



Défis et ambitions de la radio en Europe

La révolution numérique et de l'écoute

Observatoire de la radio 2024-25



Observatoire de la radio en Europe

Big(5)

Avec cette publication, l'Observatoire, dans sa deuxième édition, se mesure aux plus grands marchés européens comparables en taille à l'Italie, à savoir l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et l'Espagne, sans négliger des études de cas spécifiques dans d'autres pays, pour certains aspects importants, comme la transition vers la radiodiffusion sonore numérique (DAB+). Il s'agit d'un travail important, unique par sa richesse de données et sa rigueur méthodologique, qui confirme l'engagement de la CRTV à rendre compte de ses marchés.

C'est un moment crucial pour le développement des réseaux de radiodiffusion numérique en Italie, car la question du manque de fréquences pour les radiodiffuseurs locaux est enfin résolue. Le processus de transition, dans lequel les sociétés de radio investissent depuis un certain temps, conduira à une amélioration de la qualité du signal, à une utilisation efficace et plus durable des ressources en fréquences et à une plus grande offre pour les auditeurs. Une transition cohérente avec le développement du marché qui, en fin de compte, ne laisse personne de côté.

La comparaison avec les autres marchés européens révèle que la taille de la radio italienne, malgré son extrême vivacité et sa résilience interne, est petite par rapport aux autres marchés, et la taille est un facteur stratégique pour les radiodiffuseurs afin d'être en mesure de rivaliser avec le marché mondial sur le réseau internet, les géants de l'audio et les grands acteurs mondiaux. La taille et la structure des marchés reflètent les différentes histoires des pays, ainsi que les différentes caractéristiques commerciales et les modèles de radiodiffusion publics/privés, nationaux/locaux : il s'agit là d'une caractéristique commune du paysage européen très diversifié qui en fait aussi sa force.

La radio italienne suscite un intérêt croissant de la part des investisseurs publicitaires, en raison de son potentiel à atteindre une audience large et fidèle et de sa grande polyvalence et de sa portée dans la composition de campagnes cross-média. En 2025, Audiradio (Joint Industry Committee) a été reconstitué, avec un renouvellement de la méthodologie de mesure, une plus grande granularité des données et une nouvelle gouvernance.

Nous sommes les premiers en Europe à avoir mis en place un comité sur la prééminence de la radio (accès à la radio en toutes circonstances), tout comme nous avons été les premiers, en son temps, à avoir introduit l'obligation européenne d'équiper les nouveaux modèles de voitures de récepteurs radios numériques. Nous sommes les précurseurs d'une stratégie visuelle, avec la présence importante de la radio sur les écrans de télévision. Une stratégie très italienne, compte tenu de la centralité de la radiodiffusion numérique terrestre, qui nous a permis de mettre en œuvre la composante visuelle et multimédia, qui sera un atout stratégique dans le positionnement numérique sur les appareils intelligents. Dans le secteur du web et de l'audio, la radio italienne est déjà présente, en streaming live et à la demande, avec des applications, des contenus exclusifs et des podcasts.

Notre association a pour mission de protéger et de valoriser les sociétés de radio italiennes, dont l'activité constitue un pilier fondamental de l'information et de la liberté d'expression, outil indispensable au progrès et à la cohésion de la société. Mais pour que le rôle des radios italiennes reste central dans la promotion de la culture, de l'information et de l'identité territoriale, il faut un engagement renouvelé de la part de l'Etat, de la politique et des institutions. Des actions concrètes sont nécessaires pour soutenir le secteur, par l'allocation de ressources financières supplémentaires, la définition de politiques de rationalisation qui encouragent le développement de la taille de acteurs, même via la fusion de petites réalités radiophoniques locales ou régionales. Ce n'est qu'ainsi qu'il sera possible d'exploiter pleinement le potentiel de la radio en tant qu'instrument de cohésion sociale, de pluralisme de l'information et de participation démocratique. Investir dans la radio, c'est investir dans un avenir où la voix de chacun peut continuer à trouver un espace, à être entendue et à résonner.

Bonne lecture

Antonio MARANO

Président de Confindustria Radio Televisioni

Observatoire de la radio en Europe

Big(5)

Un engagement en faveur de la qualité, de la diversité et de la durabilité du média radio : en 2023, avec le lancement de l'Observatoire de la radio, notre association a voulu répondre de manière proactive aux changements en cours et aux défis émergents liés à la numérisation de la radio.

L'Observatoire est né d'une recherche raisonnée des données du secteur initiée par le département des études de la CRTV pour accompagner les défis auxquels ce média mature est confronté dans le contexte numérique et connecté. Cette deuxième édition s'intéresse aux cinq principaux marchés européens, l'Italie, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Espagne, avec un regard sur la Suisse voisine qui s'apprête à éteindre le signal FM. Pour chaque marché sont décrites les caractéristiques de l'offre, nationale et locale, publique et privée, les plates-formes de distribution, les équipements de réception, l'écoute de la radio, et l'économie de la radio dans le contexte sonore. Nous sommes aidés dans cette navigation comparative par Albino Pedroia, qui a une longue expérience de travail et de recherche dans le secteur de la radio, et qui est aujourd'hui chargé de cours à la Sorbonne à Paris.

La recherche et la comparaison des données sur les tendances du marché et les stratégies des radiodiffuseurs, l'Observatoire nous permet de rester au fait des nouvelles technologies et des modèles d'entreprise émergents. C'est une activité de recherche fondamentale, avant tout pour nos membres, afin de leur fournir des éléments contextuels pour prendre des décisions éclairées et stratégiques, et pour s'adapter et prospérer dans un environnement en mutation rapide. La première édition de l'étude - présentée dans de nombreux lieux universitaires aux étudiants en communication, également aidée par le centenaire du média - a permis à l'Observatoire de se développer et de devenir un point de rencontre pour les professionnels, les universitaires, les experts et les passionnés de radio. Ce réseau favorisera les échanges d'idées, les collaborations et les initiatives conjointes susceptibles d'enrichir l'écosystème radio et de contribuer à son développement durable. À cet égard, l'Observatoire de la radio entend apporter sa contribution en organisant des événements, des ateliers et des séminaires consacrés aux techniques de radiodiffusion, à la production audio et à la gestion des stations dans l'environnement numérique. La formation continue est une priorité pour s'assurer que les professionnels actuels et futurs du secteur sont toujours à jour et prêts à relever les défis futurs.

Enfin, l'Observatoire jouera un rôle actif dans le suivi des politiques publiques et des réglementations affectant le secteur, en se faisant le porte-parole des membres auprès des institutions. Il sera important de sensibiliser les autorités aux questions relatives à la radio, en veillant à ce que les intérêts du secteur soient représentés et protégés. En effet, la radio - comme la télévision, que la CRTV représente également dans tous les contextes institutionnels - a une fonction culturelle et sociale importante que nous souhaitons transférer dans l'environnement numérique et connecté.

Rosario Alfredo DONATO
Directeur général de Confindustria Radio Televisioni

Confindustria Radio Televisioni (CRTV) est l'association professionnelle des médias audiovisuels italiens. Créée en juin 2013, elle regroupe parmi ses membres les principaux opérateurs audiovisuels nationaux: CN Media, El Towers, Elemedia (GEDi), GMH, Il Sole 24 ore, La7, Mediaset, Paramount Global Italia, Prima Tv, Qvc Italia, Radio Italia, RAI, RDS – Radio Dimensione Suono, Rete Blu, RTL 102,500 Hit Radio, Sportcast, Tivù, Warner Bros. Discovery Italia. Eutelsat Italia est membre associé. Les principaux diffuseurs locaux adhèrent également à la CRTV, par l'intermédiaire de l'Associazione TV Locali et de l'Associazione Radio FRT.

La CRTV représente tous les principaux acteurs du secteur, les chaînes de télévision publiques et privées, nationales et locales, les opérateurs de réseau et de plateformes. Il s'agit d'un secteur qui génère au total un chiffre d'affaires d'environ 9,8 milliards d'euros et emploie plus de 90 000 personnes, dont plus de 30 000 directement.

L'objectif fondamental de la CRTV est la représentation unitaire du secteur de la radiotélévision au niveau institutionnel, législatif et contractuel. À cet égard, la CRTV a signé avec la CGIL SLC, la FISTel-CISL et l'UILCOM la convention collective nationale pour les salariés des entreprises de radiotélévision privées.

Confindustria Radio Televisioni est membre d'Auditel, associée à l'AER (Association of European Radios), à Eurovision, à la FAPAV (Fédération pour la protection des industries des contenus audiovisuels et multimédias), à l'IAP (Institut d'autorégulation de la publicité) et à l'Osservatorio TuttiMedia. L'association est représentée au sein de divers organismes, parmi lesquels : le Comité interinstitutionnel pour l'alphabétisation médiatique et numérique (anciennement Comité Médias et Mineurs) auprès du MiMIt, le Comité consultatif permanent pour le droit d'auteur (MiC), Comité pour le développement et la protection de l'offre légale d'œuvres numériques (AGCom) et Union internationale des télécommunications Radiocommunication (ITU-R). Elle participe au groupe de travail institué auprès du Département des politiques européennes pour l'examen de la proposition de règlement sur le marché unique des services numériques (DSA).

CRTV collabore avec tous les ministères compétents, les institutions politiques et les régulateurs nationaux et communautaires. L'activité de l'association vise à contribuer à la création et au maintien de règles équitables qui permettent au secteur de croître, d'innover et de continuer à jouer le rôle important qui lui revient dans le processus de modernisation du pays.



Observatoire Radio en Europe

Sommaire

RÉSUMÉ		9
ROYAUME-UNI		32
ALLEMAGNE		51
FRANCE		75
ITALIE		89
ESPAGNE		105





Observatoire de la radio en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

Résumé



CONFININDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

Observatoire de la radio en Europe

Principaux événements radiophoniques dans les Big(5)

Royaume-Uni



Allemagne



France



Italie



Espagne



Début des émissions

14 novembre 1922

29 octobre 1923

24 décembre 1921

6 octobre 1924

14 juin 1924

Service public

BBC (1927)

ARD (1950)
Deutschlandradio (1993)

RDF (1945)
RTF (1949)
ORTF (1964)
Radio France (1974)

URI (1924)
EIAR (1927)
RAI - Radio Audizioni Italiane (1944)
RAI - Radiotélévision italienne (1954)

RNE (1937)

Libéralisation du
marché

1973
(The Sound
Broadcasting Act)

1986
(4. Arrêt Rundfunk
- 4e arrêt de la
- Cour constitutionnelle fédérale)

1986
(Loi 1067/86 relative à la
liberté de communication)

1976
(C. Cost. 202-76)

1924
(fondation Radio España +
Radio Barcelona)
2010
(Loi 7/2010 générale sur la
communication audiovisuelle)

Mesure d'audience

1992
(Rajar)

1972
(Agma)

1985
(Médiamétrie)

1988
(Audiradio)

1988
(AIMC)

Diffusions
DAB / DAB+

1990 (DAB)
2016 (DAB+)

1995 (DAB)
2011 (DAB+)

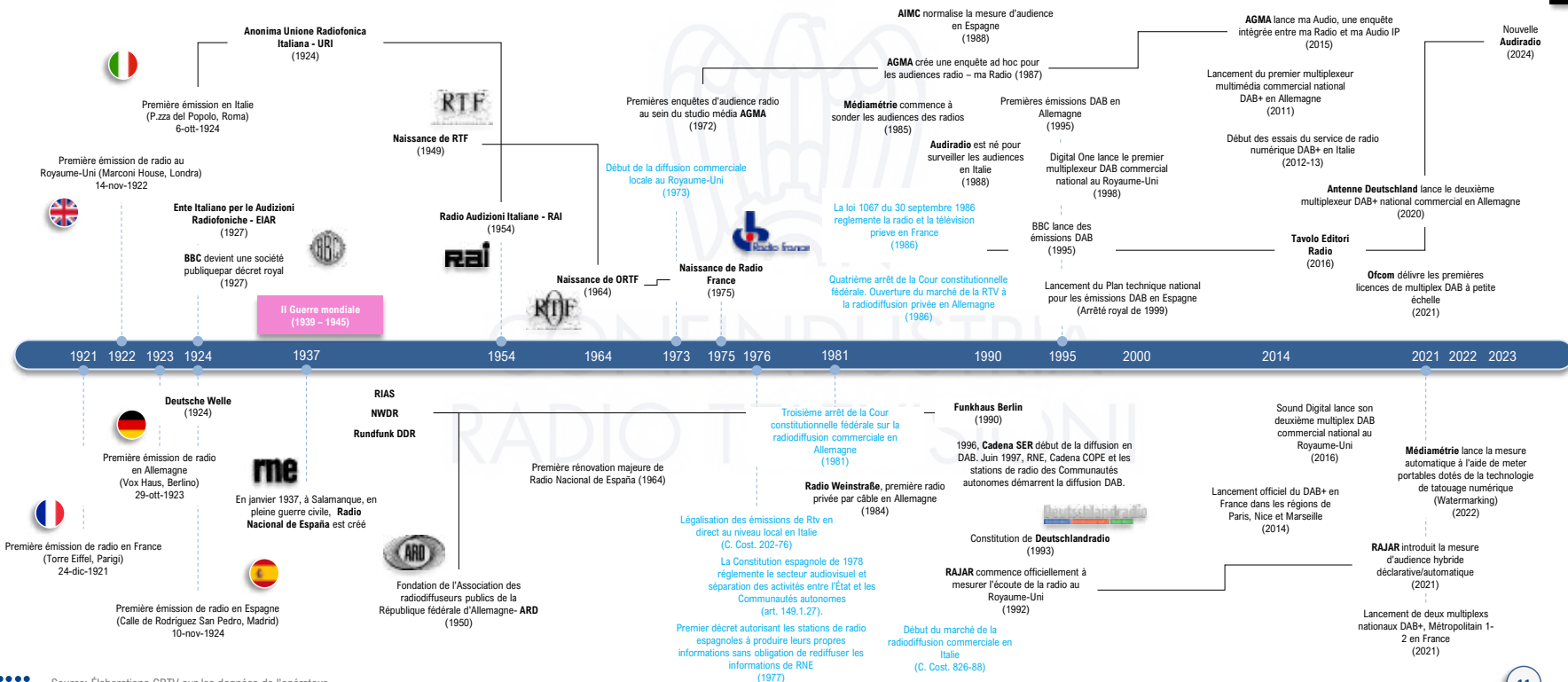
1998 (DAB)
2014 (DAB+)

1995 (DAB)
2012 (DAB+)

1996 (DAB)
2014 (DAB+)

Observatoire Radio en Europe

Chronologie des principaux événements radio des Big(5)





Observatoire de la radio en Europe

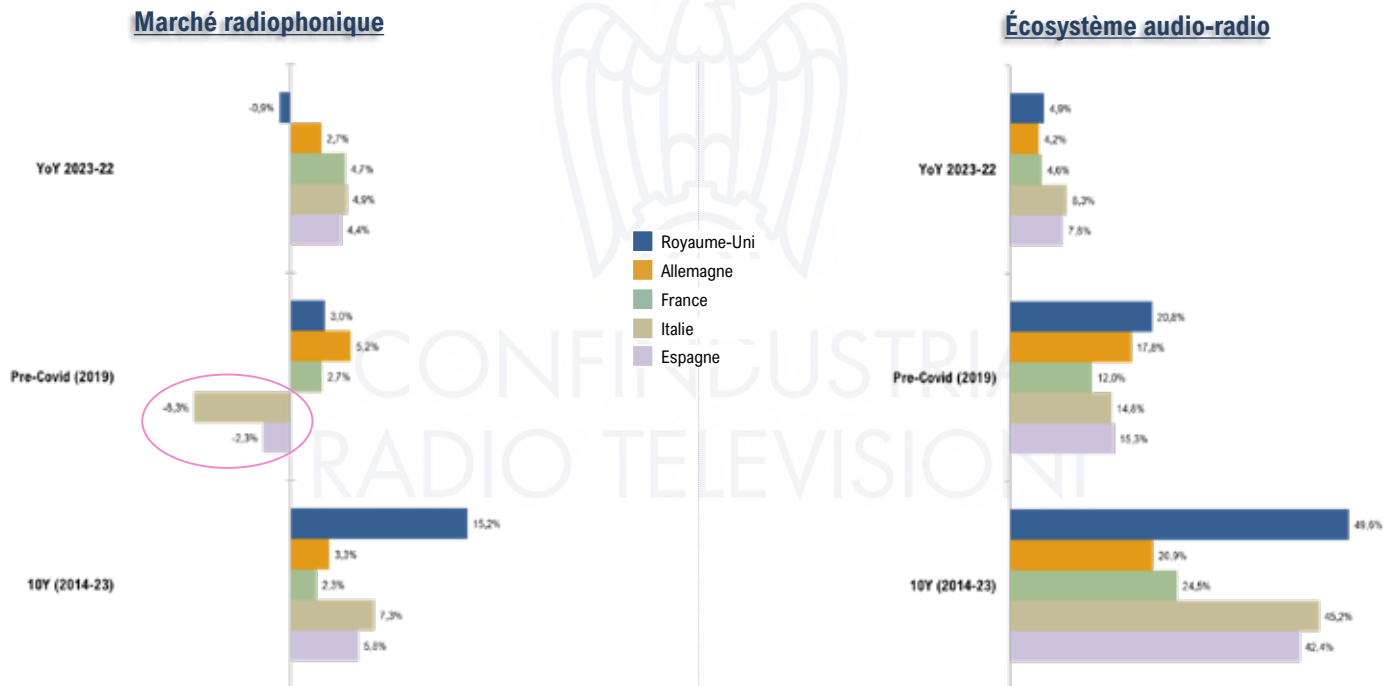
Principaux indicateurs économiques, 2023

Milliards d'euros (population en millions)		Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
Population		67,9	84,4	68,2	59,0	48,1
PIB		3 089,5	4 121,2	2 803,1	2 085,4	1 462,1
Marché publicitaire % radio-audio	Milliards d'euros	42,1	25,9	17,3	10,4	5,9
		2,0	3,1	4,2	3,8	7,8
Ressources radiophoniques % public	Milliards d'euros	1,6	3,9	1,3	0,6	0,7
		48,6	82,0	46,3	22,4	34,6 %
Écosystème Audio-radio % de la radio		3,3	6,1	2,2	1,0	1,1
		48,4	63,3	60,8	61,9	62,0



Observatoire de la radio en Europe

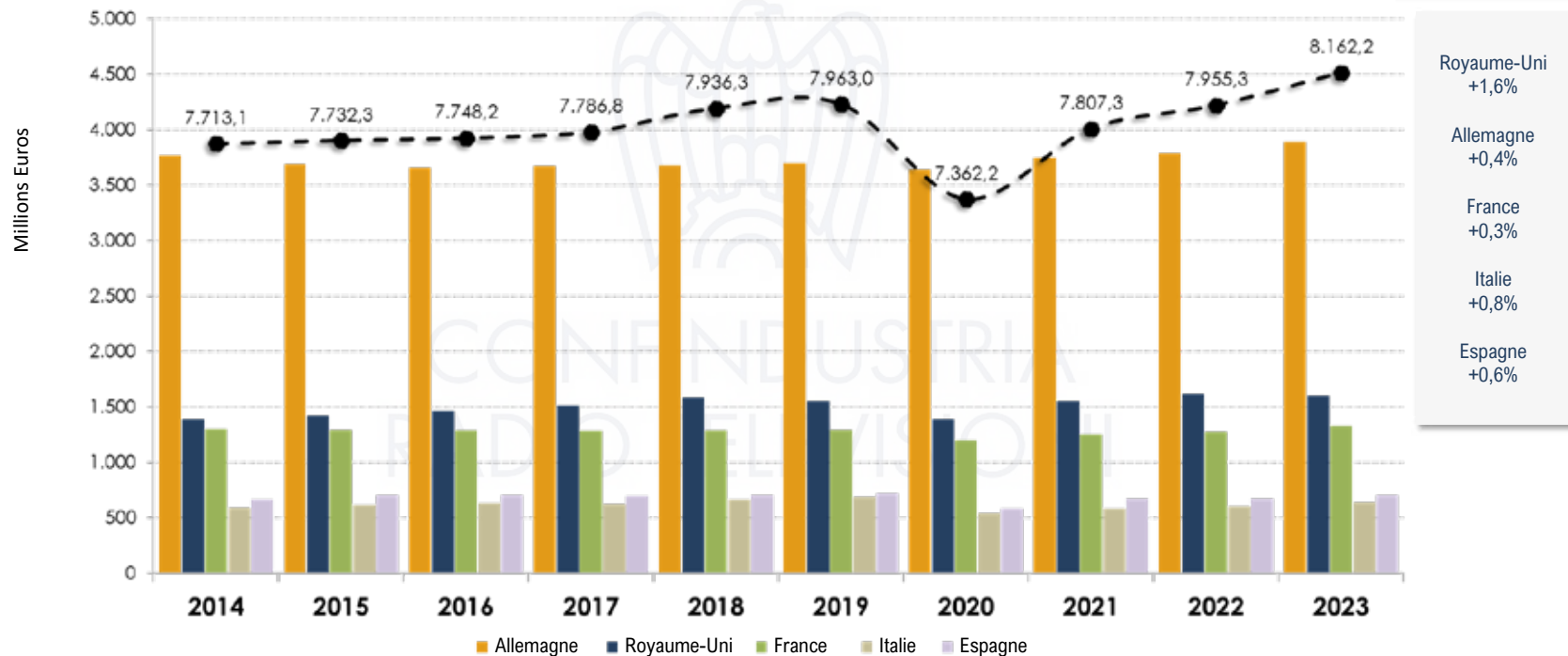
Variation en % du marché de la radio et de l'écosystème audio-radio dans les Big-5



Observatoire de la radio en Europe

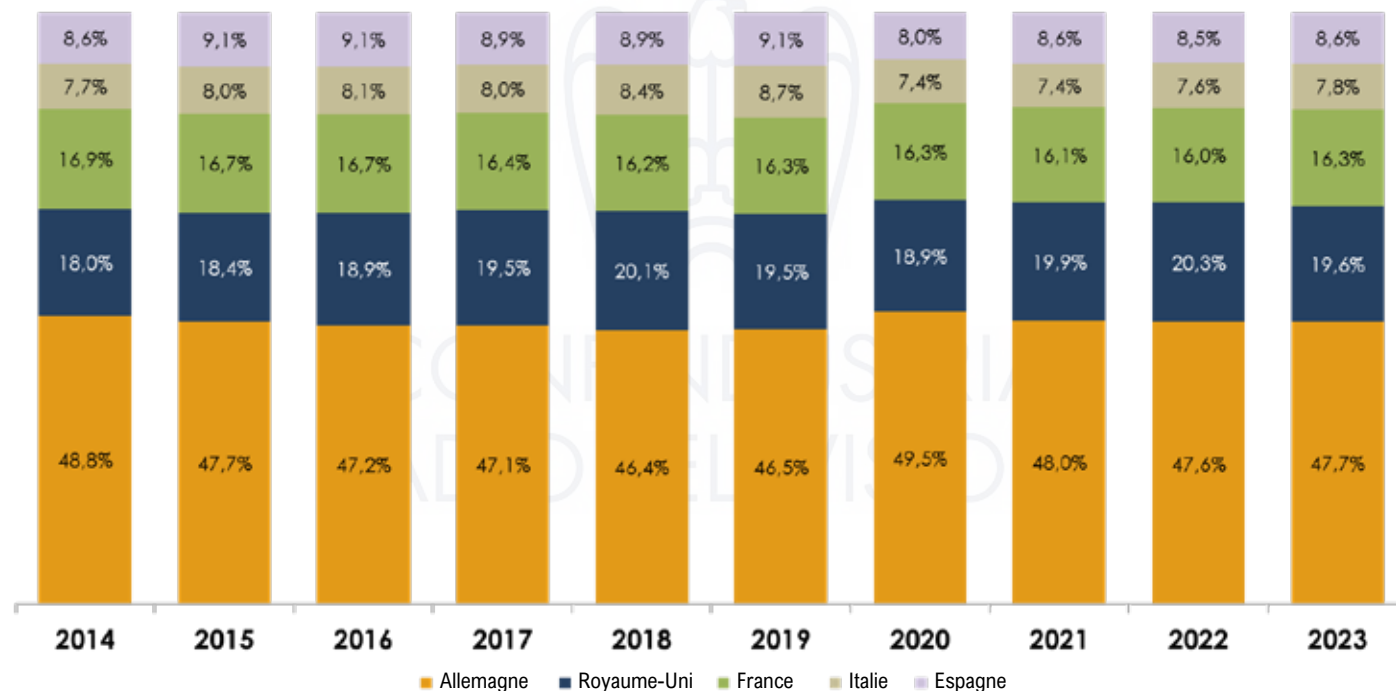
Évolution des ressources radio au cours des 10 dernières années

TCAM 2014-23



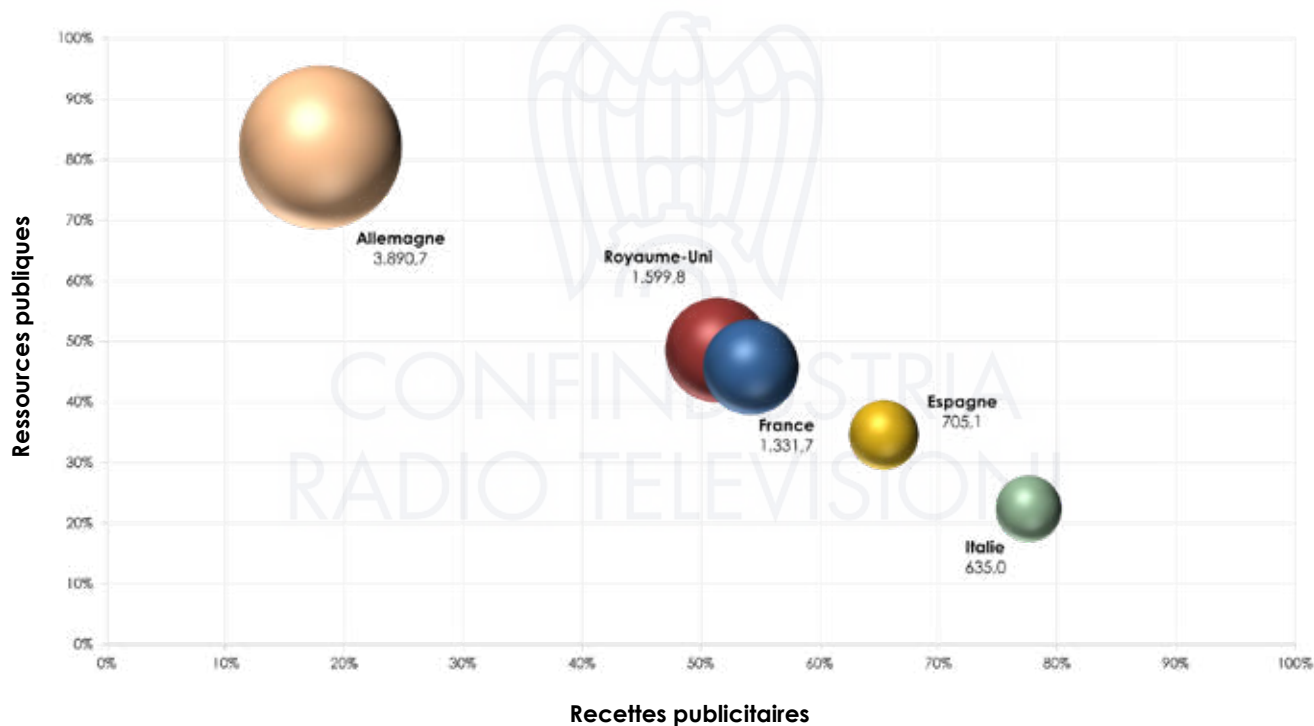
Observatoire Radio en Europe

Parts de marché radio des Big-5 au cours des 10 dernières années



Observatoire de la radio en Europe

Ressources économiques de la radio des Big-5, 2023 (en millions d'euros)



Observatoire de la radio en Europe

Offre radiophonique globale, nationale et locale, 2023

	Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
			(France métropolitaine)		
TOTAL Radios	800	+300	90	+1 700	+2 000
Radios nationales (Radios analogiques et numériques)	65	36	26	47	25
Radios publiques (uniquement numériques)	53 (12)	62 (12)	50	7 (7)	5 (Radios autonomes et municipales : 530)
Radios DAB/ DAB+	+700	35	57	+50	18

Observatoire de la radio en Europe

Périmètre d'activité et revenus PSM*, national et local, 2023

*Public Service Media, acronyme utilisé par l'UER pour désigner les opérateurs publics

En milliards d'euros
(Recettes TOTALES PSM)

Royaume-Uni



Allemagne



France



Italie



Espagne



Modèle

Centralisé

Spécialisé

Spécialisé

Centralisé

Centralisé

Opérateur PSM

TV

Radio

BBC

ARD, ZDF

France Télévisions

RAI

RTVE
Communautés autonomes
Radios municipales

Deutschlandradio
ARD (Länder)

Radio France (France métropolitaine)
FTV (Départements d'outre-mer)

Radiodiffuseurs
nationaux

13
(dont 7 exclusivement
numériques)

4 (Deutschlandradio)
(dont 1 uniquement numérique)

6 (Radio France)

12
(dont 7 exclusivement
numériques)

4

Radiodiffuseurs
locaux/régionaux

52
(dont 5 exclusivement
numériques)

70 (ARD)
(dont 11 uniquement en
numérique)

44 (Radio France)
9 (FTV pour les départements d'outre-mer)

2

1 (RNE)
30 (radios autonomes)
500 (radios municipales)

Chiffre d'affaires
TOTAL PSM
(TV + Radio)

Milliards
d'euros

6,2

7,4

0,72

2,7

1,1

% radio

17,0

47,1

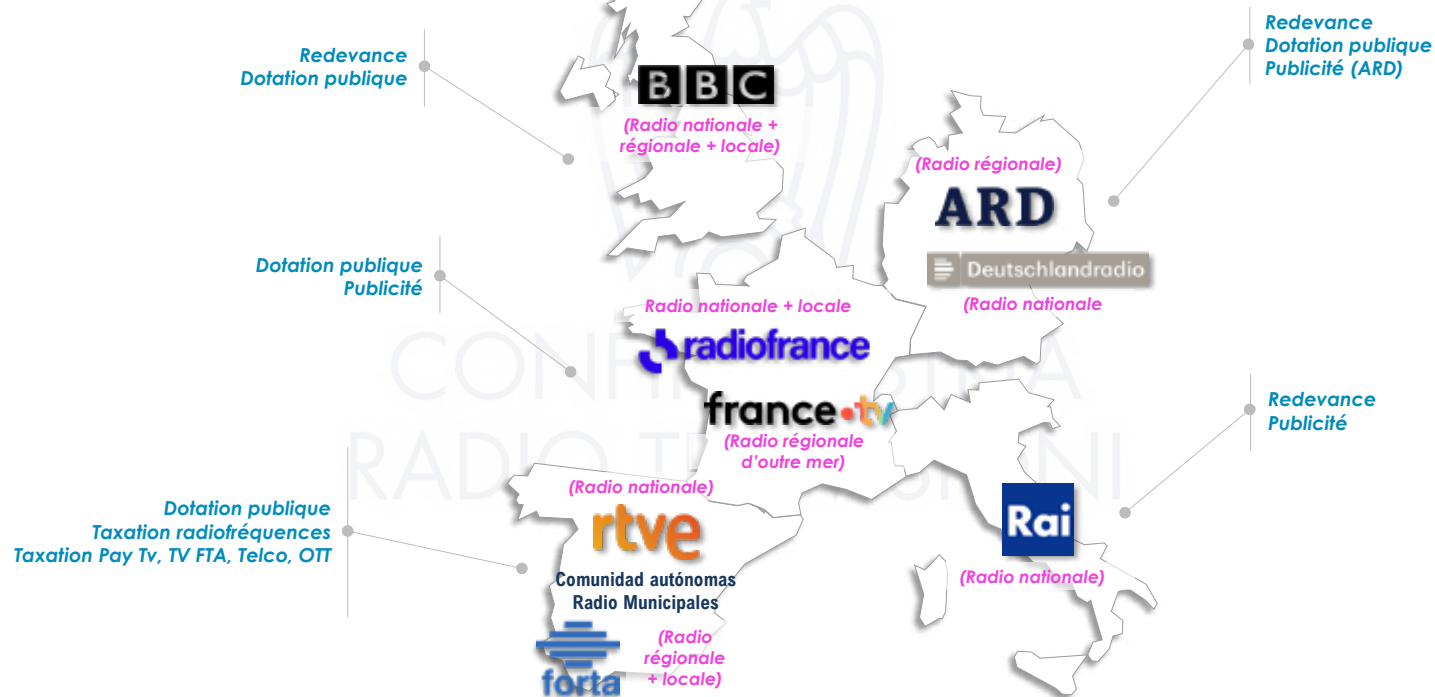
20,7

4,2

18,0

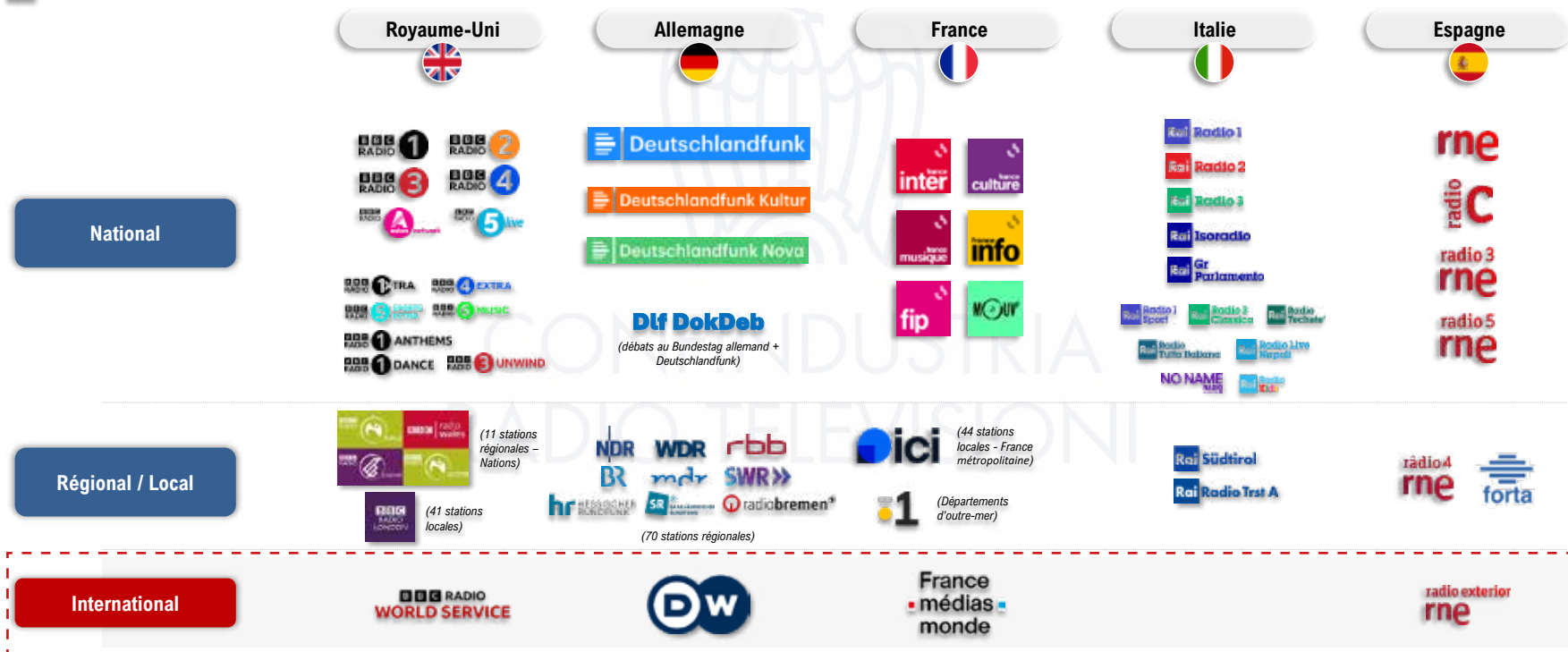
Observatoire de la radio en Europe

Activités radiophoniques des PSM des Big-5



Observatoire Radio en Europe

Composition de l'offre radio de service public des Big-5, 2023



Observatoire de la radio en Europe

Développement de la plateforme DAB/DAB+, 2023

	Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
Lancement DAB/DAB+	1990	1995	1998	1995	1996
Couverture de la population (autoroutes)	97 % (87 %)	98 % (98 %)	62 % (70 %)	90 % (97 %)	30 % (n.d.)
Ventes d'appareils (% indoor)	55,6 millions (67 %)	28,3 millions (34 %)	10,6 millions (24,5 %)	12,6 millions (13 %)	-
TOTAL Radios DAB/DAB+	+700	350	570	+500	18
Multiplex nationaux	3	2	2	3	3
Mux locaux	58	58	72	26	n.d.

