

Audiences radio : France Inter en tête, RTL recule, Europe 1 stoppe l'hémorragie

La radio publique séduit plus de 7 millions d'auditeurs, selon l'institut Médiamétrie. NRJ remonte la pente, tandis que France Info et France Bleu baissent.

Par Olivier Ubertalli



Publié le 20/04/2023 à 07h55



🕒 Temps de lecture : 5 min

Et le tiercé gagnant est... toujours France Inter, RTL et France Info ! Elles restent les stations les plus écoutées de France, selon les résultats de la mesure d'audience Ear de l'institut Médiamétrie pour le premier trimestre 2023 (janvier à mars). Autre confirmation, l'écoute de la radio continue de s'effriter : elle réunit désormais 39,7 millions de fidèles, soit environ 500 000 de moins qu'il y a un an.

Cet état du paysage radiophonique se révèle primordial pour les radios. Le mercato des médias a déjà débuté, comme le montre le récent transfert de Pascal Praud de RTL à Europe 1. En coulisse, dirigeants, animateurs et journalistes stars s'activent pour élaborer les prochaines grilles de programmes de rentrée. À France Inter, par exemple, la journaliste Sonia Devillers, qui animait jusqu'à l'année dernière *L'Instant M*, et a hérité cette année de *L'Invité de 9 h 10*, vingt minutes d'entretien quotidien, pourrait reprendre l'interview très stratégique et très suivie de 7 h 50, aujourd'hui menée par Léa Salamé. Des discussions ont lieu actuellement. « Nous sommes mi-avril, c'est encore trop tôt. Rien n'est arrêté pour le moment », nous précise Adèle Van Reeth.

4,6 millions d'auditeurs pour la matinale d'Inter

L'ancienne animatrice des Chemins de la philosophie sur France Culture, qui a pris la tête d'Inter en septembre dernier, va clore une saison en apothéose. Première radio du pays avec une matinale sans publicité très plébiscitée, France Inter passe pour la première fois le seuil des 7 millions d'auditeurs quotidiens (7 036 000 exactement). Elle profite sans doute de la vague contestataire actuelle en France. Son audience cumulée atteint 12,6 % (+ 0,1 point sur un an) et sa part d'audience 14,4 % (+ 0,5 point). « La radio a passé un cap. Cela montre aussi que le média radio n'est pas dépassé et qu'il est tourné vers l'avenir. La matinale élargie de Nicolas Demorand et Léa Salamé, avec Sonia Devillers, continue de porter toute l'antenne avec 4,6 millions d'auditeurs chaque jour », applaudit Adèle Van Reeth. Sur les supports numériques, France Inter revendique 1,9 million d'auditeurs quotidiens.

À LIRE AUSSI

Les très chers orchestres de Radio France

L'écart s'agrandit avec RTL, la première station privée qui souffre, à 10,1 % d'audience cumulée entre janvier et mars, soit un recul de 0,5 point et une part d'audience de 13,1 %, stable. La radio dirigée par Régis Ravanos, qui se refuse à tout commentaire, espère bien montrer sa puissance lors d'une prochaine mesure d'audience attendue d'ici à deux semaines. Cette dernière est automatique contrairement au « Ear » publié ce jeudi qui est déclaratif et réalisé à partir de sondages téléphoniques. Avec le départ de Pascal Praud, dont l'émission *Les Auditeurs ont la parole* attirait environ 700 000 auditeurs à l'heure du déjeuner, la filiale de M6 doit réaménager sa grille à la rentrée. Les noms d'Éric Brunet et de Thomas Sotto sont évoqués pour le remplacer.

La réforme de France Info et France Bleu

En troisième position, France Info chute, avec une audience cumulée de 8,9 % (- 1 point) et une part d'audience de 5 % (- 0,7 point). Surprenant. Car s'il y avait une actualité chargée l'année dernière avec l'élection proutidentielle et le début de la guerre en Ukraine, elle le reste, que ce soit avec la réforme des retraites en France, le conflit qui se poursuit en Ukraine et les tensions avec la Chine. Ancien de RTL, le directeur d'Info, Jean-Philippe Baille, va devoir trouver de nouvelles idées pour rebondir dans les prochains mois. D'autant que Marc Fauvelle, chargé de la matinale depuis 2018, pourrait arrêter la saison prochaine. NRJ, quatrième, revient dans la course avec 100 000 âmes en plus et se rapproche du podium, sur lequel elle a figuré durant des années. Elle atteint 8,2 % d'audience cumulée et 6,9 % de part d'audience. Les autres radios musicales sont à la peine, concurrencées par les plateformes de streaming Spotify et Deezer, à l'image de Skyrock, qui perd 0,4 point à 5,8 % d'audience cumulée.

À LIRE AUSSI

« Il n'y a pas de blacklist à France Info »

RMC, la radio du groupe Altice de Patrick Drahi, clôt une vague plutôt positive, avec les bons résultats d'Apolline de Malherbe en matinale et d'Estelle Denis à midi. Presque stable en audience cumulée, à 5,6 % (- 0,1 point), la radio progresse en part d'audience, à 5,5 % (+ 0,3 point). Suivent Nostalgie (5,5 % d'audience cumulée) et France Bleu qui reste dans le dur avec - 0,7 point en audience cumulée (4,9 %), soit tout de même une perte de 400 000 fans en un an, et - 0,5 point de part d'audience (5 %). Les poursuivants sont RTL2 (3,8 % d'audience cumulée), Fun Radio (3,2 %), RFM et Chérie (chacune à 3,1 %). Secouée par la récente démission de sa directrice emblématique, Sandrine Treiner, dont le management a été critiqué en interne, France Culture baisse à 3 % (- 0,2 point). Europe 2 et Rire et Chansons sont respectivement à 2,4 % et à 2,2 % d'audience cumulée. Radio Classique, qui appartient au groupe LVMH et où officie Guillaume Durand, reste stable, à 1,7 % d'audience cumulée, soit 971 000 fidèles, 60 000 de plus que la station publique France Musique qui dispose de six fois plus d'émetteurs.

Europe 1 se stabilise

La bonne nouvelle du bas de classement vient d'Europe 1, la radio du groupe Lagardère en cours de rachat par Vivendi. Si son audience reste très faible – souvenons-nous qu'elle fut naguère la première radio de France ! –, elle stoppe enfin l'hémorragie. Son audience cumulée est stable sur un an, à 3,9 %, soit environ 2,16 millions de fidèles, tandis que sa part d'audience régresse de 0,5 point, à 3,2 %. Les émissions *Culture Media* de Philippe Vandel (9 heures-11 heures) et *Hondelatte raconte* (14 heures-16 heures) progressent notamment. Mais la matinale de Dimitri Pavlenko, si elle s'améliore par rapport à fin 2022, reste quatre fois moins puissante que celle de France Inter, avec 1,12 million d'auditeurs cumulés, soit près de 900 000 de moins qu'il y a un an.

Evolution de la radio en France en janvier - mars 2023

¹⁰ La composition des Indés Radios figure en page 7

	Janvier - Mars 2023			Novembre - Décembre 2022			Janvier - Mars 2022		
	AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %	AC %	DEA h/mn	PDA %
RADIO EN GÉNÉRAL	71,4	2h36	100,0	71,1	2h36	100,0	72,6	2h38	100,0
Programmes généralistes	32,6	2h21	41,2	32,2	2h19	40,4	33,4	2h22	41,4
Dont									
EUROPE 1	3,9	1h32	3,2	3,6	1h28	2,9	3,9	1h47	3,7
FRANCE BLEU	4,9	1h54	5,0	4,9	1h52	5,0	5,6	1h53	5,5
FRANCE INTER	12,6	2h07	14,4	12,4	2h05	14,0	12,5	2h08	13,9
RMC	5,6	1h48	5,5	5,8	1h50	5,8	5,7	1h44	5,2
RTL	10,1	2h24	13,1	10,3	2h18	12,8	10,6	2h22	13,1
Programmes musicaux	31,2	1h44	29,2	31,4	1h45	29,7	32,1	1h42	28,5
Dont									
CHERIE FM	3,1	1h22	2,3	3,0	1h31	2,5	3,1	1h21	2,2
EUROPE 2 *	2,4	1h06	1,4	2,5	1h07	1,5	2,8	1h07	1,6
FUN RADIO	3,2	1h22	2,3	3,4	1h30	2,7	3,5	1h15	2,3
M RADIO	1,0	1h32	0,8	1,0	1h29	0,8	ND	ND	ND
NOSTALGIE	5,5	1h41	5,0	5,5	1h40	5,0	5,5	1h36	4,6
NRJ	8,2	1h34	6,9	7,4	1h28	5,9	8,1	1h28	6,2
RFM	3,1	1h25	2,4	3,6	1h32	3,0	3,1	1h35	2,5
RIRE ET CHANSONS	2,2	0h55	1,1	2,1	0h58	1,1	2,2	0h50	1,0
RTL2	3,8	1h17	2,6	4,0	1h20	2,9	3,9	1h27	2,9
SKYROCK	5,8	1h08	3,6	5,6	1h06	3,4	6,2	1h10	3,8
Programmes thématiques	14,2	1h29	11,3	14,8	1h29	11,9	15,7	1h30	12,3
Dont									
FRANCE CULTURE	3,0	1h33	2,5	3,1	1h45	3,0	3,2	1h37	2,7
FRANCE INFO	8,9	1h03	5,0	9,2	1h02	5,2	9,9	1h06	5,7
FRANCE MUSIQUE	1,6	1h49	1,6	1,8	1h46	1,8	1,8	1h45	1,6
RADIO CLASSIQUE	1,7	1h51	1,7	1,7	1h37	1,5	1,8	1h49	1,7

En prévision du feu vert de Bruxelles au rachat de Lagardère, attendu d'ici à la mi-juin, Vivendi s'annonce d'ores et déjà très actif sur le mercato. Il se réserve des surprises pour dopper l'audience et réduire les pertes financières d'Europe 1, comme il l'a fait avec ITélé devenue CNews... En coulisse, il se murmure que Pascal Praud devrait hériter d'un poste de dirigeant, a priori de directeur des programmes d'Europe 1. « Europe 1 ne peut plus être une chaîne généraliste. Vivendi doit proposer un projet global, et changer la logique marketing en inventant un format unique qu'on n'écoute pas ailleurs », explique un expert de la radio, sous couvert d'anonymat. Une radio d'opinion tranchée par exemple ?

LA RÉDACTION DU POINT VOUS CONSEILLE

● [Mais que se passe-t-il au quotidien « Les Échos » ?](#)

● [France Culture, la radio qui monte, qui monte](#)

MÉDIAS

ÉCONOMIE

22 Commentaires

Par trets le 20/04/2023 à 13:28

À zioup, tout a fait d'accord avec vous, la matinale d'E1 est intéressante dès 5h du matin pour ceux qui se lèvent tôt (Alexandre Le Mer et Omblin Roche) ensuite avec Dimitri Pavlenko, Nicolas Bouzou sur l'économie les piges des journalistes du figaro sur la politique avec Alexis Brezet, Sonia Mabrouck et Gaspard Proust.

Par Femme libre le 20/04/2023 à 13:25

France inter ne doit son audience qu'à l'absence de publicité, pas à l'inculture de Salamé qui se permet cependant de couper la parole aux interlocuteurs plus réfléchis.

Par Orthographe le 20/04/2023 à 12:46

Vous êtes sûr ? J'ai justement cessé d'écouter Inter à cause de ladite publicité, chaque fois annoncée par un " à suivre" horripilant...