

Radio

Plus de 1 000 radios publiques et privées forment le paysage radiophonique français

En France en 2020, plus d'un millier d'opérateurs privés et publics émettent dans l'Hexagone et en outre-mer, dont plus de 20 % sont des associations.

Trois sociétés assurent la mission radiophonique de service public : Radio France, France Télévision avec les services de radio d'Outre-mer 1^{ère}, et France Médias Monde avec Radio France Internationale. En tant qu'organismes publics, leurs objectifs sont définis avec l'État. Radio France regroupe cinq stations à diffusion nationale (France Inter, France Musique, France Culture, France Info, France Bleu), les 44 stations décentralisées de France Bleu, le programme FIP diffusé depuis dix villes de métropole et Mouv', un programme à destination des jeunes présent dans une trentaine de grandes villes. Outre-mer 1^{ère} est le réseau audiovisuel de l'Outre-mer, présent dans chacun des neuf départements, régions et territoires ultramarins. RFI, filiale de France Médias Monde, a pour mission de promouvoir à l'étranger la langue et la culture françaises, et de diffuser des émissions à l'intention des Français de l'étranger. Ses programmes doivent être le reflet de la vie politique, économique, scientifique et culturelle de la France. La société dessert le continent africain, une partie de l'Europe de l'Est, une partie de l'Amérique du Nord, les Caraïbes, une partie de l'Asie du Sud-Est et le Proche-Orient.

L'année 2021 correspond au 40^e anniversaire de la loi 81-994 du 9 novembre 1981 autorisant les radios libres à émettre sur la bande FM. Près de 4 700 fréquences sont utilisables sur la bande FM qui s'étend de 87,5 MHz à 108 MHz. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) depuis janvier 2022) délivre, avec les comités territoriaux de l'audiovisuel, les autorisations permettant aux opérateurs privés d'émettre (près de 900 radios).

Enfin, il existe plus de 175 webradios qui n'émettent pas par voie hertzienne et bénéficient d'une convention ou d'une déclaration auprès de l'Arcom.

La Fête de la radio a eu lieu les 2 et 3 juin 2022. En 2021, cet événement avait donné lieu à plus de 500 événements organisés par plus de 200 organisateurs partout en France, pour mettre en valeur ce média.

Tous les Français disposent d'un support permettant d'écouter la radio

En 2021, selon les données de l'Arcom, l'ensemble de la population âgée de 13 ans et plus est équipée d'au moins un support permettant d'écouter la radio, que ce soit un support dédié à la radio (autoradio, chaîne hi-fi, radio-réveil, transistor, station d'accueil ou poste DAB+) ou un support multimédia (ordinateur, téléphone mobile, téléviseur, tablette, baladeur, casque ou enceinte connectés) (graphique 1). L'équipement en supports spécifiquement dédiés à l'écoute de la radio ou de musique tend à reculer : - 15 points de pourcentage pour la chaîne hi-fi entre 2016 et 2021, - 9 points pour le transistor par exemple, au profit du téléphone mobile (+ 3 points de pourcentage) et du casque connecté (+ 3 points). Dans la plupart des cas, le multi-équipement est la règle : les individus possèdent en moyenne dix supports permettant d'écouter la radio dont six supports multimédias.

En 2021, 15 % des individus sont équipés d'un poste fixe en DAB+ (*Digital Audio Brand*), mode de diffusion de 25 stations de radio publiques (6) et privées (19) déployé en France métropolitaine, et 11 % d'une enceinte connectée.

Les Français écoutent la radio 2 heures 42 minutes par jour en semaine

En 2021, selon Médiamétrie, près des trois quarts de la population française (73 %) âgée de 13 ans ou plus, soit plus de 40 millions d'auditeurs, écoutent quotidiennement la radio, quel que soit le support utilisé. Les auditeurs écoutent la radio en moyenne 2 heures 42 minutes par jour en semaine. L'audience cumulée (l'ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche journée en part de la population) subit une érosion depuis plusieurs années, que les deux années de crise sanitaire ont amplifiée : depuis 2016, elle a reculé de 7 points de pourcentage. La durée d'écoute par auditeur s'établit à 2 heures 42 minutes, contre 2 heures 52 minutes cinq ans plus tôt (graphique 2).

L'écoute de la radio recule en particulier parmi les plus jeunes : en 2021, l'audience cumulée des 13-24 ans a reculé de 16 points de pourcentage en cinq ans (56 % en 2021), celle des 25-34 ans de 12 points de pourcentage (65 %). Le recul est plus modéré pour les tranches d'âge supérieures (graphique 3).

