

Communiqué de Presse

Le SALON DE LA RADIO & AUDIO DIGITAL 2018 enregistre une fréquentation en hausse de 13% avec 6 785 visiteurs en 3 jours.

Une nouvelle édition du Salon de la Radio et de l'Audio Digital - European Radio Show – est programmée les jeudi 24, vendredi 25 et samedi 26 janvier 2019, à la Grande Halle de La Villette Paris-19è.

Les pays de la zone ibérique seront à l'honneur en 2019 avec une ouverture sur l'Amérique Centrale et du Sud.

L'édition 2018 se termine sur un bilan très positif avec plus de 120 exposants (+20%) dont 40% d'internationaux, 130 évènements et sessions dont 15% en anglais pour 220 intervenants (+10%), plus 20 Grands Prix Radio, et 6 785 visiteurs professionnels dont 30% d'internationaux en provenance de 50 pays différents.

La Radio du Salon, qui retransmettait en direct les évènements phares de chaque journée, a quant à elle attiré un peu plus de 6 000 auditeurs pendant ces 3 jours (5 000 en 2017) et diffusait en DAB+ sur Paris.

Philippe Chapot (Editions HF), fondateur du Salon de la Radio & Audio Digital : « Notre Salon est un événement fédérateur qui concerne tous les professionnels en Europe qui gravitent autour de ce magnifique média. Nous venons de confirmer cette ouverture européenne et attirons désormais des radios du monde entier qui n'ont aucun autre endroit pour accéder à des contenus gratuits. Les exposants du monde entier ont marqué cet événement parisien d'une croix dans leur agenda pour le plus grand plaisir des visiteurs et nous sommes ravis de pouvoir proposer cette plateforme d'échanges pour l'industrie radiophonique. »

Xavier Filliol (Editions de l'Octet), Responsable des contenus Audio Digital & Co-organisateur des Evénements Radio 2.0 : « Le succès de cette année est la démonstration du pari gagnant du rapprochement entre "Radio" et "Audio Digital". Cela laisse augurer de passionnantes débats et de belles synergies au sein de la filière. »

Nicolas Moulard (Actuonda – Madrid) Responsable des contenus Audio Digital & Co-organisateur des Evénements Radio 2.0 : « Cette invitation lancée aux principaux acteurs de la zone ibérique pour l'édition 2019 permettra de mieux appréhender le marché de la radio et de l'audio digital au Sud de l'Europe. Au-delà de leurs spécificités et d'une digitalisation encore hésitante relancée par la radio hybride, il sera intéressant de découvrir comment les communautés d'auditeurs hispanophones et lusophones se maintiennent connectées internationalement. »

Les informations importantes à retenir de cette édition 2018 :

- Médiamétrie -

Chaque jour, près de 8 français sur 10 écoutent la radio, précise l'étude « Média - Radio dans l'univers digital », réalisée par Médiamétrie et présentée à l'occasion du Salon de la Radio & Audio Digital.

Soit **43 millions d'auditeurs quotidiens en semaine**, avec 2 principales motivations d'écoute : la musique et l'information. Une durée d'écoute de 2h51 en moyenne par jour et par auditeur et un pic à 8h le matin avec plus de 14 millions d'auditeurs.

Le média Radio atteint 91,6% de couverture en 3 semaines, du lundi au vendredi, avec une écoute qui se fait majoritairement hors domicile.

Près de 7 millions d'auditeurs quotidiens consomment la radio sur des supports multimédia.

Au total, les supports numériques représentent donc 11,4 % du volume total d'écoute de la radio. En 3 ans, le média a gagné 1,2 points d'audience sur les supports multimédia (soit une croissance de 11%).

La radio sur téléphone mobile est écoutée par 3,4 millions de personnes chaque jour, pour une durée d'écoute égale à 1 heure et 44 minutes en moyenne, indique Médiamétrie. En deuxième position parmi les supports multimédia, la radio sur ordinateur est écoutée par 1,6 millions de personnes en moyenne chaque jour, pour une durée d'écoute quasiment deux fois plus élevée que sur téléphone mobile (2h36). La télévision et la tablette rassemblent respectivement 1,1 millions et 608 000 auditeurs quotidiennement, pour une durée d'écoute plus ou moins égale à 2 heures.

- Kantar Media -

+24% d'impressions servies dans le secteur Audio digital en 2017/ 2016, selon le Baromètre de l'Audio Digital, présenté une nouvelle fois par Kantar Media le 25 janvier à l'occasion du Salon de la Radio.

Soit **1 076,8 millions d'impressions servies en 2017**, contre 868,4 millions en 2016.

+27% d'annonceurs en Audio Digital en 2017/ 2016.

Réalisé en partenariat avec Deezer, Spotify, Targetsport et NRJ Global, ce baromètre montre que le nombre d'annonceurs n'a cessé d'augmenter de façon continue et soutenue, passant de 124 annonceurs en 2013 à 214 en 2017 (+70% en 5 ans).

Les domaines de la distribution, des services ainsi que de la culture et des loisirs sont les plus représentés. Le secteur des services est celui qui a le plus recruté l'an passé (+26%) avec l'arrivée de nouvelles marques comme PriceMinister ou Ebay.

- Interventions -

Christopher BALDELLI,

Vice-président du directoire en charge de la radio et de l'info au groupe M6 (RTL, RTL2, FUN Radio)

« Créons une plateforme commune d'agrégation et de diffusion des radios en France. »

Lors de sa keynote en ouverture du Salon de la Radio & Audio Digital 2018, Christopher Baldelli, a plaidé pour le développement d'une plateforme commune d'agrégation et de diffusion des radios en France. L'équivalent de la plateforme Hulu pour la télévision aux Etats-Unis.

Avec cinq atouts indéniables, que sont la mobilité, la gratuité, le caractère non exclusif, la dimension individuelle et le temps réel, la radio n'est aucun cas un vieux média traditionnel sur le déclin a souligné Christopher Baldelli, saluant notamment son évolution technologique qui en fait un média très apprécié des jeunes hyper-connectés. L'avenir de la radio réside dans les programmes et les contenus a-t-il précisé, soulignant le rôle déterminant du média dans la qualité de l'information et sa fiabilité à l'ère des fake news.

Convaincu que « le développement des assistants vocaux reposant sur l'usage de l'intelligence artificielle constitue la frontière dans les années à venir » M. Baldelli a appelé à trouver de nouveaux modèles économiques afin de tirer profit de cette nouvelle donne favorable au média radio dans ce qu'il a nommé l'internet de la voix.

Olivier SCHRAMECK,

Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA)

« L'auditeur ne se posera bientôt plus la question de son mode d'écoute. »

Pour le CSA, les enjeux cruciaux sont de trois ordres : la mesure d'audience, qui doit refléter plus précisément la pluralité d'écoute des auditeurs à l'ère numérique ; l'inclusion du streaming dans les réglementations nationales et européennes ; le développement des leviers de croissance en faveur de l'édition de services de radios hertziens et numériques avec le DAB+.

Le développement du média radio à l'ère numérique doit permettre de renforcer encore plus ses atouts distinctifs d'instantanéité et de proximité. A l'image des auditeurs qui écoutent tous les jours la radio de manière plurielle. Entre radio traditionnelle et audio digital, le marché et tous les acteurs de la radio et de l'audio digital en France doivent refléter cette diversité.

« Jusqu'à présent la radio nous parlait, bientôt c'est nous qui parlerons à la radio. » La production de contenus audio originaux, diffusés en streaming, en radio filmée ou à la demande grâce aux podcasts natifs, représente des opportunités de développement fondamentaux pour le secteur. Il existe également des opportunités intéressantes dans le développement des intelligences artificielles et du contrôle de la voix.

« Le DAB+ devrait couvrir 20% du territoire d'ici la fin de l'année. »

Le CSA, qui a dévoilé fin décembre sa feuille de route 2018-2020 pour le déploiement du DAB+ en France, veut accompagner cette transition numérique dans une logique de diversité et de complémentarité, et non de substitution. Olivier Schrameck rappelle l'objectif d'une couverture DAB+ équivalente à 20% du territoire d'ici la fin de l'année, avec une priorité donnée à l'équipement des grands bassins de population et les grands axes routiers.

Cette évolution des canaux de distribution numérique doit permettre à l'ensemble des modes de diffusion de s'additionner, se compléter permettant de toucher tous types de terminaux, les transistors, les autoradios, les smartphones, en s'adaptant à toutes les situations de vie pour une écoute de qualité n'importe où n'importe quand. A l'avenir, l'auditeur ne se posera plus la question de son mode d'écoute, FM, internet, 4G, DAB+, mais choisira ce qu'il souhaite écouter en laissant son récepteur opérer de manière autonome le mode de réception le plus approprié.

*

Retrouver les deux palmarès complets en ligne :

GRANDS PRIX RADIO 2018

&

PRIX DES JEUNES TALENTS DE LA RADIO ET DU WEB 2018

*

Pour retrouver en ligne actualités, photos et podcasts :

SALON DE LA RADIO & AUDIO DIGITAL

www.salondelaradio.com

*

Contact médias

Pierre Maurel | 06 29 48 65 10 | **pierre@agenceprp.com**