

L'Année Audio 2025-2026

L'audio, un choix quotidien pour 83 % des Français



Dans un contexte où l'offre médiatique n'a jamais été aussi abondante, l'audio confirme sa place à part. Radio, podcasts, livres audio, streaming musical : l'audio est au cœur de la vie des Français. Il les accompagne du réveil au coucher, génère des usages massifs et entretient avec ses publics une relation d'une rare intensité, choisie et engagée.

Cette nouvelle édition de L'Année Audio met en lumière un média universel, qui accompagne les Français chaque jour, quels que soient leur âge, leurs habitudes ou leurs modes d'écoute.

Une consommation massive, portée par la radio

Au quotidien, **83 %** des Français écoutent un contenu audio. Toutes les générations sont concernées, à commencer par les plus jeunes : près de **9 sur 10** parmi les 15-24 ans écoutent de l'audio chaque jour.

Dans cet univers toujours plus riche, la radio joue un rôle clé : elle concentre plus de la moitié du temps d'écoute audio (**53 %**), devant le streaming musical (**34 %**). Une place qui se traduit par une audience exceptionnelle : les deux tiers des Français (**66 %**) l'écoutent chaque jour, et **96 %** chaque mois. Chaque auditeur lui consacre en moyenne **2h47** par jour. La radio reste aussi le média des grands rendez-vous collectifs : chaque matin à 8 heures, elle rassemble près de **12 millions** d'auditeurs, dont **7 millions** à l'écoute d'une matinale d'actualité sur une station nationale.

“ Dans un univers médiatique toujours plus fragmenté, la radio garde une force rare : elle accompagne les Français tout au long de la journée, les fidélise et les rassemble autour de grands rendez-vous. Elle s'adapte à tous les usages, 27 % de son temps d'écoute se fait désormais sur un support digital, smartphone en tête. Pour refléter cette réalité au plus près, la mesure d'audience s'adapte en permanence. ”

Emmanuelle Le Goff, Directrice Radio & Total Audio

Des auditeurs qui composent leur propre expérience audio

L'audio permet à chacun de composer son expérience selon ses envies, ses moments de vie et ses centres d'intérêt. Sur une journée, les auditeurs consacrent désormais **53 %** de leur temps d'écoute à des contenus à la demande et **47 %** à des contenus en direct. Loin de s'opposer, ces usages se complètent : **77 %** des auditeurs combinent offres en direct et à la demande au cours d'un mois.



Communiqué de presse

L'Année Audio 2025-2026
L'audio, un choix quotidien pour 83 % des Français

Cette complémentarité se retrouve dans tout l'univers audio : sur un mois, **79 %** des auditeurs combinent offres digitales et offline, **78 %** associent contenus musicaux et parlés, et **67 %** utilisent à la fois des offres gratuites et payantes.

L'audio repousse aussi ses frontières : **47 %** des auditeurs quotidiens de podcasts déclarent choisir souvent la version filmée de ces contenus, signe de l'essor d'usages hybrides où le son s'associe de plus en plus à l'image.

“ Les Français ne choisissent pas une seule offre audio, ils construisent leur propre parcours d'écoute. Radio en direct, podcasts, streaming, contenus gratuits ou payants : les usages se complètent plus qu'ils ne se substituent. Cette logique de combinaison est aujourd'hui l'un des marqueurs forts de la consommation audio. ”

Cécile Bertrand, Directrice Audio

Un média qui crée engagement et fidélité

Parce qu'il est choisi, l'audio crée une relation particulièrement forte avec ses publics. La radio demeure un média d'habitude et de fidélité : un auditeur l'écoute en moyenne **13 jours sur 20 jours** ouverts par mois.

Les podcasts suscitent une adhésion en hausse continue : près d'un Français sur deux (**48 %**) en écoute chaque mois, soit **9 points** de plus en trois ans. L'engagement se lit aussi dans la qualité de l'écoute : **68 %** des auditeurs ne sautent pas de passages et **77 %** n'accélèrent pas la vitesse de lecture.

Autre signe de cet attachement : les offres payantes progressent et représentent désormais **25 %** du temps d'écoute audio, soit **4 points** de plus en trois ans.

Enfin, la musique crée l'engagement chez les plus jeunes. **86%** du temps d'écoute audio des 15-24 ans lui est consacré.

À propos de Médiamétrie, High trust data

Médiamétrie traite chaque jour plus d'1 milliard de données pour accompagner ses clients français et internationaux dans l'élaboration de leur stratégie. Au cœur de nos valeurs et de nos offres : une mesure juste, impartiale, comparable et vérifiable.

Médiamétrie met toute l'expertise de ses équipes au service de la conception et de la production de mesures d'audience de référence communes et souveraines pour les médias, les plateformes et le marché publicitaire, pour les univers audios et vidéos.

Société à Mission, Médiamétrie s'engage à « agir en faveur d'une mesure d'audience rigoureuse, transparente et concertée, permettant l'équilibre de l'écosystème des médias, socle de notre vie démocratique ». C'est notre raison d'être.

Médiamétrie compte près de 700 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 102,2 M€ en 2025.

Retrouvez notre espace presse, nos audiences et notre expertise sur www.mediametrie.fr

Et rejoignez-nous sur : @Mediametrie Mediametrie.official Médiamétrie

Contacts Presse :

Stéphanie Haoun
Tél : 01 71 09 93 18
shaoun@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr

Les Mots de la Mesure
Notre glossaire