

La mesure d'audience de la radio évolue et devient EAR - Etude Audience Radio

Médiamétrie, en concertation avec les acteurs du marché, annonce une évolution du dispositif de mesure de référence de la radio (anciennement 126 000 Radio / Médialocales).

Depuis septembre 2021, **la mesure d'audience de la radio**, désormais baptisée **EAR - Etude Audience Radio**, repose sur une enquête téléphonique déclarative renouvelée, optimisée et plus compétitive tout en conservant la robustesse qui fait référence sur le marché. Elle s'appuie dorénavant sur une base unique de répondants représentatifs de la population pour les mesures nationale et locale.

Ce nouveau dispositif accompagne l'évolution des modes de vie de la population avec plus de 70% des appels passés sur mobile. Il gagne également en précision au niveau local avec une augmentation du nombre d'interviews en Ile-de-France, zone clé du marché, un périmètre étendu à l'ensemble des départements français métropolitains (versus 72 auparavant, hors Ile-de-France) et toujours près de 100 agglomérations.

Pour **Julien Rosanvallon**, Directeur Général Adjoint de Médiamétrie :

« La France est un des pays qui dispose des données les plus fines pour mesurer le média Radio. Une grande enquête déclarative comme EAR répond aux standards internationaux de précision les plus élevés. Cette évolution de notre mesure de référence, s'inscrit dans une vraie dynamique. Proposer un dispositif basé sur un consensus fort, qui permet la prise en compte de la pluralité et de la diversité du paysage radiophonique français sur l'ensemble du territoire, est au cœur de l'ADN de Médiamétrie. Cela témoigne par ailleurs de notre volonté d'être à l'écoute du marché et d'accompagner nos clients dans leurs prises de décisions dans un moment de transformation de l'écosystème des médias. »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure d'audience de la radio évolue et devient

EAR - Etude Audience Radio



Les bénéfices de la nouvelle mesure téléphonique de la radio

EAR – Etude Audience Radio



EAR - National
EAR - Île-de-France
EAR - Local



Un dispositif optimisé et simplifié pour l'ensemble des utilisateurs de la mesure (stations, régies pub, agences, annonceurs, ...)



Augmentation du taux d'appels sur mobile
(plus de 70%)



Hausse du nombre d'interviews en Île-de-France



Mesure locale étendue à **tous les autres départements**

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

Contact Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr