

L'INSIGHT DU MOIS

SEPTEMBRE 2026

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

PARTENAIRE OFFICIEL DE L'INSIGHT



199

ARTICLES
PUBLIÉS

249 K

VUES
CUMULÉES

6 987

MEILLEURE
AUDIENCE

143

ARTICLES
AU-DELÀ DE 1000 VUES

Pour les abonnés et membres du CLUB HF

L'ESSENTIEL DU MOIS

Septembre 2026 aura été le mois où la radio a défendu son accès. Dans les voitures, d'abord : [l'AER et l'UER demandent que le Digital Networks Act garantisse la FM et le DAB+ dans tous les véhicules](#), tandis que [Radio France, l'Alliance de la Radio et les radios associatives réclament au Gouvernement un accès direct et gratuit](#), alors que des constructeurs proposent des modèles sans récepteur ou la radio en option payante. Dans les affaires ensuite : [le Groupe 1981 confirme l'acquisition de Hit West, Océane et Clazz et rassemble désormais 13 radios](#), pendant que [les recettes publicitaires nettes de la radio reculent de 3,5 % à 293 M€ au premier semestre](#). Côté antennes, la rentrée s'est poursuivie avec [RTL, NRJ, Europe 1, Radio Nova](#) et [France Inter](#). Le podcast se joue désormais en vidéo, [les radios françaises occupant YouTube](#) pendant que [Netflix étoffe son catalogue de plus de 60 podcasts](#). Enfin, la mesure se rapproche du temps réel avec [Radioplayer Insight dans la voiture](#).

199

articles publiés en septembre 2026

249 471

vues cumulées sur le mois

1 254

vues moyennes par article

72 %

des articles dépassent les 1 000 vues

LES 6 GRANDES THÉMATIQUES DU MOIS

- **Voiture connectée : le combat pour la FM et le DAB+**
L'AER, l'UER, le WorldDAB et Radio France plaident pour garantir un accès direct et gratuit à la radio hertzienne dans les véhicules, pendant que Radioplayer lance la mesure en temps réel de l'écoute en voiture.
- **Marché publicitaire : un premier semestre en repli**
Les recettes nettes de la radio s'établissent à 293 M€ contre 304 M€, la durée publicitaire recule de 8 % et le digital audio progresse de 10,8 %. Les régies répondent avec Test&Success et Double Mixte.
- **Podcast et vidéo : l'audio change de format**
144 millions d'écoutes en août selon EAR Podcast, 24 millions de téléchargements certifiés par l'ACPM, Skyrock en tête sur YouTube et plus de 60 podcasts chez Netflix.
- **Consolidation : le Groupe 1981 passe à 13 radios**
Hit West, Océane et Clazz rejoignent le groupe après l'agrément de l'Arcom. Arsenal Media finalise l'achat de BPM Sports au Québec et l'Alliance de la Radio saisit le Conseil d'État sur les permutations de fréquences.
- **Rentrée 2026-2027 : la suite des grilles**
RTL, NRJ, Europe 1, Radio Nova, ICI, France Inter, France Culture et Radio Classique dévoilent leurs nouveautés, entre proximité, interactivité et vidéo, avec la présidentielle 2027 en ligne de mire.
- **Mesure et IA : les outils se renouvellent**
RCS lance RCSAI dans SelectorCloud, Triton Digital et RCS ouvrent la radio hertzienne au programmatique, Numeris prépare Radio Locale+ et Médiamétrie devient Société à Mission.



Cette rentrée doit se traduire par des avancées concrètes pour la radio.

Christophe Schalk, président du SIRTl, entretien à La Lettre Pro de la Radio, 1er septembre 2026

TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS LUS

#	Vues	Article	Date
1	6 987	Disparition de Floris Roosen, le physicien qui repoussait les limites des émetteurs FM	15/09
2	4 116	Le Groupe 1981 confirme l'acquisition de Hit West, Océane et Clazz	17/09
3	4 020	Helena ouvre le nouveau rendez-vous mensuel d'Alouette	04/09
4	2 517	Gaël Sanquer va à la radio	29/09
5	2 250	Triton Digital et RCS relie diffusion radio et achat programmatique sans refonte des systèmes	03/09
6	2 097	Horizon veut repousser les frontières de la radio locale	22/09
7	2 004	RTL réunit ses voix pour sa photo de rentrée	04/09
8	2 001	Skyrock, Europe 1, RTL, RMC : comment les radios françaises occupent YouTube	10/09
9	1 986	Europe : la radio veut garantir la présence de la FM et du DAB+ dans toutes les voitures	15/09
10	1 956	Le secteur de la radio demande au Gouvernement de garantir l'accès gratuit à la FM et au DAB+	21/09

À RETENIR

Le classement mêle technique, affaires et antennes. [L'hommage à Floris Roosen](#) dépasse largement tous les autres contenus, à plus de 6 900 vues, preuve de l'attachement des lecteurs à la technique et à la FM. Il devance [l'acquisition de Hit West, Océane et Clazz par le Groupe 1981](#) et [l'invitée Helena sur Alouette](#). Le portrait [Gaël Sanquer va à la radio](#) se hisse au 4e rang en seulement deux jours, tandis que [la bataille européenne pour la FM et le DAB+ dans les voitures](#) et [la demande adressée au Gouvernement](#) placent deux articles dans le Top 10.

LA VOITURE CONNECTÉE : LA RADIO DÉFEND SON ACCÈS

55 %

du temps d'écoute audio en voiture revient à la radio AM/FM aux États-Unis (Edison, 1er trim. 2026)

83 %

des acheteurs de véhicules neufs écoutent la radio en voiture, 62 % la jugent indispensable (WorldDAB)

19

marques automobiles intègrent déjà la technologie Radioplayer

La voiture est devenue le front principal du mois. [L'Association of European Radios et l'UER demandent que le Digital Networks Act garantisse la présence de la radio diffusée dans tous les véhicules, le WorldDAB et Broadcast Networks Europe plaident dans le même sens avec une étude auprès de 8 000 acheteurs](#) et, en France, [Radio France, l'Alliance de la Radio et les radios associatives demandent au Gouvernement un accès direct et gratuit à la FM et au DAB+](#). En cause : des constructeurs qui testent ou commercialisent des modèles sans récepteur, ou proposent la radio comme une option payante.

Les usages expliquent cette vigilance. [Aux États-Unis, la radio AM/FM concentre 55 % du temps d'écoute audio en voiture, mais le smartphone devient le premier appareil d'écoute des 13-34 ans, avec 46 % du temps contre 43 % pour le récepteur](#). Les tableaux de bord connectés ouvrent aussi des opportunités : [Radioplayer lance la mesure en temps réel de l'écoute radio en voiture, Stellantis intégrera Tuneln dans une sélection de ses futurs véhicules](#) et [la radio transforme le tableau de bord en nouvel espace publicitaire](#). Outre-Atlantique, [l'AM Radio for Every Vehicle Act se rapproche d'un vote décisif à la Chambre des représentants](#).



Préserver un accès direct, sans intermédiaire, aux radios terrestres analogiques et numériques.

Objectif de la démarche de l'AER et de l'UER sur le Digital Networks Act, La Lettre Pro de la Radio, 15 septembre 2026

CE QUE CELA SIGNIFIE POUR VOUS

Pros : inscrire la présence de la radio dans les véhicules à l'agenda des syndicats et des pouvoirs publics, en France comme en Europe.

Programmes : penser l'antenne pour l'écran du tableau de bord : titres, visuels et rendez-vous lisibles en un coup d'œil.

Technique : auditer ses métadonnées et ses flux FM, DAB+ et IP : ils conditionnent la visibilité dans les véhicules connectés.

Communication : rappeler aux auditeurs comment retrouver la station en voiture, sur chaque plateforme.

Commerciaux : valoriser l'écoute en voiture, premier moment de la radio financée par la publicité, avec les nouvelles données de mesure.

PODCAST, VIDÉO ET MESURE : L'AUDIO CHANGE DE FORMAT

144 M

de podcasts français écoutés ou téléchargés en août selon EAR Podcast, dont 118 M depuis la France

24 M

de téléchargements certifiés par l'ACPM dans le monde en août, dont 18 M en France

7,9 M

d'abonnés YouTube cumulés pour Skyrock, en tête des radios françaises

Le podcast se mesure désormais aussi en vidéo. [Une étude de Social Radio sur 46 chaînes YouTube de radios place Skyrock en tête des abonnés, tandis qu'Europe 1 et RTL publient le plus, Podtrac analyse 84,2 millions de vues pour mesurer l'engagement des podcasts sur YouTube](#) depuis le changement de décompte du 24 août, [Netflix étoffe son catalogue de plus de 60 podcasts](#) et [NRJ lance NRJ Fan Power, un live hebdomadaire sur YouTube et Twitch](#). En France, [EAR Podcast RCS/LLP mesure 144 millions d'écoutes en août, un recul qui ralentit, mais RMC BFM paie la trêve estivale au prix fort](#). [L'ACPM certifie 24 millions de téléchargements, avec Secrets d'Histoire en tête du Top 15](#) et [les podcasts natifs d'Europe 1 ont enregistré 32,6 millions de téléchargements la saison passée, en hausse de 7 %](#).

Les outils de mesure et de programmation changent aussi d'échelle. [RCS lance RCSAI dans SelectorCloud, première application de son moteur RCS Intelligence](#), [Triton Digital et RCS ouvrent la radio hertzienne à la publicité programmatique](#) et [Numeris réunit un groupe de travail pour préparer Radio Locale+](#). Côté cadre, [Radiozentrale détaille l'application de l'AI Act aux voix IA dans l'audio](#) depuis le 2 août 2026 et [Médiamétrie adopte le statut de Société à Mission autour de la mesure d'audience](#).



88 % des consommateurs concernés utilisent désormais audio et vidéo pour le podcast, contre 78 % en 2025.

Acast, Podcast Pulse 2026, relayé par La Lettre Pro de la Radio le 21 septembre 2026

CE QUE CELA SIGNIFIE POUR VOUS

Pros : arbitrer les investissements entre audio, vidéo et plateformes : le podcast se juge désormais à l'écran comme à l'oreille.

Programmes : concevoir des formats pensés d'emblée pour l'antenne, le replay et la vidéo, avec une incarnation forte.

Technique : préparer l'étiquetage des contenus générés par IA et la mesure des vues vidéo, deux chantiers en cours.

Communication : valoriser les chiffres EAR Podcast et ACPM et animer les chaînes YouTube de la station.

Commerciaux : construire des offres combinant antenne, podcast et vidéo, avec des indicateurs de performance mesurables.

MARCHÉS, AUDIENCES ET PUBLICITÉ

-3,5 %

de recettes publicitaires nettes pour la radio au 1^{er} semestre 2026, à 293 M€

-8 %

de durée publicitaire en radio selon les données BUMP

+10,8 %

pour les formats audio digitaux, de 26 à 29 M€

11 %

des recettes radio proviennent désormais du digital média

UN MARCHÉ EN REPLI AU PREMIER SEMESTRE

Les recettes publicitaires nettes de la radio, digital inclus, s'établissent à 293 M€ contre 304 M€ au premier semestre 2025, et la durée publicitaire baisse de 8 %. Seuls 4 % des 5 759 annonceurs recensés activent à la fois la radio, le display radio et l'audio digital, un potentiel de développement pour les régies.

LES RÉGIES RÉPONDENT PAR L'OFFRE

NRJ Global lance Test&Success, une offre « satisfait ou remboursé » qui garantit un uplift d'au moins 10 points sur l'un des trois indicateurs d'intention, et Double Mixte, premier couplage tarifaire entre Chérie FM et Rire & Chansons. Happy Média devient la régie de Vibration, Forum et Wit FM sur plusieurs zones. Au Royaume-Uni, Global lance Radio Plus, la radio sans publicité à partir de 4,99 £ par mois.

LA CONSOLIDATION SE POURSUIT

Le Groupe 1981 confirme l'acquisition de Hit West, Océane et Clazz après l'agrément de l'Arcom, avec le maintien des équipes et des lignes éditoriales de Hit West et Océane. Au Québec, Arsenal Media finalise l'acquisition du réseau BPM Sports. En France, AirZen Radio lance une levée de fonds pouvant atteindre 1 M€ en obligations convertibles et l'Alliance de la Radio saisit le Conseil d'État sur la permutation des fréquences de Radio France.



Au premier semestre 2026, les recettes publicitaires nettes de la radio s'établissent à 293 M€, contre 304 M€ au S1 2025, soit un recul de 3,5 %.

Recettes publicitaires radio, La Lettre Pro de la Radio, 11 septembre 2026

L'ÉVÉNEMENT DU MOIS : LA RENTRÉE DES ANTENNES ET LA VISITE DU PAPE

2 sept.

RTL dévoile sa grille et sa photo de rentrée, pour ses 60 ans et les 50 ans des Grosses Têtes

25-28 sept.

quatre jours de direct pour la visite du pape Léon XIV en France sur RCF Notre Dame

50

isoloirs « Dites-le ICI » sillonnent le territoire jusqu'à la présidentielle de 2027

UNE RENTRÉE QUI SE POURSUIT, UNE PRÉSIDENTIELLE QUI S'INVITE

La rentrée a trouvé ses temps forts. [RTL a dévoilé sa grille le 2 septembre](#), [NRJ renouvelle sa matinale avec Tanguy et Béné](#), [Europe 1 enrichit sa grille](#), [Radio Nova muscle ses matins](#), [France Inter veut reprendre la conversation](#) et [France Culture fait évoluer sa grille](#). Fin septembre, [RCF Notre Dame déploie quatre jours de direct pour la visite du pape Léon XIV](#) et [ICI Paris Île-de-France adapte son antenne](#). L'élection présidentielle des 18 avril et 2 mai 2027 s'invite déjà à l'antenne : [les 44 radios locales ICI lancent Dites-le ICI avec Odoxa](#) et [Radio Nova lance 2027 raisons de voter](#).

PANORAMA INTERNATIONAL

Pays	Fait marquant
Royaume-Uni	Global lance Radio Plus, la radio sans publicité à partir de 4,99 £ par mois, et la BBC n'exclut pas de fermer certaines de ses plus de 50 stations. L'Ofcom relève que 87 % des adultes écoutent la radio chaque semaine.
États-Unis	La radio AM/FM concentre 55 % du temps d'écoute audio en voiture, mais le smartphone devient le premier appareil des 13-34 ans (46 % contre 43 %). Les dépenses publicitaires podcast sont attendues à 3 milliards de dollars en 2026.
Allemagne	L'Online-Audio-Monitor compte 53,4 millions d'auditeurs d'audio en ligne (75,2 % des 14 ans et plus). Selon l'ARD/ZDF-Medienstudie, la radio représente 71 % du temps d'écoute audio.
Canada	Numeris crée un groupe de travail pour déployer Radio Locale+, quatre Canadiens sur cinq consomment de l'audio en ligne et les radios privées consacrent 127 millions de dollars à l'information.
Belgique	Christophe Dujardin est désigné futur Administrateur général de la RTBF, et TALENTS, radio éphémère 100 % Fédération Wallonie-Bruxelles, est lancée en DAB+.
Suisse	L'audio touche chaque jour 80 % des Suisses de 15 à 75 ans utilisant Internet, mais l'écoute quotidienne de la radio passe de 52 % à 45 % entre 2024 et 2026. La SSR prépare 80 millions de francs d'économies dès 2027.
Australie	La radio commerciale gagne 308 000 auditeurs en un an et touche 12,8 millions d'Australiens chaque semaine. Les investissements audio progressent de 6,6 %, le podcast de 10,1 %.
Portugal	Les podcasts totalisent plus de 13 millions de téléchargements en juillet, puis reculent de 47,7 % en août, à 7,21 millions, selon Pod_Scope.

CONSEILS PAR CATÉGORIE DE RADIO

Cat. A : Radios associatives

- Soutenir la demande des Locales : [un FSEER porté à 39 millions d'euros en 2027](#) pour près de 790 radios et environ 3 000 emplois.
- Se former à la gestion : [La Skol ouvre les dernières places de « Diriger une radio associative »](#), 60 heures sur 40 semaines.
- Ouvrir ses studios au public, comme [six radios associatives de Nantes et Saint-Herblain](#) pendant les Journées européennes du patrimoine.

Cat. B : Radios locales commerciales indépendantes

- S'inspirer d'Horizon : [nouvelle matinale, drive renforcé et premier talk 100 % RC Lens](#) pour faire de la proximité un avantage.
- Mutualiser la commercialisation, comme [Vibration, Forum et Wit FM avec Happy Média](#).
- Prolonger les partenariats sportifs : [Horizon et le RC Lens entament une 10e saison, Toulouse FM et le Toulouse FC reconduisent leur accord](#).

Cat. D : Radios thématiques nationales

- Décliner l'antenne en vidéo et en direct, à l'image de [NRJ Fan Power sur YouTube et Twitch](#).
- Packager l'offre pour les annonceurs : [Double Mixte](#) et [Test&Success](#) montrent la voie.
- Miser sur l'incarnation, comme [TSF Jazz](#), pour élargir l'audience sans changer d'identité.

Cat. E : Radios généralistes nationales

- Donner plus de place aux auditeurs, comme [Europe 1](#), et à la proximité, comme [RTL avec La Tournée d'RTL chaque vendredi](#).
- Occuper YouTube : [Skyrock, Europe 1, RTL et RMC](#) publient à un rythme soutenu.
- Rejoindre la défense de la FM et du DAB+ dans les voitures, via [l'Alliance de la Radio](#).

Service public

- Suivre le dossier des fréquences : [l'Alliance de la Radio saisit le Conseil d'État sur les permutations de Radio France](#).
- Poursuivre le modèle à 360 degrés défendu par [Laurent Guimier pour ICI](#) : radio, plateformes et vidéo.
- Consolider les partenariats d'intérêt général : [Radio France et l'Éducation nationale signent pour trois ans, plus de 150 000 élèves par an](#).

NOMINATIONS ET SIGNAUX FAIBLES

NOMINATIONS ET MOUVEMENTS

- [Christophe Dujardin est désigné futur Administrateur général de la RTBF](#) par le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
- [Christophe Schalk est reconduit à la présidence du SIRT](#).
- [Katia Sanerot, directrice générale de Louie Media, est reconduite à la présidence du PIA](#).
- [Raphäl Yem rejoint Nova le matin et Emma Bojan prend l'antenne à 20h](#) sur Radio Nova.
- [Enora Malagré arrive sur ICI entre 12h et 13h](#).
- [Rudy Leonet rejoint Nostalgie](#) après 40 ans de radio.
- Hommages : disparition de [Floris Roosen](#) et de [Tarek Mami, fondateur de France Maghreb 2](#), départ d'[Ahmed Belhaouss, après 43 ans à l'accueil d'ICI Nord](#).

SIGNAUX FAIBLES À SURVEILLER

› Le smartphone passe devant le récepteur radio chez les jeunes conducteurs

Chez les 13-34 ans aux États-Unis, le mobile représente 46 % du temps audio quotidien en voiture contre 43 % pour le récepteur AM/FM, alors que l'écart était de 47 points en faveur de la radio en 2015. [Lire l'article](#).

› Le service public britannique envisage des fermetures de stations

La BBC n'exclut pas de fermer certaines de ses plus de 50 stations de radio et veut accélérer BBC Sounds : un signal pour tous les opérateurs publics. [Lire l'article](#).

› Le podcast se juge à l'écran

Depuis le 24 août, YouTube compte une vue dès la première image. Sur 84,2 millions de vues analysées, 64 % des vues d'épisodes intégrés à une playlist podcast sont des vues engagées. [Lire l'article](#).

› La radio sans publicité devient une offre payante

Global propose Radio Plus à partir de 4,99 £ par mois, avec davantage de musique à la place des coupures publicitaires, pendant que les flux gratuits restent financés par la publicité. [Lire l'article](#).

› Les voix générées par IA entrent dans un cadre réglementaire

Depuis le 2 août 2026, les obligations de transparence de l'article 50 de l'AI Act concernant aussi certains contenus audio générés par IA : radios, podcasts et publicités sont concernés. [Lire l'article](#).

LE MOT DE LA FIN

Septembre 2026 restera le mois où la radio a mis son accès au cœur du débat. Dans les véhicules, les acteurs européens et français demandent des garanties pour la FM et le DAB+ au moment où certains constructeurs retirent le récepteur ou le facturent. Dans le même temps, le marché publicitaire recule de 3,5 % au premier semestre, mais les régies innovent avec des offres garanties et des couplages, et le paysage se concentre avec les 13 radios du Groupe 1981.

Le second enseignement tient aux formats. Le podcast se joue désormais en vidéo, les radios investissent YouTube et Twitch, et la mesure se rapproche du temps réel jusque dans l'habitacle. La radio conserve des positions solides, en particulier en voiture et dans la publicité, mais l'écart avec le smartphone se resserre chez les plus jeunes. Elle devra continuer à prouver, saison après saison, que sa proximité et son incarnation restent irremplaçables.

TROIS PRIORITÉS POUR LES DÉCIDEURS

1. Se mobiliser, avec les syndicats et les groupes, pour garantir la présence de la FM et du DAB+ dans les véhicules neufs.
2. Construire des offres commerciales packagées et mesurables, pour répondre à un marché publicitaire en repli.
3. Structurer une présence vidéo (YouTube, live) cohérente avec l'antenne et le podcast, en anticipant l'étiquetage des voix IA.

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 199 articles publiés sur www.lalettre.pro en septembre 2026.

Données de lectures (vues) enregistrées au 1er octobre 2026.

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