

France : la radio réveille

Patrick Jaquin, responsable adjoint du service de la communication



RADIO

© philippe.juttens@ebu.ch

La radio

reveille

Patrick Jaquin
Responsable adjoint du service de la communication

La radio est plus que jamais présente au chevet des Français

En France, un auditeur sur deux écoute la radio en semaine avant 07h30, alors qu'il faut attendre 14 h avant que la moitié des téléspectateurs ait allumé la télé.

37% des auditeurs ont leur tout premier contact avec les ondes radio dans le quart d'heure qui suit leur réveil et beaucoup préfèrent le son familier de leur station à la sonnerie du réveil : les trois quarts des foyers sont équipés d'un radio-réveil et certains en possèdent plusieurs puisqu'il y a, en moyenne, 1,3 radio-réveil par habitation.

Auditeurs matinaux

Selon une enquête Médiamétrie*, il existe un groupe de personnes, bapti-



sées « auditeurs du réveil », qui déclarent avoir écouté la radio dans le quart d'heure suivant leur réveil. Les auditeurs qui constituent cette population forment tout de même près d'un tiers des Français et présentent bon nombre de caractères communs.

Tout d'abord, ils sont particulièrement matinaux : presque tous ont déjà allumé leur radio avant 8h15. Sans eux, les courbes d'audience de la radio suivraient un tracé plus... assoupi.

En semaine, plus de la moitié des 13-ans-et-plus sont réveillés avant 7h15. Deux tiers des Français de 13 ans et plus se réveillent entre 6h et 8h30 en semaine.

Si l'on observe l'heure moyenne de réveil pendant la semaine, les jours les plus matinaux sont les mardis, jeudis et vendredis (7h12). À l'inverse, la moyenne la plus tardive apparaît le mercredi et, dans une moindre mesure, le lundi.

Ce qui est logique, si l'on considère que le taux d'activité reste plus faible ces jours-là. Il suffit de regarder l'heure de réveil des actifs qui vont travailler par rapport aux actifs qui n'y vont pas : 6 h 49, dans le premier cas, 7h54 dans l'autre. Ceux qui ne vont pas travailler s'accordent une bonne heure de répit. Ces variations se traduisent évidemment sur la courbe d'audience. Les « auditeurs du réveil » sont donc, en semaine, des lève-tôt ; et les similitudes ne s'arrêtent pas là.

Le portrait robot des auditeurs du réveil montre que ce sont plutôt des hommes entre 35 et 49 ans, actifs, appartenant aux CSP+, urbains, habitants de l'agglomération parisienne en particulier. S'ils branchent la radio plus tôt, les « auditeurs du réveil » l'écoutent aussi plus longtemps, une demi-heure de plus que les autres en moyenne, soit 2 heures 55 contre 2 heures 25. Et – ce n'est pas une surprise –, s'ils pèsent pour un gros tiers des auditeurs de la journée

(37%), ils constituent aussi 43% du bataillon des gros consommateurs de radio. Ces radiophages se branchent aussi plus souvent sur leur tuner au cours de la journée.

Zappeurs aussi

Rien d'étonnant donc à ce qu'ils zappent sur plus de stations : 1,8 sur un jour moyen de semaine entre 5h et 17h30, contre 1,6 pour les autres auditeurs.

Le week-end, c'est évidemment une autre histoire. L'étude révèle à quelle station ils prêtent l'oreille le matin au

saut du lit. Près de la moitié d'entre eux (45,6%) écoutent une station généraliste, mais, pour un tiers (32,6%), ils se réveillent aux rythmes d'une radio musicale. Les thématiques (France Info, par exemple) sont choisies par plus d'un auditeur sur dix. Et 9% préfèrent une radio locale.

En résumé, on peut définir l'« auditeur du réveil » comme un Monsieur Plus : il se lève plus tôt, écoute la radio plus longtemps, plus souvent et se branche sur un plus grand nombre de stations. Le monde appartiendrait-il à ceux qui se lèvent tôt en écoutant la radio ? Ces « auditeurs du réveil » constituent,



en tout cas, des clés pour l'économie radiophonique.

Jeunes accros

Les 13-24-ans constituent la population la plus « accro » à la radio. Ils sont 91,6% à écouter la radio en semaine, contre 83,7% de l'ensemble des 13-ans-et-plus. Cette forte addiction a des répercussions sur leur équipement en postes de radio.

La présence d'un 13-24-ans dans un foyer constitue un formidable catalyseur d'équipement radiophonique. Alors qu'on dénombre en

moyenne 5,6 appareils permettant de recevoir la radio dans un foyer français, l'équipement passe à 7,6 appareils dans les foyers comptant un individu âgé de 13 à 24 ans.

Non seulement les jeunes sont ainsi moteurs dans l'équipement radio, mais leur influence s'étend sur la qualité des appareils de réception : ainsi, alors que 75,9% de l'ensemble des 13-ans-et-plus disposent d'un appareil programmable, cette proportion atteint 87% chez les 13-24-ans.

Le poste sur lequel ceux-ci écoutent principalement la radio est la chaîne

hi-fi (pour 50,4 % d'entre eux), tandis que le traditionnel radio K7 ou radiolecteur de CD constitue un relais radiophonique privilégié pour 22,5%. Quant au baladeur, il semble dévolu à l'écoute de CD. En effet, les 13-24-ans ne l'utilisent pas prioritairement pour capter la radio (seuls 3,4 % en font leur poste principal d'écoute).

** Enquête Médiamétrie réalisée de janvier à mars 2003 auprès de plus de 18 000 Français de 13 ans et plus dans le cadre de l'enquête 75 000 + Radio.*