



CESP

ETUDE D'AUDIENCE EAR>NATIONAL

SYNTHESE DE L'AUDIT



SAISON RADIO 2024-2025

SYNTHESE DE L'AUDIT SUR L'ETUDE EAR>NATIONAL SAISON RADIO 2024-2025

A la demande du marché, le CESP audite en continu deux des études utilisées par le marché pour l'achat des espaces publicitaires de la radio en France, l'étude EAR>National et l'étude EAR>Insights.

Le présent audit traite de l'étude EAR>National qui est exclusivement consacrée à la mesure de l'audience des stations au niveau national et sert au médiaplanning pour le volume d'audience quotidien de chaque support (chaque quart d'heure d'une station radio). Il a porté sur la saison Radio 2024-2025, la méthodologie mise en place par Médiamétrie, la réalisation du terrain de l'étude, ainsi que les résultats d'audience de la radio des quatre vagues de la saison.

Comme dans ses audits précédents, le Comité Scientifique du CESP souligne la qualité de l'étude EAR>National tant dans son déploiement que dans les traitements des données recueillies.

A partir de ses différents contrôles et analyses conduits sur la saison radio 2024-2025,

Le CESP considère satisfaisant :

- La qualité de l'échantillon :
 - o une bonne dispersion géographique
 - o une bonne répartition des interviews par année de naissance
 - o une bonne répartition socio-démographique de l'échantillon par jour nommé
- La qualité des formations qui garantit une homogénéité du travail des enquêteurs, notamment avec la mise en place de formations spécifiques et individualisées.
- L'encadrement des enquêteurs et le suivi de leur travail par les contrôleurs de Médiamétrie.

Le Comité Scientifique recommande de :

- Explorer les pistes méthodologiques qui permettraient de dissocier l'audience *live* du *replay* et des *podcasts* dans les résultats fournis au marché.
- Au vu des problèmes de joignabilité croissants dans les enquêtes téléphoniques, mener des réflexions sur l'évolution des modes de recueil.

Le CESP souligne aux utilisateurs que :

- La mesure n'est pas continue et est interrompue les 15 Jours de Moindre Activité, du 24 au 29 décembre et la période de juillet à août 2025.
- Concernant les usages médiaplanning, pour exploiter les JMA, il serait nécessaire de modifier le mode de fonctionnement de l'achat radio qui repose actuellement sur les jours nommés. En effet, dans les outils, les JMA sont considérés comme des jours de semaine Lundi-Vendredi alors que leur audience se rapproche plus de celle du week-end.

Le Comité Scientifique,
7 octobre 2025

