Mediametrie
High trust data

Communiqué de Presse

20 novembre 2026

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Septembre-Octobre 2026



Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Île-de-France sur la période allant du 31 août au 25 octobre 2026, mesurée auprès de 4 490 personnes âgées de 13 ans et plus.

En Île-de-France, sur une journée moyenne de Lundi-Vendredi (5h-24h), la Radio rassemble **6,1 millions d'auditeurs** de 13 ans et plus, pendant **2h41** par jour et par auditeur.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Septembre-Octobre 2026	Avril-Juin 2026	Septembre-Octobre 2025
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	**40**	65	40
Nombre de Jours de Moindre Activité (JMA)	**0**	6	0
Nombre de jours de vacances scolaires	**6**	10	5
Taux d'activité hors JMA (en%)(1)	**78,5**	77,5	77,4

(1) Taux d'activité : part des actifs occupés ayant exercé leur activité professionnelle la veille de l'interview.

Les résultats d'audience portent sur la base temporelle « lundi-vendredi » construite en mettant à part les Jours de Moindre Activité (JMA), jours pour lesquels le taux d'activité national est inférieur à 55%. Sur la vague Septembre-Octobre 2026, aucun JMA n'a été relevé.

L'Audience du média Radio en Île-de-France

Population des 13 ans et plus (Lundi-Vendredi)

	Septembre-Octobre 2026					Avril-Juin 2026					Septembre-Octobre 2025				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA h/mn
5h - 24h	**8,1**	**864**	**57,1**	**6 106**	**2h41**	7,8	832	58,0	6 207	2h33	7,8	816	57,0	5 982	2h36
7h - 9h	**15,4**	**1 652**	**33,2**	**3 550**	**0h56**	15,0	1 606	31,2	3 335	0h58	15,3	1 609	33,4	3 511	0h55

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs à l'enquête et atteignant 1% d'audience cumulée en lundi - vendredi (5h-24h).

L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)

		Septembre-Octobre 2026		Avril-Juin 2026		Septembre-Octobre 2025	
		AC %	PDA %	AC %	PDA %	AC %	PDA %
TOTAL RADIO		**57,1**	**100,0**	**58,0**	**100,0**	**57,0**	**100,0**
Programmes généralistes	**Total**	**26,2**	**41,5**	**25,5**	**37,5**	**27,6**	**40,2**
Dont							
EUROPE 1		**4,1**	**4,5**	4,8	5,9	5,6	5,0
FRANCE INTER		**12,2**	**16,5**	12,2	16,2	13,1	17,5
RMC		**5,3**	**7,6**	4,7	6,0	5,1	6,8
RTL		**7,2**	**11,6**	7,1	9,0	8,2	10,6
Programmes musicaux	**Total**	**21,5**	**21,8**	**23,4**	**23,7**	**20,4**	**21,1**
Dont							
CHERIE FM		**2,3**	**1,6**	2,2	1,5	2,1	2,2
FUN RADIO		**1,1**	**1,1**	1,5	2,0	1,7	1,3
NOSTALGIE		**3,4**	**3,2**	3,7	3,3	3,5	4,0
NRJ		**2,3**	**1,8**	3,1	2,3	3,0	2,2
RADIO NOVA		**4,5**	**4,2**	5,8	5,1	2,5	1,9
RFM		**1,9**	**2,1**	1,9	1,6	1,5	1,1
RIRE ET CHANSONS		**2,4**	**1,6**	2,7	1,7	2,2	1,5
RTL2		**2,0**	**1,1**	1,9	1,5	1,8	1,5
SKYROCK		**4,1**	**3,3**	4,6	3,4	4,8	3,8
Programmes thématiques	**Total**	**17,7**	**18,0**	**17,6**	**18,1**	**17,2**	**18,9**
Dont							
FRANCE CULTURE		**5,0**	**4,9**	4,6	4,7	4,1	4,8
FRANCE INFO		**9,9**	**7,4**	9,9	7,4	10,4	7,0
FRANCE MUSIQUE		**1,6**	**2,1**	1,1	1,4	1,1	1,5
RADIO CLASSIQUE		**2,2**	**2,1**	2,5	3,1	2,5	3,9
Programmes locaux	**Total**	**14,1**	**14,8**	**15,2**	**17,2**	**14,9**	**15,3**
Dont							
ADO		**1,0**	**0,8**	ND	ND	1,1	0,7
FIP		**2,2**	**2,8**	2,5	3,2	2,3	3,1
LATINA		**1,6**	**1,0**	1,5	1,4	1,6	0,7
OUI FM		**1,4**	**1,2**	1,6	2,1	1,4	1,0
TROPIQUES FM		**1,2**	**1,1**	1,6	2,2	1,3	1,4
TSF JAZZ		**1,2**	**0,9**	1,3	1,1	1,4	1,2