Observatoire de la radio en Europe

Multiplex nationaux DAB/DAB+, 2023

	Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
Standard	DAB / DAB+	DAB+	DAB+	DAB+	DAB / DAB+
Multiplex	BBC National Digital One Sound Digital	Media Broadcast Antenne Deutschland	Métropolitain 1 Métropolitain 2	RAI DAB Italie EURO Dab	FU-E MF-I MF-II
TOTAL Diffuseurs DAB/DAB+	66	29	26	50	21
Radios DAB	23 (34,8 %)	-	-	-	18 (85,7 %)
Radios DAB+ Nat.	43	29	26	50	3
Radios (uniquement numériques)	47 (71,2 %)	17 (58,6 %)	3 (7,7 %)	24 (46,0 %)	2 (9,5 %)
Radios PSM DAB/DAB+	11	4	6	12	8 <i>(inclut les doublons de certaines radios dans les deux normes)</i>

Observatoire Radio en Europe

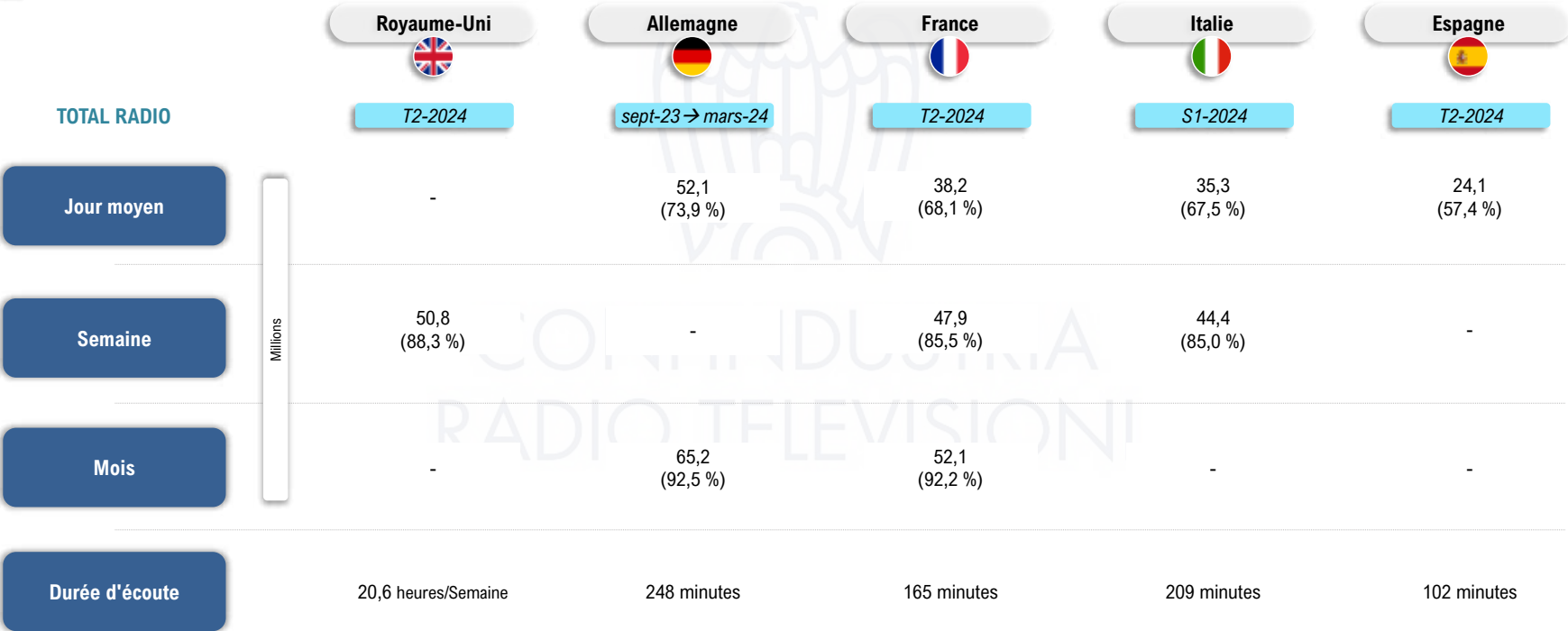
Méthodologie et mesure d'audience radio

	Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
					
Organisme (modèle organisationnel)	RAJAR (JIC)	AGMA (JIC)	MÉDIAMÉTRIE (JIC)	AUDIRADIO (JIC)	AIMC (JIC)
Radios mesurées	+300	+300 (les services en ligne)	+600	+250	n.d.
Méthodologie	Agendas + MEDIACELL (2021) <i>Application installée sur smartphone</i>	CATI (mais Radio) + Log serveur (mais IP Audio) + Journal audio (ATB)	CATI + RateOnAir (2022) <i>Mètre électronique</i>	CATI + SDK	CAPI - CAWI - CATI <i>À partir de septembre 2024, début du recensement de 36 stations de radio (streaming)</i>
Univers	100K (panel passif 5K) → 15 ans et plus	67K (journal 18K) → 14 ans et plus	100K (panel passif 5,5K) → 13 ans et plus	Stream A1-A2-B 80K+40K+80K → 14 ans et plus	78,1K → 14 ans et plus
Instituts chargés	Ipsos + RSMB	MediaMicroCensus + Interlogic + ISBA + ANKORDATA	Médiamétrie	Ipsos + GfK Italia + AltLab	Random + Kantar + Netquest + Dynata + Imop Insights
Publication	Trimestriel	2 fois / an	Trimestriel et bimestriel	Trimestriel + semestriel + annuel	3 fois par an
Autres enquêtes	MIDAS (Rajar)	Moniteur audio en ligne (Mindline Media)	Global AUDIO (Médiamétrie)	-	-



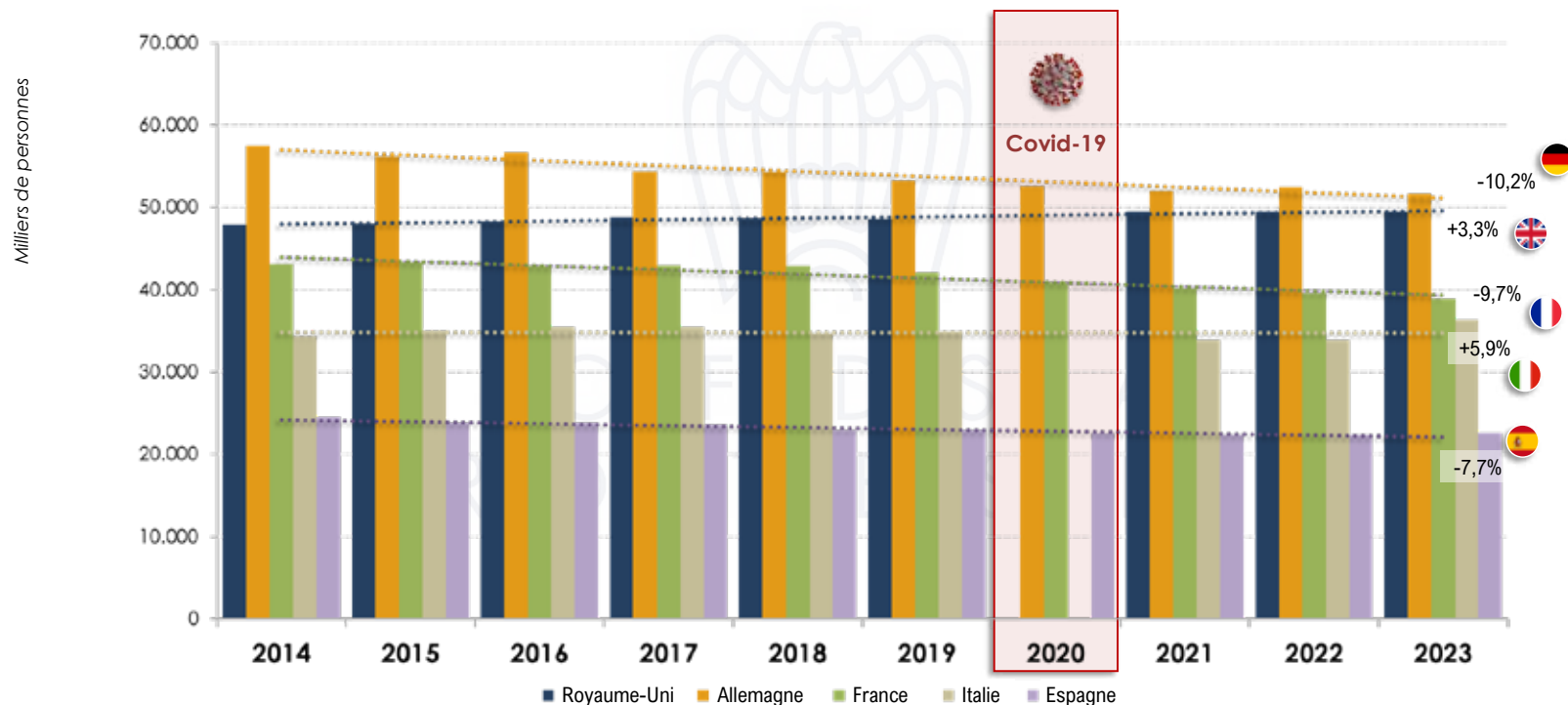
Observatoire de la radio en Europe

Audience radio, 2024



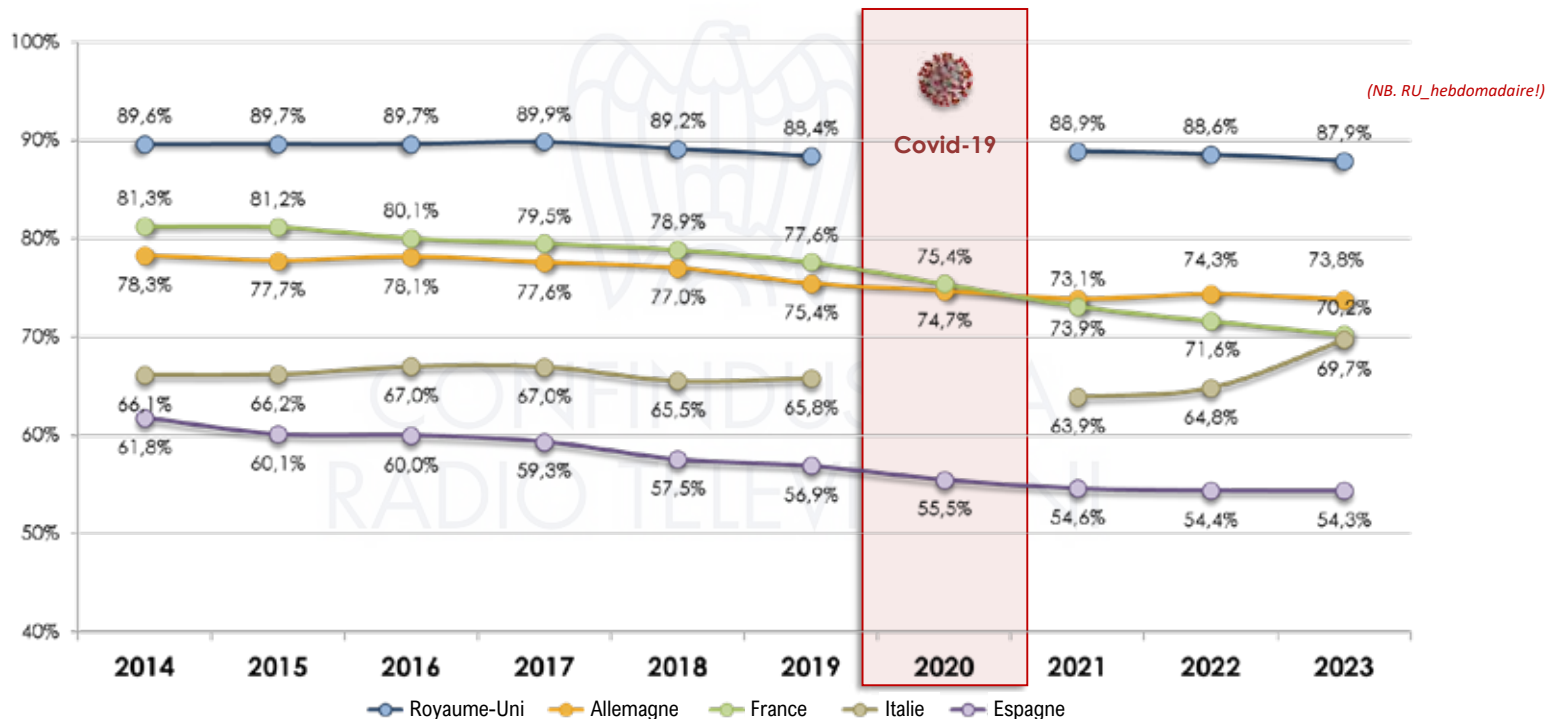
Observatoire de la radio en Europe

Évolution de l'audience radio au cours des 10 dernières années



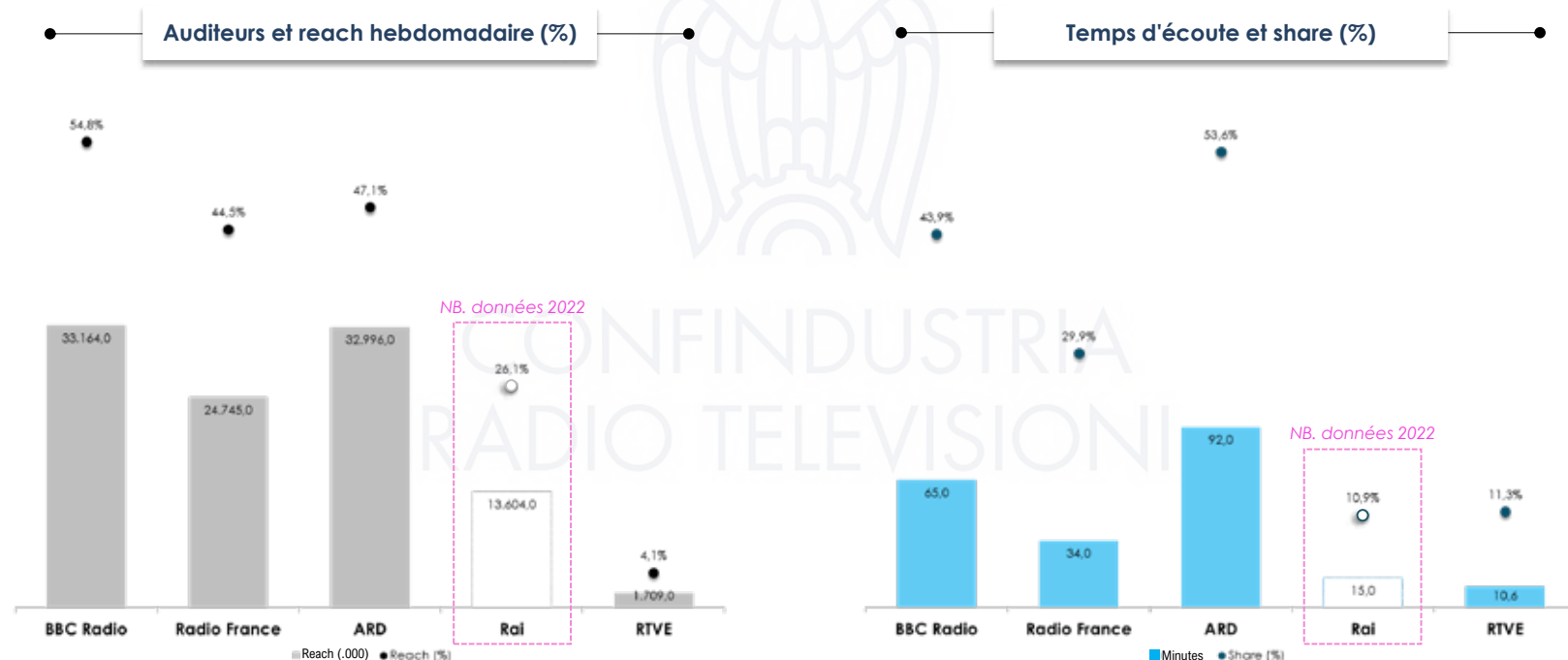
Observatoire de la radio en Europe

Évolution de la reach radio (%) au cours des 10 dernières années



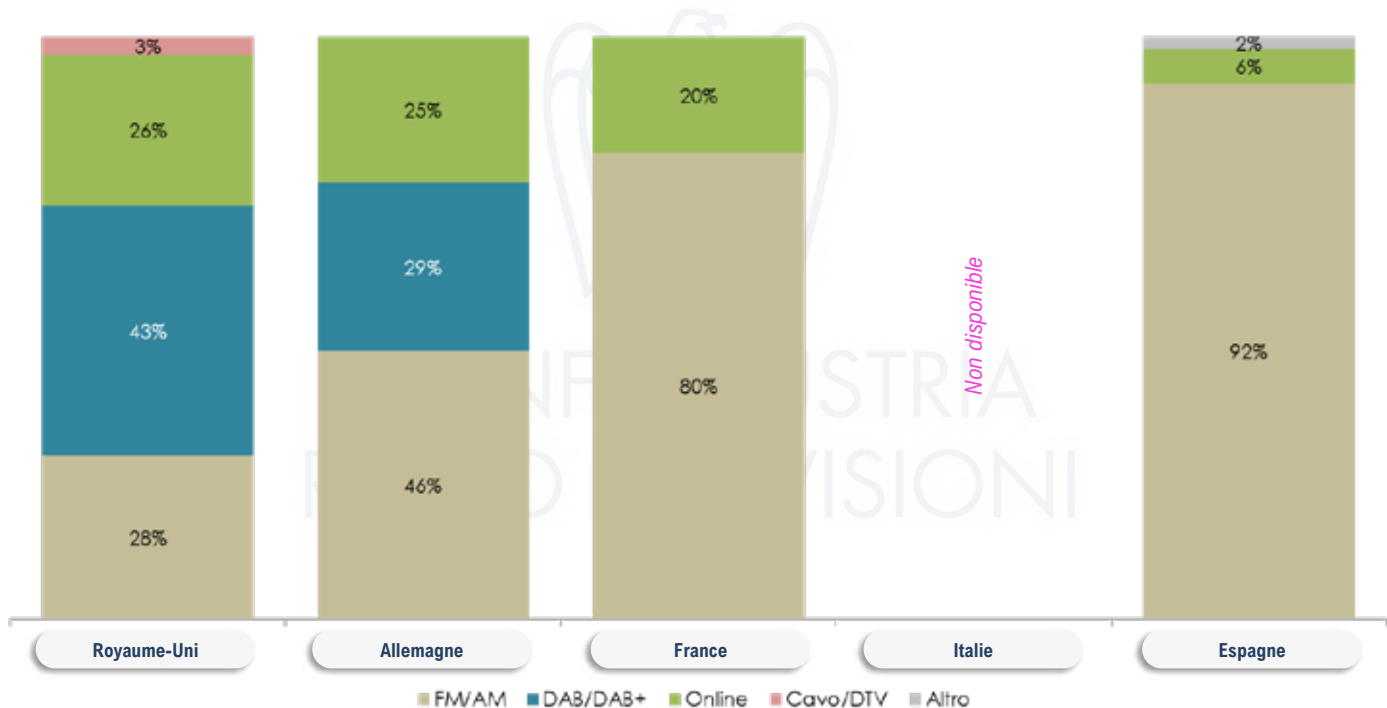
Observatoire de la radio en Europe

Audience radio PSM, 2023



Observatoire de la radio en Europe

Share de la consommation radio par plateforme, 2023



Observatoire de la radio en Europe

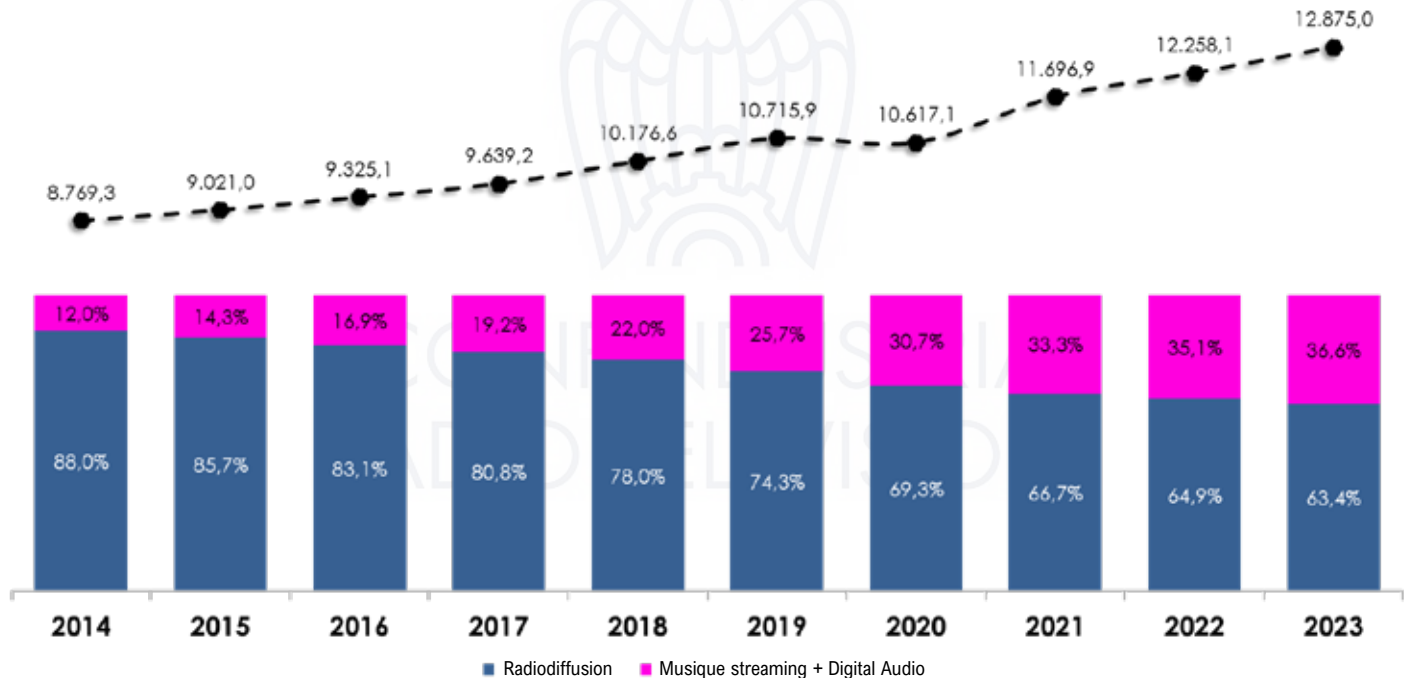
Classement Top 10, 2024

	Royaume-Uni	Allemagne	France	Italie	Espagne
1	BBC Radio 2	Radio NRW	France Inter	RTL 102.5	Cadena SER
2	BBC Radio 4	WDR 2	RTL	RDS 100 % Grands succès	COPE
3	Greatest Hits Radio	Bayern 1	RMC	Radio DeeJay	Los40
4	Heart	SWR 3	NRJ	Radio Italia	Onda CERO
5	BBC Radio 1	1LIVE	Nostalgie	Radio 105	C100
6	Smooth Radio	Deutschlandfunk	France Bleu (ICI)	Radio Kiss Kiss	Dial
7	Classic FM	Antenne Bayern	Franceinfo	Virgin Radio	Rac 1
8	Capital	Bayern 3	Skyrock	Radio 24	Rock FM
9	BBC Radio 5 Live	WDR 4	Europe 1	R101	Kiss FM
10	Hits Radio	NDR 2	RTL 2	m2o	ES Radio
	Semaine (avril – juin 24)	Jour moyen LU_VE (sept. 23 – mars 24)	Jour moyen LU_VE (avril – juin 24)	Jour moyen (jan – juin 24)	Jour moyen LU_VE (mars – mai 24)

Observatoire Radio en Europe

Évolution de l'écosystème audio-radio

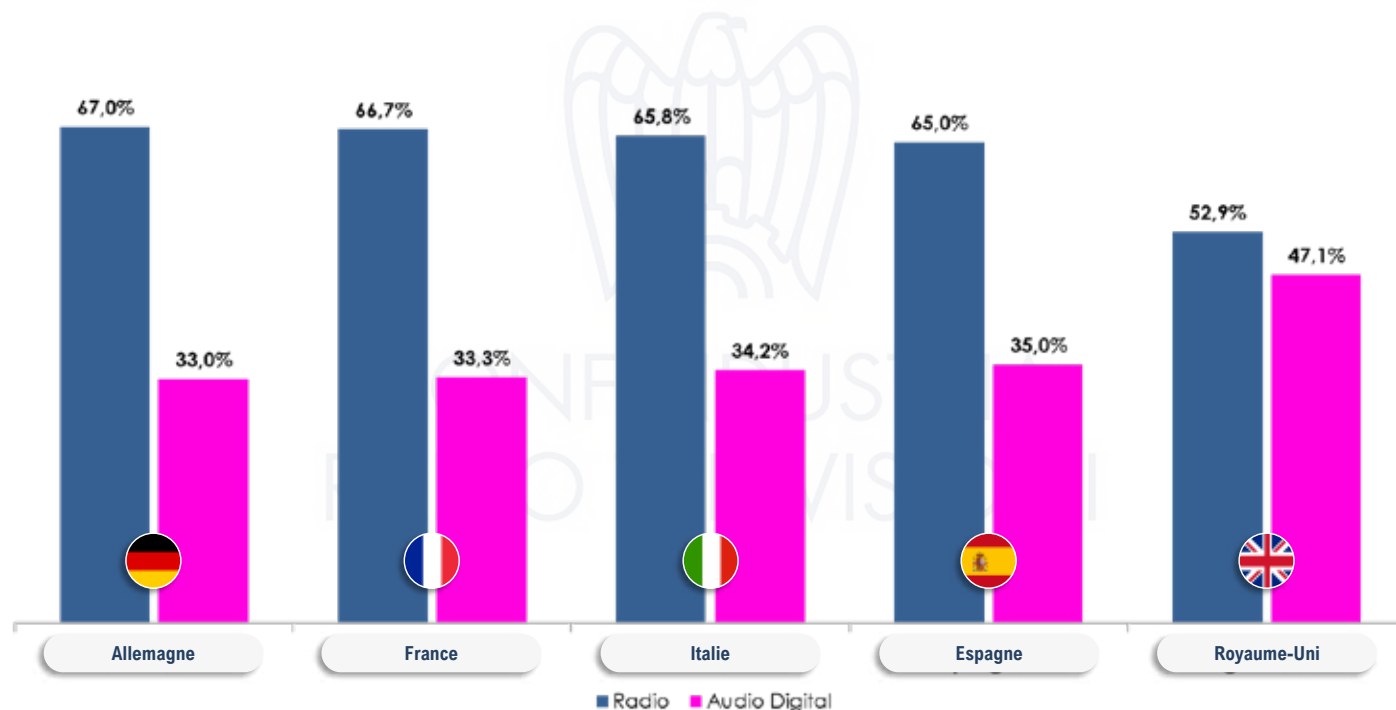
Millions d'euros



Observatoire de la radio en Europe

Rapport entre le marché radio et celui de l'audio numérique des Big-5, 2023

Total écosystème audio-radio



Observatoire Radio en Europe

Méthodologie et sources utilisées

Royaume-Uni



Ofcom - Radiocentre - BBC -
Digital Radio UK

Allemagne



ALM - Vaunet - ARD -
Deutschlandradio - KEF -
Digitalradio Büro Deutschland
- Radiozentrale

France



Arcom - SIRT -
Bureau de la Radio (Alliance)

Italie



Agcom - RAI -
CRTV - MIMIT

Espagne



CNMC - RTVE - AERC
RadioValue

Radio

Musique

ERA - BPI

Association fédérale de
l'industrie musicale

SNEP

Fimi

Promusicae

Investissements publicitaires

WARC - AA - IAB UK -
IAB Europe

ZAW - Vaunet - PwC
- IAB Europe

IREP - Udecam -
IAB Europe

Nielsen - POLIMI
- IAB Europe

InfoAdex - IAB Espagne -
IAB Europe - PwC

Audience – Équipements

Rajar - Ofcom

AGMA – Kantar

Médiamétrie

TER

AIMC

Autres sources

Association des éditeurs -
BIEF

Börsenverein - Mindline
Media

Ministère de la Culture -
SNE - BIEF

AIE - BIEF

SGAE - BIEF



Observatoire de la radio
en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

ROYAUME-UNI



CONFININDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

La radiodiffusion au Royaume-Uni



La première émission radiophonique au Royaume-Uni a eu lieu le 14 novembre 1922 à 18 heures. Ce jour-là, la *British Broadcasting Company* (BBC) a diffusé son premier service radiophonique depuis *Marconi House*, dans le quartier de *The Strand*, au centre de Londres, marquant ainsi le début des programmes radiophoniques réguliers.

Au Royaume-Uni, il existe au total plus de 700 stations réparties sur toutes les principales plateformes. Outre la diffusion classique (c'est-à-dire AM/FM, DAB/DAB+), la radio est également présente sur la TNT, le câble et le satellite. La croissance des licences terrestres et le développement des services de radio numérique, Internet et satellite ont entraîné une consolidation du marché entre les mains d'un nombre limité de grandes entreprises privées également actives sur d'autres marchés européens : *Bauer AUDIO Media*, *Global Radio* et *News UK Broadcasting*. Ces opérateurs sont actifs avec des stations tant au niveau national que régional/local.

Le service public britannique est géré par la BBC, qui opère sur l'ensemble du territoire à travers 65 stations de radio (sans publicité) : 6 nationales et 7 spin-offs numériques, 6 régionales (Pays de Galles, Écosse, Irlande du Nord) et 5 spin-offs, 41 locales. Toutes les stations de la BBC sont présentes sur le service de streaming BBC Sounds, lancé en 2018. L'opérateur public compte environ 50 stations de radio diffusant en FM, une vingtaine en AM et une soixantaine sur la plateforme numérique DAB/DAB+.

Au cours des dix dernières années, les possibilités d'écoute se sont considérablement élargies grâce à la technologie numérique et, en particulier, au développement des plateformes radio DAB et DAB+. Au Royaume-Uni, la radio numérique a débuté en 1990 avec les émissions expérimentales de la BBC, suivies du lancement public du multiplex national de la BBC en septembre 1995 ; puis, en 1999, le premier multiplex commercial national, *Digital One* (*Arqiva*), a été lancé ; le deuxième, *Sound Digital*, a été lancé en mars 2016 (*Arqiva*, *Bauer* et *News UK Broadcasting*). En 2023, on compte plus de 700 radios DAB/DAB+, dont 66 diffusent à l'échelle nationale. Le *Digital Radio & Audio Review* de 2021 indique qu'il ne devrait pas y avoir d'arrêt des services FM avant 2030 au moins et renvoie la question à une révision supplémentaire qui devra être achevée d'ici 2026. Au Royaume-Uni, la plateforme de diffusion numérique s'ouvre à des acteurs plus modestes avec de nouveaux projets via le DAB « à petite échelle » (*Small-scale DAB*), testé en 2012 et introduit par l'Ofcom avec les premières licences délivrées en mars 2021.

Selon les données rapportées par *WorldDAB*, en 2023, la couverture DAB/DAB+ de la population est de 97,0 % et de 87,0 % des principales routes et autoroutes ; les ventes cumulées d'appareils numériques s'élèveront à 55,6 millions d'unités ; la pénétration DAB/DAB+ indoor est de 67 %, celle du DAB+ seul de 15 % (environ 4,2 millions de foyers pour 4,8 millions d'unités).

En 2023, environ 49,5 millions de personnes âgées de plus de 15 ans (87,9 %) écoutent la radio pendant la semaine. Le nombre total d'heures d'écoute est de 1,013 million d'heures, avec une moyenne de 20,6 heures par semaine et par auditeur. Les ressources économiques du secteur radiophonique (redevance et recettes publicitaires) ont totalisé environ 1,6 milliard d'euros (-0,9 % par rapport à l'année précédente), avec une part de marché de l'écosystème audio-radio (radio, musique en streaming, podcasts/livres audio) de 48,4 %. Dans ce contexte, le segment en ligne représente environ 1,4 milliard d'euros, les services de streaming payants s'élevant à 950 millions d'euros (+8,1 % par rapport à 2022).



La radiodiffusion au Royaume-Uni

Principaux indicateurs



Population

67,9 millions

PIB

(PIB / pop.)

3 089,5 milliards
d'euros
(45 500 €)

Début des émissions radio

14 novembre
1922 (Marconi
House)

Ressources radio

(Ressources / pop.)

1 599,8 millions €
(23,6 €)

ECO Audio-radio

(Ressources / pop.)

3 306,1 millions €
(48,7 €)

TOTAL Radios

800

Radios nationales

65

Radios PSM

(numérique uniquement)

53 (12)

Radios DAB/DAB+

+700

Lancement DAB/DAB+

1990
(test BBC)

Multiplex

(nationaux + locaux)

3 + 58

Couverture pop.

(autoroutes)

97 % (87 %)

Récepteurs DAB/DAB+

(% en intérieur)

55,6 millions
(67 %)

Mesure audience

RAJAR

Méthodologie

Agendas +
application
(Mediacell)

Écoute 7 jours – T2/24

(reach %)

50,8 millions
(88,3 %)

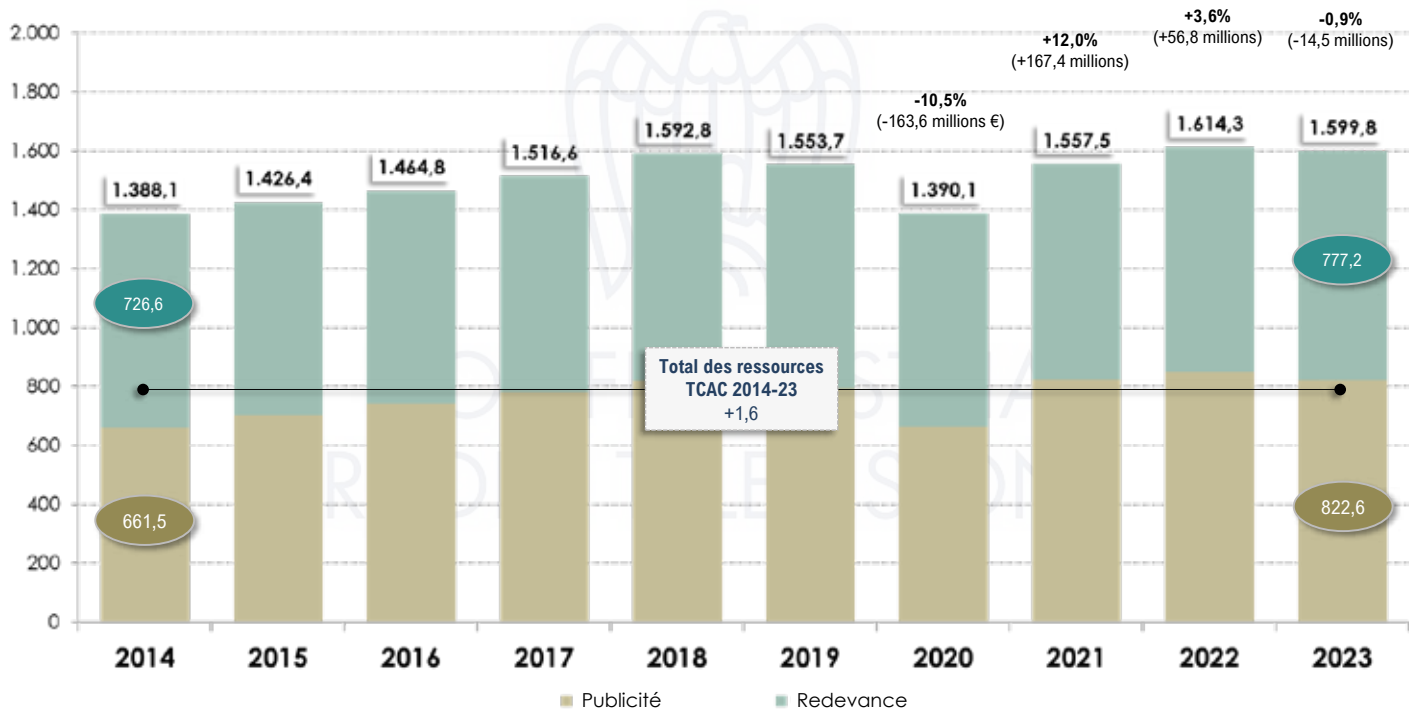
Durée d'écoute 7 jours

1 236 heures
(20,6 / auditeur)

Ressources économiques de la radio au Royaume-Uni

Marché total, national et local

Millions d'euros



Total des ressources
TCAC 2014-23
+1,6



Avant COVID
Δ2023-19
+3,0
(+46,1 millions €)

PDM 2023

48,6%

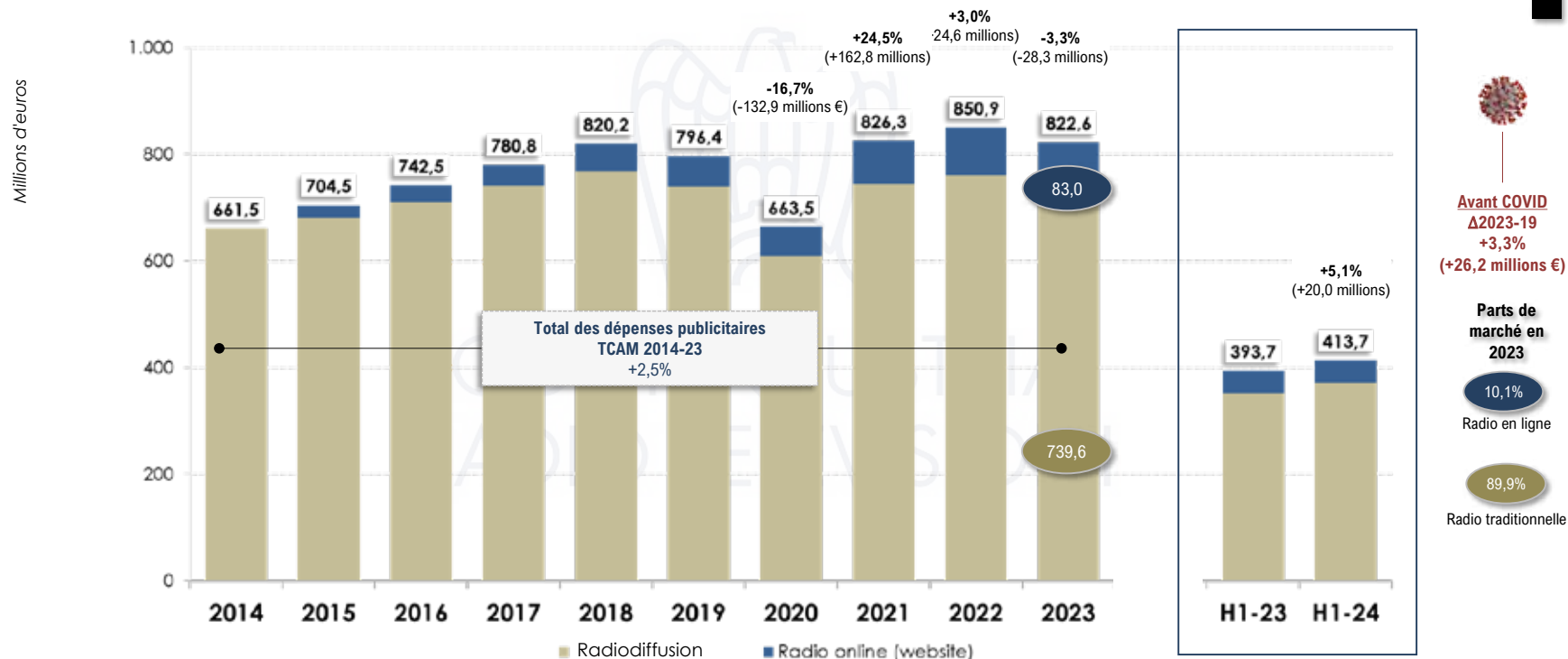
Redevance radio

51,4%

Recettes publicitaires

Ressources économiques de la radio au Royaume-Uni

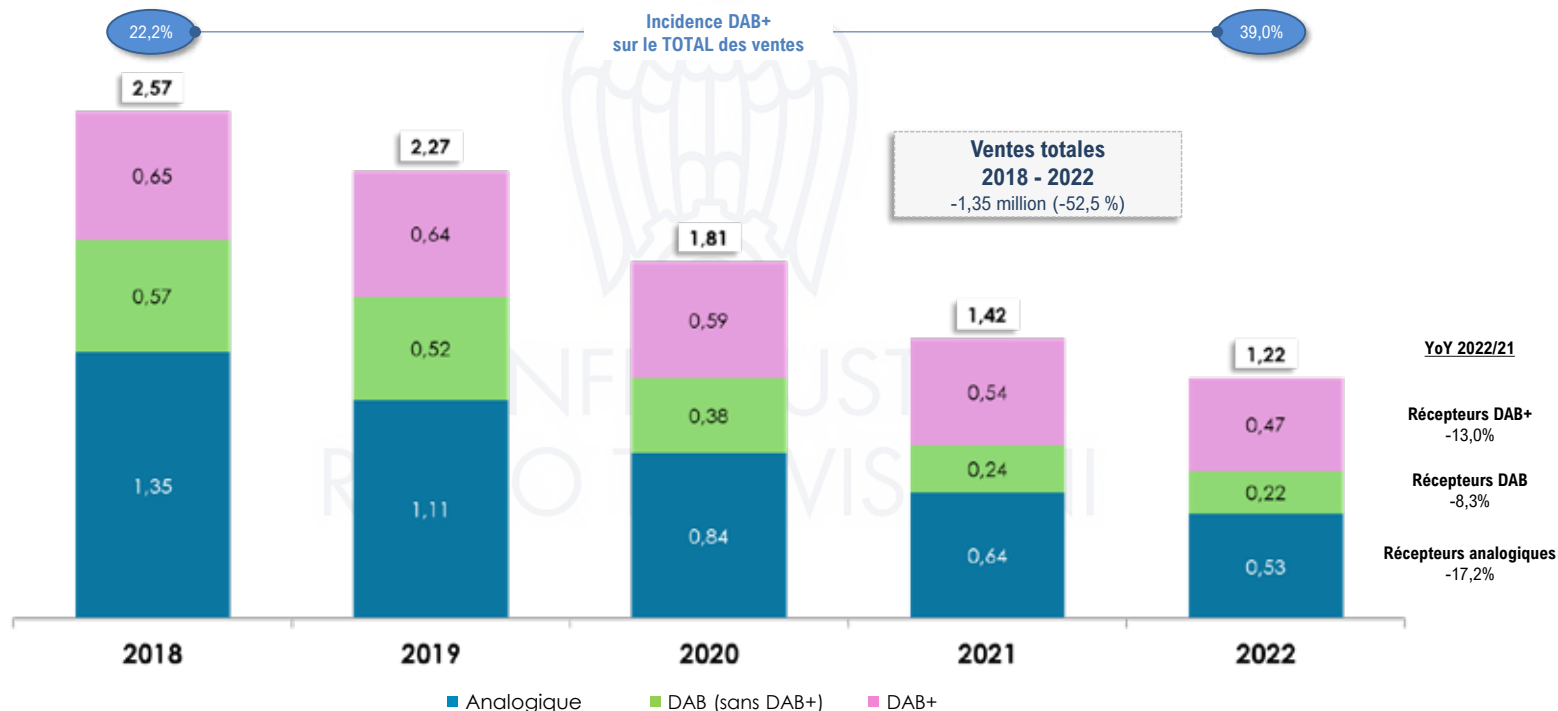
Marché publicitaire, national et local



Équipement radio au Royaume-Uni

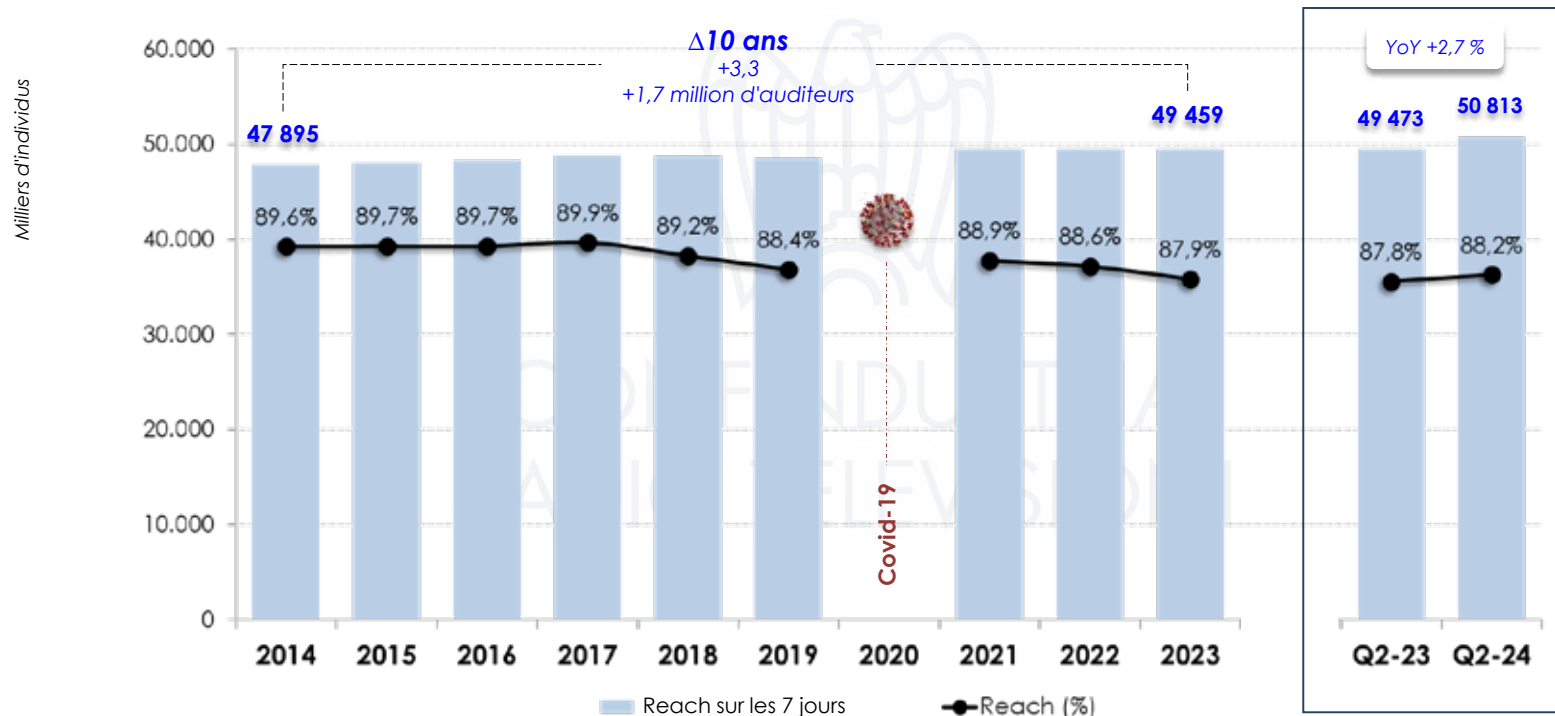
Ventes annuelles d'appareils radio

Millions



Audience radio au Royaume-Uni

Reach hebdomadaire en valeur absolue et en % de la population

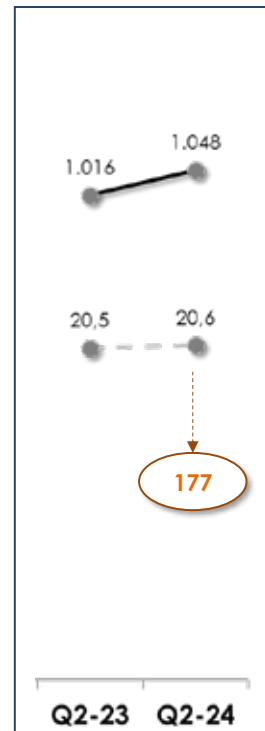
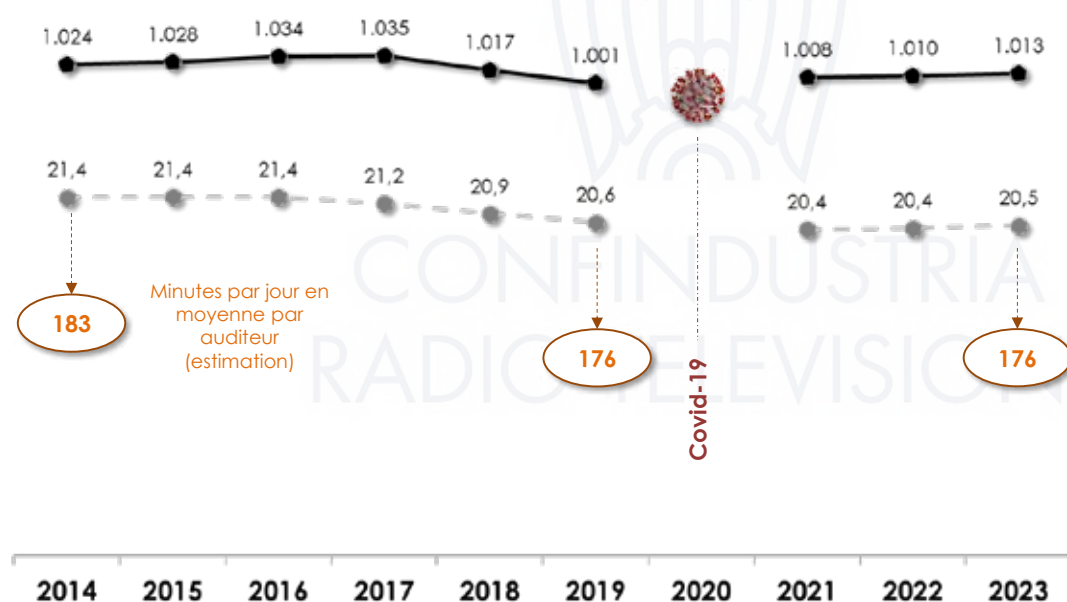


