

La Radio commerciale nous branche  
les uns aux autres

CONNEXIONS

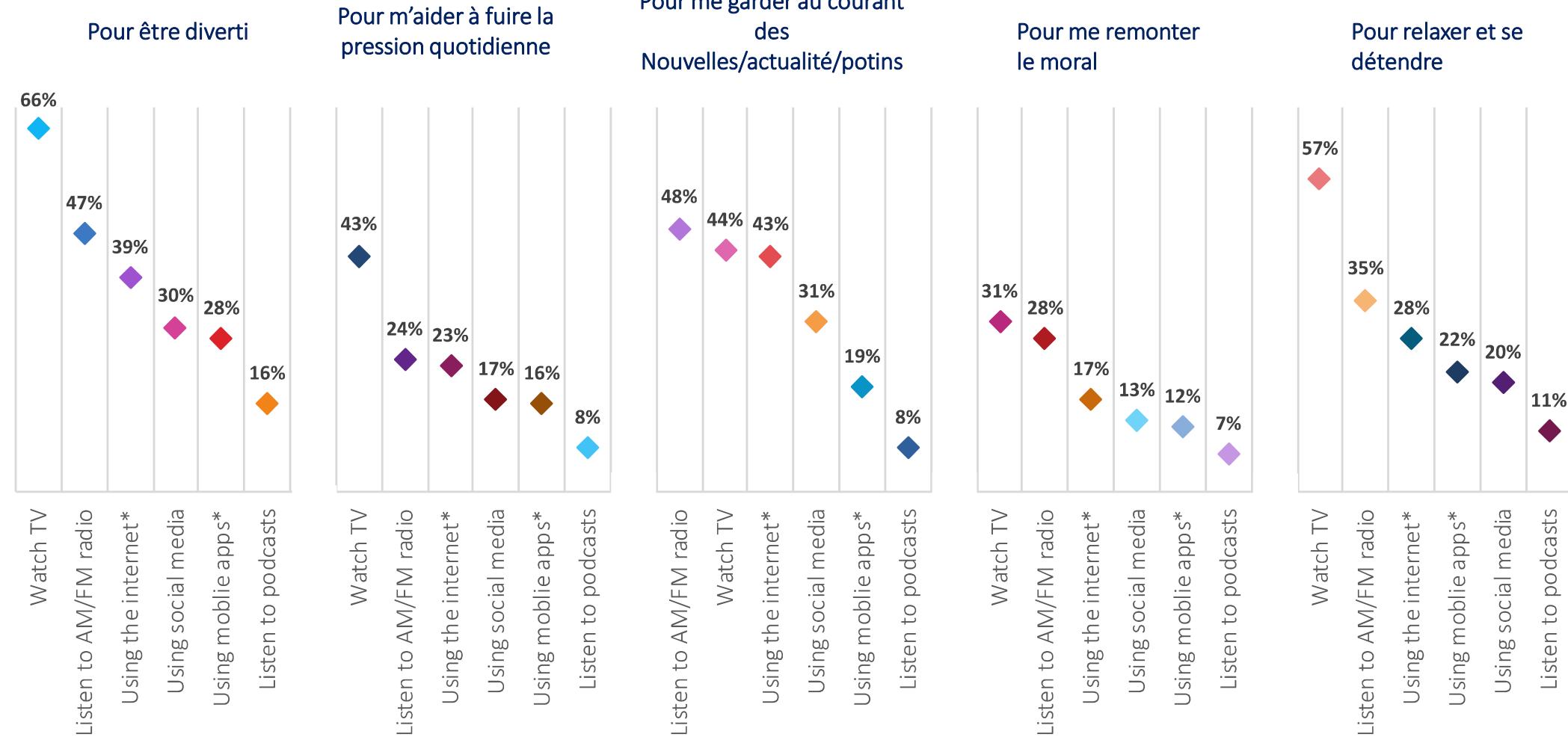
# La radio s'adapte aux changements

## Toujours au poste

La polyvalence de la radio lui permet de s'adapter et de changer en fonction des événements importants. Qu'il s'agisse de reportages en direct, des dernières nouvelles, de la couverture des conférences de presse ou tout simplement pour le partage d'empathie, la compréhension et la bonne humeur; la flexibilité de la radio permet aux Canadiens de rester branchés en tout temps.



# La radio amplifie les émotions



\*en anglais seulement

SOURCE: La radio branchée sur les consommateurs 2019 15+ \*Excluant les média sociaux

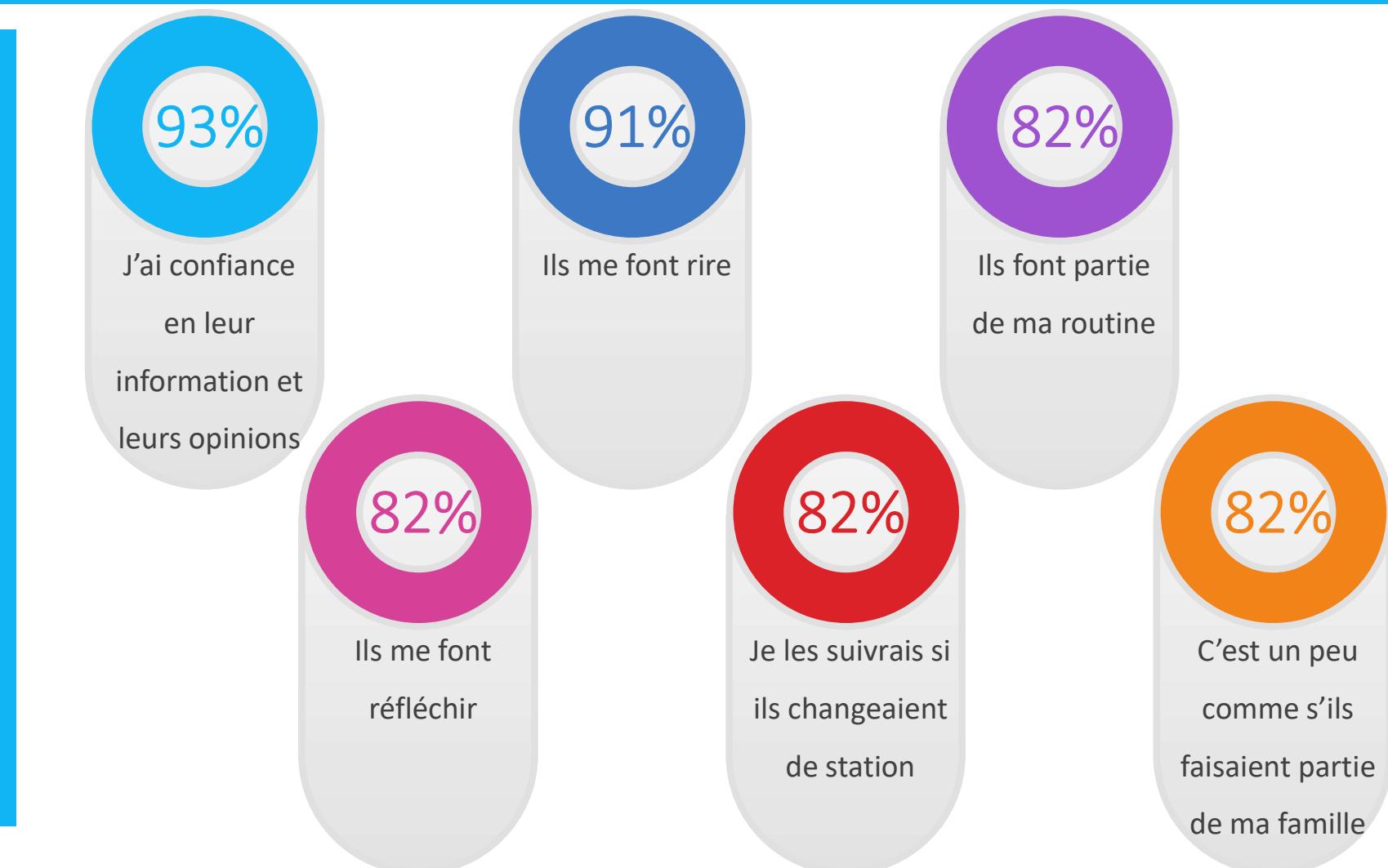
# Durant une période d'isolement, la radio peut être la seule autre voix dans la pièce

Les stations de radio sont parfaitement conscientes de la responsabilité qu'elles assument pour tenir leurs auditeurs au courant des nouvelles exactes et des informations locales.



# Une voix familière qui procure du réconfort

Les animateurs de radio sont les voix familières et rassurantes durant les temps difficiles

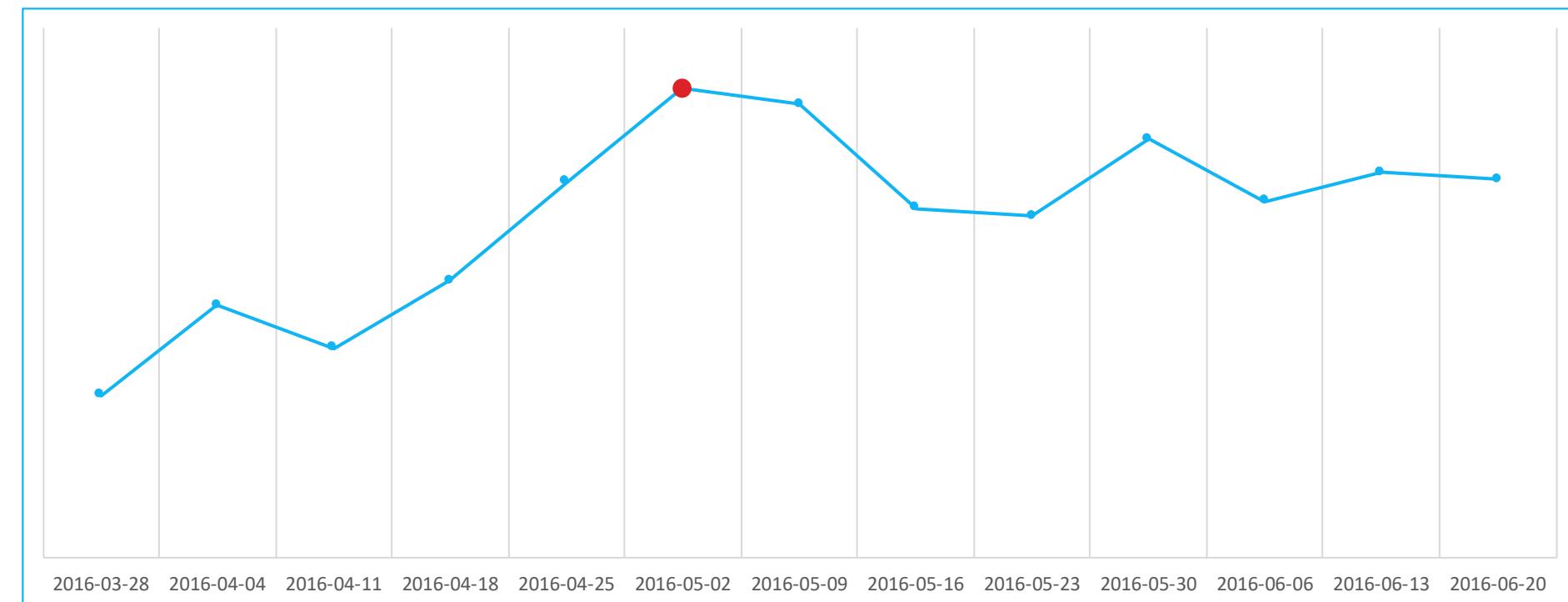


5 SOURCE: ROTM 2019. Très ou un peu d'accord (parmi les auditeurs qui ont des préférences). F16e\_2. Avez-vous un animateur ou une émission préféré à la radio commerciale ? | F16E\_3. Jusqu'à quel point êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants à propos de votre animateur ou émission préféré ? | Base: Canadiens 18+ qui écoute dans une journée typique (n=3,133) / Ont un animateur ou une émission préférée (n=864)

# En temps de crise, on fait confiance à la radio

## Durant les feux de Fort McMurray

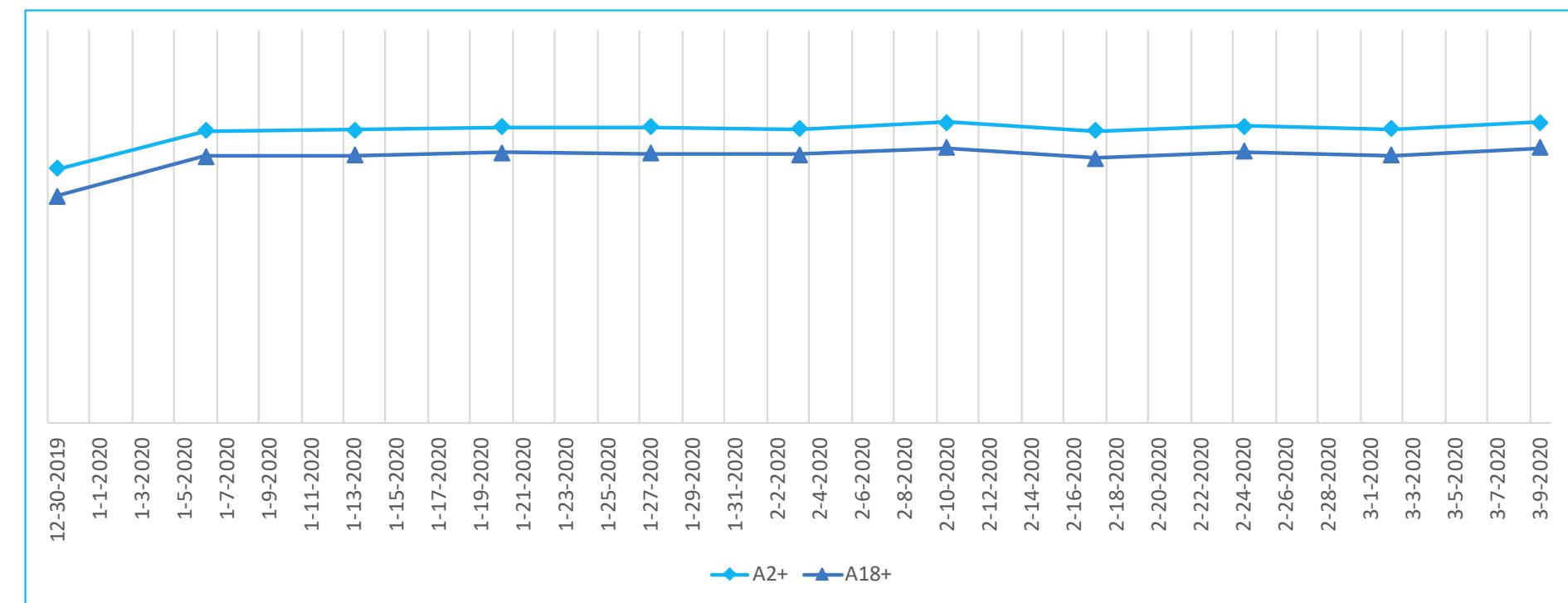
Lorsque les Albertains étaient évacués, ils étaient branchés sur la radio pour obtenir les plus récentes informations.



# Quand la routine est perturbée, on syntonise plus la radio

À toutes les semaines,  
près de 9 Canadiens sur  
10 sont rejoints par la  
radio\*.

En tant que Canadiens,  
nous adoptons une  
nouvelle routine à la  
maison, au travail et  
l'écoute de la radio a  
augmenté depuis le  
début janvier 2020

