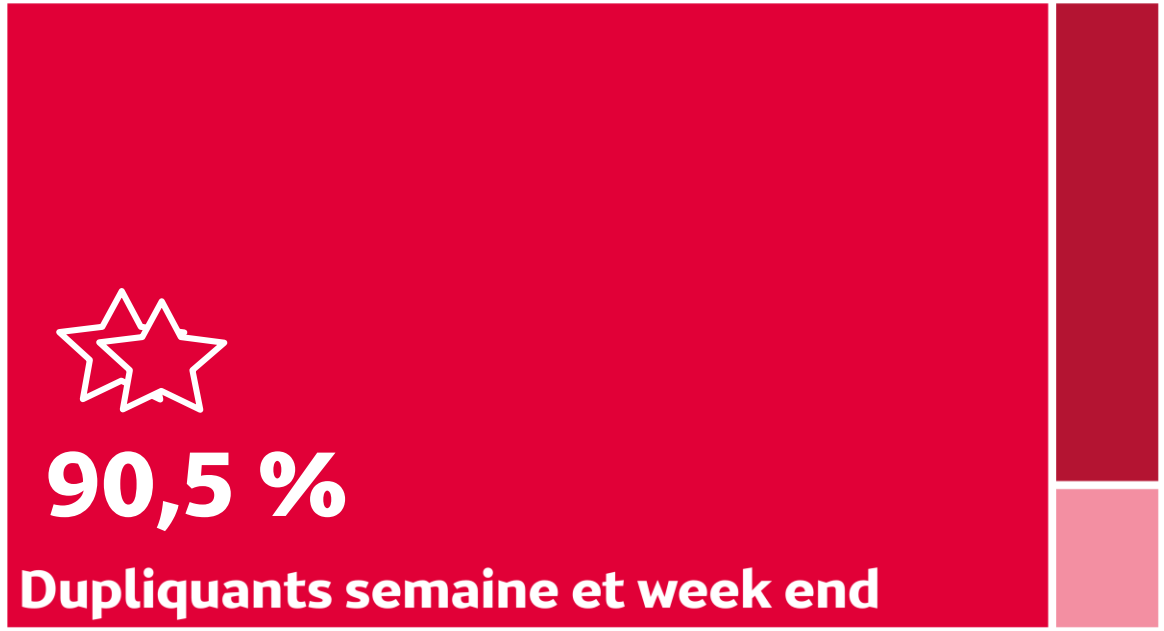
Duplication par tranche horaire sur une journée

Les **dupliquants internes** sont les auditeurs qui, sur un jour moyen, viennent **à l'écoute** du média **sur au moins 2 tranches** (parmi 5h-6h, 6h-9h, 9h-12h, 12h-14h, 14h-18h, 18h-20h, 20h-24h).

2 ...avec des comportements d'écoute différents

Sur 23 jours, **9 auditeurs sur 10** écoutent **la radio en semaine et le week-end.**
7,3% écoutent la radio **exclusivement en semaine** et **2,2% exclusivement le week-end**

