

Audio digital : 5 à 6 points de potentiel pour les radios françaises

D'après le Baromètre de l'audio digital réalisé par Kantar, les régies des huit partenaires de l'étude (Altice Medias Ads & Connect, Deezer, Lagardère Publicité News, NRJ Global, Spotify, TargetSpot, TF1 Publicité, et M6 Publicité) ont délivré 3,174 Mds d'impressions en 2022, en hausse de 48 % par rapport à 2021 et de 62 % sur 2019. Le nombre d'annonceurs a dépassé la barre du millier (1 095, contre 664 en 2021). La grande distribution occupe les quatre premières places (Intermarché, Leclerc, Auchan et Lidl, respectivement) et Bouygues Telecom complète le Top 5. En termes de chiffre d'affaires, le SRI évalue le marché à 73 M€, soit +53 % par rapport à 48 M€ en 2021). Mais le poids du digital dans le chiffre d'affaires des radios françaises (4 % en 2022) reste de 5 à 6 points inférieur à ce qu'il est en Espagne, au Royaume-Uni ou plus encore en Allemagne.

[Veuillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter