

Communiqué de Presse

20 janvier 2026

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Novembre-Décembre 2025



Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Île-de-France sur la période allant du 27 octobre au 21 décembre 2025, mesurée auprès de 4 335 personnes âgées de 13 ans et plus.

En Île-de-France, sur une journée moyenne de Lundi-Vendredi (5h-24h), la Radio rassemble **6,2 millions d'auditeurs** de 13 ans et plus, pendant **2h44** par jour et par auditeur.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Novembre-Décembre 2025	Septembre-Octobre 2025	Novembre-Décembre 2024
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	40	40	40
Nombre de Jours de Moindre Activité (JMA)	2	0	2
Nombre de jours de vacances scolaires	5	5	5
Taux d'activité hors JMA (en%) ⁽¹⁾	78,0	77,9	78,7

(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 période Novembre-Décembre 2025, deux JMA ont été relevés : le lundi 10 et le mardi 11 novembre 2025.

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

Population des 13 ans et plus (Lundi-Vendredi)

Novembre-Décembre 2025					Septembre-Octobre 2025					Novembre-Décembre 2024					
	AM%	AM 000	AC%	AC 000	DEA h/mm	AM%	AM 000	AC%	AC 000	DEA h/mm	AM%	AM 000	AC%	AC 000	DEA h/mm
5h - 24h	8,4	885	58,7	6 168	2h44	7,8	816	57,0	5 982	2h36	8,2	855	61,9	6 438	2h31
7h - 9h	16,8	1 760	33,8	3 546	1h00	15,3	1 609	33,4	3 511	0h55	17,1	1 776	36,0	3 750	0h57

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)**

		Novembre-Décembre 2025		Septembre-Octobre 2025		Novembre-Décembre 2024	
		AC %	PDA %	AC %	PDA %	AC %	PDA %
		TOTAL RADIO	58,7	100,0	57,0	100,0	61,9
Programmes généralistes	Total	28,9	40,8	27,6	40,2	28,8	42,6
Dont							
EUROPE 1		6,1	6,4	5,6	5,0	5,3	6,4
FRANCE INTER		13,6	16,8	13,1	17,5	13,3	18,0
RMC		5,5	6,8	5,1	6,8	5,8	7,0
RTL		7,9	10,2	8,2	10,6	7,9	10,4
Programmes musicaux	Total	21,2	20,7	20,4	21,1	23,4	21,2
Dont							
CHERIE FM		2,4	2,3	2,1	2,2	2,4	1,7
EUROPE 2		1,1	0,8	1,0	0,5	ND	ND
FUN RADIO		1,9	1,4	1,7	1,3	2,0	1,3
NOSTALGIE		2,8	2,6	3,5	4,0	3,9	3,2
NRJ		2,9	2,3	3,0	2,2	3,8	3,1
RADIO NOVA		3,6	3,0	2,5	1,9	2,1	1,5
RFM		1,8	1,1	1,5	1,1	1,8	1,5
RIRE ET CHANSONS		2,4	1,8	2,2	1,5	2,9	1,8
RTL2		2,0	1,4	1,8	1,5	2,3	1,8
SKYROCK		5,1	3,1	4,8	3,8	5,6	3,9
Programmes thématiques	Total	17,4	16,6	17,2	18,9	18,4	17,2
Dont							
FRANCE CULTURE		4,3	4,0	4,1	4,8	4,1	4,4
FRANCE INFO		10,0	5,6	10,4	7,0	12,0	7,6
FRANCE MUSIQUE		1,4	1,6	1,1	1,5	1,1	1,0
RADIO CLASSIQUE		2,7	3,7	2,5	3,9	2,1	2,3
Programmes locaux	Total	17,4	18,0	14,9	15,3	16,3	15,0
Dont							
ADO		1,0	0,4	1,1	0,7	ND	ND
CHANTE FRANCE		1,1	0,9	1,0	0,6	ND	ND
EVASION		1,0	0,9	ND	ND	ND	ND
FIP		2,8	3,3	2,3	3,1	2,8	3,0
LATINA		1,6	1,2	1,6	0,7	2,1	1,2
OUI FM		1,7	1,2	1,4	1,0	2,2	1,9
TSF JAZZ		1,4	1,2	1,4	1,2	1,6	1,1

ND = Non Disponible



Communiqué de Presse

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Novembre-Décembre 2025

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

Population en Île-de-France (13 ans et +) :
10 498 000 en 2025,
10 405 000 en 2024.

	Novembre-Décembre 2025	Septembre-Octobre 2025	Novembre-Décembre 2024
		AC Milliers	AC Milliers
TOTAL RADIO	6 168	5 982	6 438
Programmes généralistes	Total	3 035	2 903
Dont			
EUROPE 1		641	588
FRANCE INTER		1 432	1 375
RMC		578	536
RTL		832	862
Programmes musicaux	Total	2 226	2 141
Dont			
CHERIE FM		256	219
EUROPE 2		113	101
FUN RADIO		195	184
NOSTALGIE		293	366
NRJ		306	311
RADIO NOVA		376	263
RFM		184	153
RIRE ET CHANSONS		253	233
RTL2		213	187
SKYROCK		532	508
Programmes thématiques	Total	1 829	1 805
Dont			
FRANCE CULTURE		456	434
FRANCE INFO		1 049	1 091
FRANCE MUSIQUE		143	121
RADIO CLASSIQUE		280	264
Programmes locaux	Total	1 826	1 562
Dont			
ADO		110	116
CHANTE FRANCE		120	104
EVASION		110	ND
FIP		295	239
LATINA		173	165
OUI FM		174	146
TSF JAZZ		144	143

