

L'INSIGHT DU MOIS

MAI 2026

191 articles analysés | Les tendances clés de la radio,
du podcast et de l'audio digital

PARTENAIRE OFFICIEL DE L'INSIGHT



191

ARTICLES
PUBLIÉS

226 K

VUES
CUMULÉES

4 851

MEILLEURE
AUDIENCE

141

ARTICLES
AU-DELÀ DE 1000 VUES

Pour les abonnés et membres du CLUB HF

L'ESSENTIEL DU MOIS

Mai 2026 aura été le mois de la consolidation et de l'accélération numérique. Le Groupe 1981 entre en négociations exclusives pour racheter Hit West et Océane FM, soit 1.2 million d'auditeurs supplémentaires dans l'Ouest, tandis que le rapport Alloncle préconise la fusion d'ICI et France 3. Côté infrastructure, l'Arcom présente son projet 2026-2028 pour achever la transition numérique : le DAB+ couvre déjà 66 % de la population et vise 80 % fin 2026, porté par l'opération Fnac-Darty et la résilience confirmée de TDF (349 points de service). Le podcast confirme sa vitalité — bourse de la Fondation Lagardère, Spotify en tête aux États-Unis, « The Breakfast Club » sur Netflix — pendant que les audiences numériques (EAR, Global Radio) et le marché publicitaire radio (+3.5 % au TI) repartent à la hausse. Une dynamique qui dessine une radio à la fois plus concentrée et plus connectée.

191

articles publiés en mai 2026

226 338

vues cumulées sur le mois

1 185

vues moyennes par article

74 %

des articles dépassent les 1000 vues

LES 6 GRANDES THÉMATIQUES DU MOIS

- Consolidation et stratégies de groupe**
Le Groupe 1981 négocie le rachat de Hit West et Océane FM, le rapport Alloncle préconise la fusion ICI / France 3, et NGroup lance NStories dédiée au podcast d'entreprise.
- Audiences EAR et écoute numérique**
En Île-de-France, la radio touche 10 millions d'auditeurs sur 28 jours ; Global Radio confirme que le numérique pèse désormais 27.1 % du volume d'écoute total.
- Marché publicitaire et audio embarqué**
Recettes radio en hausse de 3.5 % au TI, digital audio à +21.3 %, et la publicité DAB+ embarquée s'affiche désormais sur les écrans des autoradios.
- DAB+ et transition numérique**
L'Arcom dévoile son projet 2026-2028, Fnac-Darty promeut les récepteurs DAB+, TDF confirme 349 points de service et le WorldDAB publie un guide mondial de déploiement.
- Podcast et convergence audio-vidéo**
Bourse Lagardère pour les auteurs de podcasts, Spotify n°1 des réseaux US selon Edison, et « The Breakfast Club » d'iHeartMedia débarque en direct quotidien sur Netflix.
- International et avenir de la FM**
Record d'écoute connectée au Royaume-Uni (RAJAR), débat sur la fin de la FM en Belgique, et investissement logiciel de Bauer Media Audio à Manchester.



Le Groupe 1981 entre en négociations exclusives pour acquérir Hit West et Océane FM, soit environ 1.2 million d'auditeurs hebdomadaires dans l'Ouest : la consolidation du paysage radio s'accélère.

— La Lettre Pro — mai 2026

TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS LUS

#	Vues	Article	Date
1	4 851	La Fondation Jean-Luc Lagardère lance une bourse dédiée aux auteurs de podcasts	04/05
2	4 077	Le Groupe 1981 entre en négociations exclusives pour acquérir Hit West et Océane FM	27/05
3	3 459	FGL prépare la 29e édition des Océanes à Biscarrosse-Plage	11/05
4	3 381	Nicolas Fadeur mise sur l'incarnation et la proximité sur NRJ Belgique	12/05
5	3 138	La publicité DAB+ embarquée s'installe sur les écrans radio des véhicules	21/05
6	3 129	Radio Nova délocalise « La dernière » lors d'une tournée estivale	05/05
7	3 117	L'Arcom veut achever la transition numérique de la radio	19/05
8	3 096	RCA La Radio et RMN passent à l'image avec une nouvelle signature audiovisuelle	11/05
9	2 823	Ensemble pour le DAB+ accélère la promotion du DAB+ avec Fnac-Darty	29/05
10	2 370	Roberto raconte comment Latina a construit une identité radio unique en France	26/05

À RETENIR

La consolidation domine le mois : l'acquisition de [Hit West et Océane FM par le Groupe 1981](#) et la promotion du DAB+ ([Fnac-Darty](#), [projet Arcom 2026-2028](#)) concentrent l'attention. Les portraits et formats incarnés restent plébiscités — [Nicolas Fadeur](#), [Roberto / Latina](#), [Radio Nova](#) — confirmant que le lectorat aime l'humain derrière les ondes. Le podcast garde la tête du classement avec la [bourse de la Fondation Lagardère](#).

DAB+ ET TRANSITION NUMÉRIQUE

66 %

couverture DAB+ de la population fin 2025

80 %

objectif de couverture visé fin 2026

349

points de service DAB+ chez TDF

Mai aura placé le DAB+ au cœur de la stratégie publique. [L'Arcom présente son projet stratégique 2026-2028 pour achever la transition numérique de la radio](#), avec une couverture qui atteint déjà 66 % de la population fin 2025 et vise 80 % fin 2026. Sur le terrain, [l'association Ensemble pour le DAB+ s'allie à Fnac-Darty](#) pour promouvoir les récepteurs dans près de 300 magasins, tandis que [TDF confirme la résilience de la diffusion avec 349 points de service DAB+](#) et un chiffre d'affaires radio en hausse de 3.9 %.

La dimension internationale se renforce : [le WorldDAB publie un guide mondial pour accélérer le déploiement](#), et [la publicité DAB+ embarquée s'installe sur les écrans des autoradios](#). Un dossier reste sensible : [l'Alliance de la Radio alerte sur les effets concurrentiels du plan de bascule de Radio France](#).



Le DAB+ passe de l'expansion à l'achèvement : l'Arcom veut adapter le cadre législatif et accompagner les éditeurs sur les coûts de double diffusion FM/DAB+, alors que la couverture vise 80 % fin 2026.

— Arcom — projet stratégique 2026-2028

CE QUE CELA SIGNIFIE POUR VOUS

Pros : Sécuriser sa place dans les multiplex DAB+ avant l'objectif des 80 % de couverture fin 2026.

Programmes : Adapter habillages et identités sonores aux usages multi-émetteurs et numériques.

Technique : Anticiper les coûts de double diffusion FM/DAB+ que l'Arcom entend accompagner.

Communication : Profiter de l'opération Fnac-Darty pour pédagogiser le DAB+ auprès du grand public.

Commerciaux : Intégrer la publicité DAB+ visuelle et embarquée dans les offres pluri-supports.

CONSOLIDATION ET STRATÉGIES DE GROUPE

1.2 M

auditeurs visés par le rachat Hit West / Océane FM

138.6 M€

économies préconisées par le rapport Alloncle d'ici 2028

+1.5 %

de chiffre d'affaires pour le pôle audio du Groupe M6 au T1

Le fait majeur du mois : [le Groupe 1981 entre en négociations exclusives pour acquérir Hit West et Océane FM](#), deux stations de l'Ouest totalisant environ 1.2 million d'auditeurs hebdomadaires, cédées par le Groupe SIPA Ouest-France. Côté service public, [le rapport Alloncle préconise la fusion totale entre ICI et France 3 Régions](#), avec 138.6 M€ d'économies annuelles visées d'ici 2028.

La diversification s'accélère aussi : [NGroup crée NStories, une entité dédiée aux podcasts et vidéocasts d'entreprise](#), et [le pôle audio du Groupe M6 affiche +1.5 % de chiffre d'affaires au T1](#), conservant son rang de leader des groupes privés avec 15.9 % de part d'audience.



Avec le rachat de Hit West et Océane FM par le Groupe 1981 et la fusion ICI / France 3 préconisée par le rapport Alloncle, la recomposition du paysage radiophonique français entre dans une phase active.

— Synthèse rédactionnelle — La Lettre Pro

CE QUE CELA SIGNIFIE POUR VOUS

Pros : Anticiper la concentration : évaluer alliances, adossements ou stratégies de différenciation.

Programmes : Préserver l'identité éditoriale locale, valeur clé en cas de rapprochement de groupes.

Technique : Mutualiser les outils et plateformes pour absorber les synergies post-consolidation.

Communication : Soigner la marque locale : c'est elle qui fidélise quand les structures se recomposent.

Commerciaux : Saisir les opportunités de couplages publicitaires offertes par les nouveaux ensembles.

