

PANORAMA

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine

Résultats des 3^e et 4^e trimestres 2021
pour la télévision et de l'année 2021 pour la radio

En partenariat avec



Réalisé par



Juin 2022

SOMMAIRE

/01 RÉSULTATS POUR LA TÉLÉVISION

/02 RÉSULTATS POUR LA RADIO

Edito (1/2)

L'Arcom et ses partenaires vous présentent les résultats de l'observatoire de l'équipement pour l'année passée, qui comprend les données du second semestre 2021 pour la télévision et de l'année 2021 pour la radio.

L'observation des équipements intéresse l'Arcom à plusieurs titres. Elle permet d'alimenter des analyses économiques, compte tenu de l'importance croissante des données collectées pour le ciblage publicitaire et du rôle déterminant des terminaux dans l'accès à cette ressource, ou, d'un point de vue plus technique, de mieux appréhender l'influence des équipements sur le choix de contenus des usagers.

Le présent document constitue surtout **un outil extrêmement utile de suivi des évolutions sectorielles**. Les équipements, qui assurent l'interface de connexion entre les utilisateurs et les services audiovisuels, ont en effet cette double propriété de répondre aux attentes des consommateurs et d'initier les changements d'usages qui sont à l'œuvre. Les fonctions largement renouvelées et élargies de certains équipements, comme les *smartphones*, permettent par exemple un accès individuel en mobilité à l'offre audiovisuelle, de nature à modifier le rapport social aux contenus.

A cet égard, les évolutions propres à l'année 2021 sont principalement liées aux effets de la crise sanitaire. Cette crise a eu des effets de transformation ou d'accélération non négligeables sur les modes de consommation des contenus, qui se sont orientés *vers la vidéo à la demande par abonnement*. Lors du troisième confinement du mois d'avril 2021, elle concernait mensuellement 9,2 millions d'utilisateurs, contre 8,7 en décembre de la même année, suite à l'abandon progressif des mesures restrictives, chiffre en progression par rapport à fin 2020.

Les résultats de l'observatoire constituent par ailleurs une **confirmation des tendances relatives aux modes de réception de la télévision**, principalement portées par *l'accélération du déploiement de la fibre*, qui touchent le secteur.

Depuis 2016, date du croisement des courbes entre la réception ADSL ou fibre et TNT, la réception de l'offre télévisuelle par internet est majoritaire.

La croissance de la réception par internet (IPTV) se confirme l'année dernière pour atteindre un taux de pénétration des foyers équipés d'un téléviseur de 62,9 % (+ 2,4 points sur un an - avec une part de plus en plus importante de connexion permise par la fibre), alors que la réception hertzienne terrestre continue sa baisse (48,7 % en 2021, -3,8 points sur un an).

Cette tendance impacte notamment le *maillon de la distribution*. Même si l'accès aux contenus est assuré très majoritairement par les fournisseurs d'accès à internet (FAI) grâce aux offres *triple play* (82 % des foyers équipés d'un téléviseur connecté disposent d'une box FAI), l'accès à une réception connectée directement sur le téléviseur se développe (le parc de TV HbbTV a atteint 7,3 millions en 2021, soit +2,7 millions en un an), portée par la hausse du taux de pénétration des *smart TV* (+5 points). Cette évolution vers une solution alternative de l'internet géré fait intervenir de nouveaux intermédiaires (constructeurs, systèmes d'exploitation).

Les usages évoluent eux-mêmes par le développement de téléviseurs multifonctions donnant accès à plusieurs usages, comme les consoles de jeux.

/ Edito (2/2)

Comme en 2020, les usages les plus plébiscités sur le téléviseur connecté, autres que la consommation linéaire, demeurent le visionnage de contenus vidéo en OTT (sur des services de vidéo à la demande par abonnement, ou des plateformes de partage de vidéos) et la télévision de rattrapage. Le premier est particulièrement répandu sur les *Smart TV* et via les boîtiers OTT, le décodeur TV des FAI reste quant à lui privilégié pour le second.

On observe plus généralement la progression de la consommation de contenus, linéaires ou non, *ne nécessitant pas nécessairement un téléviseur*. A cet égard, la part des foyers ne disposant pas de téléviseur progresse de 2,5 points en 3 ans. Au sein de ces foyers, la personne de référence du foyer a, dans 71,1 % des cas, moins de 49 ans.

Ces évolutions se combinent avec la capacité de **résistance des modalités de réception traditionnelles**.

S'agissant de la télévision, malgré une diminution légère et continue, le téléviseur demeure l'écran le plus répandu dans les foyers, avec un taux de pénétration de 90,9 % des foyers fin 2021, devant l'ordinateur (85,8 %), le *smartphone* (79,7 % des 11 ans et plus) et enfin la tablette (46,3 % des foyers).

Si le taux de réception TNT connaît une érosion dans le temps, il l'est de manière hétérogène selon les territoires - l'Ile-de-France influant fortement sur la moyenne nationale - et selon les profils. La plateforme TNT constitue ainsi toujours l'unique mode de réception pour 20,5 % des foyers équipés en téléviseur(s), parmi lesquels sont surreprésentés les foyers d'une seule personne, ceux dont la personne de référence a plus de 50 ans ou est inactive, et ceux habitant dans des petites agglomérations. La TNT, reçue par 12 millions de foyers, demeure de ce fait essentielle pour plus de 5 millions d'entre eux.

S'agissant de la radio, qui fête ses 100 ans en 2021, les supports qui lui sont pleinement dédiés demeurent davantage utilisés comme premier support d'écoute que les supports multimédia : 70 % des individus de 13 ans et plus déclarent se servir, en usage principal, d'un support dédié à la radio, alors que 30 % utilisent un support multimédia comme « premier support ».

Enfin, le déploiement du DAB+ s'est accéléré fin 2021. Fin 2022, 50 % de la population française sera couverte par le DAB+, ce qui devrait contribuer à faire progresser le taux de pénétration des équipements.

Enfinement, l'observatoire confirme des évolutions structurelles qui mettent au défi les modèles économiques historiques, mais les inscrits dans une temporalité de moyen terme, en adéquation avec la faculté de résilience des modes de réception traditionnels.

Juliette Théry

Membre de l'ARCOM

Présidente de l'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine

01

RÉSULTATS POUR LA TÉLÉVISION

/ Précisions méthodologiques

/ Indicateurs d'équipement et de réception

Étude de référence : Home Devices

Echantillon : 10 000 foyers par trimestre

Mode de recueil : par téléphone et internet

Périodicité : trimestrielle

/ Indicateurs d'équipement en téléviseur connecté et d'usages sur le téléviseur connecté

Étude de référence : Baromètre TV connectée

Echantillon : 3 006 interviews

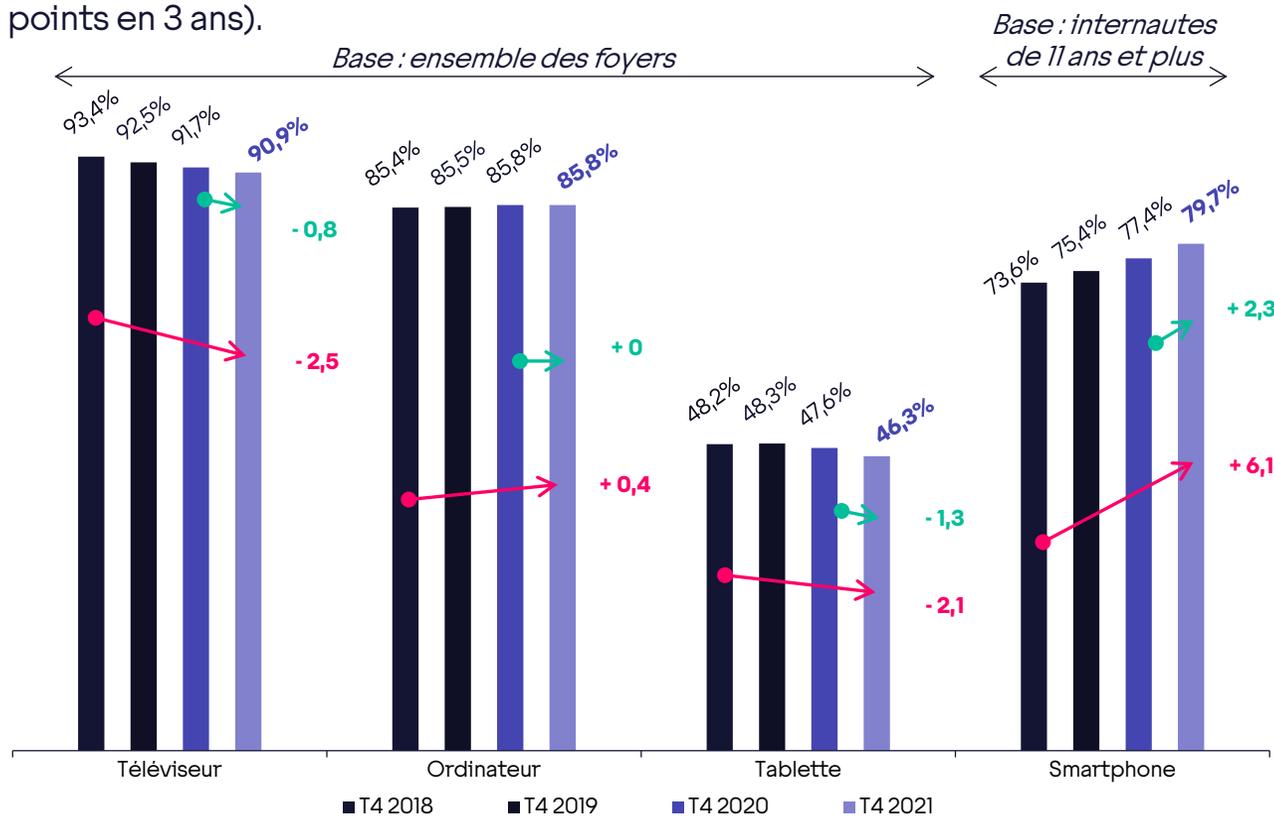
Mode de recueil : par internet

Périodicité : semestrielle

Période d'enquête : du 15 novembre au 6 décembre 2021

Le téléviseur conserve sa place centrale au sein des foyers multi-équipés mais poursuit sa baisse tendancielle (-2,5 points en 3 ans)

Le taux d'équipement en ordinateur est stable sur un an, signe d'une maturité de la pénétration de l'équipement qui se confirme dans le temps. En revanche, le taux de pénétration des tablettes poursuit sa baisse. Le *smartphone* poursuit son augmentation sur un rythme stable sur 2 ans (+4,3 points en 3 ans).



Le nombre moyen d'écrans par foyer permettant de regarder des vidéos est globalement stable depuis 2017.

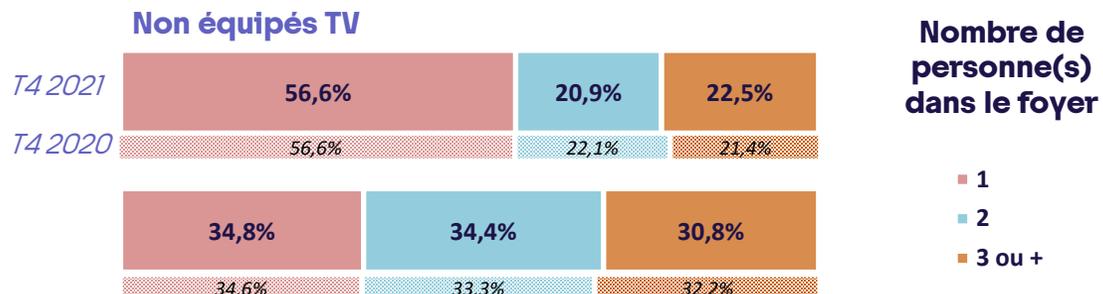
Le nombre moyen de téléphones mobiles par foyer (incluant les téléphones professionnels) est également globalement stable sur la période, il passe de 1,9 en 2017 à 2,0 en 2021.

	T4 2017	T4 2019	T4 2021
Nombre moyen d'écrans par foyer permettant de regarder la vidéo	5,5	5,6	5,7
Téléviseur	1,5	1,5	1,5
Ordinateur	1,5	1,5	1,6
Téléphone mobile	1,9	1,9	2,0
(dont smartphone)	1,5	1,5	1,6
Tablette tactile	0,6	0,7	0,6

Base : ensemble des foyers

Sur cette période d'analyse, comme pour la précédente, les foyers d'une seule personne, les jeunes, les CSP+ et les habitants de grandes villes sont moins équipés en téléviseur

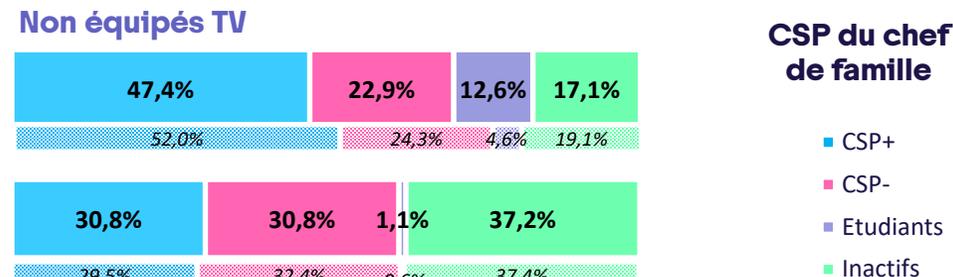
NOMBRE DE PERSONNE(S) DANS LE FOYER



Equipés TV

Au 4^e trimestre 2021, les foyers qui ne disposent pas de téléviseur sont majoritairement composés d'une seule personne : 56,6 % contre 34,8 % des foyers équipés TV.

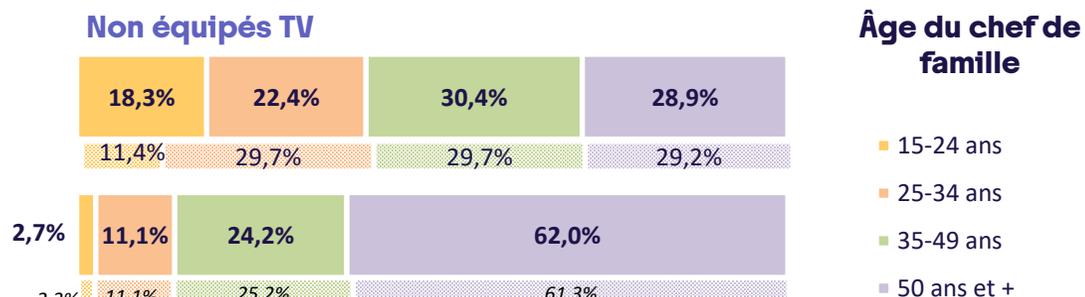
CSP DE LA PERSONNE DE RÉFÉRENCE DU FOYER



Equipés TV

Les foyers qui ne disposent pas de téléviseur sont majoritairement composés d'une personne de référence du foyer CSP + : 47,4 % contre 30,8 % des foyers équipés TV.

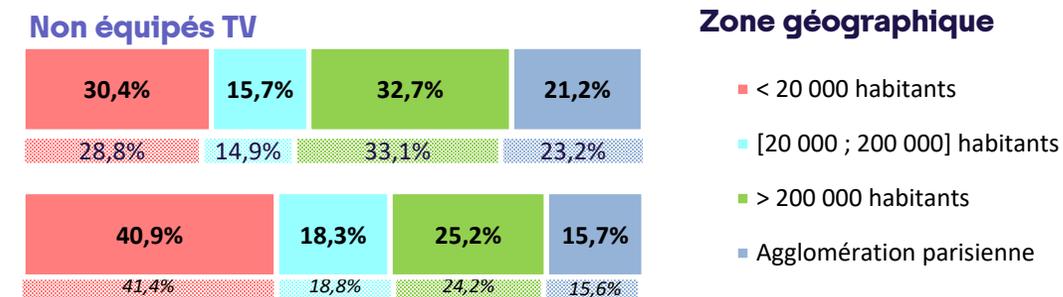
AGE DE LA PERSONNE DE RÉFÉRENCE DU FOYER



Equipés TV

L'influence de l'âge de la personne de référence du foyer* est globalement stable sur la tranche des moins de 50 ans. Cependant, on observe une baisse de la proportion des 25-34 ans non équipés et une hausse des 15-24 non équipés.

ZONE GEOGRAPHIQUE



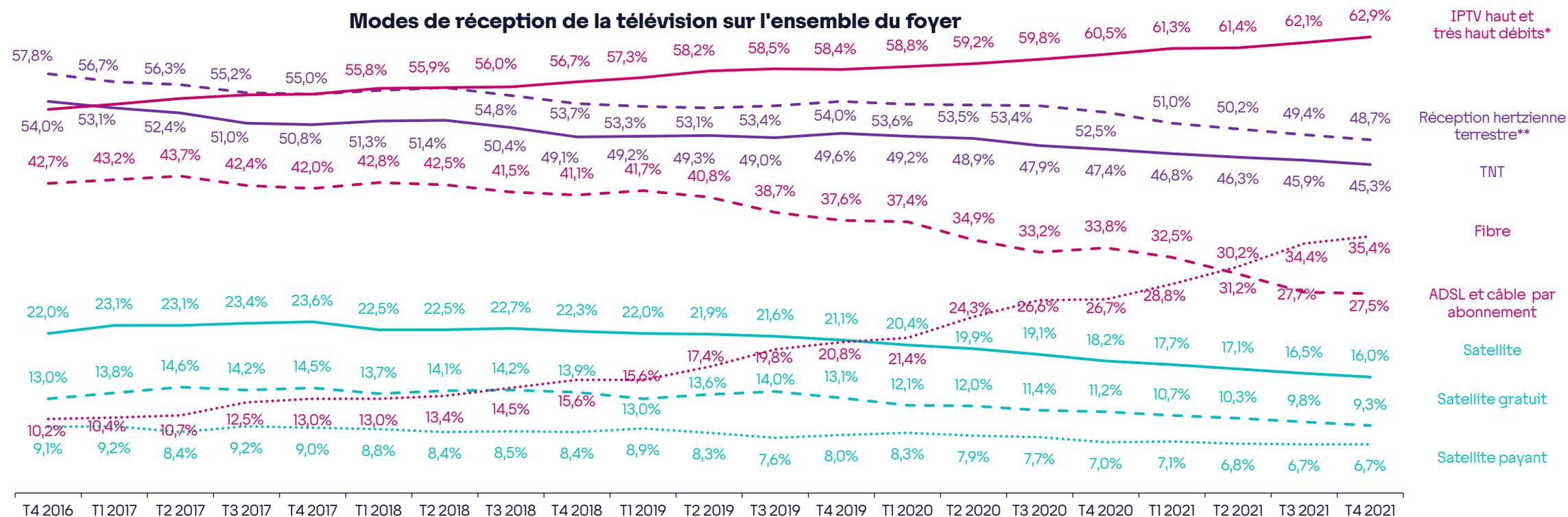
Equipés TV

Les non équipés TV habitent principalement dans des villes de plus de 200 000 habitants et en agglomération parisienne (53,9 %). Entre les 4^e trimestres 2020 et 2021, la part des non équipés TV dans les zones de moins de 20 000 habitants augmente de 1,6 point.

*Depuis le 1^{er} janvier 2021, la personne désignée comme « la personne de référence au sein d'un foyer » n'est plus l'homme actif le plus âgé du foyer, mais la personne active la plus âgée et ce, quel que soit son sexe.
Base : ensemble des foyers non équipés TV ou équipés TV, T4 2021. La ligne hachurée du dessous fait référence au T4 2020.

La réception par internet, premier mode de réception de la télévision sur l'ensemble du foyer, poursuit sa progression

La réception de la télévision par internet (IPTV) poursuit sa progression en 2021 (+ 2,4 points en un an), pour atteindre 62,9% au 4^e trimestre. **Au sein de cette catégorie, la réception via la fibre enregistre une forte progression.** En 2016, 10,2 % des foyers équipés TV disposaient d'une réception par la fibre, contre 35,4 % en 2021. Parallèlement, la part des foyers disposant d'une connexion ADSL et câble par abonnement baisse (- 15,2 points en 5 ans). Après un léger rebond fin 2019, le taux de réception en TNT poursuit sa baisse tendancielle pour atteindre 45,3 % au 4^e trimestre 2021. Enfin, la réception par satellite poursuit sa décroissance de long terme. Le satellite gratuit, qui complète la couverture de la réception TNT, demeure utilisé par 9,3 % des foyers.



Base : foyers équipés TV

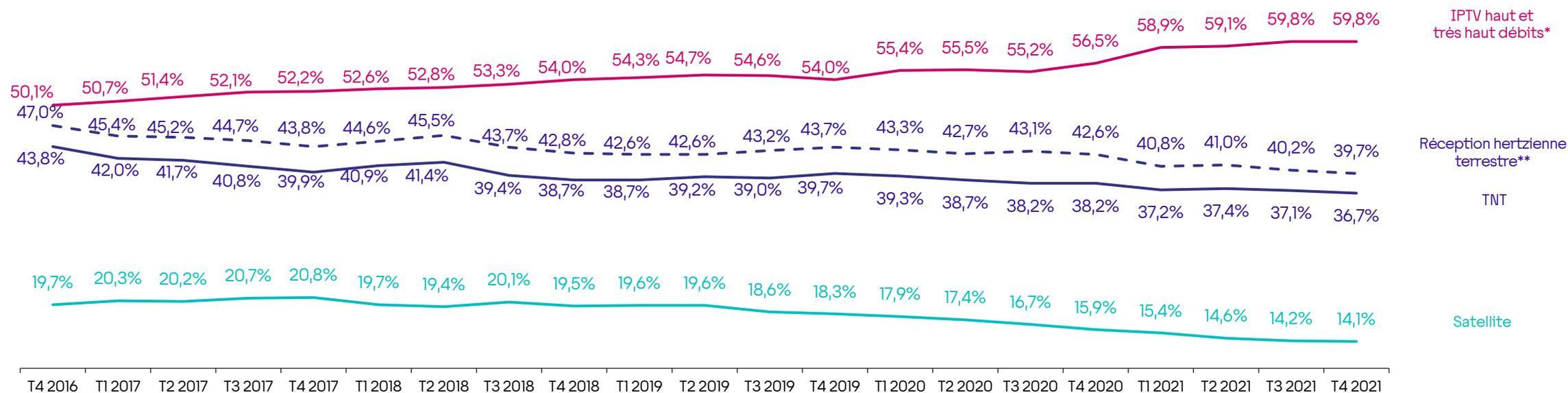
* Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux xDSL, câble par abonnement et fibre (FttX).
 ** Télévision numérique terrestre + service-antenne (réception des chaînes de la TNT gratuite par le câble).

L'écart entre la réception par internet et la réception TNT se creuse davantage sur le poste principal

Après une faible croissance en 2019 et 2020, le taux de réception par internet enregistre une forte augmentation sur l'année 2021 (+ 3,3 points), alors que le taux de pénétration de la TNT repart à la baisse (- 1,5 point).

Cet écart, plus grand sur le poste principal que sur l'ensemble des postes du foyer, révèle que la réception par internet est majoritairement utilisée sur ce type de poste et qu'à l'inverse la réception hertzienne est davantage utilisée sur le ou les postes secondaires, probablement en raison de sa gratuité et de sa simplicité. Les besoins en débit permettant de consommer simultanément plusieurs contenus vidéos sur différents terminaux, via un même réseau internet, pourraient également expliquer le recours à la TNT lorsque ce débit n'est pas disponible au sein du foyer.

Modes de réception de la télévision sur le poste principal



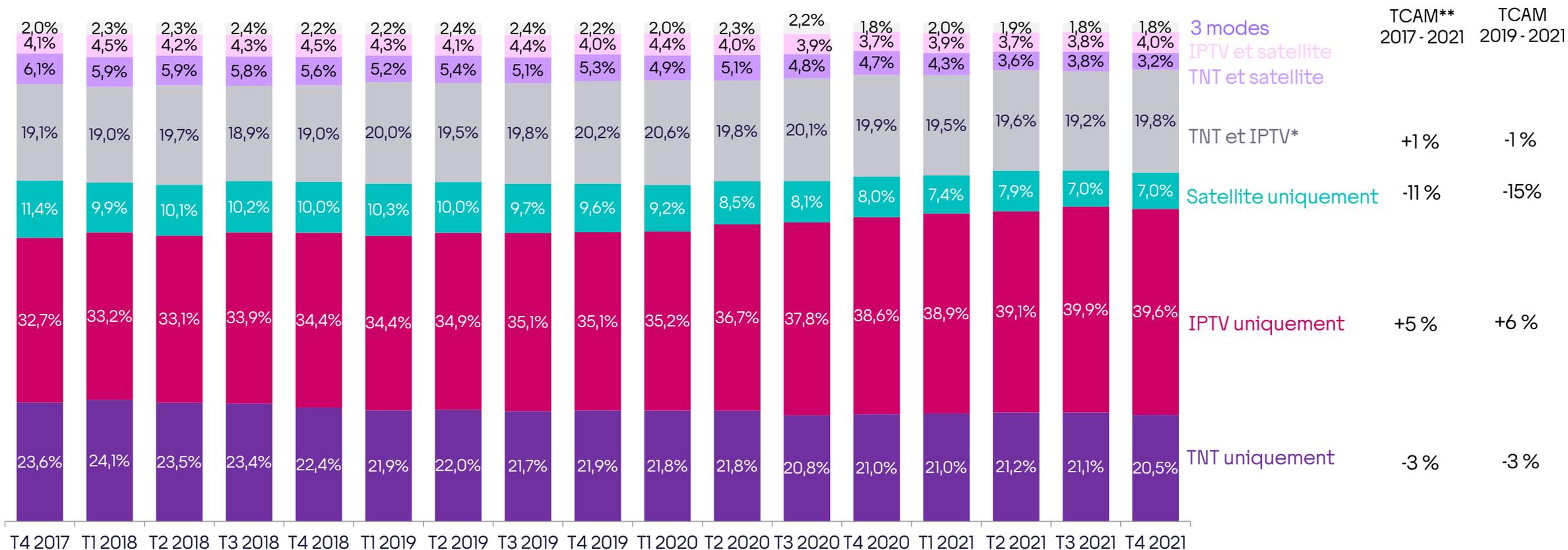
Base : foyers équipés TV

* Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux xDSL, câble par abonnement et fibre (FttX).

** Télévision numérique terrestre + service-antenne (réception des chaînes de la TNT gratuite par le câble).

La progression de la part des foyers recevant la télévision uniquement en IPTV ralentit entre 2020 et 2021

Au 4^e trimestre 2021, 67,1 % des foyers possèdent un seul mode de réception (- 0,5 point sur un an). **Fin 2021, la réception exclusive en IPTV connaît un ralentissement de sa croissance** (+ 1 point en un an), qui semble se faire au détriment de la double réception TNT et satellite, qui perd 1,5 point sur la période. La combinaison la plus répandue demeure celle associant la TNT et l'IPTV (19,8 % des foyers équipés TV), stable dans le temps (+ 0,1 point en un an). **La réception exclusive TNT concerne toujours 20,5 % des foyers équipés d'un téléviseur.**



Base : foyers équipés TV

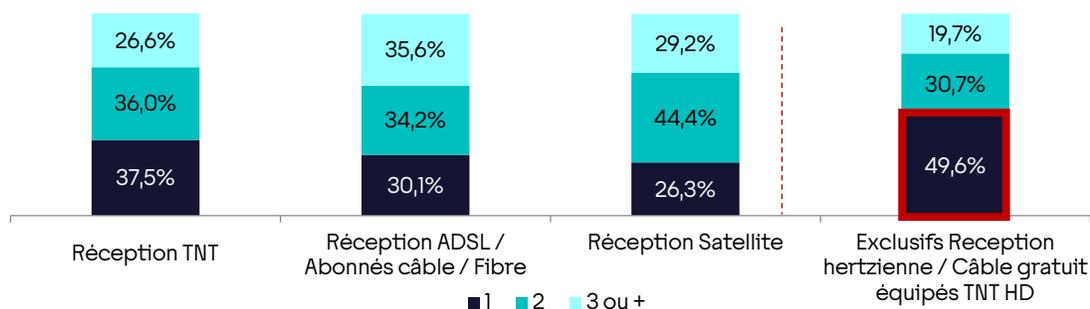
*Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux xDSL, câble (gratuit et par abonnement) et fibre (FtTx). Le câble gratuit ne peut pas être ici distingué de l'IPTV.

**TCAM : taux de croissance annuel moyen

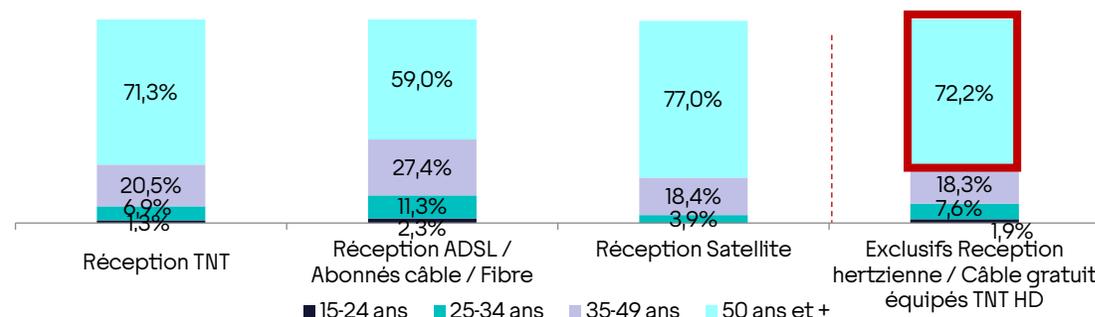
Les foyers recevant exclusivement la télévision via une réception hertzienne sont principalement des foyers d'une seule personne, avec une personne de référence du foyer de plus de 50 ans, inactive et habitant dans un petite agglomération

Les profils des foyers disposant d'une réception exclusive hertzienne¹ diffèrent significativement des foyers disposant d'un accès à internet pour regarder la télévision.

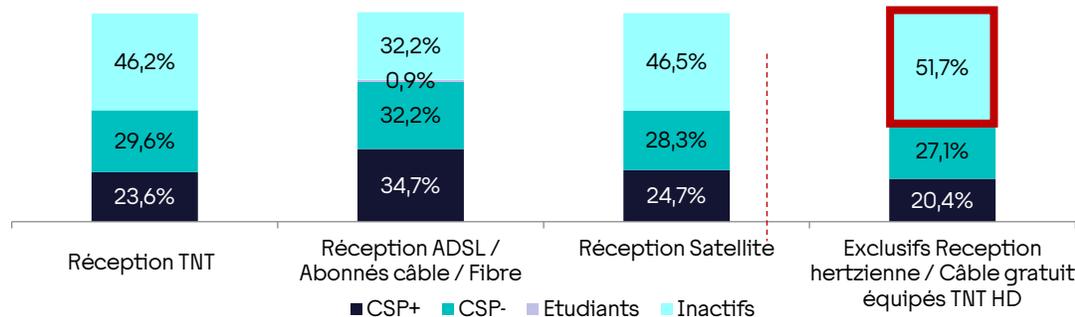
Nombre de personnes dans le foyer



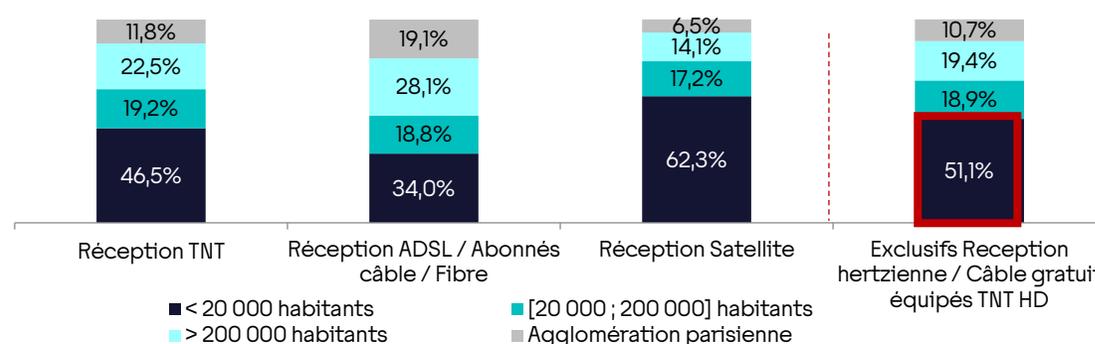
Age de la personne de référence du foyer*



CSP de la personne de référence du foyer**



Lieu d'habitation de la personne de référence du foyer



¹Télévision numérique terrestre + service-antenne (réception des chaînes de la TNT gratuite par le câble)

*Depuis le 1^{er} janvier 2021, la personne désignée comme « la personne de référence au sein d'un foyer » n'est plus l'homme actif le plus âgé du foyer, mais la personne active la plus âgée et ce, quel que soit son sexe.

**CSP : catégorie socio-professionnelle

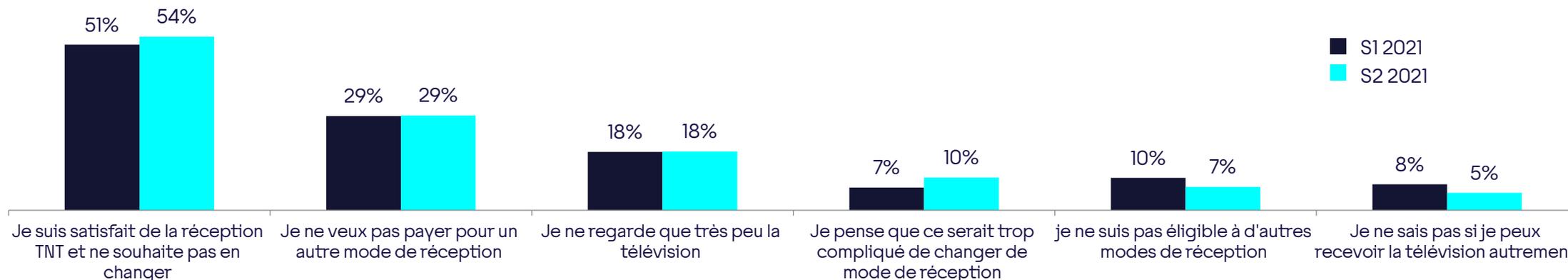
Base : ensemble des foyers équipés TV

La satisfaction du service TNT confirme être le principal facteur influençant la réception exclusive TNT

Déterminants de choix de la réception TNT exclusive

(la réception TNT exclusive représente 21% des résidences principales)

La majorité des **foyers accédant à internet et recevant la télévision uniquement via la TNT** déclare comme **première raison de ce choix être « satisfait de la réception TNT » (54 %)**, le coût relatif à l'accès à un autre mode de réception arrivant en 2^e position (29 %).

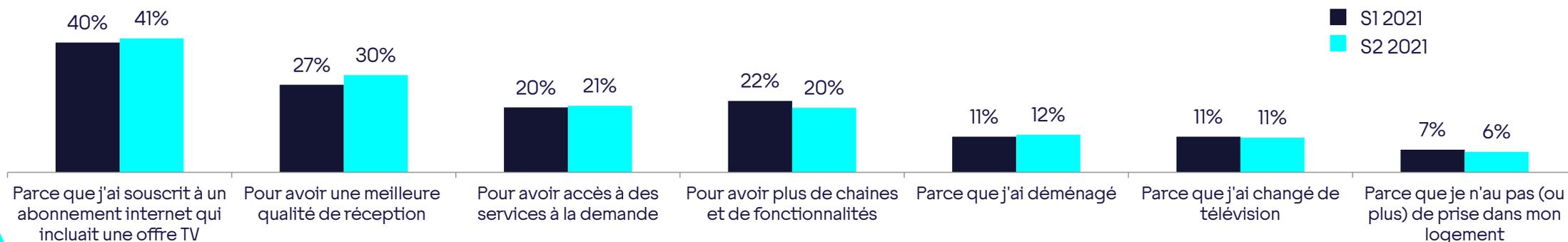


Base : ensemble des foyers accédant à internet et recevant la télévision exclusivement via la TNT - plusieurs choix possibles, pour les résidences principales

Déterminants de choix de l'abandon de la réception TNT

(l'abandon de la TNT représente 45% des résidences principales)

L'**abandon de la TNT**, pour les foyers disposant d'une connexion internet, apparaît pour **41 %** des répondants comme une **conséquence de la souscription à un abonnement internet incluant une offre TV**.



Base : ensemble des foyers accédant à internet et ne recevant plus la télévision par la TNT - plusieurs choix possibles, pour les résidences principales

✓ Certaines régions, comme l'Île-de-France, influencent fortement la moyenne des taux de réception nationaux

Au 4^e trimestre 2021, dans 4 des 12 régions métropolitaines continentales (c'est-à-dire hors Corse), plus de 50 % des foyers ont recours à la TNT pour regarder la télévision. Ces 4 régions (3 de moins qu'il y a un an) ont également des taux supérieurs à la moyenne nationale (ligne horizontale), dans laquelle pèse fortement l'Île-de-France (- 9,6 points par rapport à la moyenne nationale). À l'inverse, seules 4 régions sont au-dessus de la moyenne pour la réception par internet, dont l'Île-de-France, où plus des trois quarts des foyers équipés TV l'utilisent (+ 12,8 points par rapport à la moyenne nationale). Comme depuis plusieurs années, les régions Nouvelle Aquitaine et Occitanie, avec en 2021, la Bourgogne Franche Comté, sont celles qui ont le plus recours à la réception satellitaire.

TNT		IPTV*		Satellite	
CENTRE VAL DE LOIRE	58,6%	ILE DE FRANCE	75,7%	BOURGOGNE FRANCHE COMTE	24,1%
NORMANDIE	55,7%	PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	69,1%	NOUVELLE AQUITAINE	21,7%
PAYS DE LA LOIRE	52,4%	GRAND EST	67,8%	OCCITANIE	21,2%
BRETAGNE	52,2%	HAUTS DE FRANCE	67,8%	BRETAGNE	20,0%
HAUTS DE FRANCE	49,9%	PAYS DE LA LOIRE	59,7%	AUVERGNE RHONE ALPES	17,7%
BOURGOGNE FRANCHE COMTE	48,5%	NORMANDIE	58,8%	GRAND EST	16,7%
NOUVELLE AQUITAINE	46,5%	OCCITANIE	58,2%	PAYS DE LA LOIRE	16,0%
OCCITANIE	46,2%	AUVERGNE RHONE ALPES	57,3%	CENTRE VAL DE LOIRE	14,8%
AUVERGNE RHONE ALPES	43,9%	NOUVELLE AQUITAINE	55,3%	HAUTS DE FRANCE	14,4%
PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	41,4%	BRETAGNE	55,1%	PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	14,0%
GRAND EST	40,4%	CENTRE VAL DE LOIRE	53,6%	NORMANDIE	13,2%
ILE DE FRANCE	35,7%	BOURGOGNE FRANCHE COMTE	53,2%	ILE DE FRANCE	7,3%
CORSE	NS**	CORSE	NS**	CORSE	NS**

Base : foyers équipés TV

La ligne horizontale indique la moyenne nationale.

*Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux xDSL, câble par abonnement et fibre (FtTx).

** Non significatif, l'échantillon de population de la Corse n'est pas suffisamment grand pour que les résultats soient statistiquement significatifs.

Les évolutions régionales du taux de réception de la TNT évoluent dans des proportions différentes

La tendance à la baisse du taux national métropolitain de réception TNT (45,3 % des foyers équipés TV) **se retrouve dans la plupart des régions.** Les variations entre le 2^e semestre 2019 et le 2^e semestre 2021 sont particulièrement appuyées dans certaines d'entre elles. Les foyers équipés TV des régions Bretagne, Auvergne-Rhône-Alpes et Nouvelle Aquitaine sont ceux qui se sont le plus détournés de la TNT entre 2019 et 2021 (respectivement - 8,1 ; - 6,3 et - 5,9 points). L'évolution de la pénétration de la TNT dans les régions Hauts de France et Normandie oscille autour de la moyenne nationale (respectivement - 4,0 ; - 4,4 points). Les foyers de la région Centre Val de Loire disposent d'un taux de réception TNT plus importante en 2021 par rapport à 2019 (+4,2 points).

Evolution de la réception TNT en régions sur 2 ans				
	TNT	T4 2019	T4 2021	Evol. 2 ans
CENTRE VAL DE LOIRE		54,4%	58,6%	4,2
ILE DE FRANCE		38,7%	35,7%	-3,0
BOURGOGNE FRANCHE COMTE		51,8%	48,5%	-3,3
PAYS DE LA LOIRE		56,1%	52,4%	-3,7
GRAND EST		44,2%	40,4%	-3,8
HAUTS DE FRANCE		53,9%	49,9%	-4,0
FRANCE ENTIERE		49,6%	45,3%	-4,3
NORMANDIE		60,1%	55,7%	-4,4
OCCITANIE		50,6%	46,2%	-4,4
PROVENCE ALPES COTE D'AZUR		46,2%	41,4%	-4,8
NOUVELLE AQUITAINE		52,4%	46,5%	-5,9
AUVERGNE RHONE ALPES		50,2%	43,9%	-6,3
BRETAGNE		60,3%	52,2%	-8,1

Base : foyers équipés TV des régions

Les régions sont triées par ordre décroissant de baisse du taux de réception TNT entre le T4 2019 et T4 2021.

La part des foyers équipés en *Smart TV* et en boîtiers OTT progresse fortement au 2^e semestre 2021

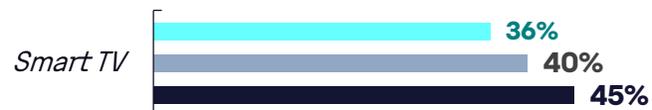
Au 2^e semestre 2021, 81 % des foyers équipés TV et accédant à internet, disposent d'un téléviseur connecté (stable sur un an). Le décodeur TV des FAI demeure le mode de connexion le plus largement utilisé (82 % des foyers équipés en téléviseur connecté). Sur un an, ce sont les pénétrations des *Smart TV* (+ 5 points en 12 mois) qui connaissent la plus forte progression, suivie par les consoles (+ 2 points), alors que le taux de pénétration des boîtiers OTT se stabilise à 27 %. Parmi les foyers équipés de *Smart TV*, 55 % sont équipés d'une *Smart TV*Hbbtv (+ 1 point en un an).

Foyers équipés en téléviseur(s) connecté(s)



Base : foyers équipés TV et accédant à internet

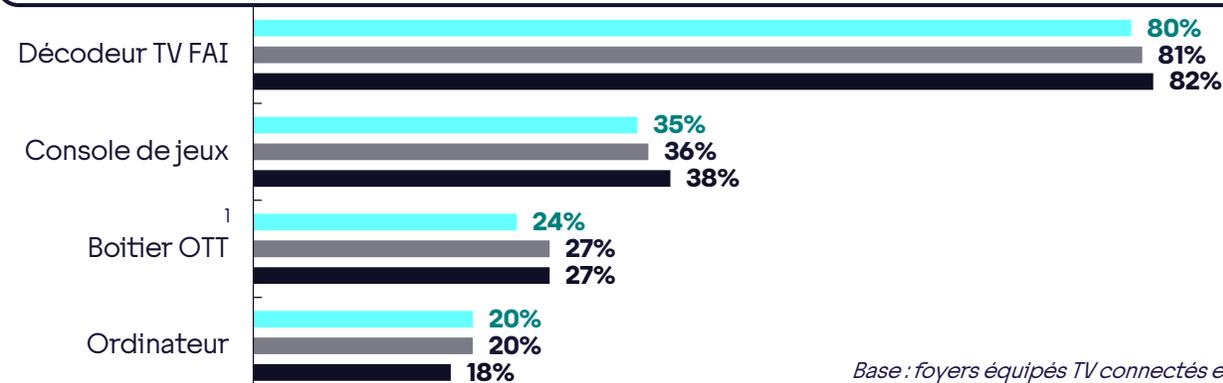
connecté(s) directement*



Base : foyers équipés TV connectés

* TV qui possèdent une connexion à internet intégrée (« *Smart TV*»). Une *Smart TV* peut également être connectée indirectement *via* un décodeur FAI, une console ou un boîtier tiers (multi-connexion).

connecté(s) indirectement**



Base : foyers équipés TV connectés et accédant à internet

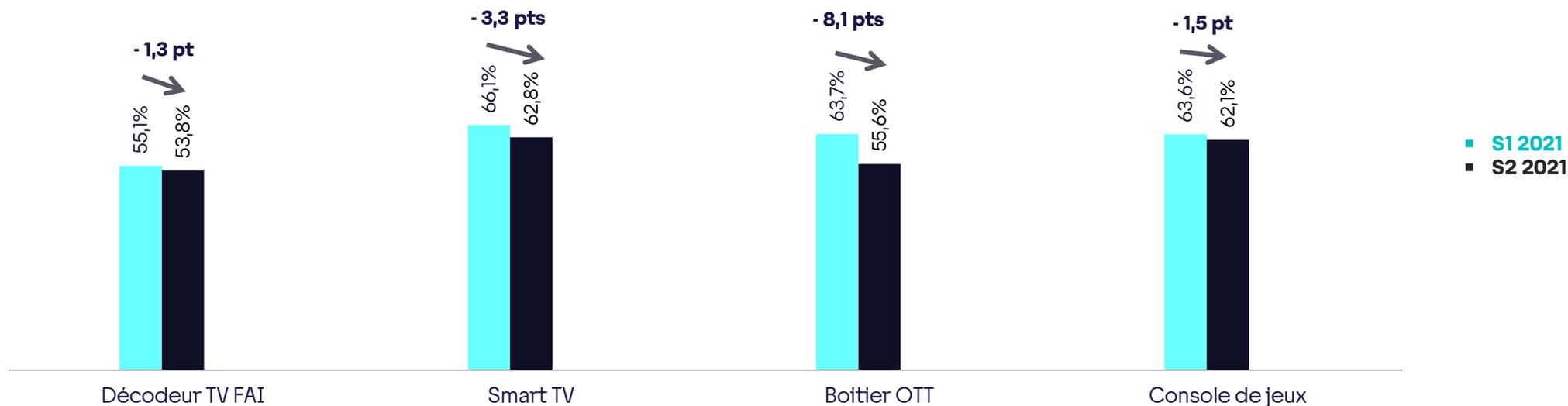
** TV relié à un décodeur FAI, une console connectée, un boîtier tiers et/ou un ordinateur

¹ Un boîtier tiers est un équipement OTT permettant de visualiser dans une interface spécifique et en *streaming* des programmes audiovisuels (en direct ou à la demande). Ils permettent généralement de « basculer » un flux vidéo lancé sur un appareil mobile vers un téléviseur (exemples : Chromecast, Apple TV).

Le recours assidu aux fonctionnalités connectées du téléviseur se stabilise entre les 1^{er} et 2^e semestres 2021

Au cours du 2^e semestre de l'année 2021, la part des foyers (dont le téléviseur est connecté à internet) qui déclarent recourir à la connexion internet de leur téléviseur tous les jours ou presque, pour accéder à des contenus autres que ceux de la télévision en direct, a légèrement baissé sur 3 modes de réception : le décodeur TV FAI, la *Smart TV* et les console de jeux. Cette légère baisse – non significative, pourrait s'expliquer par la levée totale des mesures de confinement à compter du second semestre de l'année 2021, qui aurait conduit à des usages moins assidus. Concernant les usages OTT, la baisse est à analyser avec prudence, la taille de l'échantillon sur ce type de profil impliquant une marge d'erreur plus grande que sur les autres items testés.

Foyers utilisateurs assidus (plusieurs fois par jour ou tous les jours ou presque) des fonctionnalités connectées via

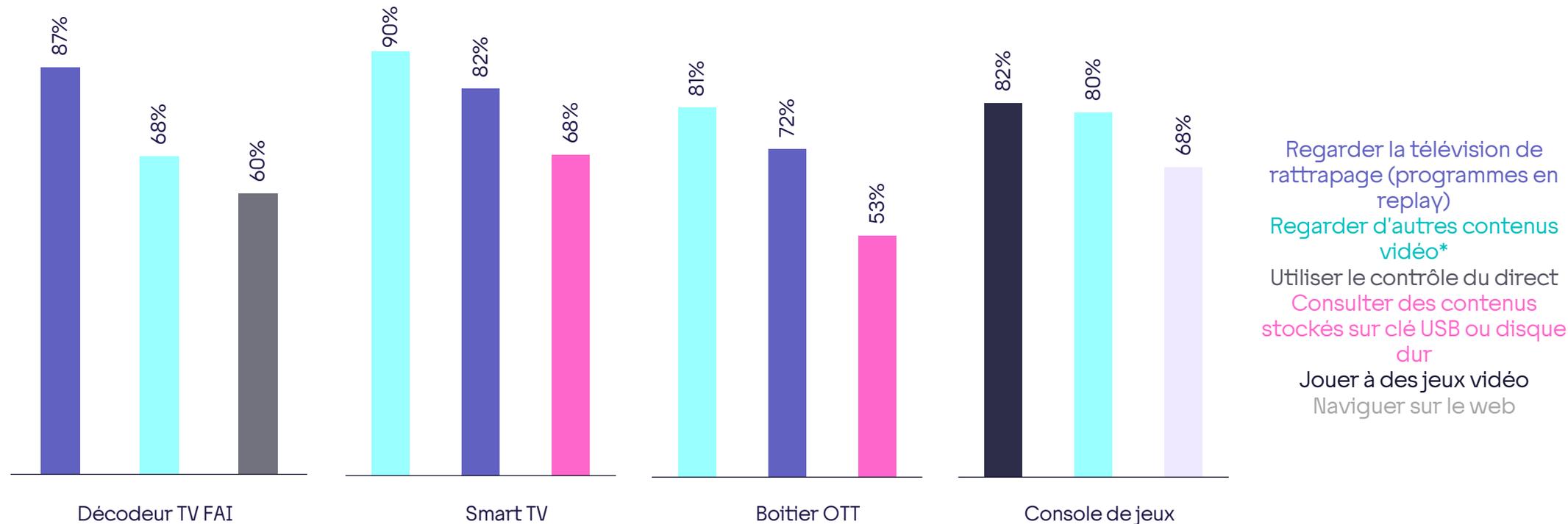


Base : foyers équipés TV connecté ayant déjà regardé des contenus en OTT via un décodeur TV FAI, une Smart TV, un boîtier ou une console de jeux.
Etude de référence : Baromètre TV connecté

En dehors de la télévision linéaire, consommer de la télévision de rattrapage est l'usage le plus répandu, sur le téléviseur, avec la consommation de contenus OTT

Au 2^e semestre 2021, la télévision de rattrapage est l'usage le plus répandu avec le visionnage d'autres contenus vidéo. La télévision de rattrapage est ainsi le premier usage sur le décodeur TV FAI, et arrive en 2^e position sur la *Smart TV* et les boîtiers OTT. Le visionnage d'autres contenus vidéo est le premier usage connecté sur *Smart TV* et sur les boîtiers OTT, et arrive en 2^e position sur les décodeurs TV FAI, mais aussi sur les consoles de jeux connectées.

Les 3 usages* les plus courants par type de connexion au S2 2021



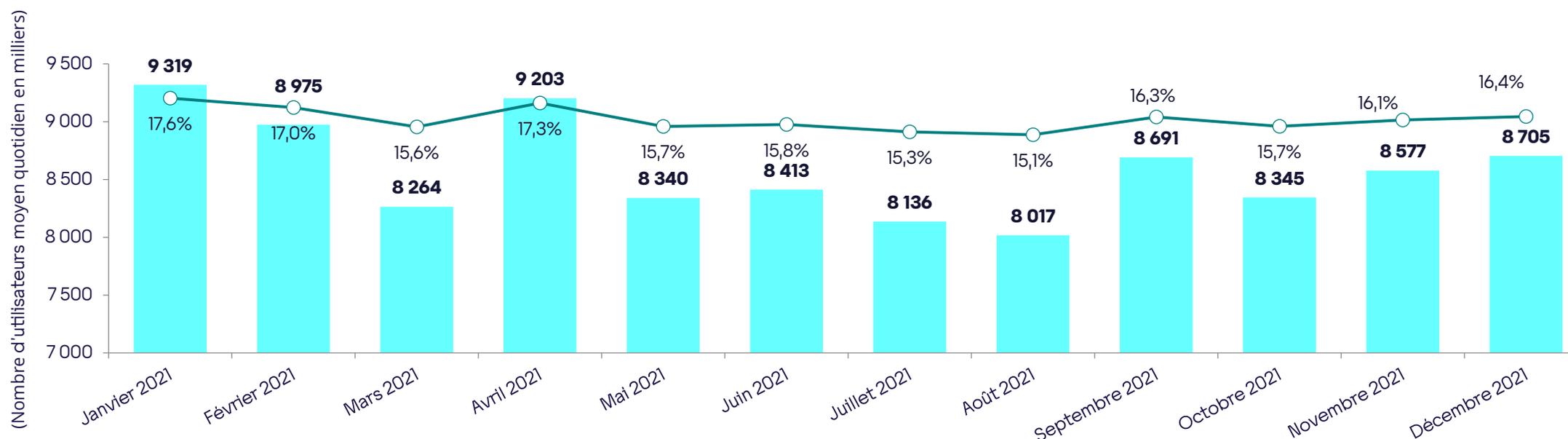
Base : ensemble des foyers accédant Internet et équipés TV utilisateurs chacune des interfaces citées

