

La radio perd son audience

Description

Alors qu'elle permet d'accéder des programmes partout et à tout moment, la diversité des terminaux numériques n'empêche pas la baisse de l'audience globale de la radio, média affecté à son tour par la migration des loisirs sur l'internet.

À l'instar de la télévision, le déclin de l'audience de la radio semble s'installer dans le temps. Ayant jusqu'ici bien résisté à l'arrivée de nouveaux médias, la radio en direct fait face, à son tour, au succès des loisirs audiovisuels en ligne ([voir La rem n°52, p.52-53](#)). Le streaming audio ou vidéo a investi le temps libre de la génération internet, au grand dam des stations musicales. Il y a dix ans, la radio comptait encore, parmi ses auditeurs, 80 % des jeunes âgés de 13 à 24 ans. Elle rassemble désormais seulement deux tiers de cette tranche d'âge : 68 % pour la saison septembre 2018-juin 2019.

Au cours des trois dernières années, la radio, toutes stations confondues, a enregistré une perte de 889 000 jeunes auditeurs. Fortement concurrencées par les plateformes de streaming (Spotify, Deezer, Apple Musique), ce sont les radios musicales qui ont le plus souffert, perdant 13 % de leur audience : 1,2 million d'auditeurs entre les saisons septembre 2015-juin 2016 et septembre 2018-juin 2019. À l'inverse, le groupe public Radio France est parvenu à rajeunir son public durant cette période, avec + 31 % de 13 à 34 ans (+ 543 000 auditeurs), résultat de son intense présence sur les réseaux sociaux et de ses choix précurseurs dans la production de podcasts natifs.

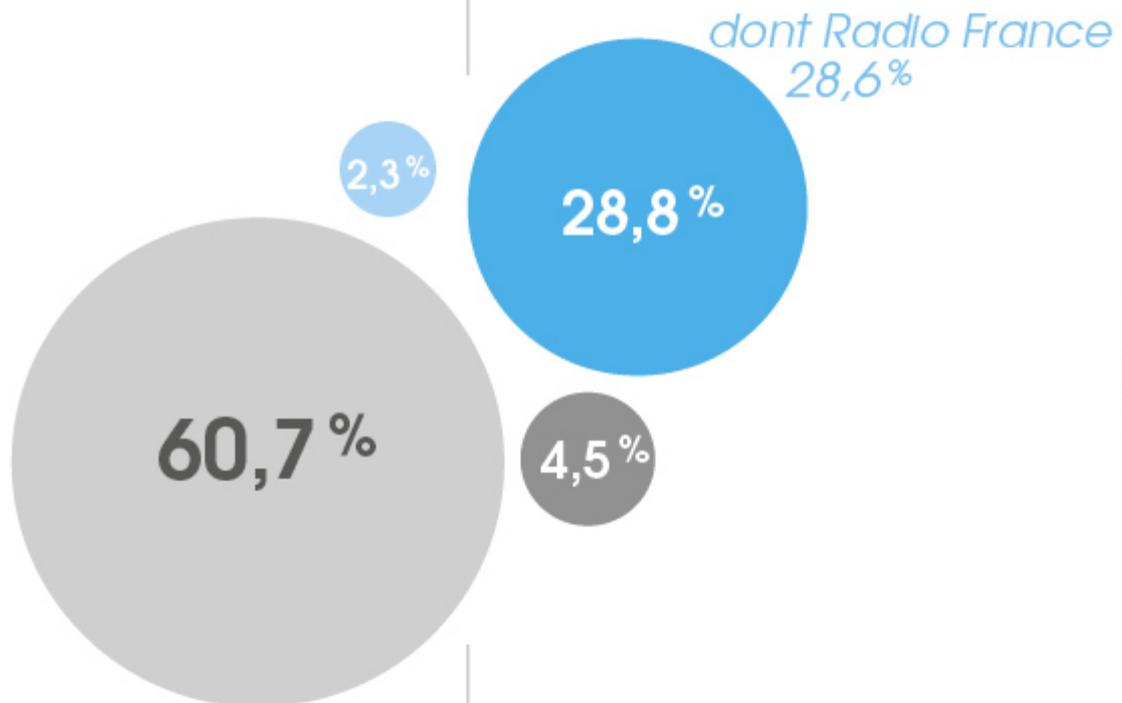
Répartition de l'audience cumulée de

De lundi à vendredi ; De 5 h 00 à 24 h 00 ; novembre – décembre

 Radios de service public

 Radios privées commerciales

Audience cumulée*



Audience quotidienne de la radio en France

De lundi à vendredi ; de 5 h 00 à 24 h 00 ; de janvier à décembre

Durée d'écoute par auditeur 2 h 55

Audience cumulée*
en milliers d'auditeurs 43 261

(En % de la population) (81,1 %)

2015

* Audience cumulée : ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois la radio dans une tranche horaire ou dans la journée (5 h – 24 h).

Écoute quotidienne de la radio sur un territoire

De septembre à octobre.

Sources :

- Enquêtes Médiamétrie « 126 000 Radio.
- « Les Français fous de radio », Résultats & Repères, Audience le mag, mediametrie.fr, 12 mai 2014.
- « Les radios à la reconquête de leur public », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 28 août 2019.
- « Radio France réussit à séduire les jeunes », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 28 août 2019.
- « Global Radio « vague septembre-octobre 2019 », communiqué de presse, mediametrie.fr, 12 décembre 2019.

Categorie

1. Usages

date création

11 juin 2020

Auteur

françoise