PODCAST, MARCHÉS ET PUBLICITÉ

10 000 €bourse podcast de la
Fondation Jean-Luc Lagardère**+3.5 %**recettes publicitaires radio au
T1 2026**14 M€**recettes digital audio (+21.3 %
sur un an)**Spotify**n°1 des réseaux de podcasts
aux États-Unis

VITALITÉ DU PODCAST

[La Fondation Jean-Luc Lagardère lance une bourse de 10 000 € dédiée aux auteurs de podcasts](#) de moins de 30 ans. Aux États-Unis, [Spotify prend la tête du classement Edison des réseaux de podcasts](#), devant SiriusXM et iHeart.

CONVERGENCE AUDIO-VIDÉO ET NOUVEAUX ÉCRANS

« [The Breakfast Club](#) » d'iHeartMedia arrive en direct quotidien sur [Netflix](#), illustrant la convergence audio-vidéo. [Radio France développe une nouvelle écriture sonore immersive](#) et [RCF Notre Dame déploie une application intégrant direct, podcasts et prière](#).

MARCHÉ PUBLICITAIRE

[Le marché publicitaire radio progresse de 3.5 % au T1 2026, à 133 M€](#), et le digital audio bondit de 21.3 % à 14 M€. [Aux États-Unis, la radio capte 90 % du temps d'écoute audio publicitaire des conducteurs Chevrolet](#), confirmant le poids de l'audio embarqué.



Le marché publicitaire radio repart à la hausse (+3.5 % au T1) et le digital audio bondit de 21.3 % : la valorisation publicitaire de l'audio se confirme sur tous les supports.

— France Pub / Irep / Kantar Media — T1 2026

ÉVÉNEMENT DU MOIS ET PANORAMA INTERNATIONAL

4-5

juin : Fête de la Radio 2026

29

édition des Océanes de FGL à Biscarrosse

50.6 M

Britanniques écoutent la radio chaque semaine (RAJAR)

L'AGENDA DU MOIS

[Les radios sont invitées à participer à la Fête de la Radio les 4 et 5 juin 2026](#). Côté terrain, [FGL prépare la 29e édition des Océanes à Biscarrosse-Plage](#), [le NRJ Music Tour s'installe à Cambrai pour un concert gratuit](#), et [les Assises de la radio 2026 se placent sous le signe de la souveraineté et de la résilience](#).

PANORAMA INTERNATIONAL

Pays	Fait marquant
Royaume-Uni	RAJAR : 50.6 millions d'adultes écoutent la radio chaque semaine ; l'écoute en ligne atteint un record à 30.4 %, devant l'analogique AM/FM.
Belgique	Le secteur juge incomplet l'avant-projet de décret sur la fin de la FM ; NGroup lance NStories, dédiée aux podcasts et vidéocasts d'entreprise.
Suisse	Excom Media commercialise la publicité DAB+ embarquée d'affichage sur les écrans des autoradios, touchant déjà plus de 400 000 véhicules par jour.
États-Unis	Spotify prend la tête des réseaux de podcasts (Edison) et « The Breakfast Club » d'iHeartMedia arrive en direct quotidien sur Netflix.
Allemagne / Europe	Bauer Media Audio ouvre un hub logiciel à Manchester pour standardiser les outils de ses neuf marchés audio européens.
Portugal	La voiture reste le premier lieu d'écoute de la radio, confirmant le poids stratégique de l'audio embarqué.
Luxembourg	RTL Today Radio franchit un cap avec son arrivée sur la bande FM.
International	Le WorldDAB publie un guide mondial pour accélérer le déploiement du DAB+ auprès des régulateurs et des diffuseurs.

CONSEILS PAR CATÉGORIE DE RADIO

Cat. A – Radios associatives

- Profiter de l'opération Fnac-Darty et de la promotion DAB+ pour expliquer le numérique à son auditoire local.
- Se saisir des débats parlementaires (colloque à l'Assemblée nationale) pour défendre le financement du secteur associatif.
- Mutualiser la production de podcasts thématiques, à l'image de la collection écologie de la CORLAB et de la FRAP.

Cat. B – Radios locales commerciales indépendantes

- Surveiller la consolidation (Groupe 1981 / Hit West-Océane FM) : anticiper alliances et adossements pour rester compétitives.
- Sécuriser sa place dans les multiplex DAB+ avant que la couverture n'atteigne 80 % fin 2026.
- Capter la dynamique événementielle locale (Océanes, tournées) pour renforcer l'attachement et la régie de proximité.

Cat. D – Radios thématiques nationales

- Explorer la convergence audio-vidéo (modèle « Breakfast Club » sur Netflix) pour prolonger les marques fortes.
- Structurer une offre podcast et vidéocast, à l'image de NStories ou des réécoutes RTL (« Les Grosses Têtes »).
- Investir l'audio embarqué et la publicité DAB+ visuelle qui s'installe sur les écrans des véhicules.

Cat. E – Radios généralistes nationales

- Soigner l'écoute numérique : elle pèse désormais 27.1 % du volume total selon Global Radio.
- Préparer la rentrée et les matinales (franceinfo confie la sienne à Simon Le Baron) dans un contexte pré-électoral.
- Valoriser auprès des annonceurs la reprise du marché publicitaire radio (+3.5 % au T1) et la croissance du digital audio.

Service public

- Anticiper les recommandations du rapport Alloncle (fusion ICI / France 3, 138.6 M€ d'économies d'ici 2028).
- Poursuivre l'innovation éditoriale (écriture sonore immersive de Radio France) tout en maîtrisant les coûts.
- Tenir compte de l'alerte de l'Alliance de la Radio sur les effets concurrentiels du plan de bascule de Radio France.

NOMINATIONS ET SIGNAUX FAIBLES

NOMINATIONS ET MOUVEMENTS

- Simon Le Baron prend les commandes de la matinale radio de franceinfo dès la rentrée, succédant à Paul Larroutourou.
- Le Groupe 1981 entre en négociations exclusives pour acquérir Hit West et Océane FM auprès du Groupe SIPA Ouest-France.
- NGroup lance NStories, nouvelle entité dédiée aux podcasts et vidéocasts d'entreprise.
- Spotify s'empare de la première place du classement Edison des réseaux de podcasts aux États-Unis.
- Bauer Media Audio ouvre un hub de développement logiciel à Manchester pour ses neuf marchés européens.
- RTL Today Radio franchit un cap avec son arrivée sur la bande FM au Luxembourg.

SIGNAUX FAIBLES À SURVEILLER

› La publicité DAB+ devient visuelle

En Suisse, Excom Media commercialise un affichage publicitaire embarqué sur les écrans des autoradios DAB+ : un nouveau format qui pourrait transformer la monétisation de la radio numérique.

› La fin de la FM se prépare — mais quand ?

Entre le projet 2026-2028 de l'Arcom et le débat belge sur l'extinction de la FM, la question de l'arrêt de l'analogique passe du tabou au calendrier.

› La convergence audio-vidéo s'industrialise

Avec « The Breakfast Club » en direct quotidien sur Netflix et l'essor du vidéocast, la frontière entre radio, podcast et plateformes vidéo s'efface.

› La consolidation redessine la carte

Rachat de Hit West et Océane FM, rapport Alloncle, NStories : la concentration et la diversification des groupes s'accélèrent, avec des effets sur la concurrence locale.

› La mesure unifiée broadcast + digital

iHeartMedia / Magellan AI unifient la mesure entre radio et audio digital, pendant que Global Radio confirme la montée du numérique : la donnée d'audience devient l'enjeu central des régies.

LE MOT DE LA FIN

Mai 2026 confirme une double dynamique : la radio française se consolide et se connecte simultanément. D'un côté, la recomposition du paysage s'accélère — rachat de Hit West et Océane FM par le Groupe 1981, rapport Alloncle, création de NStories. De l'autre, la transition numérique entre dans sa phase d'achèvement : l'Arcom fixe le cap des 80 % de couverture DAB+ fin 2026, Fnac-Darty promeut les récepteurs et TDF confirme la résilience de la diffusion.

Pour les décideurs, le mois envoie trois signaux clairs : la concentration impose d'anticiper alliances et adossements ; l'écoute numérique (27.1 % du volume total) et la convergence audio-vidéo deviennent des terrains incontournables ; et la reprise publicitaire (+3.5 % au T1, digital audio à +21.3 %) ouvre une fenêtre pour réinvestir dans l'innovation et la mesure.

TROIS PRIORITÉS POUR LES DÉCIDEURS

1. Anticiper la consolidation du marché : préparer alliances, adossements ou stratégies de différenciation locale.
2. Accélérer sur le DAB+ et l'écoute numérique avant l'objectif des 80 % de couverture fin 2026.
3. Investir la convergence audio-vidéo et la mesure unifiée pour valoriser l'audience auprès des annonceurs.

À PROPOS

L'Insight du Mois est une publication de La Lettre Pro de la Radio et du Podcast.

Document réalisé à partir de l'analyse de 191 articles publiés sur www.lalettre.pro en mai 2026.

Données de lectures (vues) enregistrées au 31 mai 2026.

Contact : philippe@lalettre.pro | www.lalettre.pro