ND = Non Disponible

L'Audience de la Radio en Lundi-Vendredi (5h-24h)

Population en Île-de-France (13 ans et +) :
10 695 000 en 2026,
10 498 000 en 2025.

		Septembre-Octobre 2026 AC Milliers	Avril-Juin 2026 AC Milliers	Septembre-Octobre 2025 AC Milliers
TOTAL RADIO		**6 106**	**6 207**	**5 982**
Programmes généralistes	**Total**	**2 805**	**2 732**	**2 903**
Dont				
EUROPE 1		**440**	508	588
ICI		**77**	43	52
FRANCE INTER		**1 301**	1 304	1 375
RMC		**570**	502	536
RTL		**771**	757	862
Programmes musicaux	**Total**	**2 298**	**2 506**	**2 141**
Dont				
CHERIE FM		**242**	232	219
FUN RADIO		**120**	155	184
NOSTALGIE		**363**	394	366
NRJ		**249**	328	311
RADIO NOVA		**477**	619	263
RFM		**204**	208	153
RIRE ET CHANSONS		**256**	285	233
RTL2		**213**	207	187
SKYROCK		**435**	490	508
Programmes thématiques	**Total**	**1 889**	**1 878**	**1 805**
Dont				
FRANCE CULTURE		**536**	492	434
FRANCE INFO		**1 063**	1 061	1 091
FRANCE MUSIQUE		**175**	121	121
RADIO CLASSIQUE		**237**	270	264
Programmes locaux	**Total**	**1 513**	**1 628**	**1 562**
Dont				
ADO		**109**	ND	116
FIP		**240**	263	239
LATINA		**169**	164	165
OUI FM		**155**	167	146
TROPIQUES FM		**124**	167	138
TSF JAZZ		**129**	134	143

ND = Non Disponible

L'Audience des couplages publicitaires en Lundi-Vendredi (5h-24h) (3)

(1) 1% = 106 950 personnes âgées de 13 ans et plus
(2) 1% = 104 980 personnes âgées de 13 ans et plus

	Septembre-Octobre 2026		Avril-Juin 2026		Septembre-Octobre 2025	
	AC (1) %	PDA %	AC (1) %	PDA %	AC (2) %	PDA %
TOTAL RADIO	**57,1**	**100,0**	**58,0**	**100,0**	**57,0**	**100,0**
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	**9,4**	**8,2**	10,2	8,8	9,7	10,0
IMPACT +	**7,5**	**6,4**	7,8	6,5	7,2	7,8
FULL IMPACT IDF	**12,8**	**11,5**	14,1	12,2	ND	ND
GROUPE M6 IDF	**9,9**	**13,9**	10,2	12,5	11,3	13,3
FIRST ILE DE FRANCE	**3,7**	**2,6**	3,7	3,8	4,0	3,3
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	**10,9**	**11,9**	12,7	13,1	10,1	8,6
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	**9,4**	**9,6**	10,5	10,3	7,4	5,5
LIP !	**12,0**	**12,2**	13,4	14,1	10,6	8,8
LES INDÉS RADIOS	**10,9**	**10,5**	11,7	12,4	11,1	9,5
LES INDÉS CAPITALE	**8,4**	**7,6**	9,5	9,3	8,7	7,6
G1981 - IDF ALL ACCESS	**4,4**	**3,4**	3,9	4,2	4,2	2,6
G1981 - IDF AVANTAGE ACCESS	**3,5**	**2,5**	3,5	4,0	3,4	1,9
G1981 - IDF PREMIUM ACCESS	**3,0**	**2,2**	3,0	3,5	2,9	1,7
G1981 - IDF LOCAL ACCESS	**1,5**	**1,2**	1,0	0,7	1,6	0,9
HPI GROUPE IDF	**1,7**	**1,3**	2,2	1,9	2,2	1,6

