



**Le radiophile**

*Patrick Jaquin, responsable du service de la communication, UER*



# Le radii

**Patrick Jaquin**

*Responsable du service de la communication, UER*



# Opophile

## Portrait robot du Français radiophile

Médiamétrie\* vient de sortir pour la France une étude « deux en une » (la 75000 Premium) où il est possible – c'est une première – de décrypter, jusque dans les moindres détails, les comportements des auditeurs et leurs habitudes de consommation.

On y apprend que la tribu des « radiophiles » se compose entre autres des 85% des 13-ans-et-plus qui écoutent la radio un jour en semaine, de ceux qui roulent en break monospace, jouent au football ou partent en vacances l'hiver au soleil.

À l'origine de ces informations se trouve, d'une part, un panel radio étudiant le comportement des auditeurs sur trois semaines, comportant plus de 300 cibles passées au crible : revenu, patrimoine, loisirs, temps libre, musique, achats, équipements du foyer, centres d'intérêt et, d'autre part, pour la

première fois en 2004, ces informations « Premium » du panel ont été fusionnées avec celles de la 75000+. C'est cette nouvelle étude, la 75000 Premium, qui délivre ces informations inédites sur les auditeurs.

### Bobo\*\*

Exemple ? Plus de 90 % des personnes à bon niveau de vie<sup>1</sup> et presque autant parmi les détenteurs de crédits immobiliers ou d'actions en Bourse écoutent la radio. Les amateurs de radio disposent de plus d'argent... mais comment le dépensent-ils ?

90 % des automobilistes ont allumé leur radio en semaine, alors qu'ils ne sont que 76 % parmi les piétons... 9 conducteurs de break monospace et de coupé décapotable sur 10 écoutent la radio un jour en semaine, mais moins longtemps (2 heures 30) que ceux qui conduisent des berlines (plus de 3 heures).

### Auto, loisirs, radio

L'écoute de la radio dépend de l'âge du conducteur, mais aussi de celui du véhicule. Plus la voiture est récente, plus on écoute : près de 90 %, contre 84 % pour ceux dont la voiture date de plus de trois ans. Cela est logique, puisqu'il est désormais difficile d'acheter un véhicule sans autoradio !

L'enquête permet aussi de connaître les tranches horaires et les stations écoutées ou pré-programmées par ces conducteurs radiophiles.

Les radiophiles consacrent également un budget plus important aux loisirs. Les vacanciers, particulièrement ceux qui séjournent en hiver au soleil et, plus encore, les heureux « récidivistes » qui partent plus de deux fois par an en France ou à l'étranger, font partie des radiophiles invétérés. Quand ils ne sont pas en vacances, beaucoup sortent : 90 % des amateurs de spectacles (concert, théâtre, opéra, danse), de musées, de rencontres sportives, ou encore des « habitués du cinéma »<sup>2</sup>, écoutent la radio un jour en semaine.

### Consommateurs

Être fidèle à la radio n'empêche pas de se servir d'une console de jeux ou d'un ordinateur. Au contraire ! 9

En dix ans, la radio a gagné plus de 4 millions d'auditeurs sur un jour en semaine, passant de 36 millions en septembre-octobre 1994 (79,2% d'AC auprès des 15-ans-et-plus) à plus de 40 millions sur la même période en 2004 (84,2%). La courbe d'audience quart d'heure par quart d'heure en semaine a

gardé la même forme. Le pic matinal s'est légèrement décalé, traduisant sans doute un petit différé dans l'heure de réveil des Français. L'audience de l'après-midi, entre 13h et 17h, est plus importante grâce aux auditeurs, plus nombreux, qui allument leur poste de radio au travail ou en voiture.

Sept.-oct. 1994  
Sept.-oct. 2004

Pic d'audience de 7 heures 30 à 8h. Il se décale d'une demi-heure



Audience quart d'heure par quart d'heure (%), 15-ans-et +, lundi-vendredi, 75000 + Médiamétrie

personnes sur les 10 qui ont acheté plus de 6 CD-Rom, jeux vidéo ou DVD au cours des douze derniers mois, ou plus de 5 CD musicaux au cours des trois derniers mois, ont aussi écouté la radio un jour en semaine.

\* Article tiré des conclusions de l'enquête 75000 Premium

\*\* Bourgeois bohème

- 1) Personnes dont les revenus du foyer sont supérieurs à 3000 euros par mois.
- 2) Personnes allant au cinéma au moins une fois par mois.

Contact : Lorène Verdeil, Médiamétrie  
Tél : +33(0)1 47 58 97 05  
lverdeil@mediametrie.fr