Part des auditeurs par période sur 23 jours



7,3% des auditeurs sont **des exclusifs semaine**, soit 3,7 millions

2,2% des auditeurs sont **des exclusifs week-end**, soit 1,1 million

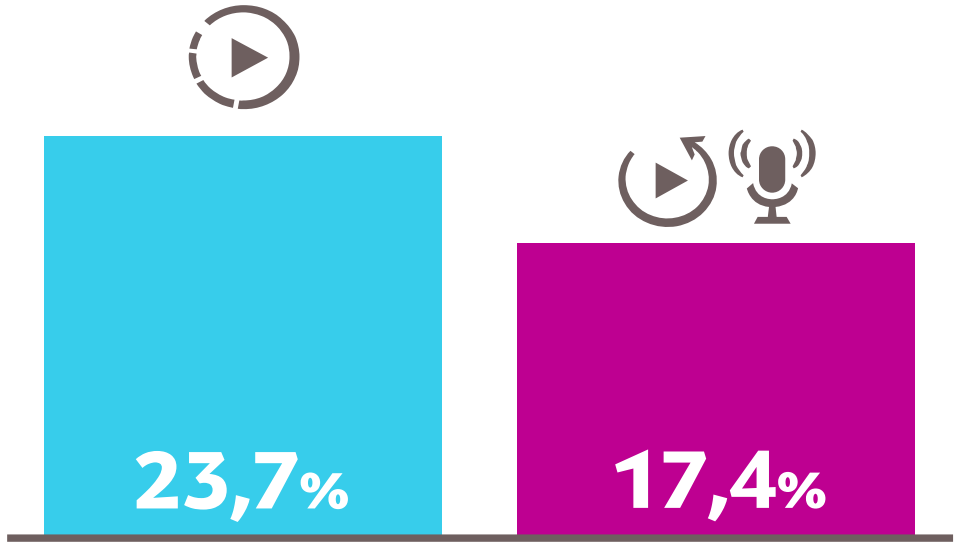
3

La radio, un média connecté

3 La radio, un média connecté

Couverture de la Radio sur Internet sur un mois

33,9% des internautes 15 ans et plus écoutent la **radio sur internet en moyenne sur un mois**



Radio en live

En moyenne sur un 1 mois, **23,7%** des internautes écoutent **la radio en live**

Radio en replay

En moyenne sur un 1 mois, **17,4%** des internautes écoutent **la radio en replay** (streaming et/ou podcast)

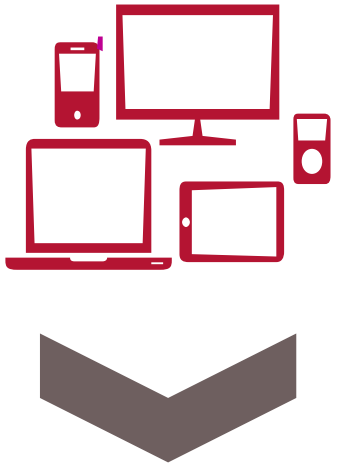
Médiamétrie – Global Radio 2018 Volet 1 – Web Observatoire cumul Octobre-Décembre 2017+ Avril- Juin 2018 - Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

3 La radio, un média connecté

Audience de la Radio sur les supports numériques sur un jour, en semaine

12,2% des individus écoutent **la radio sur des supports numériques** sur une journée moyenne

12,2%
(6,6 millions)



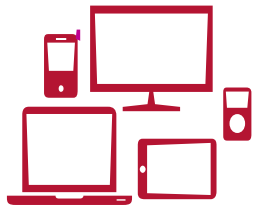
Mobile	Ordinateur	TV	Tablette	Baladeur
6,5% (3,5 millions)	3,1% (1,7 million)	2,1% (1,1 million)	0,9% (505 000)	0,2% (118 000)

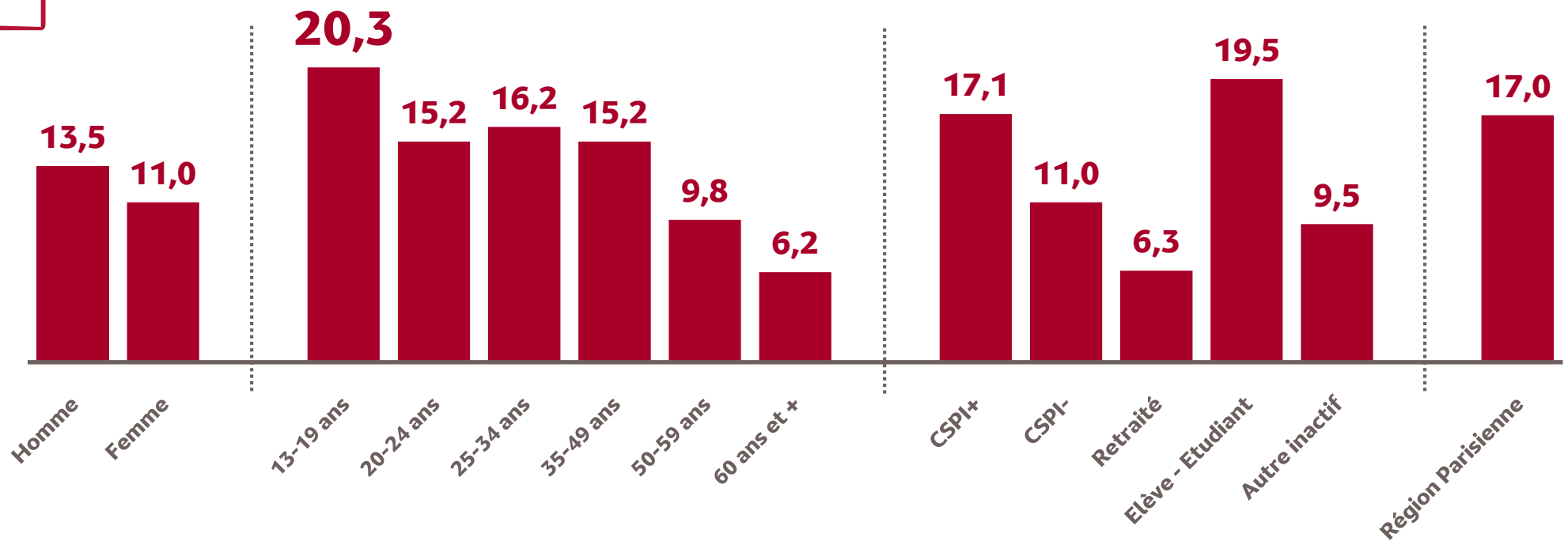
Médiamétrie – Global Radio Volet 126 000 – Janvier-Mars 2018 – Audience Cumulée – 5h-24h – Ensemble 13 ans et + - Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

3 La radio, un média connecté

Audience de la Radio sur les supports numériques par cible

Les plus **jeunes** ont une **affinité particulière** avec les supports numériques.



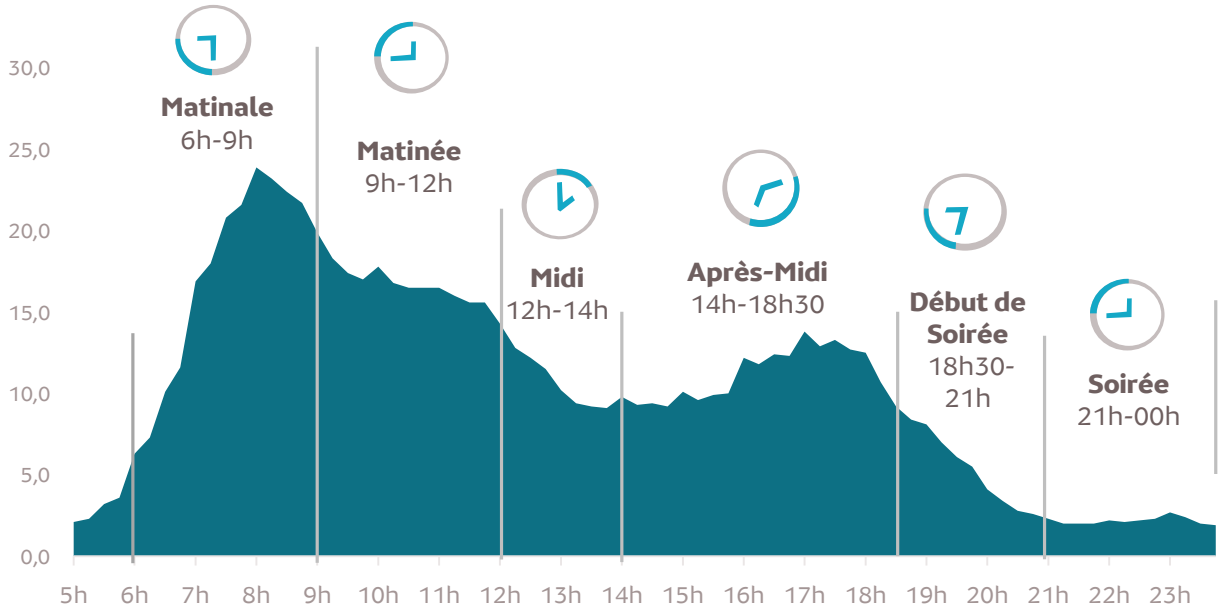


Médiamétrie – Global Radio Volet 126 000 – Janvier-Mars 2018 – Audience Cumulée – 5h-24h - Copyright Médiamétrie- Tous droits réservés

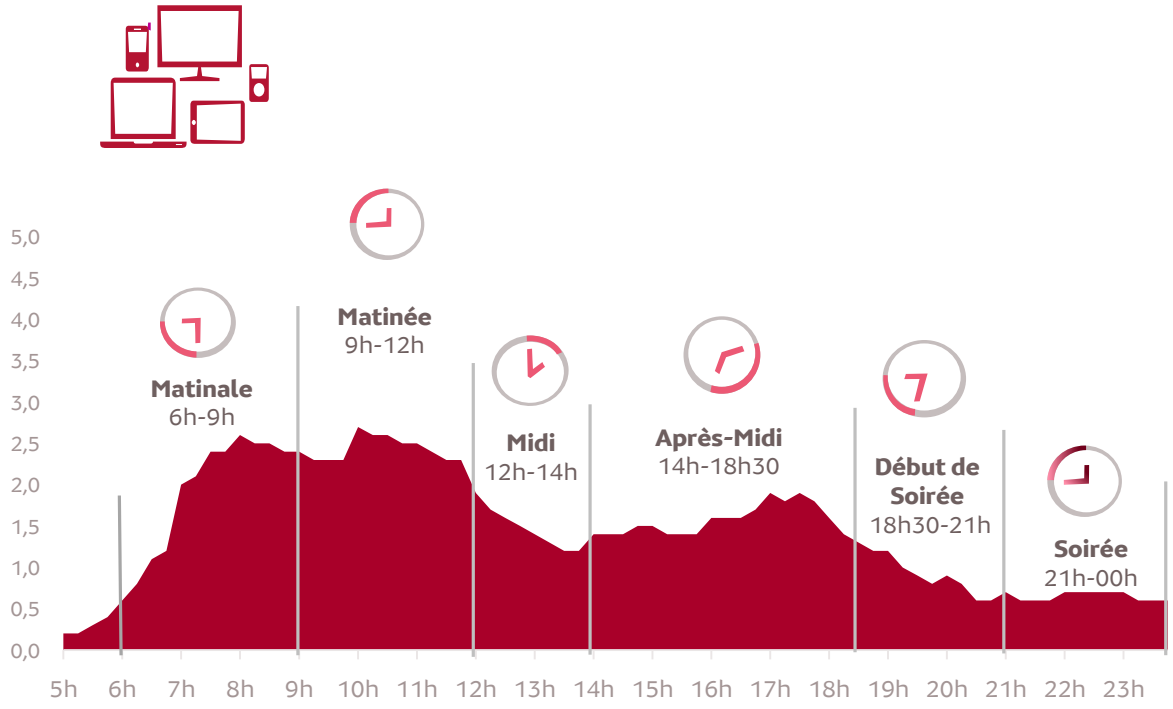
3 La radio, un média connecté

La consommation de la radio sur des supports numériques est **plus fragmentée.**

Courbe d'audience quart d'heure par quart d'heure des postes radio



Courbe d'audience quart d'heure par quart d'heure des supports multimédia

