

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 25 avril 2022



Mediametrie

Panel Radio 2021/2022

Septembre-Octobre 2021 / Janvier 2022

Le Panel Radio permet de mesurer les comportements d'écoute des auditeurs sur une période de trois semaines (renouvellement et fidélité de l'auditoire, duplications entre stations, transferts d'une station à l'autre...) et d'alimenter les modèles de médiaplanning.

Deux panels ont été interrogés sur les périodes allant du 11 septembre au 3 octobre 2021, et du 8 au 30 janvier 2022.

Enseignements relatifs au média Radio

Sur une période de 3 semaines, 89,1% des personnes âgées de 13 ans et plus ont écouté au moins une fois la radio. En moyenne, elles ont écouté la radio 14,4 jours sur 21 jours, quelle que soit la durée de cette écoute.

Sur 3 semaines, 76,0% des personnes ont écouté la radio en voiture, 57,8% à domicile et 14,3% sur le lieu de travail ou d'études. La couverture sur 3 semaines est ainsi plus élevée en voiture qu'à domicile, l'écoute à domicile reste toutefois plus régulière avec 12,6 jours d'écoute par auditeur en moyenne sur 21 jours, contre 9,7 jours en moyenne en voiture.

A compter de septembre 2022, le Panel Radio évolue et devient **EAR > Insights**, un panel permanent reposant sur une mesure automatique – l'Audimétrie Individuelle Portée.

Première publication **EAR > Insights** en novembre 2022
sur la période septembre-octobre 2022

Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations, réseaux et couplages souscripteurs à l'enquête et atteignant au moins 4% de couverture maximale sur la période des 21 jours.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Panel Radio 2021/2022



Principaux résultats de la Radio (5h-24h)

1 % = 553 180 personnes âgées de 13 ans et plus

		Couverture maximale (%)			Nb moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours Lundi-Dimanche
		Semaine moyenne		3 semaines	
		5 jours Lundi-Vendredi	7 jours Lundi-Dimanche	21 jours Lundi-Dimanche	
RADIO EN GENERAL		81,5	83,9	89,1	14,4
Programmes généralistes	Total	43,2	45,4	54,1	11,2
<i>dont</i>					
	EUROPE 1	6,5	7,2	10,1	7,5
	FRANCE BLEU	9,2	10,4	15,2	7,1
	FRANCE INTER	17,8	18,9	23,2	10,5
	RMC	7,9	8,8	13,5	5,5
	RTL	14,6	15,6	20,0	9,4
Programmes musicaux	Total	44,7	49,0	61,3	8,6
<i>dont</i>					
	CHERIE FM	5,8	6,9	11,5	4,5
	FUN RADIO	6,3	7,4	12,5	4,4
	M RADIO	3,3	3,8	6,7	4,5
	NOSTALGIE	10,6	12,4	19,3	4,9
	NRJ	11,7	13,2	19,5	5,8
	RFM	7,7	8,8	14,4	4,7
	RIRE ET CHANSONS	4,5	5,4	9,5	3,6
	RTL2	9,1	10,3	16,2	5,0
	SKYROCK	5,9	7,0	11,4	4,4
	VIRGIN RADIO	5,5	6,5	10,5	4,8
Programmes thématiques	Total	22,0	23,8	31,4	8,3
<i>dont</i>					
	FRANCE CULTURE	6,1	7,1	10,9	5,8
	FRANCE INFO	13,2	14,4	20,1	7,2
	FRANCE MUSIQUE	5,8	6,9	11,5	4,5
	RADIO CLASSIQUE	3,4	3,9	5,7	6,2
Programmes locaux	Total	25,0	28,4	39,1	6,9
<i>Dont</i>					
	RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES Composé de 572 stations	3,5	4,2	6,8	5,1
	GROUPEMENT LES INDES RADIOS (*) Composé de 129 stations	19,2	21,9	31,0	6,6

(*) La composition des Indés Radios figure en page 3.

Définition des agrégats par format

Les programmes généralistes : Europe 1, France BLEU, France Inter, RMC, RTL

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

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

Les programmes locaux : FIP, Les Indés Radios, TSF JAZZ, autres radios locales non affiliées à un réseau national

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Panel Radio 2021/2022



Principaux résultats des couplages publicitaires (5h-24h)

1% = 553 180 personnes âgées de
13 ans et plus

	Couverture maximale (%)			Nb moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours
	Semaine moyenne		3 semaines	
	5 jours	7 jours	21 jours	Lundi-Dimanche
	Lundi-Vendredi	Lundi-Dimanche	Lundi-Dimanche	Lundi-Dimanche
RADIO EN GENERAL	81,5	83,9	89,1	14,4
NRJ GLOBAL	26,2	29,6	40,8	6,6
ADULTS ONLY	17,9	20,9	31,1	5,4
PRIORITE IDF	4,4	5,3	7,4	6,0
M6 PUBLICITE RADIO	26,7	29,1	39,3	7,8
FIRST MUSIC	14,6	16,8	26,1	5,1
FIRST ILE DE FRANCE	2,1	2,5	4,1	4,2
LAGARDERE PUBLICITE NEWS	18,0	20,3	29,2	6,3
LAGARDERE PUBLICITE NEWS IDF	2,8	3,4	4,8	5,5
LIP !	4,2	4,8	7,0	5,7
TF1 PUB RADIOS	21,4	24,3	34,6	6,6
LES INDES RADIOS	19,2	21,9	31,0	6,6
LES INDES CAPITALE	6,6	7,7	12,8	4,7
NOVA AND FRIENDS	2,1	2,5	4,1	4,3
PRIORITE AFFLUENT	6,4	7,6	12,9	3,9

Composition des couplages publicitaires

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

Adults Only = Chérie FM, Nostalgie, Rire et Chansons

Priorité IDF = Chante France IDF, Chérie FM IDF, Nostalgie IDF, NRJ IDF, Radio Nova IDF, Rire et Chansons IDF, TSF JAZZ IDF

M6 Publicité Radio = Fun Radio, RTL, RTL2

First Music = Fun Radio, RTL2

First Ile de France = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

Lagardère Publicité News = Europe 1, RFM, Virgin Radio

Lagardère Publicité News IDF = OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, Virgin Radio IDF

LIP ! = Fun Radio IDF, OUI FM IDF, Radio FG IDF, RFM IDF, RTL2 IDF, Virgin Radio IDF

TF1 Pub Radios = Les Indés Radios, M Radio

Les Indés Capitale = Africa Radio, Beur FM, Evasion, Générations, Latina, Lovely, M Radio, MBS, Radio Orient, Sud Radio, Swigg, Tropiques FM, Urban Hit, Voltage

Nova and Friends = Radio Nova, TSF JAZZ

Priorité Affluent = Radio Nova, Rire et Chansons, TSF JAZZ

Les Indés Radios = 129 stations suivantes :

100%, 47 FM, Activ Radio, Africa Radio, Alouette, Alpes 1 Alpes du Sud / Alpes 1 Grand Grenoble, ARL, Bergerac 95, Beur FM, Blackbox, Canal FM Sambre Avesnois, Cannes Radio, Cerise FM, Champagne FM, Chante France, Collines La Radio, Contact FM, Décibel (Bretagne), Delta FM (NPDC), Dici Radio (PACA), Direct FM, DKL Dreyeckland, Durance FM, Echo FM, Emotion, Est FM, Evasion, FC Radio, FGL-Fréquence Grands Lacs, Flash FM (Limousin), Flor FM, FM 81, Forum, France Maghreb 2 (province), Fréquence Plus, Fusion FM, Galaxie Radio (NPDC), Générations (Ile de France), Générations (Lyon Métropole), Gold FM, Grand Sud FM, Hit West, Horizon (NPDC), Hot Radio, Impact FM, Inside, Jaime Radio, Jazz Radio (D), Jazz Radio (B), Jordanne FM, K6 FM, Kiss FM, Kit FM, La Radio Plus, Latina, Latitude, Littoral FM, Lor'FM, Lovely, Lyon 1ère, Magnum La Radio, Maritima, Max FM, MBS, Melody, Métropolys, Mistral FM, Mixx FM, Mona FM, Montagne FM, MTI, N'Radio, Nice Radio, Océane FM, ODS Radio, OÛI FM, Oxygène Radio Hit and Dance, Oxygène Radio (Pays-de-la-Loire), Plein Air, Plein Coeur, Radio 6, Radio 8, Radio Alfa, Radio Bonheur, Radio Camargue, Radio Caroline, Radio ECN, Radio Espace, Radio FG, Radio Flash (Languedoc-Roussillon), Radio Intensité, Radio Isa, Radio Mélodie, Radio Ménergy, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Scoop, Radio Star (SUD), Radio Star (Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, RBA-Radio Bassin d'Arcachon, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RMN - La Bretagne en Musique, RTS, RVA, RVM (Champagne Ardenne), Sea FM, Sud Radio, Sweet FM, Swigg, Tendance Ouest, TFM, Tonic Radio, Top Music, Totem, Toulouse FM, Tropiques FM, Urban Hit, Vibration, Virage Radio, Voltage, Wit FM.