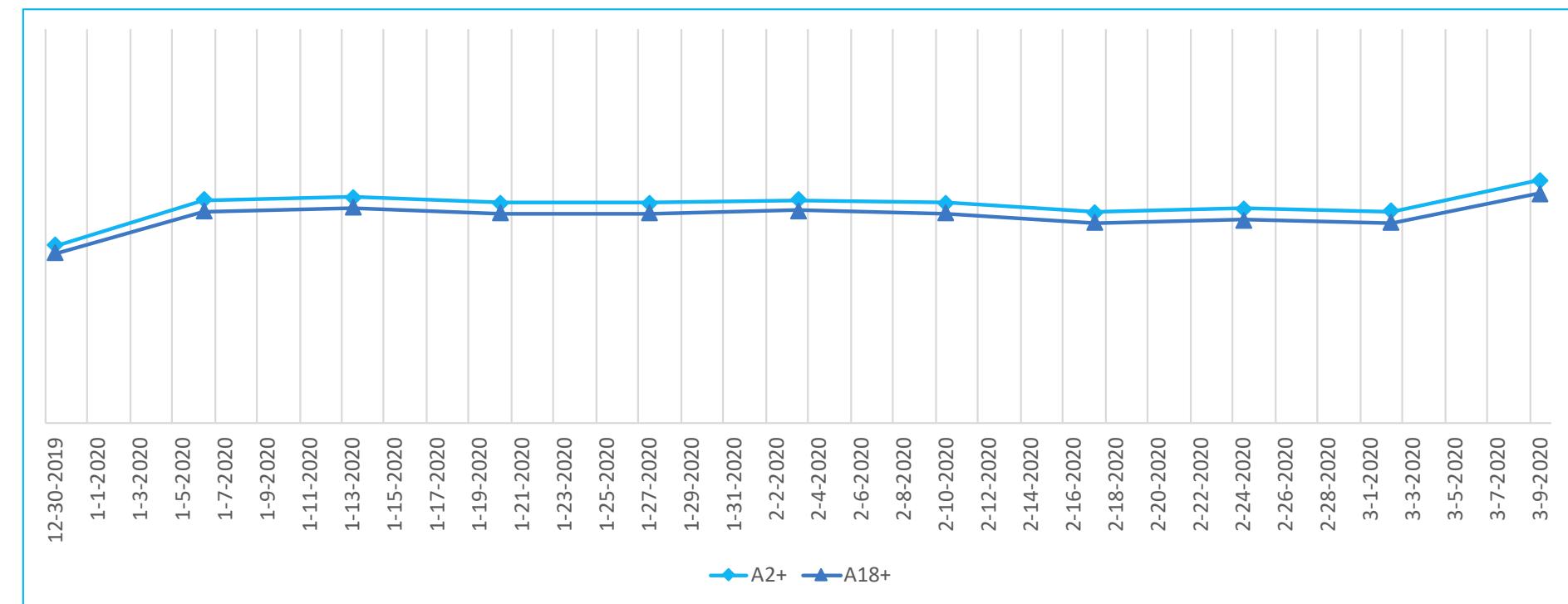


# Syntoniser la radio pour être au courant de l'actualité

## Les formats

“Nouvelles” et “Radio Parlée” offrent aux Canadiens l'information dont ils ont besoin.

L'écoute des stations d'information a augmenté de 14 % depuis le début janvier 2020

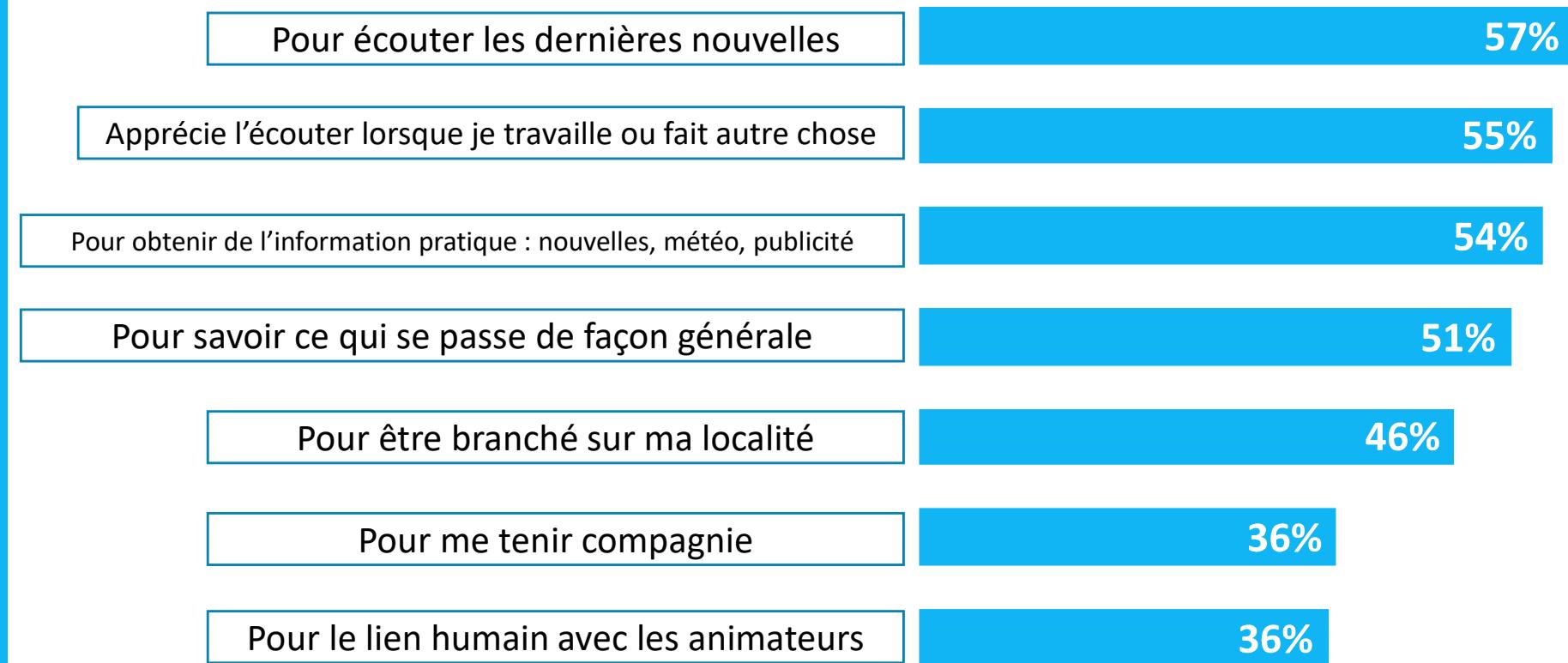


# Les auditeurs de la musique en continu se branchent aussi sur la radio commerciale

83% des auditeurs de la musique en continu disent écouter la radio commerciale quotidiennement

23% disent écouter au moins 2 heures/jr

Pourquoi les auditeurs de musique en continu écoutent la radio commerciale ?

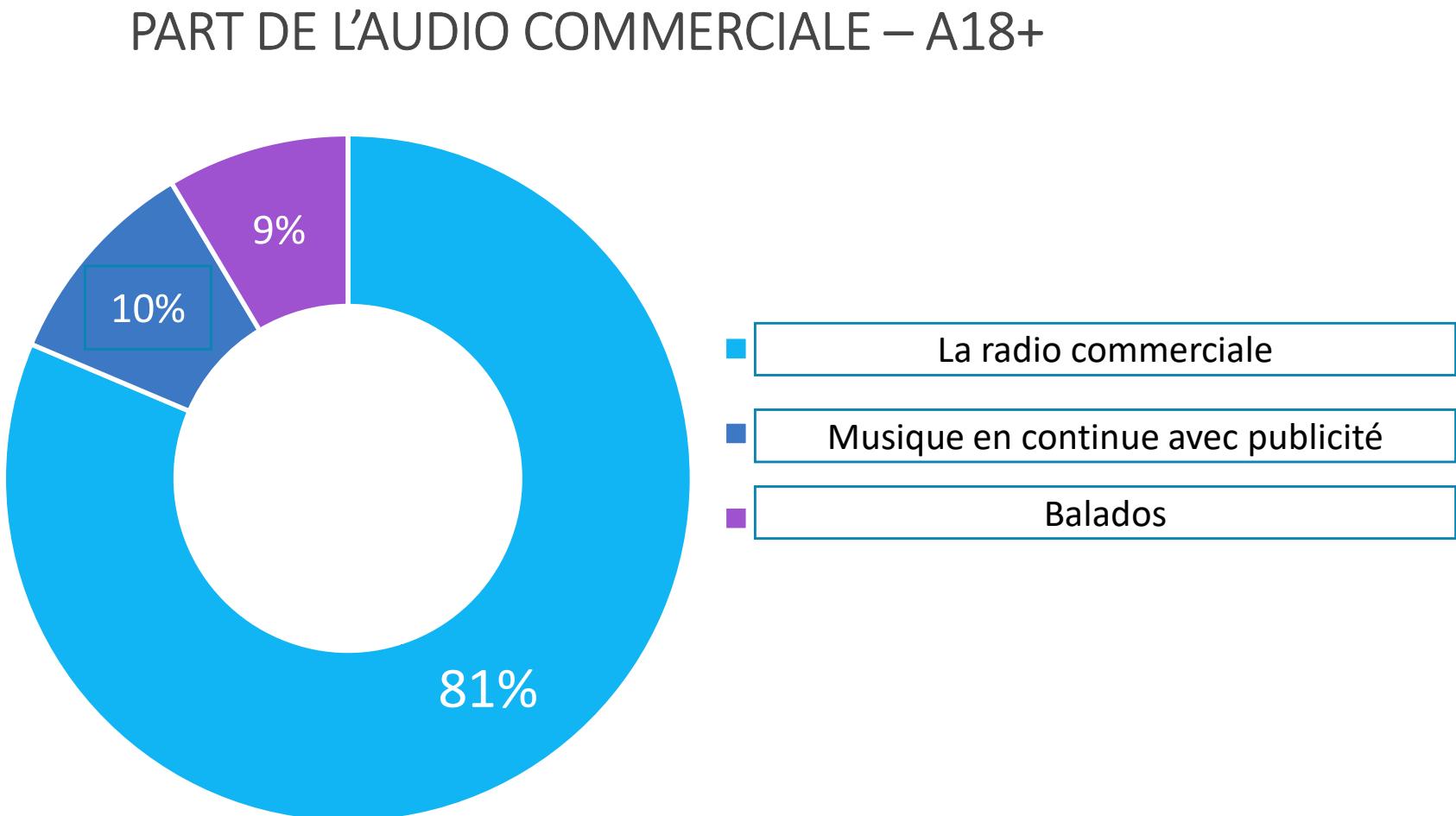


SOURCE: La radio en mouvement 2020 F16e. Considérant toutes les façons que vous avez écouté de la musique, pour quelle raison écoutez-vous encore la radio commerciale ? Base: Canadiens 18+ qui a écouté de la musique en continu/Youtube pour la musique ET a écouté plus de 2 heures de radio dans une journée type. (n=638)

# La radio commerciale est incontournable pour rejoindre les Canadiens

La radio commerciale domine l'univers de l'audio disponible pour les annonceurs

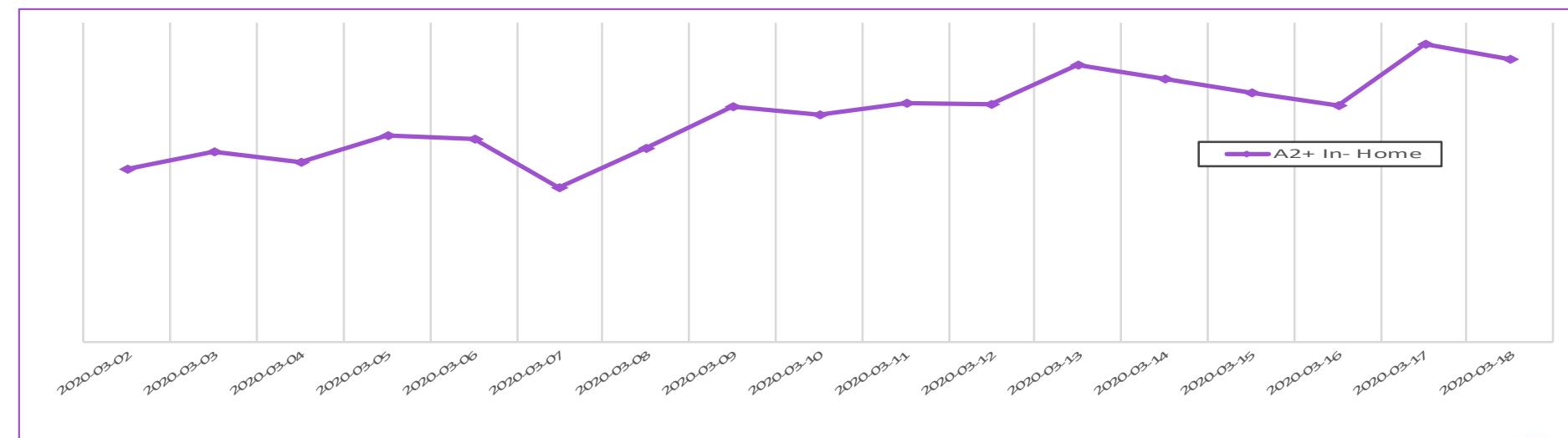
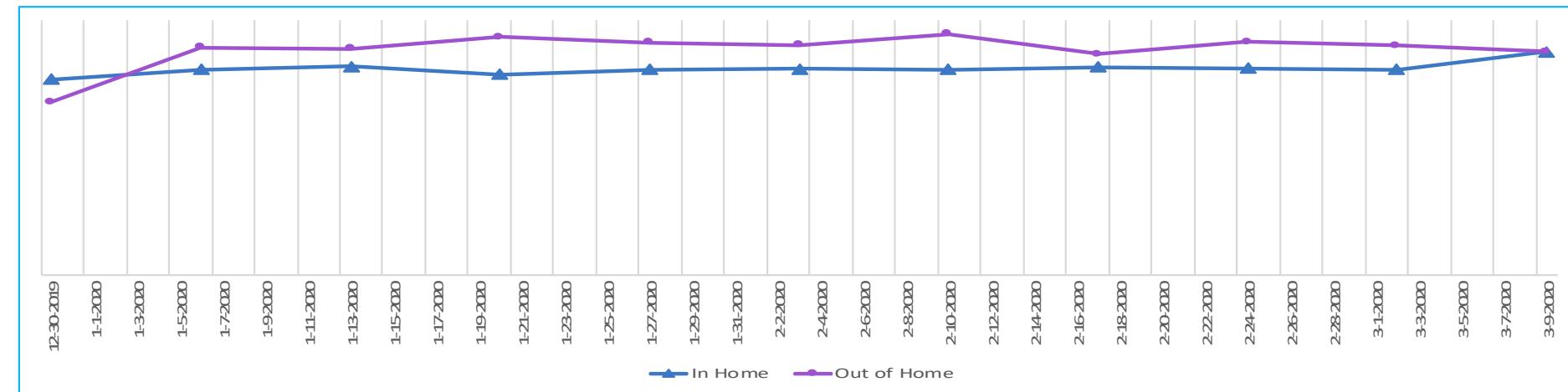
Avec une portée de plus de 27 millions d'auditeurs\*, la radio offre la portée nécessaire pour communiquer d'importantes informations



# La population syntonise la radio à la maison

Les Canadiens  
syntonisent la  
radio à la maison

Les habitudes des  
Canadiens  
changent, mais ils  
restent branchés  
avec la radio tout  
en travaillant à la  
maison.



# Le haut-parleur intelligent – le nouvel appareil radio à la maison

Les Canadiens utilisent de plus en plus leur haut-parleur intelligent à la maison afin d'écouter la radio commerciale

Parmi les propriétaires de haut-parleur intelligent :

% qui ont utilisé leur haut-parleur intelligent pour écouter la radio semaine dernière

24%

27%

Aut. 2018

Aut. 19/jan 20

% de l'écoute de la radio commerciale à la maison

29%

34%

Aut. 2018

Aut. 19/jan 20

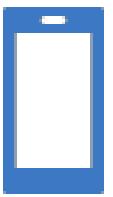
# Les Canadiens écoutent la radio commerciale en ligne

Les Canadiens qui écoutent habituellement pendant qu'ils sont en déplacement ont maintenant de nouvelles façons pour syntoniser la radio tout en restant à la maison

Appareils utilisés pour l'écoute en ligne au cours de la dernière semaine  
Parmi les auditeurs de radio commerciale en ligne



Portable/ordi



Téléphone intelligent



Tablette



Haut-parleur intelligent

33%

36%

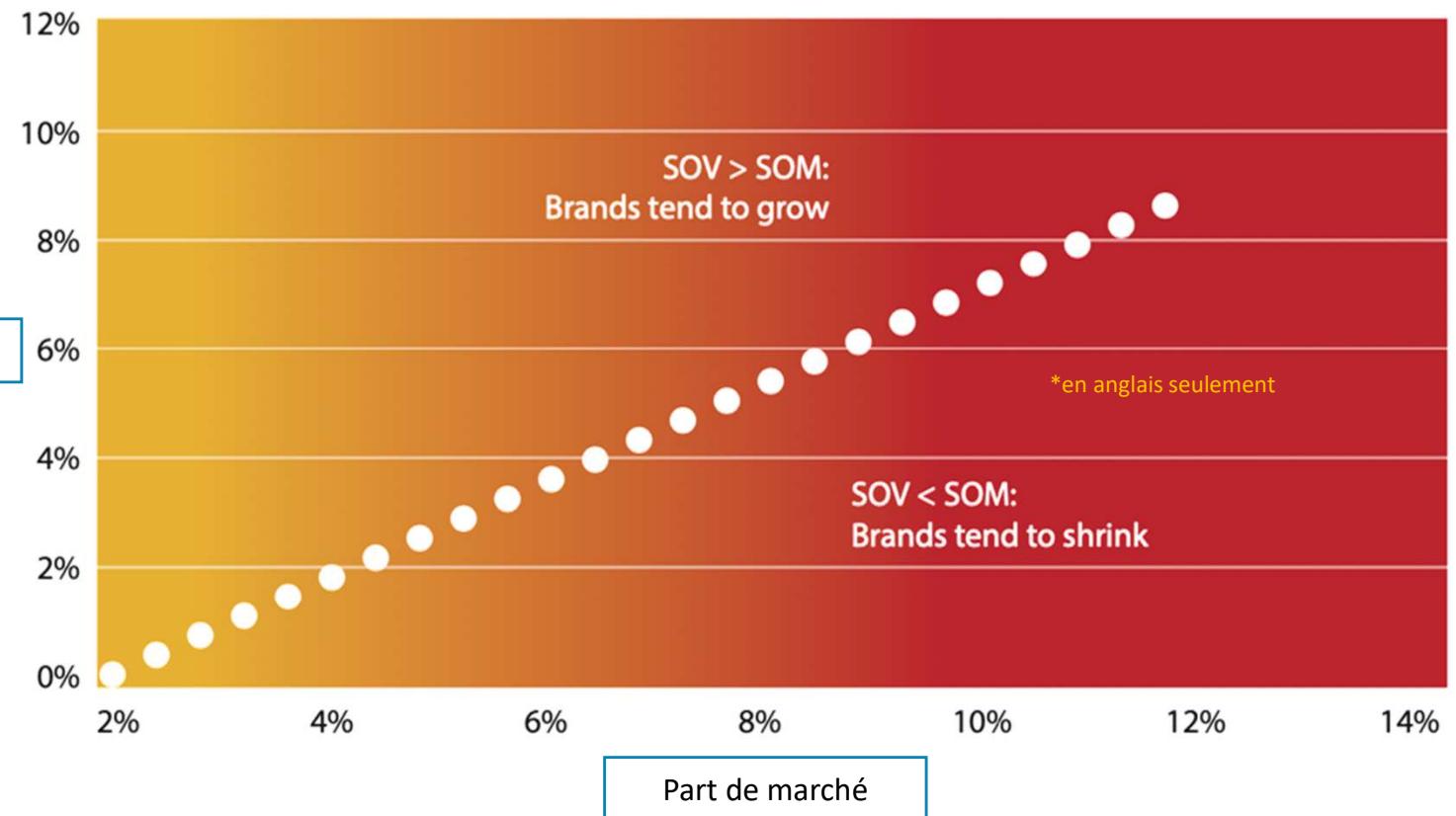
11%

19%

# Une présence médiatique continue donne aux consommateurs un sentiment d'habitude normale

Maintenir le bruit publicitaire est important pour les annonceurs et empêche la perte des parts de marché

Historiquement, la part de bruit supporte la part de marché



Source: Les Binet and Peter Field, *Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era*, IPA, (Figure 07)

# La radio offre une plateforme de confiance pour être branché sur les consommateurs

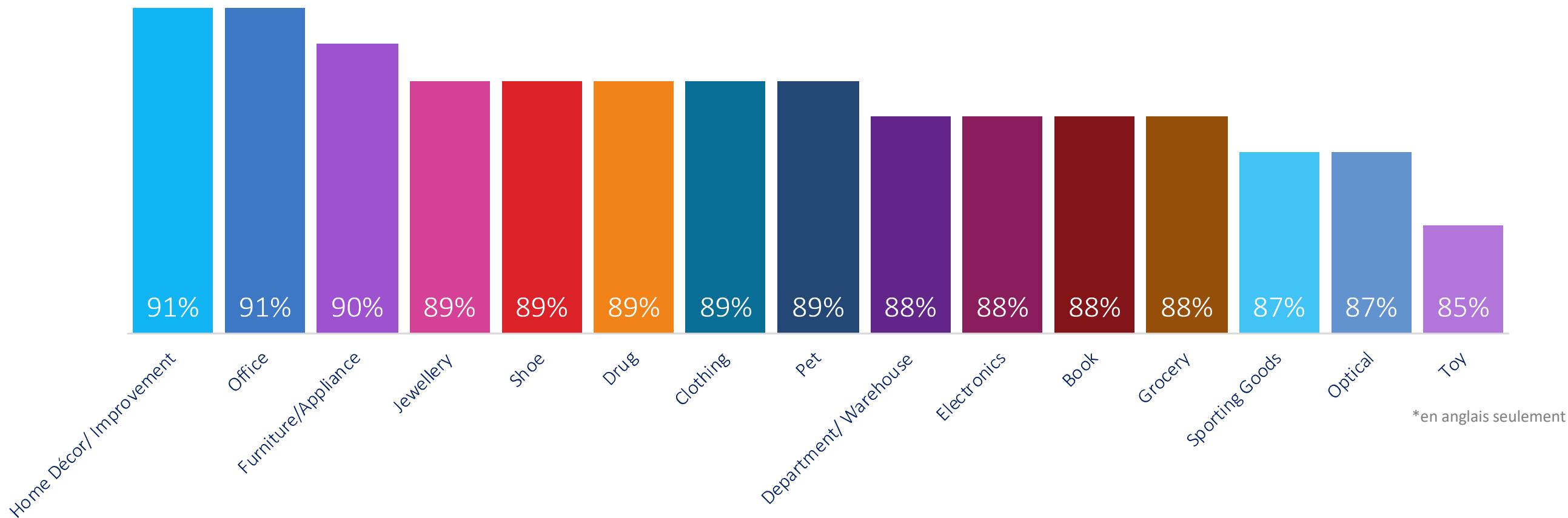


Saskatchewan!



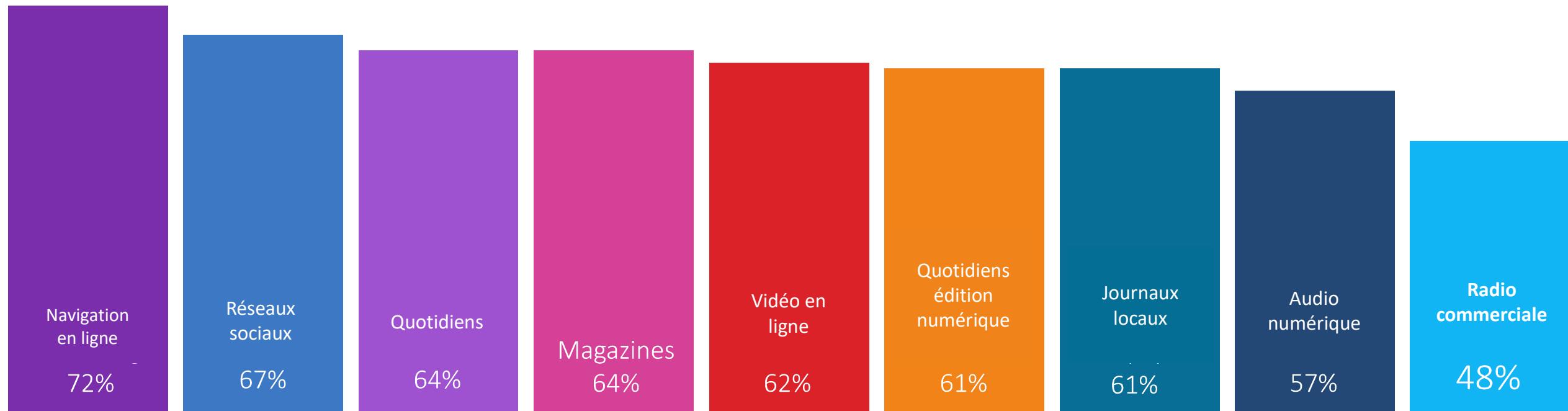
# La radio rejoint ceux qui ne peuvent pas aller en magasin

La radio commerciale rejoint 91% des 25-54 qui ont magasiné pour de la décoration ou la rénovation (magasins en ligne)

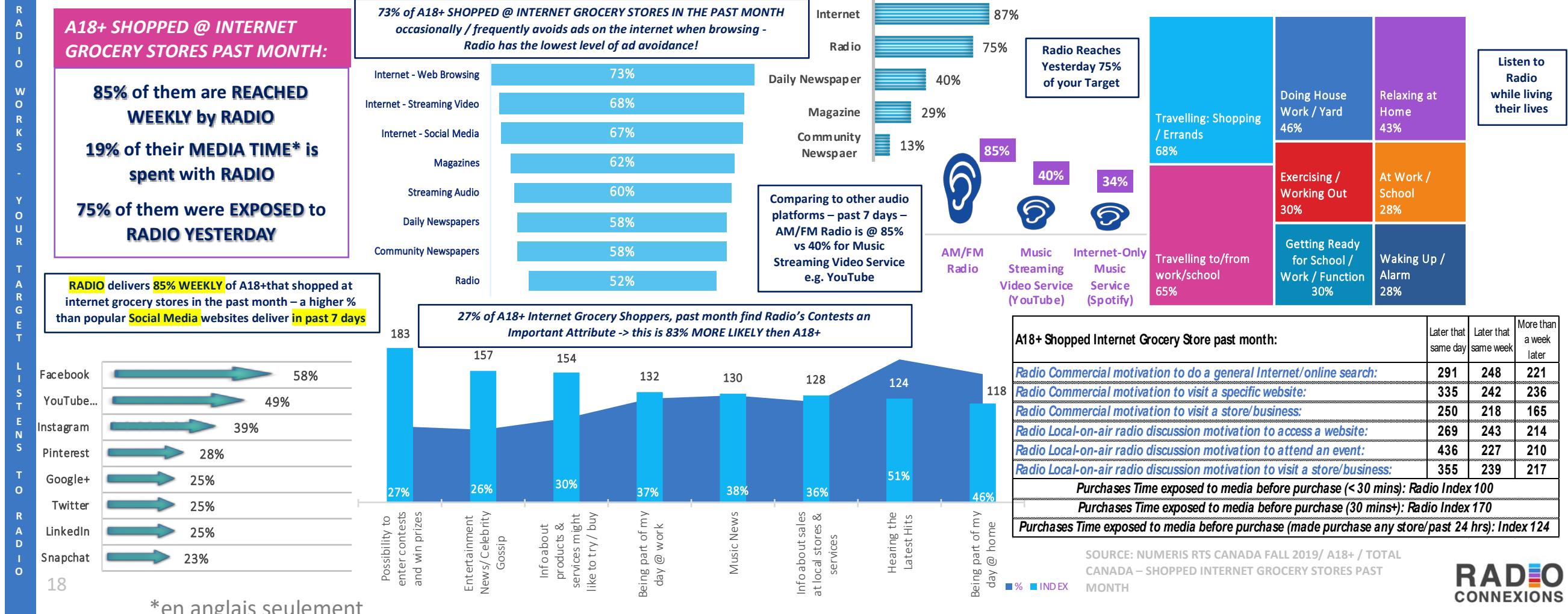


# La radio commerciale, le média le moins évité

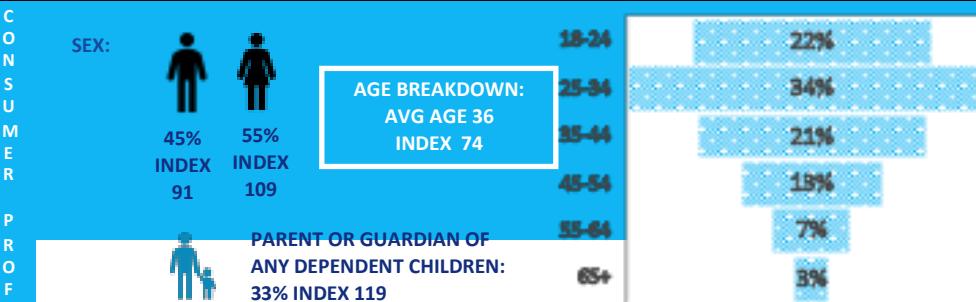
L'évitement publicitaire est bien réel. Lorsque les annonceurs font de la publicité à la radio, ils sont entendus.



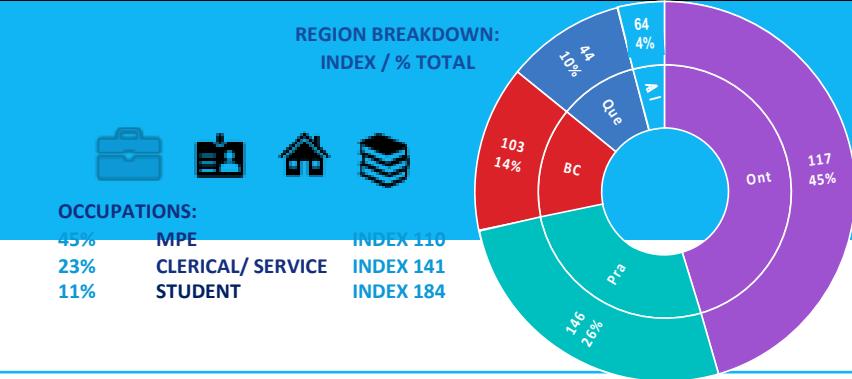
# RADIO REACHES 85% WEEKLY: A18+ SHOPPED INTERNET GROCERY STORES PAST MONTH



# RADIO REACHES 84% WEEKLY: A18+ ORDERED FOOD USING AN ONLINE RESTAURANT DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH



INDEX
209
197
132
77
38
14



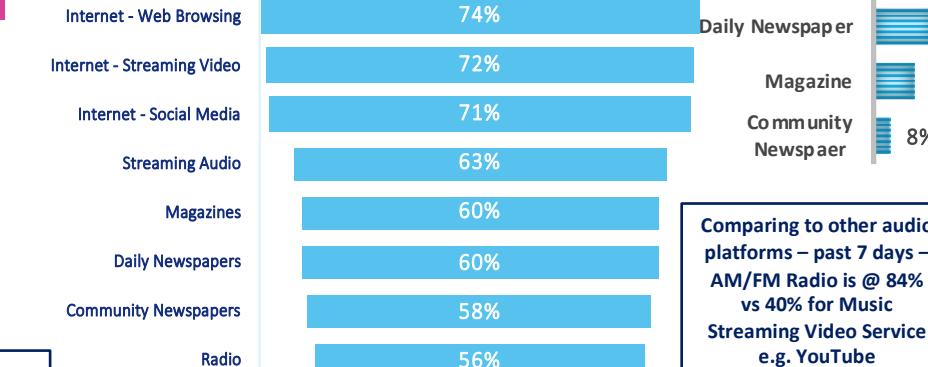
APPROX 9% OF CANADIANS A18+ HAVE ORDERED FOOD USING ONLINE DELIVERY APP IN PAST MONTH

## A18+ WHO HAVE ORDERED FOOD USING AN ONLINE DELIVERY APP IN THE PAST MONTH:

- 84% of them are REACHED WEEKLY by RADIO
- 18% of their MEDIA TIME\* is spent with RADIO
- 69% of them were EXPOSED to RADIO YESTERDAY

RADIO delivers 84% WEEKLY of A18+ WHO HAVE ORDERED FOOD USING AN ONLINE DELIVERY APP IN THE PAST MONTH – a higher % than popular Social Media websites deliver in past 7 days

74% of A18+ WHO HAVE ORDERED FOOD USING AN ONLINE DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH occasionally / frequently avoids ads on the internet when browsing - Radio has the lowest level of ad avoidance!



Internet 91%

Radio 69%

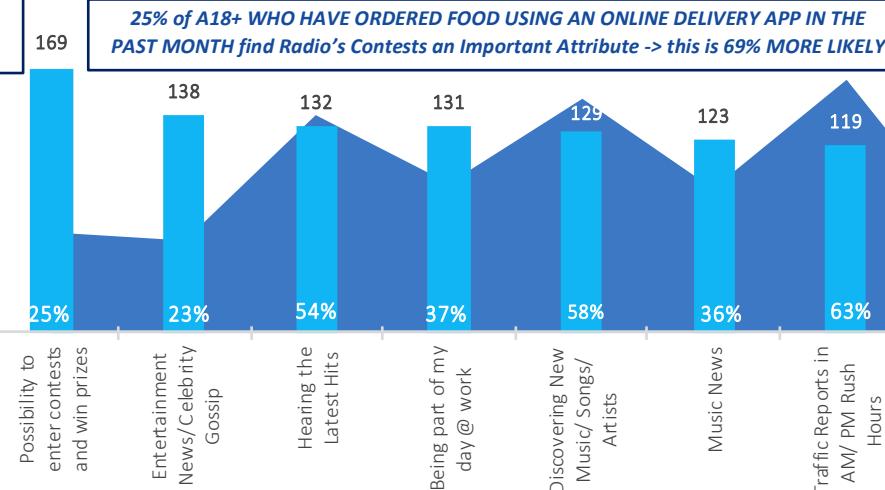
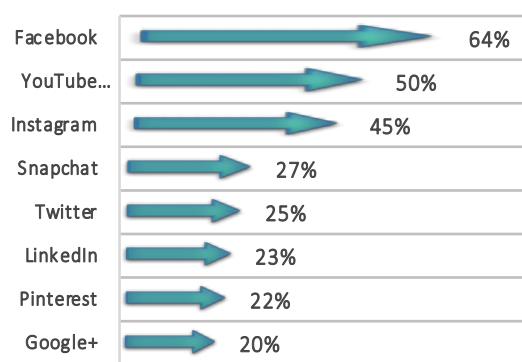
Radio Reaches 5 Yesterday 69% of your Target



AM/FM Radio 84%  
Music Streaming Video Service (YouTube) 40%  
Internet-Only Music Service (Spotify) 35%



Listen to Radio while living their lives

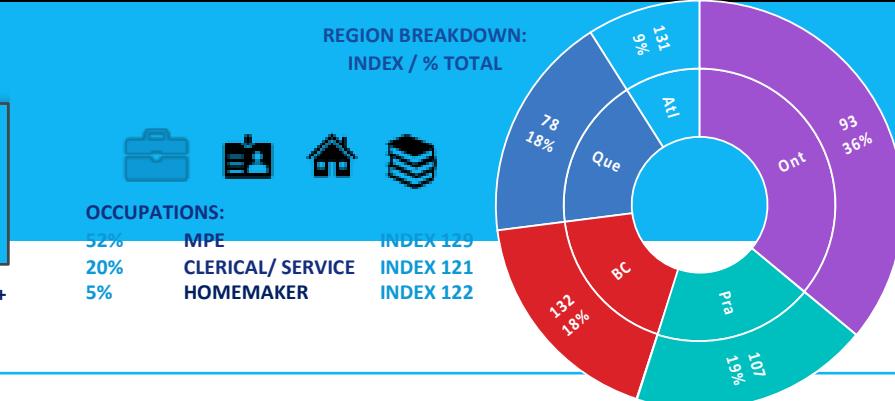
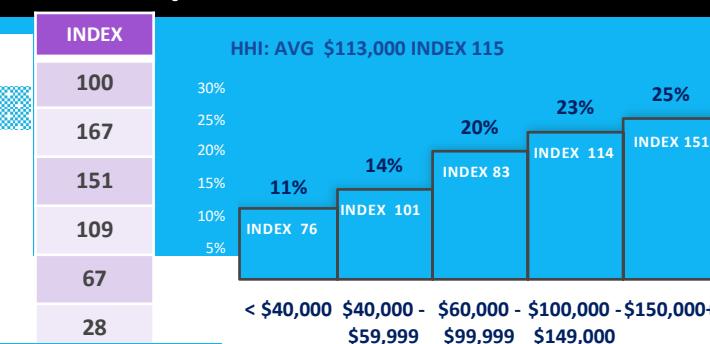
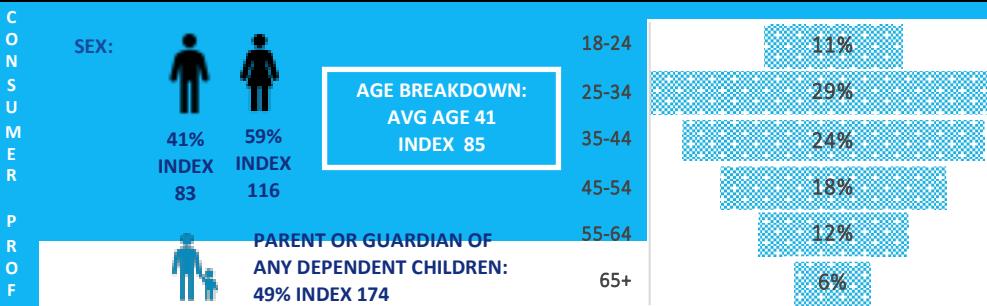


\*en anglais seulement

A18+ WHO HAVE ORDERED FOOD USING AN ONLINE DELIVERY APP IN THE PAST MONTH:	Later that same day	Later that same week	More than a week later
Radio Commercial motivation to do a general Internet/online search:	170	157	218
Radio Commercial motivation to visit a specific website:	172	164	220
Radio Commercial motivation to visit a store/business:	157	136	174
Radio Local-on-air radio discussion motivation to access a website:	154	152	200
Radio Local-on-air radio discussion motivation to attend an event:	256	153	147
Radio Local-on-air radio discussion motivation to visit a store/business:	213	127	161
Purchases Time exposed to media before purchase (< 30 mins): Radio Index 118			
Purchases Time exposed to media before purchase (30 mins+): Radio Index 124			
Purchases Time exposed to media before purchase (made purchase any store/past 24 hrs): Index 118			

SOURCE: NUMERIS RTS CANADA FALL 2019 / A18+ / TOTAL CANADA – ORDERED FOOD USING AN ONLINE RESTAURANT DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH

# RADIO REACHES 89% WEEKLY: A18+ ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH

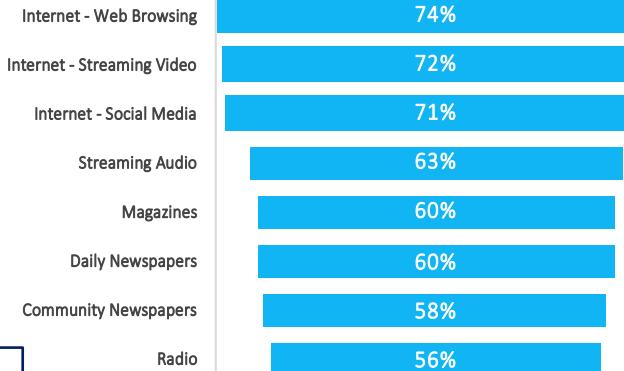


APPROX 3% OF CANADIANS A18+ HAVE ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH

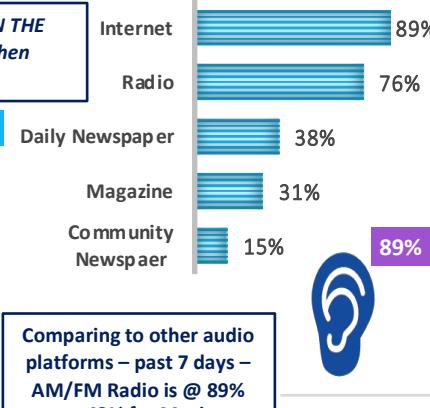
## A18+ WHO HAVE ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH:

89% of them are REACHED WEEKLY by RADIO  
21% of their MEDIA TIME\* is spent with RADIO  
76% of them were EXPOSED to RADIO YESTERDAY

74% of A18+ WHO HAVE ORDERED MEAL KIT/PREP FOOD DELIVERY IN THE PAST MONTH occasionally / frequently avoids ads on the internet when browsing - Radio has the lowest level of ad avoidance!



Comparing to other audio platforms – past 7 days – AM/FM Radio is @ 89% vs 43% for Music Streaming Video Service e.g. YouTube



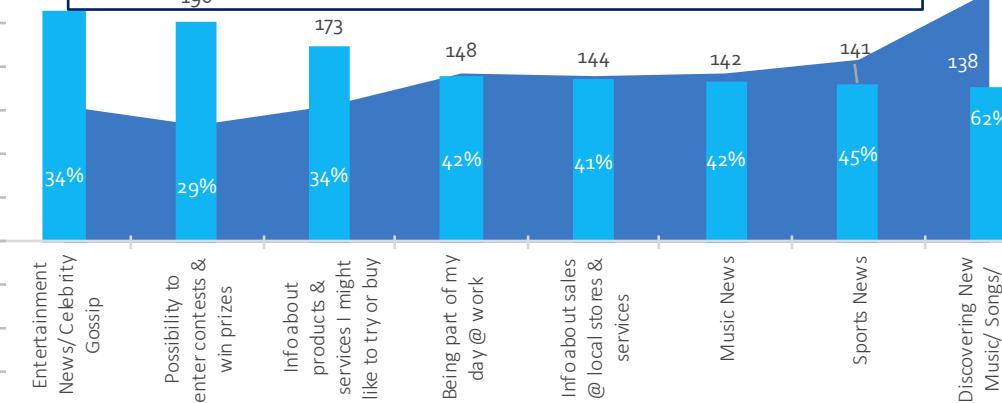
Radio Reaches 76% Yesterday of your Target



Listen to Radio while living their lives

RADIO delivers 89% WEEKLY of A18+ WHO HAVE ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH – a higher % than popular Social Media websites deliver in past 7 days

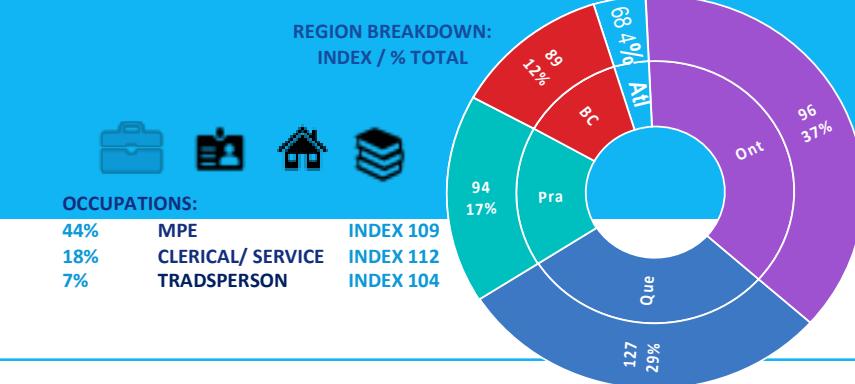
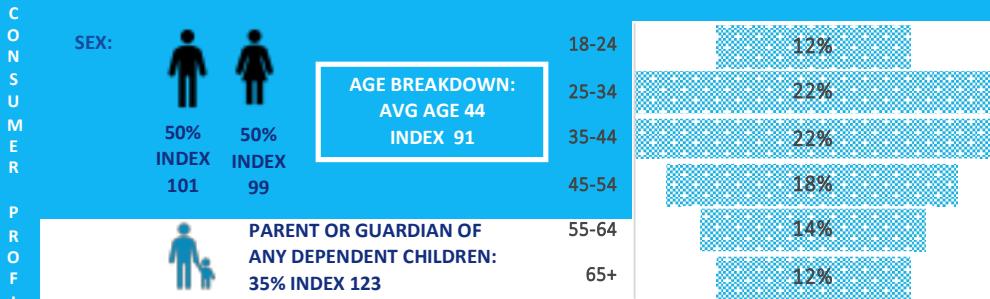
34% of A18+ WHO HAVE ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH find Radio's Entertainment News/ Celebrity Gossip an Important Attribute -> this is 104% MORE LIKELY



	Later that same day	Later that same week	More than a week later
Radio Commercial motivation to do a general Internet/online search:	279	264	331
Radio Commercial motivation to visit a specific website:	301	307	450
Radio Commercial motivation to visit a store/business:	285	202	248
Radio Local-on-air radio discussion motivation to access a website:	266	260	310
Radio Local-on-air radio discussion motivation to attend an event:	570	300	253
Radio Local-on-air radio discussion motivation to visit a store/business:	426	245	297
Purchases Time exposed to media before purchase (< 30 mins): Radio Index 119			
Purchases Time exposed to media before purchase (30 mins): Radio Index 184			
Purchases Time exposed to media before purchase (made purchase any store/past 24 hrs): Index 128			

SOURCE: NUMERIS RTS CANADA FALL 2019/ A18+ / TOTAL CANADA – ORDERED ONLINE MEAL KIT/ PREP FOOD DELIVERY SERVICE IN THE PAST MONTH

# RADIO REACHES 86% WEEKLY: A18+ ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH



APPROX 28% OF CANADIANS A18+ HAVE ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH

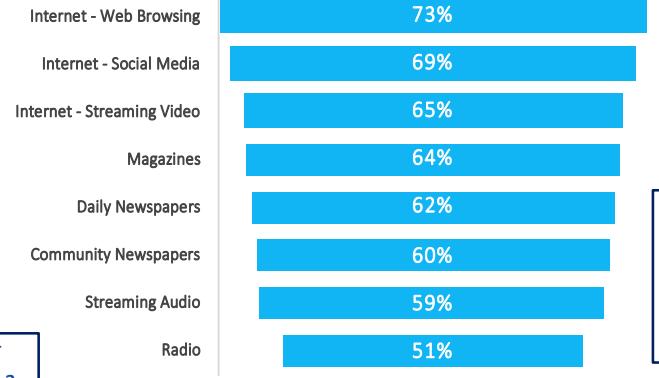
## A18+ WHO HAVE ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH:

**86% of them are REACHED WEEKLY by RADIO**

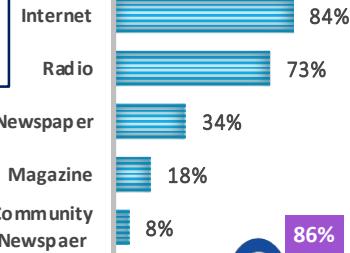
**21% of their MEDIA TIME\* is spent with RADIO**

**73% of them were EXPOSED to RADIO YESTERDAY**

**73% of all A18+ WHO HAVE ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH occasionally / frequently avoids ads on the internet when browsing - Radio has the lowest level of ad avoidance!**



Comparing to other audio platforms – past 7 days – AM/FM Radio is @ 86% vs 28% for Music Streaming Video Service e.g. YouTube

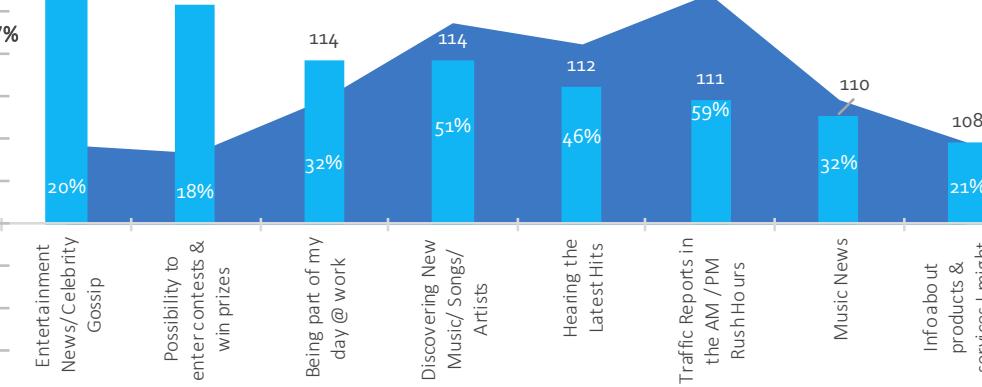
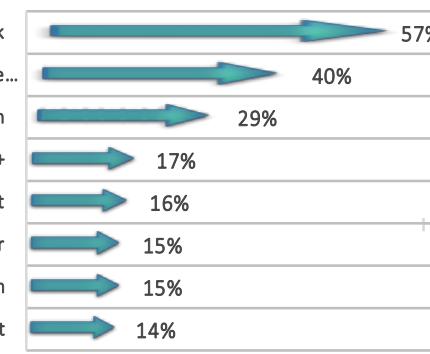


Radio Reaches 73% Yesterday of your Target



RADIO delivers 86% WEEKLY of A18+ ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH – a higher % than popular Social Media websites deliver in past 7 days

**20% of A18+ WHO HAVE ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH find Radio's Entertainment News/ Celebrity Gossip an Important Attribute -> this is 20% MORE LIKELY**



A18+ WHO HAVE ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH:	Later that same day	Later that same week	More than a week later
Radio Commercial motivation to do a general Internet/online search:	124	131	139
Radio Commercial motivation to visit a specific website:	121	126	144
Radio Commercial motivation to visit a store/business:	124	110	125
Radio Local-on-air radio discussion motivation to access a website:	120	120	132
Radio Local-on-air radio discussion motivation to attend an event:	148	118	118
Radio Local-on-air radio discussion motivation to visit a store/business:	141	110	120
Purchases Time exposed to media before purchase (< 30 mins): Radio Index 108			
Purchases Time exposed to media before purchase (30 mins+): Radio Index 106			
Purchases Time exposed to media before purchase (made purchase any store/past 24 hrs): Index 103			

SOURCE: NUMERIS RTS CANADA FALL 2019/ A18+ / TOTAL CANADA – ORDERED HOME DELIVERY FROM A RESTAURANT IN THE PAST MONTH

# Les Canadiens sont branchés sur la radio commerciale

01

## TOUJOURS AU POSTE

Pendant que la communauté s'adapte aux changements, la radio offre la flexibilité nécessaire pour s'adapter et répondre aux besoins

02

## UNE VOIX FAMILIÈRE

Jouissant d'une relation privilégiée avec ses auditeurs, la radio supporte les marques peu importe la situation

03

## LA RADIO EST PARTOUT

Dans la voiture, à la maison ou en déplacement, la radio commerciale rejoint les Canadiens qui cherchent à comprendre ce qui se passe

04

## LES ANNONCEURS RADIO SONT ENTENDUS

La radio commerciale est la plateforme publicitaire audio qui rejoint plus de 27 millions de Canadiens par semaine. Les publicités à la radio sont les moins évitées.

05

## LA RADIO INCITE À L'ACHAT EN LIGNE

La radio ne reçoit pas le mérite de l'activité en ligne qu'elle génère. Un tiers des auditeurs qui ont entendu une publicité à la radio ont fait une recherche ou un achat en ligne.

06

## LA RADIO BRANCHÉE

La radio est non seulement un échappatoire, elle offre une connexion à ceux qui en ont le plus besoin. Parfois même, la radio est la seule autre voix dans la pièce.