

*Ce document est une traduction du communiqué de presse de Radio.no pour faciliter sa reprise. La version originale (disponible à la suite de la version française) fait référence.*

## **La Radio Numérique atteint le niveau d'audience attendu après l'arrêt de la FM**

(Oslo, 15 Septembre 2017) **L'audience radio atteint les mêmes niveaux qu'avant le démarrage de l'arrêt de la FM en janvier 2017. Les premières régions norvégiennes ayant effectué la transition FM vers le numérique montrent déjà de solides niveaux d'audience.**

### **Nordland**

La radio norvégienne est en cours de transition de la radio analogique vers la radio numérique en cette année 2017. Le changement vers la radio numérique a lieu région après région. Dans le comté de Nordland, la première zone dans laquelle la radio nationale a cessé de diffuser en FM, les chiffres d'audience atteignent maintenant le même niveau qu'en 2016. 64,2% des résidents de Nordland ont écouté la radio au deuxième trimestre, contre 64,8% au deuxième trimestre de l'année précédente.

Pour Ole Jørgen Torvmark, PDG de Digital Radio Norway : « Les chiffres ne sont pas sujets à interprétation - les auditeurs norvégiens ont des comportements d'écoute de la radio très ancrés. Les habitants du Nordland utilisent maintenant des radios numériques et ont rejoint l'ère du numérique. C'est en tout point conforme avec les attentes de Kantar TNS avant l'arrêt de la FM et c'est également ce que l'on attend pour le reste du pays dès l'année prochaine. » Digital Radio Norway est l'organisation représentant les diffuseurs nationaux NRK, MTG et Bauer Media.

### **Des Chiffres Stables**

Les chiffres d'audience totaux de la radiodiffusion en Norvège enregistrent un taux d'écoute plus élevé qu'attendu pour cette première année d'arrêt de la diffusion des émissions nationales en FM. Les derniers chiffres de cette année montrent que 64,1 pourcent des Norvégiens écoutent la radio tous les jours, à comparer aux 67,1 pourcent de la même période l'an dernier.

« Ce sont des chiffres solides suite à la plus grande conversion que la radio norvégienne ait connue. Avant le changement de méthode de diffusion de la radio, une diminution temporaire de l'écoute avait été anticipée, afin de donner aux auditeurs le temps de faire la transition. La baisse est moins accentuée que prévu », rappelle Ole Jørgen Torvmark.

Les Norvégiens passent 81 minutes à écouter la radio tous les jours, selon l'enquête radio officielle de Kantar TNS.

### **Croissance des radios Commerciales**

Dans les zones où la radio numérique a supplanté la FM, l'écoute se maintient un niveau stable et élevé. Les radios commerciales marchent bien dans toutes les zones numérisées, les radios locales ont connu soit une baisse, soit une augmentation. Les radios du service public, NRK, ont enregistré une baisse du nombre d'auditeurs.

« En FM, NRK avait trois des cinq réseaux nationaux. La numérisation a augmenté la concurrence, et cela se reflète dans les chiffres. NRK a également ouvert la voie et a éteint ses émetteurs FM plus tôt que ses concurrents dans de nombreuses régions. Cette tendance était attendue et est également souhaitable. En proposant un ensemble plus large de stations, nous rendons la radio plus pertinente pour le futur. Je suis convaincu que NRK Radio sera aussi importante dans les années à venir que ce fut le cas dans le passé, » rapporte Jon Branæs, Responsable Radio (par interim), NRK.

Les radios commerciales ont également connu une croissance notable du marché de la publicité au deuxième trimestre. Selon le Département des statistiques de la publicité et des médias (IRM), 369 milliards de couronnes norvégiennes ont été vendues en publicité radiophonique à ce jour en 2017, soit

Digital Radio Norway and Radio.no

Digital Radio Norway represents national broadcasters NRK, P4 Group and Bauer Media, and works with the transition from analogue to digital radio in Norway. The company.

une hausse de 1,4% par rapport au premier trimestre. La radio est l'un des rares canaux publicitaires norvégiens qui enregistre une croissance. Le chiffre d'affaire de la publicité pour les journaux, la télévision ou le marketing direct a baissé.

« Avec un chiffre d'affaires de la radio commerciale qui se porte bien, même en cette année d'extinction de la FM, nous confirmons la force de la radio en tant que canal publicitaire. Enfin et surtout, nous voyons à quel point la numérisation de la radio a bien fonctionné. » ajoute Kenneth Andresen, Responsable Radio et PDG du groupe P4.

### **Les plus petites stations connaissent une croissance**

Les mesures officielles de l'audience de radio montrent également que les stations plus petites ont progressé au détriment des stations qui composaient auparavant l'offre de radio nationale en FM. Les stations les plus importantes baissent, tandis que de nouvelles stations s'installent.

« La transition vers la radio numérique change les habitudes d'écoute. Les nouveaux services de radio comprennent 30 stations nationales, dont 25 sont des nouveaux venus grâce aux nouveaux réseaux DAB. D'ors et déjà, près d'un tiers de l'écoute, est captée par ces nouveaux services » annonce Torvmark.

Les radios NRK P1 +, P5 Hits et Radio Rock enregistrent la plus forte progression.

« Nous voyons clairement que les auditeurs augmentent leur temps d'écoute sur les petites stations lorsqu'ils passent de la FM à la radio numérique. Il est gratifiant de voir que tant de stations de niche ont gagné en visibilité et en perspective » pour Lasse Kokvik, responsable Radio et PDG à Bauer Media.

### **La transition numérique au bénéfice du DAB**

Le nouveau sondage sur la radio numérique, publié le vendredi 15 septembre, montre que les auditeurs choisissent avant tout la radio DAB lors de la transition vers la radio numérique. 84 pour cent de tous les ménages ont maintenant une ou plusieurs radios DAB, ce qui correspond à environ 4,75 millions de radios DAB au total. Parmi toutes ces radios, 1.25 millions de radios DAB ont été intégrées dans les véhicules.

« Nous enregistrons une croissance de la présence du DAB dans les voitures avec environ 200 000 radios équipées en plus depuis le mois de mai, ce qui est un bon développement. Simultanément, nous nous attendons à ce que beaucoup de personnes attendent l'arrêt de la FM pour mettre leur voiture à niveau » informe Torvmark.

Les radios DAB sont utilisées quotidiennement par 1,9 million de personnes, ce qui correspond à 72% des auditeurs de radio et est de loin la plateforme radio principale. 24% utilisent Internet et 13% utilisent la télévision pour écouter de la radio. La FM est encore écoutée par 37% des auditeurs. Les chiffres tiennent compte de l'écoute sur plusieurs plateformes. Après 2017, les auditeurs de radio norvégiens ne pourront accéder aux émissions de radio nationales que numériquement.

**Les chiffres proviennent de l'enquête PPM (semaine 1 à 35, 2017), du sondage Cati (T2 2017) et de l'Enquête sur la radio numérique (semaines 35 à 37), menées par Kantar TNS. Les enquêtes complètes peuvent être téléchargées sur [radio.no](http://radio.no).**

Contact:

Mari Hagerup, Head of Communications, media and external relations: [hagerup@radio.no](mailto:hagerup@radio.no) / 0047 920 46 088

### **Contexte, transition radio numérique en Norvège**

- La radio nationale norvégienne devient numérique suite d'une longue transition. En 2017, les émissions FM nationales auront basculées, régions par région. L'arrêt (de la FM) a commencé dans le Nordland le 11 janvier et se terminera à Troms et Finnmark le 13 décembre 2017.
- La radio numérique est disponible en DAB, sur internet, les réseaux mobiles ou encore sur la télévision numérique.
- La Norvège compte 30 radio nationales en DAB, pour 5 radios nationale en FM

Digital Radio Norway and Radio.no

Digital Radio Norway represents national broadcasters NRK, P4 Group and Bauer Media, and works with the transition from analogue to digital radio in Norway. The company.

- Les radios commerciales à Oslo, Trondheim, Bergen et Stavanger ont arrêté la diffusion en FM simultanément à la radio publique
  - Les radio locales sont toujours disponibles en FM
- 

Texte original

## Digital radio at normal levels after FM switch off

(Oslo, 15 September 2017) **Radio-listening is hitting the same levels as it had before FM switch off began in January 2017. The first DSO-regions in Norway already show strong listening figures.**

### Nordland

Norwegian radio is doing a digital transition from analogue to digital radio in 2017. The digital radio shift is carried out regionally, and in Nordland County, the first area in which national radio stopped broadcasting on FM, listening figures are now hitting the same level as in 2016. 64.2 percent of residents in Nordland listened to radio in Q2, compared to 64.8 percent in Q2 last year.

“The numbers can’t be interpreted in any other way - Norwegian listeners have strong radio habits. Nordlanders are now using digital radios, and have joined the digital radio age. This is in line with the forecasts issued by Kantar TNS prior to the closure, and are also what we expect to see for the rest of the country next year,” says Ole Jørgen Torvmark, CEO of Digital Radio Norway, the organization representing the national broadcasters NRK, MTG and Bauer Media.

### Stable figures

Total listening figures from radio broadcasting in Norway measures listening to remain higher than expected in the year when nationwide broadcasts stop transmitting on FM. 64,1 per cent of all Norwegians listen to radio every single day so far this year, compared to 67,1 per in the same period last year.

“These are strong figures in the biggest conversion Norwegian radio has gone through. Prior to the radio shift, a temporary decrease in listening was taken into account, to give listeners time to do the conversion. The decline is lower than we expected,” says Ole Jørgen Torvmark.

Norwegians spend 81 minutes listening to radio every day, according to the official radio survey from Kantar TNS.

### Commercial radio is growing

In areas where digital radio has taken over, listening is keeping a stable and high level. Commercial radio performs well in all digital areas, local radio has had both a decline and a rise in various areas. Public Service Radio, NRK has had a decline in listeners.

“On FM, NRK had three out of five national channels. Digitalization has increased the competition, and that is reflected in the figures. NRK has also led the way and switched off our FM transmitters earlier than our competitors in many of the regions. This trend is as expected, and it is also desired. By offering a broader set of channels, we are making radio relevant also for the future. I’m confident that NRK Radio will be as important in the years to come, as it has been in the past,” says Jon Branæs, acting Head of Radio, NRK.

Commercial radio also has a visible growth in the advertising market in second quarter. According to the Department of Advertising and Media Statistics (IRM), 369 billion Norwegian kroner have been sold in radio advertising so far this year, up 1.4 per cent from Q1. Radio is one of the few Norwegian advertising channels that shows a growth. The advertising marked for newspapers, TV and Direct marketing had a decline.

“When the revenue for commercial radio is this strong, even in a year of extinguishing FM, we see the strength in radio as an advertising channel and last but not least, we see how well the digitalization of radio has been going,” says Kenneth Andresen, Head of Radio and CEO at the P4 Group .

### **Smaller channels grow**

The official radio audience measures also show that smaller channels have grown at the expense of channels that previously formed the nationwide radio offer on FM. The previous main channels decline, while new channels grow.

“The conversion to digital radio changes listening habits. The new radio service consists of 30 national channels, 25 of which have become public channels due to new DAB networks. Now, almost one third of listening, is visible in these new channels,” says Torvmark.

The channels NRK P1 +, P5 Hits and Radio Rock are facing the largest growth.

“We clearly see that listeners increase their listening time on the smaller channels as they move from FM to digital radio. It's gratifying to see that so many niche channels clearly have the right of life,” says Lasse Kokvik, Head of Radio and CEO at Bauer Media.

### **Selects DAB in digital transition**

The new digital radio survey, released on Friday 15 September, shows that listeners first and foremost choose DAB radio in the transition to digital radio. 84 percent of all households now have one or several DAB radios, corresponding to about 4.75 million DAB radios in total. Of these, 1.25 million DAB-radios are found in cars.

“We observe a DAB growth in the car of about 200,000 radios since May, which is a good development. At the same time, we expect that many people to upgrade the car in the aftermath of FM shutdown,” says Torvmark.

DAB is used daily by 1.9 million people, which corresponds to 72 percent of radio listeners and is by far the largest of the radio platforms. 24 percent use the internet and 13 percent use television for radio listening. FM today occupies 37 percent of listeners. The numbers take into account listening on several platforms. After 2017, Norwegian radio listeners will only hear national radio broadcasts digitally.

**The figures are obtained from the PPM survey (week 1-35 2017), the Cati survey (Q2 2017) and the Digital Radio Survey (weeks 35-37), all conducted by Kantar TNS. The surveys can be downloaded on [radio.no](http://radio.no).**

Contact:

Mari Hagerup, Head of Communications, media and external relations: [hagerup@radio.no](mailto:hagerup@radio.no) / 0047 920 46 088

### **Background, Norwegian Digital Radio Switchover**

- Norwegian national radio becomes digital due to a long transition. In 2017, national FM broadcasts will be switched down region by region. The shutdown began in Nordland on 11 January and ends in Troms and Finnmark on 13 December.
- Digital radio is transmitted over DAB, internet, mobile networks, and is also available on digital tv.
- Norway has 30 national channels transmitting on DAB, and 5 national channels transmitting on FM.

- Commercial local radios in Oslo, Trondheim, Bergen and Stavanger turn off FM broadcasts at the same time as commercial public channels.
- Local radio continues to air on FM.