Principaux résultats des agrégats par statut et média Radio par localisation (5h-24h)

1 % = 553 180 personnes âgées de 13 ans et plus

	Couverture maximale (%)			Nb moyen de jours d'écoute par auditeur 21 jours Lundi-Dimanche
	Semaine moyenne 5 jours Lundi-Vendredi	7 jours Lundi-Dimanche	3 semaines 21 jours Lundi-Dimanche	
RADIO EN GENERAL	81,5	83,9	89,1	14,4
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	37,0	39,0	46,7	11,2
dont : RADIO FRANCE	36,9	39,0	46,6	11,2
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES	65,2	69,0	78,2	11,6
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES	3,5	4,2	6,8	5,1
RADIO EN GENERAL, PAR LOCALISATION				
A domicile	46,7	50,1	57,8	12,6
En voiture	61,3	65,6	76,0	9,7
Sur le lieu de travail	10,0	10,3	14,3	6,8

Définition des agrégats par statut

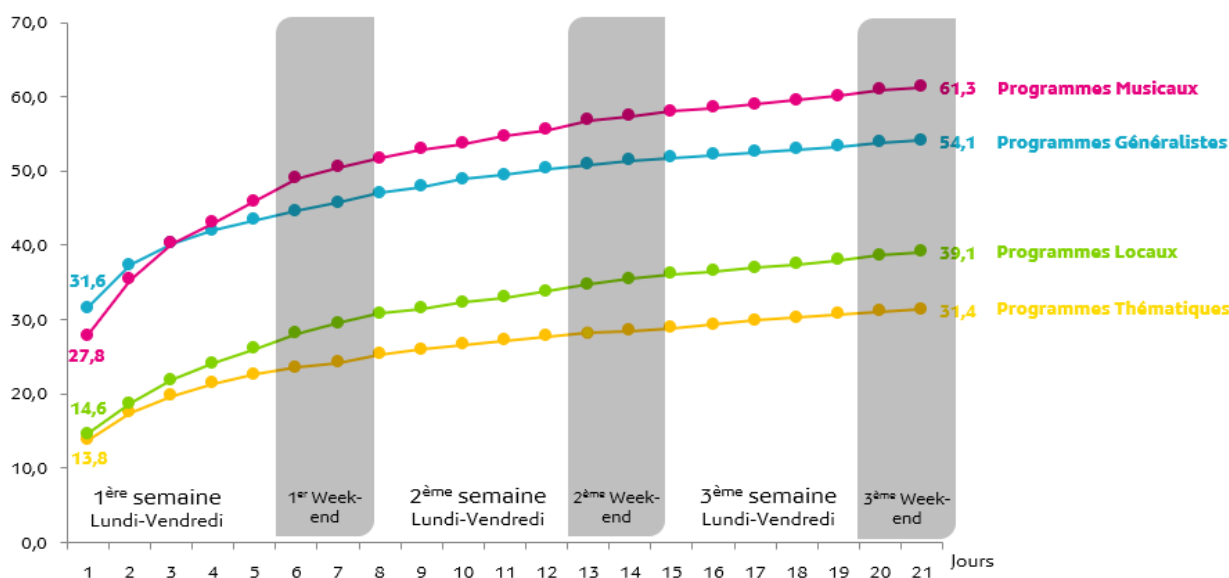
Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI.

Radio France : Fip, France Inter, France Info, France BLEU, France Musique, France Culture, 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.

Accumulation d'audience des agrégats par format (en %) sur 21 jours, lundi-dimanche (5h-24h)



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Panel Radio 2021/2022



La mesure du Panel Radio



Méthodologie du Panel Radio

1- Médiamétrie a recruté par téléphone, sur deux périodes, 14 087 individus représentatifs géographiquement et socio-démographiquement de la population âgée de 13 ans et plus appartenant à des ménages et résidant en France métropolitaine.

2- Un remplissage via une interface web et une application smartphone est proposé aux panélistes internautes. Les panélistes non-internautes et ceux qui expriment des réticences à répondre via Internet se voient proposer un remplissage sur carnet d'écoute papier.

3- Chaque panéliste remplit son écoute de la radio **pendant 23 jours consécutifs**. Il dispose pour cela d'une grille d'écoute quotidienne présentant en ligne les horaires quart d'heure par quart d'heure, et en colonne le nom des stations nationales et des principales stations régionales et locales. Une colonne spécifique lui permet d'indiquer les autres stations écoutées ne figurant pas dans cette liste. Enfin, il renseigne la localisation de son écoute (domicile, voiture, lieu de travail, ailleurs).