Ce sont les tranches matinales qui concentrent les plus fortes audiences, en particulier les tranches d'information matinales des stations généralistes. Trois quarts des auditeurs des matinales d'information apprécient avant tout les journaux et les revues de presse. Toutes stations confondues, à 8 heures, 14 millions d'auditeurs sont branchés sur leur poste.

L'écoute sur support numérique se développe

Selon Médiamétrie, près de 8,5 millions de personnes écoutent chaque jour la radio sur des supports numériques au cours du troisième trimestre 2021, soit une progression de près de 650 000 auditeurs en un an. Parmi les supports numériques, le téléphone portable est le principal utilisé avec 5 millions d'utilisateurs quotidiens, devant l'ordinateur (1,4 million d'utilisateurs quotidiens pour l'écoute de radio), l'enceinte à commande vocale ou encore la télévision et la tablette (respectivement 1,1 million, 905 000 et 470 000 auditeurs quotidiens).

Sur support numérique, la durée d'écoute quotidienne s'établit à 2 heures 12 minutes en moyenne. Ce sont plus particulièrement les 24-49 ans (21 % d'entre eux écoutent la radio sur support numérique), les cadres et professions intellectuelles supérieures (23 %) et les Franciliens (21 %) qui ont adopté le support numérique pour l'écoute de radio.

L'écoute sur supports numériques rassemble 17 % du volume d'écoute de la radio.

Financement de la radio : un modèle fragilisé par la perte de ressources publicitaires

L'audiovisuel public était historiquement financé par un impôt sur les ménages imposables et équipés d'un ou plusieurs téléviseurs : la contribution à l'audiovisuel public, d'un montant de 138 euros en France métropolitaine et de 88 euros dans les départements d'outre-mer. En loi de finance initiale pour 2022, le financement de l'audiovisuel public s'élevait à 3,8 milliards d'euros (voir fiche « Financement de la culture »). La loi de finances rectificative n° 2022-1157 du 16 août 2022 a toutefois supprimé la contribution à l'audiovisuel public et prévoit le remboursement des foyers contributeurs. Dans la loi de finances 2021, le programme 843 dédié au financement de Radio France s'établissait à 591 millions d'euros (crédits de paiement), soit une baisse de 3 % par rapport à 2020, et un recul de 13 % au cours de la dernière décennie (en euros constants) (graphique 4).

L'économie de la radio repose également sur un financement privé issu des investissements publicitaires. Avec la montée en puissance du média Internet au cours de la dernière décennie, les investisseurs publicitaires se sont progressivement reportés en ligne, au détriment notamment de la radio. Avec 686 millions d'euros en 2021, les ressources publicitaires ont ainsi

reculé de 18 % en dix ans (en euros constants). En 2020, la crise sanitaire avait accentué cette tendance, mais l'année 2021 renoue avec la croissance avec le retour des annonceurs sur les ondes : les investissements publicitaires progressent de 8 % en un an.

Podcast (ou baladodiffusion) : le retour en grâce du son

Initialement conçu, au milieu des années 2000, comme un programme d'écoute en différé, le podcast est un programme sonore diffusé uniquement en ligne et à la demande. La multiplication de l'offre et de l'écoute de podcasts est l'un des principaux phénomènes de la dernière décennie qui bouleversent l'offre radiophonique. D'une offre de programmes en différé, le podcast est devenu un genre en soi, qui offre une plus grande liberté de format et la possibilité de produire des feuilletons, en libérant les producteurs de la contrainte de la grille de diffusion radiophonique. En 2021, on compte 15 millions d'auditeurs de podcasts par mois, soit une croissance de 20 % en un an. France Inter (45,6 millions), France Culture (36,1 millions), RTL (28 millions), RMC (26,7 millions) et Europe 1 (18,2 millions) figurent au top 5 des éditeurs de podcasts pour le nombre de téléchargements ou d'écoutes au mois de novembre 2021. Chaque mois, les podcasts des sept stations généralistes, thématiques et de proximité de Radio France sont téléchargés plus de 80 millions de fois en moyenne.

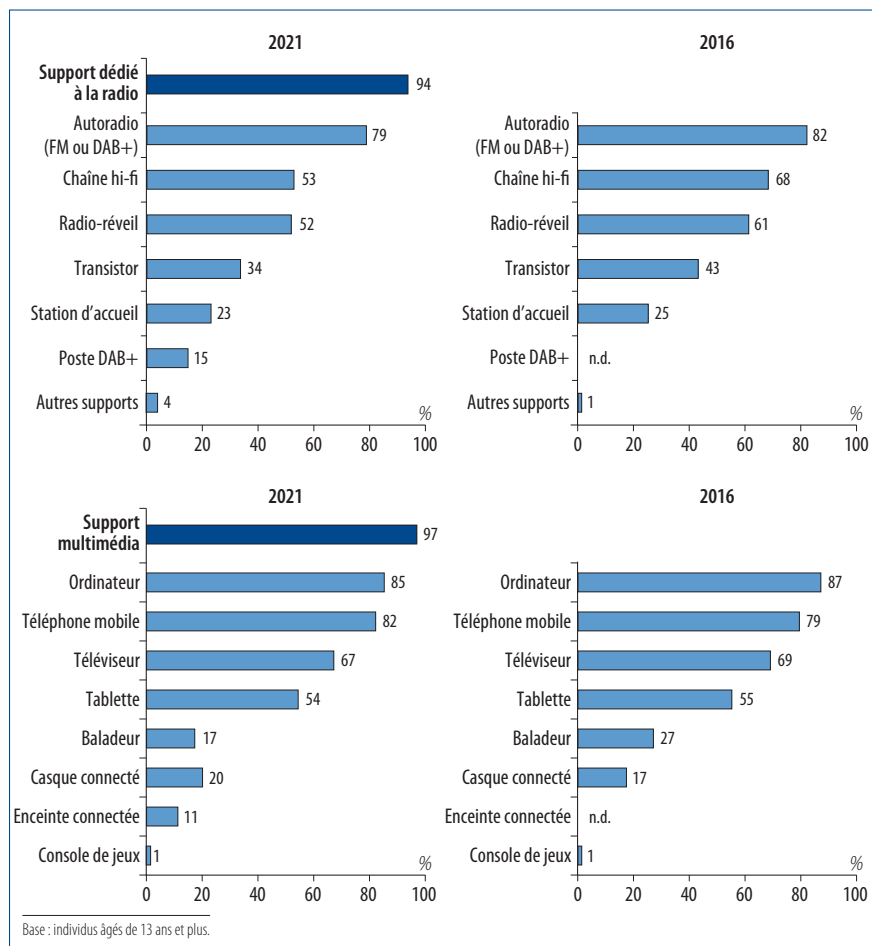
La radio : un média prescripteur pour la chanson francophone grâce à la politique des quotas

En 2021, la radio est un média prescripteur de découvertes musicales pour 47 % des Français âgés de 16 à 64 ans. L'exposition des nouveautés musicales à la radio est donc un facteur important de découvrabilité. Pour la première fois cependant, la radio est devancée par l'écoute en flux (streaming) (48 %). Afin de promouvoir la diversité culturelle, la loi LCAP n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine a renforcé, dans son article 35, les dispositions de la loi n° 86-1067 relative à la liberté de communication en termes de quotas de diffusion de chansons francophones à la radio. Cette loi prévoit notamment un taux minimal de diffusion de chansons francophones et de nouvelles œuvres musicales d'expression française dans l'ensemble de la programmation musicale aux heures significatives d'écoute, une part de nouveaux talents et un nombre maximal de rediffusions d'un même titre. Les obligations de diffusion varient selon la spécialisation de la radio. En 2021, le nombre de titres francophones entrés en *playlist* s'établit à 1 470, stable par rapport à 2020 mais en progression de 84 % par rapport à 2016. Près de 7 000 artistes francophones ont été diffusés à la radio en 2021, soit une progression de 50 % par rapport à 2016.

Pour en savoir plus

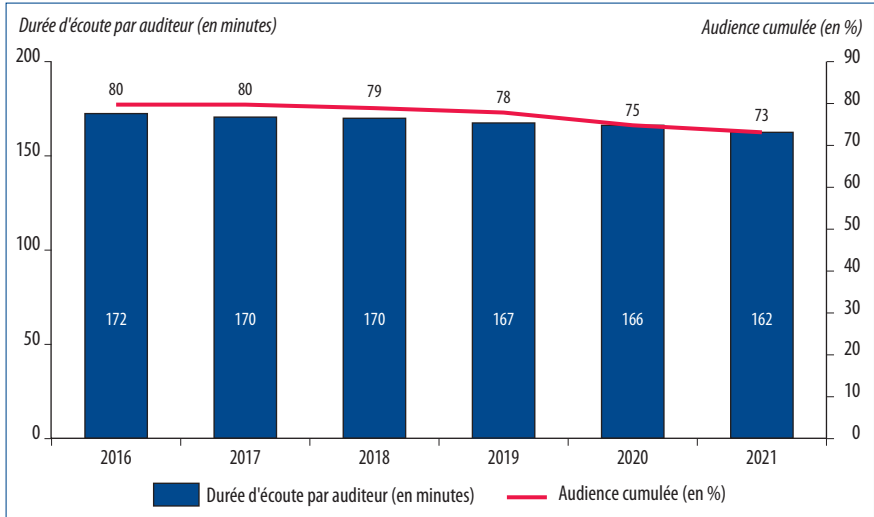
- *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, Résultats pour l'année 2021 pour la radio*, Arcom, 2022
- *Rapport annuel 2021*, Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2022
- Médiamétrie, www.mediametrie.fr
- *La Production musicale française en 2021*, Syndicat national de l'édition phonographique, 2022
- Loi de finance initiale 2022, <https://www.budget.gouv.fr/budget-etat/mission>

Graphique 1 – Équipement de la population en supports radiophonique et multimédia pour écouter la radio en 2021



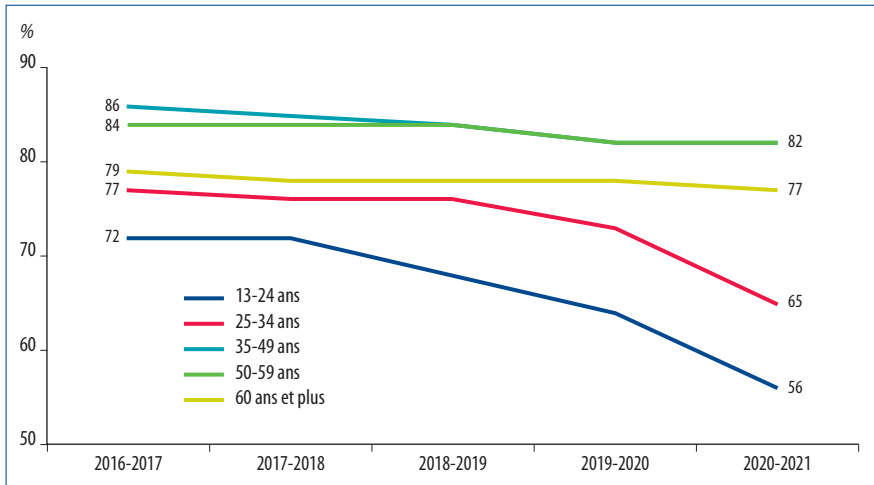
Source : Base Médiamétrie pour l'Arcom/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 2 – Audience cumulée de la radio et durée d’écoute par auditeur, 2016-2021



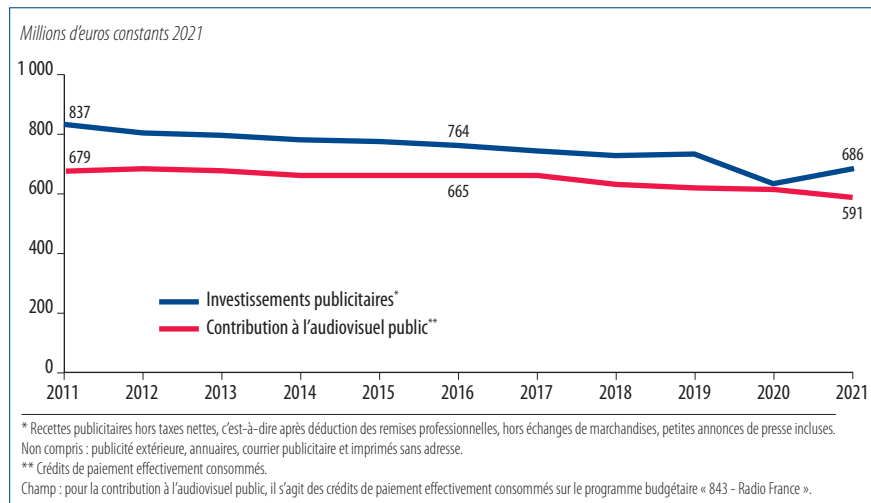
Source : Médiamétrie, enquête 126 000 Radios/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 3 – Audience cumulée selon l’âge des auditeurs, 2016-2021



Source : Médiamétrie, enquête 126 000 Radios/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 4 – Financement de la radio, 2011-2021



Source : Irep/Observatoire de l'e-pub du sri/DEPS, Ministère de la Culture, 2022