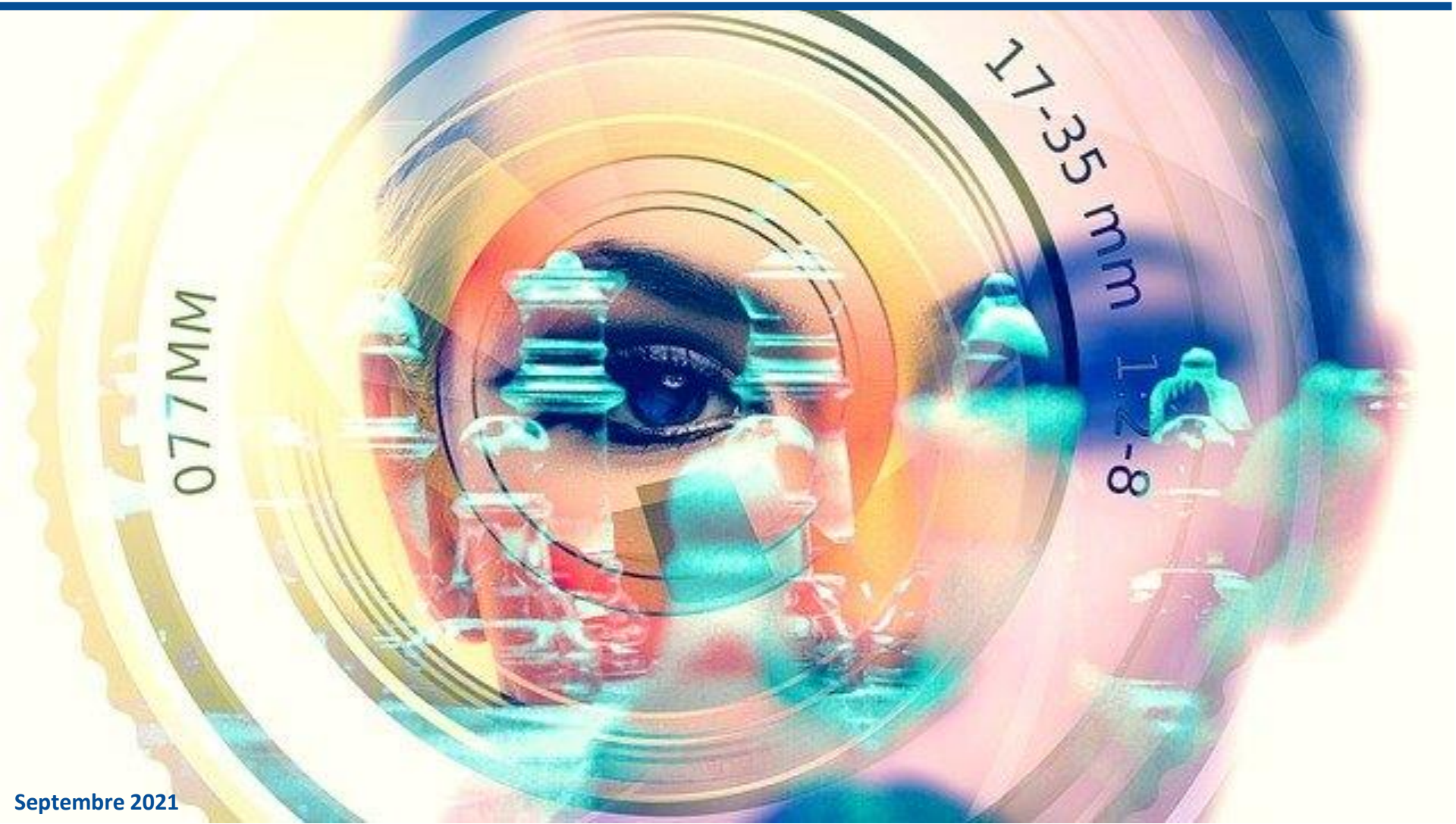
L’auditeur RFM



Septembre 2021

RFM c’est

1 846 000 auditeurs quotidiens soit 3,4% d’audience cumulée

3% de part d’audience

1h44min de durée d’écoute moyenne

Source : Médiamétrie 126000. Avril-Juin 2021. Moyenne LV. 5h-24h. Cible 13 ans et +.

RFM c'est

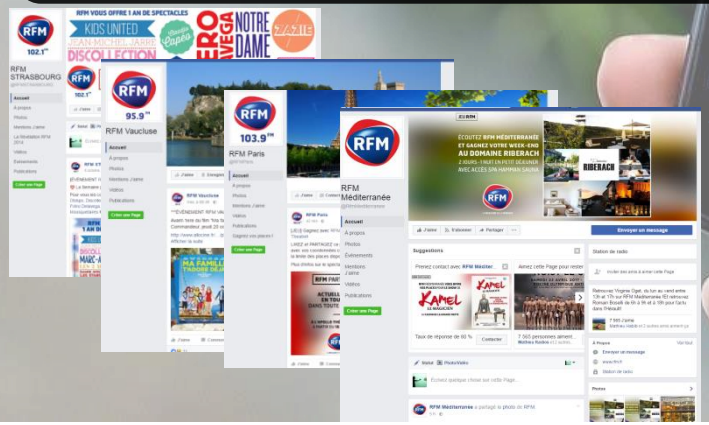
496 355 visites mensuels en moyenne sur RFM.fr pour près de 2,3 millions de pages vues

68 000 utilisateurs pour la nouvelle application RFM sur le mois de juin (+3% vs la moyenne des 12 derniers mois)

137 600 téléchargements de podcasts sur juin (soit +36% en un an)

673 000 fans **+ 20% en 1 an**

Gironde, Rhône Alpes, Provence, Nord, Strasbourg….
Plus de 15 pages locales soit près de 175 000 fans cumulés



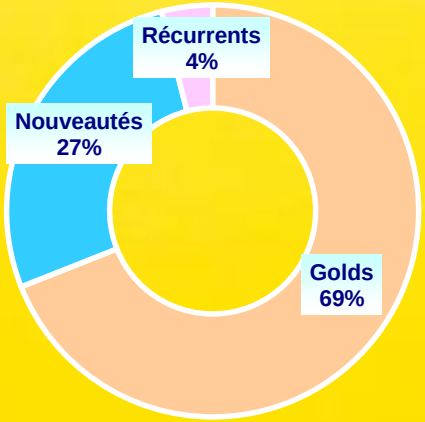
72 700 followers **+ 4% en 1 an**

69 900 followers **+ 38% en 1 an**

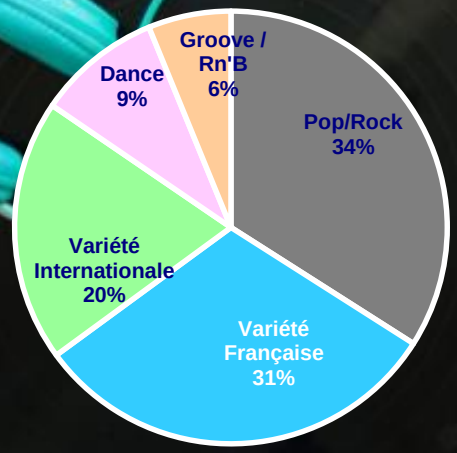
Données AT internet site RFM.fr Avril-Juin 2021
Données Réseaux sociaux Juin 2021 vs Juin 2020.

La musique sur RFM

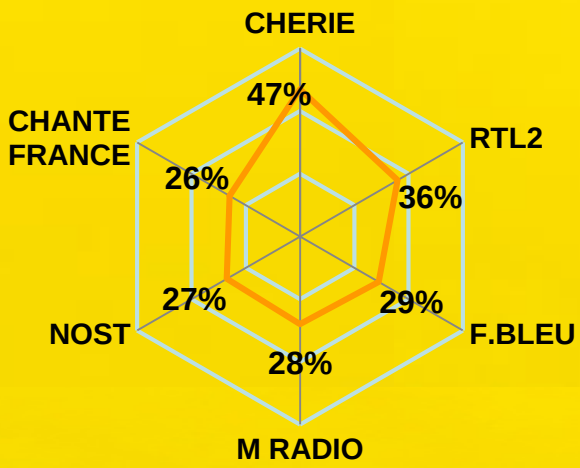
Format



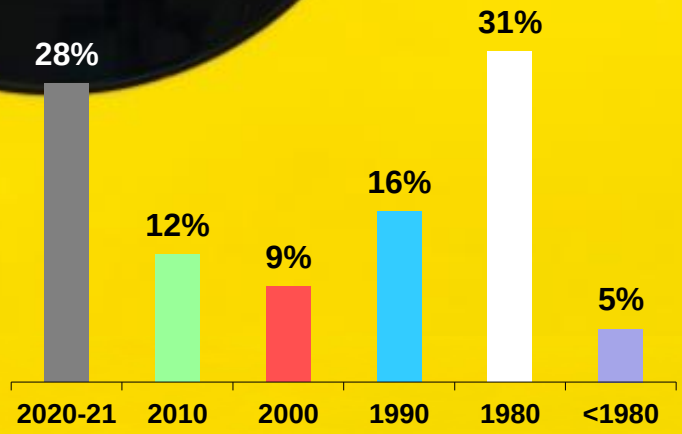
Styles musicaux



Proximité



Décennies



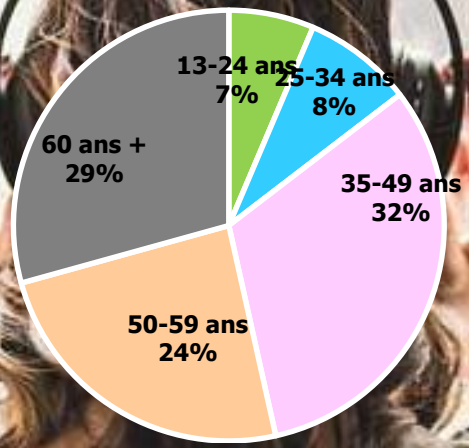
Source : Yacast. Lundi-Vendredi 5h-24h. Avril-Juin 2021

L'auditeur RFM

Mixte

42,5	57,5

Adulte



Actifs et CSP+

66% des auditeurs sont des actifs

32% sont CSP+

Age moyen

50,3 ans

Source : Médiamétrie 126000. Avril-Juin 2021. Moyenne LV. 5h-24h. Audience cumulée en structure. Age moyen calculé avec AC milliers

L'auditeur RFM

Parents expérimentés

24,6% des auditeurs

+7,6 points vs radios musicales

Maturité active sans enfant

18,8% des auditeurs

+8,1 points vs radios musicales

Jeunes séniors inactifs

14,9% des auditeurs

+6,2 points vs radios musicales

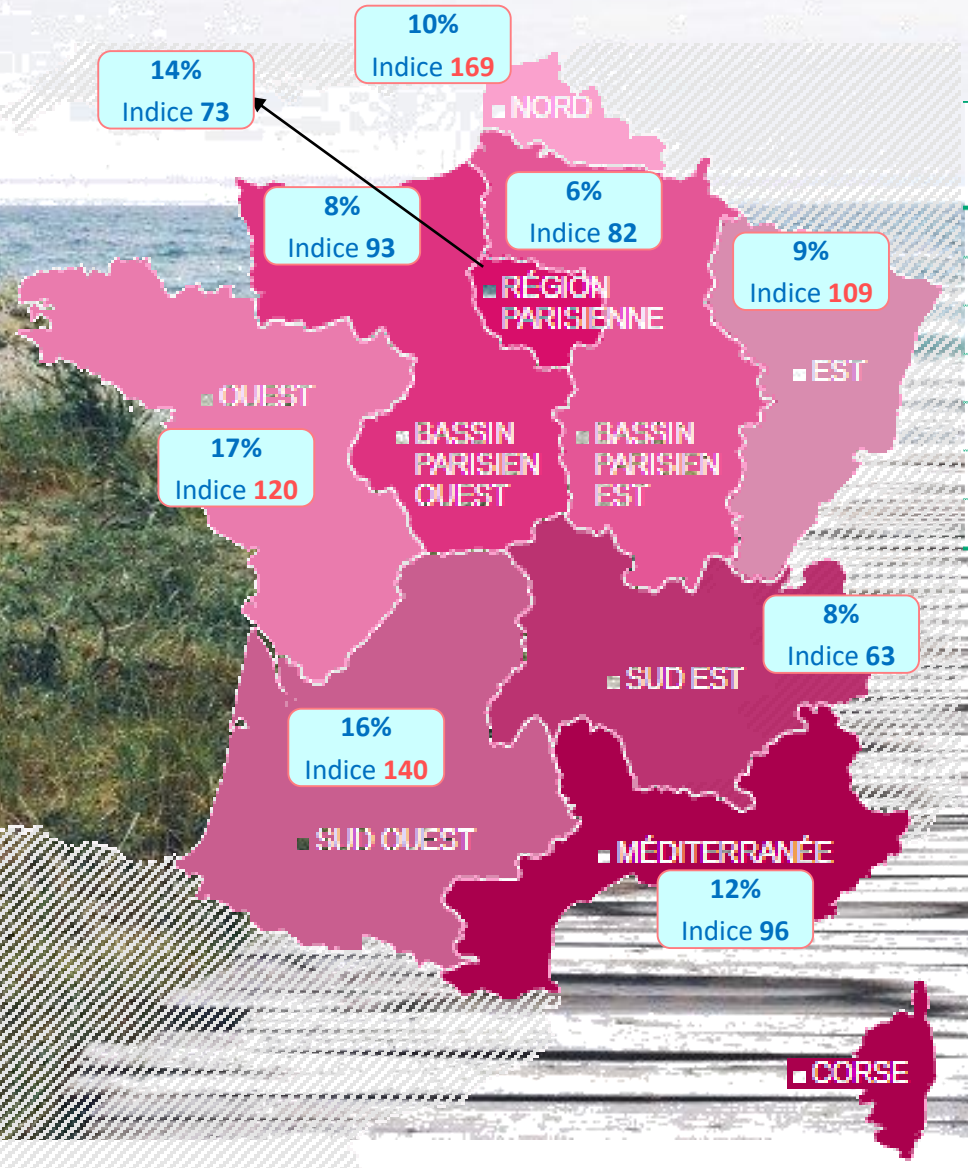
Nouveaux parents

11,3% des auditeurs

-5,1 points vs radios musicales

Source : Médiamétrie 126000. Avril-Juin 2021. Moyenne LV. 5h-24h. Audience cumulée en structure.

L'auditeur RFM



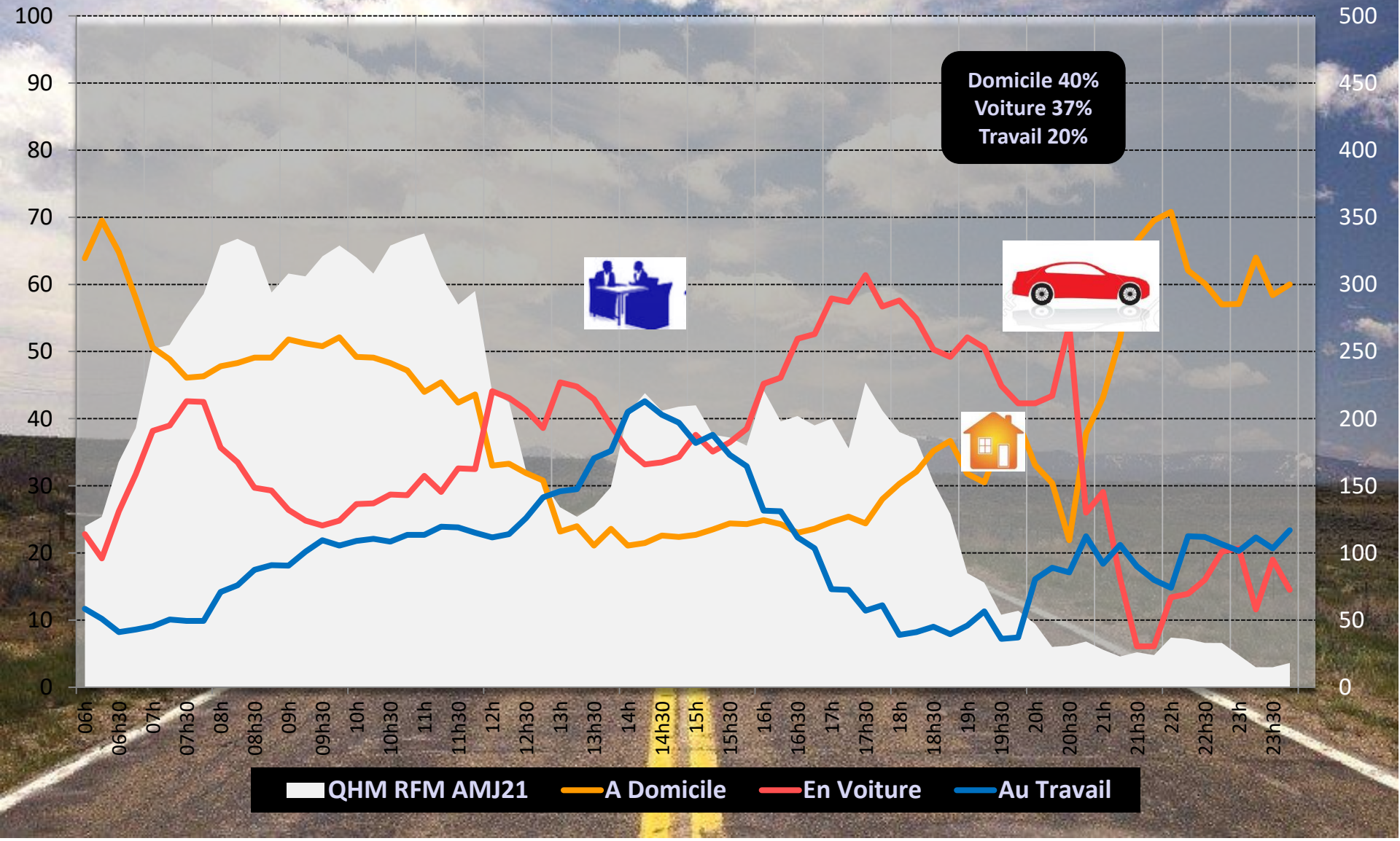
Avril-Juin 2021	Pop 13+	AC en struct. RFM	Rapport indicé
Commune rurale	22%	28%	125
Agg. < 20 000H	18%	21%	118
Agg. 20 à 50 000H	6%	7%	123
Agg. 50 000 à 100 000H	7%	8%	104
Agg. 100 000 à 200 000H	5%	5%	100
Agg. > 200 000H	25%	20%	80
Agg. Paris	16%	11%	67

Sur-représentation du Nord, de l'Est, de l'Ouest et du Sud-Ouest.

Une structure d'audience assez proche de celle de la population en termes d'agglomération avec cependant une sur-représentation des communes de moins de 100 000 habitants

Source : Médiamétrie 126000. Avril-Juin 2021. Moyenne LV. 5h-24h. Audience cumulée en structure.

Localisation de l'écoute



Source : Médiamétrie 126000. Avril-Juin 2021. Moyenne LV. Cible 13 ans et + / Panel 2020-2021 15 jours LV

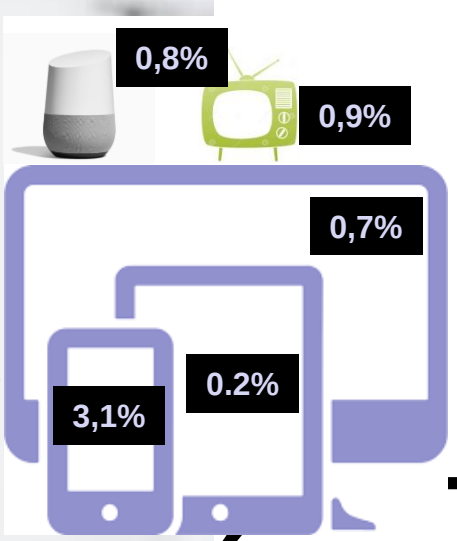
Les musicales sur les supports multimédia

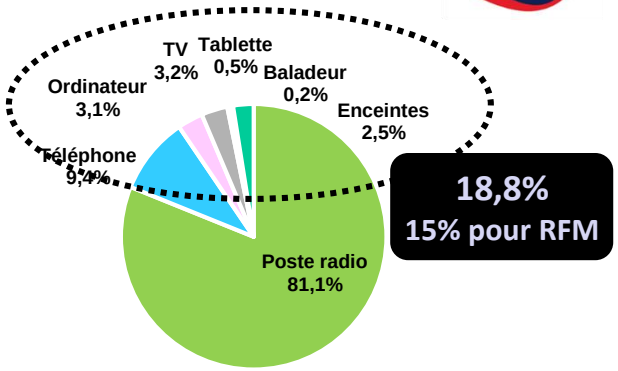
Audience cumulée

Tous supports 32,2%

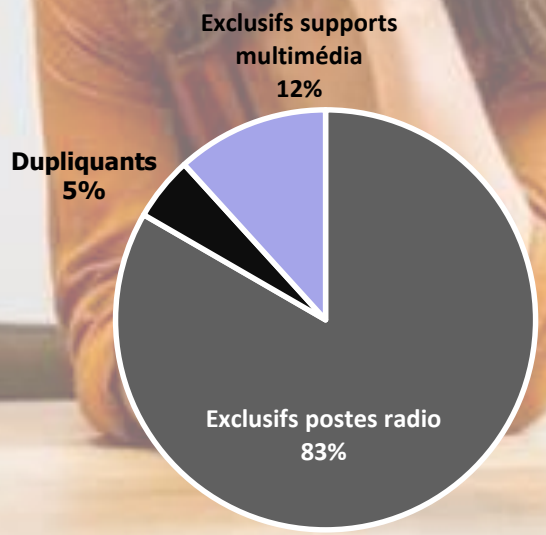
Postes radio 28,4%

Supports multimédia 5,4%





Volume d'écoute



Aujourd'hui, les supports multimédia génèrent 5,4% d'audience pour les musicales

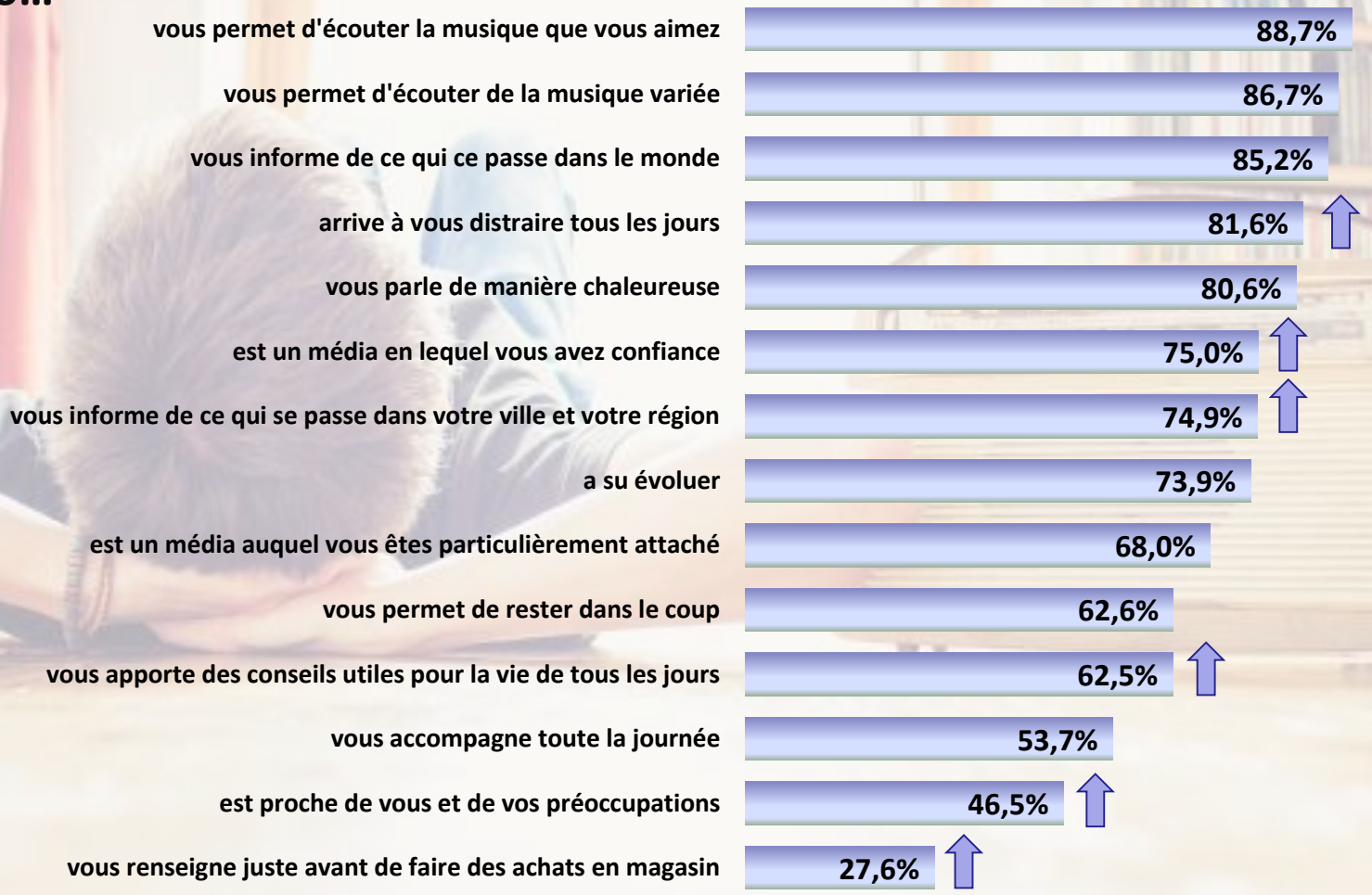
- La durée d'écoute moyenne y est supérieure à celle des postes de radio : **2h02min** (vs 1h39 sur un poste de radio)
- Ces nouveaux supports représentent ainsi aujourd'hui **18,8% du volume d'écoute des musicales**
- Sur une journée moyenne **12% des auditeurs des musicales ont une écoute exclusivement sur des supports multimedia** (9% pour RFM)

Source : Global Radio Médiamétrie Janv-Mars 2021

L'auditeur RFM et la radio

Pour les auditeurs d'RFM le média radio est avant tout musical :

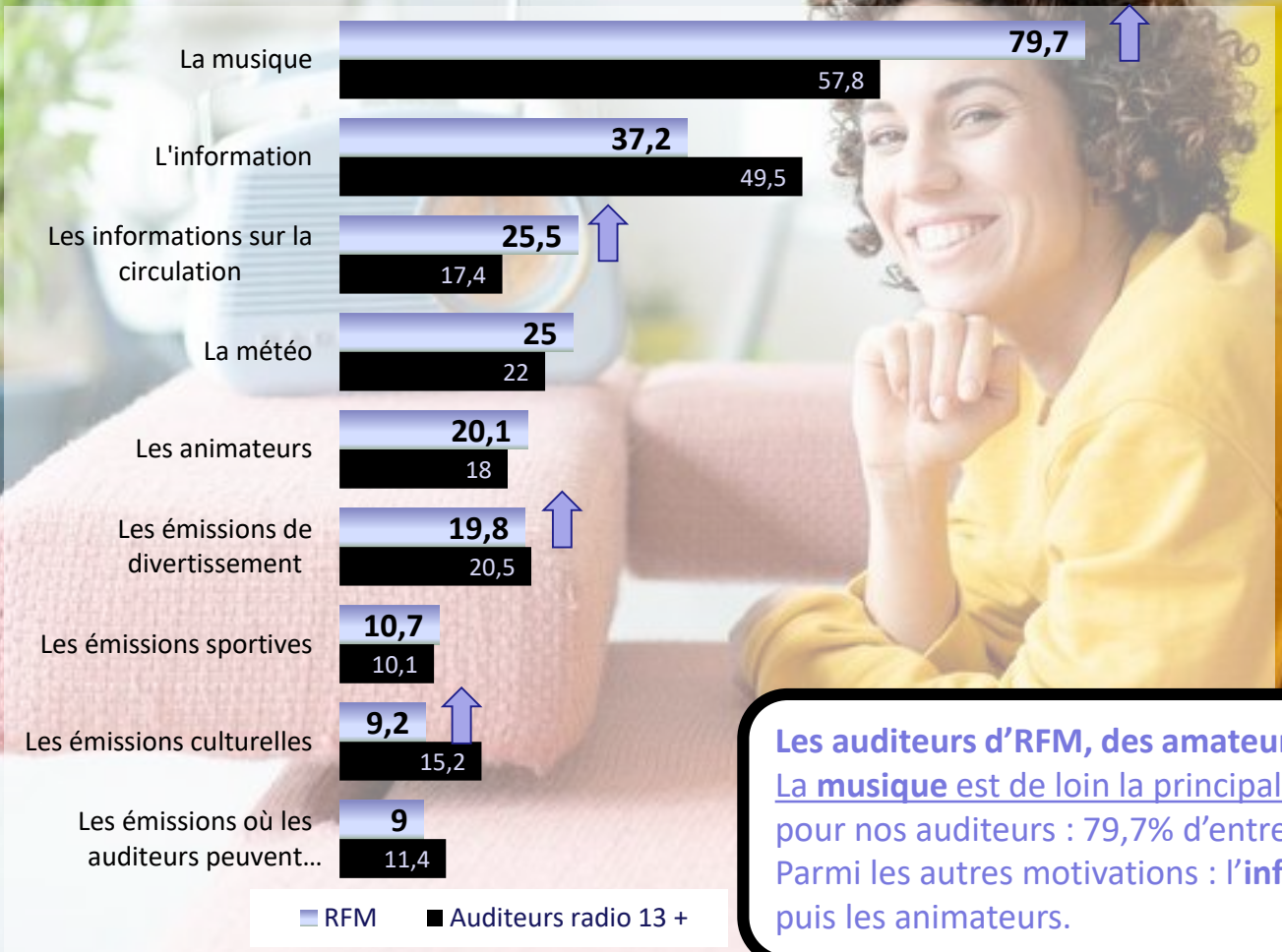
La radio…



Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et la radio

Motivation d'écoute de la radio



Les auditeurs d'RFM, des amateurs de musique avant tout

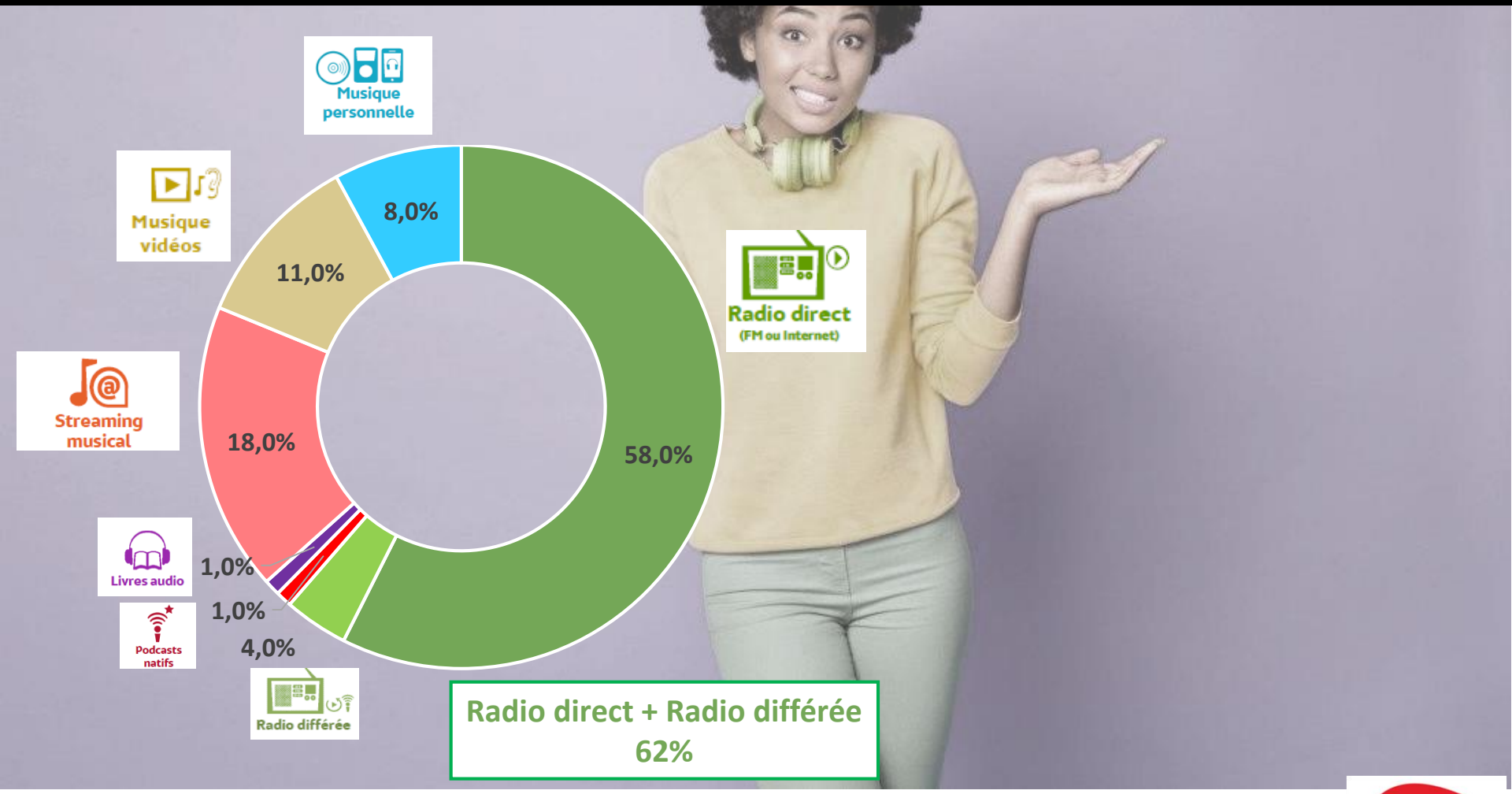
La **musique** est de loin la principale motivation d'écoute de la radio pour nos auditeurs : 79,7% d'entre eux

Parmi les autres motivations : l'**information**, l'**info-trafic**, la **météo** puis les animateurs.

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

L'auditeur RFM et la radio

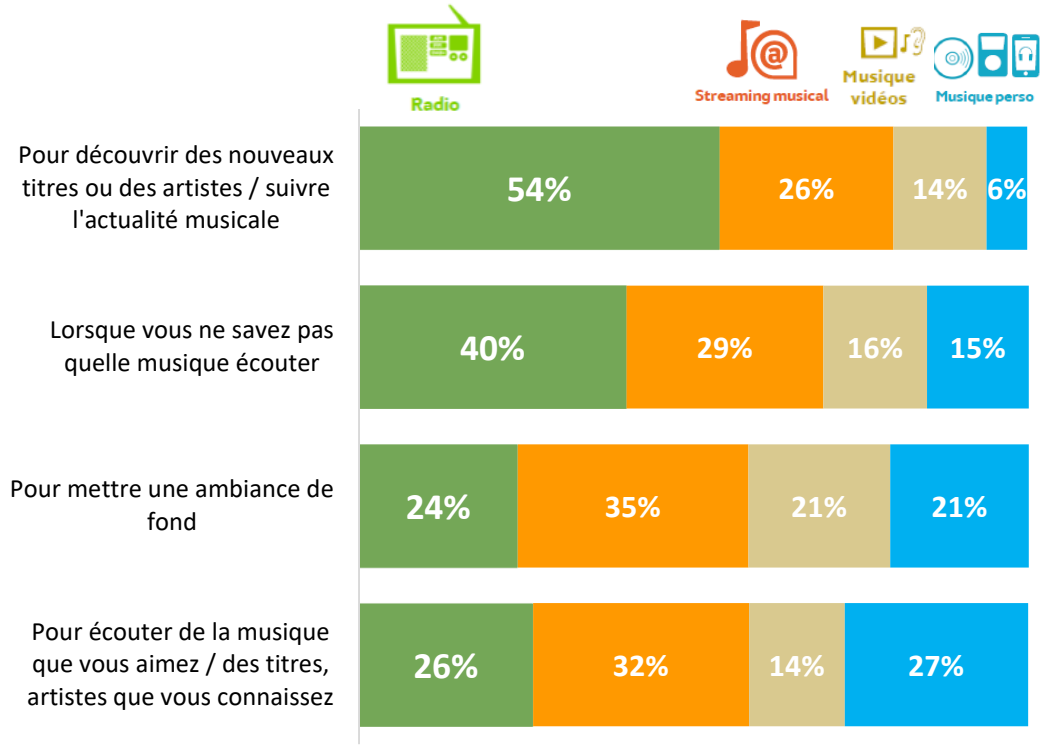
Chaque jour, les auditeurs de RFM consacrent plus de temps au média Radio (62% du volume d'écoute) qu'aux autres offres audio.



Source Médiamétrie: Global Audio 2021 - Base Auditeurs (Mois) de RFM 13 ans et +

Les adultes et la radio

Choix de l'offre de musique

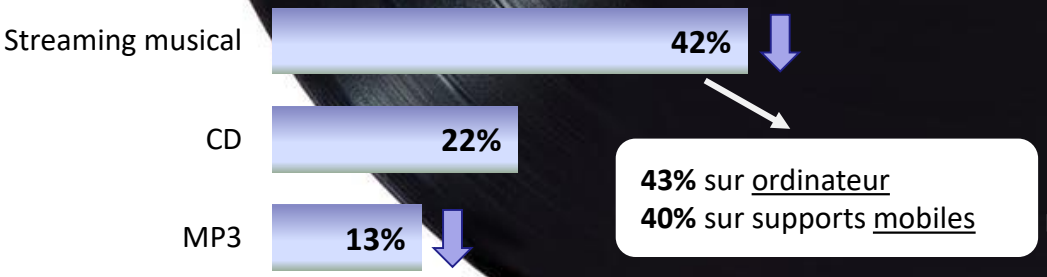


La radio conserve son rôle de prescription auprès des adultes de 35 à 49 ans : 54% d'entre eux préfèrent écouter la musique à la radio pour découvrir des nouveaux titres ou des artistes (ou suivre l'actualité musicale)
40% des adultes choisissent d'écouter la musique à la radio lorsqu'ils ne savent pas quelle musique écouter

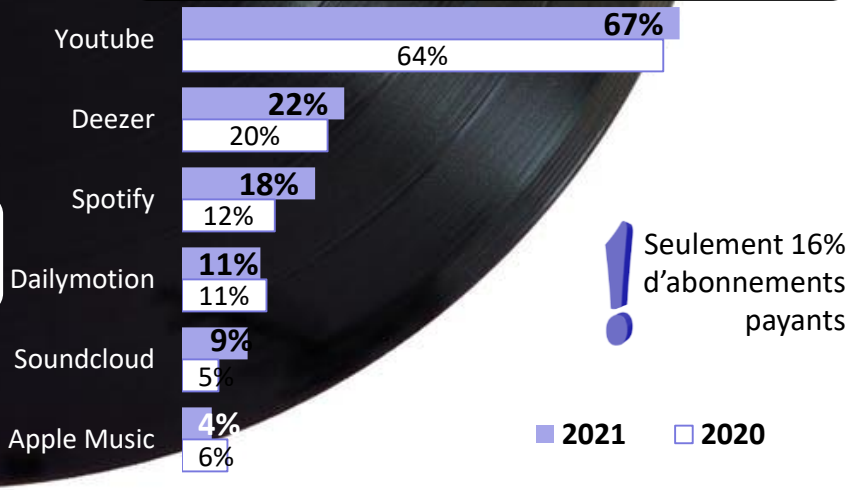
Source Médiamétrie: Global Audio 2021 – Base 35-49 ans

L'auditeur RFM et la musique

Ecoute au moins 1 ou 2 fois par semaine



Plateforme musicale fréquentée régulièrement ou occasionnellement



! Seulement 16% d'abonnements payants

Des consommateurs de musique en tout genre

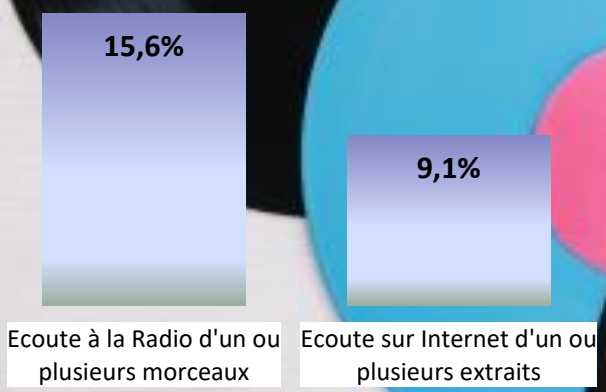
Les auditeurs d'RFM écoutent la musique à la radio mais aussi en streaming ou sur leurs propres CD. L'écoute en streaming se fait aussi bien **sur ordinateur** pour 43% des auditeurs que **sur des supports mobiles** pour 40%. **Youtube est de loin la plateforme la plus fréquentée** (67% de nos auditeurs y écoutent de la musique vs 64% l'année dernière).
Le système d'abonnement payant, même si il progresse, ne remporte pas l'adhésion de nos auditeurs : seulement 16% d'entre eux souscrivent à un abonnement payant (vs 10% l'année dernière).

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

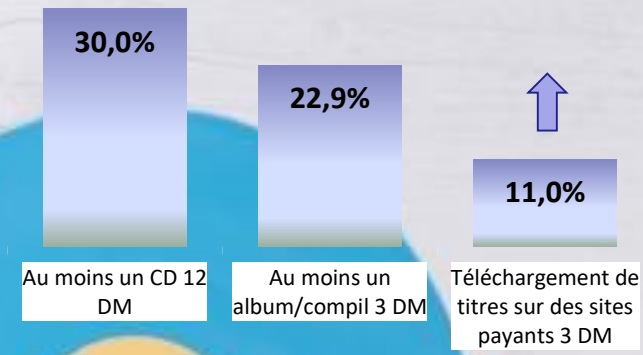
L'auditeur RFM et la musique

La radio, toujours prescriptrice en matière d'achat de musique

Motivation achat CD enregistrés



Achat de musique



Sur l'année 2021, les auditeurs d'RFM ont acheté de la musique :

30% d'entre eux ont acheté au moins un CD au cours de l'année

22,9% ont acheté un album ou une compil sur les 3 derniers mois

Le téléchargement de musique progresse : il concerne 11% de nos auditeurs sur les 3 derniers mois soit 2 fois plus que l'année dernière.

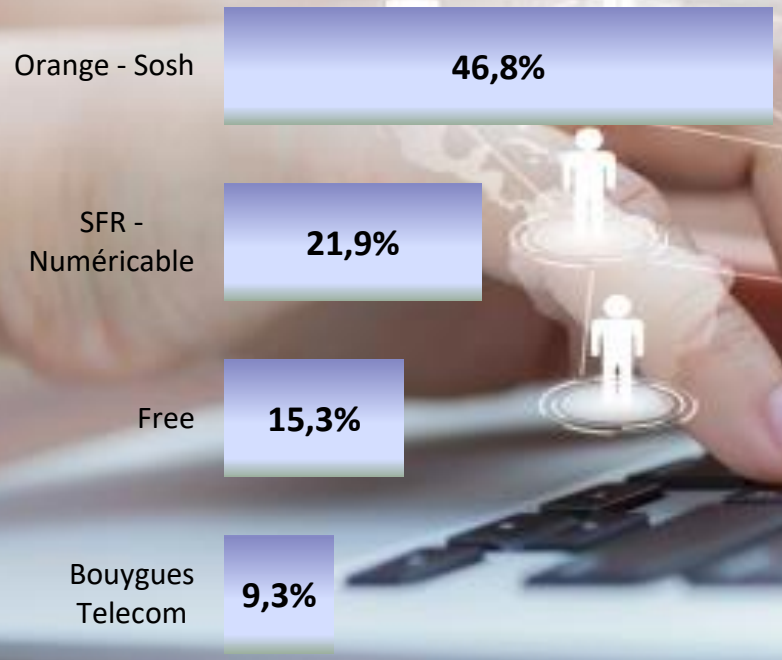
La radio reste le principal moteur de ces achats : 15,6% de nos auditeurs ont acheté un CD après avoir entendu un morceau qu'ils aimaient à la radio (seulement 9,1% après une écoute sur internet).

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et internet

L'auditeur RFM, un internaute assidu

FAI du foyer



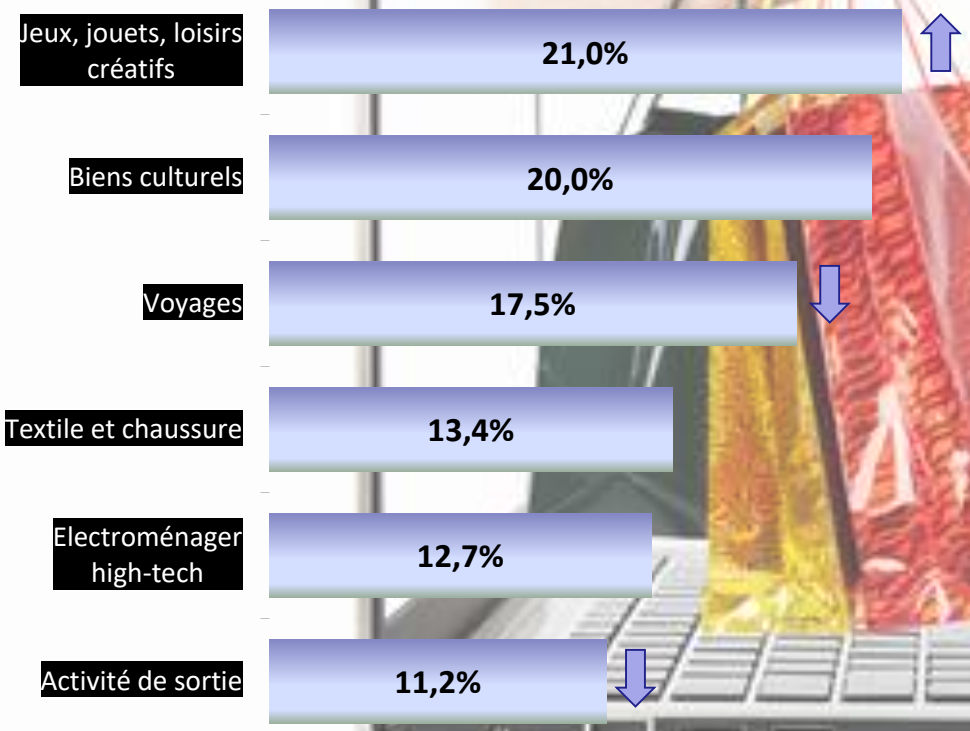
94,3% des auditeurs d'RFM sont des internautes, 88,8% d'entre eux sont même assidus et naviguent tous les jours ou presque
46,8% reçoivent internet à domicile via Orange, c'est de loin l'opérateur le plus représenté auprès des auditeurs d'RFM.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et internet

L'auditeur RFM un consommateur en ligne

Achats sur internet ces 6 derniers mois



48,4% des auditeurs d'RFM ont effectué un achat en ligne sur les 6 derniers mois :
21% ont acheté des **jeux et jouets** (+6,6 points vs 2020).
Ils y achètent aussi bien des **biens culturels**, que des **voyages,** des **vêtements,** des produits **high tech,** ou encore des **activité de sortie.**
On note que l'achat de voyages et de sorties a logiquement fortement baissé sur cette année.

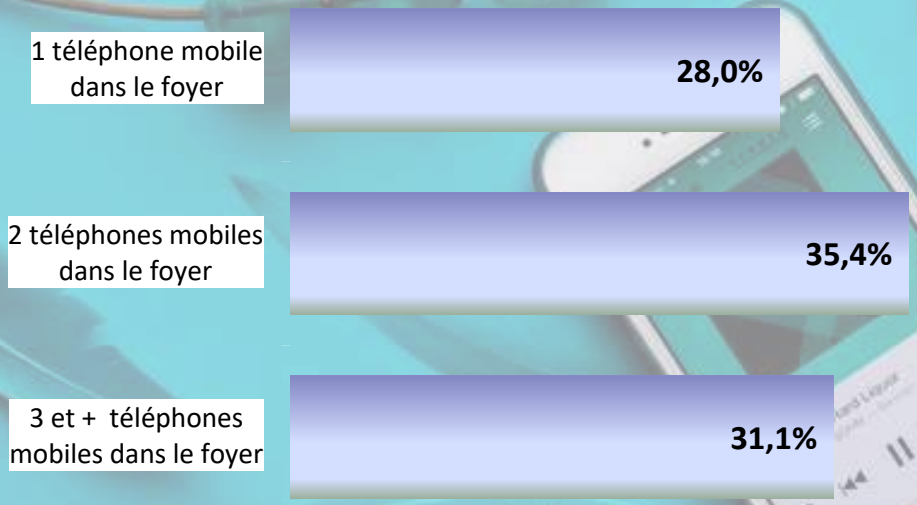
Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et le téléphone mobile

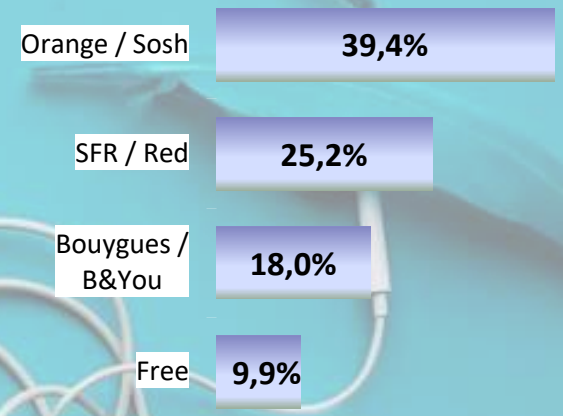
L'auditeur RFM équipé en téléphone mobile

91,8% possèdent un téléphone mobile

Equipement dans le foyer



Opérateur



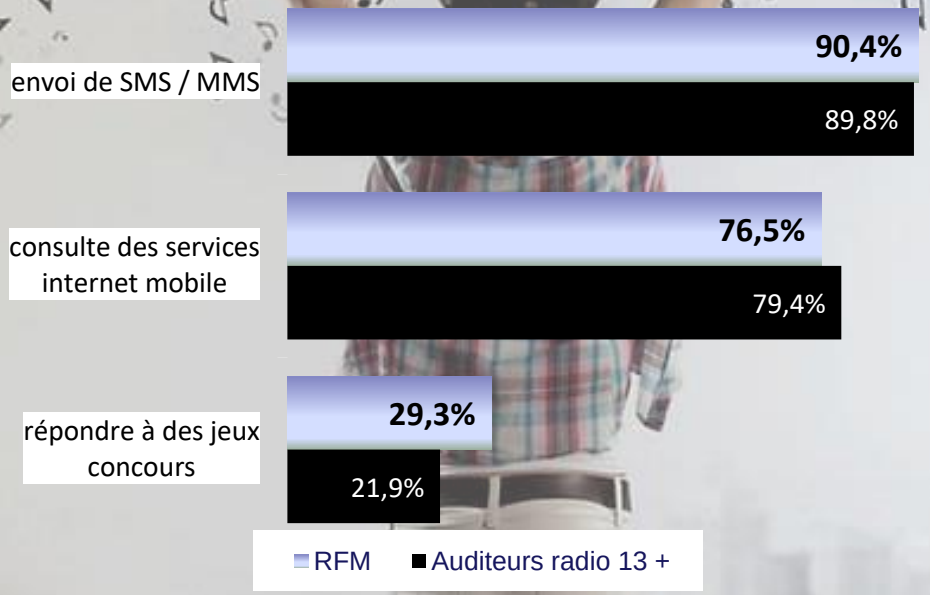
Les auditeurs d'RFM sont équipés : 66,5% d'entre eux ont 2 téléphones mobiles ou plus dans le foyer.
Le **prix du forfait** et la **couverture réseau** sont les **1ères motivations** pour choisir un opérateur (respectivement 42,3% et 40,9%).
Ainsi Orange est le 1er opérateur parmi nos auditeurs.

Source: Panel 2020-2021– Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

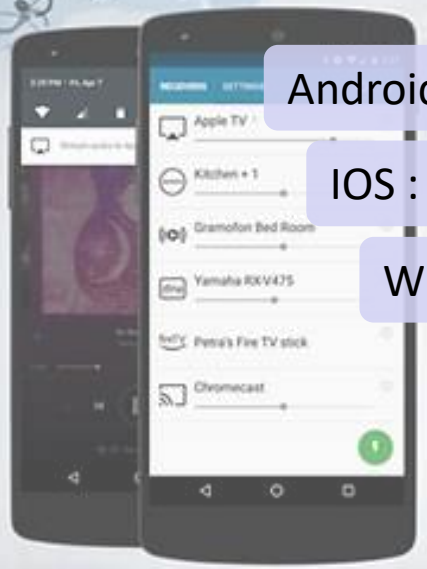
L'auditeur RFM et le téléphone mobile

L'auditeur RFM actif sur mobile

Usage du téléphone



Système d'exploitation



Android : 58,8%

IOS : 15,3%

Windows 8/10 : 1,1%

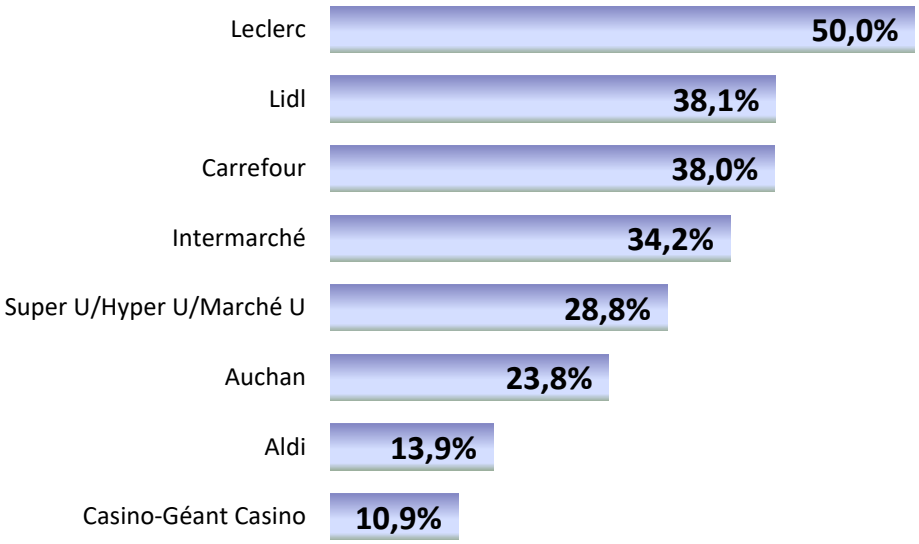
Les auditeurs d'RFM sont **actifs et connectés** grâce à leur téléphone : ils consultent des services mobiles pour 76,5% d'entre eux.
Ils sont près de 30% à répondre à des jeux-concours à l'aide de leur mobile.
En termes de système d'exploitation installés sur les mobiles de nos auditeurs, Android arrive bien en tête.

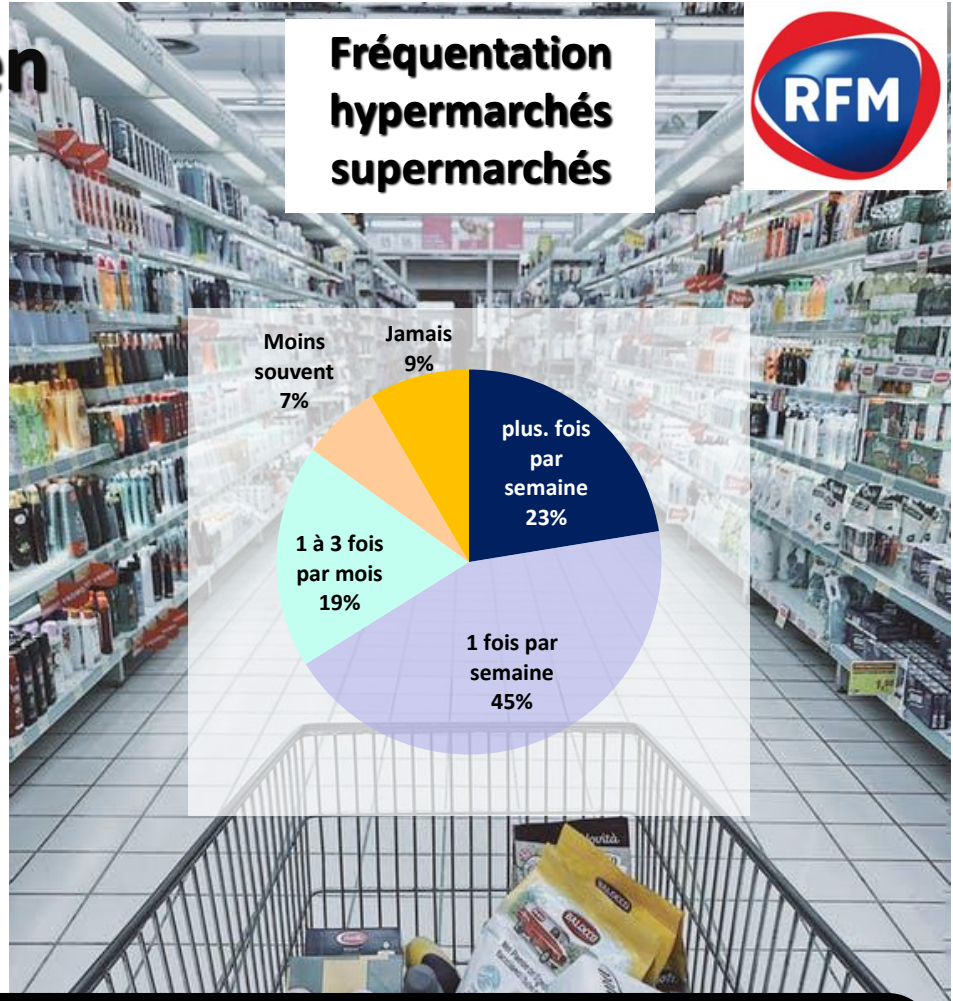
Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

L'auditeur RFM au quotidien

L'auditeur RFM et les supermarchés

Hypermarchés / supermarchés fréquentés





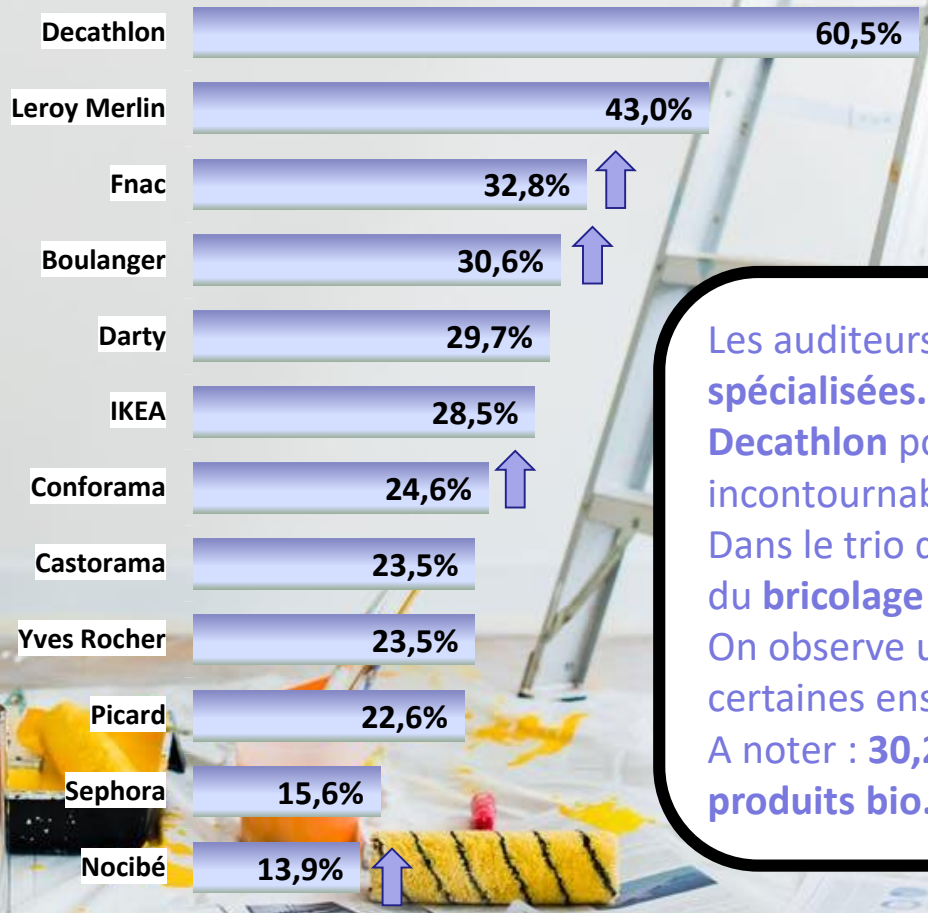
Les auditeurs d'RFM se rendent moins **régulièrement qu'auparavant dans les hypermarchés / supermarchés** pour faire leurs courses : 67% y vont au moins 1 fois par semaine (vs 65% en 2019). Leclerc est l'enseigne fréquentée par le plus grand nombre d'auditeurs d'RFM (50%), suivie par Lidl et Carrefour.

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM au quotidien

L'auditeur RFM et les enseignes spécialisées

Enseignes spécialisées fréquentées



Les auditeurs d'RFM **pratiquent un grand nombre d'enseignes spécialisées.**
Decathlon pour les articles de sport et de loisirs est un incontournable : 60,5% des auditeurs la fréquente.
Dans le trio de tête on trouve donc du **sport loisirs** (Decathlon), du **bricolage** (Leroy Merlin) et de la **culture** (FNAC)
On observe une forte progression de fréquentation pour certaines enseignes : FNAC, Boulanger et Conforama.
A noter : **30,2% de nos auditeurs fréquentent des enseignes de produits bio.**

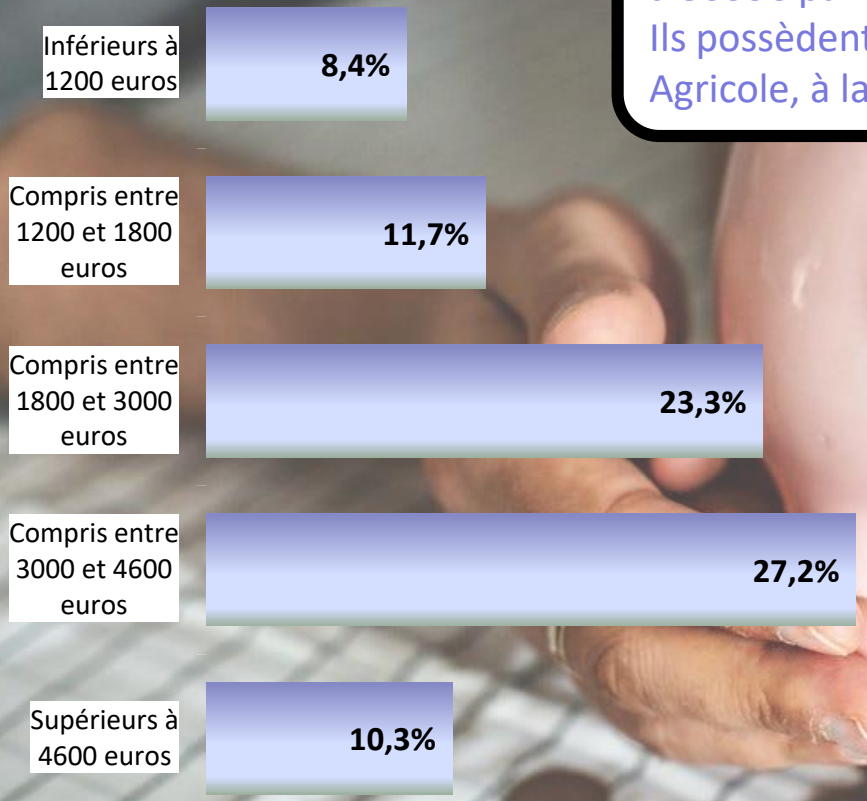
Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM au quotidien

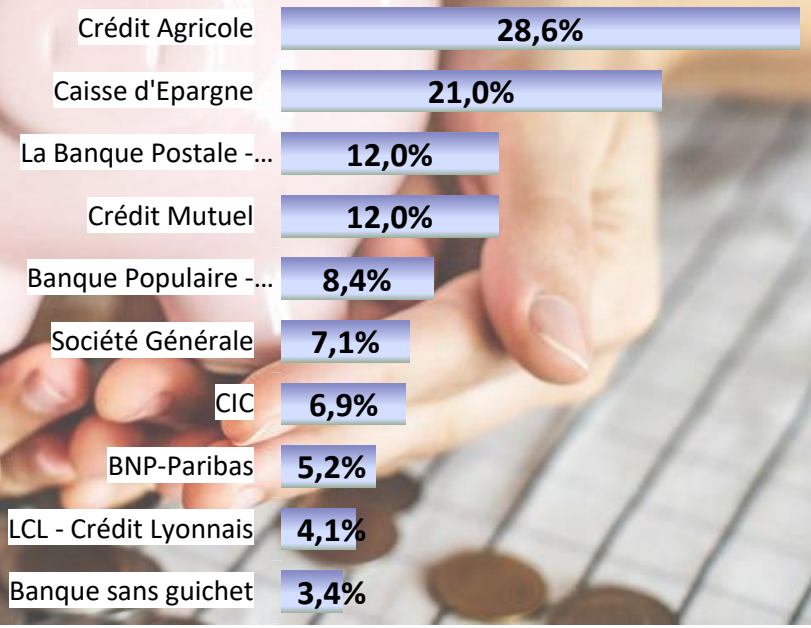
Des auditeurs au revenu élevé

Près de 38% des auditeurs d'RFM disposent de **revenus supérieurs à 3000€** par mois.
Ils possèdent des comptes bancaires principalement au Crédit Agricole, à la Caisse d'Epargne, et à la Banque Postale.

Revenu disponible du foyer



Etablissement bancaire

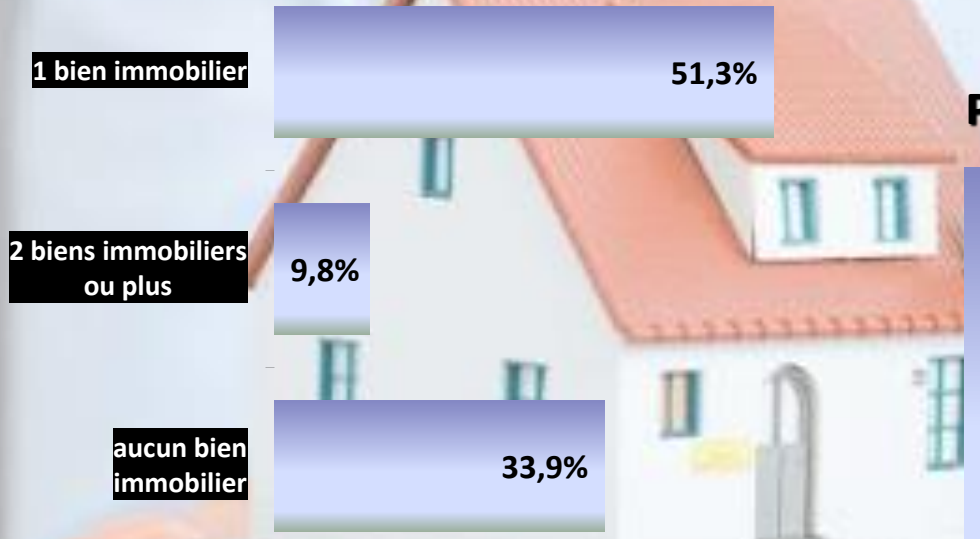


Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

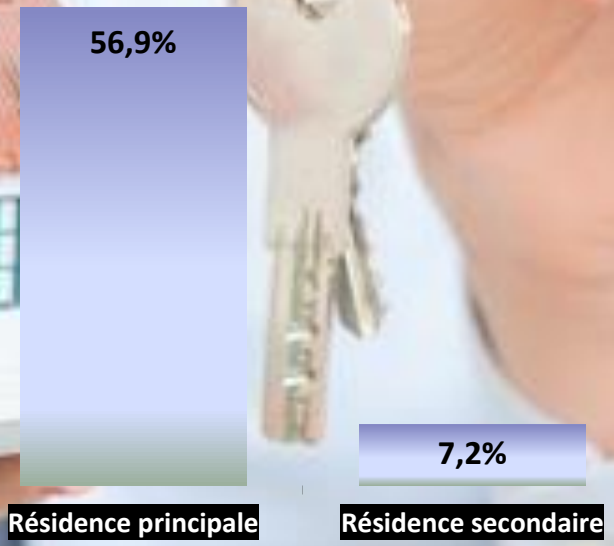
L'auditeur RFM et l'immobilier

Des auditeurs propriétaires

Possession biens immobiliers



Propriétaires



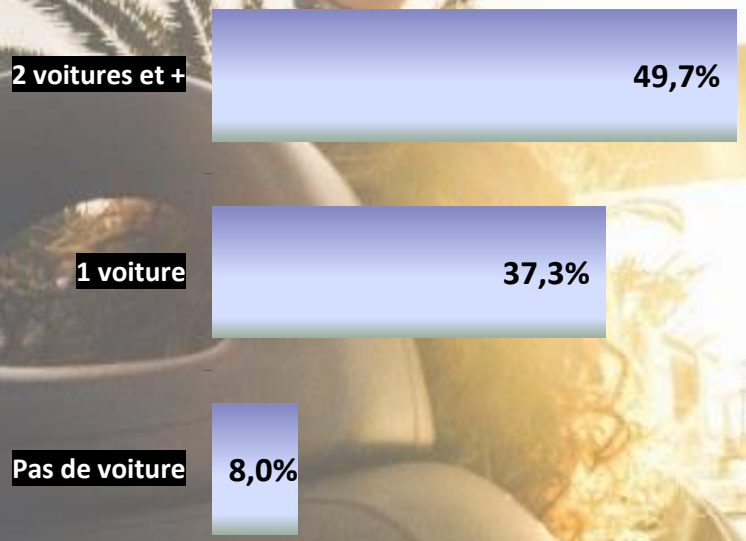
61,1% des auditeurs d'RFM possède au moins un bien immobilier.
Ils sont 56,9% à être propriétaires de leur résidence principale

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

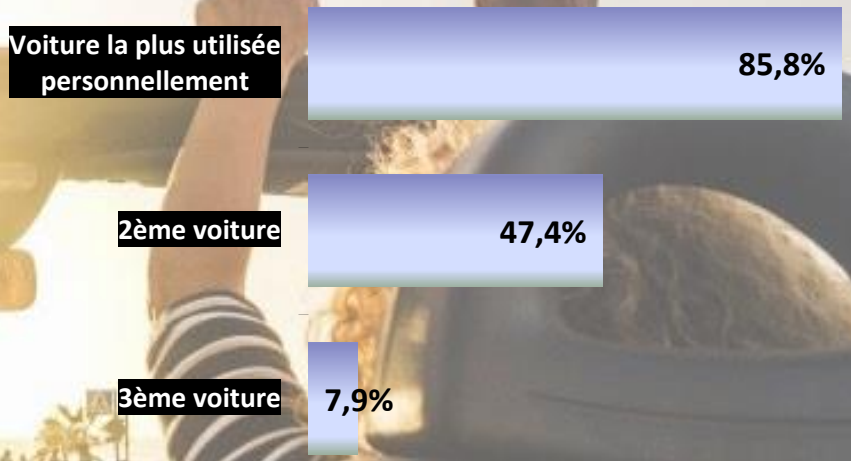
L'auditeur RFM et la voiture

Des auditeurs équipés de voitures… et d'autoradios

Nombre de voitures



Equipement en autoradio sur



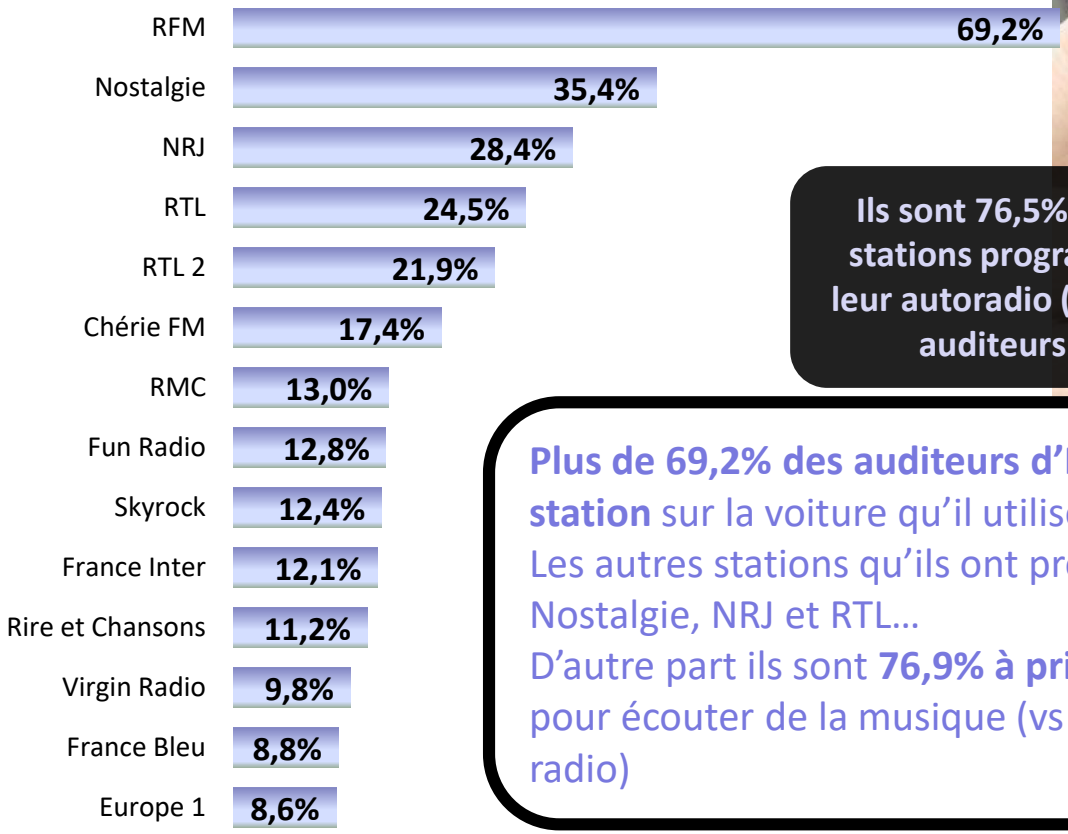
87% des auditeurs d'RFM possède au moins une voiture dans le foyer.
Pour près de 86% des auditeurs la voiture qu'ils utilisent le plus est **équipée d'un autoradio.**

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et la voiture

Stations préprogrammées sur l'autoradio de la voiture la plus utilisée personnellement

Attention: il ne s'agit pas de l'ordre de pré-programmation (non demandé dans le panel)



Ils sont 76,5% à avoir des stations programmées sur leur autoradio (vs 67,1% des auditeurs radios)

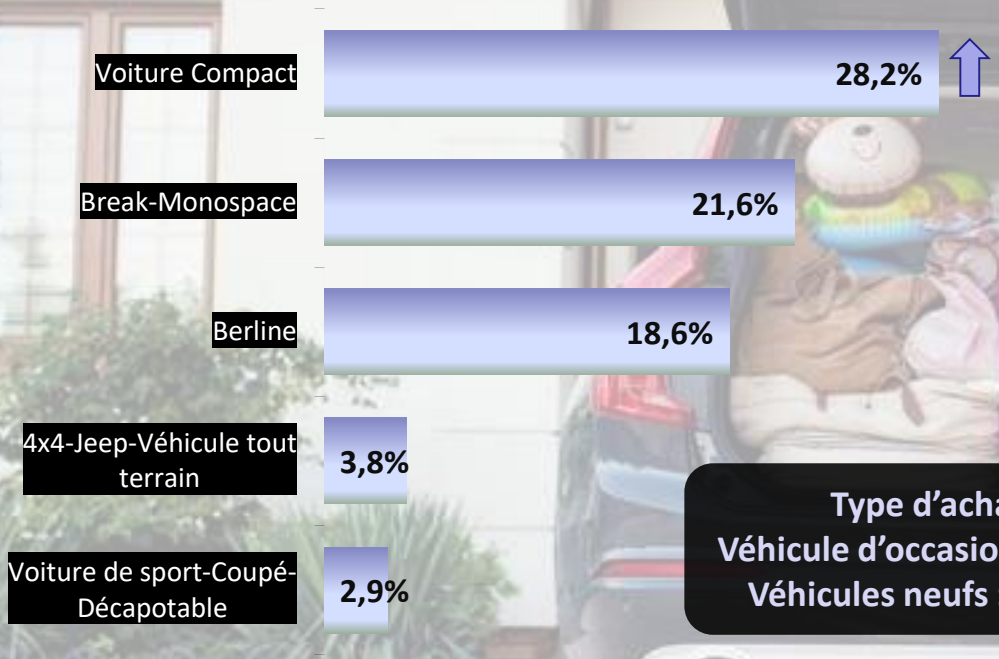
Plus de 69,2% des auditeurs d'RFM ont préprogrammé la station sur la voiture qu'il utilise le plus.
Les autres stations qu'ils ont préprogrammées sont Nostalgie, NRJ et RTL…
D'autre part ils sont **76,9% à privilégier la radio en voiture** pour écouter de la musique (vs 59,8% pour les auditeurs radio)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

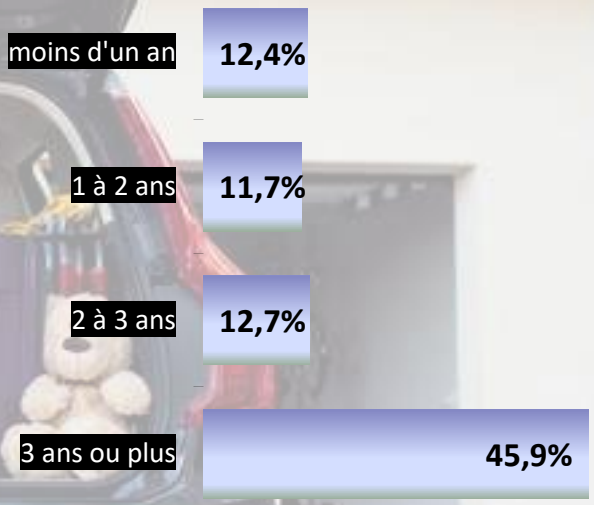
L'auditeur RFM et la voiture

L'auditeur RFM privilégie de plus en plus la voiture pratique

Type de voiture



Possède le véhicule depuis



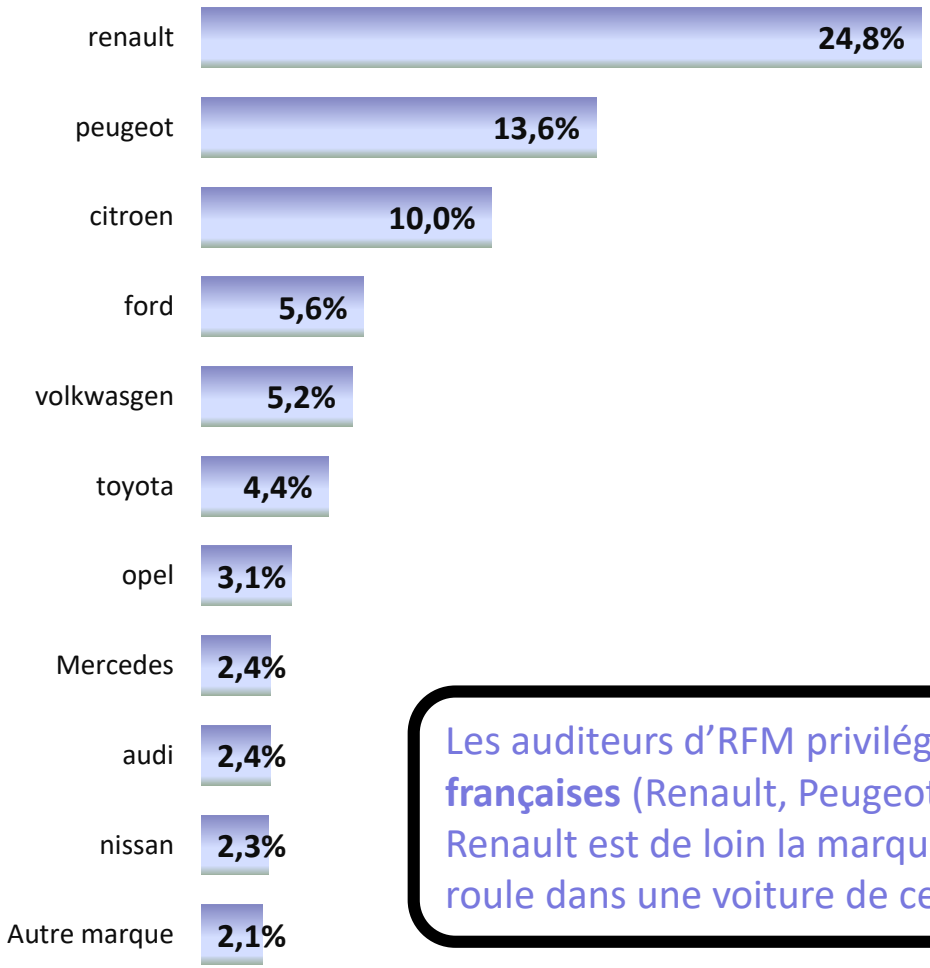
Type d'achat
Véhicule d'occasion : 51,8%
Véhicules neufs : 30,1%

Les auditeurs d'RFM sont majoritairement équipés de **voitures compactes** ou de **break-monospace.**
Ils privilégient l'achat de voitures d'occasion pour 51,3% d'entre eux vs 30,1% qui se tournent plutôt vers un véhicule neuf.

Source: Panel 2020-2021 vs 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et la voiture

Marque de la voiture principale



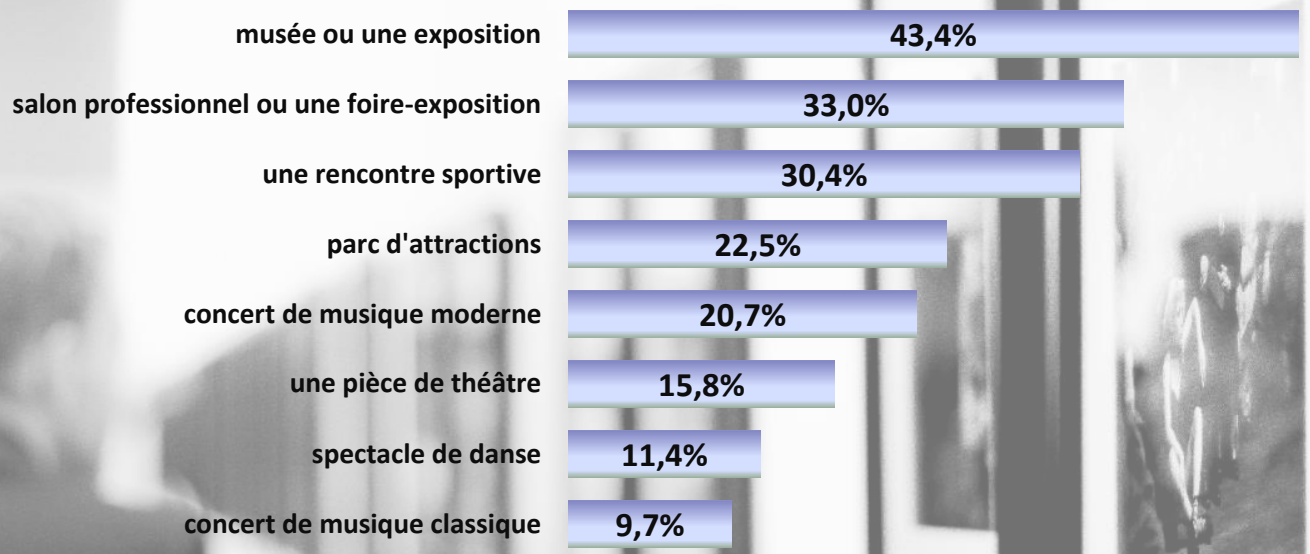
Les auditeurs d'RFM privilégient majoritairement les **voitures de marques françaises** (Renault, Peugeot, Citroën).
Renault est de loin la marque la plus représentée avec près d'un auditeur sur 4 qui roule dans une voiture de cette marque.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les loisirs

Un auditeur polyvalent dans ses sorties

Sorties sur les 12 derniers mois



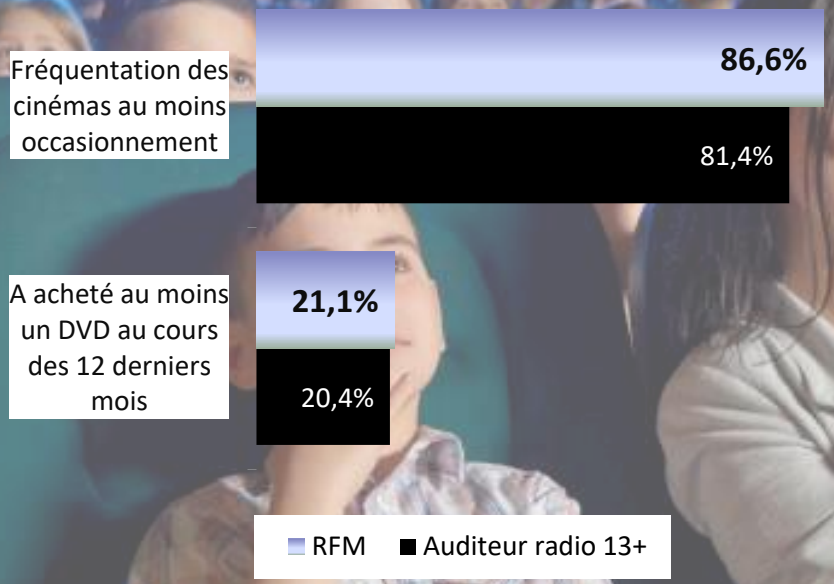
43,4% des auditeurs d'RFM sont allé dans un **musée ou une exposition** dans l'année.
Ils sont 33% à avoir assisté à un **salon professionnel** sur les 12 derniers mois.
Les **rencontres sportives**, les **parcs d'attraction** et les **concerts** font également partis de leurs centres d'intérêt.
A noter : toutes ces sorties affichent des baisses importantes par rapport à 2020.

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les loisirs

L'auditeur RFM et le cinéma

Fréquentation de cinémas et achats de DVD

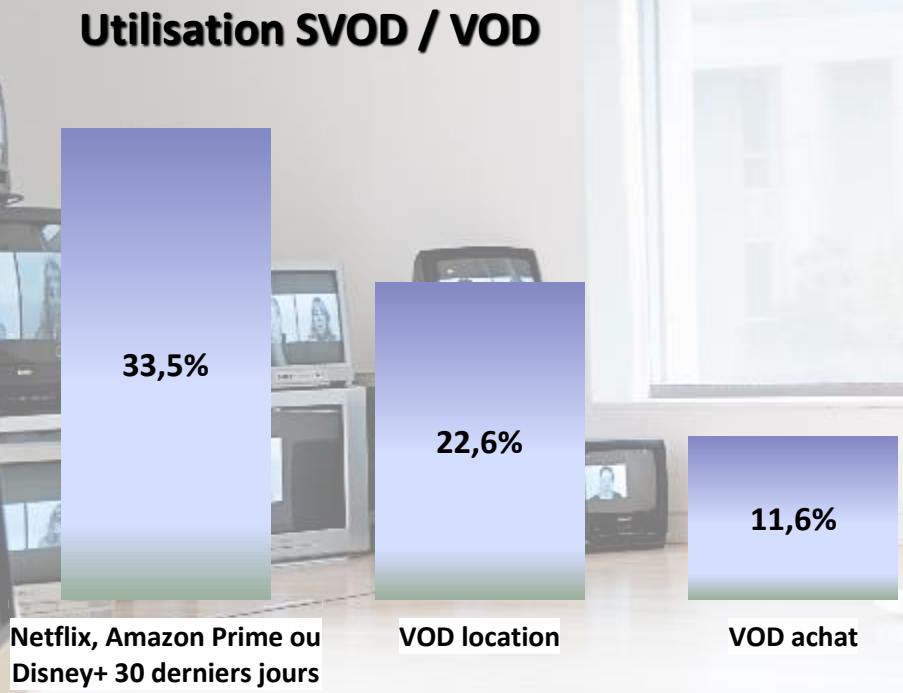


Une **forte fréquentation des cinémas** : 86,6% des auditeurs d'RFM y vont au moins occasionnellement (vs 81,4% pour les auditeurs radio).
Ils sont **21,1% à avoir acheté au moins un DVD** au cours des 12 derniers mois.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

L'auditeur RFM et les loisirs

L'auditeur RFM un consommateur de VOD



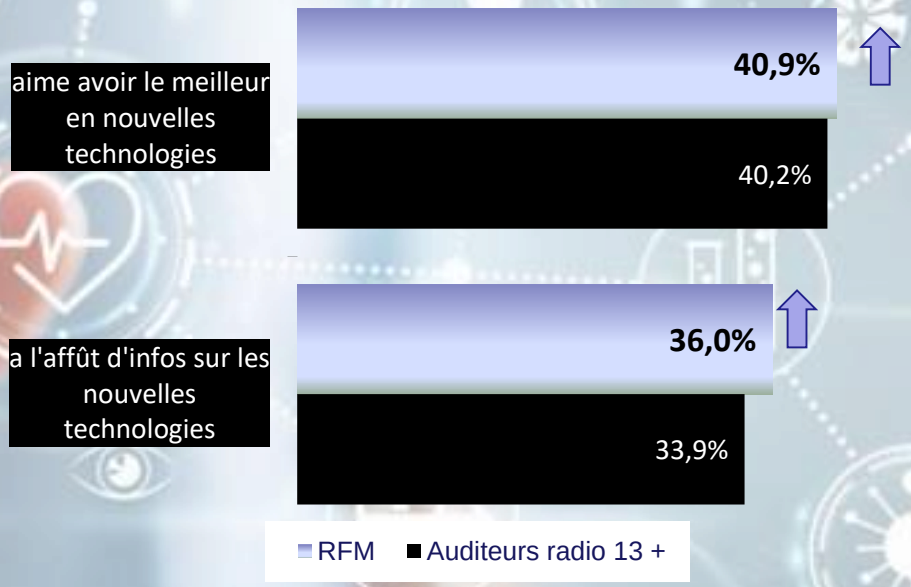
Plus d'un auditeurs d'RFM sur 3 a utilisé l'un des 3 services de SVOD (Netflix, Amazon ou Disney +) au cours du dernier mois.
Ils sont **22,6% a avoir déjà loué un programme** en VOD et **11,6% à en avoir acheté**.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les loisirs

L'auditeur RFM un technophile

D'accord avec les affirmations suivantes



16,3% des auditeurs d'RFM possèdent une enceinte à commande vocale

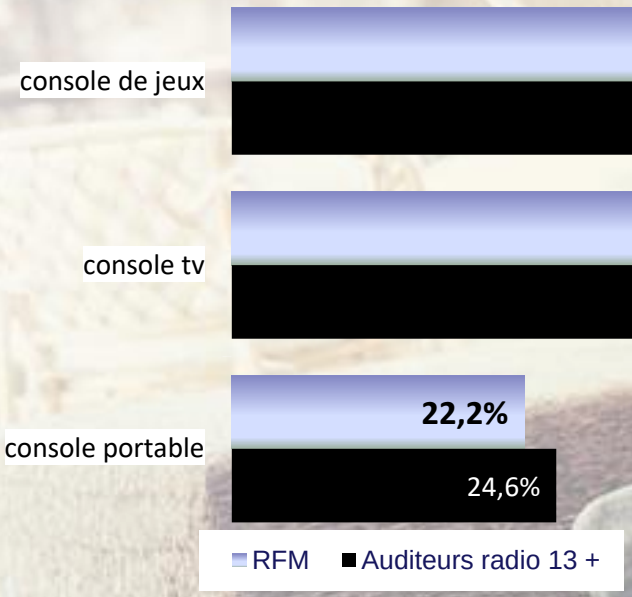
Les auditeurs d'RFM s'intéressent aux nouvelles technologies :
ils sont de plus en plus exigeants et aiment avoir le meilleur pour 40,9% d'entre eux (vs 36,9% en 2019)
Ils sont 36% à suivre de très près les infos sur les nouvelles technologies (vs 28,1% l'année dernière)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

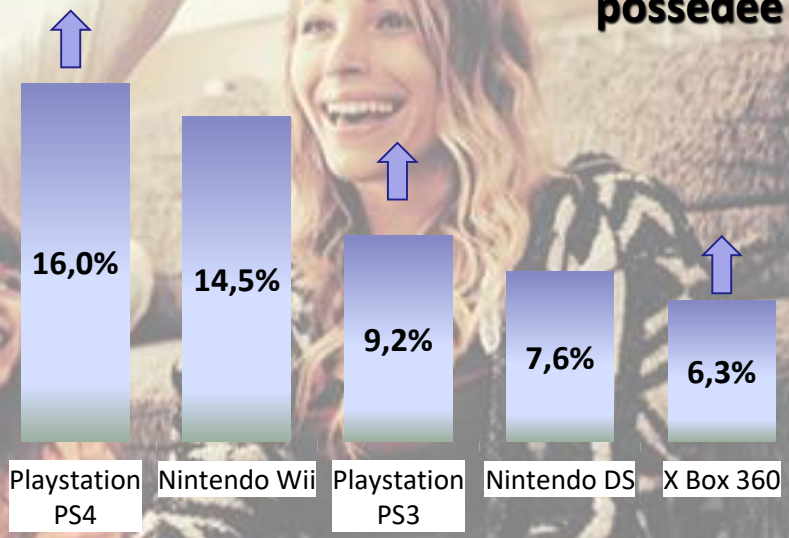
L'auditeur RFM et les loisirs

L'auditeur RFM sur-équipé en consoles de jeux

Possède au moins



Modèle de console possédée



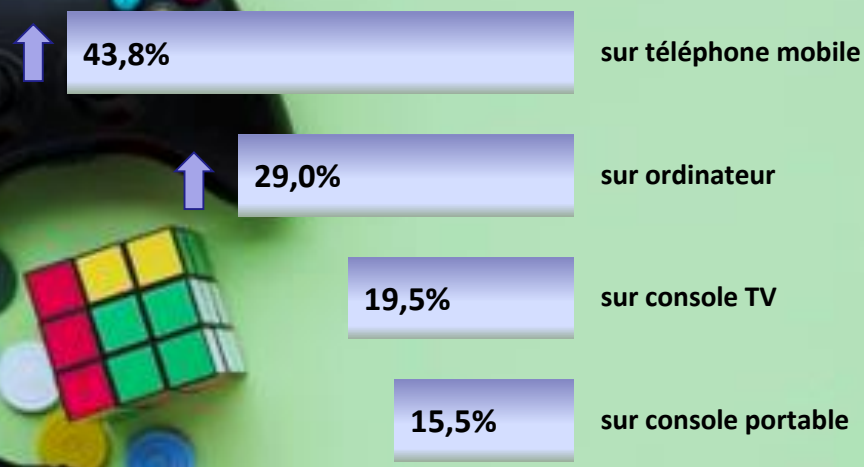
Les auditeurs d'RFM sont **équipés en consoles de jeux** : près de la moitié d'entre eux possède au moins une console.
La console TV est la plus présente dans les foyers (42,1% des auditeurs RFM en sont équipés). La **PS4** ainsi que la **Wii** sont les principaux modèles.

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

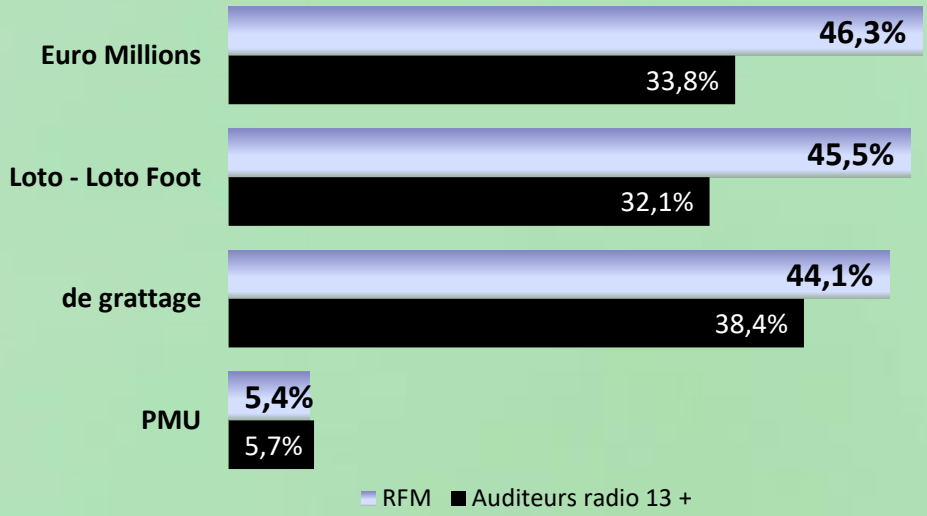
L'auditeur RFM et les loisirs

Des auditeurs qui aiment jouer

Aux jeux vidéos



Aux divers jeux de la Française des jeux

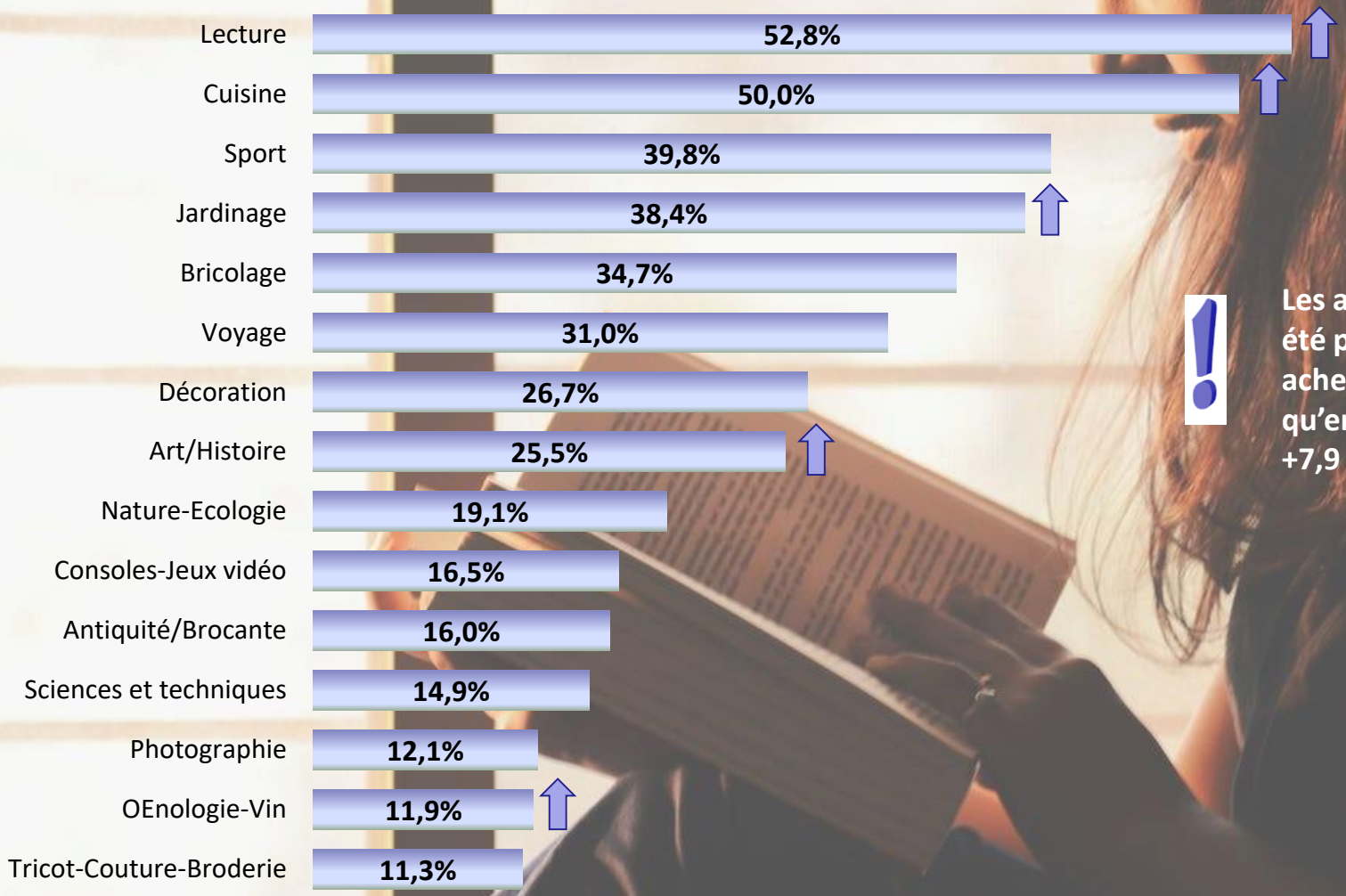


Les auditeurs d'RFM sont globalement **très joueurs**.
Le téléphone mobile et l'ordinateur sont les supports sur lesquels les auditeurs jouent de plus en plus à des jeux vidéo.
Sur téléphone mobile la part des joueurs assidus est même non négligeable : 24%. La part des joueurs assidus sur ordinateurs, quant à elle, **progresse** : 13,4% vs 8,2 l'année dernière.
46,3% jouent également à l'Euro Millions (vs 33,8% des auditeurs radio).

Source: Panel 2020-2021 vs 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM et auditeurs du média radio âgés de 13 ans et +

L'auditeur RFM et les loisirs

Les centre d'intérêt des auditeurs de RFM

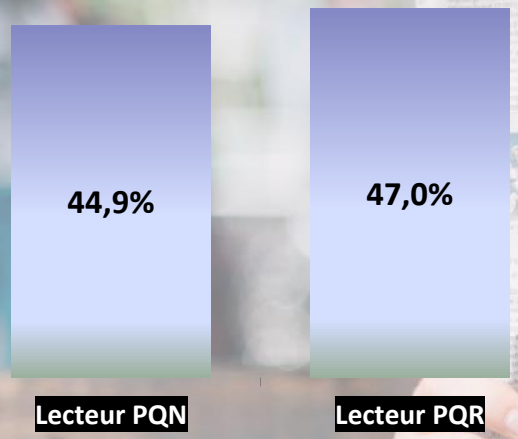


Les auditeurs d'RFM ont été plus nombreux à acheter plus de livres qu'en 2019 : 71,7 % soit +7,9 points en 1 an

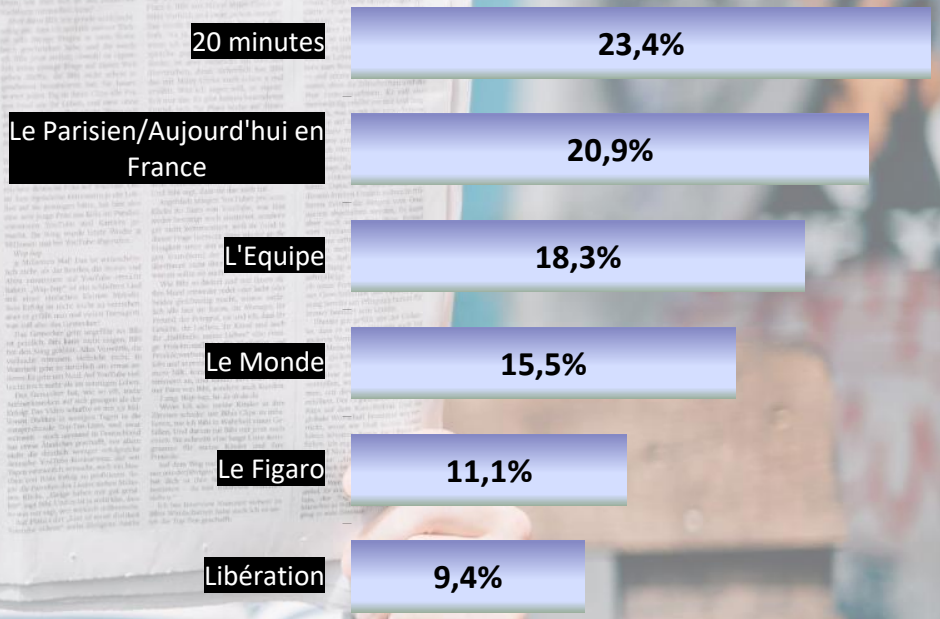
Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020– Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les loisirs

Des lecteurs de presse quotidienne



Lecteur de



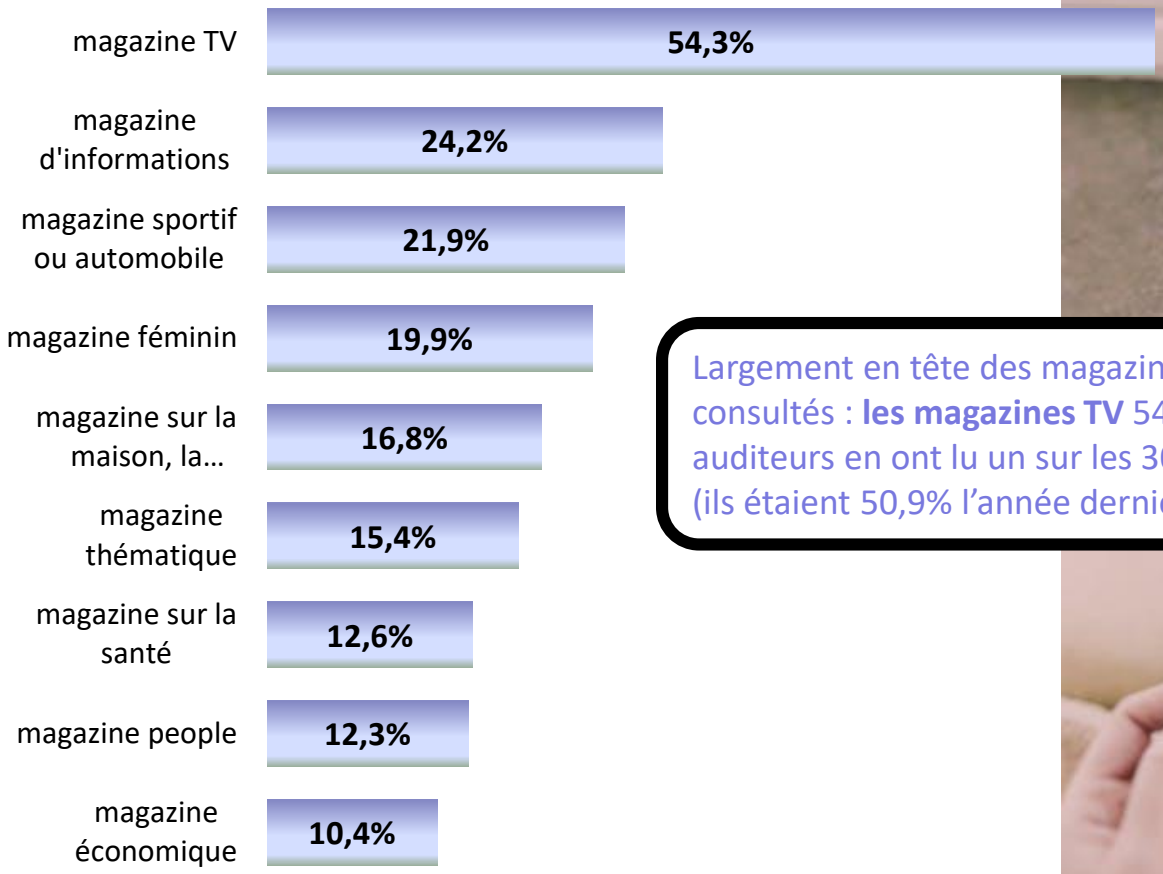
Les auditeurs d'RFM **consomment des quotidiens régionaux** : ils sont 47% à lire la PQR.
44,9% lisent la presse quotidienne nationale.
Parmi les quotidiens, **20 minutes** arrive en tête, il est lu par près d'un auditeur sur 4. Viennent ensuite **le Parisien / Aujourd'hui en France, l'Equipe**, puis **le Monde**

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les loisirs

Le magazine TV, incontournable

Lecteur 30 derniers jours de



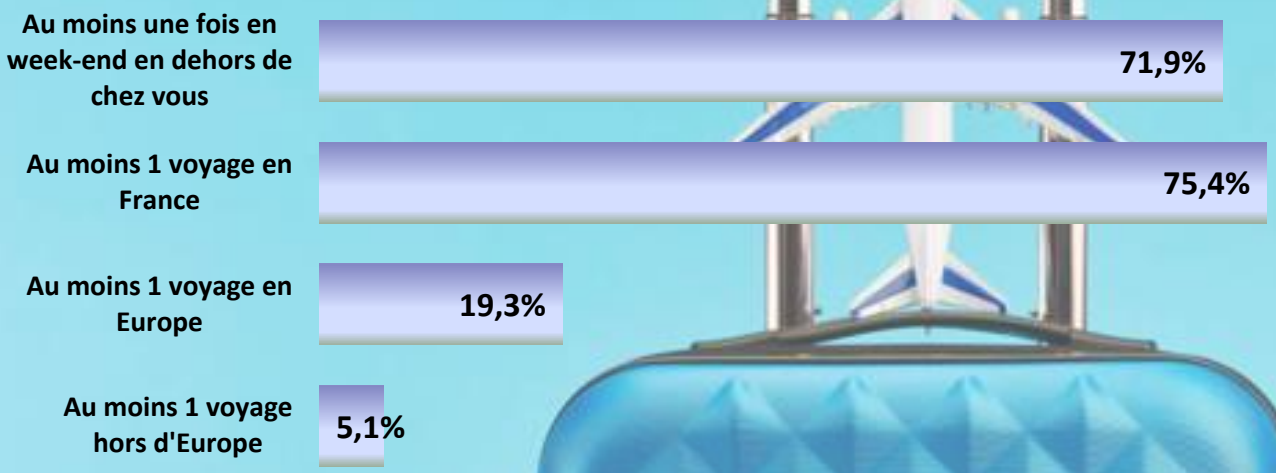
Largement en tête des magazines les plus consultés : **les magazines TV** 54,3% des auditeurs en ont lu un sur les 30 derniers jours (ils étaient 50,9% l'année dernière)

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les voyages

Des week-ends et des voyages plutôt en France

Au cours des 12 derniers mois



Malgré la crise sanitaire, 71,9% des auditeurs d'RFM sont partis en week-end en dehors de chez eux l'année passée. 75,4% d'entre eux ont effectué au moins un voyage en France dans l'année.
En revanche les destinations étrangères ont fortement baissé : les voyages en Europe ont ainsi été divisés par 2. Les voyages hors Europe divisés par 3.

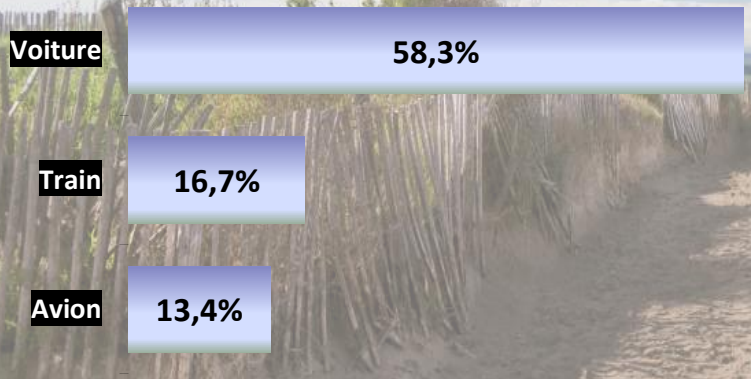
Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et les voyages

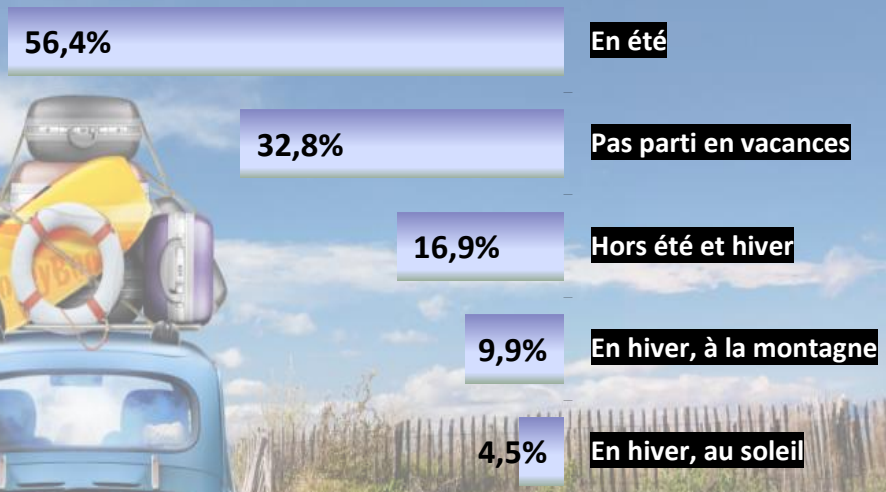
Des vacances surtout l'été, des voyages essentiellement en voiture

Si **56,4% des auditeurs d'RFM sont partis en vacances l'été sur les 12 derniers mois,** une part non négligeable, **32,8% déclarent ne pas être partis en vacances.**
Le moyen de transport privilégié pour les auditeurs est très largement la **voiture** (58,3%). Le train a cette année supplanté l'avion.

Mode de transport pour les vacances



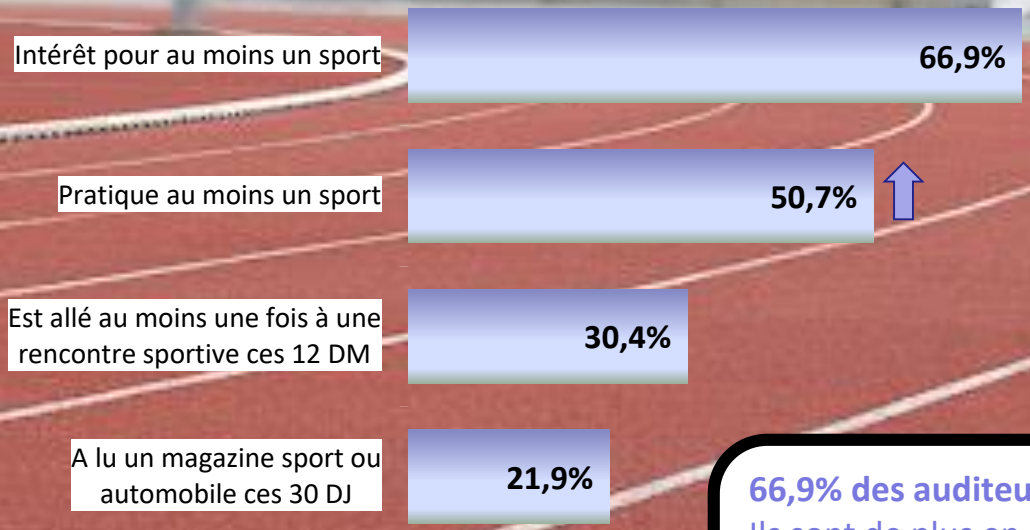
Période des vacances 12 derniers mois



Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et le sport

Un auditeur intéressé par le sport

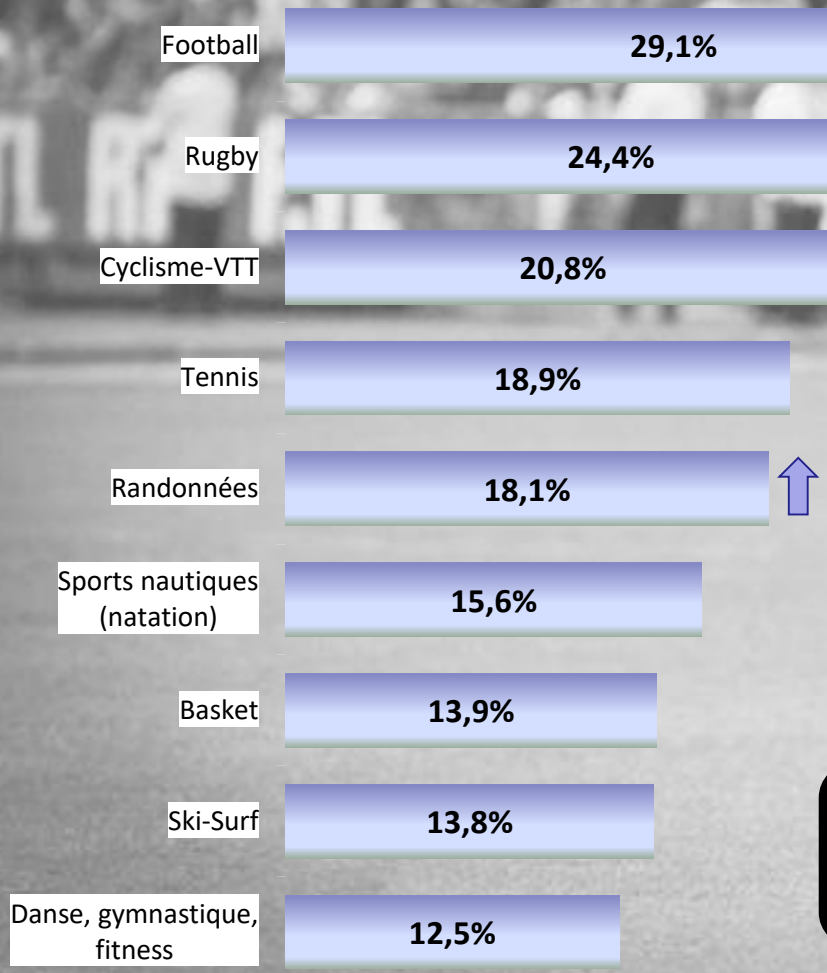


66,9% des auditeurs d'RFM s'intéressent à au moins un sport
Ils sont de plus en plus nombreux à aller jusqu'à pratiquer : **50,7%** vs 45,1% en 2019.
Leur intérêt se manifeste également par la **fréquentation d'évènement sportifs** ou par la lecture de magazines sur ce thème

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 – Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L'auditeur RFM et le sport

Les sports qui intéressent les auditeurs de RFM

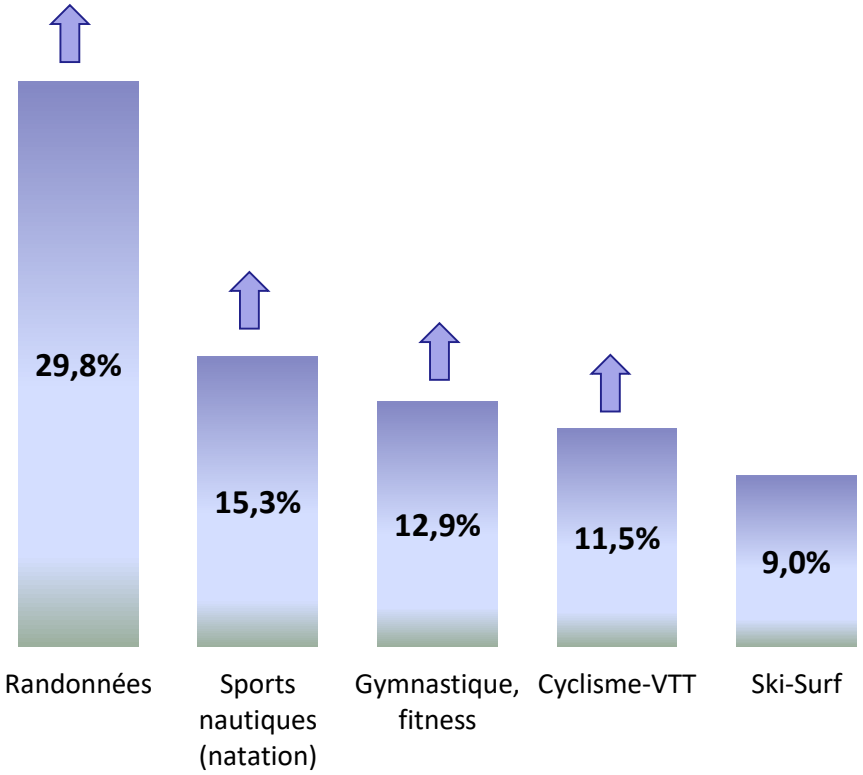


Les sports très médiatisés arrivent toujours en tête :
29,1% des auditeurs réguliers d'RFM s'intéressent au **football**; ils sont 24,4% à s'intéresser au **rugby.**

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020– Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure.
Cibles auditeurs réguliers de RFM.

L'auditeur RFM et le sport

Les sports que pratiquent les auditeurs de RFM



29,8% des auditeurs réguliers d'RFM pratiquent la randonnée (vs 25,4 l'année dernière). Les **sports nautiques**, occupent toujours la 2ème place devant la **gymnastique** qui a devancé le **cyclisme** cette année.

Source: Panel 2020-2021 vs Panel 2019-2020 - Lundi/Vendredi 15 jours - 5h/24h Audience cumulée en structure
Cibles auditeurs réguliers de RFM

L’auditeur RFM

Septembre 2021