(3) La composition des couplages publicitaires sur Septembre-Octobre 2026 figure en page 5.
Le nom et /ou la composition des couplages publicitaires pouvaient être différents sur les vagues précédentes.
ND = Non Disponible

L'Audience des agrégats par statut (5h-24h)

	Septembre-Octobre 2026		Avril-Juin 2026		Septembre-Octobre 2025	
	AC (1) %	PDA %	AC (1) %	PDA %	AC (2) %	PDA %
TOTAL RADIO	**57,1**	**100,0**	**58,0**	**100,0**	**57,0**	**100,0**
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	**25,0**	**35,8**	24,6	34,5	25,6	35,7
dont : RADIO FRANCE	**24,5**	**35,1**	24,1	33,8	24,8	34,7
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	**40,0**	**59,4**	42,2	61,6	39,7	58,7

Composition des couplages publicitaires

Sur la période Septembre-Octobre 2026, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

NRJ Global Massive Impact = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

Impact + = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

Full Impact IDF = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons, Skyrock

Groupe M6 IDF = Fun Radio, RTL, RTL2

First Ile de France = Fun Radio, M Radio, RTL2

Lagardère Publicité News = Europe 1, Europe 2, Radio Nova, RFM

Lagardère Publicité News IDF = Chante France , Europe 2, OUI FM, Radio FG, Radio Nova, RFM

LIP ! = Chante France, Europe 2, Fun Radio, M Radio, OUI FM, Radio FG, Radio Nova, RFM, RTL2

Les Indés Capitale =15 stations suivantes : Ado, Africa Radio, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely, MBS, Oxygène la radio de la Seine-et-Marne, Radio Orient, Sud Radio, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit, Voltage

G1981 - IDF All Access = Ado, Latina, OUI FM, Voltage

G1981 - IDF Avantage Access = Latina, OUI FM, Voltage

G1981 - IDF Premium Access = Latina, OUI FM

G1981 - IDF Local Access = Ado, Voltage

HPI Groupe IDF = Chante France, Evasion, Lovely, MBS

Les Indés Radios = 131 stations suivantes : 100%, 3DFM, 47 FM, Activ Radio, Ado, Africa Radio, Alouette, Alpes 1 Alpes du Sud / Alpes 1 Grand Grenoble, ARL, Beur FM, Blackbox, Canal FM, Cannes Radio, Cerise FM, Champagne FM, Chante France, Collines La Radio, Décibel (Bretagne), Delta FM (Hauts de France), Direct FM, DKL Dreyeckland, Echo FM, Est FM, Evasion, FC Radio, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Nouvelle Aquitaine), Flor FM, FM 81, Forever, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie Radio (Hauts de France), Générations (IDF), Générations (Lyon Métropole), Grand Sud FM, Happy Radio, Hit West, Horizon (Hauts de France), Hot Radio, Impact FM, Inside Radio, Jaime Radio, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kernews, Kiss FM, La Radio Plus, Latina, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lovely, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Max Radio, MBS, Melody, Mélody d'Azur (06,83), Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane, ODS Radio, OUI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (Pays-de-la-Loire), Plein Air, Plein Coeur, Pyrénées FM, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio Contact, Radio ECN, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (Occitanie), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Scoop, Radio Scoop Gold, Radio Star Sud, Radio Star (Bourgogne-Franche Comte, Grand Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, RJFM, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS, RVA, RVM (Grand Est), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, TSF Jazz, Urban Hit, Vibration, Virgin Radio, Voltage, Wit FM.

Définitions

Agrégats par statut

Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

Radio France : Fip, France Culture, France Info, France Inter, France Musique, ICI, Mouv'.

Les radios privées commerciales regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

Les radios privées associatives regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20% du chiffre d'affaires

Les autres programmes regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

Définitions

Agrégats par format

Les programmes généralistes : Europe 1, France Inter, ICI, RMC, RTL.

Les programmes musicaux : Chérie FM, Europe 2, Fun Radio, M Radio, Mouv', Nostalgie, NRJ, Radio Nova, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock.

Les programmes thématiques : BFM Business, France Culture, France Info, France Musique, Radio Classique, RFI-Radio France Internationale.

