

Global Audio 2025

L'audio accompagne chaque jour 42 millions de Français



L'étude **Global Audio** analyse l'ensemble des usages audio et apporte une vision consolidée et précise de la consommation audio en France auprès des 15-80 ans.



Dans un paysage médiatique mouvant, l'audio reste un repère

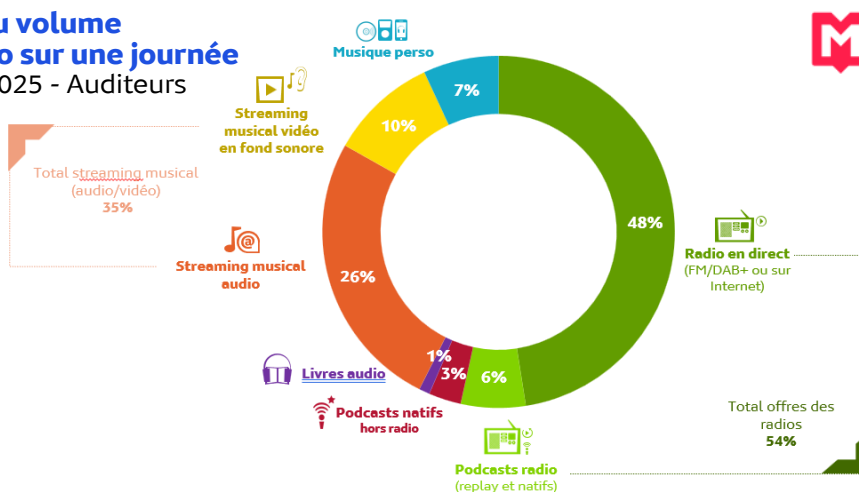
Dans un contexte foisonnant de sources d'information et de divertissement, l'audio demeure **incontournable** : chaque jour, **42 millions de Français** écoutent des contenus audio (soit 8 Français sur 10).

L'audio **conforte sa position** avec des offres variées ainsi qu'une **répartition du temps d'écoute globalement stable** : la **radio** reste largement leader avec **54%** du temps d'écoute quotidien (-2% en un an), tandis que **le streaming musical**, audio comme vidéo en fond sonore, représente **35%** de ce temps d'écoute (+2% en un an).

Les façons de consommer quant à elles évoluent : **59%** du temps d'écoute se porte désormais sur **des offres audio en digital** soit +4% sur un an, une croissance portée par l'essor des offres à la demande (streaming/podcasts) et par l'utilisation croissante du téléphone mobile.

Répartition du volume d'écoute audio sur une journée

(Global Audio 2025 - Auditeurs jour 15-80 ans)



Une tendance se renforce **chez les 15-24 ans** : pour **67%** d'entre eux, les **réseaux sociaux** sont **le premier moyen de découverte de nouveaux podcasts et de nouvelles musiques**. Toutefois, la **radio** demeure le principal vecteur de découverte pour une majorité de Français : **60%** d'entre eux déclarent y **découvrir de nouveaux titres et artistes**.



Un profil d'écoute nuancé

Comparer les consommateurs quotidiens d'audio les plus assidus à ceux qui y consacrent le moins de temps fait apparaître **deux profils aux comportements distincts**.