4- Un panéliste est considéré comme constant s'il a transmis l'intégralité des informations sur son écoute de la radio pendant les 23 jours de panélisation active. Seuls les panélistes constants sont pris en compte dans le Panel Radio. Les résultats présentés reposent sur **10 057 panélistes constants** (dont 87,7% ayant opté pour un remplissage via Internet), soit 71,4% des individus recrutés.

Calendrier du Panel Radio

1^{er} échantillon

Du samedi 11 septembre au dimanche 3 octobre 2021 : **4 359 panélistes constants**

Septembre														Octobre								
S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3

Période active

23 jours : 1er week-end + 3 semaines en Lundi-Dimanche

21 jours : 3 semaines en Lundi-Dimanche

2^{ème} échantillon

Du samedi 8 janvier au dimanche 30 janvier 2022 : **5 698 panélistes constants**

Janvier																						
S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Période active

23 jours : 1er week-end + 3 semaines en Lundi-Dimanche

21 jours : 3 semaines en Lundi-Dimanche

Période complète : 10 057 panélistes constants



Événements sur les périodes d'enquête

Sur les périodes d'enquête septembre-octobre 2021 et janvier 2022 du Panel Radio, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 12 septembre, Anne Hidalgo et Marine Le Pen annoncent leur candidature à l'élection présidentielle de 2022.

Le 13 septembre, CNews suspend la chronique d'Éric Zemmour, candidat pressenti à la présidentielle, dans l'émission « Face à l'info » suite de la décision du CSA de décompter son temps de parole.

Le 14 septembre, le Gard est frappé par des pluies diluviennes équivalant à 2 mois de pluie en 3 heures.

Le 15 septembre, l'Australie rompt un contrat de 56 milliards de vente de sous-marins avec la France au profit d'un accord plus large avec les États-Unis et le Royaume-Uni, ce qui débouche sur une crise diplomatique entre Paris et Washington.

Le 30 septembre, l'ancien président de la République Nicolas Sarkozy est condamné à un an de prison ferme, dans le cadre de l'affaire Bygmalion, pour financement illégal de sa campagne de 2012.

Le 3 octobre, Bernard Tapie, homme d'affaires et homme politique français, décède à l'âge de 78 ans des suites d'un cancer.

Le 3 janvier, face à la recrudescence des contaminations au variant Omicron du Covid-19, un nouveau protocole sanitaire applicable en entreprise rend le télétravail obligatoire au moins 3 jours par semaine pour une durée de 3 semaines.

Le 13 janvier, une partie des enseignants des écoles primaires sont en grève contre le nouveau protocole sanitaire en vigueur dans les établissements scolaires.

Le 24 janvier, le pass vaccinal devient obligatoire en remplacement du pass sanitaire pour accéder dans les lieux publics pour les plus de 16 ans. L'accès aux restaurants, cinémas, salles de sport est interdit aux Français majeurs non vaccinés.

Le 19 janvier, l'acteur aux deux Césars Gaspard Ulliel, âgé de 37 ans, décède des suites d'un accident de ski.

Définition des indicateurs utilisés

La couverture maximale sur une semaine moyenne correspond à la proportion d'individus âgés de 13 ans et plus ayant écouté au moins une fois la radio ou la station étudiée sur une semaine moyenne de Panel, soit une semaine de 5 jours en L-V, soit une semaine de 7 jours en L-D. Il s'agit d'une moyenne arithmétique des couvertures maximales des première, deuxième et troisième semaines, quelle que soit la durée de cette écoute.

La couverture maximale sur 3 semaines (21 jours) correspond à la proportion d'individus âgés de 13 ans et plus ayant écouté au moins une fois la radio ou la station étudiée au cours des trois semaines.

L'accumulation d'audience sur 21 jours consiste à sommer, jour après jour, les personnes ayant leur premier contact avec la radio ou la station étudiée indépendamment de la durée de cette écoute.

Le nombre moyen de jours d'écoute par auditeur correspond au nombre moyen de jours où un auditeur du média ou du support étudié a eu au moins un contact dans la journée avec le média ou cette station, quelle que soit la durée de ce contact.

A propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines. Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 1 000 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international.

En 2021, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 105,1 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

Plus d'informations : www.mediametrie.fr

 @Mediametrie

 Mediametrie.official

 Médiamétrie



Consultez
+ de 500 définitions
sur Les Mots des Médias

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