Etude de référence : Baromètre TV connecté

*Usages en dehors de la consommation de contenus en linéaire

Focus sur la vidéo à la demande par abonnement : une évolution mensuelle du nombre d'utilisateurs moyen quotidien de vidéo à la demande par abonnement dépendante des dernières mesures sanitaires et de l'offre de contenus

L'augmentation du nombre d'utilisateurs moyen quotidien de vidéo à la demande par abonnement sur l'année 2021 est en partie liée aux mesures sanitaires prises. Cependant, malgré l'abandon progressif des dispositions restrictives, **le niveau de consommation demeure élevé à la fin du 4^e trimestre de l'année.**



% : taux de pénétration de la population française (15 ans et +)

Source : Médiamétrie – Global Vidéo / 37 500 – Population de 15 ans et plus – Mois Mediamat – (hors Juillet Août 2021 : Estimation Baromètre de la Consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive) – Baromètre du 1^{er} semestre de l'année 2021 Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2021, CSA sur données Médiamétrie (publication) et données Médiamétrie pour juillet à décembre 2021

02

RÉSULTATS POUR LA RADIO

/ Précisions méthodologiques

/ Indicateurs d'équipement et de réception

Étude de référence : EAR (Etude Audience Radio)

Echantillon : 2 026 répondants de 13 ans et plus

Mode de recueil : par téléphone

Périodicité : annuelle

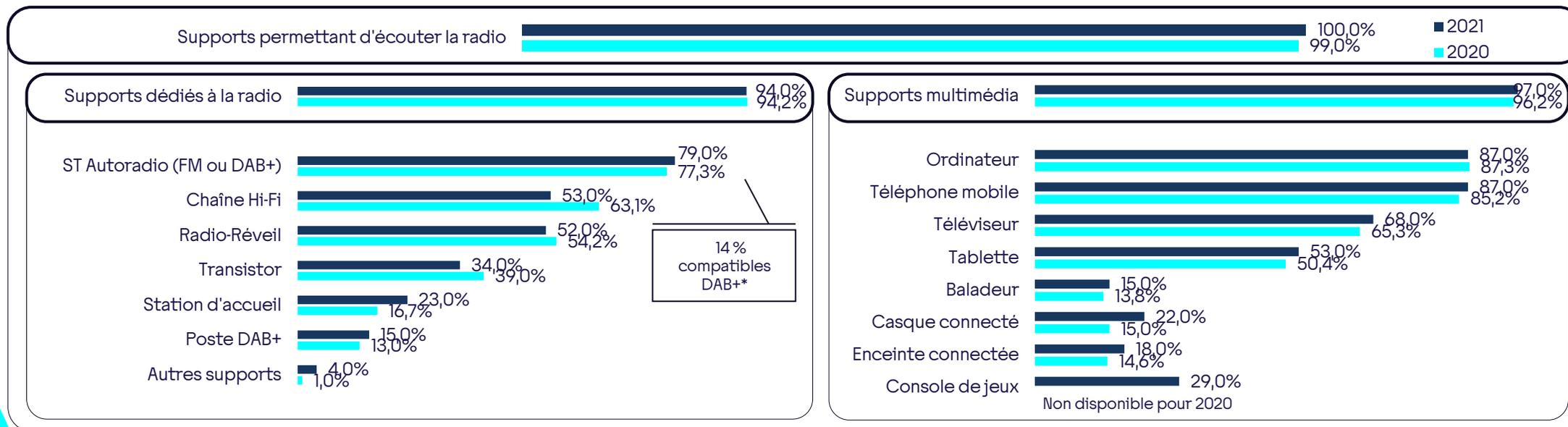
Période d'enquête : du 15 novembre au 19 novembre 2021

Fin 2021, la totalité des individus possèdent au moins un support permettant d'écouter la radio

En 2021, 100 % des individus de 13 ans et plus possèdent au moins un support permettant d'écouter la radio, l'ordinateur étant le plus répandu (87 %). Parmi les supports dédiés à la radio, l'autoradio est le récepteur le plus courant, et il enregistre une hausse sur un an (+ 1,7 point).

Après des Français de 13 ans et plus, le taux de pénétration des supports multimédia permettant d'écouter la radio est légèrement plus élevé que celui des supports dédiés à la radio (97 % contre 94 %).

En 2021, 15 % des individus sont équipés en poste fixe DAB+ (+2 points en un an). Par ailleurs, 14 % disposent d'un poste autoradio compatible avec le mode de réception DAB+ (+ 1 point depuis 2020). **Le taux d'équipement DAB+ devrait être par ailleurs amené à progresser** avec l'accélération des déploiements en sus du montage obligatoire dans les véhicules neufs. En effet, depuis le 12 octobre 2021, 25 stations (6 publiques et 19 privées) sont disponibles en DAB+ sur l'axe Paris-Lyon-Marseille et toutes les villes qui se situent sur ce trajet autoroutier. Par ailleurs, 50 % de la population de française qui sera couverte par le DAB+ fin 2022.



Base : individus de 13 ans et plus

Le nombre d'équipements multimédias permettant d'écouter la radio continue de progresser

Le nombre moyen de supports poursuit son augmentation depuis 2012 (11 en 2021 contre 9,6 en 2012), **notamment grâce à la pénétration toujours plus grande des équipements multimédia permettant entre autres d'écouter la radio** (6,4 en 2021 contre 4,6 en 2012). Les équipements multimédias sont logiquement plus nombreux, car ils répondent à un éventail plus large de besoins. Le nombre moyen de supports dédiés à la radio poursuit sa très légère tendance à la baisse, son taux restant élevé (4,5 en 2021 contre 4,9 en 2012).

Parmi les Français de 13 ans et plus équipés en supports permettant d'écouter la radio, 82 % disposent de plus de 6 supports. Les supports dédiés à la radio sont généralement présents en plus petit nombre (72 % des individus en possèdent entre 1 et 5) dans la panoplie d'équipements radio des individus.

	1 à 5 Supports	6 à 10 supports	11 à 15 supports	16 à 20 supports	Nombre moyen de supports
Au moins un support permettant d'écouter la radio	18%	37%	23%	22%	11,0
Au moins un support dédié à la radio	72%	24%	4%	1%	4,5
Au moins un support multimédia	48%	38%	12%	3%	6,4

Ce tableau comporte des arrondis

Base : individus de 13 ans et plus équipés d'au moins un support permettant de recevoir la radio

Les jeunes générations sont suréquipées en supports multimédia permettant d'écouter la radio. Ainsi, les jeunes de 13 à 24 ans sont plus équipés par rapport à la moyenne, en *docks** et stations d'accueil (40 % des 13 – 24 ans, soit + 17 points), en baladeurs (22 % des 13 – 24 ans, soit + 7 points) et en enceintes connectées (26 % des 13 – 24 ans, soit + 6 points). L'équipement des CSP+ passe plus généralement par les autoradios et ordinateurs de bords de leurs véhicules (83 %, soit + 4 points par rapport à la moyenne). Le transistor séduit plutôt les plus de 50 ans (52 %, soit + 18 points par rapport à la moyenne).

Pour écouter la radio, les supports dédiés à la radio sont davantage utilisés que les supports multimédia : 70 % des individus de 13 ans et plus citent un support dédié à la radio comme premier support d'écoute de la radio (30 % citent un support multimédia, + 2 points en un an). Les supports les plus souvent utilisés pour écouter la radio (cités en 1^{er}, 2^e ou 3^e) par les individus de 13 ans et plus sont l'autoradio (55 %, soit + 6 points en un an, une croissance qui se poursuit, 44 % en 2019), le téléphone mobile (37 % et stable sur un an) et le transistor (24 %, plus 1 point en un an), qui passe devant la chaîne Hi-Fi (22 % et en baisse de 6 points sur un an).

*Dock : Dock, Enceinte ou Station d'accueil pour iPod/iPhone/MP3 avec tuner FM intégré

MERCI