

EAR > Île-de-France

L'Audience de la Radio en Île-de-France en Janvier-Mars 2026



Médiamétrie publie les résultats d'audience de la Radio en Île-de-France sur la période allant du 29 décembre 2025 au 29 mars 2026, mesurée auprès de 4 928 personnes âgées de 13 ans et plus.

En Île-de-France, sur une journée moyenne de Lundi-Vendredi (5h-24h), la Radio rassemble **6,4 millions d'auditeurs** de 13 ans et plus, pendant **2h35** par jour et par auditeur.

Caractéristiques de la période en semaine (Lundi-Vendredi)

	Janvier-Mars 2026	Novembre-Décembre 2025	Janvier-Mars 2025
Nombre de jours de semaine de la vague (dont JMA)	65	40	65
Nombre de Jours de Moindre Activité (JMA)	5	2	5
Nombre de jours de vacances scolaires	15	5	15
Taux d'activité hors JMA (en%) ⁽¹⁾	77,3	78,0	79,8

(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 Janvier-Mars 2026, 5 JMA ont été relevés : la semaine du lundi 29 décembre 2025 au vendredi 2 janvier 2026.

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

Population des 13 ans et plus (Lundi-Vendredi)

	Janvier-Mars 2026					Novembre-Décembre 2025					Janvier-Mars 2025				
	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	8,2	875	60,1	6 424	2h35	8,4	885	58,7	6 168	2h44	8,4	885	60,6	6 361	2h39
7h - 9h	15,9	1 704	32,2	3 440	0h59	16,8	1 760	33,8	3 546	1h00	16,4	1 726	35,2	3 691	0h56

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)

		Janvier-Mars 2026		Novembre-Décembre 2025		Janvier-Mars 2025	
		AC	PDA	AC	PDA	AC	PDA
		%	%	%	%	%	%
TOTAL RADIO		60,1	100,0	58,7	100,0	60,6	100,0
Programmes généralistes	Total	28,6	40,1	28,9	40,8	29,2	41,2
	Dont						
	EUROPE 1	4,9	5,3	6,1	6,4	5,0	6,1
	FRANCE INTER	13,6	16,7	13,6	16,8	13,5	17,1
	RMC	5,9	7,1	5,5	6,8	6,1	6,8
	RTL	7,4	10,1	7,9	10,2	8,2	10,5
Programmes musicaux	Total	22,8	21,7	21,2	20,7	20,6	19,9
	Dont						
	CHERIE FM	2,1	1,8	2,4	2,3	2,4	2,2
	EUROPE 2	1,2	0,8	1,1	0,8	ND	ND
	FUN RADIO	1,2	0,8	1,9	1,4	2,0	2,2
	NOSTALGIE	3,3	3,3	2,8	2,6	3,3	2,4
	NRJ	2,8	2,1	2,9	2,3	3,4	2,9
	RADIO NOVA	4,4	3,3	3,6	3,0	1,8	1,3
	RFM	1,6	1,1	1,8	1,1	1,7	1,3
	RIRE ET CHANSONS	2,7	1,6	2,4	1,8	2,8	1,4
	RTL2	2,0	1,9	2,0	1,4	2,1	1,4
	SKYROCK	5,5	4,3	5,1	3,1	4,6	3,6
Programmes thématiques	Total	17,6	18,6	17,4	16,6	18,1	18,5
	Dont						
	FRANCE CULTURE	4,4	4,4	4,3	4,0	4,6	5,1
	FRANCE INFO	10,0	6,4	10,0	5,6	10,4	6,5
	FRANCE MUSIQUE	1,7	2,9	1,4	1,6	1,8	2,0
	RADIO CLASSIQUE	2,3	2,8	2,7	3,7	2,5	2,8
Programmes locaux	Total	15,8	16,3	17,4	18,0	18,6	17,5
	Dont						
	CHANTE FRANCE	1,0	0,6	1,1	0,9	1,2	0,7
	FIP	2,6	4,8	2,8	3,3	2,8	4,2
	LATINA	1,3	1,0	1,6	1,2	2,4	1,4
	OUI FM	1,4	1,3	1,7	1,2	2,2	1,6
	TROPICQUES FM	1,2	0,9	ND	ND	1,4	1,1

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.

	Janvier-Mars 2026	Novembre-Décembre 2025	Janvier-Mars 2025
	AC Milliers	AC Milliers	AC Milliers
TOTAL RADIO	6 424	6 168	6 361
Programmes généralistes Total	3 054	3 035	3 061
Dont			
EUROPE 1	523	641	528
FRANCE INTER	1 457	1 432	1 418
RMC	630	578	644
RTL	794	832	859
Programmes musicaux Total	2 436	2 226	2 164
Dont			
CHERIE FM	226	256	248
EUROPE 2	126	113	ND
FUN RADIO	132	195	211
NOSTALGIE	351	293	350
NRJ	301	306	361
RADIO NOVA	468	376	186
RFM	172	184	184
RIRE ET CHANSONS	286	253	295
RTL2	211	213	221
SKYROCK	594	532	479
Programmes thématiques Total	1 878	1 829	1 901
Dont			
FRANCE CULTURE	475	456	485
FRANCE INFO	1 071	1 049	1 087
FRANCE MUSIQUE	184	143	184
RADIO CLASSIQUE	248	280	267
Programmes locaux Total	1 688	1 826	1 956
Dont			
CHANTE FRANCE	109	120	128
FIP	281	295	292
LATINA	143	173	247
OUI FM	145	174	235
TROPIQUES FM	132	ND	147

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

	Janvier-Mars 2026		Novembre-Décembre 2025		Janvier-Mars 2025	
	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %
TOTAL RADIO	60,1	100,0	58,7	100,0	60,6	100,0
NRJ GLOBAL MASSIVE IMPACT	10,1	8,8	9,1	8,9	10,4	8,9
IMPACT +	7,6	6,7	7,0	6,7	7,7	6,0
FULL IMPACT IDF	14,5	13,1	13,0	12,1	ND	ND
GROUPE M6 IDF	10,2	12,7	11,2	13,0	11,9	14,2
FIRST ILE DE FRANCE	3,5	3,1	4,4	3,3	4,5	4,0
LAGARDÈRE RADIO	7,4	7,2	8,5	8,3	7,2	7,8
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS	11,7	10,5	11,8	11,2	8,8	9,2
LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IDF	9,5	7,5	9,5	7,6	7,8	5,7
LIP !	12,2	10,6	12,9	10,9	11,3	9,8
LES INDÉS RADIOS	11,1	8,9	13,3	12,7	14,0	10,8
LES INDÉS CAPITALE	8,4	5,9	10,3	9,8	10,4	7,7
G1981 - IDF ALL ACCESS	3,8	2,8	4,5	3,2	5,9	3,6
G1981 - IDF AVANTAGE ACCESS	3,2	2,5	3,7	2,8	5,1	3,3
G1981 - IDF PREMIUM ACCESS	2,7	2,2	3,2	2,4	4,5	3,0
G1981 - IDF LOCAL ACCESS	1,2	0,5	1,5	0,8	1,8	0,6
HPI GROUPE IDF	2,0	1,3	2,7	2,5	2,5	1,7

⁽³⁾ La composition des couplages publicitaires sur Janvier-Mars 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)

	Janvier-Mars 2026		Novembre-Décembre 2025		Janvier-Mars 2025	
	AC ⁽¹⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %	AC ⁽²⁾ %	PDA %
TOTAL RADIO	60,1	100,0	58,7	100,0	60,6	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC	26,0	37,5	26,3	33,1	26,7	37,1
dont : RADIO FRANCE	25,6	36,4	25,8	32,4	26,1	35,9
RADIOS PRIVÉES COMMERCIALES	42,5	58,1	42,3	61,9	43,0	58,6
RADIOS PRIVÉES ASSOCIATIVES	1,0	1,2	1,1	1,0	1,6	1,4



Composition des couplages publicitaires

Sur la période Janvier-Mars 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 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, 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 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, 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.



Événements sur la période

Sur la période d'enquête Janvier-Mars 2026, allant du 29 décembre 2025 au 29 mars 2026, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

Le 1er janvier, lors de la nuit de la Saint-Sylvestre, un incendie dans un bar de Crans Montana, en Suisse, fait une quarantaine de morts, dont neuf Français, et plus d'une centaine de blessés.

Le 3 janvier, le président vénézuélien Nicolas Maduro est capturé par les États-Unis lors d'une opération américaine à Caracas.

Le 9 janvier, la Russie tire un missile balistique Orechnik sur l'Ukraine.

Le 29 janvier, Donald Trump annonce que Vladimir Poutine a accepté une suspension temporaire des frappes sur Kiev et d'autres villes.

Le 7 février, la Russie lance plusieurs centaines de drones et de missiles sur l'ensemble du territoire ukrainien, visant notamment le réseau électrique.

Le 24 mars, près de 1 000 drones sont lancés en 24 heures contre l'Ukraine.

Du 6 au 22 février, les Jeux olympiques d'hiver se déroulent à Milan Cortina, en Italie, suivis des Jeux paralympiques **du 6 au 15 mars**.

Le 22 février, des frappes pakistanaises en Afghanistan font plusieurs dizaines de morts et de blessés civils.

Le 17 mars, un bombardement pakistanais touche un hôpital de Kaboul.

Le 28 février, les États Unis, en coalition avec Israël, lancent une offensive d'ampleur sur le sol iranien, baptisée "Operation Epic Fury", au cours de laquelle le guide suprême Ali Khamenei est tué. En représailles, l'Iran annonce un blocage du détroit d'Ormuz.

Le 4 mars, un missile tiré depuis l'Iran en direction de la Turquie est intercepté par l'OTAN.

Le 14 mars, les États Unis frappent l'île iranienne de Kharg, site stratégique. Ce contexte entraîne de fortes tensions sur l'approvisionnement en carburants en France, marquées par des pénuries dans de nombreuses stations service et une hausse des prix.

Les 15 et 22 mars, se tiennent respectivement le premier et le second tour des élections municipales en France.



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 29 décembre 2025 au 29 mars 2026 : 3 764 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 Janvier-Mars 2026, 5 JMA ont été relevés : la semaine du lundi 29 décembre 2025 au vendredi 2 janvier 2026.
 - 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 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 102,2 M€ en 2025.

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

Contacts Presse :

Stéphanie Haoun
Tél : 01 71 09 93 18
shaoun@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr



Les Mots des Médias
Consultez + de 500 définitions