ND = Non Disponible



Communiqué de Presse

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Novembre-Décembre 2025

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

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

⁽²⁾ 1% = 104 050 personnes âgées de 13 ans et plus

	Novembre-Décembre 2025		Septembre-Octobre 2025		Novembre-Décembre 2024		
	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %	
	TOTAL RADIO		58,7	100,0	57,0	100,0	61,9
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	9,1	8,9	9,7	10,0	11,8	9,9	
IMPACT +	7,0	6,7	7,2	7,8	8,5	6,8	
FULL IMPACT IDF	13,0	12,1	ND	ND	ND	ND	
GROUPE M6 IDF	11,2	13,0	11,3	13,3	11,8	13,5	
FIRST ILE DE FRANCE	4,4	3,3	4,0	3,3	4,6	3,5	
LAGARDÈRE RADIO	8,5	8,3	7,7	6,6	7,7	8,2	
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	11,8	11,2	10,1	8,6	9,8	9,7	
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	9,5	7,6	7,4	5,5	7,9	6,4	
LIP !	12,9	10,9	10,6	8,8	11,6	9,9	
LES INDÉS RADIOS	13,3	12,7	11,1	9,5	13,0	11,3	
LES INDÉS CAPITALE	10,3	9,8	8,7	7,6	9,8	7,8	
G1981 - IDF ALL ACCESS	4,5	3,2	4,2	2,6	5,3	3,8	
G1981 - IDF AVANTAGE ACCESS	3,7	2,8	3,4	1,9	4,7	3,4	
G1981 - IDF PREMIUM ACCESS	3,2	2,4	2,9	1,7	4,2	3,1	
G1981 - IDF LOCAL ACCESS	1,5	0,8	1,6	0,9	1,3	0,7	
HPI GROUPE IDF	2,7	2,5	2,2	1,6	2,3	2,0	

(3) La composition des couplages publicitaires sur Novembre-Décembre 2025 figure en page 5.

Le nom et /ou la composition des couplages publicitaires pouvaient être différents sur les vagues précédentes.

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

	Novembre-Décembre 2025		Septembre-Octobre 2025		Novembre-Décembre 2024		
	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %	
	TOTAL RADIO		58,7	100,0	57,0	100,0	61,9
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	26,3	33,1	25,6	35,7	28,2	36,6	
dont : RADIO FRANCE	25,8	32,4	24,8	34,7	27,6	35,4	
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	42,3	61,9	39,7	58,7	43,8	59,1	
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,1	1,0	ND	ND	ND	ND	

ND = Non Disponible



Composition des couplages publicitaires

Sur la période Novembre-Décembre 2025, 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 Radio = Europe 1, Europe 2, RFM

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 =129 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 (ex Bergerac 95), 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) (ex Radio Emotion), Métropolis, 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 Ménergie, Radio Mont-Blanc, Radio Numéro 1, Radio One, Radio Orient, Radio Scoop, Radio Star (Sud), Radio Star (Bourgogne-Franche Comte, Grand Est), Radio Studio 1, Radio VFM-Vire FM, RCA, RDC-Radio Couserans, RDL, 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 (ex Virage 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, TSF JAZZ, 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 Novembre-Décembre 2025, allant du 27 octobre au 21 décembre 2025, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 5 novembre, la plateforme Shein est visée par une procédure de suspension en France, mise en cause pour la commercialisation de poupées à caractère pédopornographique.

Le 10 novembre, Nicolas Sarkozy est remis en liberté sous contrôle judiciaire, après 20 jours d'incarcération à la prison de la Santé.

Le 12 novembre, aux États-Unis, Donald Trump promulgue la loi mettant fin au plus long shutdown de l'histoire, après 43 jours de paralysie budgétaire.

Le 12 novembre, l'Assemblée nationale vote la suspension de la réforme des retraites. **Le 9 décembre**, elle adopte définitivement le projet de loi de financement de la Sécurité sociale pour 2026, sans recourir à l'article 49.3.

Le 20 novembre, les États-Unis présentent un projet de plan de paix pour l'Ukraine en 28 points. **Le 25 novembre**, Volodymyr Zelensky se dit prêt à aller de l'avant avec le plan américain.

Le 2 décembre, une journée de grève et de manifestations à l'appel de plusieurs syndicats mobilise plus de 30 000 personnes en France contre le projet de budget.

Le 7 décembre, en Inde, plus de 25 personnes meurent dans l'incendie d'une boîte de nuit à Goa.

Le 9 décembre, l'Australie instaure une interdiction d'accès aux réseaux sociaux pour les adolescents de moins de 16 ans.

Le 14 décembre, en Australie, une attaque terroriste à Sydney fait au moins 15 morts.

Le 17 décembre, une cyberattaque cible le ministère de l'Intérieur, en France. Un suspect de 22 ans est interpellé.



Communiqué de Presse

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Novembre-Décembre 2025

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 27 octobre au 21 décembre 2025 : 3 279 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.
- 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 Novembre-Décembre 2025, 2 JMA ont été relevés: le lundi 10 et le mardi 11 novembre 2025.
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs : Audience cumulée (en %) x 104 980 = 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 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 officiel Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau

Juliette Destribats

rex@mediametrie.fr



Méthodologie auditee par