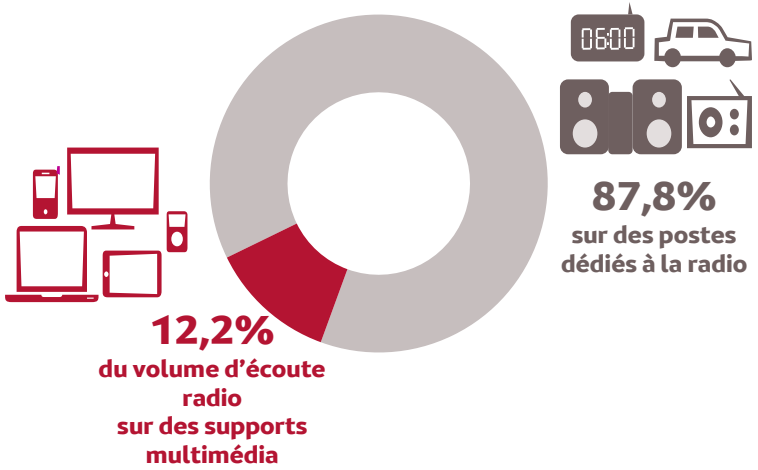


Échelles différentes

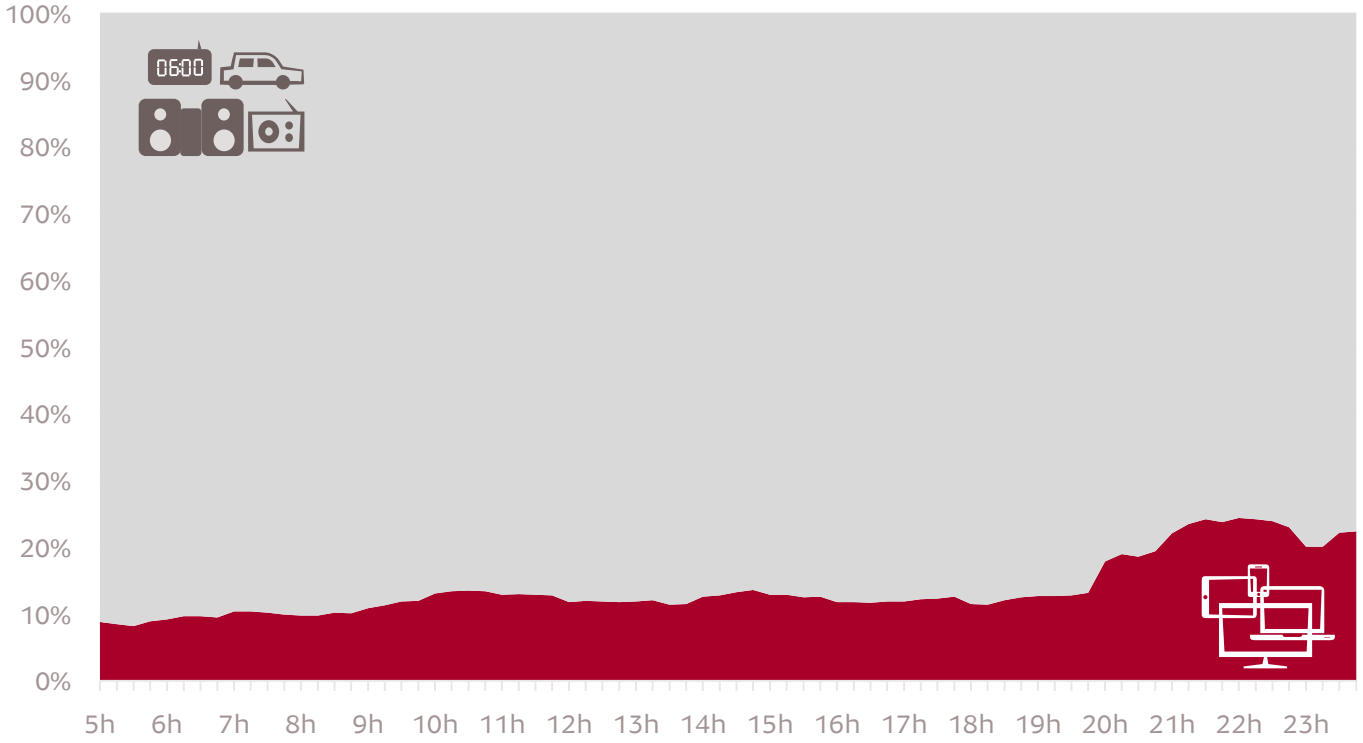
La radio, un média connecté

La contribution des supports numériques à l'audience de la radio est **plus importante le soir à partir de 19h.**