Audience radio au Royaume-Uni

Temps d'écoute moyen sur 7 jours (heures)

Total des heures
sur 7 jours
(en milliers)

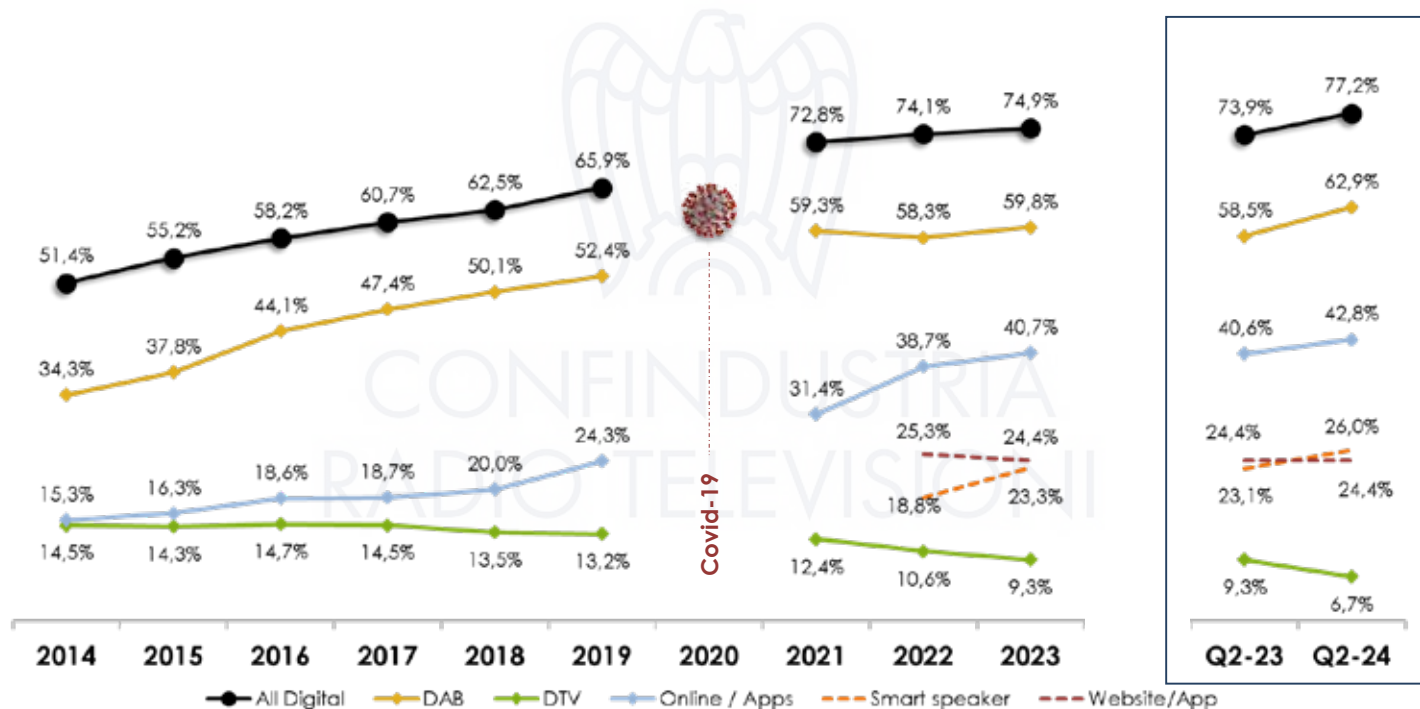
Moyenne
d'heures par
auditeur
sur 7 jours



Audience radio au Royaume-Uni

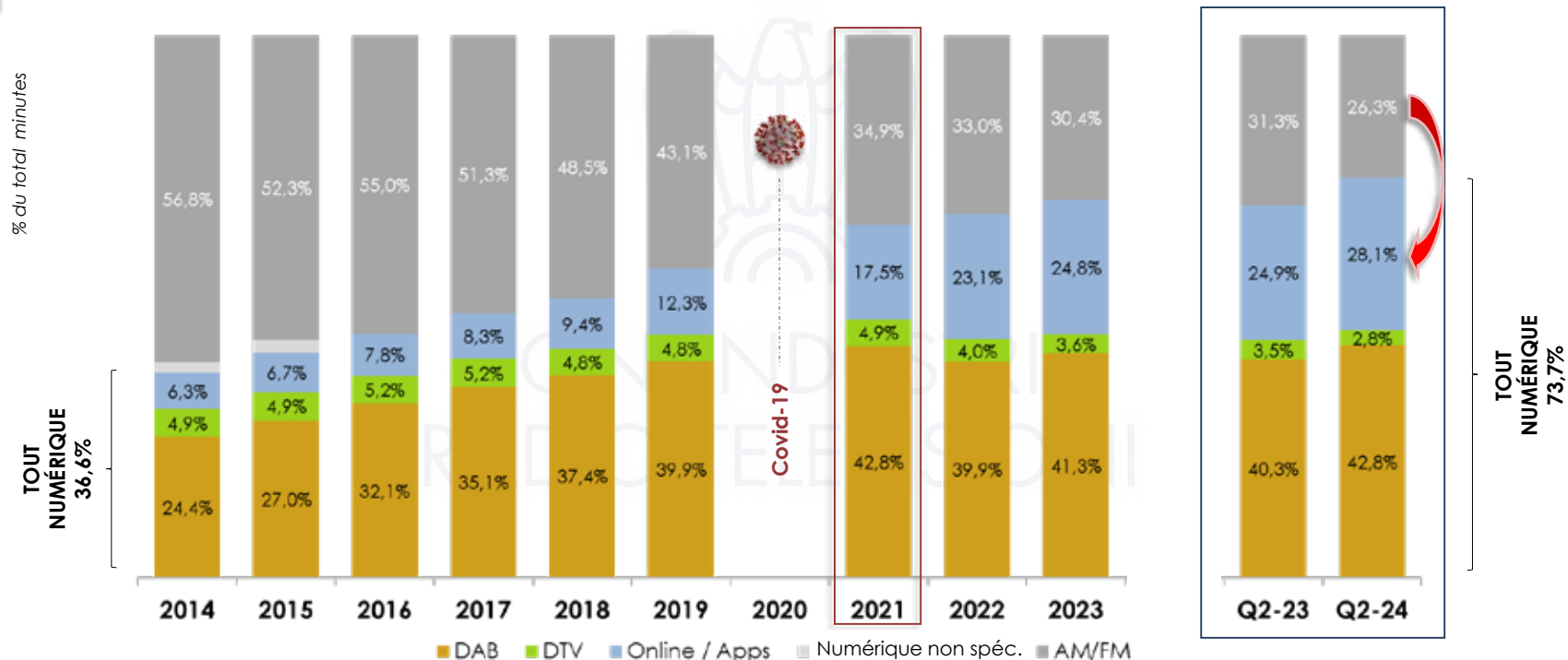
Évolution de l'écoute sur les principales plateformes numériques (reach)

% reach hebdomadaire



Audience radio au Royaume-Uni

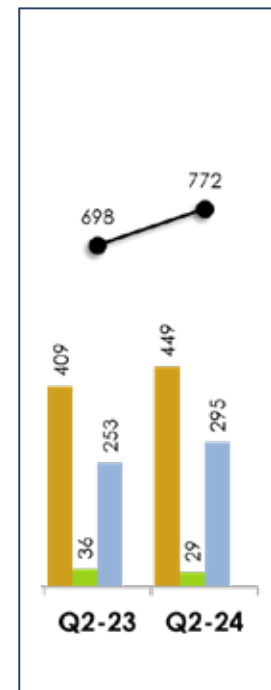
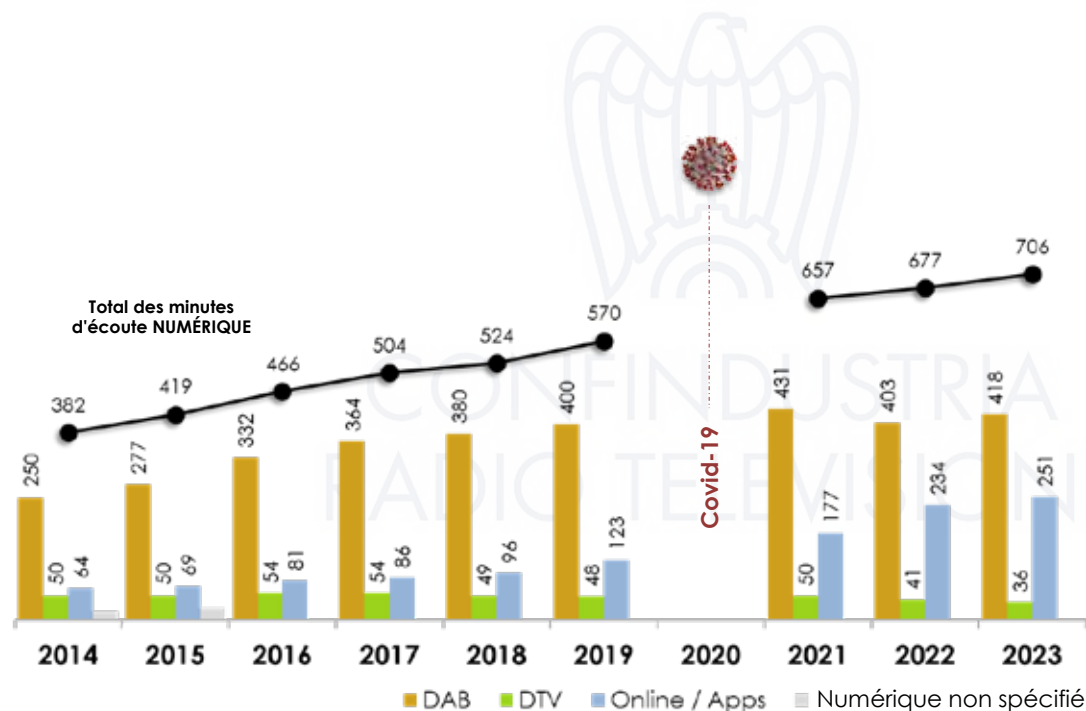
Évolution de l'écoute sur les principales plateformes (temps d'écoute)



Audience radio au Royaume-Uni

Évolution de l'écoute sur les principales plateformes numériques (temps d'écoute)

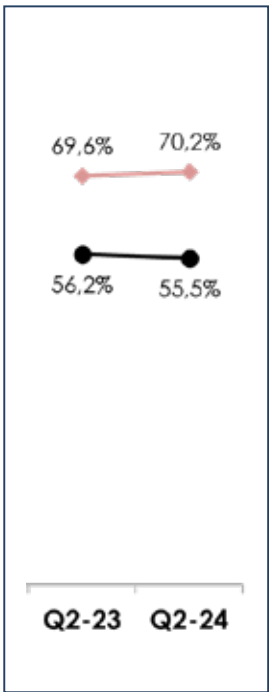
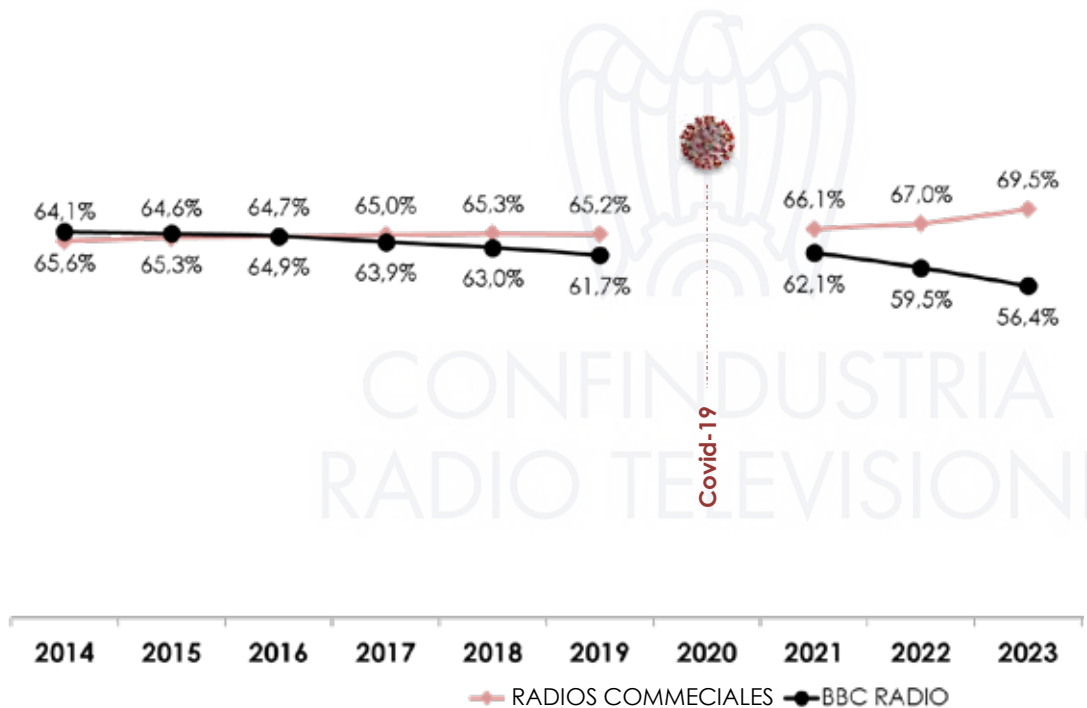
minutes



Audience radio au Royaume-Uni

Écoute par typologie de radio (reach %)

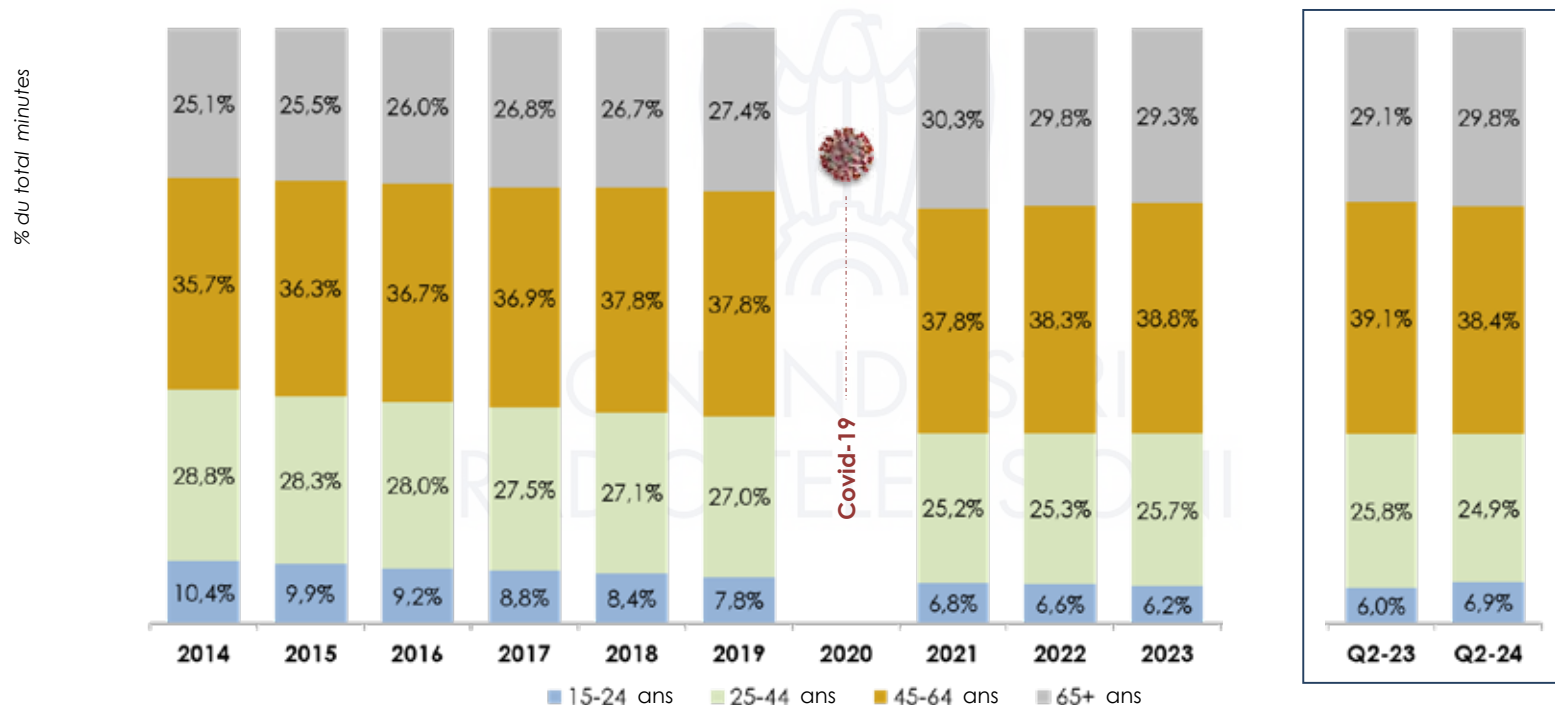
% sur l'audience
hebdomadaire



Source : calculs CRTV sur la base des données RAJAR.
Écoute radio moyenne sur 7 jours, personnes âgées de 15 ans et plus.

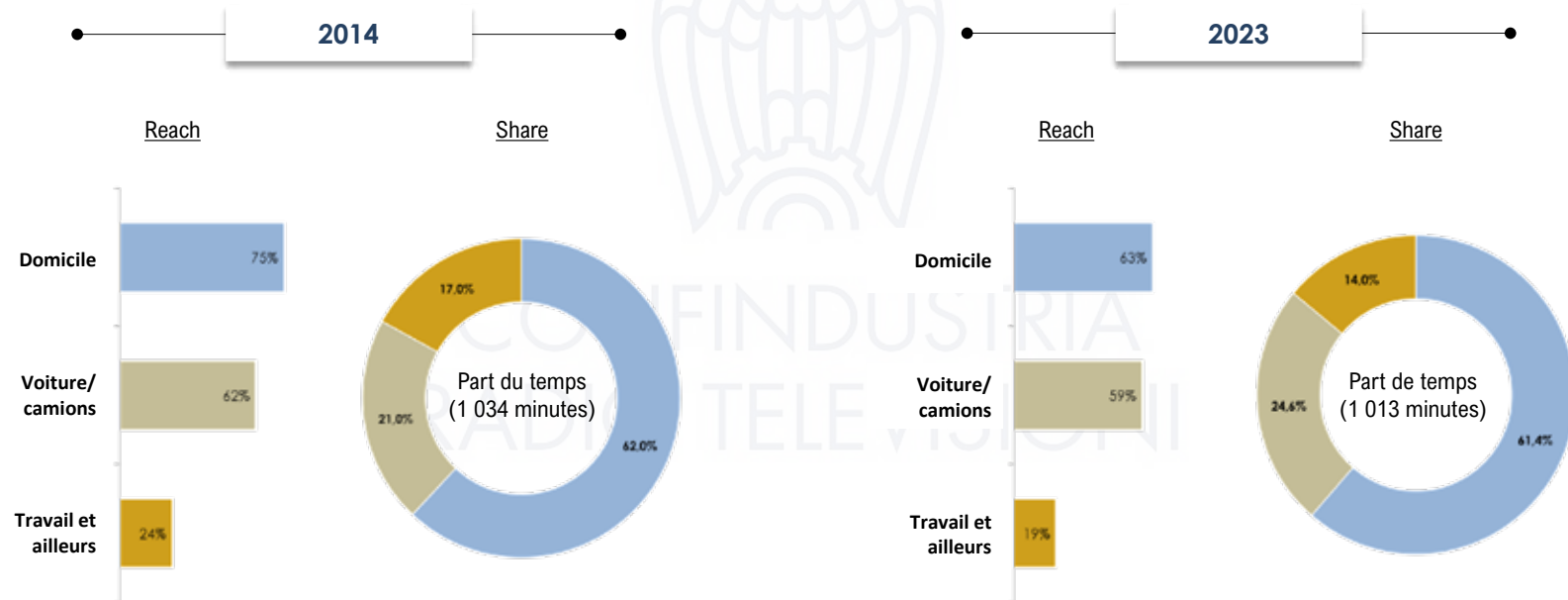
Audience radio au Royaume-Uni

Composition de l'audience par tranche d'âge (temps d'écoute)



Audience radio au Royaume-Uni

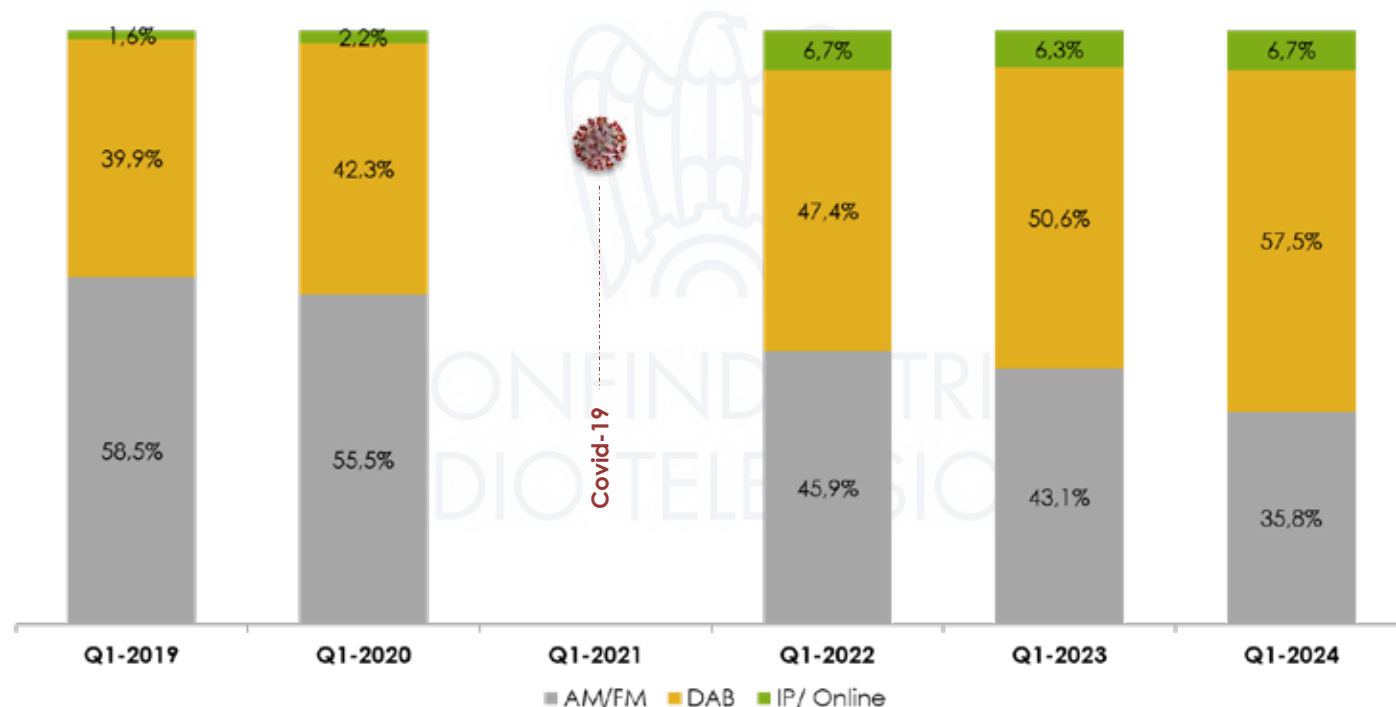
Composition de l'audience par type de lieu d'écoute



Audience radio au Royaume-Uni

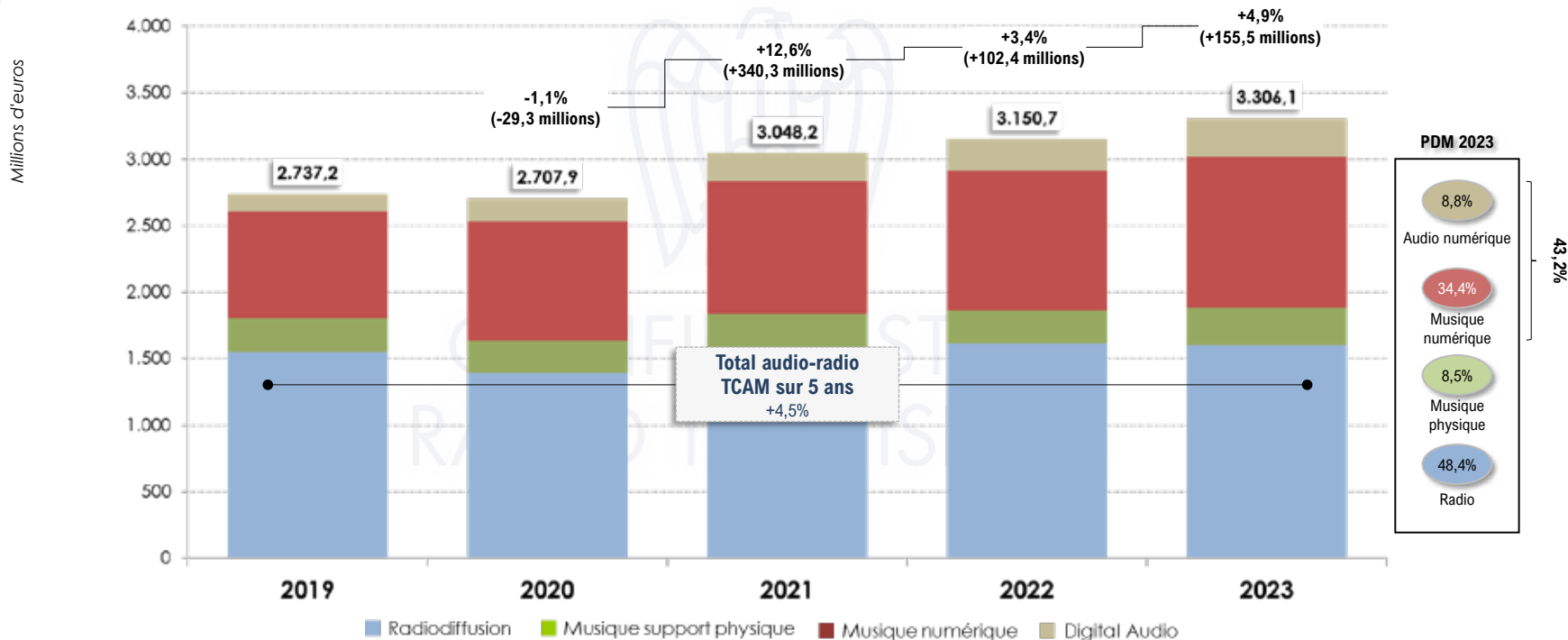
Répartition par plateforme de l'écoute en voiture

% du total minutes



Écosystème audio-radio au Royaume-Uni

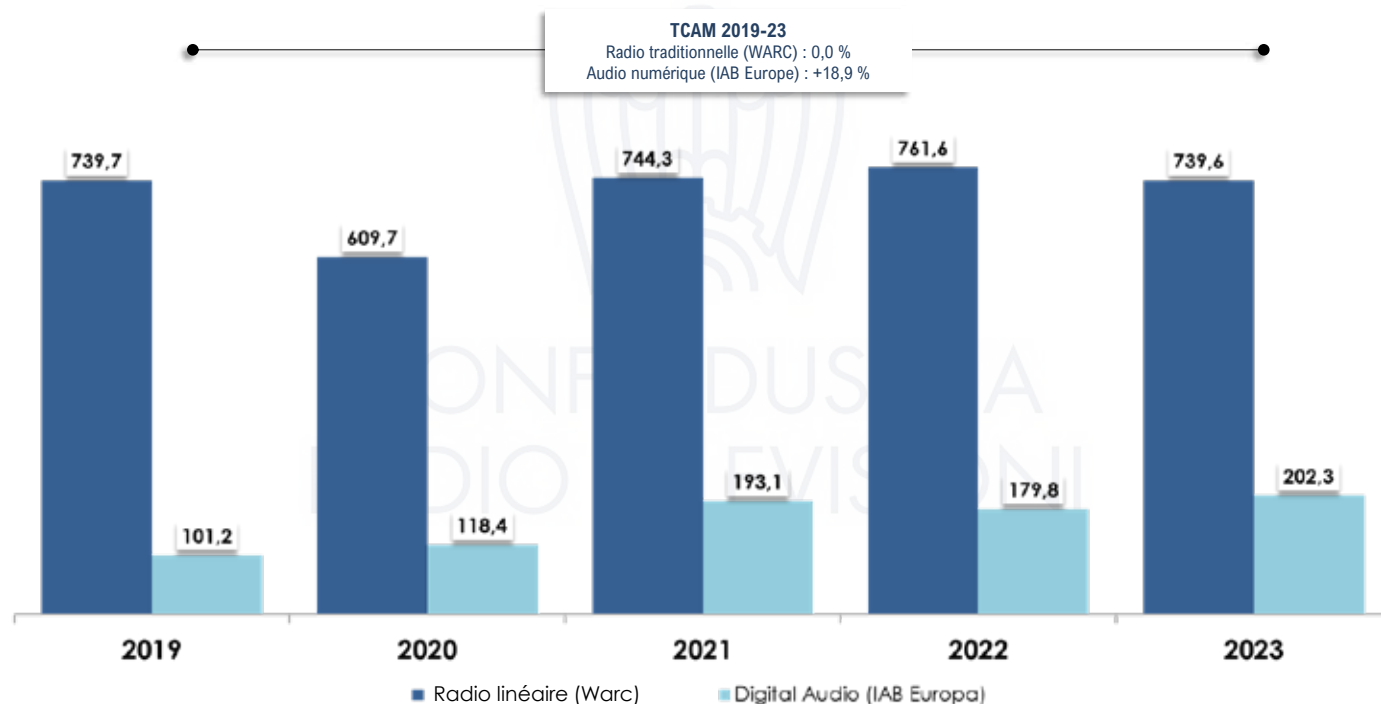
Revenus économiques des principaux segments



Écosystème audio-radio au Royaume-Uni

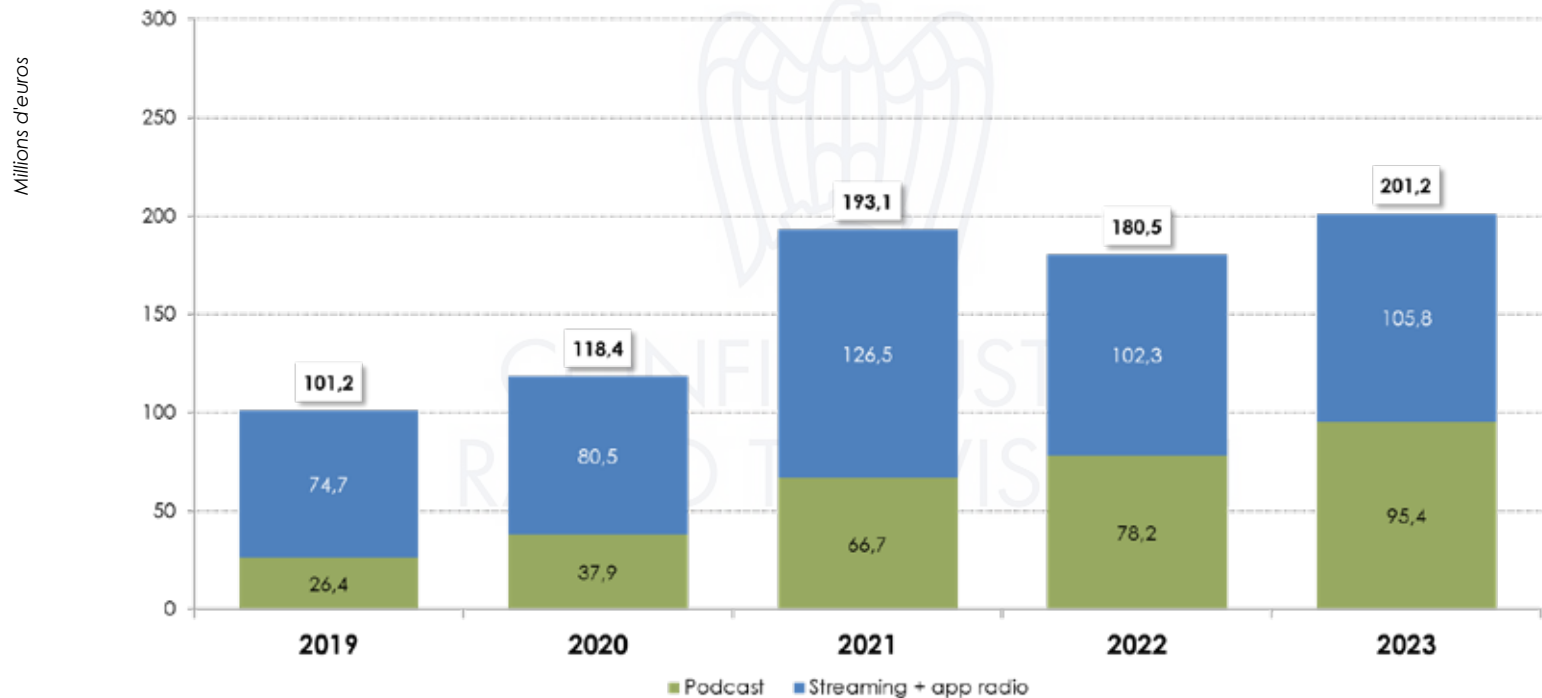
Comparaison des investissements publicitaires

Millions d'euros



Écosystème audio-radio au Royaume-Uni

Investissements publicitaires dans l'audio numérique





Observatoire de la radio en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

ALLEMAGNE



CONFININDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

La radio en Allemagne



La première émission radiophonique allemande a eu lieu le 29 octobre 1923 depuis *la Funk-Stunde* de Berlin sur la fréquence en ondes moyennes de 749 kHz. Cet événement a marqué le début des émissions régulières de radio en Allemagne. Le signal était émis depuis *la Vox Haus* sur *la Potsdamer Platz*, détruite pendant la guerre froide en raison de sa proximité avec le mur.

L'offre radiophonique allemande est extrêmement fragmentée dans les différents *Länder* (États fédérés), il n'est donc pas facile d'en dresser un tableau précis et exhaustif. Chaque Land dispose d'un nombre différent de diffuseurs et de stations (publiques et privées) avec une couverture limitée. En septembre 2024, la Commission sur la concurrence et la concentration dans le marché des médias (KEK) recense 582 offres radio/audio, dont 67 sont publiques et 515 privées. Parmi celles-ci, environ 86 % opèrent au niveau régional/local, 6 % au niveau national (105 sont en langue allemande). Il existe plus de 300 stations de radio en streaming.