Les programmes locaux : Fip, Les Indés Radios, autres radios locales non affiliées à un réseau national.

Indicateurs d'audience

AM : Audience Moyenne = Moyenne des audiences des quarts d'heure, en pourcentage de la population ou en Milliers (QHM).

AC : Audience Cumulée = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire ou la journée (5h-24h), en pourcentage de la population ou en Milliers.

DEA : Durée d'Ecoute par Auditeur (en heures / minutes).

PDA : Part D'Audience (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

Evénements sur la période

Sur la période d'enquête Septembre-Octobre 2026, allant du 31 août au 25 octobre 2026, l'actualité a été marquée par des évènements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 31 août, l'ancien Premier ministre Édouard Balladur meurt à 97 ans.

Le 4 septembre, un drone russe frappe le siège des services de sécurité ukrainiens à Kiev. Volodymyr Zelensky propose une suspension réciproque des frappes pendant la visite d'émissaires américains à Moscou et à Kiev.

Le 6 septembre, le parti d'extrême droite AfD remporte les élections régionales en Saxe-Anhalt avec près de 44 % des voix.

Le 18 septembre, Donald Trump interdit l'accès à la Maison-Blanche à trois médias, dont CNN, MS NOW et Politico.

À partir du 21 septembre, un mouvement lycéen s'étend à toute la France. Le 1er octobre, plus de 1 000 lycées sont mobilisés. Les manifestations se poursuivent au cours du mois, marquées par des affrontements et de nombreuses interpellations.

Le 23 septembre, le Conseil de sécurité des Nations unies débat pour la première fois des risques liés à l'intelligence artificielle.

Le 24 septembre, Donald Trump reçoit Xi Jinping à la Maison-Blanche.

Du 25 au 28 septembre, le pape Léon XIV effectue sa première visite apostolique en France, à Paris, Saint-Denis, Lourdes et Metz.

Le 28 septembre, Mediapart attribue à Jordan Bardella des écrits antisémites datant de 2013, ce que le président du RN conteste.

Le 9 octobre, Donald Trump annonce un accord avec Vladimir Poutine sur des livraisons de gazole russe.

Les 14 et 20 octobre, le Paris Saint-Germain bat Manchester City puis le FC Barcelone en Ligue des champions.

Le 17 octobre, une journée de mobilisation contre la vie chère rassemble 550 000 personnes selon le ministère de l'Intérieur. Des violences et des pillages ont lieu dans plusieurs villes. **Le 24 octobre**, une nouvelle journée réunit plus de 400 000 manifestants.

EAR > Île-de-France fait partie de l'univers d'offres MediaEar de Médiamétrie

Les résultats d'audience de la Radio en Île-de-France portent sur la période allant du 31 août 2026 au 25 octobre 2026 : 3 443 interviews pour la période lundi-vendredi, réalisées auprès de la population âgée de 13 ans et plus.

• Recueil d'audience réalisé sur la veille, de 5h du matin à 5h le lendemain matin, réalisé en spontané. La personne interrogée cite elle-même et sans suggestion de réponse le nom des stations de radio qu'elle a écoutées.

• Interviews réalisées du lundi au dimanche, sur téléphone mobile et téléphone fixe afin d'optimiser la joignabilité de la population par téléphone. Les appels sont réalisés entre 15h30 et 20h30 du lundi au vendredi, de 11h à 14h et de 15h à 20h le samedi, et entre 15h et 20h le dimanche.

• Depuis septembre 2026, l'enquête EAR repose sur un recueil multimode. Après un premier contact par téléphone permettant de sélectionner la personne du foyer correspondant aux critères de quota, celle-ci choisit ensuite de poursuivre l'entretien par téléphone ou en ligne, selon sa préférence.

• Contrôle quotidien de la représentativité socio-démographique de l'échantillon avec équirépartition des interviews entre les jours d'enquête.

• Les résultats d'audience portent sur la base temporelle « lundi-vendredi » construite en mettant à part les Jours de Moindre Activité (JMA), jours pour lesquels le taux d'activité national est inférieur à 55%. Sur la période

• Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 106 950 = nombre d'auditeurs.

Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.

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 ».
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.officiel Médiamétrie

Contact Presse : rex@mediametrie.fr
Stéphanie Haoun
Juliette Destribats

Les Mots de la Mesure
Notre glossaire

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés