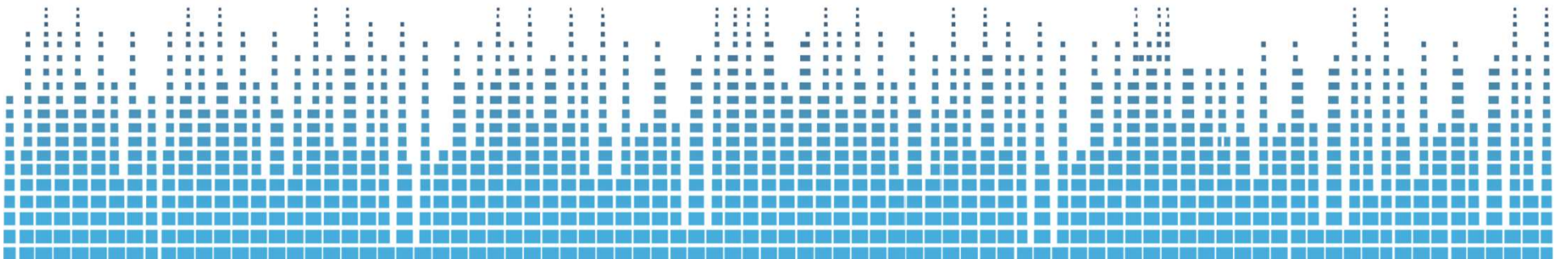


Radio on the Move



Qu'est-ce que Radio on the Move?

- Sondage en ligne assurant le suivi de l'écoute en voiture depuis décembre 2010
- Sur le terrain octobre/novembre 2016
- Échantillon représentatif à l'échelle nationale de 2 026 Canadiens âgés de 18 ans ou plus
- Le taux de consommation audio en voiture est basé sur le souvenir des 24 dernières heures

Méthodologie

- Sondage en ligne
- Sur le terrain : Octobre/Novembre 2016
- Échantillon : 2 026 Canadiens âgés de 18 ans ou plus
- Sous-échantillon : 1 804 conducteurs/passagers dans des véhicules privés dans la semaine précédente (88 % d'adultes canadiens)
- Échantillon représentatif à l'échelle nationale par le biais du Angus Reid Forum
- Les indicateurs clés de la consommation audio en voiture sont basés sur le souvenir des 24 dernières heures

Écoute audio en voiture

La radio rejoint les Canadiens dans leurs voitures – près de 6 sur 10 écoutent tous les jours et plus de 3 sur 4 sur une base hebdomadaire

Tous les Canadiens âgés de 18 ans ou plus

Écoute dans la voiture la semaine
Précédente

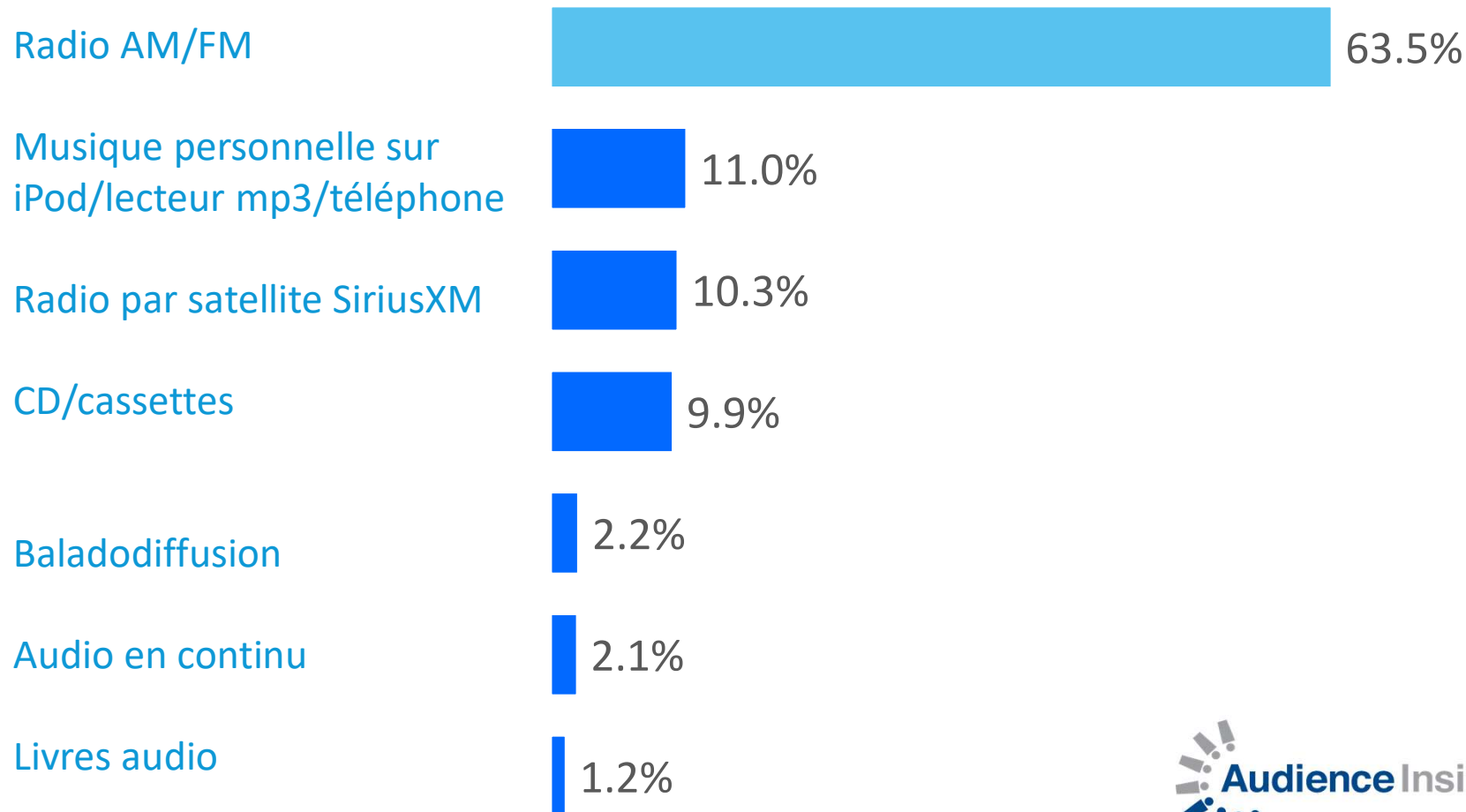
77%

Écoute dans la voiture dans les 24
dernières heures

58%

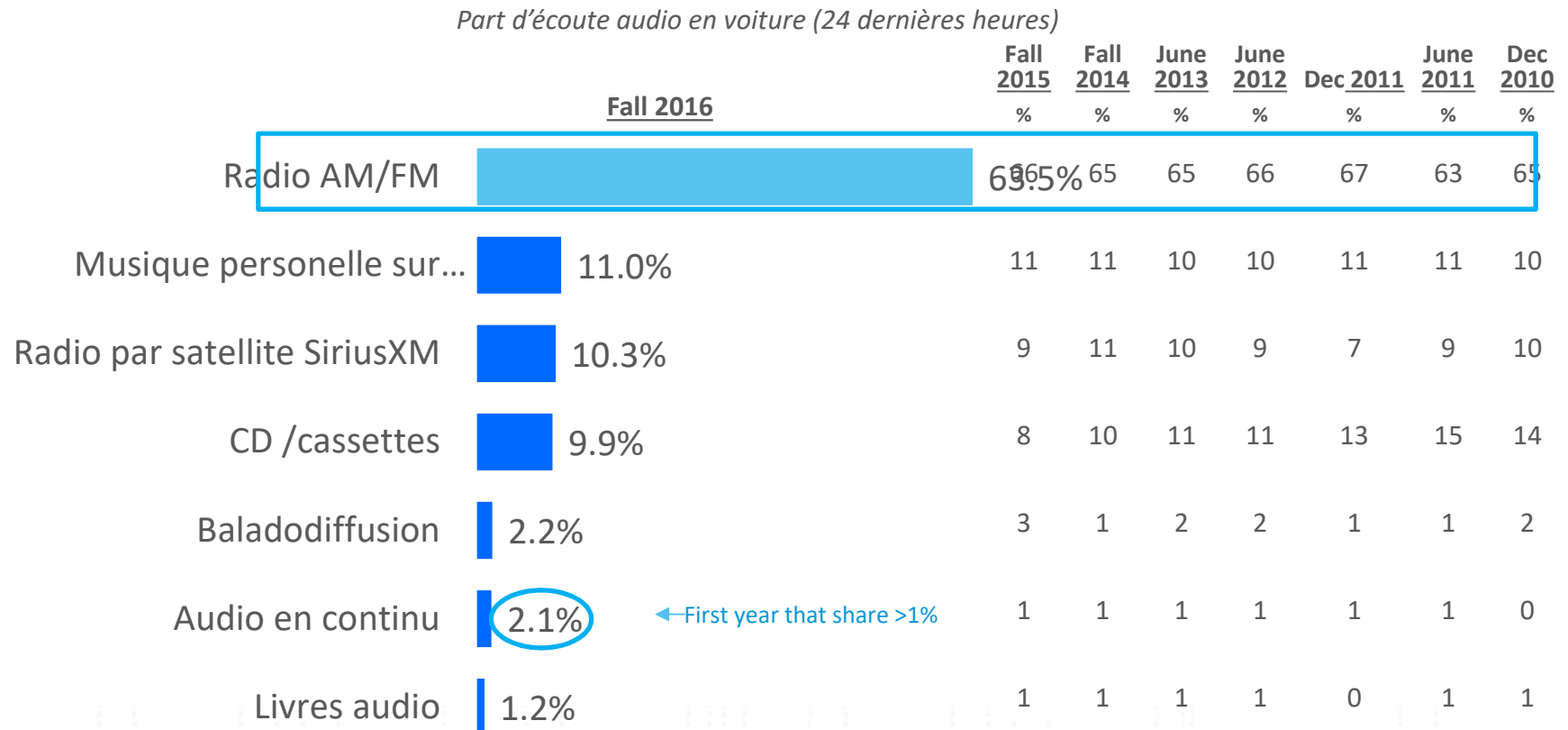
L'AM/FM continue à dominer l'écoute en voiture

Part d'écoute audio en voiture (24 dernières heures)



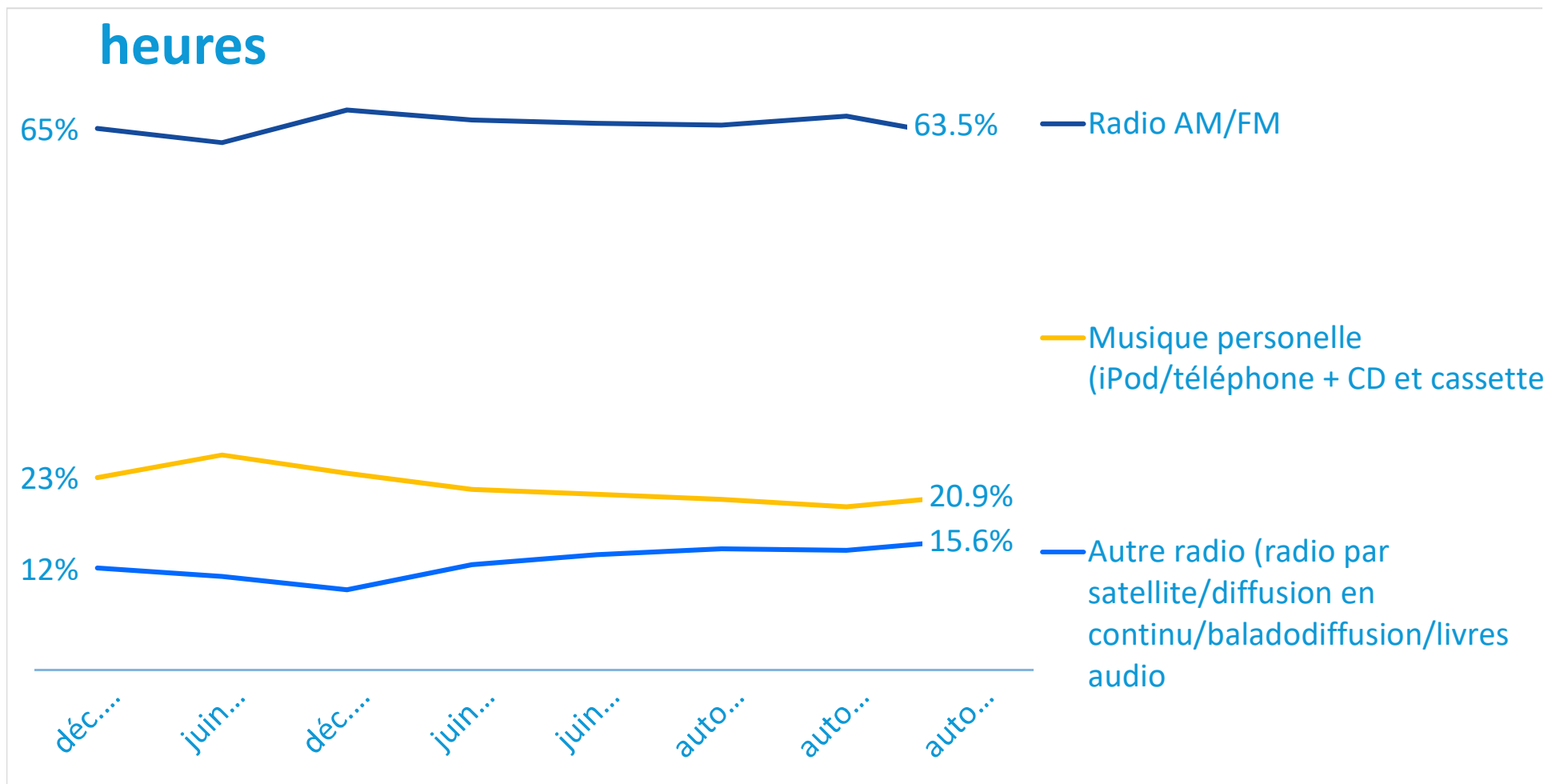
L'AM/FM continue à dominer l'écoute en voiture

Part d'écoute audio en voiture (24 dernières heures)



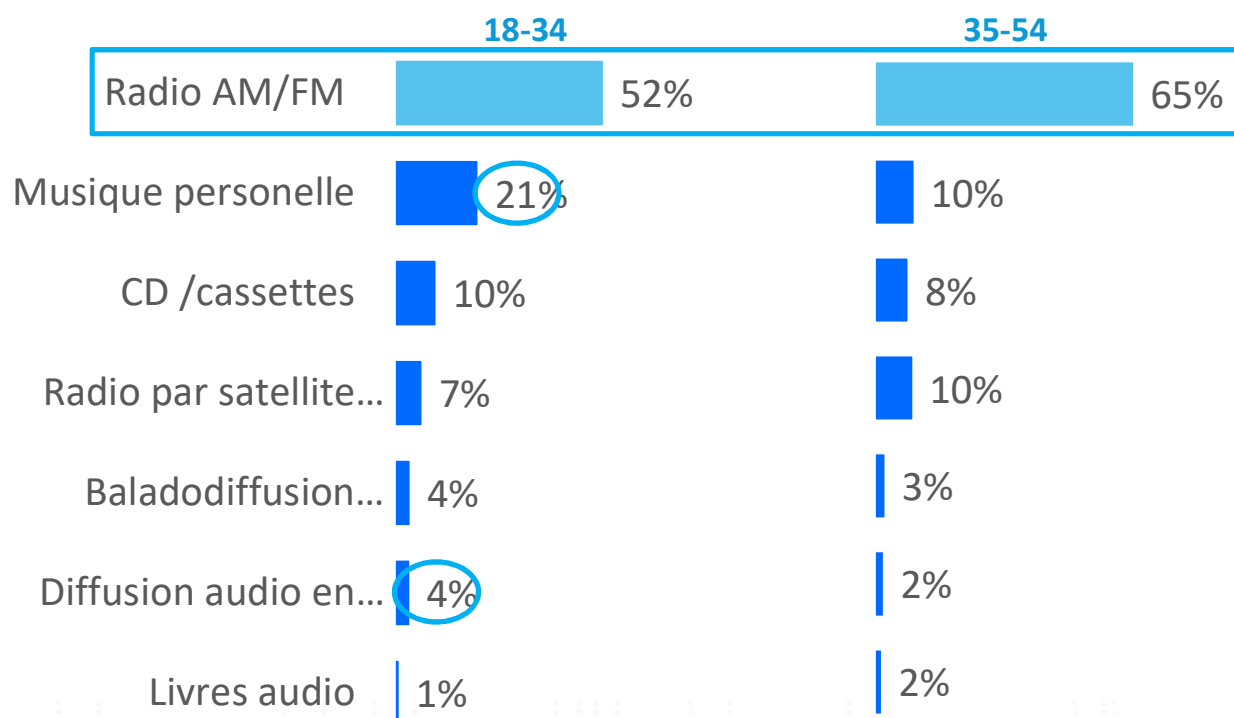
Parts d'écoute

Part d'écoute audio en voiture dans les 24 dernières heures



Même s'il est plus probable que les personnes âgées de 18 à 34 ans écoutent de la musique numérique et en continu que celles âgées de 35 à 54 ans, l'AM/FM domine toujours

Part d'écoute audio en voiture (24 dernières heures)



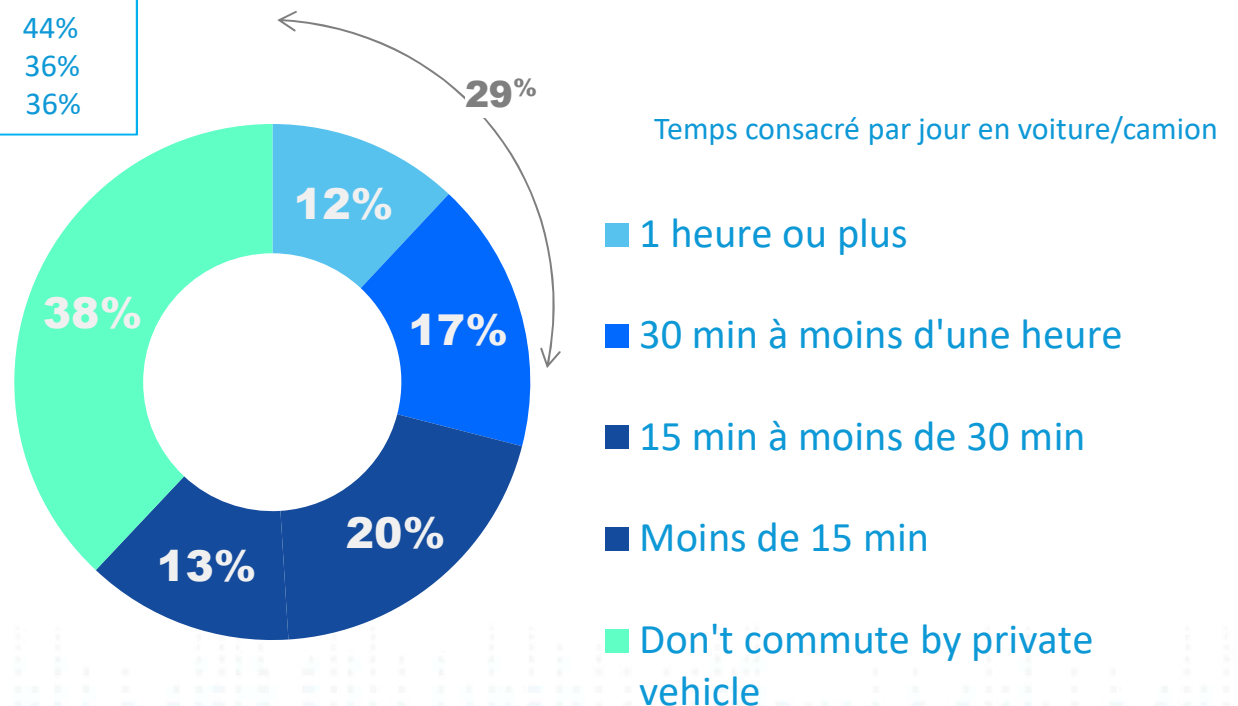
Gros plan sur les navetteurs



Près de 3 sur 10 conducteurs/passagers consacrent au moins 30 minutes par jour à faire la navette dans un véhicule privé

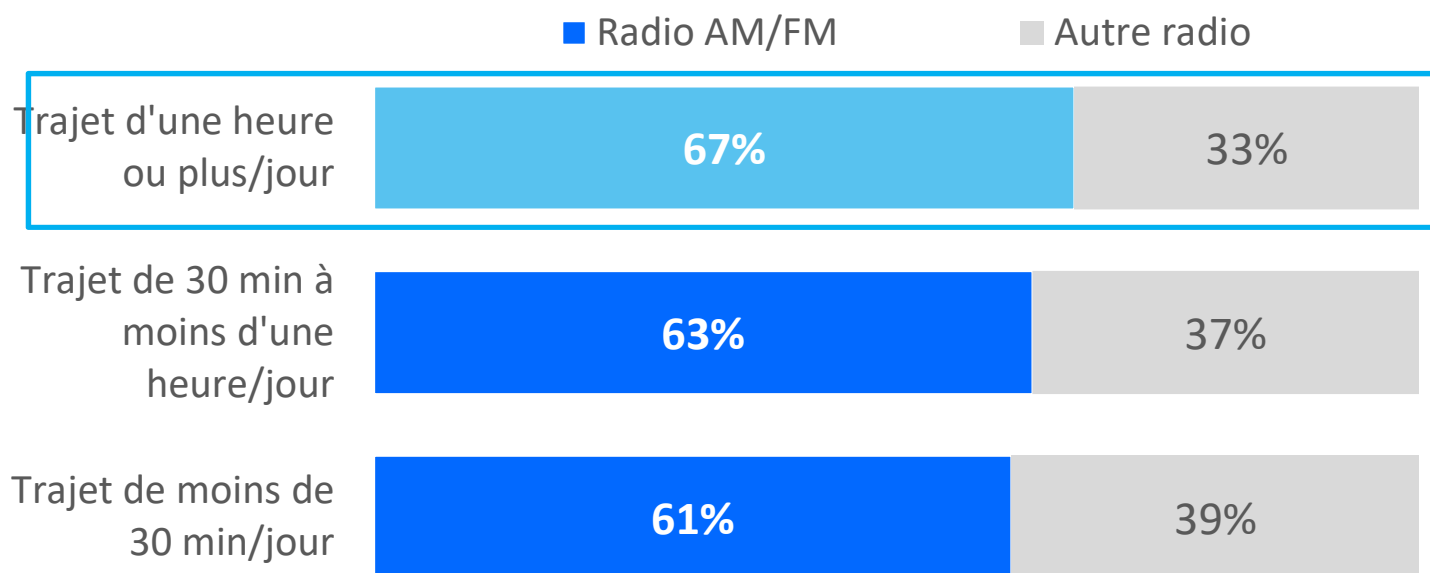
% faisant la navette 30 min ou plus/jour

Revenu du ménage de 100 mille \$ ou plus	44%
Adultes âgés de 25 à 54 ans	36%
Comptent acheter une voiture l'an prochain	36%



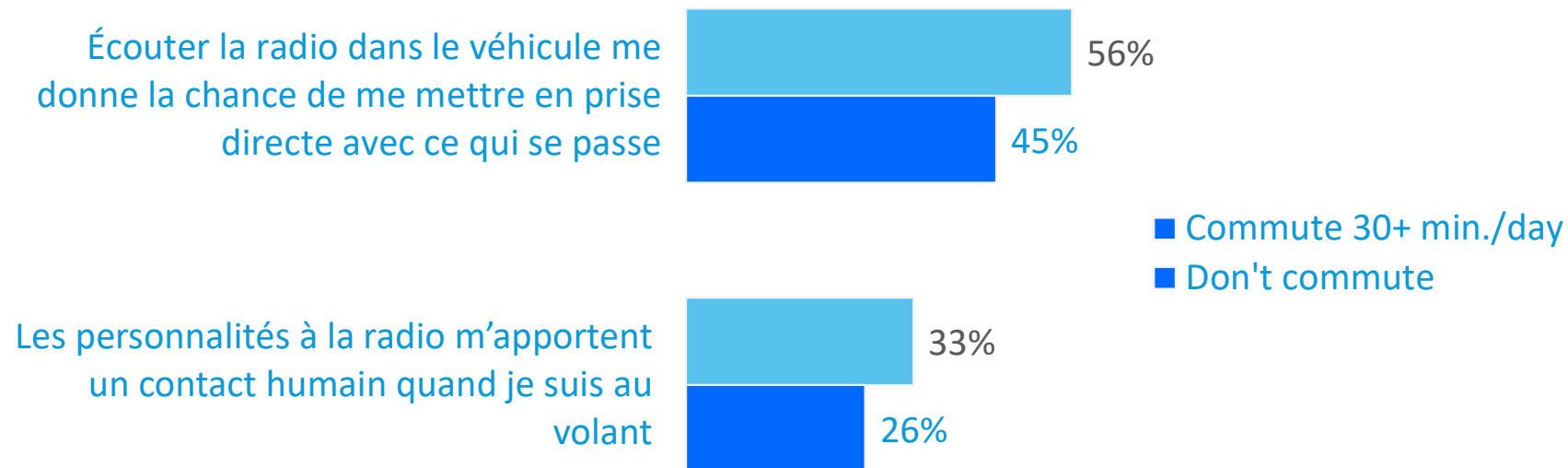
Les navetteurs ayant un long trajet sont des auditeurs engagés qui consacrent une part plus importante à l'écoute de la radio AM/FM en voiture

Part de toute l'écoute de la radio AM/FM en voiture dans les 24 dernières heures



Le temps consacré à faire la navette augmente l'engagement des navetteurs envers la radio comme moyen de se brancher et de se mettre au fait

% de personnes fortement d'accord avec cette déclaration

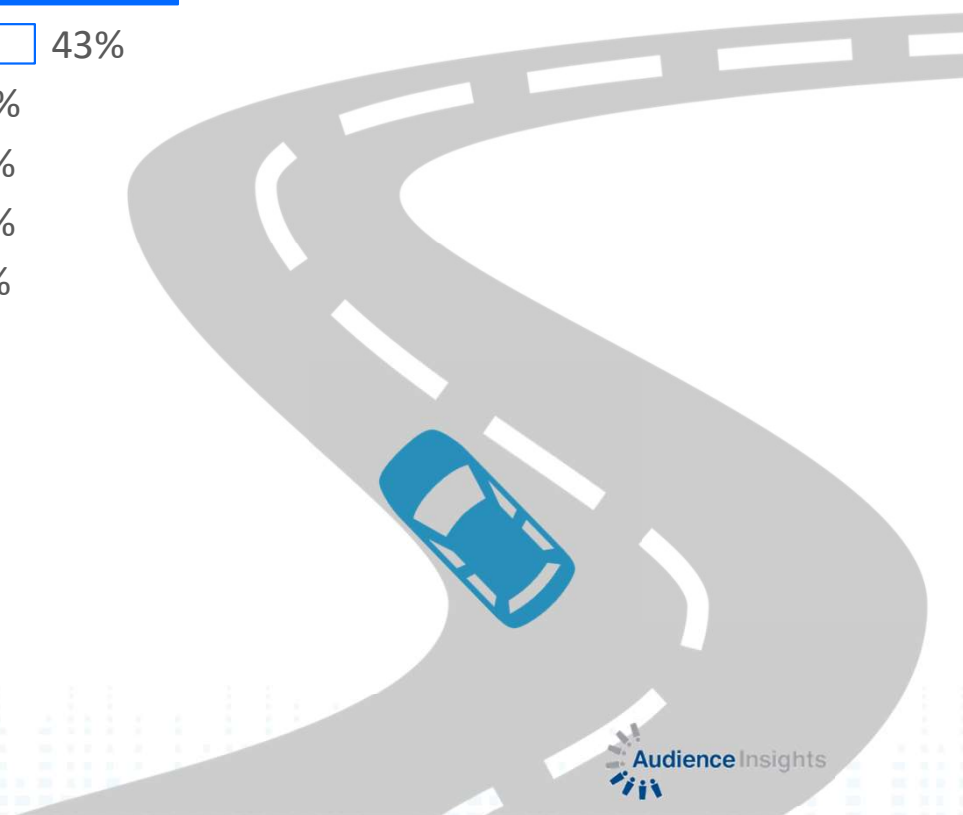
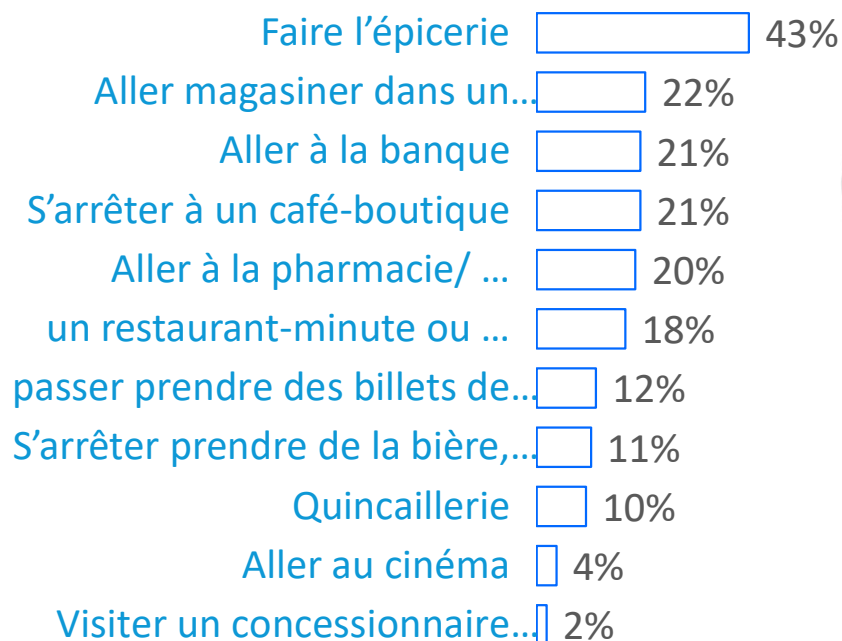


La place de la radio dans le processus d'achat



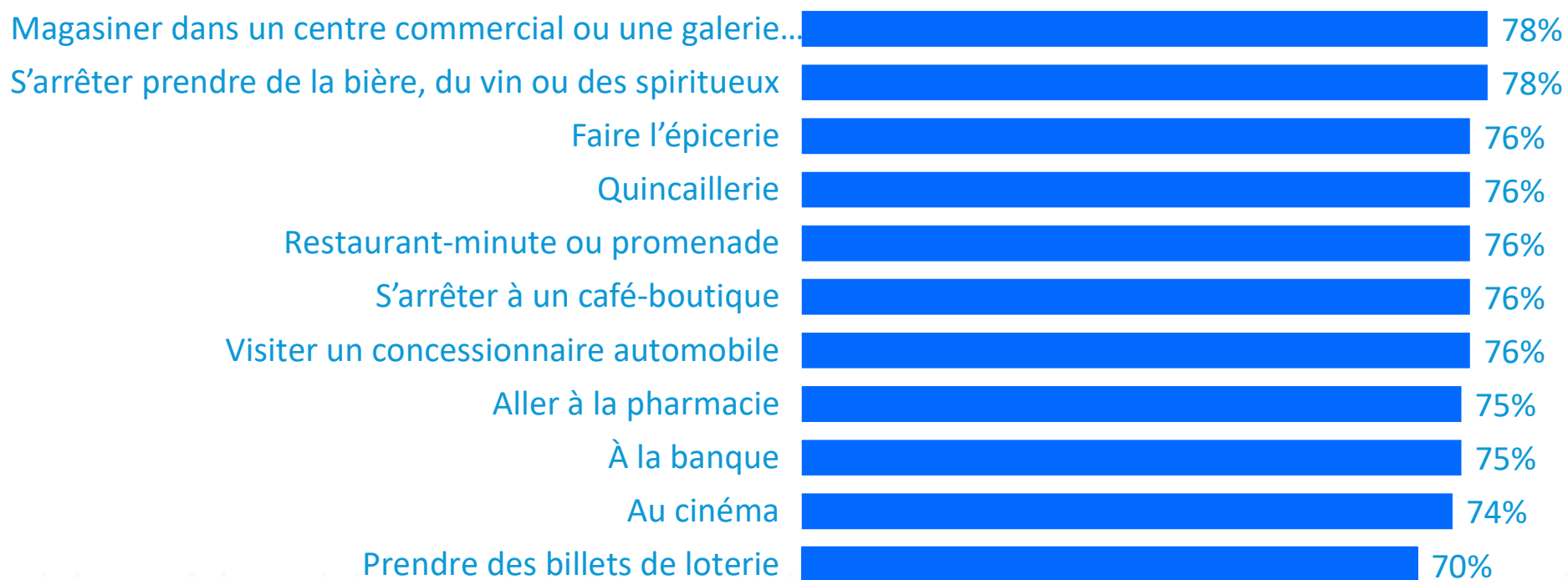
Près de 3 sur 4 conducteurs/passagers ont utilisé leur véhicule pour aller acheter des produits ou des services dans les 24 dernières heures

Effectué au moins 1 de ces trajets  72%



La radio AM/FM fournit l'ambiance sonore pendant la grande majorité des trajets pour aller acheter des produits ou services

Écoute de la radio AM/FM en effectuant les tâches suivantes ou en se rendant à ces endroits



Un peu plus d'un sur dix Canadiens peuvent accéder à l'audio sur demande grâce à la technologie intégrée au tableau de bord

Certains fabricants d'automobiles ont mis au point des nouveaux moyens d'écouter les médias en voiture, dont des services de musique radiophonique en ligne, des listes de titres d'œuvres musicales sur demande, des émissions-causeries sur les nouvelles et des émissions de divertissement. Il peut s'agir des services Apple Car Play ou Android Auto qui vous permettent d'accéder à votre iPhone ou à vos applications androïdes et de les contrôler à partir du tableau de bord.

Possèdent déjà cette technologie



14%

S'intéressent à cette technologie

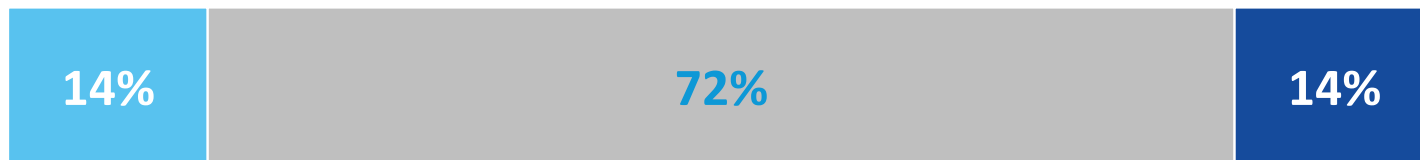


38%

Jusqu'ici, ces technologies intégrées au tableau de bord n'ont guère d'effet sur l'écoute de la radio AM/FM

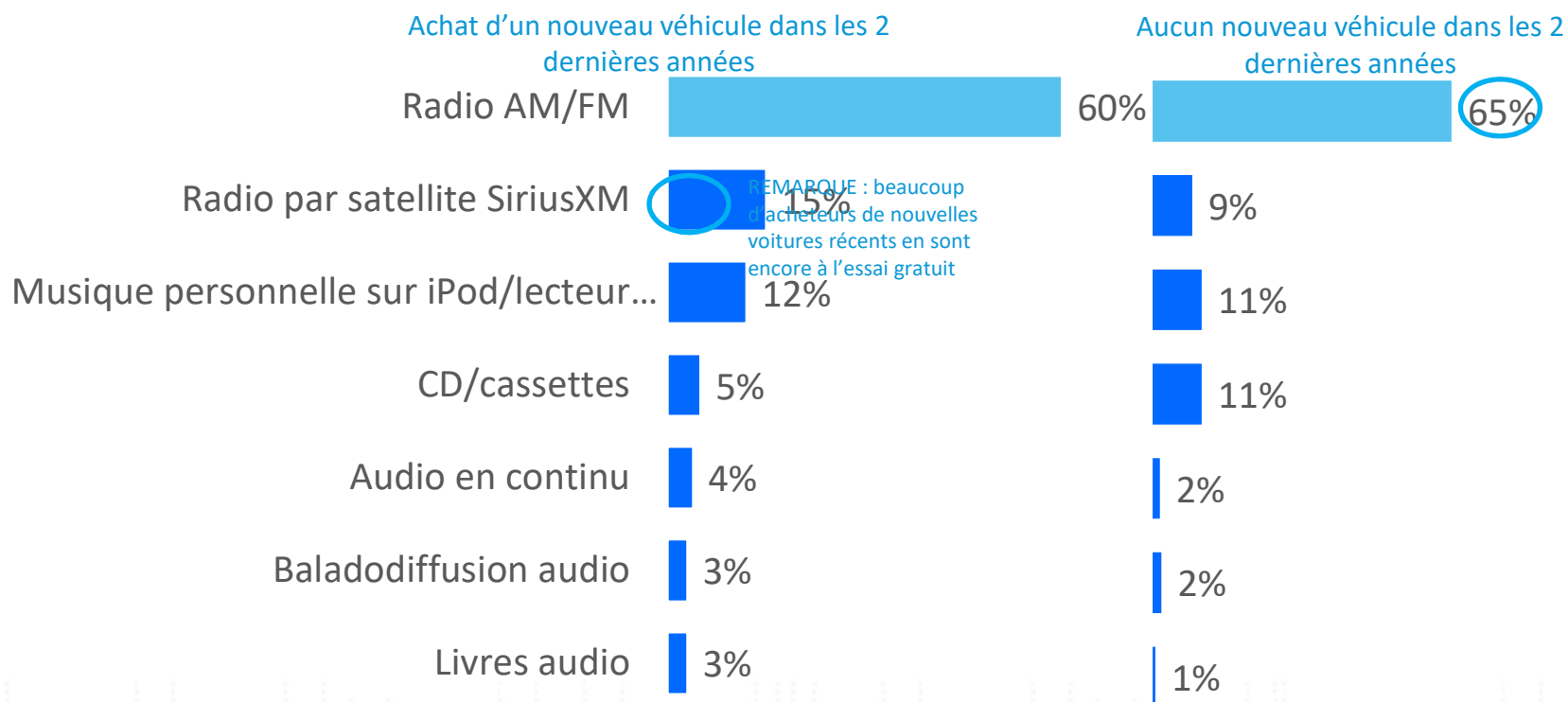
Dans quelle mesure ces nouvelles technologies intégrées au tableau de bord ont-elles eu une incidence sur votre écoute de la radio AM/FM?

■ J'écoute davantage ■ Aucun changement ■ J'écoute moins

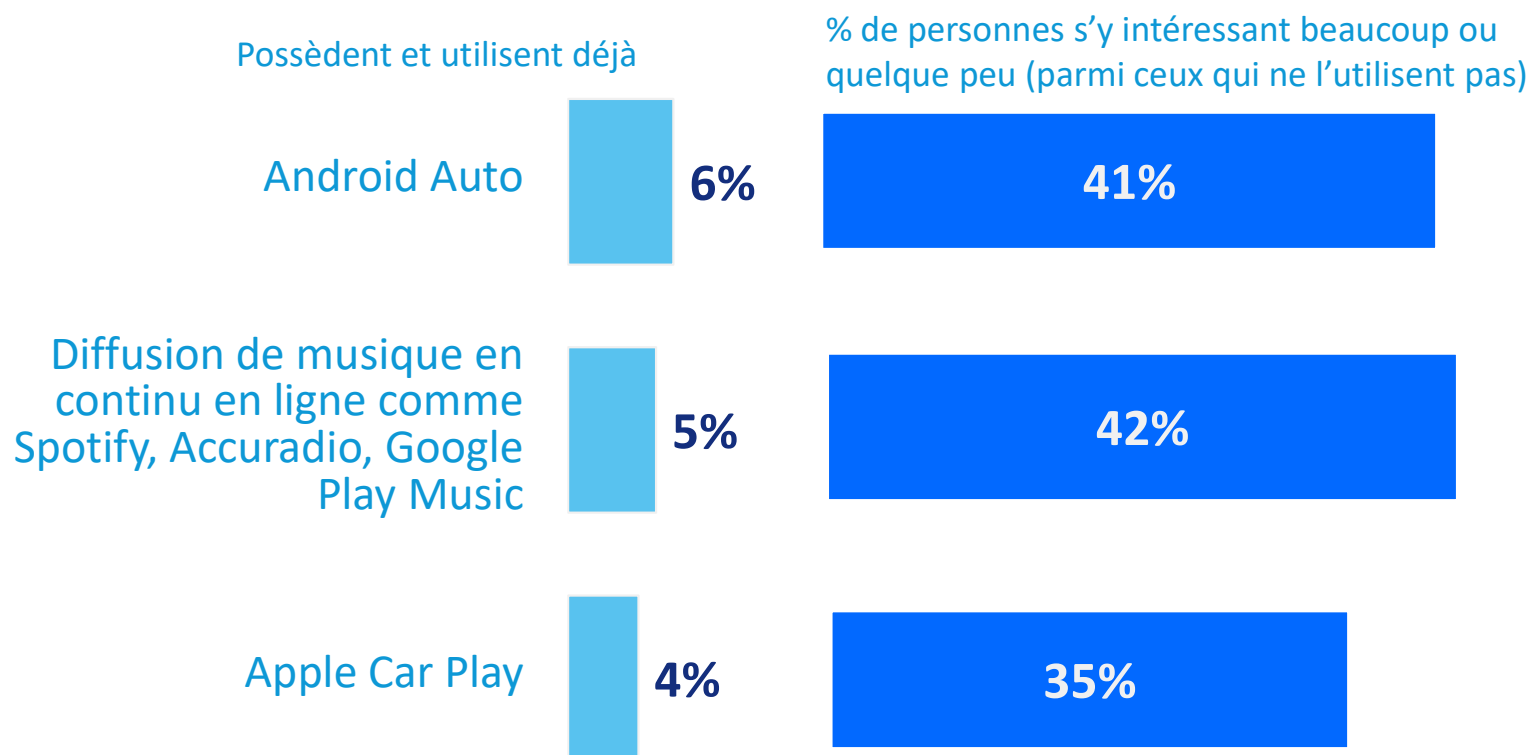


La part d'écoute de la radio AM/FM est légèrement réduite parmi ceux qui viennent récemment d'acheter une nouvelle voiture; celle de la radio par satellite est plus élevée

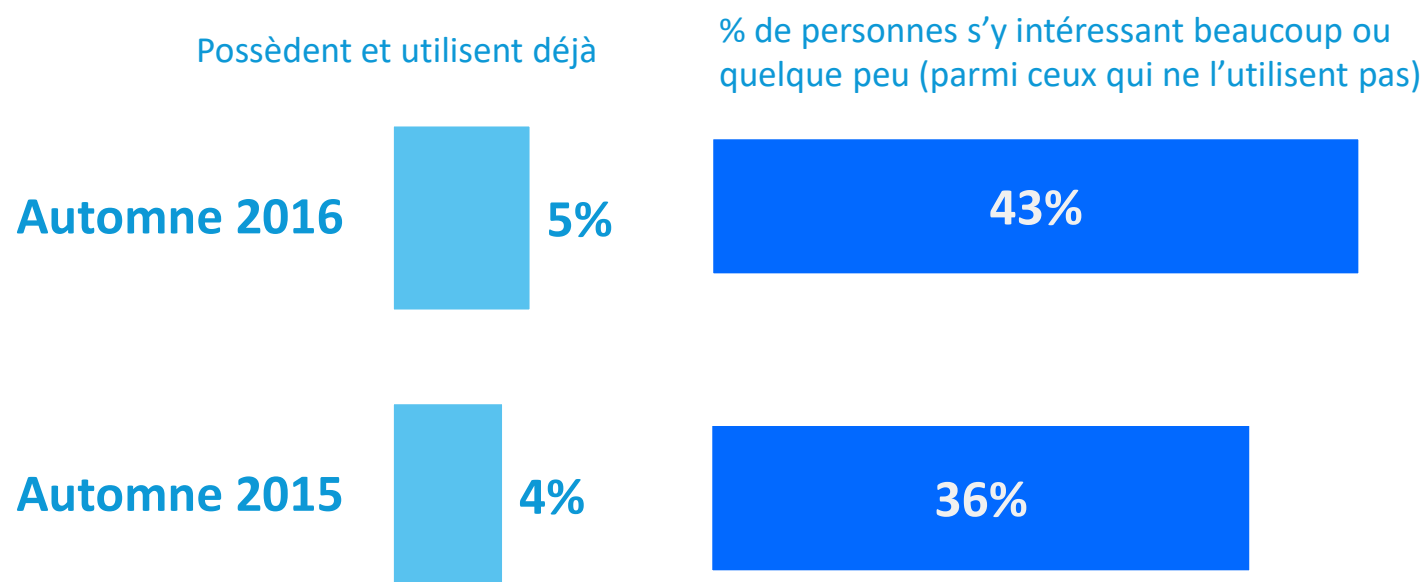
Part de l'écoute audio en voiture (24 dernières heures)



Le taux d'intégration du téléphone intelligent au tableau de bord et de l'utilisation de services en continu uniquement sur Internet demeure faible et ces éléments ne s'attirent qu'un intérêt modéré



Bien que modéré, l'intérêt que les conducteurs/passagers canadiens portent envers l'accès en voiture aux services en continu diffusés uniquement sur Internet est en voie d'augmentation



Les propriétaires de Smartphones utilisent Bluetooth plus souvent qu'une connexion filaire pour accéder à de la musique sur leurs téléphones

■ Chaque fois que je suis dans la voiture

Chaque fois +
la plupart du
temps

Accès à la musique sur téléphone par
connexion Bluetooth

21%

11%

32%

Accès à la musique sur téléphone par
connexion filaire

6%

10%

16%

Les nouvelles technologies pour assurer la sécurité influencent davantage l'achat d'une nouvelle voiture que l'intégration du téléphone intelligent

Dans quelle mesure chacune des technologies suivantes influencerait-elle votre décision d'acheter?

■ Grande mesure ■ Petite mesure ■ Aucune influence

Caméra intégrée au tableau de bord vous permettant de voir derrière le véhicule pendant que vous reculez

46%

36%

19%

Éléments de conduite autonome comme les capteurs avant qui activent les freins si un obstacle est détecté en avant

30%

43%

28%

Système Apple Car Play intégré au tableau de bord pour accéder à votre iPhone et à ses applications et les contrôler à partir du tableau de bord*...

22%

46%

32%

* Utilisateurs d'iPhone seulement

Système Android Auto intégré au tableau de bord pour accéder à votre téléphone android et à ses applications et les contrôler à partir du tableau de bord*...

20%

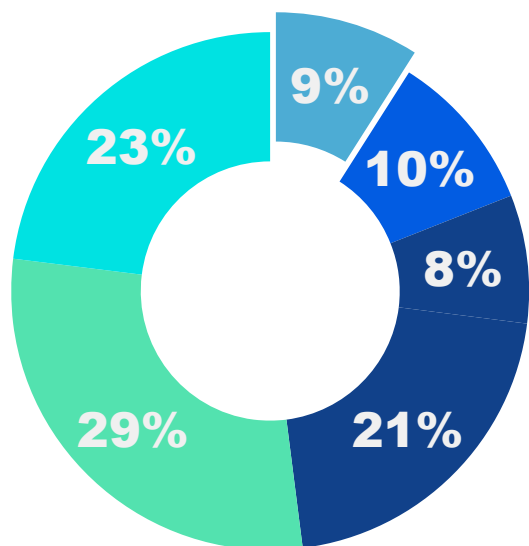
39%

41%

* Utilisateurs de téléphone android seulement

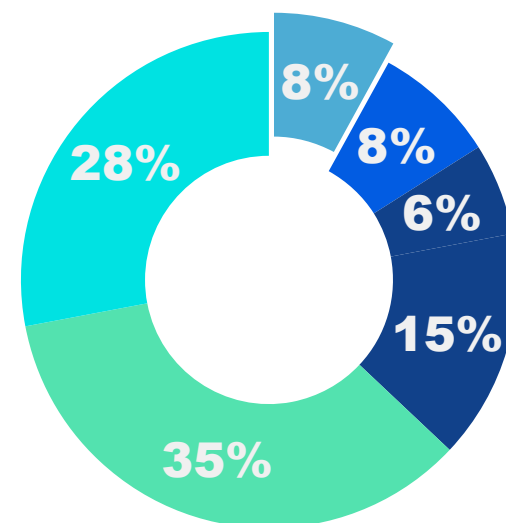
Intention d'acheter ou de louer un véhicule neuf ou d'occasion

Achat ou location d'une nouvelle voiture ou d'un nouveau camion

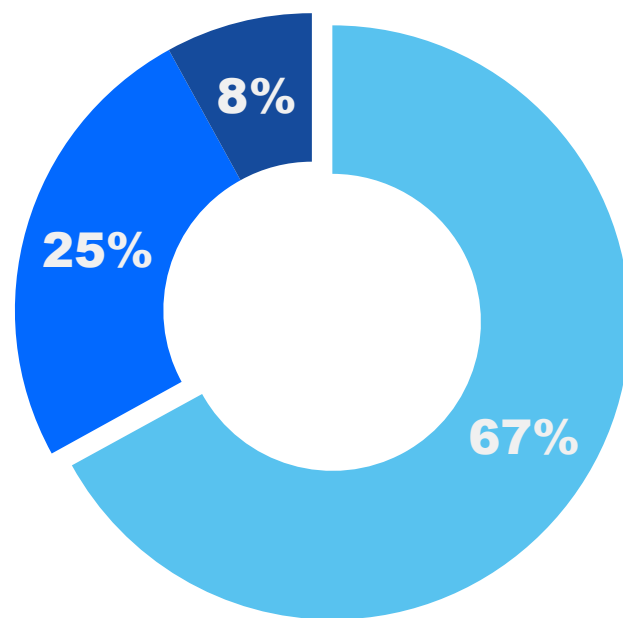


- L'an prochain
- Dans les 2 prochaines années
- Dans les 3 prochaines années
- Dans 3 ans ou plus
- Aucune intention d'acheter

Achat ou location d'une voiture ou d'un camion d'occasion



Les deux tiers des Canadiens ayant l'intention d'acheter une nouvelle voiture dans la prochaine année déclarent qu'ils n'en achèteront pas une qui n'est pas équipée de la radio AM/FM



- Je n'achèterais pas la voiture si elle n'a pas la radio AM ou FM
- Cela me manquera, mais je me débrouillerai avec des CDs, un iPod, la radio par satellite ou un téléphone intelligent
- Ce n'est pas grave; je n'écoute pas vraiment la radio AM/FM dans la voiture

Points importants à retenir :

1. La radio diffusée sur les ondes maintient sa dominance en ce qui concerne l'écoute en voiture, et ce malgré les nouvelles technologies et le choix toujours plus large sur le plan audio.
2. La radio offre aux annonceurs une cible de grande valeur parmi les navetteurs nantis qui sont branchés aux récits vivants de la radio et à ses personnalités.
3. À la dernière étape du processus d'achat, la radio rejoint les consommateurs en route vers un éventail d'achats tant grands que petits.
4. La voiture « branchée » est arrivée. Plus d'un sur dix Canadiens interrogés disent qu'ils ont maintenant accès à l'audio sur demande intégré au tableau de bord.
5. Jusqu'ici ces nouvelles technologies intégrées au tableau de bord n'ont aucune incidence mesurable sur l'écoute de la radio AM/FM en voiture.