Contribution des supports multimédia dans l'audience du média, en 05h-24h



Contribution des supports multimédia dans l'audience du média quart d'heure par quart d'heure



3 La radio, un média connecté

Audience Cumulée de la Radio en Replay

3,2%

des individus 13 ans et plus écoutent en moyenne par jour la radio **en Replay**
(en streaming ou en podcast)

soit

1,7M d'auditeurs quotidiens

La durée d'écoute par auditeur est de
1h03min

3 La radio, un média connecté

Taux de conversion des podcasts sur un mois

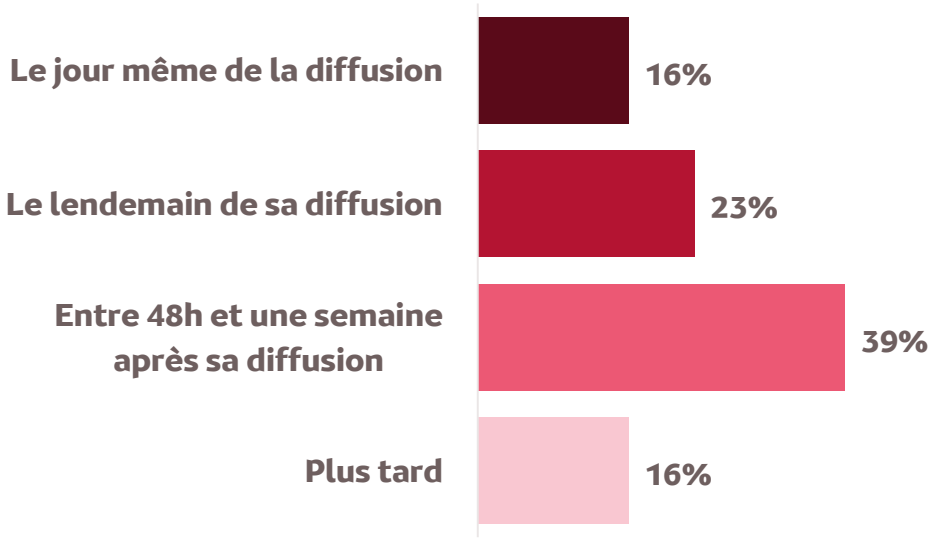
16,9
Podcasts sont **téléchargés** chaque mois

13,7
Podcasts sont **écoutés** chaque mois

Taux de conversion de 81%

Dans près de 40% des cas, les podcasts Radio sont consommés **dans les 48h** qui suivent leur diffusion à l'antenne.

Quand les podcast sont-ils écoutés (par rapport à la diffusion antenne) ?



L’équipe Radio

L’équipe Radio

Elia BALOSSINI
Chargé d’études et de clientèle

David BERNIER
Directeur d’études

Amine BOUHLAS
Stagiaire

Mélanie BRICE
Consultante médias

Juliette CARPENTIER
Apprentie

Lucile DANIEZ
Consultante médias

Guy DETROUSSELLE
Directeur du pôle local

Emma DELAUNAY
Chargée d’études et de clientèle

Elisa DELAUNOY
Responsable de projets

Trecy DIMONEKENE
Apprentie

Aurélie FAU
Responsable d’études

Elsa GOLEBIEWSKI
Consultant médias

Nadine GUILLAUME
Assistante

Clémentine HAOUISEE
Responsable d’études et de clientèle

Thomas HERIN
Chargé d’études

Emmanuelle LE GOFF
Directrice département radio et outremer

Léa LANTERI
Apprentie

Clément MOULIN
Chargé d’études et de clientèle

Karima MOUSSAID
Consultante médias

Caroline PETIT
Responsable d’études et de clientèle

Parivone SUDAROS
Directrice d’études et de clientèle

Julie TERRADE
Directrice de pôle national

Fabrice TROCHUT
Consultant médias

Lauren VASQUEZ
Chargée d’études et de clientèle