



COMMUNIQUE DE PRESSE

8 octobre 2024

CGV Radio 2025

Avec TF1 Pub, les Indés Radios simplifient leur offre et développent de nouveaux formats publicitaires pour les annonceurs

Alors qu'aujourd'hui, les Conditions Générales de Vente et conditions tarifaires 2025 des membres de la commission régie du Bureau De la Radio ont été dévoilées, TF1 Pub et les Indés Radios annoncent les évolutions marquantes des dispositifs publicitaires de la première audience de France ⁽¹⁾ dans un objectif d'innovation, de conquête et de création de valeur.

Dans un contexte d'audience stable et de demande croissante, les Indés Radios et TF1 Pub innovent et simplifient l'accès aux offres radio pour enrichir l'offre linéaire et digitale. L'enjeu est de taille alors que la durée publicitaire se réduit. Les Indés Radios ont en effet fourni un effort significatif pour que **les publicités soient plus impactantes en diminuant leur durée de 6% au 1^{er} semestre 2024** (vs le 1^{er} semestre 2023) tout en travaillant avec TF1 Pub sur des dispositifs plus attractifs pour les marques.

En linéaire, l'offre de TF1 Pub pour Les indés Radios, première audience de France, avec une offre nationale à l'ancrage local qui réunit plus de 7,5 millions⁽¹⁾ d'auditeurs quotidien **s'articule autour de quatre points clés.**

- D'abord, la poursuite d'« Indés Flex », un format innovant proposé par les Indés Radios qui a su conquérir une audience de 3,1 millions d'auditeurs quotidiens. Lancés en septembre 2023, « Indés Flex » offre une audience qualitative supplémentaire aux annonceurs de façon souple sur un panel de radios volontaires.
- TF1 Pub va aussi poursuivre la commercialisation de ses formats émergents comme « Boomerang » et « Hacking ».
- Ensuite, pour répondre aux évolutions de consommation marquées par l'inflation et le pouvoir d'achat, les solutions **BOOST** et **BOOST+** garantissant aux annonceurs un accès planning prioritaire pour sécuriser leurs prises de parole sur les moments stratégiques de l'année comme les soldes de janvier ou le Black Friday.
- Comme l'audio continue d'attirer de nouveaux annonceurs, avec 240 nouvelles marques ayant fait leur premier pas ou leur retour en radio en 2025, la régie met à leur disposition une solution d'accès prioritaire pour assurer la réussite de leur première prise de parole garantissant un servi à 100% des GRP demandés et un retour planning anticipé à J-9⁽²⁾.

En digital, l'offre **Les Indés Digital**, qui représentent près de 35 millions d'écoutes mensuelles⁽²⁾, est consolidée autour notamment de l'ouverture d'une nouvelle position premium midroll sur les webradios. Un nouveau format publicitaire « Audio Ads » est également lancé, il permet d'associer un display d'accompagnement cliquable à un spot audio. L'offre digitale est aussi simplifiée par objectif de campagne (Reach, Socio-démo, Géolocalisation...). Les ciblage vont être enrichis avec l'arrivée de segments data socio-démo et intentionnistes au deuxième semestre 2025.

Pour Jean-Éric Valli, Président des Indés Radios : « *Nous avons une approche très pragmatique du marché. Aujourd'hui, nous devons à la fois mieux qualifier notre audience, proposer un inventaire large en linéaire comme en digital, et imaginer les meilleurs optimisations de notre temps d'antenne comme l'illustre l'offre « Indés Flex ». Ces CVG sont particulièrement intéressantes cette année, elles témoignent de la vitalité du média et de l'évolution de notre marché.* »



Source : Médiamétrie, EAR National avr-juin 2024 (1) Les Indés Radios 1ère audience de France : les 129 radios locales, régionales et thématiques des Indés Radios recueillent ensemble plus d'auditeurs/audience cumulée 13+ que n'importe quelle radio nationale, sur la base de l'audience cumulée Lu/Ve 13 ans + 5h-24h (7 265 000) comparée à chacune des radios nationales (Chérie Fm, Europe 1, Europe 2, France Bleu, France Culture, France Info, France Inter, France Musique, Fun Radio, Mouva, M Radio, Nostalgie, NRJ, Radio Classique, Radio Nova, RFM, Rire et Chansons, RMC, RTL, RTL2, Skyrock) / (2) Pour tout nouvel annonceur adressant sa demande au plus tard à J-21 avant le démarrage de la campagne / (3) ACPM/OJD moyenne Janvier- Juin 2024 - écoutes actives France de plus de 30 secondes, (streaming + webradios uniquement).

Le Groupement Les Indés Radios, fondé il y a 31 ans, est géré par 13 administrateurs et rassemble aujourd'hui 129 radios indépendantes. Il a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires de 178,7 millions d'euros. Chaque jour, les radios du Groupement touchent 7 275 000 auditeurs. Les stations réunies au sein des Indés Radios couvrent 95% de la population française à travers plus de 1.000 fréquences et sont le 1er employeur privé de la FM. Les stations qui composent Les Indés Radios innovent chaque jour avec des programmes de qualité dont l'information est un élément essentiel, puisqu'elles sont la 1ère rédaction de la FM. Grâce au Groupement, les radios indépendantes ont la possibilité de se développer et de dynamiser les territoires sur lesquels elles diffusent.

CONTACT PRESSE Émilie DELOZANNE - 06 30 60 87 35 - emilie.delozanne@plegma.fr