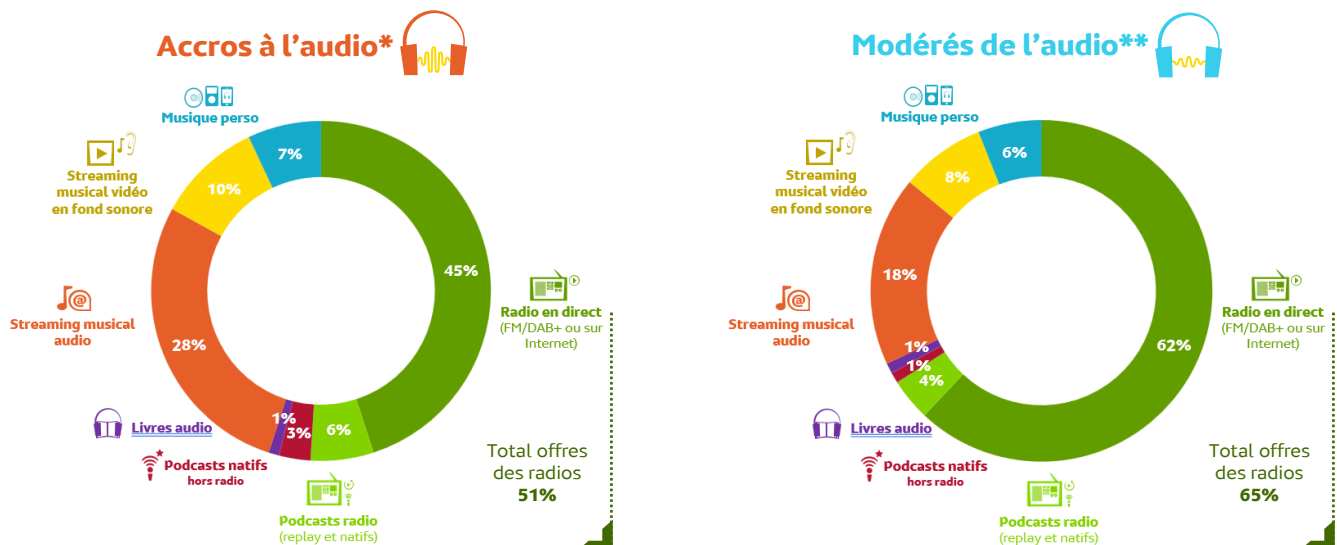
Les **accros**, gros consommateurs d'audio, affichent **des habitudes diversifiées et réparties dans la journée**. À l'inverse, les auditeurs **modérés**, dont l'écoute audio est moins soutenue, présentent **des habitudes marquées et ritualisées**.

Chez les **accros** à l'audio, les **contenus à la demande** ont la côte. Le streaming audio et vidéo en fond sonore représente à lui seul **38%** de leur temps d'écoute quotidien, et les podcasts radio et natifs, 9%. A noter que la **radio en direct** demeure de loin l'offre la plus écoutée avec **45%** du temps d'écoute quotidien de ces audiovores.

Pour les auditeurs **modérés**, l'écoute de la **radio en direct** est **encore plus dominante (62%** du temps d'écoute), quand le **streaming musical** -audio et vidéo en fond sonore- occupe tout de même **26%** de leur temps d'écoute quotidien.

Répartition du volume d'écoute audio sur une journée par profil d'auditeurs

(Global Audio 2025 – Auditeurs jour 15-80 ans)



*Accros à l'audio : 25% des auditeurs jour ayant déclaré le temps de consommation audio le plus élevé
**Modérés de l'audio : 25% des auditeurs jour ayant déclaré le temps de consommation audio le plus faible

“ Global Audio révèle les coulisses du paysage audio. En surface, les usages sont globalement stables. Pourtant, dans le détail, les modes d'écoute et les canaux de découverte évoluent rapidement : recours accru au téléphone mobile, influence croissante des réseaux sociaux, et synergie entre vidéo et audio renforcent l'attractivité des contenus. Il est intéressant de constater que ces évolutions se manifestent différemment selon l'âge. Par exemple, chez les jeunes, la version filmée des podcasts s'impose comme un format particulièrement prisé, bien plus que chez les générations plus âgées. ”

Cécile Bertrand, Directrice Audio



Communiqué de presse

Global Audio 2025

L'audio accompagne chaque jour 42 millions de Français

Global Audio fait partie de l'univers d'offres **MediaEar** de Médiamétrie

L'étude Global Audio mesure les **usages audio** (couverture, duplication, profil et volume d'écoute) et les **contextes d'écoute** (localisations, supports, moments d'écoutes).

Le périmètre étudié comprend la radio en direct (FM/DAB+ ou via internet), les podcasts radio (replay et natifs) et autres que radio, les livres audio, les services de streaming musical (gratuit et par abonnement), le streaming musical en fond sonore sur les plateformes vidéo et les bibliothèques de musique personnelle (CD, MP3, achat de titres, vinyle...).

L'étude a été réalisée en ligne (CAWI) en **février/mars 2025** auprès d'un échantillon de **4046 individus âgés de 15 à 80 ans**, représentatif de la population française sur les critères socio-démographiques sexe, âge, CSP et répartition géographique.

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 transparente, juste, impartiale, inclusive, 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.

Médiamétrie compte plus de 700 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 103,5 M€ en 2024.

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

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr



Les Mots des Médias

Consultez + de 500 définitions