En Allemagne, la radiodiffusion relève de la compétence des *Länder*, conformément à la Loi fondamentale de la République fédérale (1949) ; par conséquent, la surveillance des diffuseurs privés est également organisée au niveau fédéral par 14 autorités indépendantes de radiodiffusion publique. Les activités de service public sont assurées au niveau national par *Deutschlandradio* avec trois stations (sans publicité) et au niveau régional/local par neuf organismes publics fédéraux regroupés au sein de l'*ARD*, qui compte environ 70 stations, dont 11 exclusivement numériques. Dans le secteur privé, les principaux opérateurs de radio, également actifs sur d'autres marchés européens, sont : Absolut Radio, RTL Group (Bertelsmann), Energy Media (Groupe NRJ) et Studio Gong. Les deux principaux acteurs publicitaires, avec plus de 90 % des recettes, sont *ARD Media* et *RMS*.

Ces dernières années, l'introduction de la norme DAB+ (2011) a entraîné une augmentation importante de l'offre radiophonique. En novembre 2024, le *Digitalradio Büro Deutschland* recensait environ 350 stations DAB+ : 28 stations dont 3 publiques nationales, environ 330 stations régionales/locales dont 59 appartenant aux organismes publics de radiodiffusion. Plus d'une centaine d'entre elles diffusent exclusivement en numérique (digital-only). Il existe deux multiplex nationaux (*Bundesmux*) en Allemagne : Media Broadcast (*groupe Freenet*), lancé en août 2011, et *Antenne Deutschland* (joint-venture entre *Absolut* et *Media Broadcast*), depuis octobre 2020. Au niveau régional, on compte 50 multiplex régionaux et 8 multiplex locaux.

Selon les données fournies par *WorldDAB*, en 2023, la couverture DAB+ de la population et des principales routes et autoroutes est de 98 % ; les ventes cumulées d'appareils numériques en Allemagne s'élèveront à 28,3 millions d'unités ; la couverture DAB+ à l'intérieur des bâtiments est de 34 % des foyers. L'accès à la radio numérique (diffusion + en ligne) via n'importe quel appareil « compatible » a augmenté régulièrement ces dernières années : en 2023, le taux net de numérisation de la radio est de 75 % de la population âgée de 14 ans et plus (53 millions de personnes).

En 2023, les auditeurs quotidiens sont environ 52,5 millions de personnes (75 % de la population totale âgée de plus de 14 ans) avec une durée d'écoute de 245 minutes. La radio en direct (linéaire) représente toujours la principale modalité de consommation sur toutes les plateformes (FM/DAB+/en ligne). Les ressources économiques du secteur radiophonique (redevance et recettes publicitaires) ont totalisé un peu moins de 3,9 milliards d'euros (+2,7 % par rapport à l'année précédente), avec une incidence sur l'écosystème audio-radio (radio, musique en streaming, podcasts/livres audio) de 64,2 %. Dans ce contexte, le segment en ligne représente environ 1,9 milliard d'euros, les services de streaming payants atteignant une valeur de 1,4 milliard (+8,4 % par rapport à 2022).



La radiodiffusion en Allemagne

Principaux indicateurs

Population

84,4 millions

PIB

(PIB / pop.)

4 121,2 milliards
d'euros
(48 900 €)

Début des émissions radio

29 octobre 1923
(Königs Wusterhausen)

Ressources radio

(Ressources / pop.)

3 890,7 millions €
(46,1)

Ressources audio-radio

(Ressources / pop.)

6 147,2 millions €
(72,9 €)

TOTAL radio

+300

Radio nationales

36

Radio PSM

(numérique uniquement)

62 (12)

Radio DAB/DAB+

350

Lancement DAB/DAB+

2011

Multiplex

(nationaux + locaux)

2 + 58

Couverture pop.

(autoroutes)

98% (98%)

Récepteurs DAB/DAB+

(% en intérieur)

28,3 millions
(34 %)

Mesure audience

AGMA

Méthodologie

CATI + Log Server
+ Journal audio (ATB)

Écoute JM - mar24

(reach %)

52,1 millions
(73,9 %)

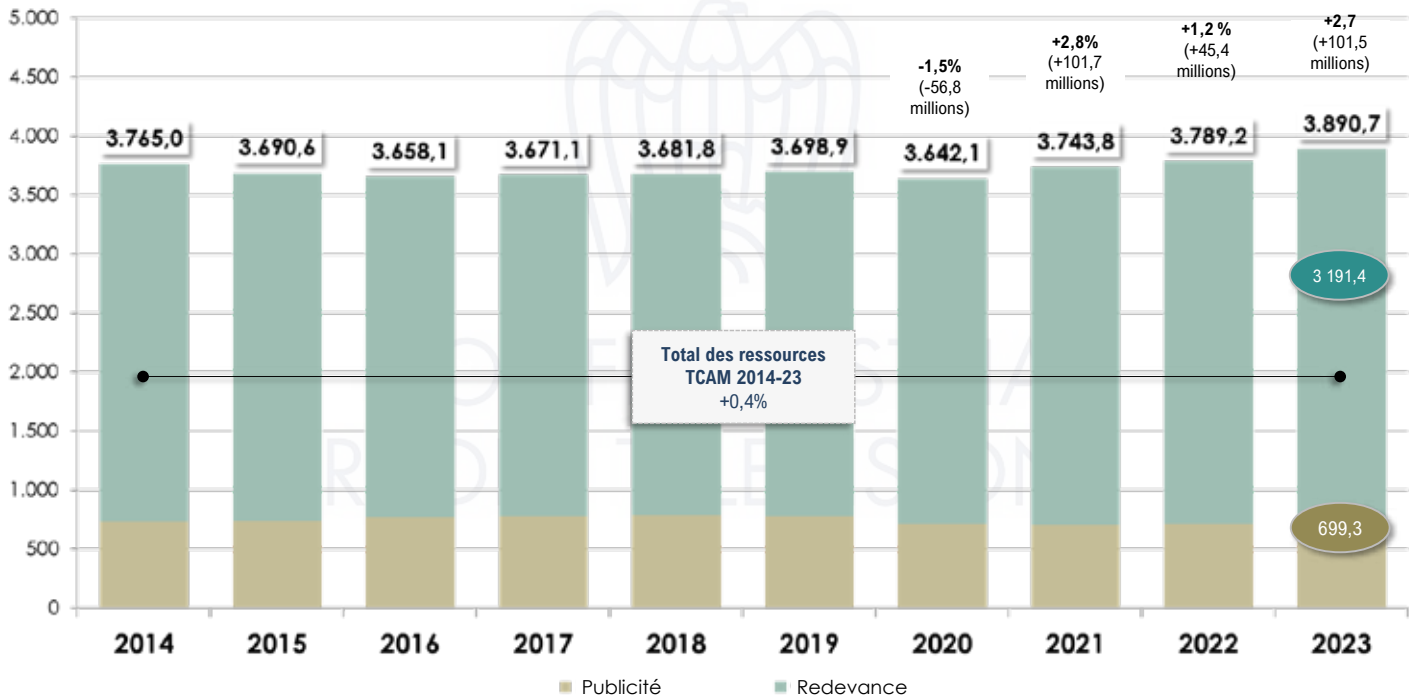
Durée d'écoute JM

248 minutes

Ressources économiques de la radio en Allemagne

Marché total, national et local

Millions d'euros



**Pré COVID
Δ2023-19**
+5,2%
(+191,8 millions)

PDM 2023

82,0%

Redevance radio

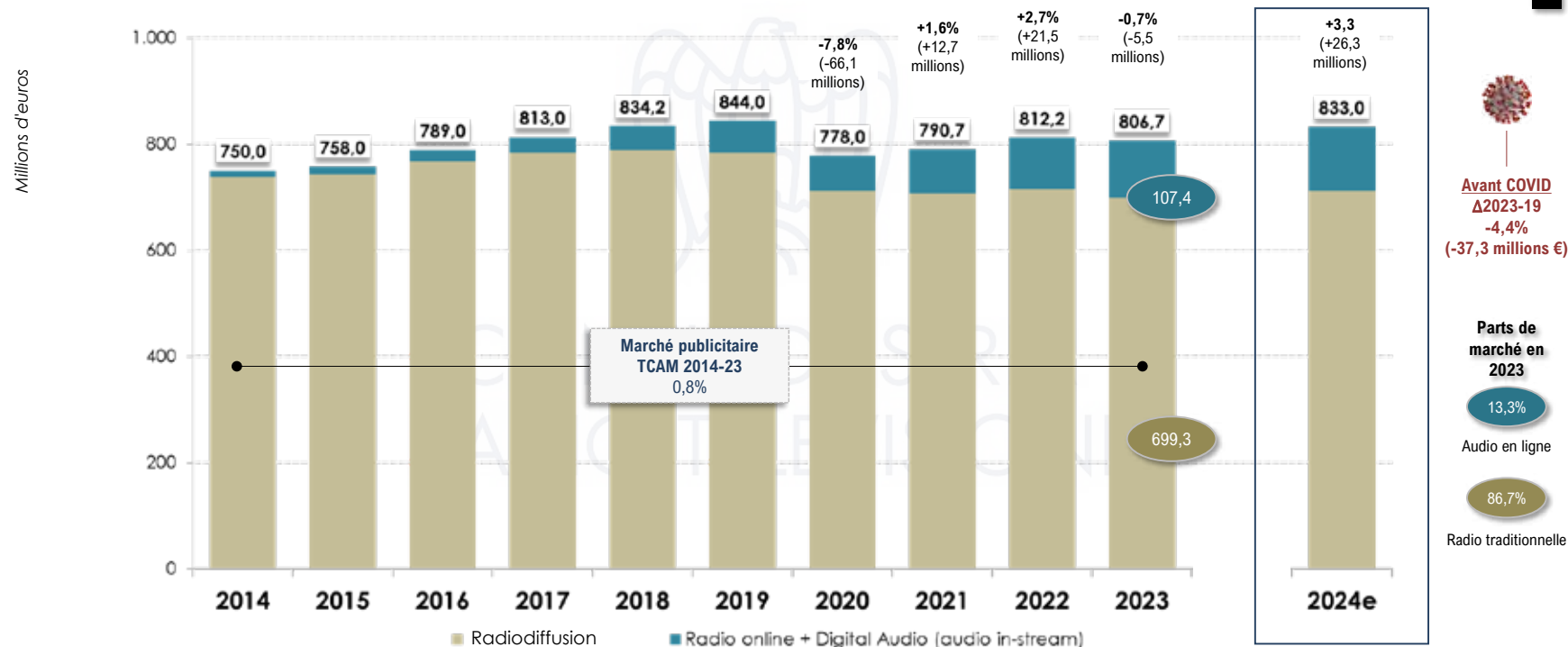
18,0%

Recettes publicitaires

Total des ressources
TCAM 2014-23
+0,4%

Ressources économiques de la radio en Allemagne

Marché publicitaire, national et local

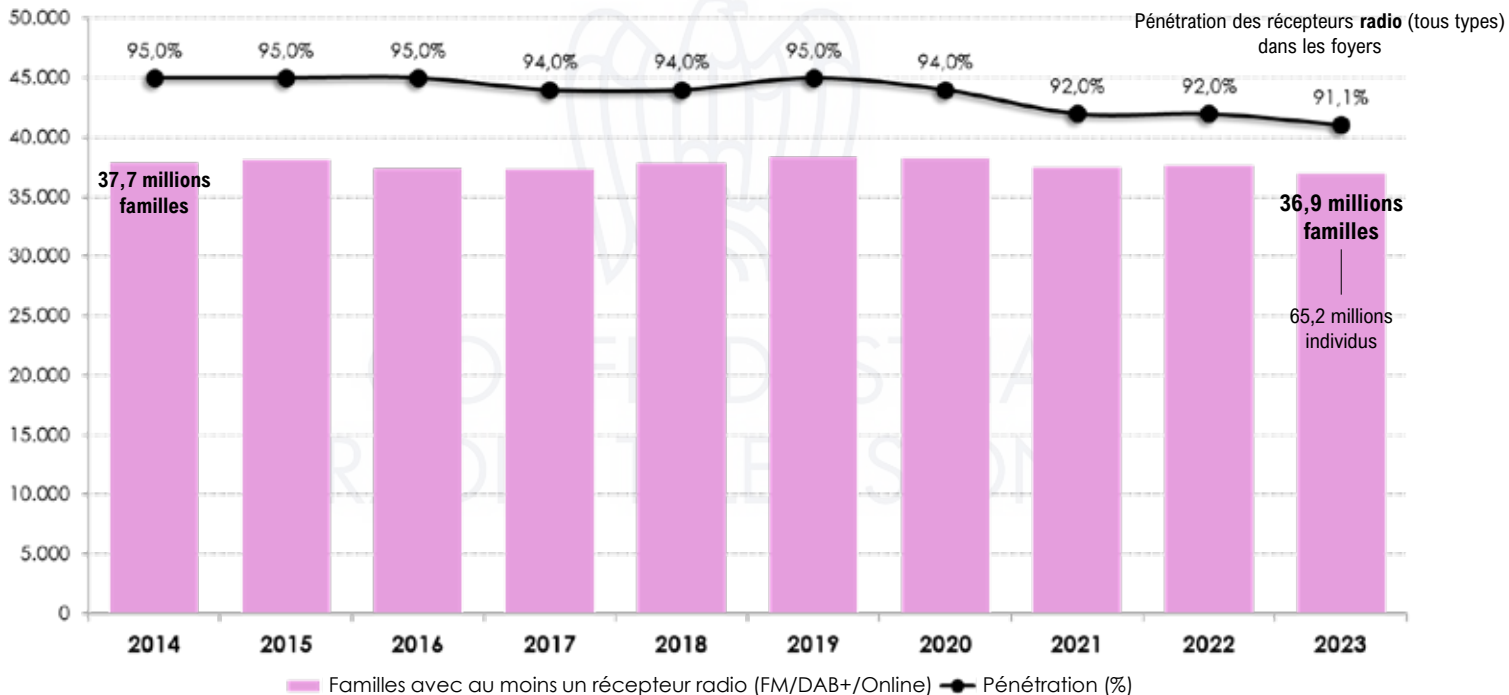


Équipement radio en Allemagne

Évolution des appareils de réception radio

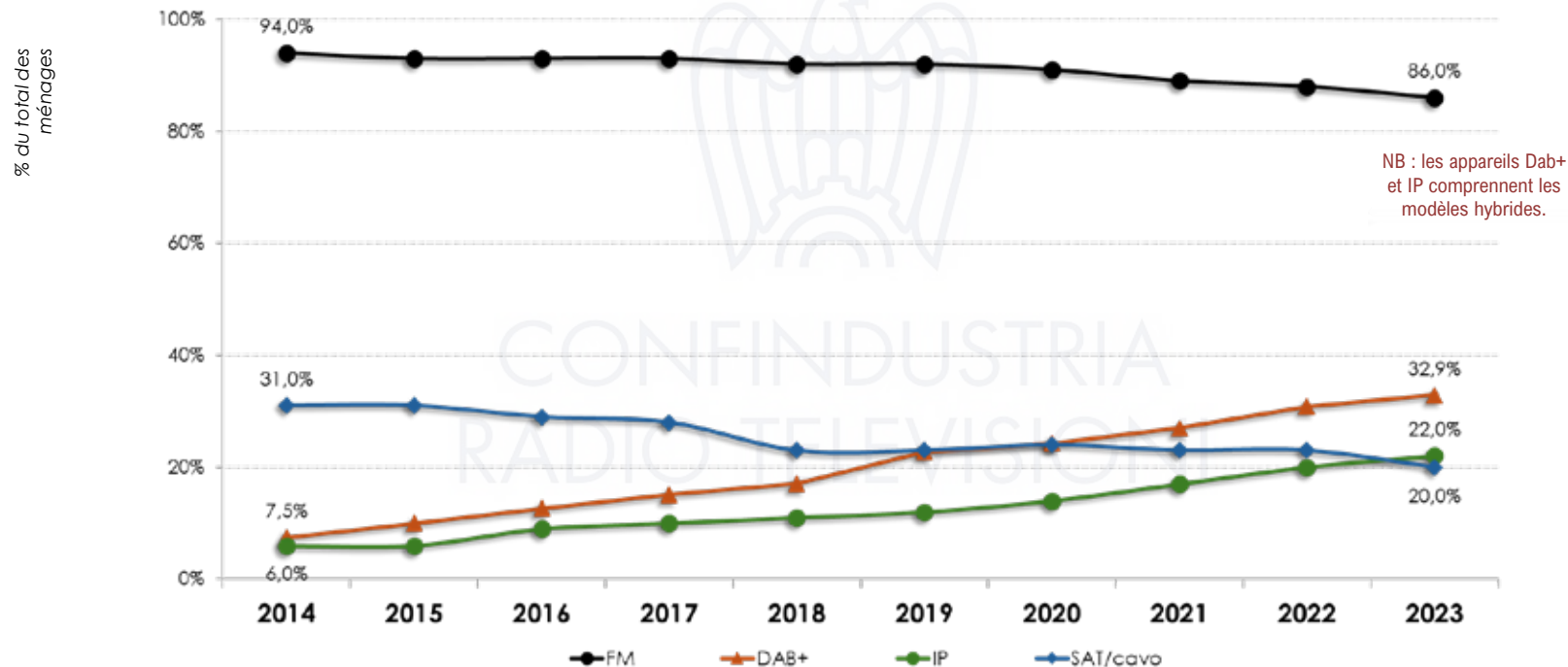
NB : les appareils DAB+ et IP incluent les modèles hybrides

Milliers de ménages



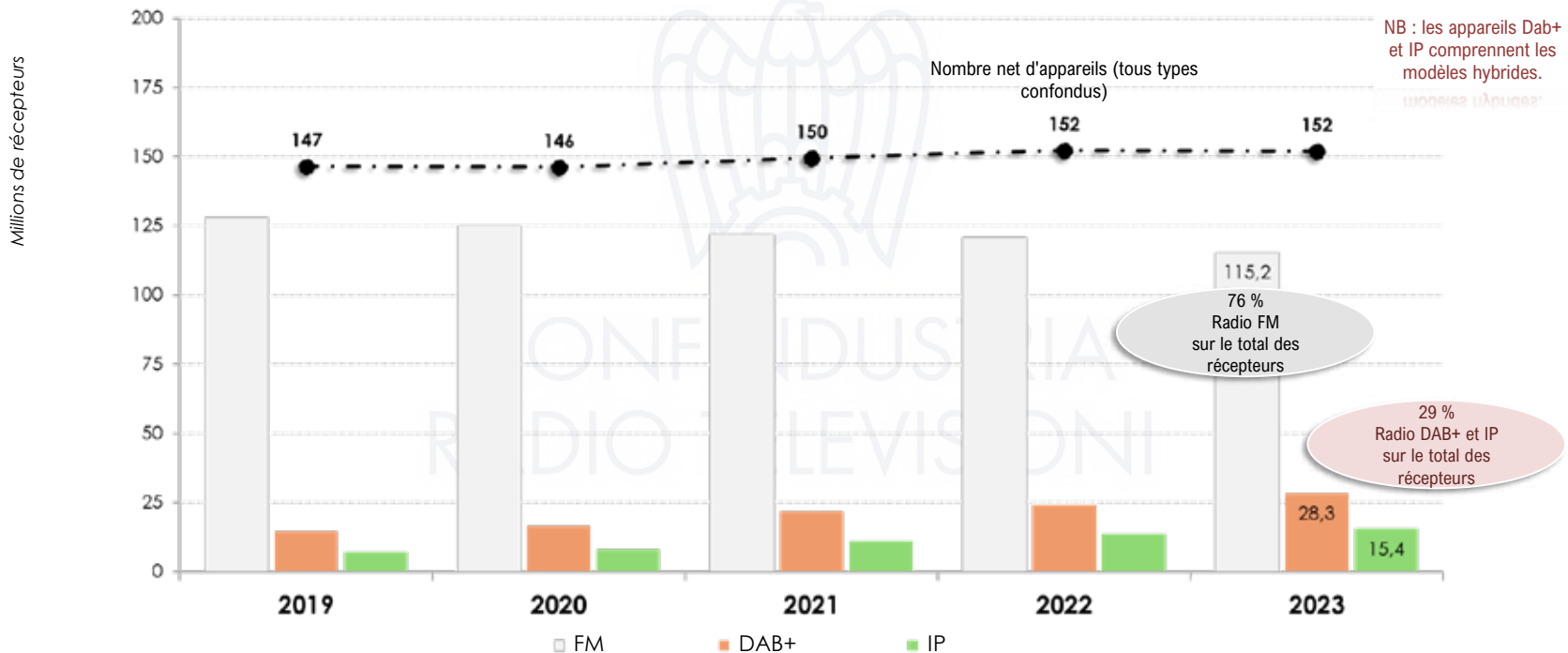
Équipement radio en Allemagne

Évolution des appareils de réception radio



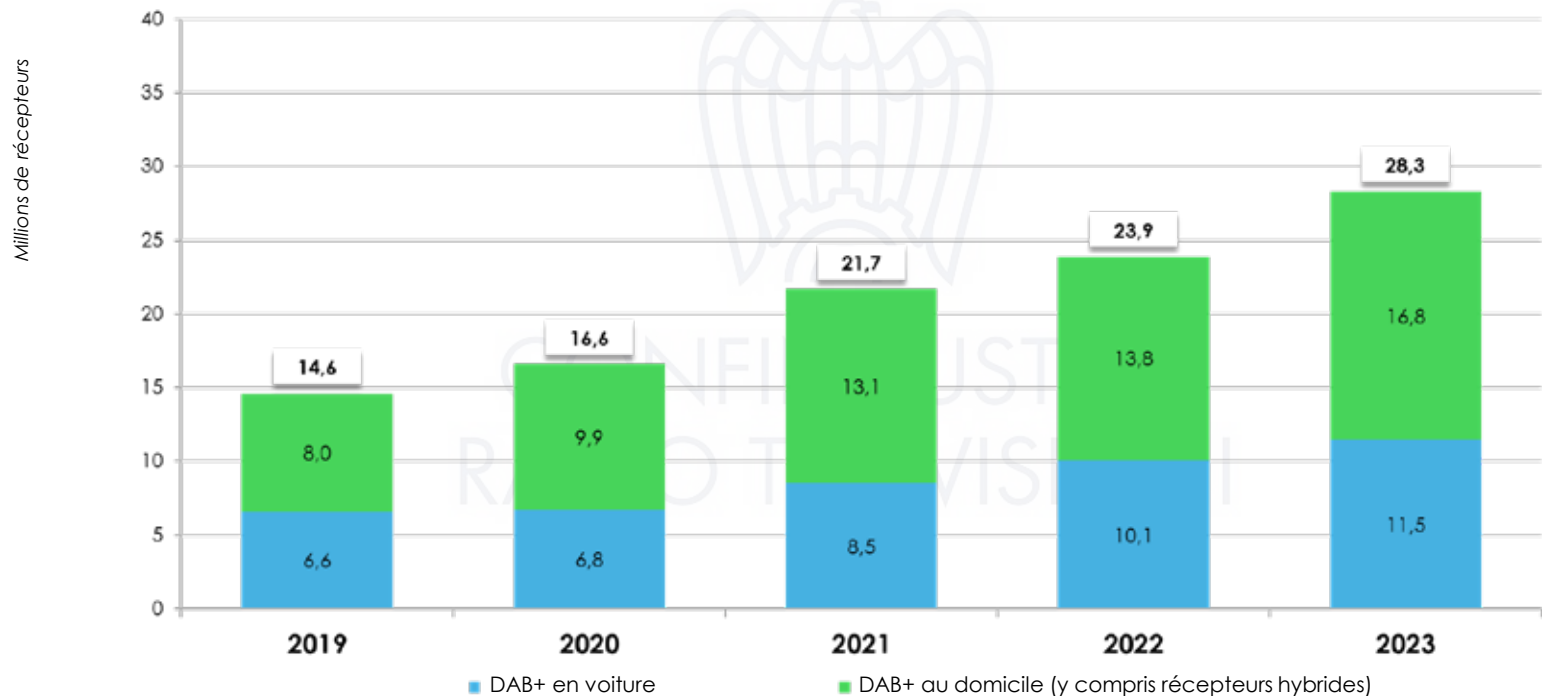
Équipement radio en Allemagne

Nombre d'appareils radio par type de réception



Équipement radio en Allemagne

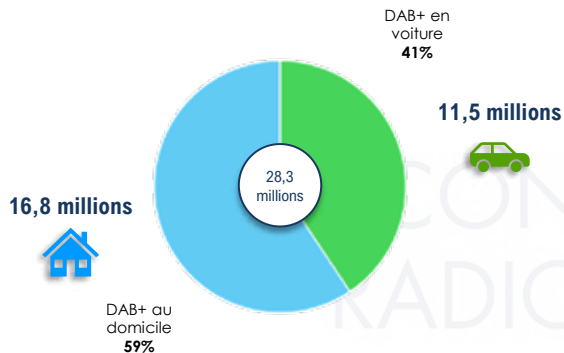
Nombre d'appareils DAB+ dans les foyers et les voitures



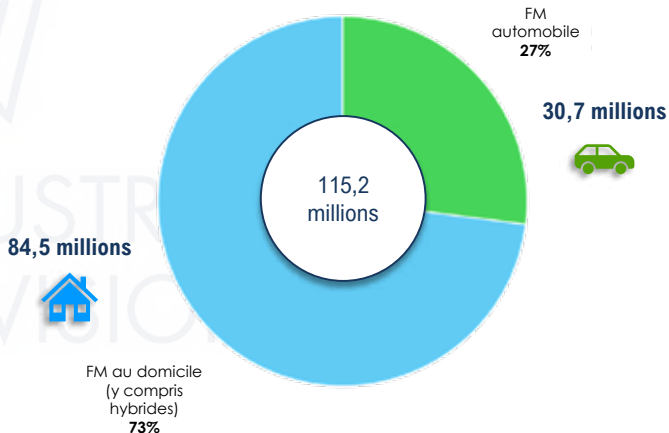
Équipement radio en Allemagne

Répartition DAB+ et FM dans les foyers et les voitures en 2023

Récepteurs radio DAB+

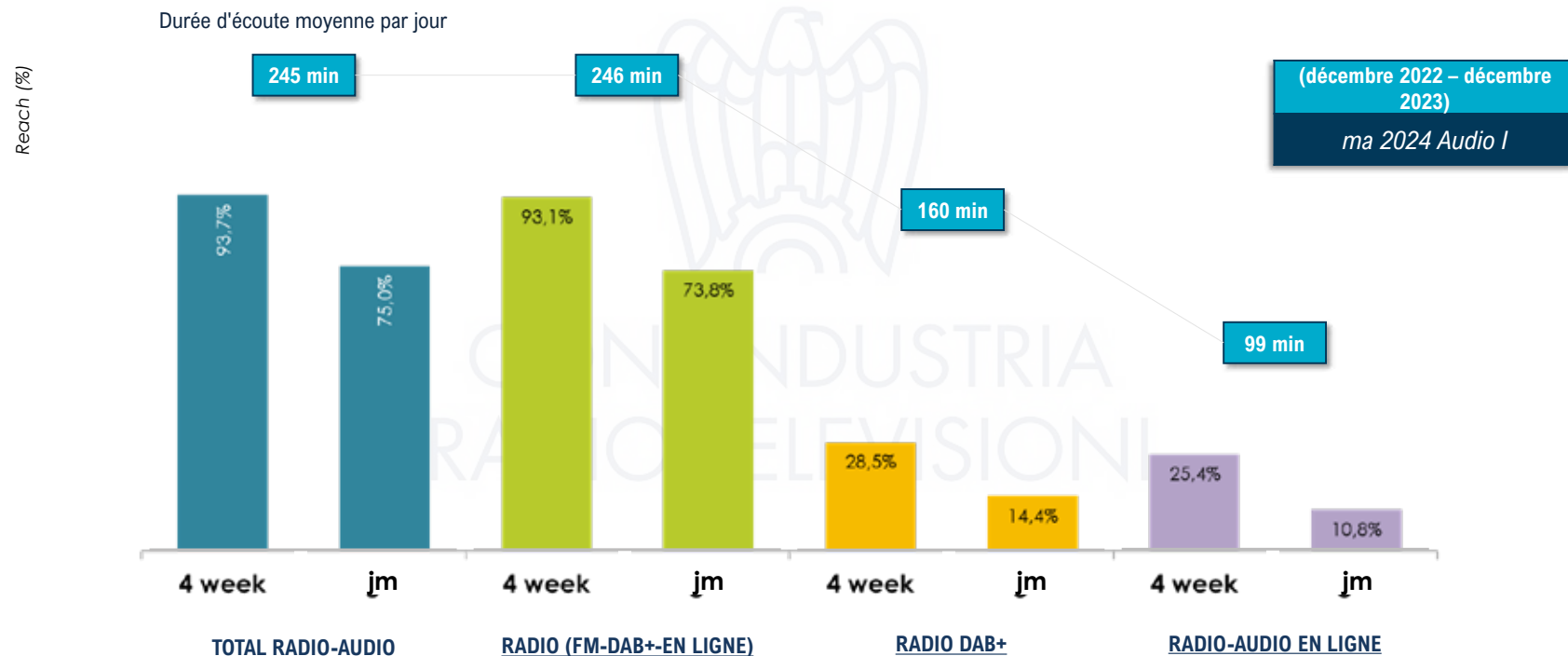


Récepteurs radio FM



Audience radio en Allemagne

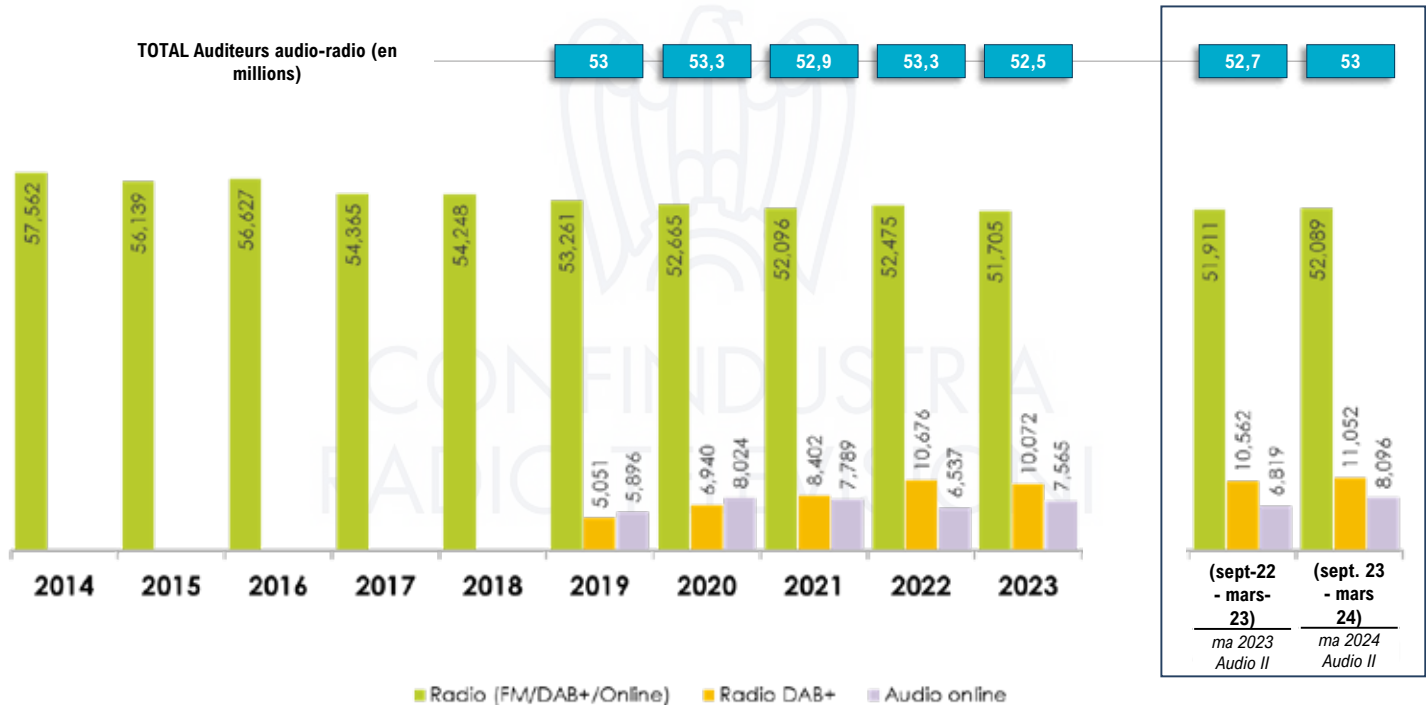
Principales données d'audience linéaire en 2023



Audience radio en Allemagne

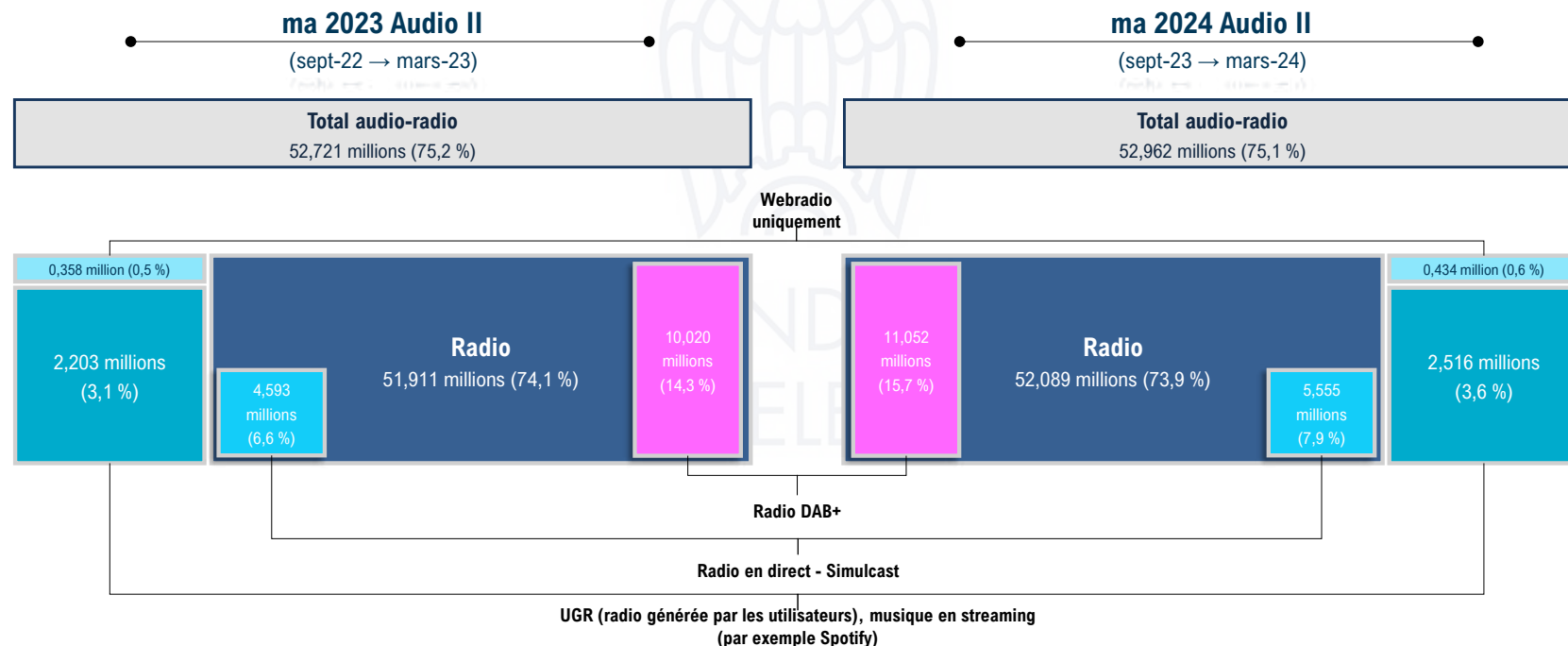
Audience linéaire moyenne par jour

Reach (en millions)



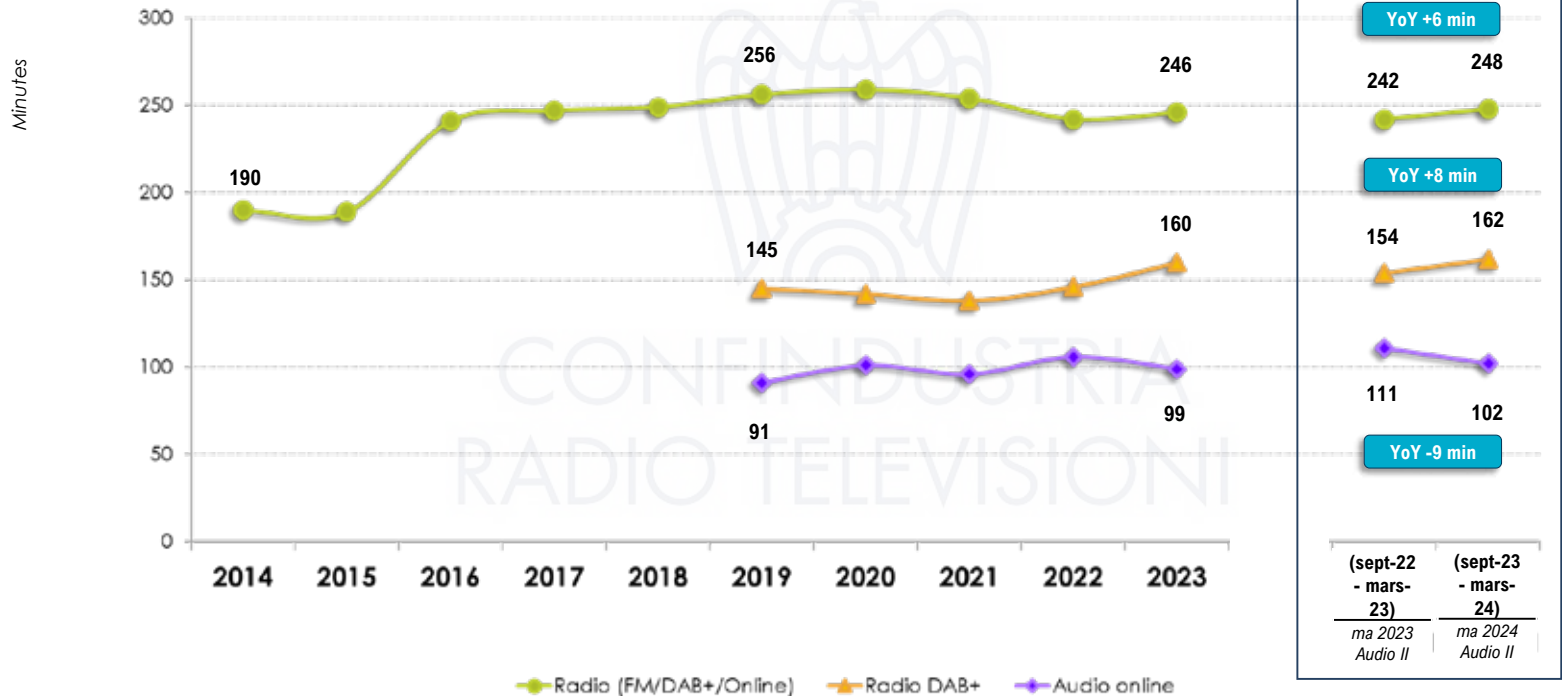
Audience radio en Allemagne

Répartition de l'audience linéaire en moyenne journalière



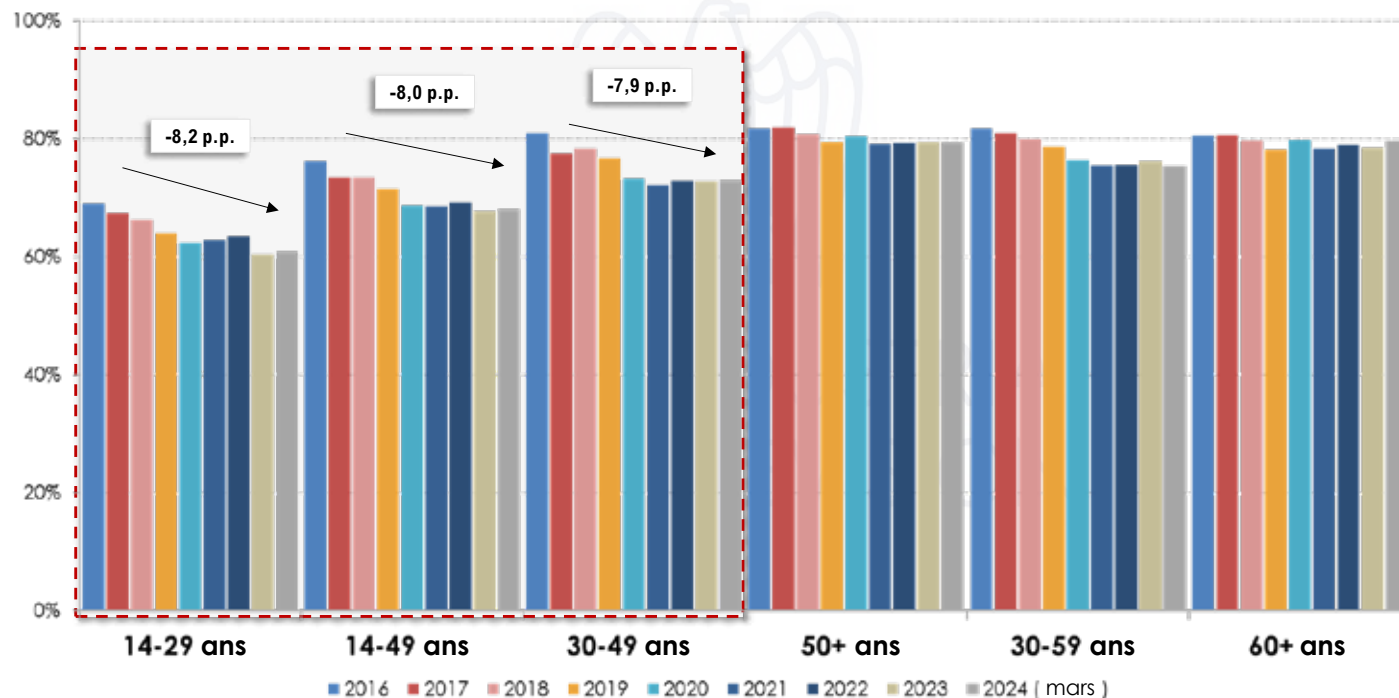
Audience radio en Allemagne

Durée d'écoute moyenne par jour



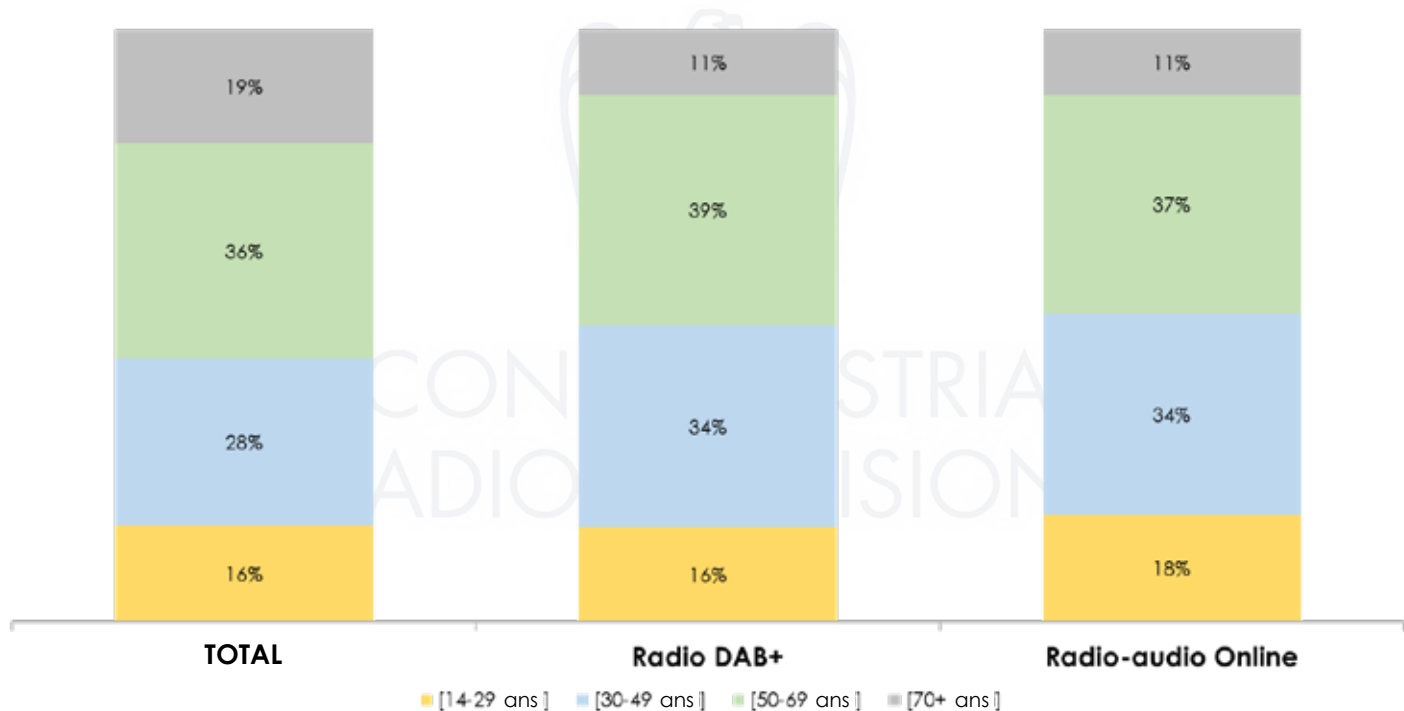
Audience radio en Allemagne

Audience par tranche d'âge (reach%)



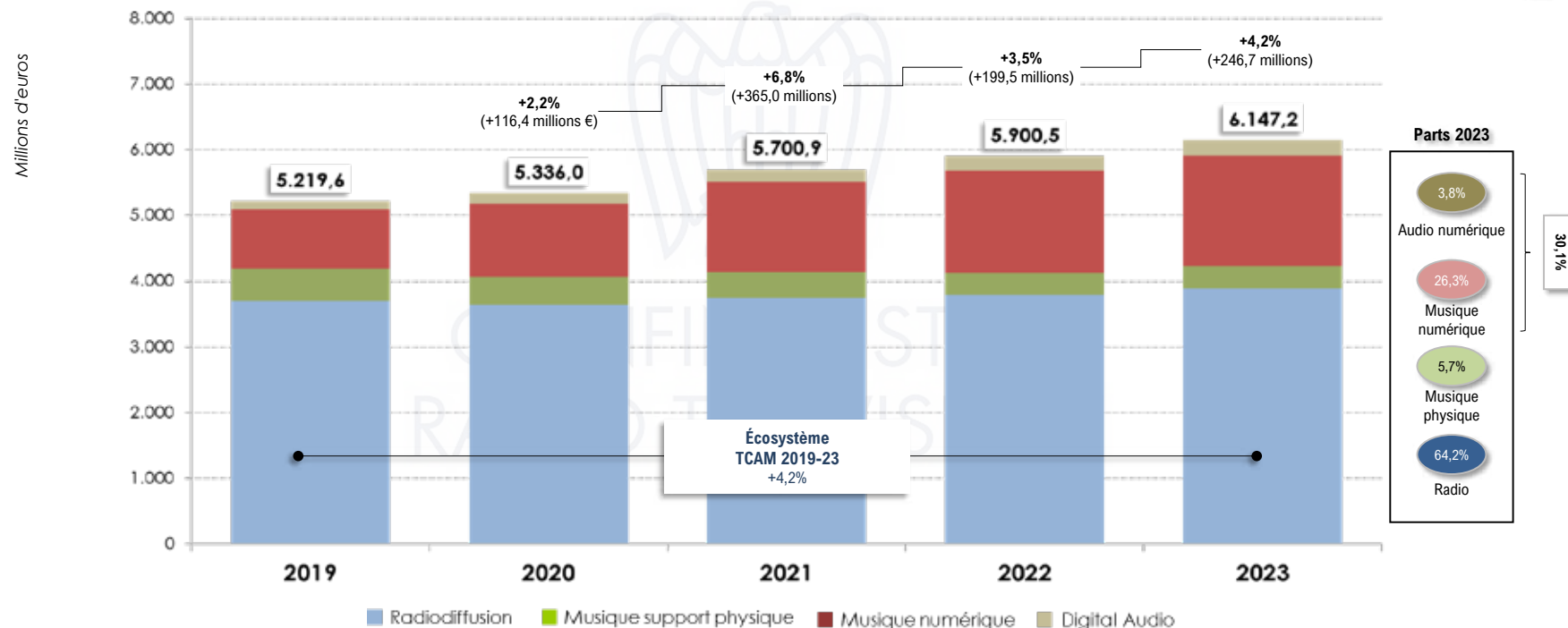
Audience radio en Allemagne

Composition par tranche d'âge par plateforme



Écosystème audio-radio en Allemagne

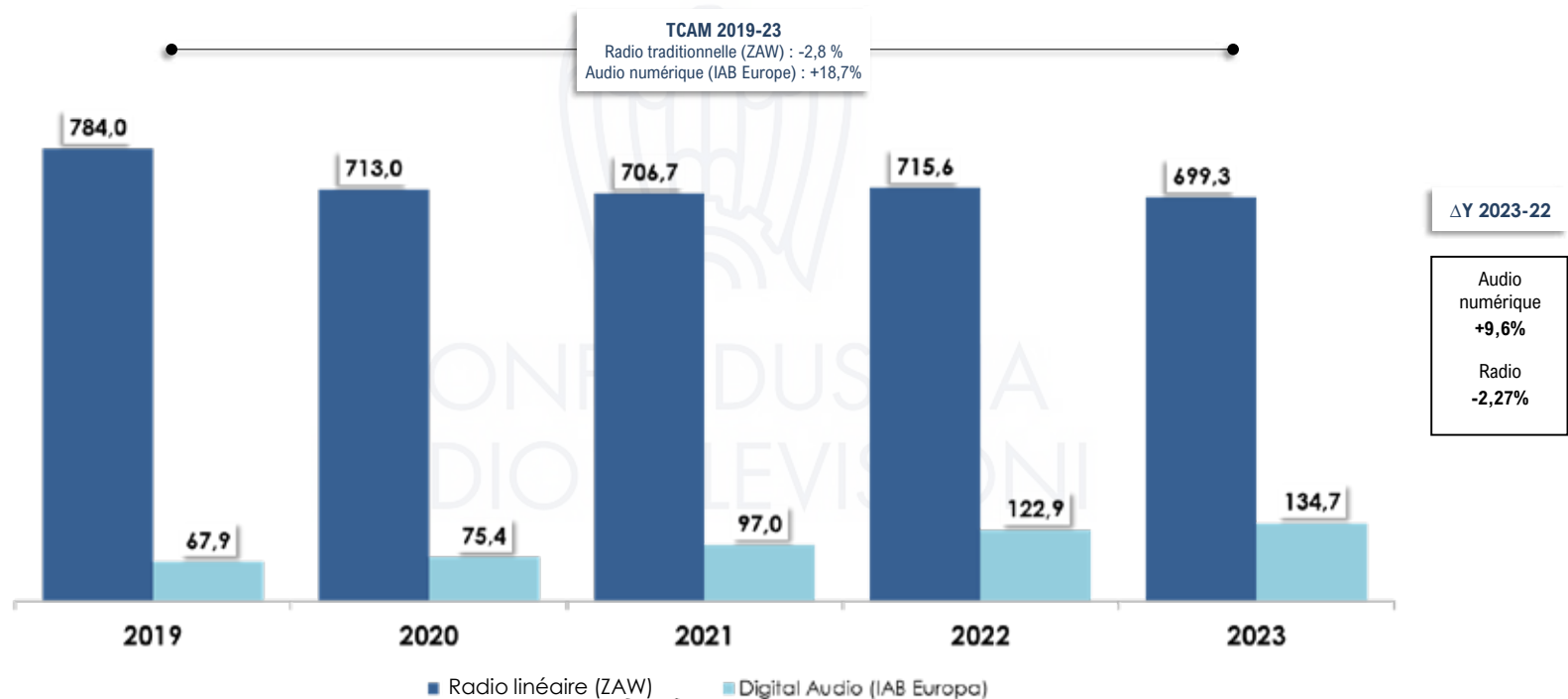
Revenus économiques des principaux segments



Écosystème audio-radio en Allemagne

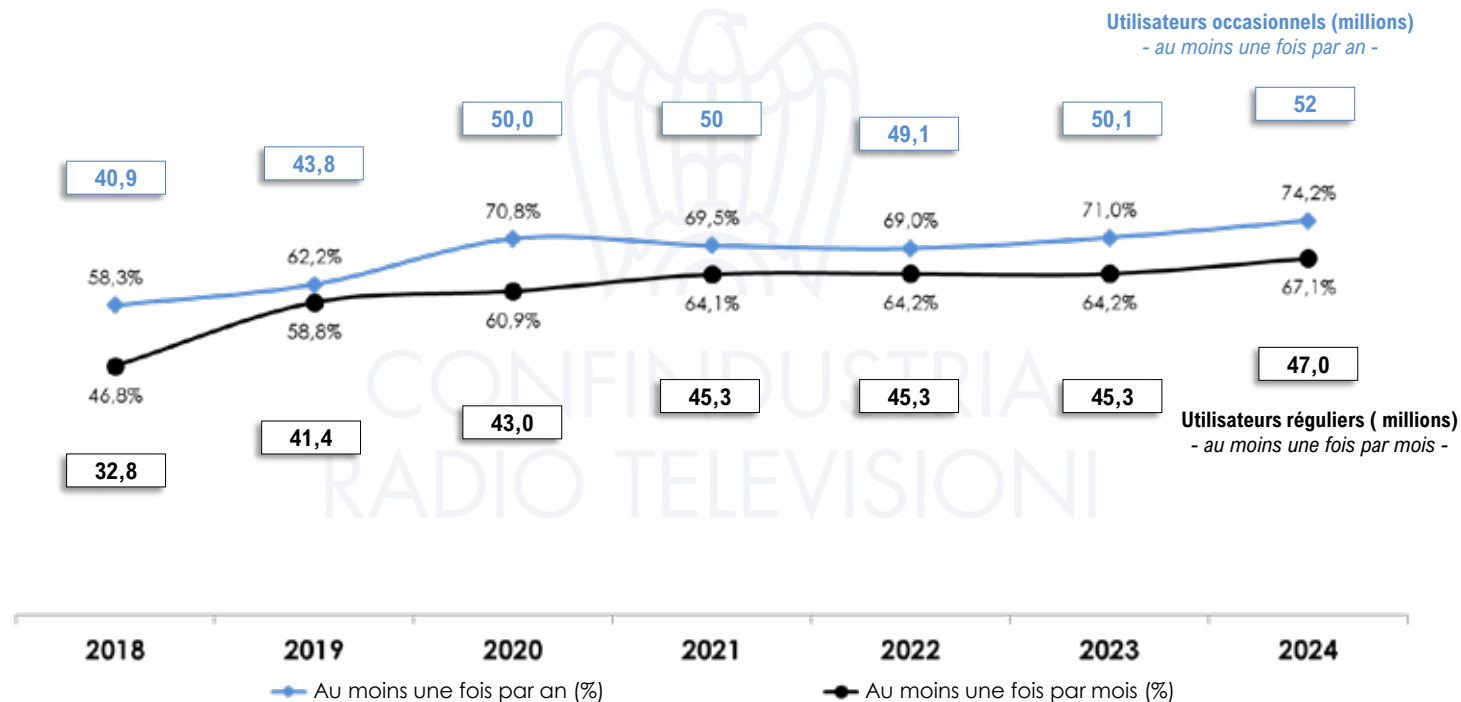
Comparaison des investissements publicitaires

Millions d'euros



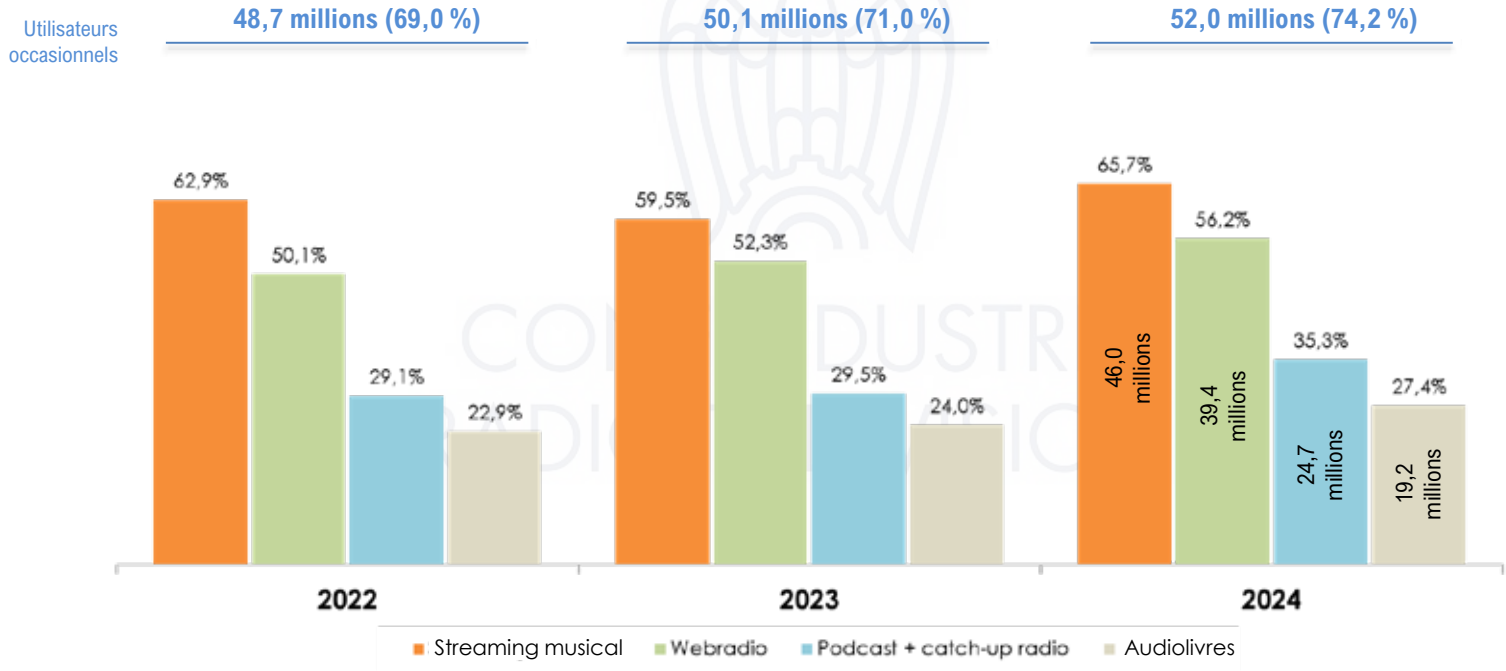
Écosystème audio-radio en Allemagne

Consommation d'offres audio en ligne (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)



Écosystème audio-radio en Allemagne

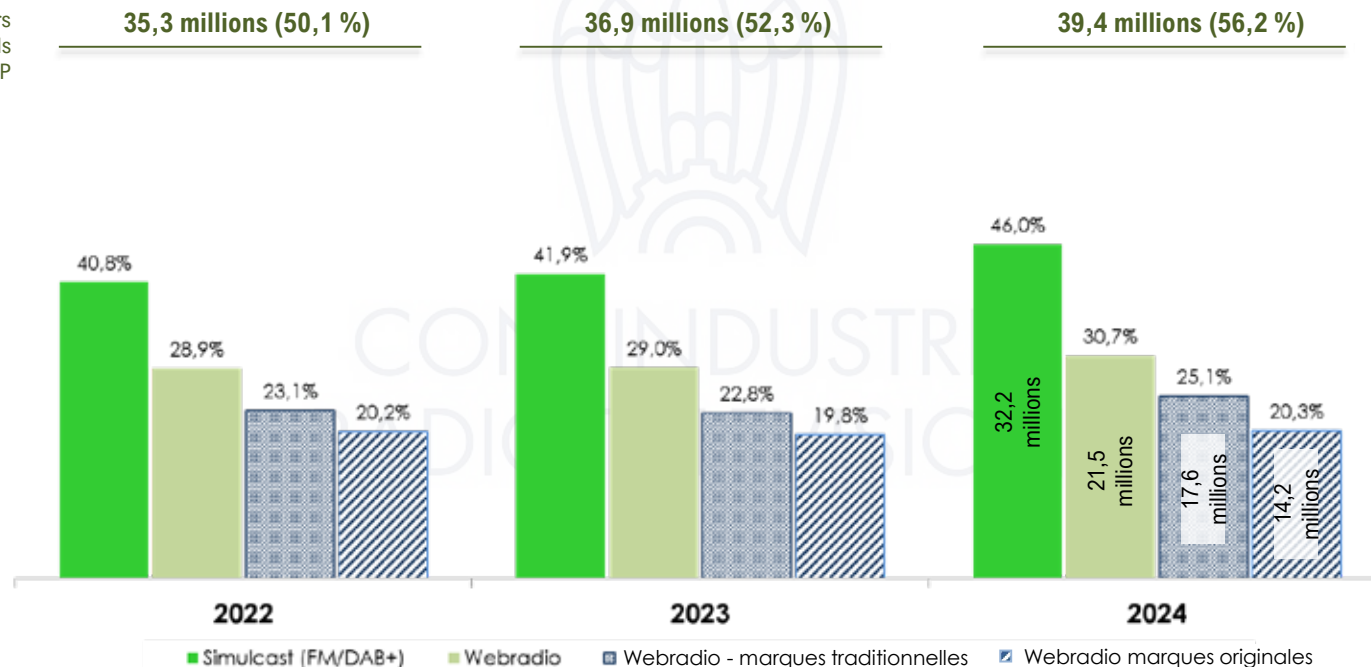
Détail des offres audio en ligne (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)



Écosystème audio-radio en Allemagne

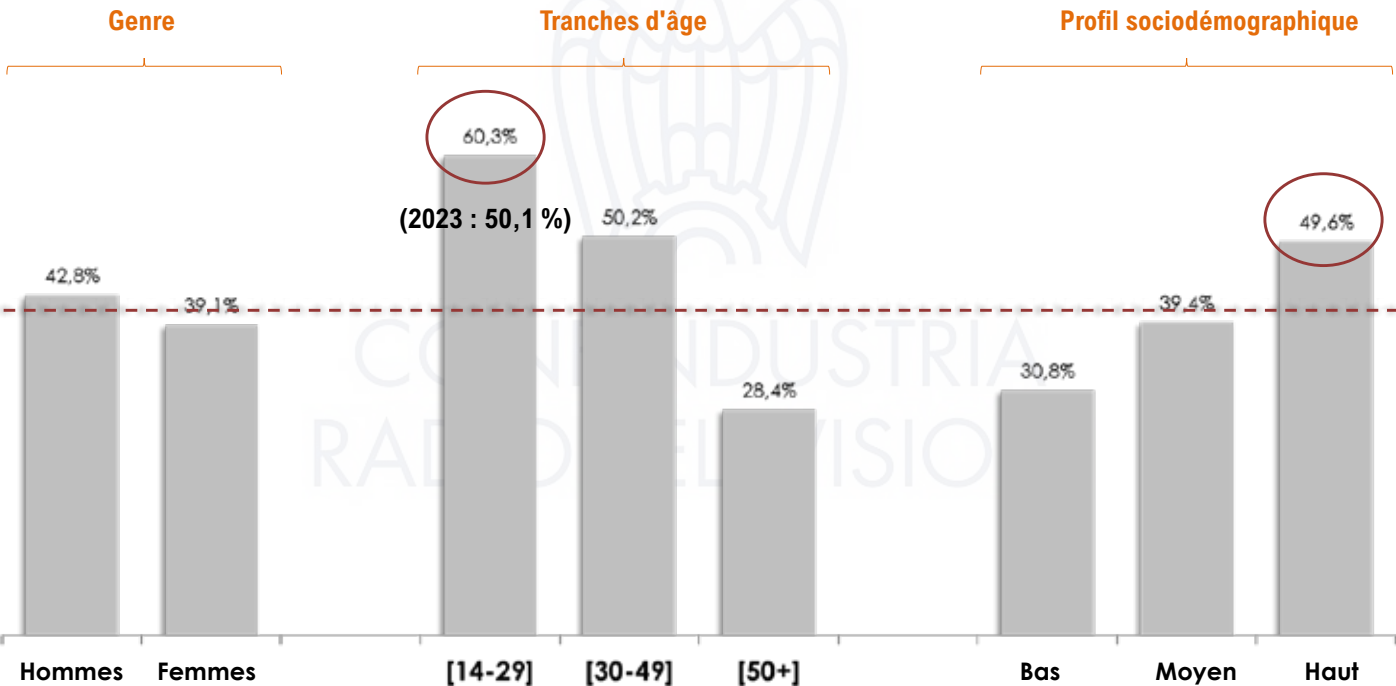
Détails sur la radio IP (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)

Utilisateurs
Occasionnels
Radio IP



Écosystème audio-radio en Allemagne

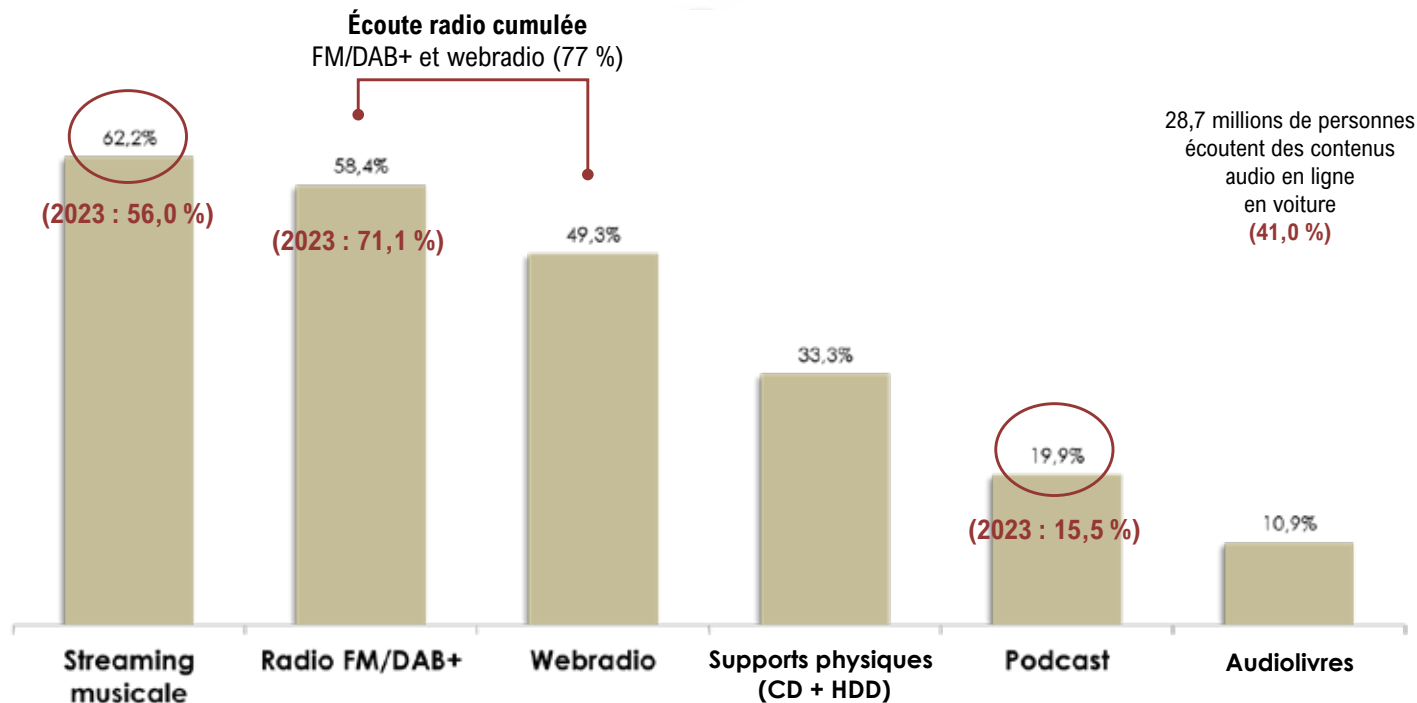
Écoute de contenus audio en ligne dans les voitures (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)



28,7 millions de personnes écoutent des contenus audio en ligne en voiture

Écosystème audio-radio en Allemagne

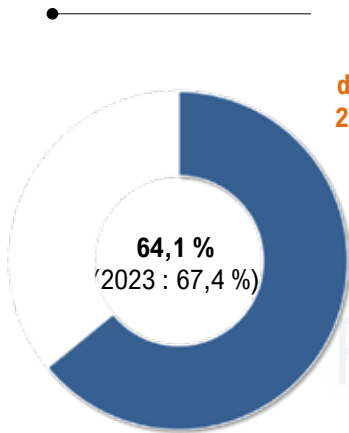
Contenus radio et audio en ligne dans les voitures (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)



Écosystème audio-radio en Allemagne

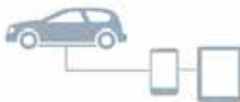
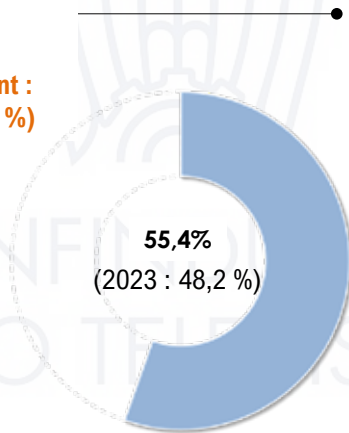
Modes d'accès en voiture (*ONLINE AUDIO MONITOR*, 2024)

Directement via l'autoradio (système d'infodivertissement)

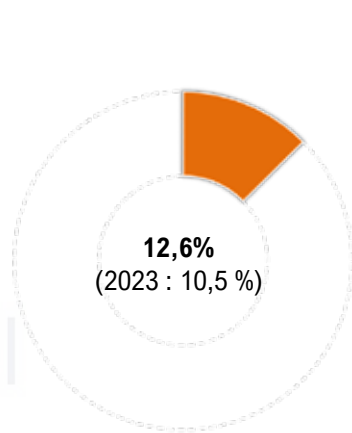


Smartphone / tablette connecté à l'autoradio (système d'infodivertissement)

TOTAL
Système
d'infodivertissement :
26,5 millions (92,4 %)
(2023 : 90,7 %)



Directement sur votre smartphone / tablette sans mirroring





Observatoire de la radio en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

FRANCE



CONFINDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

La radio en France



Les premières émissions radiophoniques en France ont eu lieu en 1921 depuis la *tour Eiffel*, grâce à la *Compagnie Générale de Télégraphie sans fil* (CSF). Les avantages liés à la technologie radio ont immédiatement conduit à la mise en place d'un régime de monopole d'État qui a duré jusqu'en 1981, malgré la présence de radios dites « périphériques », situées en dehors des frontières territoriales. La libéralisation a eu lieu en 1986 avec l'adoption de la loi sur la liberté de communication.

L'offre radiophonique française se compose d'environ 900 services FM autorisés en *France métropolitaine* et de plus de 210 dans les territoires d'outre-mer : un panorama qui reflète les changements réglementaires et les évolutions technologiques successifs depuis 1921. Après plus de quarante ans de liberté réglementée, le paysage se distingue par la diversité de ses contenus et la forte composante locale (plus de 800 stations de radio). Il existe également un peu moins d'une trentaine de stations de radios nationales, thématiques ou généralistes, ainsi que six stations de radio d'information et de sécurité routière.

Le service public est assuré par *Radio France* sur le territoire métropolitain à travers 6 stations de radio nationales et 44 stations locales (*France Bleu - ICI*). Dans les territoires d'outre-mer, le caractère local de l'offre est encore plus marqué, tandis que le service public se limite à deux programmes : *France Inter* et *Outre-Mer La 1ère* (*France Télévisions*). Au niveau national, on trouve des groupes audiovisuels/multimédias qui diffusent de nombreux services radiophoniques (15 stations linéaires et plus de 300 webradios) avec des parts d'audience significatives : *CMA Media* (anciennement *Altice*), *Lagardère Radio*, *M6*, *NRJ*, *Vortex*.

Au cours de la dernière décennie, la multiplication des modes de diffusion et des dispositifs d'écoute a connu une croissance importante. La radiodiffusion est passée en quelques années d'une diffusion analogique dominante (principalement FM) à trois modes de diffusion : FM, DAB+ et Internet. Le cadre juridique et technique de la transmission numérique terrestre DAB+ a été progressivement développé à partir du milieu des années 2000, mais sa diffusion s'est accélérée au cours des cinq dernières années. Les multiplex DAB+ au niveau national, mis en service le 12 octobre 2021, sont *Métropolitain 1* et *Métropolitain 2*, avec 26 stations de radio (dont 5 sont des services publics). Au niveau local, on trouve 72 multiplex DAB+ pour un total de 543 stations. En France, les éditeurs ne sont pas propriétaires de l'infrastructure de diffusion (analogique/numérique) qu'ils louent aux deux opérateurs de réseau *TDF* (fonds d'investissement) et *Towercast* (groupe *NRJ*).

Selon les données fournies par *WorldDAB*, en 2023, la couverture DAB+ de la population est de 62 % et de 70 % pour les principales routes et autoroutes ; les ventes cumulées d'appareils numériques en France s'élève à 10,6 millions d'unités ; la pénétration DAB+ dans les foyers est de 24,5 %.

En 2023, environ 39 millions (-1,5 % par rapport à l'année précédente) d'auditeurs quotidiens en moyenne écoutent la radio, soit 70,2 % de la population, pour une durée de 2 heures et 40 minutes. Les ressources économiques du secteur radiophonique (recettes publiques et publicitaires) ont totalisé plus de 1,3 milliard d'euros en 2023 (+4,7 % par rapport à 2022), avec une incidence sur l'écosystème audio-radio (radio, musique en streaming, podcasts/livres audio) de 60,8 %. Dans ce contexte, le segment en ligne représente environ 660 millions d'euros, les plateformes de streaming payantes atteignant une valeur de 470 millions d'euros (+10,0 % par rapport à 2022).



La radio en France

Principaux indicateurs



Population

68,2 millions

PIB

(PIB / pop.)

2 803,1 milliards €
(41,1 mille euros)

Début des émissions radio

24 décembre
1921 (Tour
Eiffel)

Ressources radio

(Ressources / pop.)

1 331,7 millions €
(19,5 €)

Ressources audio-radio

(Ressources / pop.)

2 190,2 millions €
(32,1 €)

TOTAL Radios

897

Radios nationales

26

Radios PSM

(numérique uniquement)

50

Radios DAB/DAB+

570

Lancement DAB/DAB+

2014: 3 villes
2018: National

Multiplex

(nationaux + locaux)

2 + 72

Couverture pop.

(autoroutes)

62,2 % (70 %)

Récepteurs DAB/DAB+

(% en intérieur)

10,6 millions
(24,5 %)

Mesure Audience

MÉDIAMÉTRIE

Méthodologie

CATI + Meter
(RateOnAir)

Audience JM - T2/24

(reach %)

38,2 millions
(68,1 %)

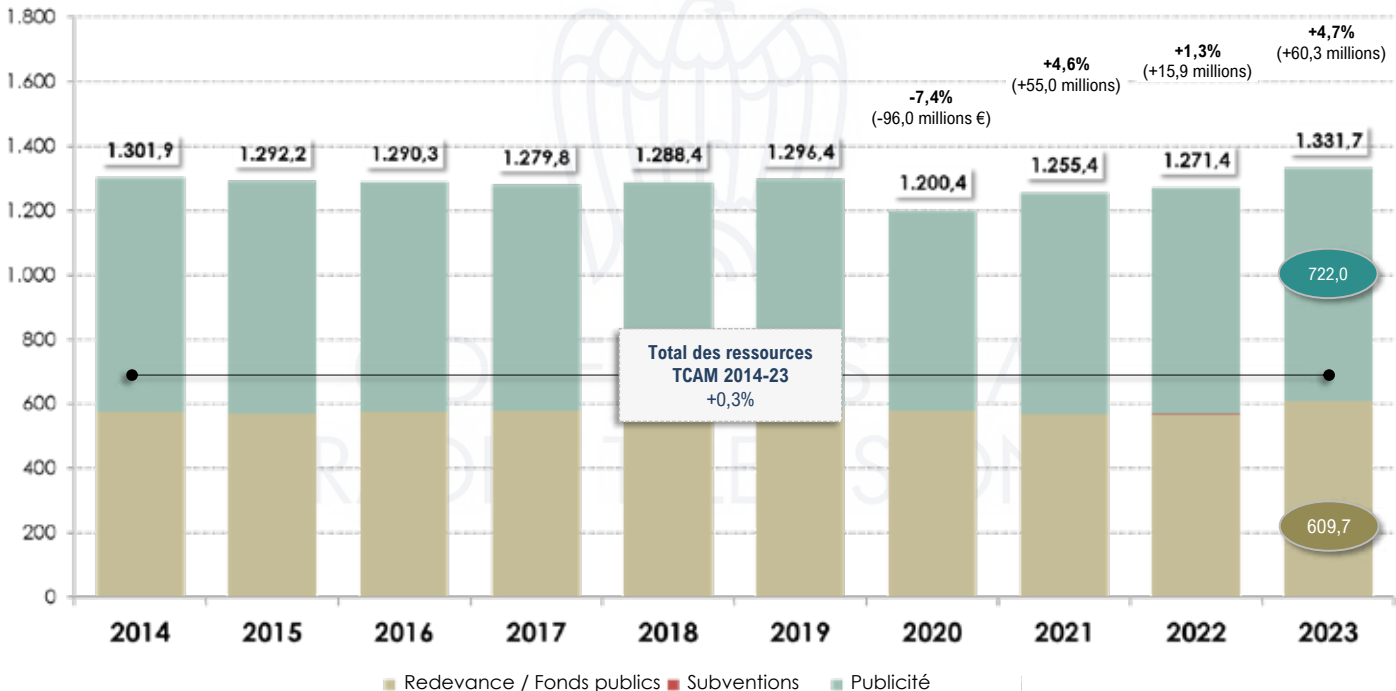
Durée d'écoute JM

165 minutes

Les ressources économiques de la radio en France

Marché total, national et local

Millions d'euros



Avant COVID
Δ2023-19
+2,7%
(+35,3 millions €)

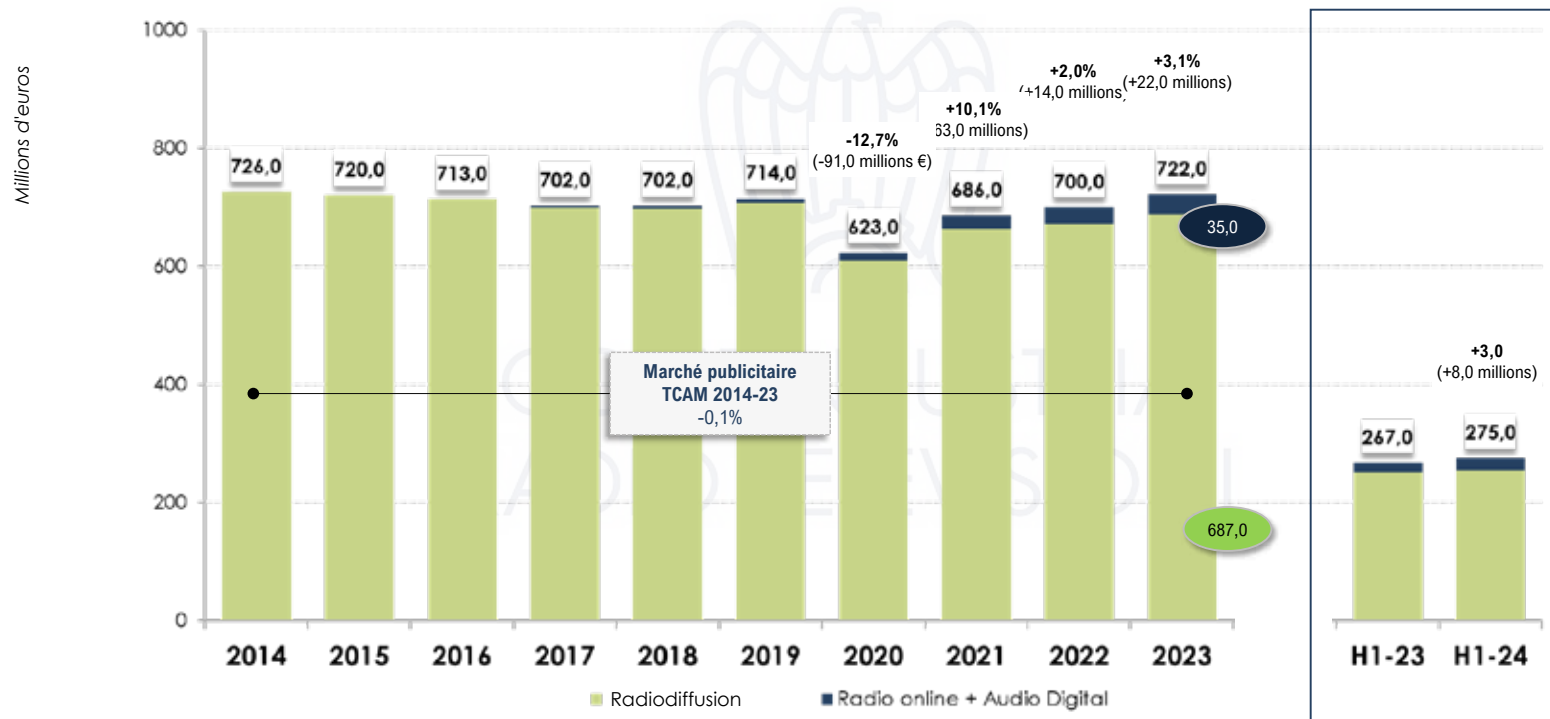
PDM 2023

45,8%
Fonds publics

54,2%
Recettes publicitaires

Les ressources économiques de la radio en France

Marché publicitaire, national et local



Avant COVID
Δ2023-19
+1,1%
(+8,0 millions €)

PDM 2023

4,8%

Radio en ligne

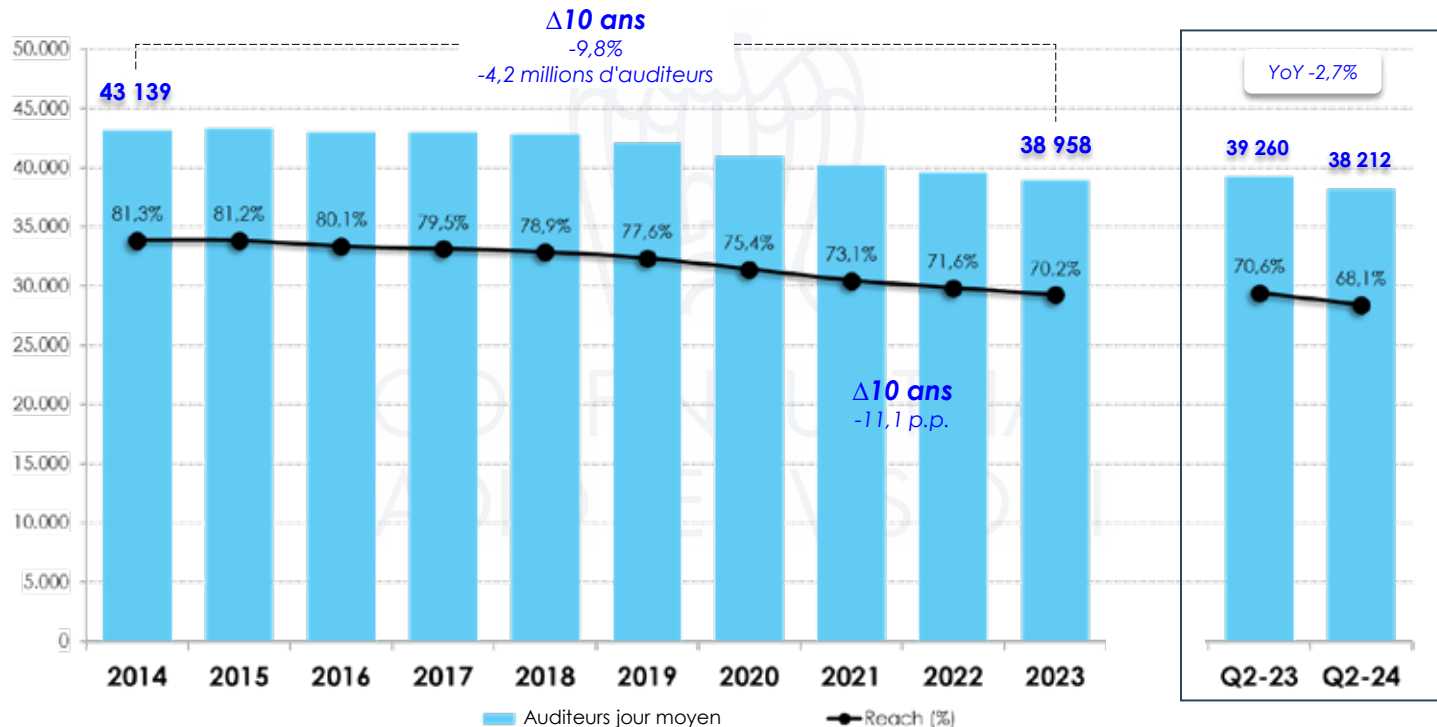
95,2%

Radio traditionnelle

Audience radio en France

Audience quotidienne LUN-VEN

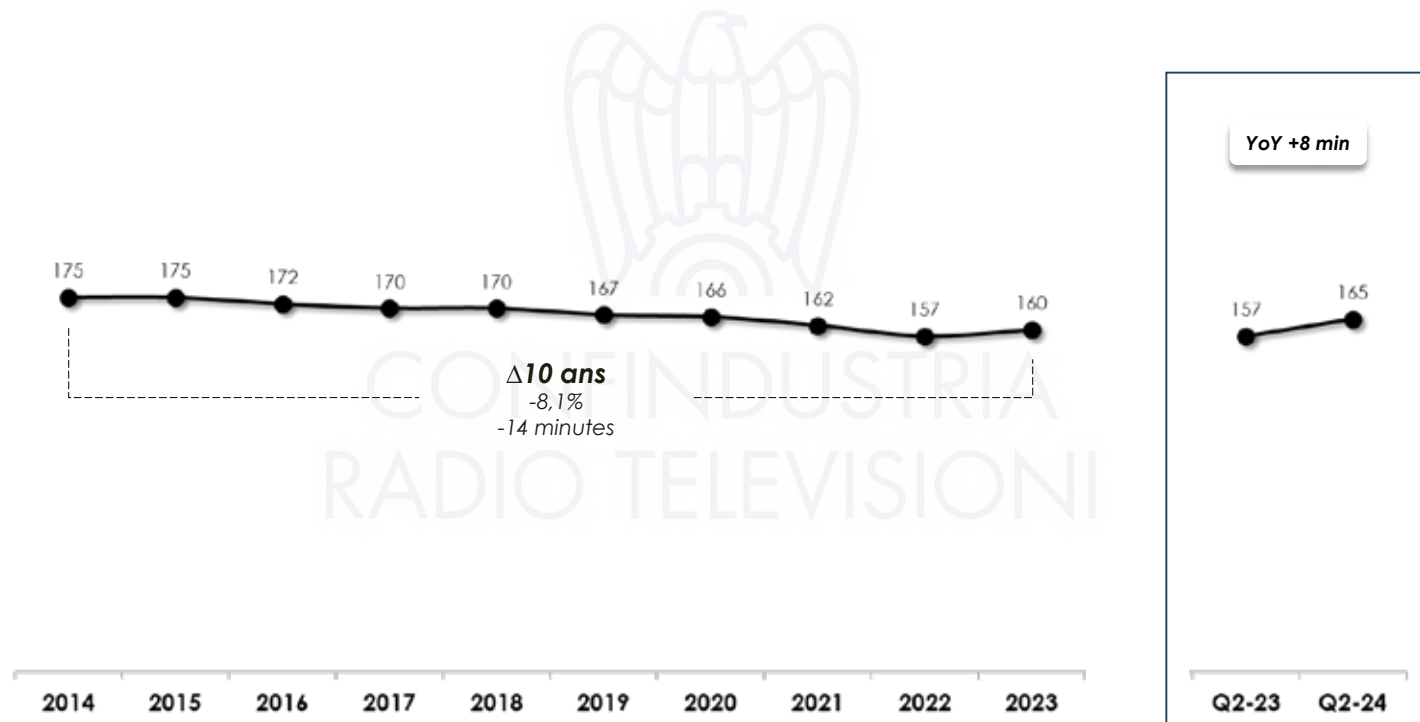
En milliers



Audience radio en France

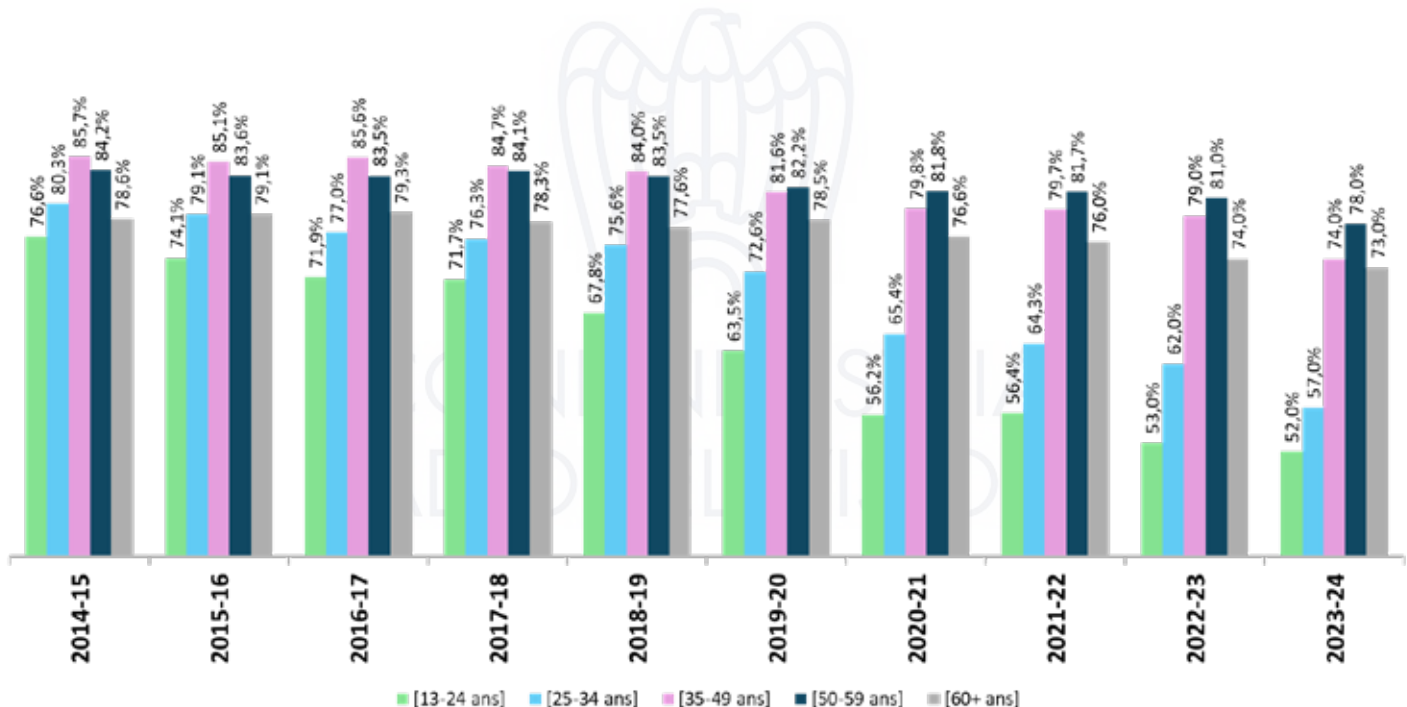
Audience moyenne quotidienne LUN-VEN

Minutes



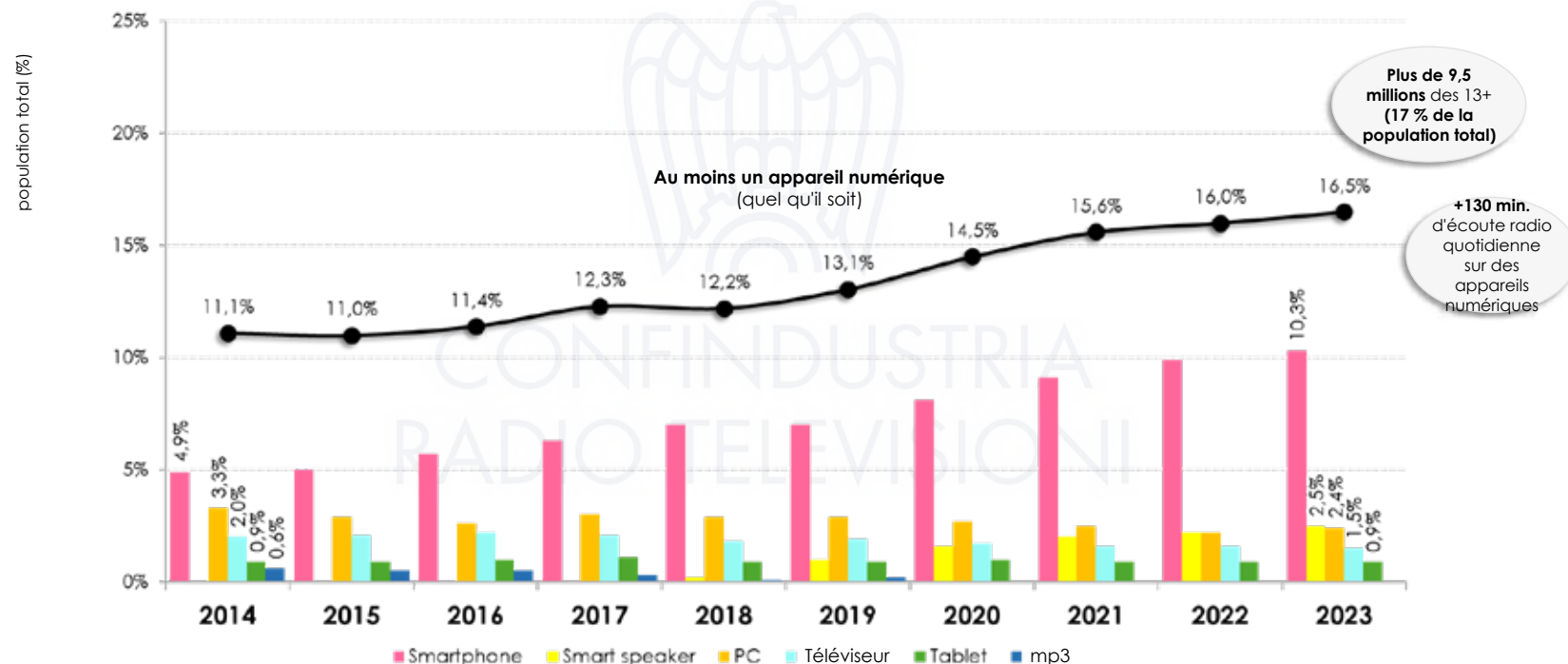
Audience radio en France

Écoute quotidienne par tranche d'âge



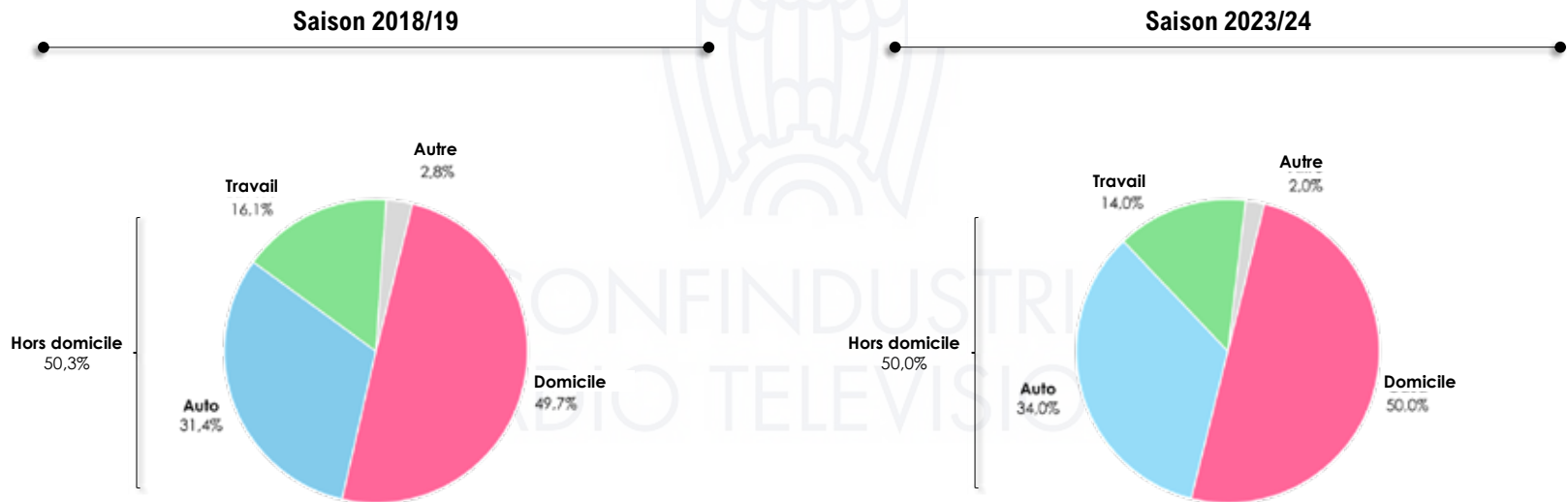
Audience radio en France

Écoute quotidienne par type d'appareil numérique



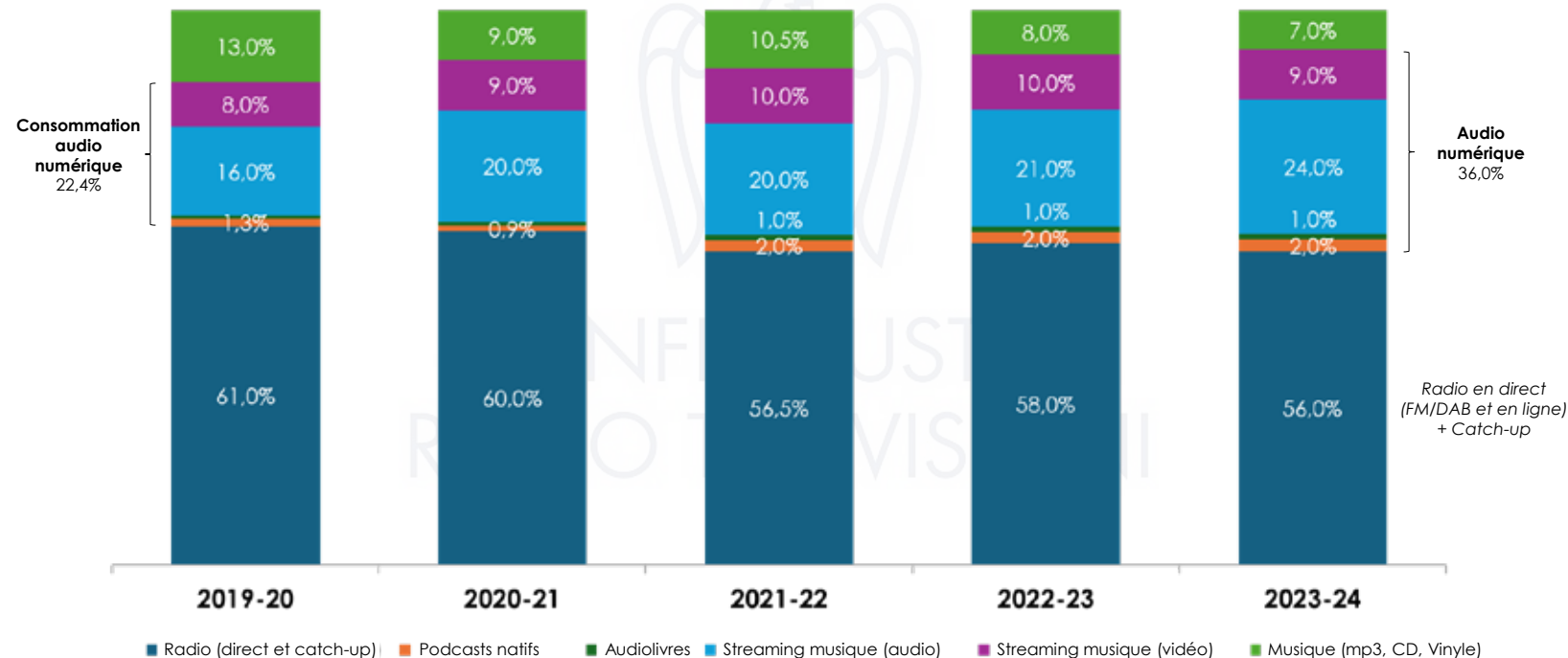
Audience radio en France

Part d'écoute quotidienne par type de lieu



Écosystème audio-radio en France

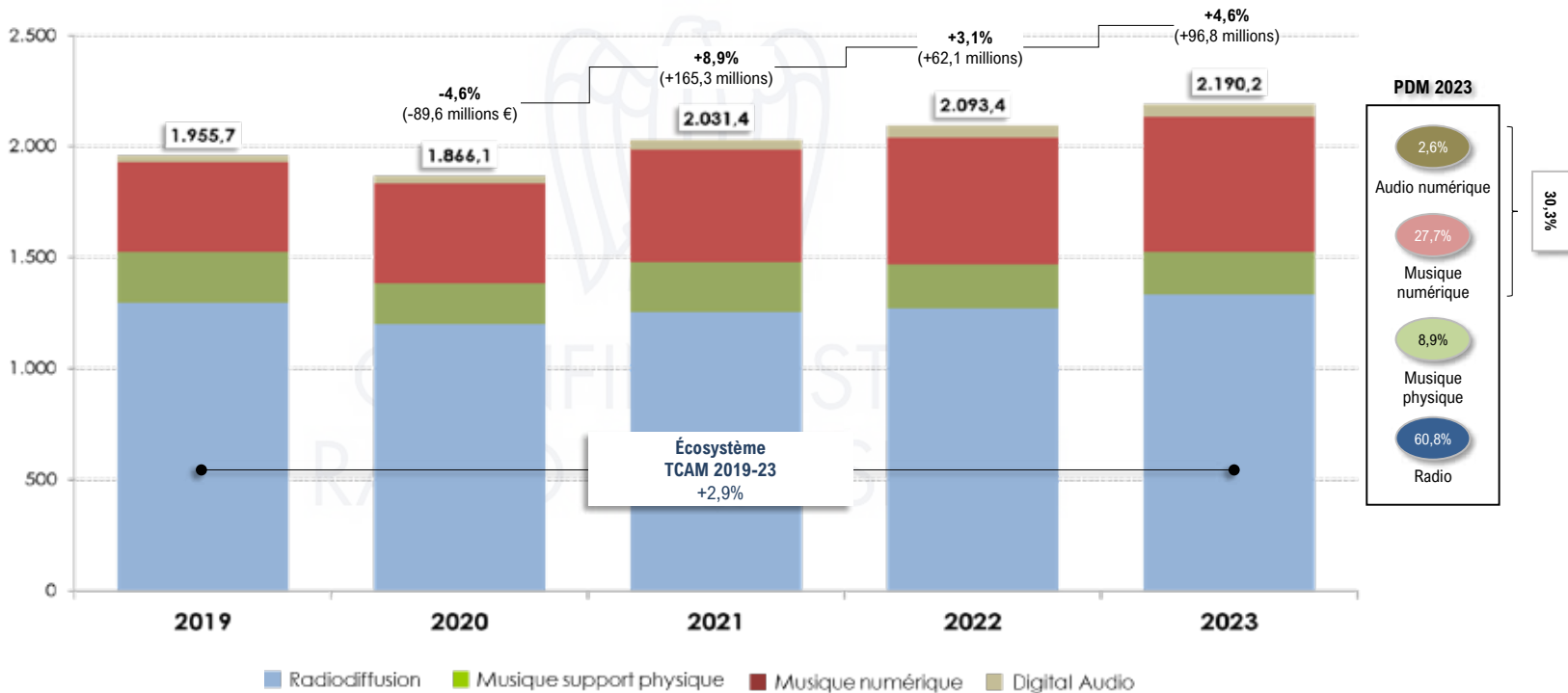
Répartition de l'écoute audio-radio au cours de la journée



Écosystème audio-radio en France

Revenus économiques des principaux segments

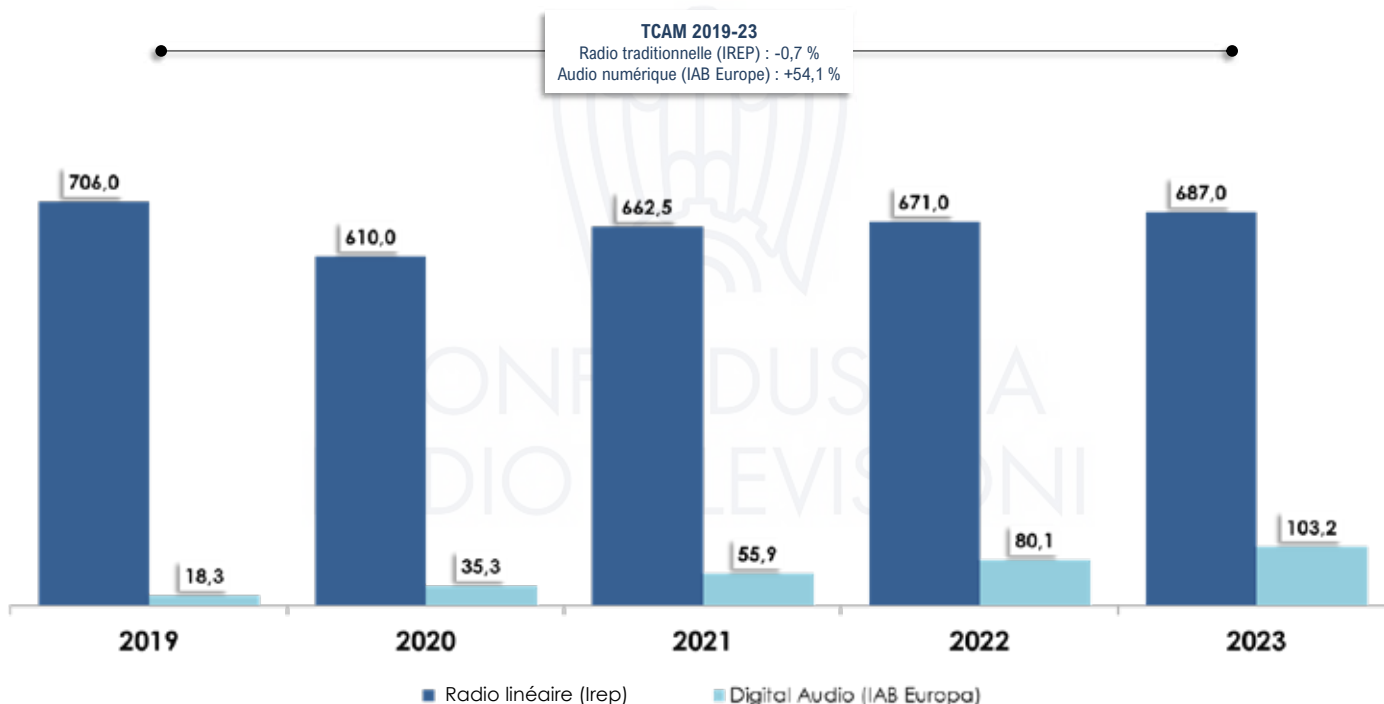
Millions d'euros



Écosystème audio-radio en France

Comparaison des investissements publicitaires

Millions d'euros



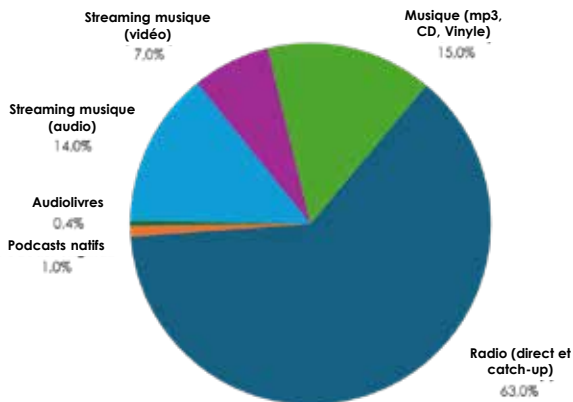
ΔY 2023-22

Audio numérique
+28,9%
Radio
+2,4%

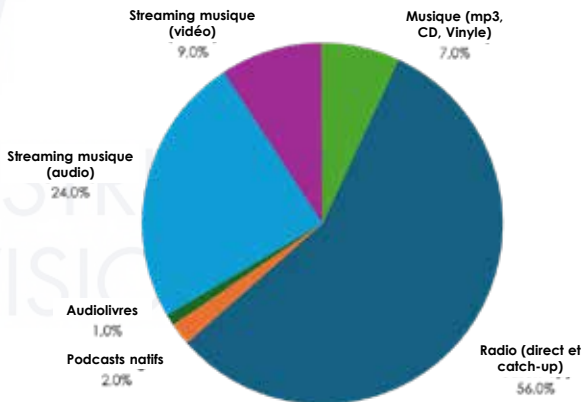
Écosystème audio-radio en France

Répartition de l'écoute audio-radio au cours de la journée

Saison 2018/19



Saison 2023/24





Observatoire de la radio en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

ITALIE



CONFINDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

La radio en Italie



L'Unione Radiofonica Italiana a été première société de radiodiffusion italienne. Le 6 octobre 2024 elle a diffusé ses premiers programmes sous le régime du monopole d'État. En 1927, elle devient l'Ente Italiano Audizioni Radiofoniche (EIAR), avec une plus grande implication de l'État. En 1944, la réforme du service radiophonique entraîne un changement de nom en Radio Audizioni Italiane - Rai, puis en Rai Radiotelevisione Italiana en 1954 avec le lancement des services de télévision.

En Italie, en 2023, on compte au total 21 stations de radio nationales appartenant à 13 sociétés et une association (Radio Maria APS). À l'inverse, le secteur local est très fragmenté, composé principalement de petites et micro-entreprises, auxquelles s'ajoutent quelques entreprises de taille moyennes-grandes. Ce contexte se traduit par un nombre élevé de stations locales/régionales et quelques marques interrégionales importantes (superstations) dans de vastes zones du territoire italien. Selon le Registre des opérateurs de communication (ROC), en mars 2023, le secteur local était représenté par un peu plus de 900 éditeurs pour environ 1 660 programmes : les marques commerciales représentaient 76 % du marché et les marques communautaires les 24 % restante.

L'opérateur de service public Rai est actif dans le domaine de la radio avec une large offre de 12 chaînes nationales, généralistes et spécialisées, auxquelles s'ajoutent deux chaînes régionales en allemand et en slovène (*Rai Radio Südtirol* et *Rai Radio Trst A*), toutes diffusées sur les principales plateformes numérique (FM/DAB+) et Internet (web/app). En 2021, la plateforme RaiPlay Sound a été lancée. L'offre commerciale est quant à elle assurée par différents groupes éditoriaux (*Mediaset*, *GEDI*, *24Ore*), auxquels s'ajoutent des acteurs purement radiophoniques (*RTL 102.5*, *RDS*, *Radio Italia*, *CN Media*). L'offre italienne se caractérise également par une large présence de déclinaisons « visuelles » (radiovision) des marques radiophoniques.

Après environ 20 ans, en 2022, l'Agcom a approuvé le plan d'attribution des fréquences pour la radio numérique DAB+, créant ainsi les conditions pour le développement numérique de la radio au niveau national et local. Selon le registre national des fréquences (Agcom), en mars 2023, on comptait 680 installations au total, dont 61 % appartenaient aux trois opérateurs nationaux, tandis qu'au niveau local, 26 opérateurs (39 % du total des installations) étaient présents dans 14 régions. Le multiplex du service public diffuse 12 chaînes, dont **7 exclusivement numériques** ; les réseaux des opérateurs privés nationaux sont *DAB Italia* (1996) avec 18 chaînes (dont 8 exclusivement numériques) et *EuroDAB* (1999) avec 20 chaînes (dont 9 exclusivement numériques). Selon *WorldDAB*, en 2023, la couverture DAB+ de la population est de 90,0 % et de 97,0 % des principales routes et autoroutes ; les ventes cumulées d'appareils numériques DAB+ en Italie s'élèvent à 12,6 millions d'unités ; la pénétration dans les foyers sera de 13,0 %.

En 2023, le nombre moyen d'auditeurs radio par jour est de 36,3 millions (70 % de la population âgée de 14 ans et plus), tandis que le nombre d'auditeurs sur sept jours est de 44,7 millions (86 %). Il s'agit d'un résultat extrêmement significatif, mais probablement influencé par la campagne publicitaire d'autopromotion menée par de nombreuses stations au cours de l'année. La croissance est également visible en termes de durée, avec 223 minutes (en moyenne par jour). Les ressources économiques du secteur radiophonique (redevance et recettes publicitaires) ont totalisé 635 millions d'euros en 2023 (+4,9 % par rapport à l'année précédente), avec une incidence sur l'écosystème audio-radio (radio, musique en streaming, podcasts/livres audio) de 61,9 %. Dans ce contexte, l'activité en ligne représente environ 330 millions d'euros, les plateformes de streaming payantes dépassant 190 millions d'euros (+18,4 % par rapport à 2022).



La radiodiffusion en Italie

Principaux indicateurs



Population

59,0 millions

PIB

(PIB / pop.)

2 085,4 milliards
d'euros
(35 300 €)

Début des émissions radio

06 octobre 1924
(Palais Corrodi)

Ressources radio

(Ressources / pop.)

634,9 millions
(10,8 €)

Ressources audio-radio

(Ressources / pop.)

1 026,5 millions
(17,4 €)

TOTAL Radios

+1 700

Radios nationales

21

Radios PSM

(numérique uniquement)

7 (7)

Radios DAB/DAB+

+500

Lancement DAB/DAB+

1995
(test RAI)

Multiplex

(nationaux + locaux)

3 + 26

Couverture pop.

(autoroutes)

89,6 % (97 %)

Récepteurs DAB/DAB+

(% en intérieur)

12,6 millions
(13 %)

Mesure audience

TER
(AUDIRADIO à partir
de 2025)

Méthodologie

CATI
(CATI + SDK à partir
de 2025)

Écoute JM - H1/24

(reach %)

35,3 millions
(67,5 %)

Durée d'écoute JM

209

La radiodiffusion en Italie

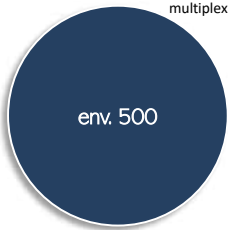
Répartition de l'offre sur les principales plateformes de diffusion

Nombre de diffuseurs hors doublons

DAB - DAB+



30 opérateurs réseau pour un total de plus de 50 multiplex locaux dans 14 régions



Nationales

3 multiplex nationaux (DABItalia, EuroDAB, DAB Rai)

50

dont 26 uniquement en DAB+

Numérique terrestre (DTT)



Environ 70 chaînes de radio visuelle sur les multiplex locaux

Locales

Audio

26

dont 10 en HbbTv

Radio visuelle

10

+ HbbTv

Satellite (DTH)



Audio

56

50



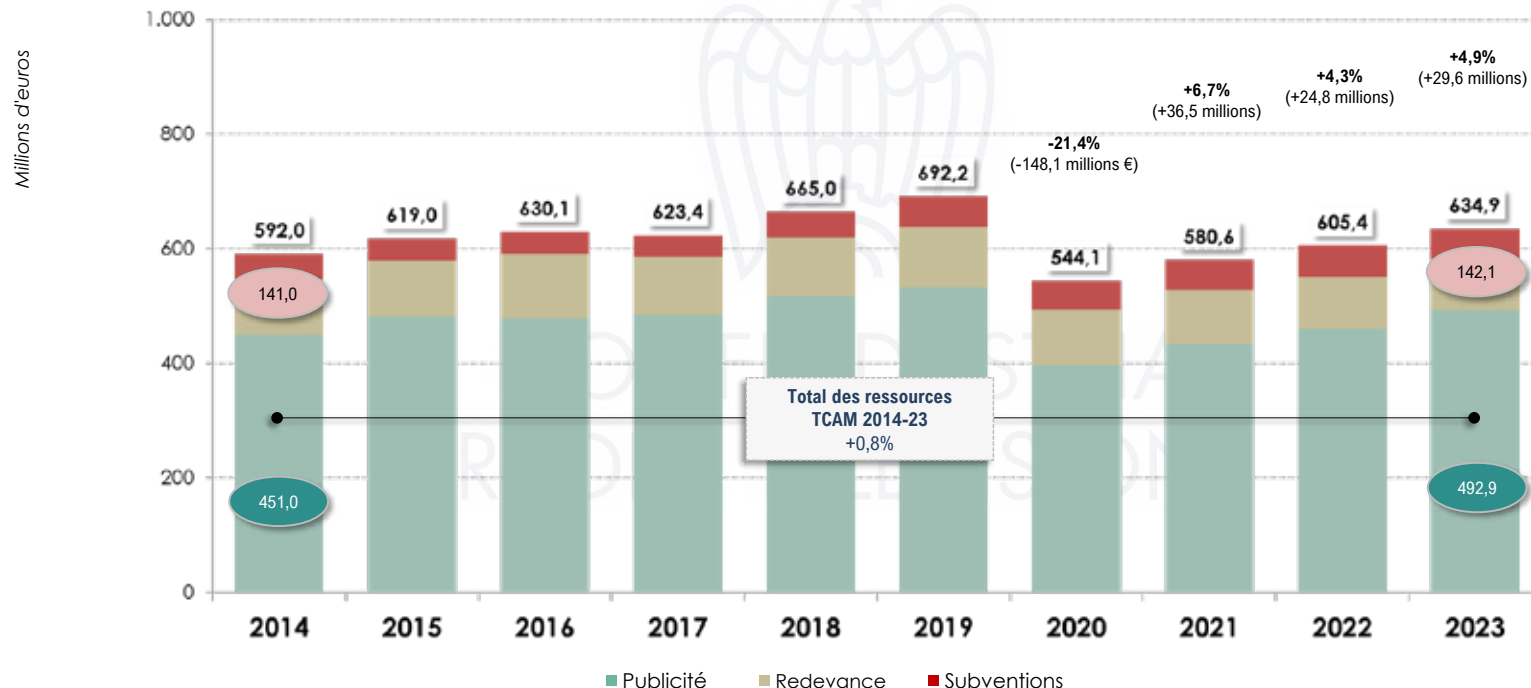
Radio visuelle

12

+ HbbTv

Les ressources économiques de la radio en Italie

Marché total, national et local



Avant COVID
Δ2023-19
-8,3%
(-57,2 millions €)

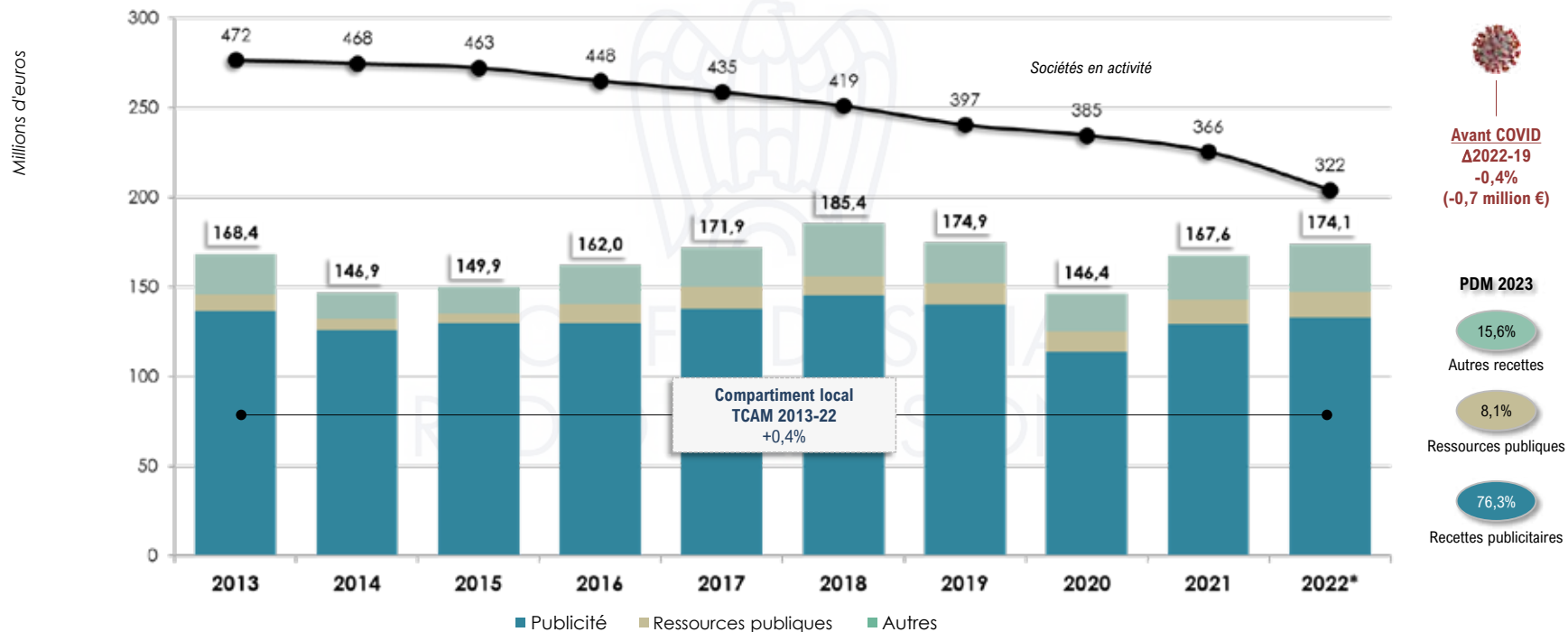
PDM 2023

22,4%
Redevance radio
+ Subventions

77,6%
Recettes publicitaires

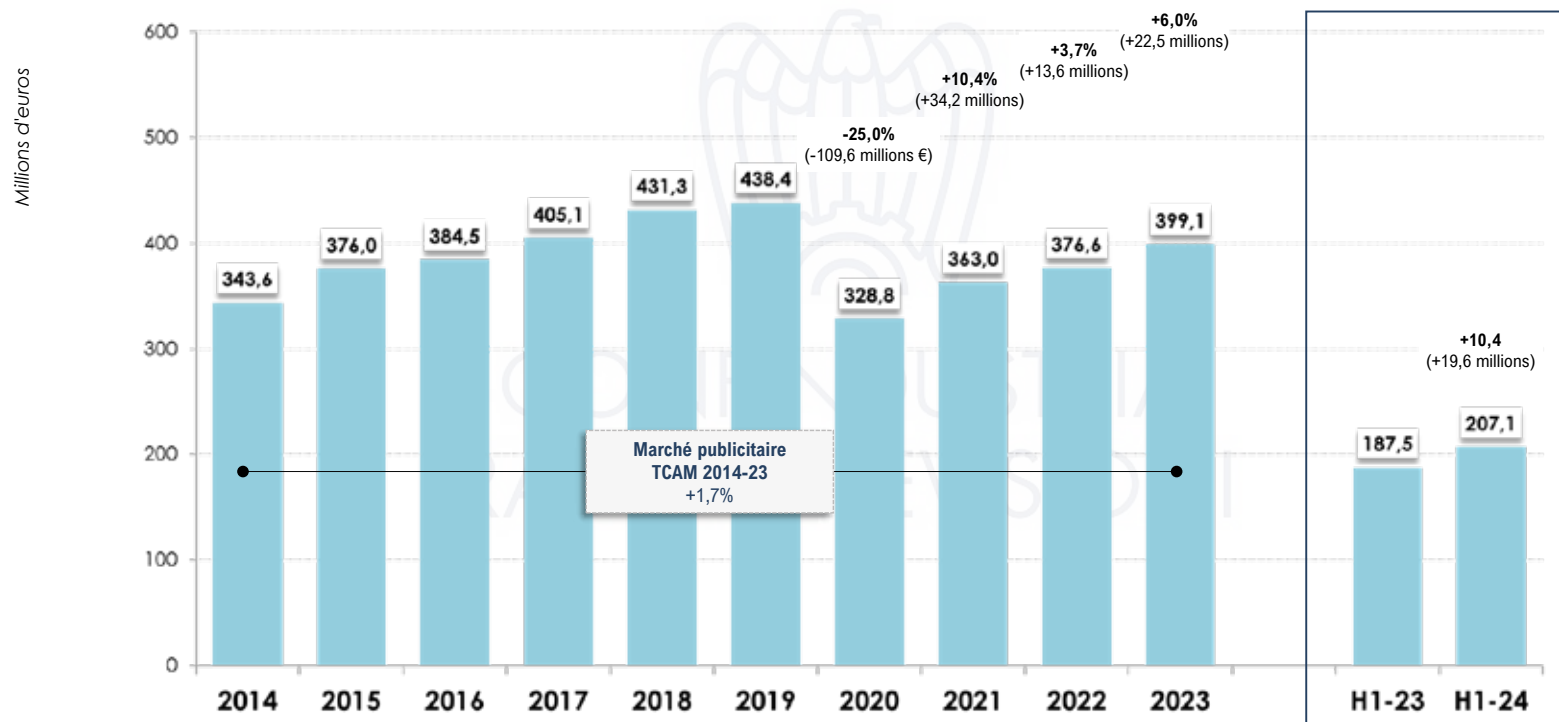
Les ressources économiques de la radio en Italie

Recettes économiques du secteur local



Ressources économiques de la radio en Italie

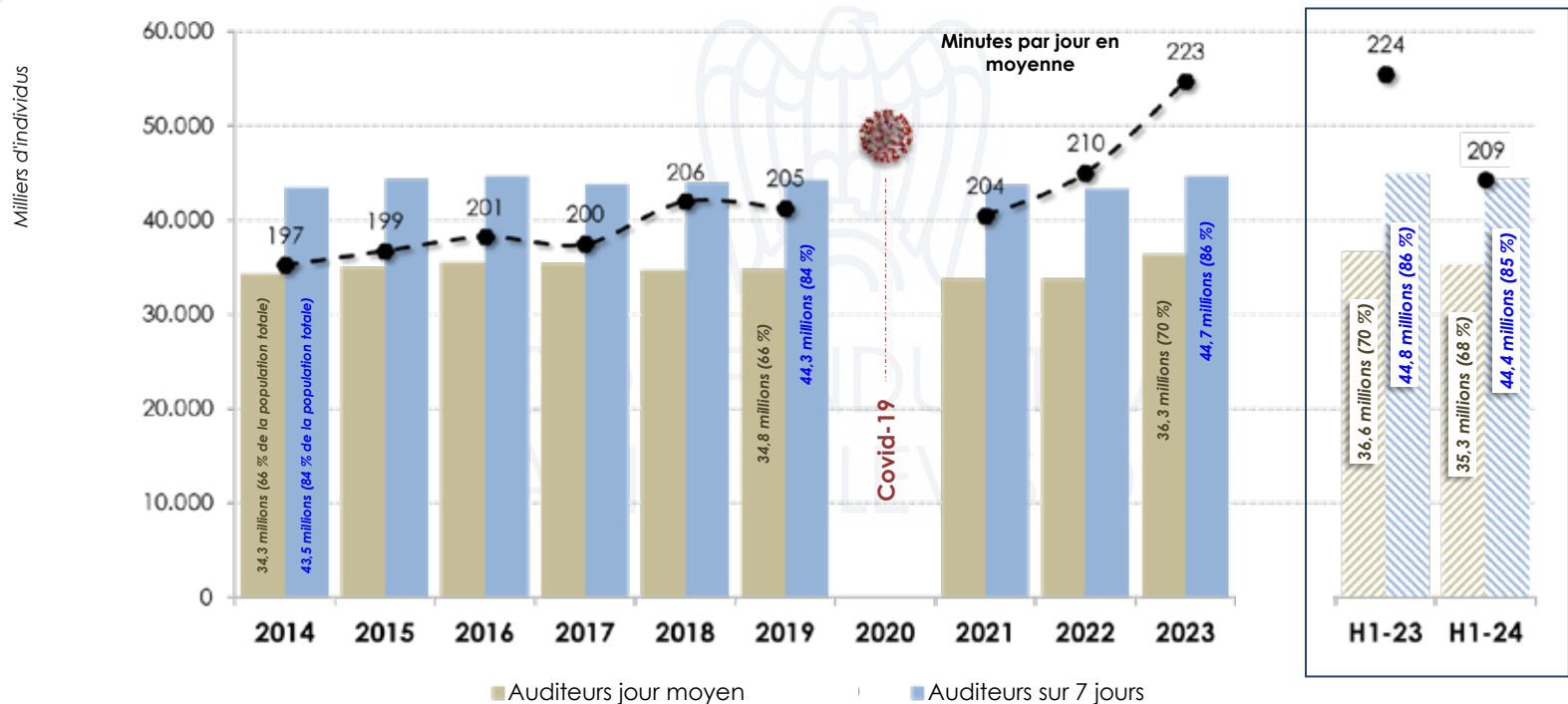
Marché publicitaire national



Avant la COVID
Δ2023-19
-9,0%
(-39,3 millions €)

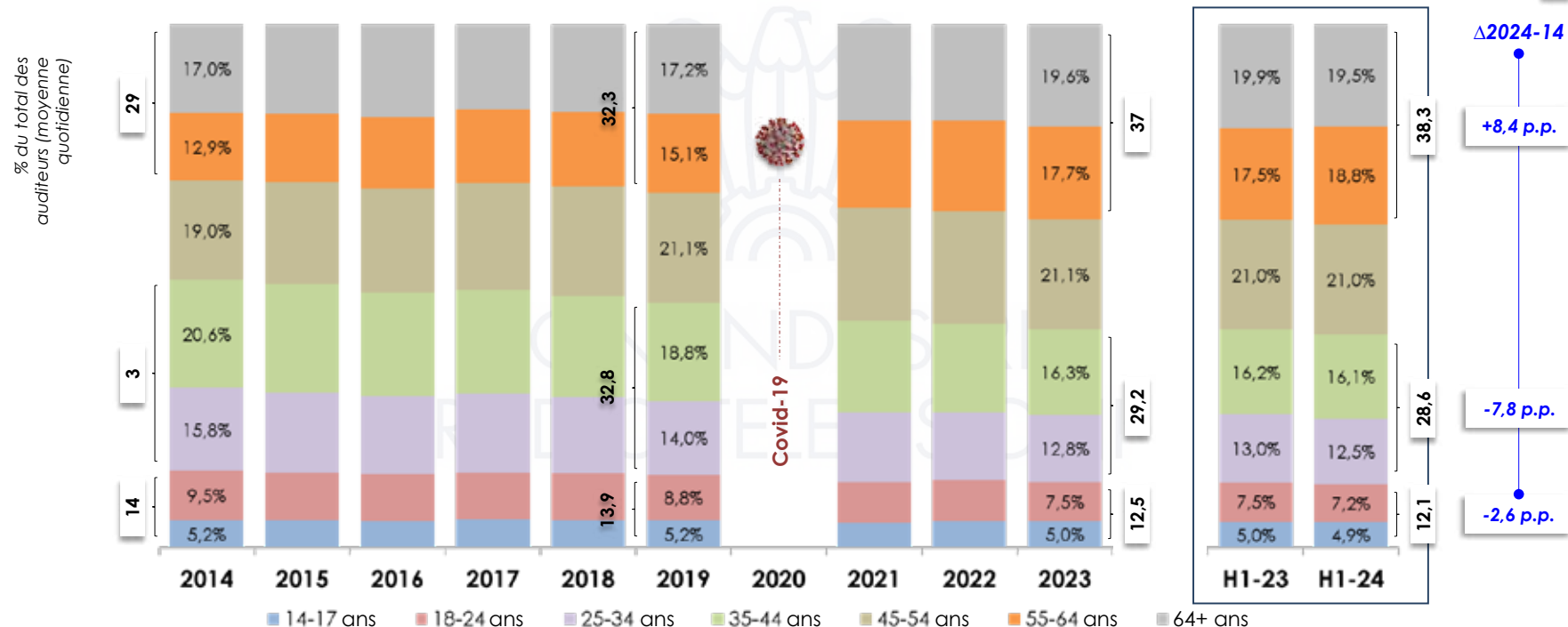
Audience radio en Italie

Reach mensuelle en valeur absolue et en % de la population



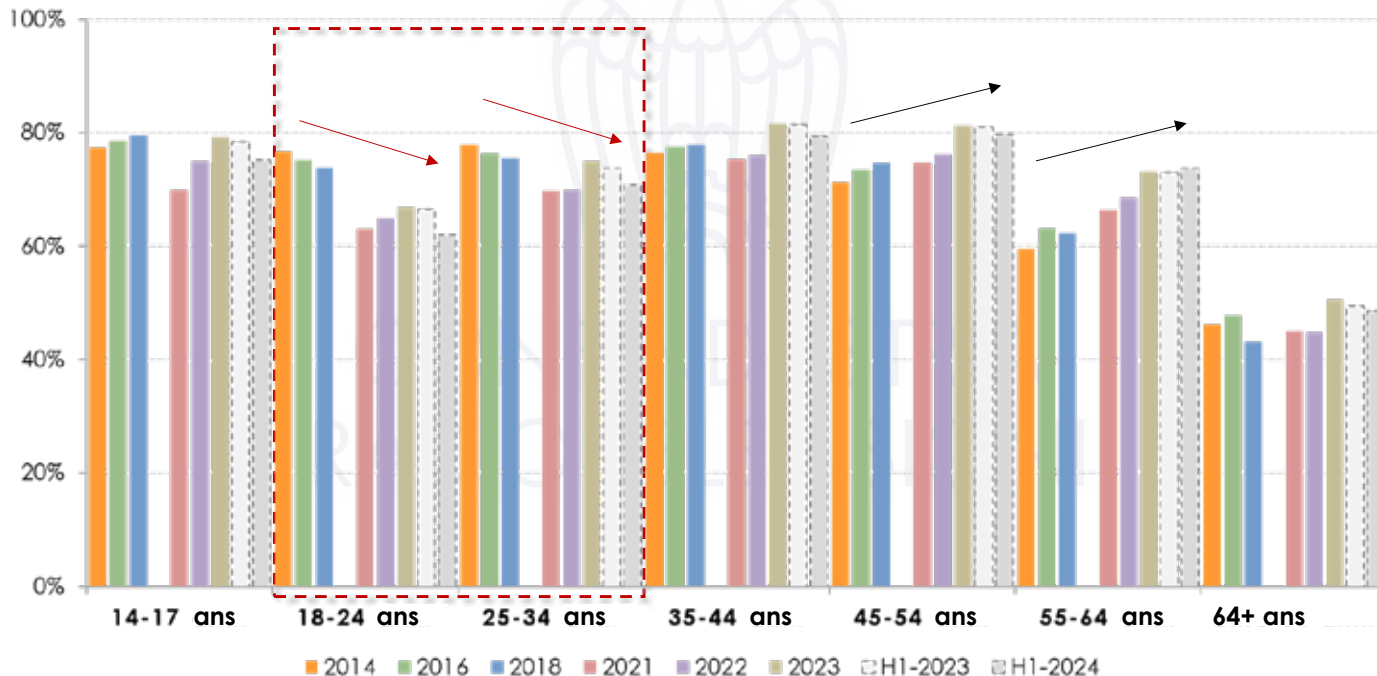
Audience radio en Italie

Composition de l'audience par tranche d'âge (temps d'écoute)



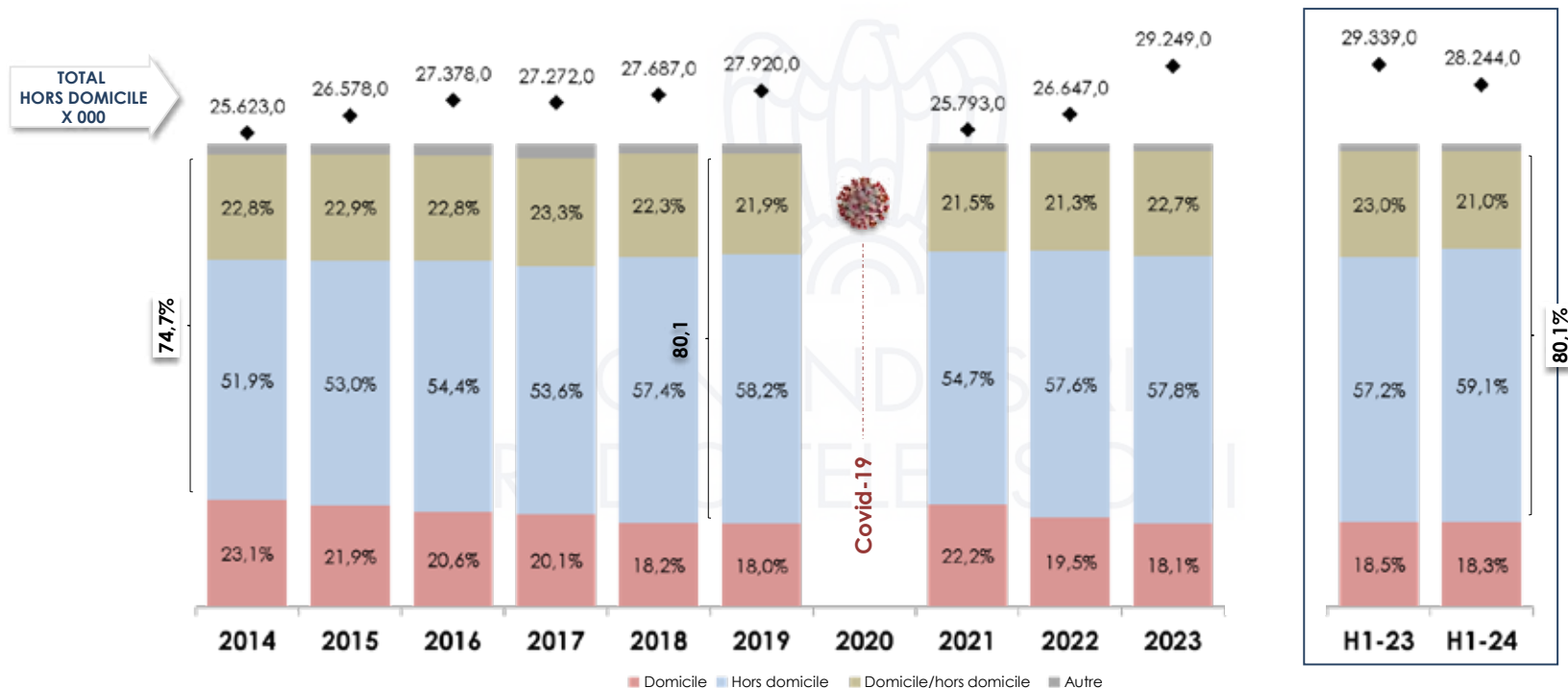
Audience radio en Italie

Évolution de l'écoute par tranche d'âge (reach en %)



Audience radio en Italie

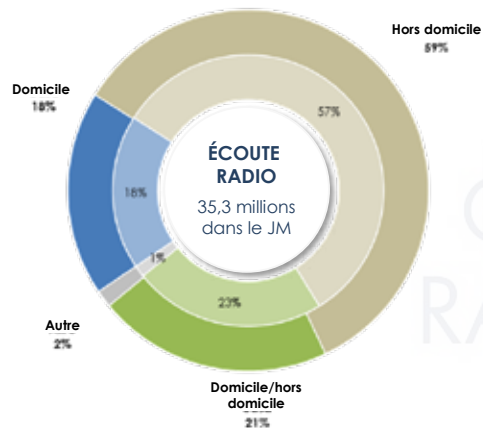
Composition de l'audience par typologie de lieu d'écoute



Audience radio en Italie

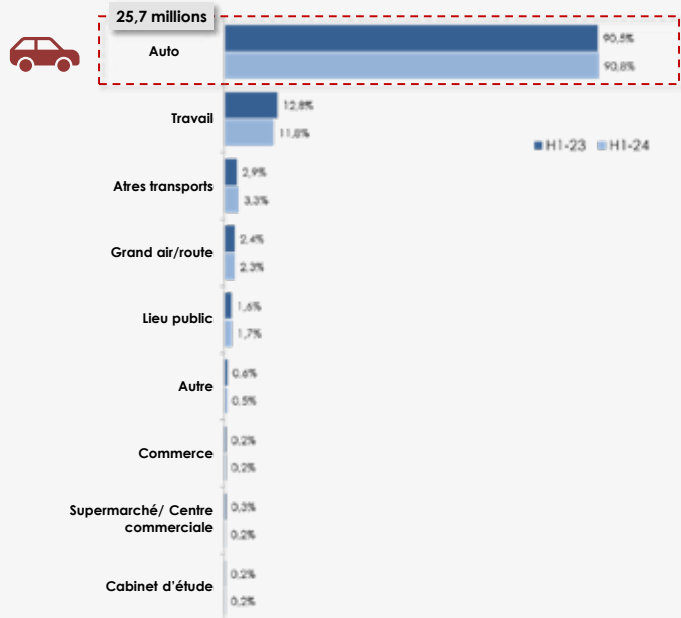
Composition de l'audience par type de lieu

H1-23 vs H1-24



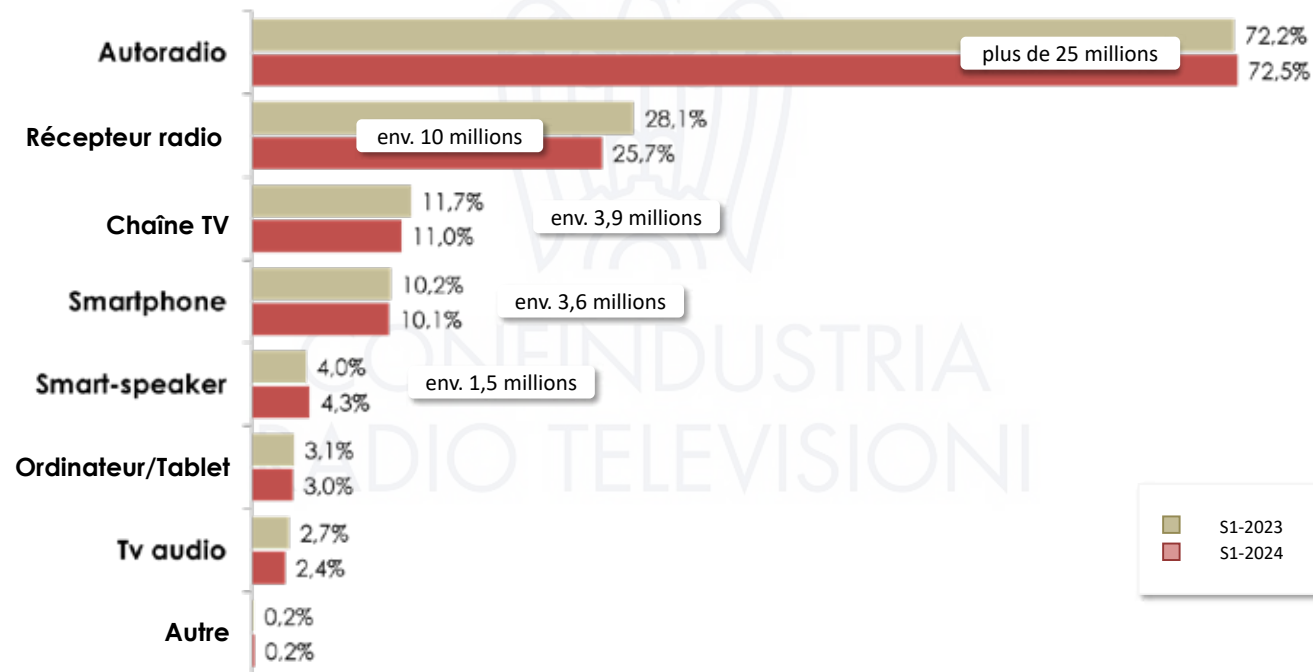
TOTAL HORS DOMICILE
28,2 millions d'individus
(80 % de l'audience totale)

Principaux lieux d'écoute dans le TOTAL HORS DOMICILE



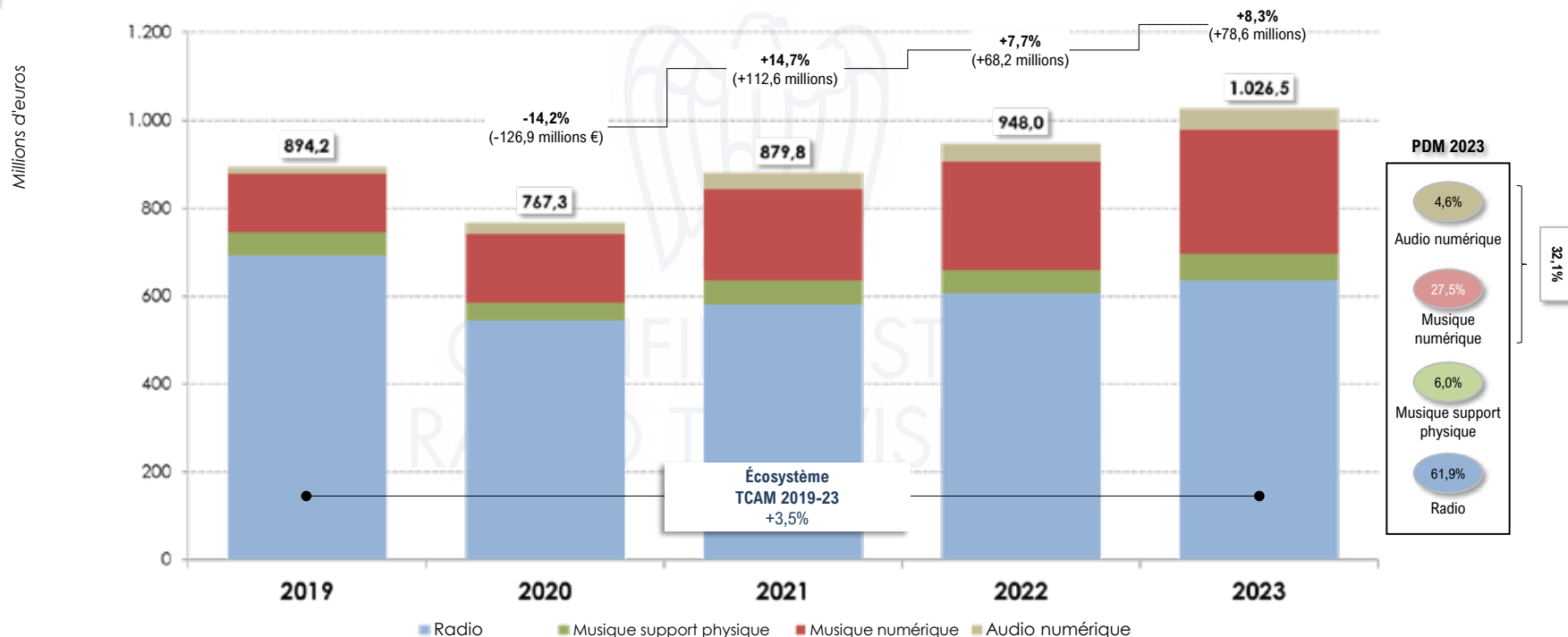
Audience radio en Italie

Écoute par type d'appareil (reach en %)



Écosystème audio-radio en Italie

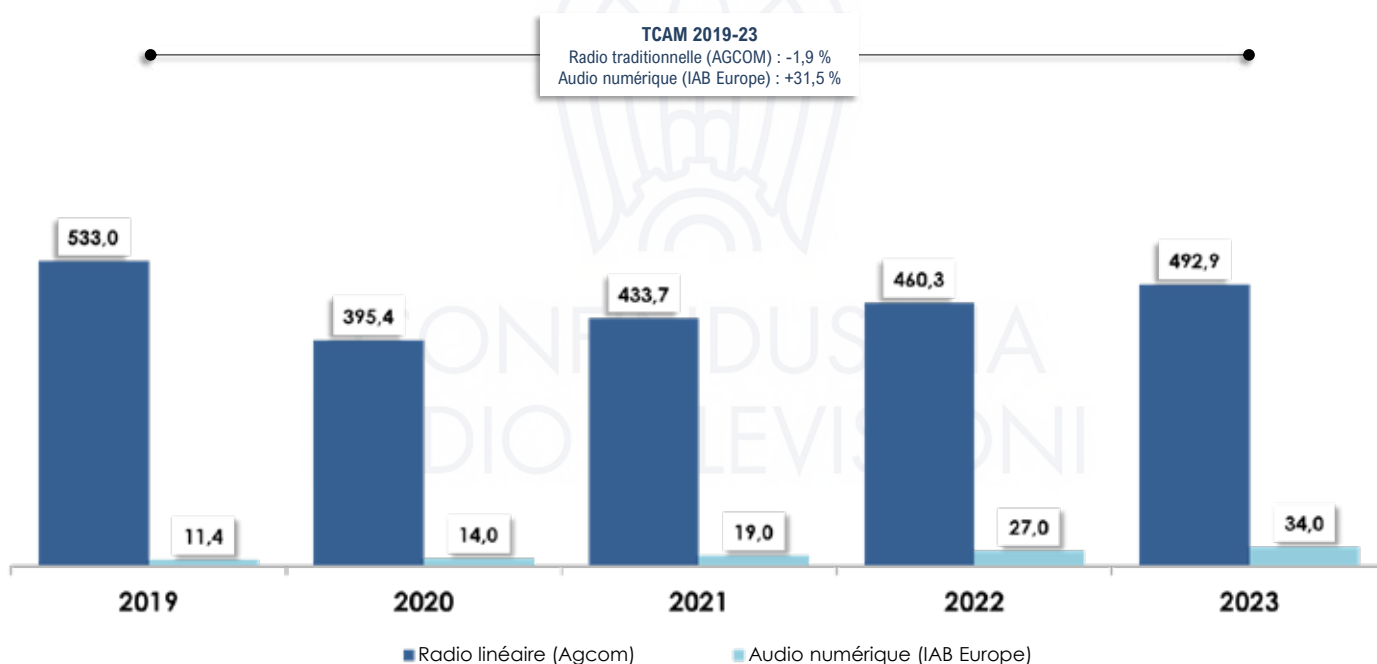
Revenus économiques des principaux segments



Écosystème audio-radio en Italie

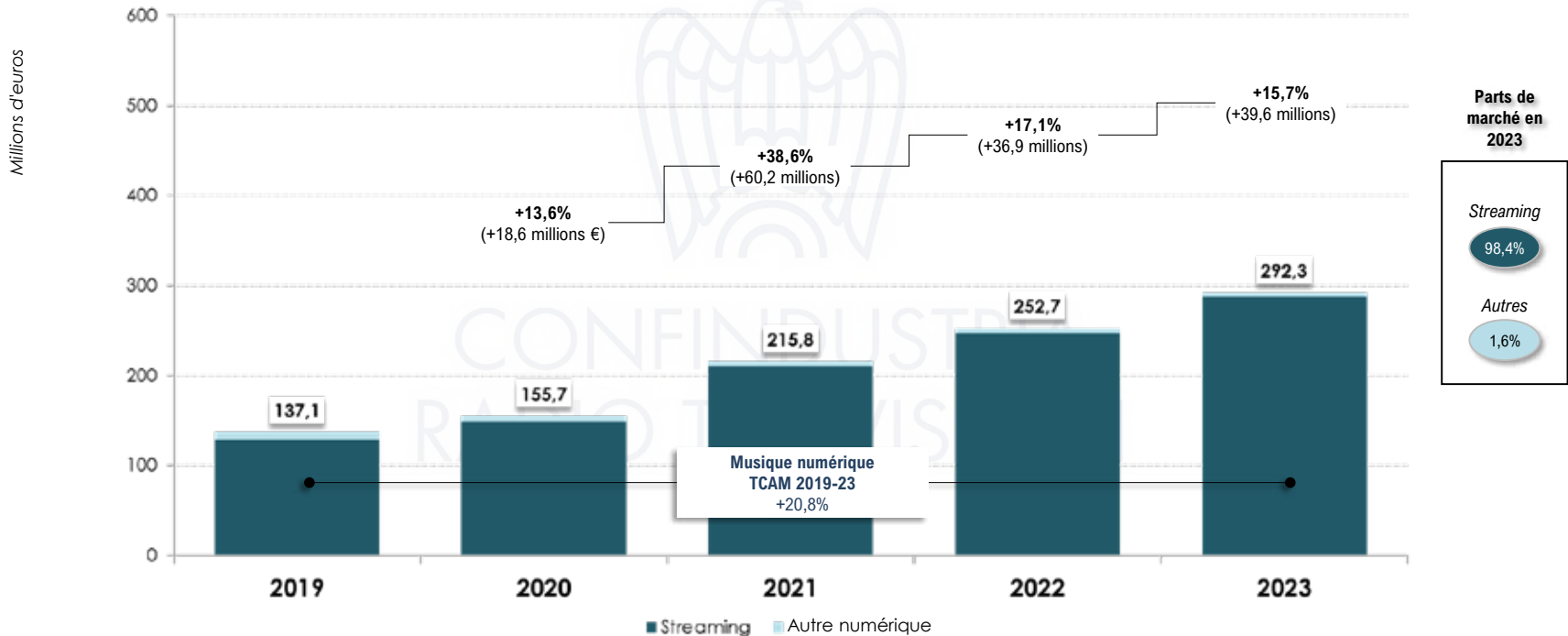
Comparaison des investissements publicitaires

Millions d'euros



Écosystème audio-radio en Italie

Marché de la musique numérique

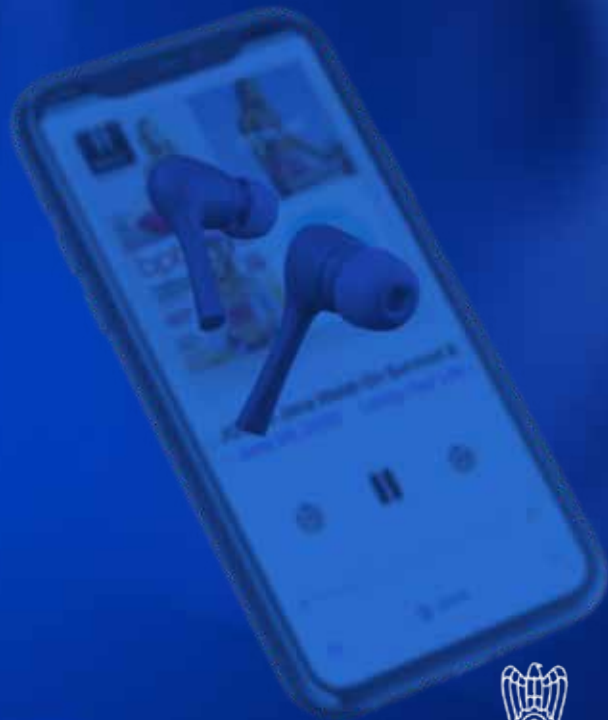




Observatoire de la radio en Europe

UFFICIO STUDI E RICERCHE

ESPAGNE



CONFINDUSTRIA
RADIO TELEVISIONI

La radio en Espagne



En Espagne, la radio commerciale s'est développée avant la radio publique, contrairement à d'autres pays européens, où elle est née d'initiatives étatiques selon un modèle « centralisé », souvent liée à des événements ou des choix liés à la guerre que le continent a traversé dans la première moitié du XX^e siècle. Ainsi, le début de la radiodiffusion en Espagne est légalisé par le *Real Orden* du 14 juin 1924, sous le régime de *Miguel Primo de Rivera* (1923-1930).

Le système radiophonique espagnol se caractérise par *des cadenas de radio*, des chaînes nationales avec un réseau de stations (*emisoras de radio*) régionales/locales qui se déconnectent de la « programmation centrale ». Dans de nombreux cas, il s'agit de stations affiliées, mais il existe également de nombreuses radios régionales et locales indépendantes. Il est donc difficile de dresser un tableau précis des stations actives sur le territoire en raison de leur grande fragmentation. Au total, en incluant les *emisoras autónomas*, les stations affiliées et les simples centres de transmission, on compte plus de 2 000 stations de radio (dont environ deux tiers sont connectées à un réseau national), un nombre qui a augmenté au fil des ans grâce au développement du numérique.

La Constitution de 1978 régit les domaines de compétence, y compris la radiodiffusion, entre l'État et les communautés autonomes (*Comunidades autónomas*). Le service public espagnol est assuré par l'opérateur *RTVE*, qui opère principalement au niveau national, aux côtés des organismes de radiodiffusion locaux/régionaux gérés par les communautés autonomes. La plupart de ces derniers (12) font partie de *la FORTA* et répondent aux besoins culturels et linguistiques des territoires de proximité. Le modèle espagnol diffère du modèle allemand par une plus grande décentralisation, un lien étroit avec les administrations régionales, et le financement (budget des différentes *comunidades autónomas*). L'offre radiophonique de *RTVE* comprend quatre chaînes nationales (*Radio Nacional*, *Radio Clásica*, *Radio 3*, *Radio 5*), qui couvrent tous les genres, une chaîne d'information régionale limitée à la Catalogne (*Radio 4*) et une chaîne destinée aux Espagnols résidant à l'étranger (*Radio Exterior de España*). Le secteur privé compte sept opérateurs, dont plusieurs sont également présents sur le marché de la télévision et de la presse. Parmi ceux-ci, les principaux groupes sont : *Prisa*, *Atresmedia*, *COPE*.

En Espagne, l'introduction de la radiodiffusion numérique DAB/DAB+ a rencontré, au fil des ans, des difficultés techniques, une résistance de la part de l'industrie et des institutions, ainsi que des problèmes économiques qui ont de fait réduit à néant les investissements initiaux. Au niveau national, on trouve 3 multiplex qui diffusent au total 18 services en mode DAB et 3 en DAB+, mais aucune fonctionnalité avancée telle que le texte, les images ou les guides de programmes n'est disponible (2 sont des diffuseurs exclusivement numériques).

En termes de pénétration, près de 5 % des récepteurs radio numériques vendus dans le commerce comprennent un récepteur DAB/DAB+. L'Association espagnole de l'automobile (*Anfac*), sur la base des immatriculations depuis 2020, a déclaré qu'en 2023, 3,640 millions de voitures en circulation devraient être équipées de récepteurs radio FM/DAB/DAB+.

En 2023, environ 22,6 millions de personnes écoutent quotidiennement la radio, soit 54,3 % de la population âgée de plus de 14 ans. Le temps d'écoute est tombé à 93 minutes. Les ressources économiques du secteur radiophonique (ressources publiques et recettes publicitaires) ont totalisé environ 735 millions d'euros en 2023 (+1,4 % par rapport à l'année précédente), avec une incidence sur l'écosystème audio-radio (radio, musique en streaming, podcasts/livres audio) de 63,1 %. Dans ce contexte, l'activité en ligne représente environ 380 millions d'euros, les services de streaming payants dépassant les 180 millions d'euros (+5,5 % par rapport à 2022).



La radiodiffusion en Espagne

Principaux indicateurs



Population

48,1 millions

PIB

(PIB / pop.)

1 462,1 milliards
d'euros
(30 400 €)

Début des émissions radio

14 juin 1924

Ressources radio

(Ressources / pop.)

705,1 millions €
(14,7€)

Ressources audio-radio

(Ressources / pop.)

1 136,3 millions €
(23,6 €)

TOTAL Radios

+2 000

Radios nationales

25

Radios PSM

(numérique uniquement)

5
(Radio Autonomiques e
Municipales 530)

radios DAB/DAB+

18

Lancement DAB/DAB+

1996
(test Cadena SER)

Multiplex

(nationaux + locaux)

3 (n.d.)

Couverture pop.

(autoroutes)

30 % de la
population

Récepteurs DAB/DAB+

(% en intérieur)

n.d.

Mesure audience

AIMC

Méthodologie

CAPI + CAWI + CATI
(+ recensement
à partir de fin 2024)

Écoute JM

(reach %)

24,1 millions
(57,4 %)

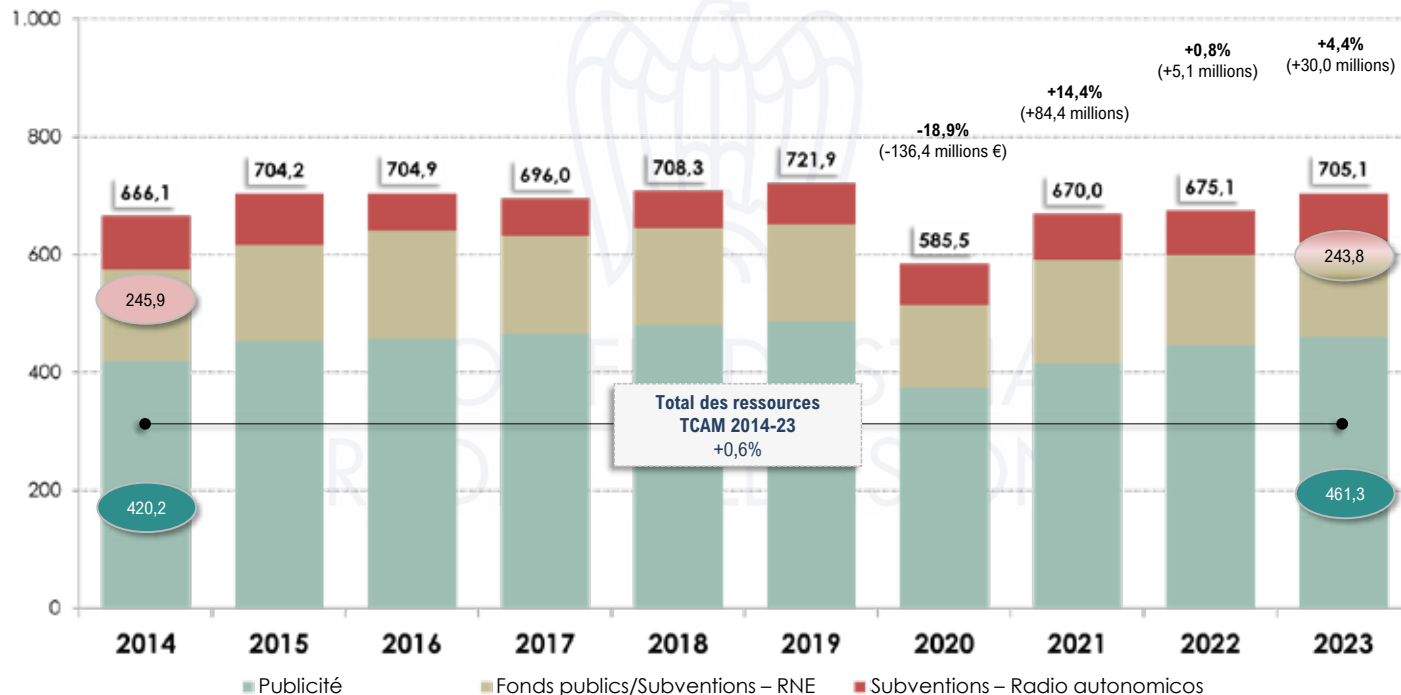
Durée d'écoute 7 jours

102 minutes

Ressources économiques de la radio en Espagne

Marché de la radio, national et local

Millions d'euros



Avant COVID
Δ2023-19
-2,3%
(-16,8 millions €)

PDM 2023

34,6%

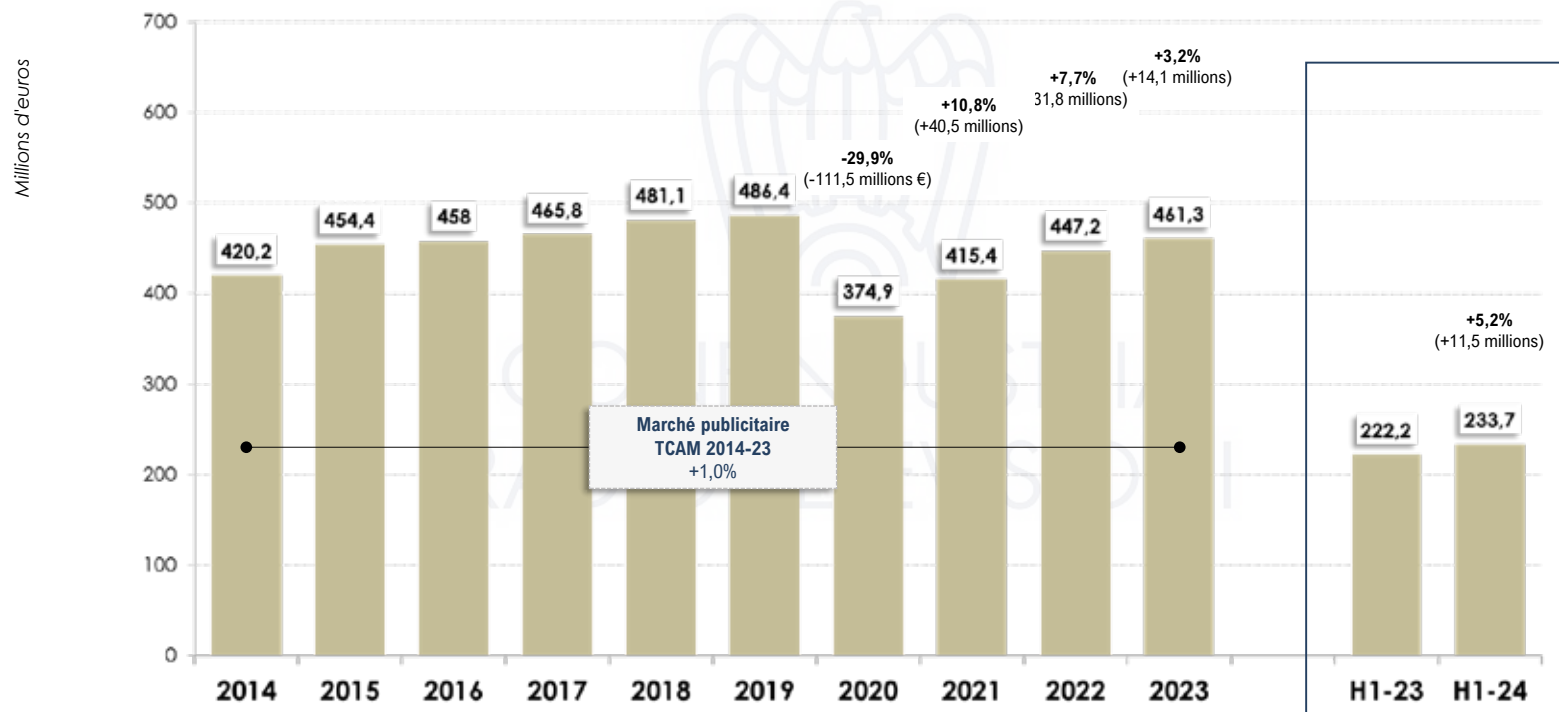
Redevance radio
+ Conventions

65,4%

Recettes
publicitaires

Ressources économiques de la radio en Espagne

Marché publicitaire, national et local

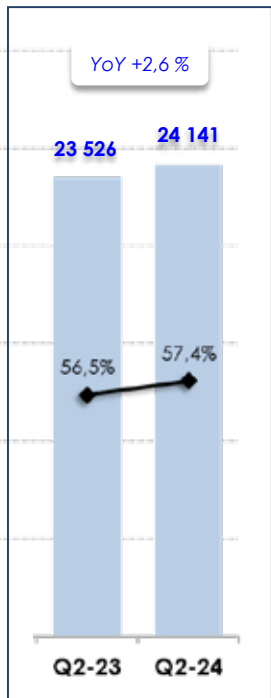
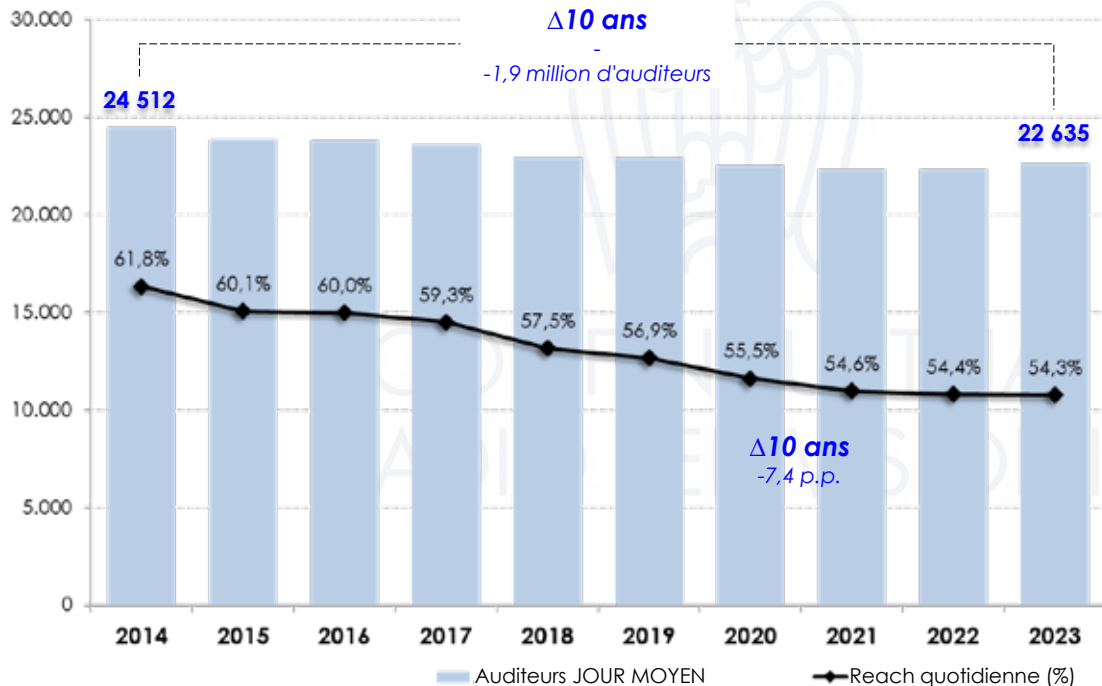


Avant COVID
 Δ2023-19
 -5,2%
 (-25,1 millions €)

Audience radio en Espagne

Écoute radio quotidienne (reach en millions et en %)

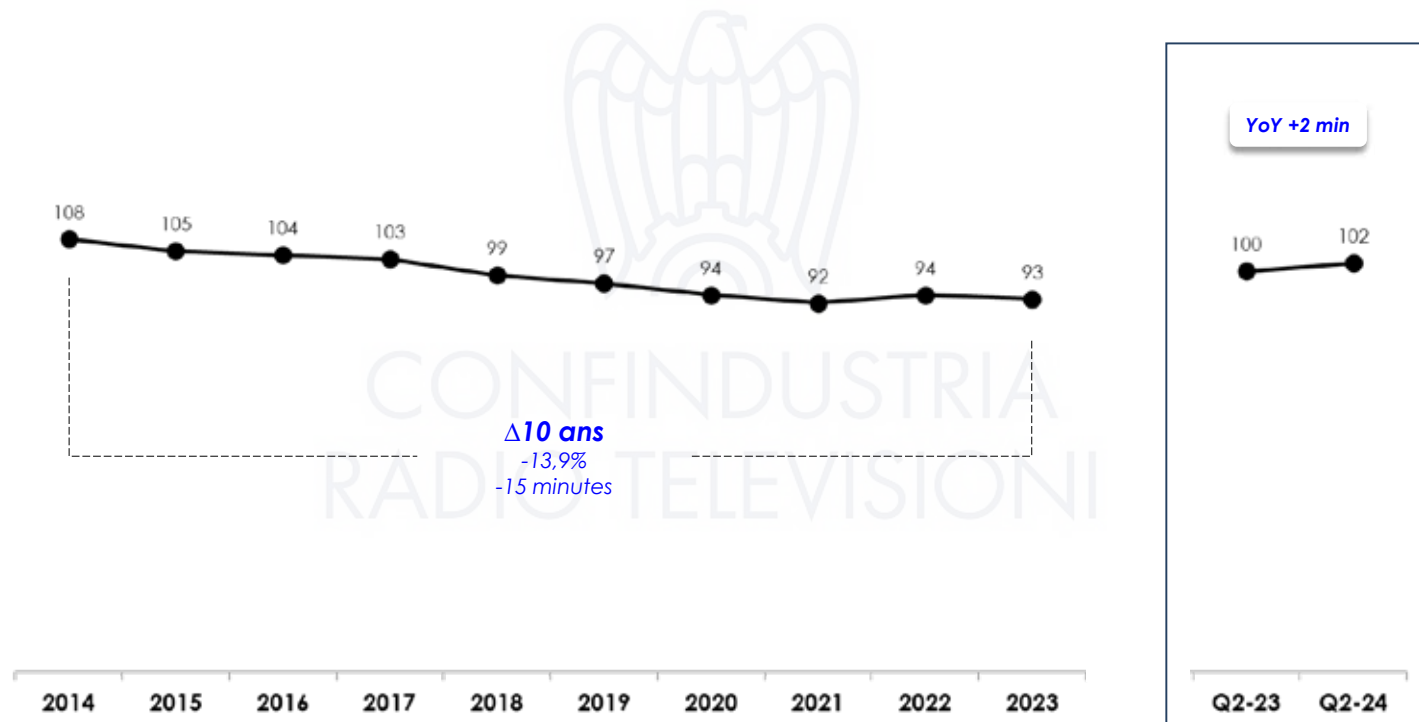
Milliers d'individus



Audience radio en Espagne

Temps moyen quotidien d'écoute radio (minutes)

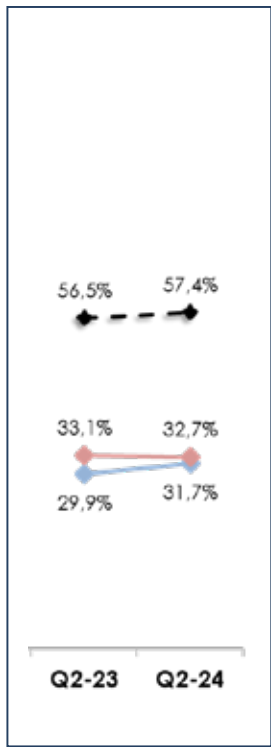
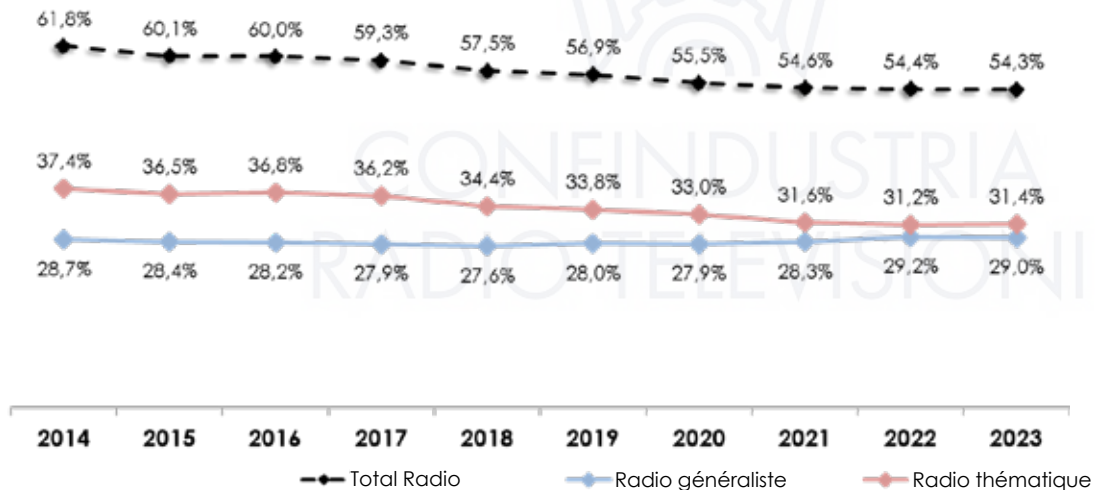
Minutes



Audience radio en Espagne

Écoute radio (reach quotidienne %)

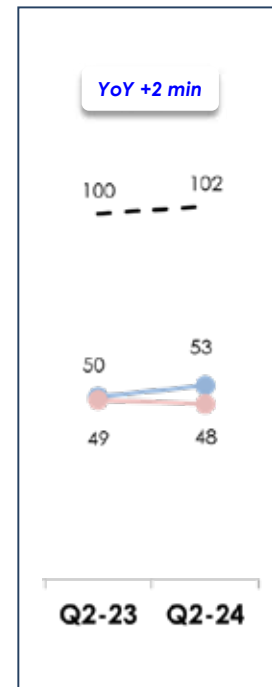
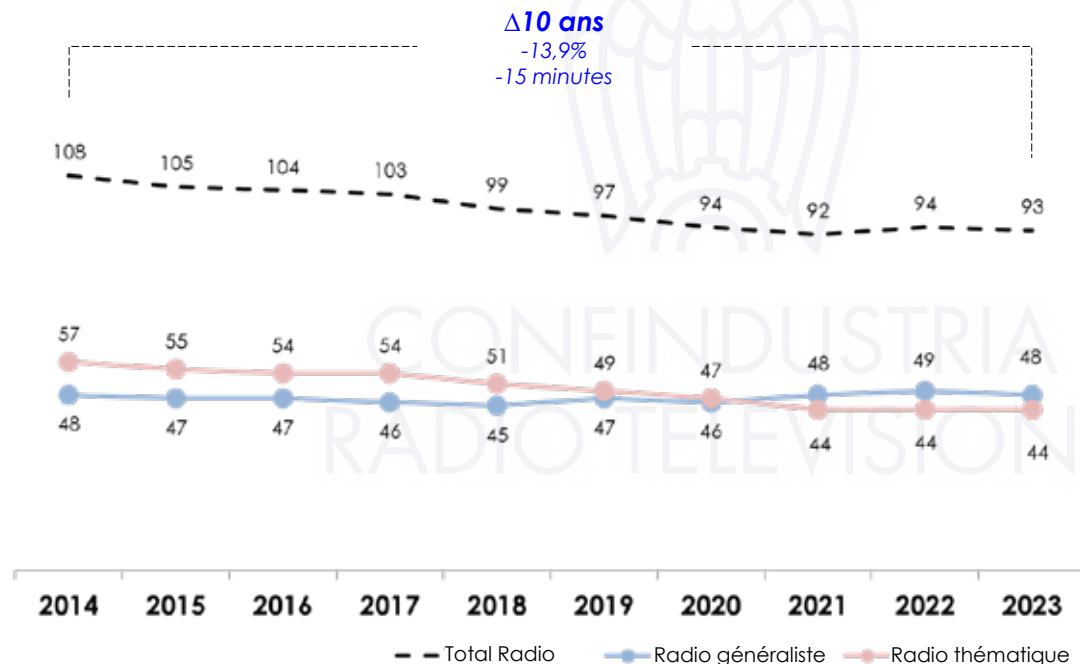
Reach (%)



Audience radio en Espagne

Temps moyen d'écoute radio quotidien (minutes)

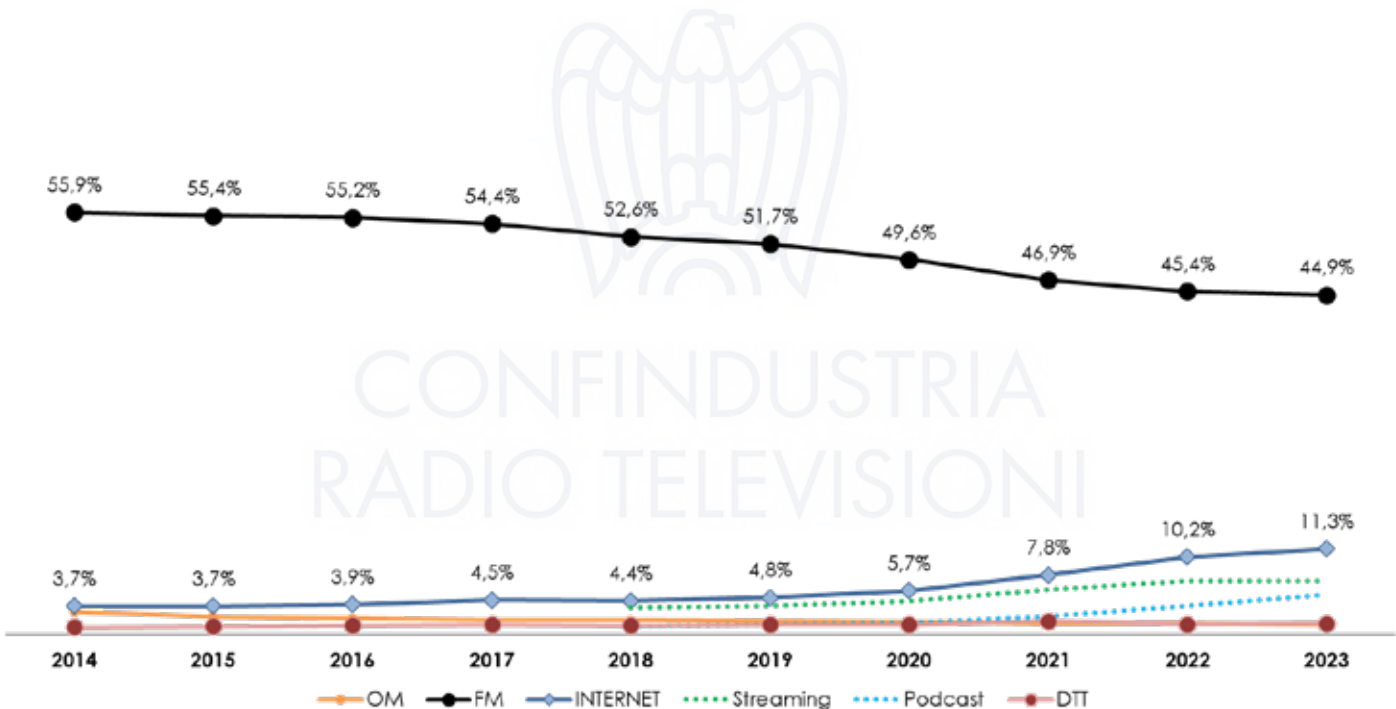
Minutes



Audience radio en Espagne

Écoute radio sur les principales plateformes (reach quotidienne %)

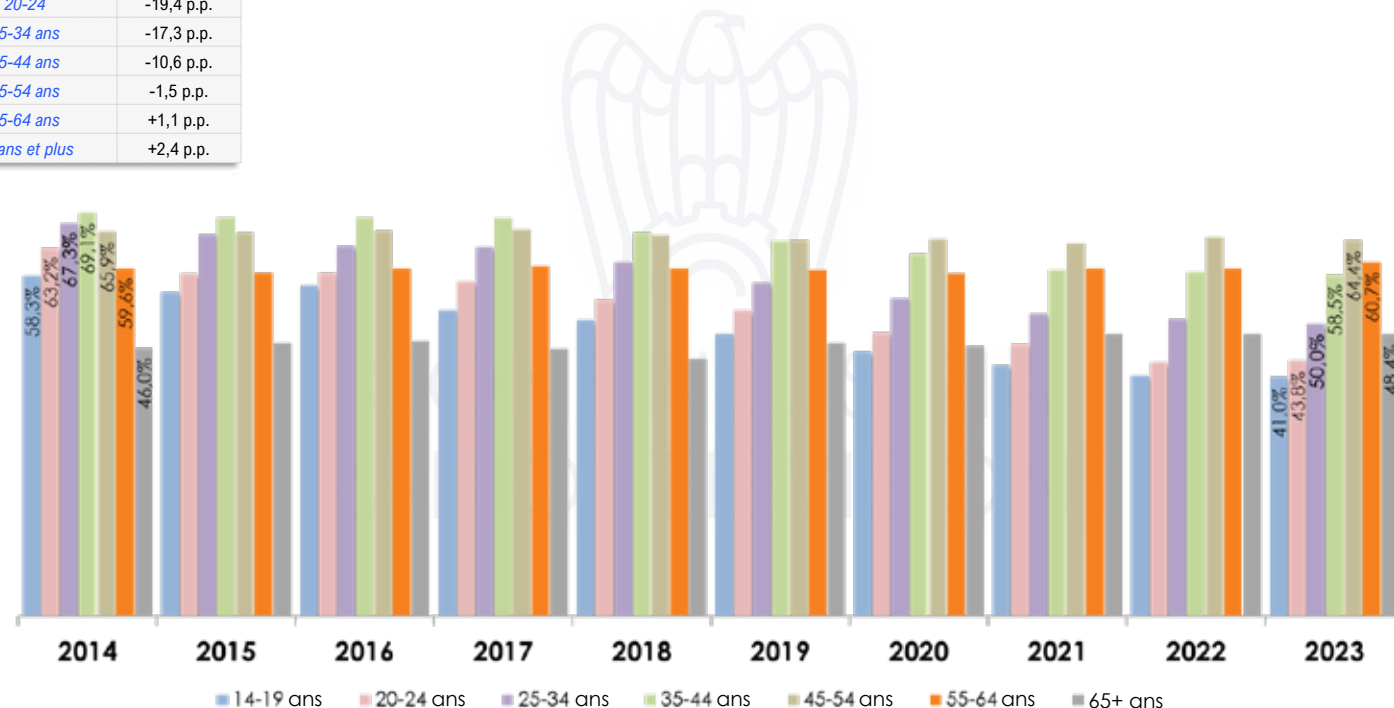
% Reach
quotidienne



Audience radio en Espagne

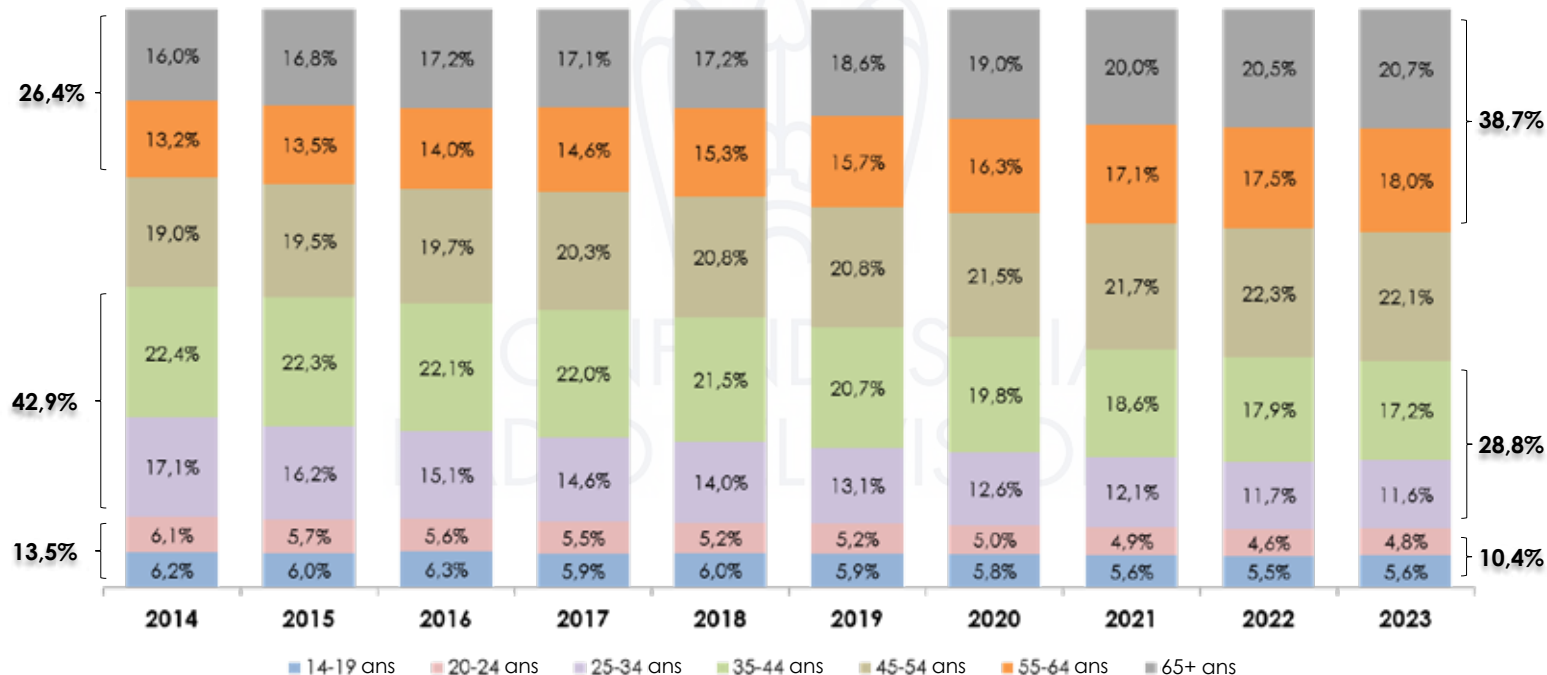
Écoute radio quotidienne par tranche d'âge (reach en %)

2014 - 2023	14-19	-17,3 p.p.
	20-24	-19,4 p.p.
	25-34 ans	-17,3 p.p.
	35-44 ans	-10,6 p.p.
	45-54 ans	-1,5 p.p.
	55-64 ans	+1,1 p.p.
	65 ans et plus	+2,4 p.p.



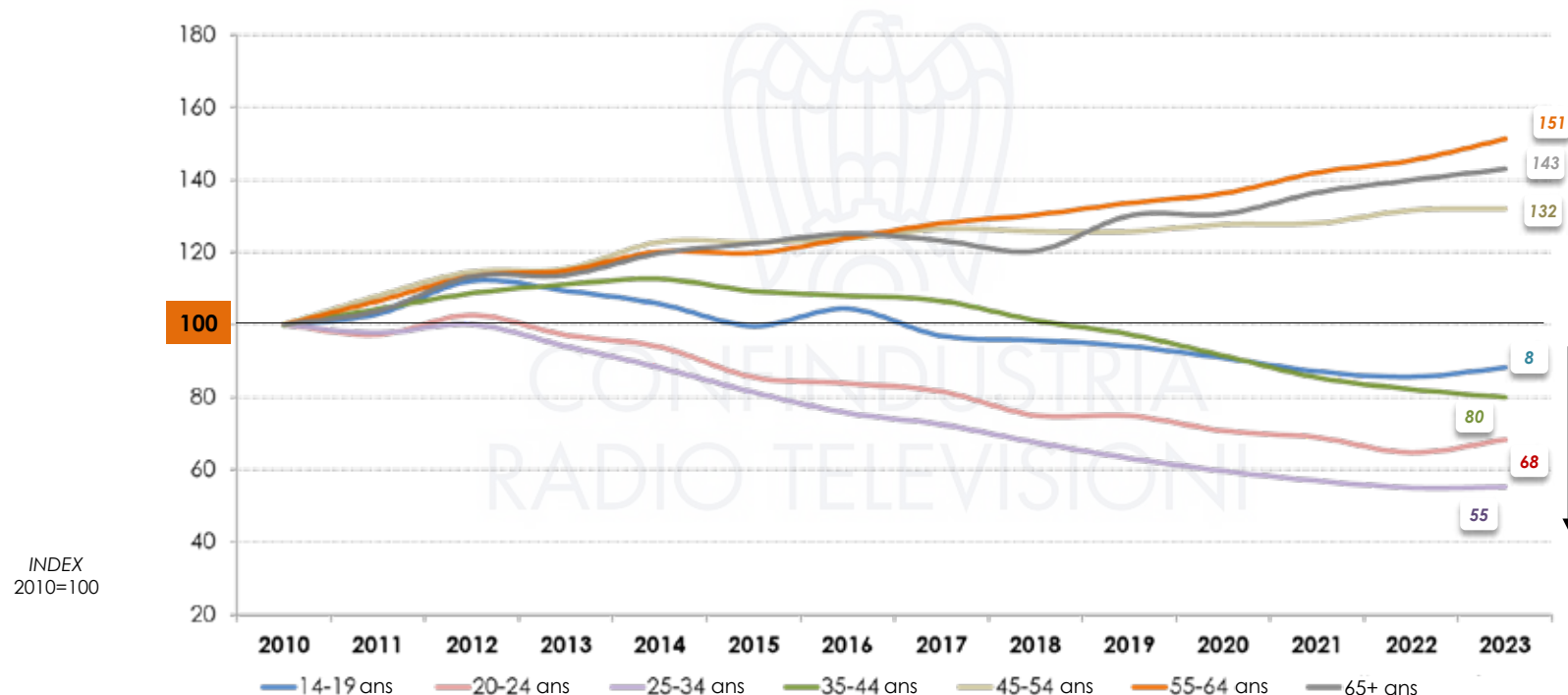
Audience radio en Espagne

Composition de l'audience radio par tranche d'âge (share %)



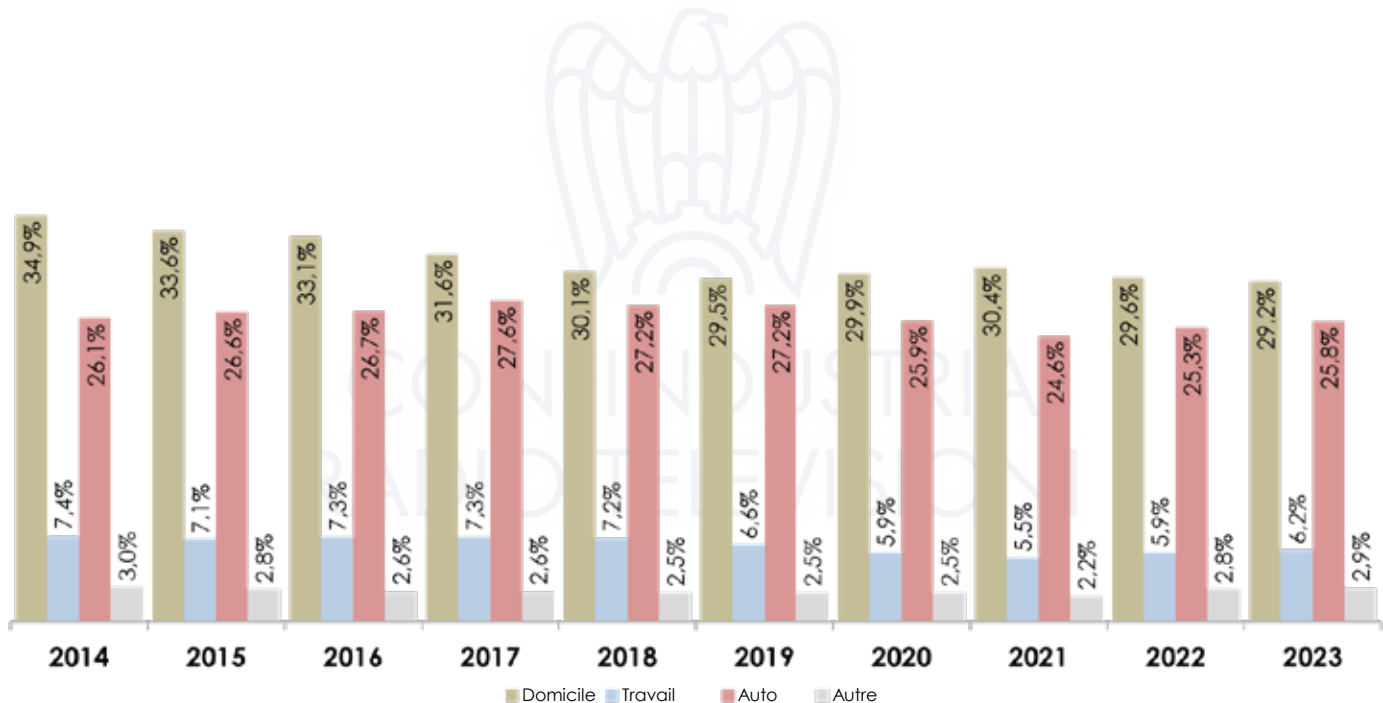
Audience radio en Espagne

Évolution de l'écoute par tranche d'âge



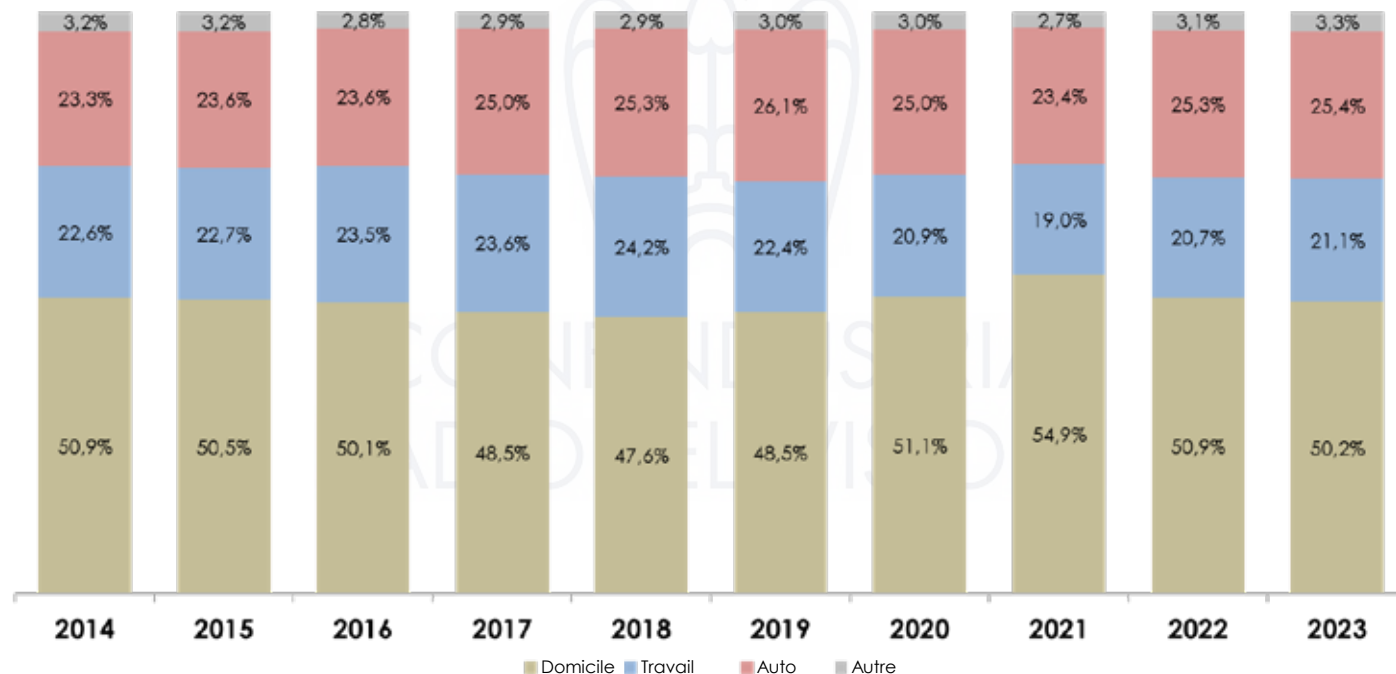
Audience radio en Espagne

Écoute radio quotidienne par type de lieu (Reach %)



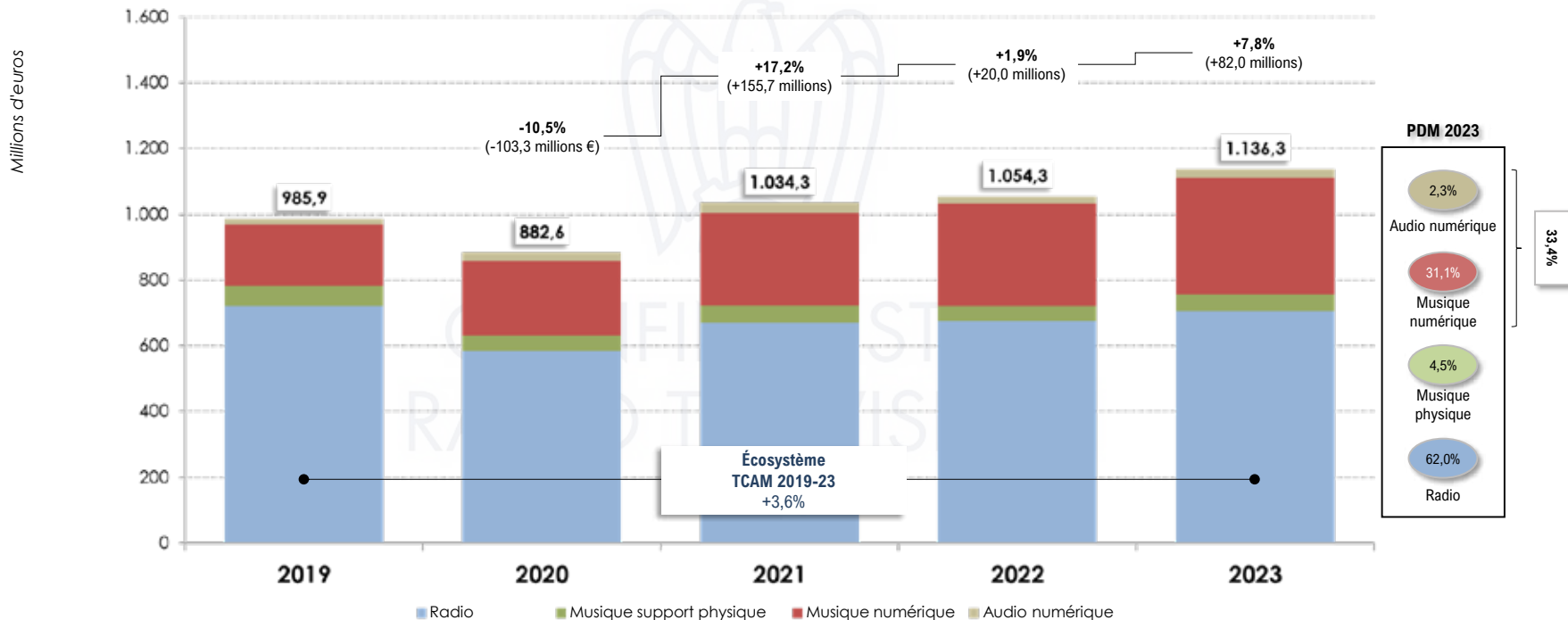
Audience radio en Espagne

Composition de l'audience radio quotidienne par type de lieu (share %)



Écosystème audio-radio en Espagne

Chiffre d'affaires des principaux segments



Écosystème audio-radio en Espagne

Comparaison des investissements publicitaires

Millions d'euros

