

# NE SOUS- ESTIMEZ PAS LE POUVOIR DE LA RADIO

juin 2021



*Dans l'univers audio, la radio commerciale génère : la plus grande portée, la plus grande attention et la plus grande partie du temps passé sur n'importe quelle plateforme audio. La radio détient ainsi la majeure partie de l'espace publicitaire disponible pour les annonceurs. Conséquemment, la radio commerciale doit incontestablement être à la base de toute stratégie audio.*

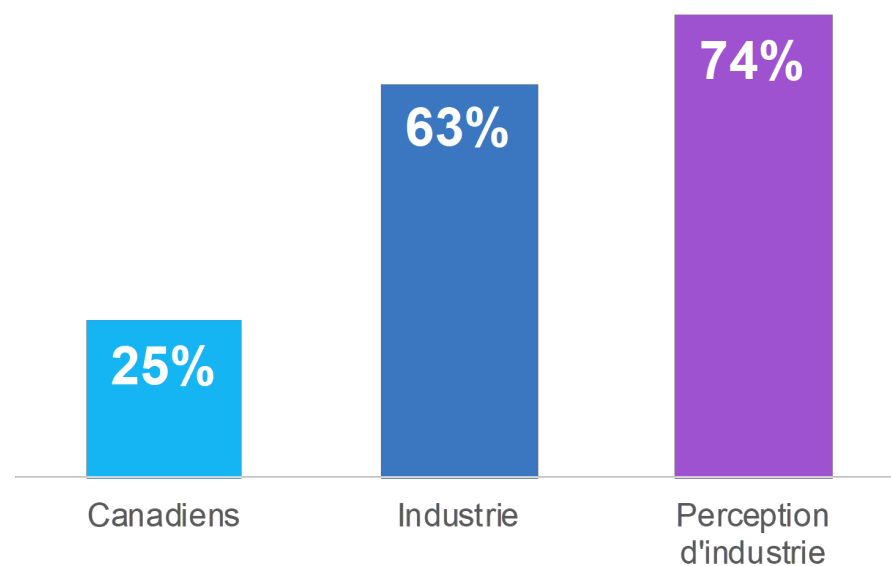
- 44% de tout le temps passé à écouter de l'audio, y compris la musique personnelle et les livres audio, est passé à écouter la radio commerciale.
- Lorsqu'il s'agit de s'adresser aux consommateurs, rappelons-nous que la radio commerciale offre 80% de la part de l'espace publicitaire pour les annonceurs canadiens.
- Les consommateurs accordent plus d'attention aux publicités entendues à la radio commerciale qu'à celles diffusées sur les services de musique en continu gratuit.
- La radio est numérique et les Canadiens l'écoutent sur différents appareils. Notons, chez les 18 à 34 ans, la hausse de l'écoute des stations de radio par le biais des téléphones intelligents.

# NE SOUS-ESTIMEZ PAS LE POUVOIR DE LA RADIO COMMERCIALE

**63%** des professionnels du marketing et de la publicité ont utilisé l'application Spotify au cours du dernier mois, contre 25% de la population canadienne.<sup>1</sup> *Plus de 60% des abonnés canadiens à Spotify sont des abonnés payants*<sup>2</sup> et ne sont pas exposés aux publicités.

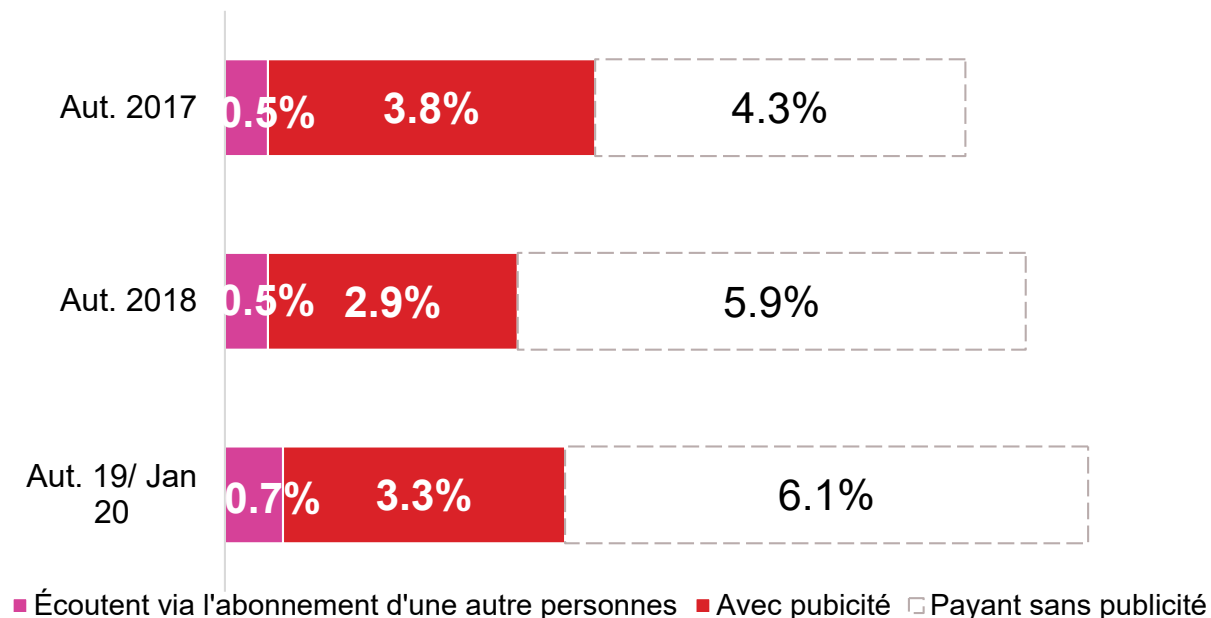
Lorsqu'on leur a demandé quel pourcentage de consommateurs canadiens avaient utilisé l'application au cours du dernier mois, les professionnels du marketing et de la publicité ont *surestimé* cette utilisation par près de **300%**.<sup>1</sup>

A utilisé l'application Spotify au cours du dernier mois



Source: 1. Ad Nation 2020, Ipsos Canada, thinktv | 2. La radio en mouvement 2020

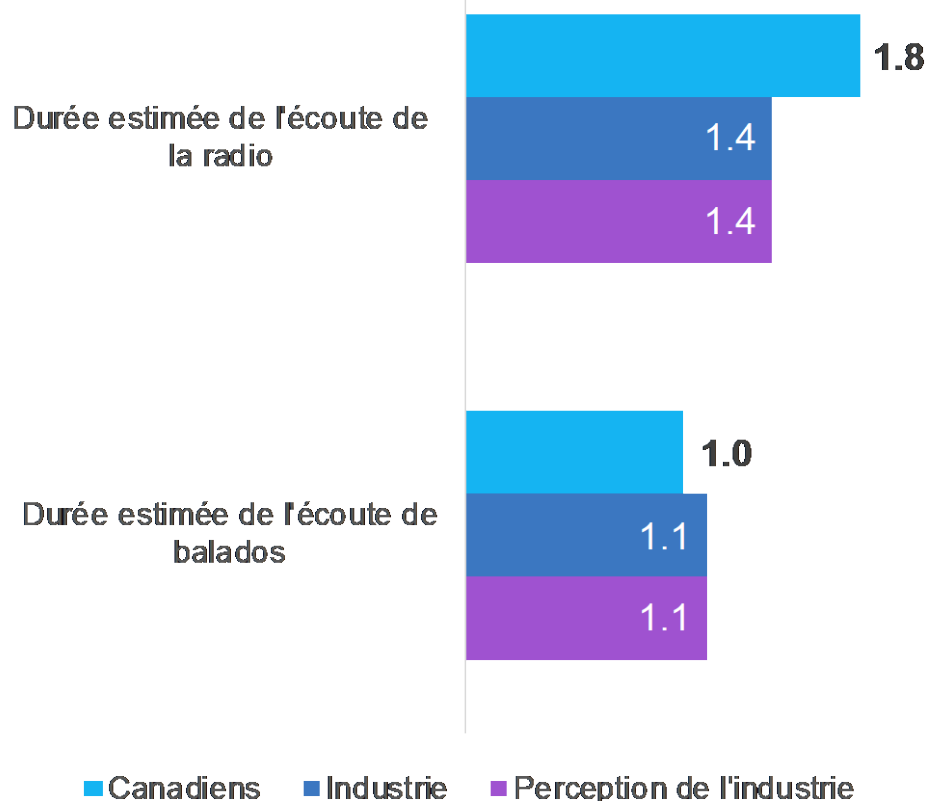
Auditeurs quotidiens de Spotify parmi tous les Canadiens de 18+



Source: La radio en mouvement 2021 F13. F13. Généralement, en pensant à tous les emplacements, à quelle fréquence, si c'est le cas, diriez-vous que vous écoutez Spotify ? F16a. Vous avez mentionné écouter Spotify. Laquelle de ces descriptions décrit le mieux votre type d'abonnement ? Base: Canadiens 18+, aut 2017 (n=3,452) aut 2018 (n=3,505) aut 2019 (n=4,000).

# LES CANADIENS ONT ÉCOUTÉ LA RADIO COMMERCIALE DURANT LA PÉRIODE DE LA COVID-19

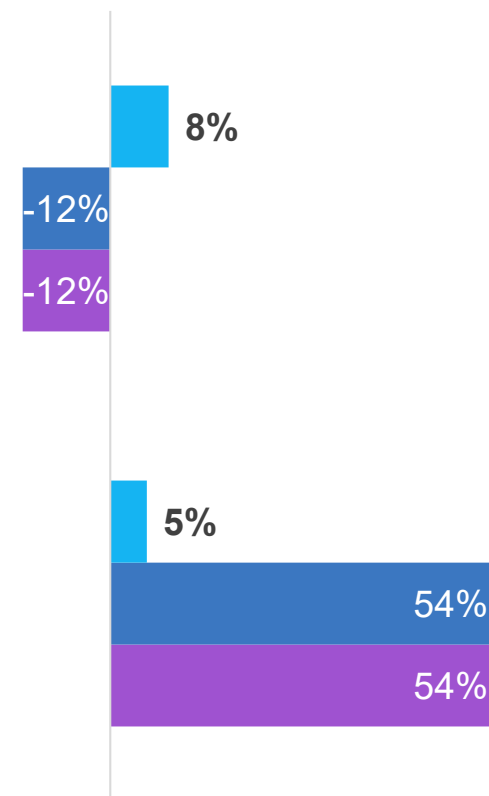
Les Canadiens ont passé 29% PLUS de temps à écouter la radio commerciale que l'estime l'industrie de la publicité et du marketing



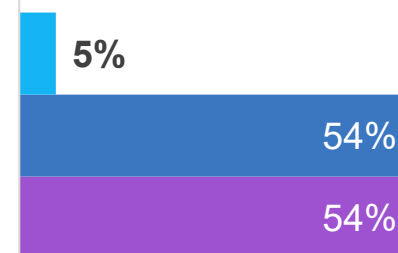
Source: 1. Ad Nation 2020, Ipsos Canada, thinktv

Pendant la pandémie, les Canadiens ont passé 8% de PLUS de temps à écouter la radio commerciale, alors que l'industrie estime que les Canadiens ont passé 12% de moins de temps à écouter la radio commerciale

Comment pensez-vous que la pandémie COVID-19 a eu un impact sur le temps passé en moyenne par jour à écouter la radio? Net équivaut à augmentation moins diminution



Comment pensez-vous que la pandémie COVID-19 a eu un impact sur le temps passé en moyenne par jour à écouter des balados? Net équivaut à augmentation moins diminution

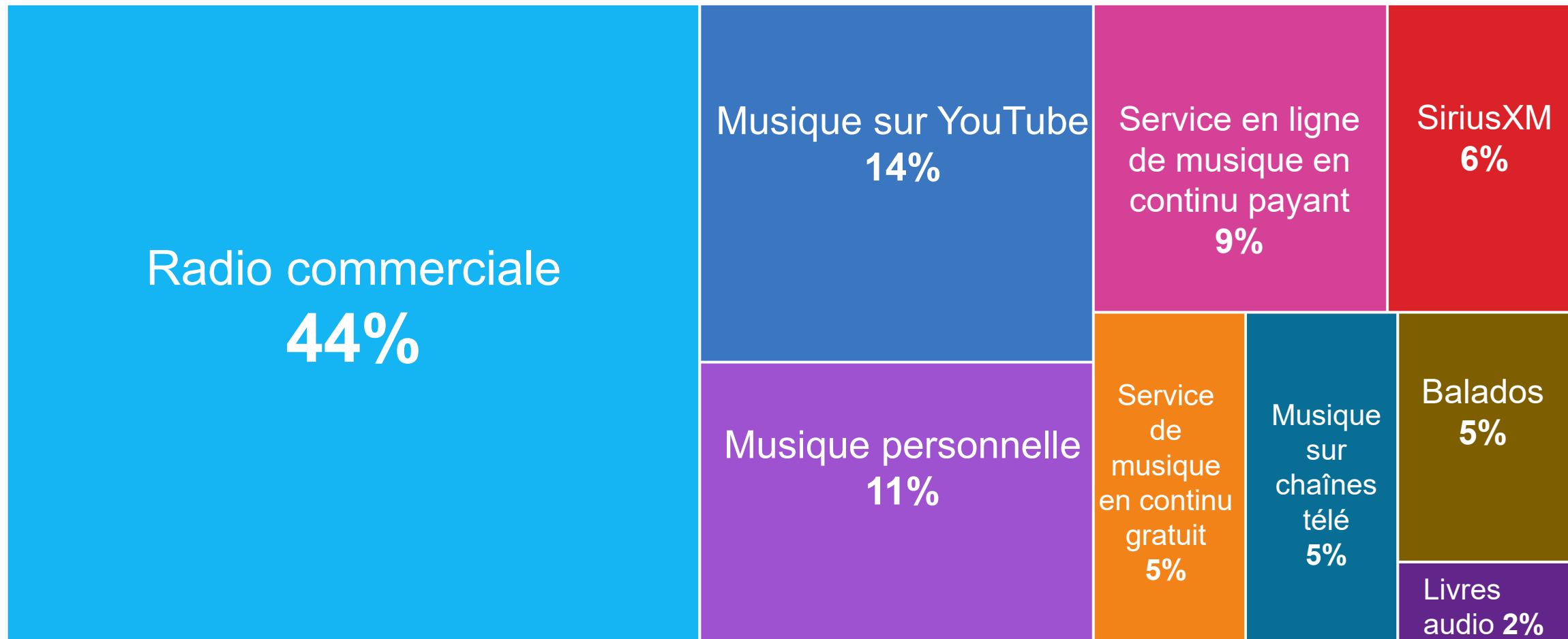


■ Canadiens ■ Industrie ■ Perception de l'industrie

# LA RADIO COMMERCIALE RÈGNE DANS L'UNIVERS AUDIO

Même avec une gamme croissante d'options musicales et formats « parlé », la radio commerciale conserve la plus grande part d'écoute dans l'univers audio.

## A18+ Part d'écoute audio

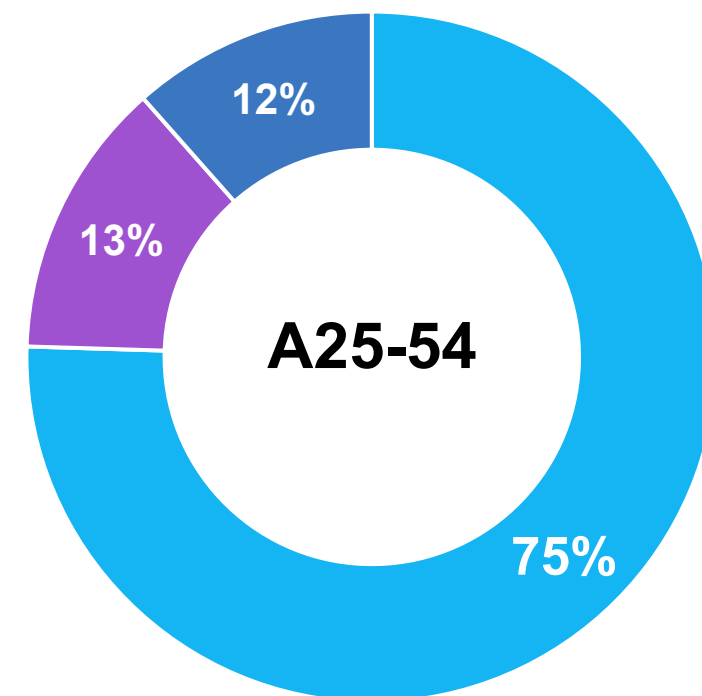
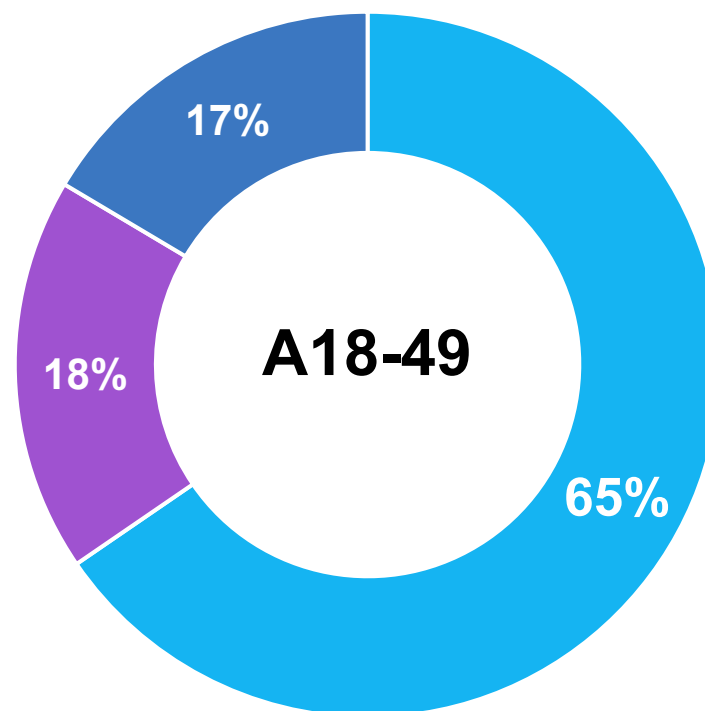
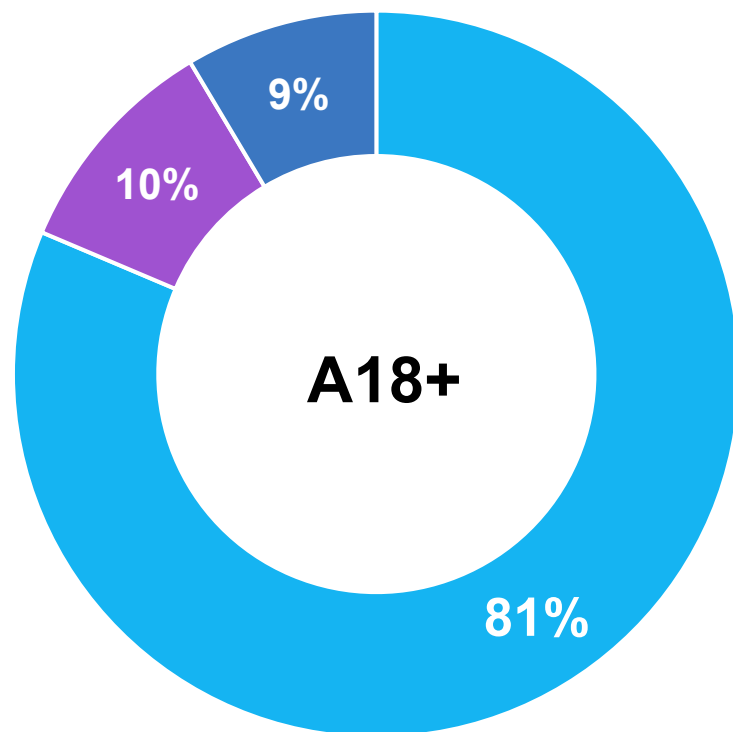


# LA RADIO COMMERCIALE DOMINE DANS L'UNIVERS AUDIO COMMERCIAL

La radio commerciale offre aux annonceurs un maximum d'impressions dans les groupes démographiques clés

## Part de l'audio avec espace publicitaire disponible pour les annonceurs

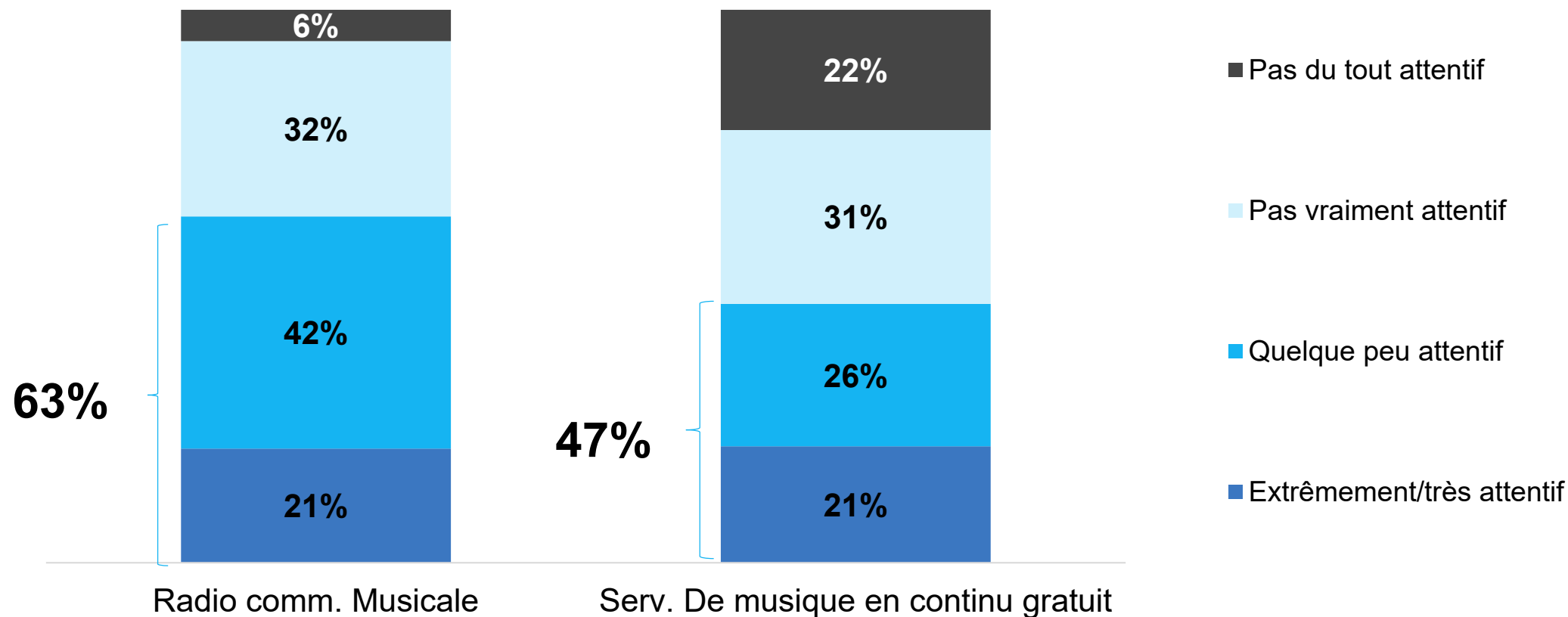
■ Radio commerciale ■ Service de musique en ligne en continu gratuit ■ Balados



# ÉCART D'ATTENTION ENTRE LES PLATEFORMES DE MUSIQUE EN CONTINU GRATUITE ET LA RADIO COMMERCIALE

Les auditeurs sont plus attentifs à ce qu'ils entendent à la radio commerciale

Q. Quel est votre niveau d'attention lorsque vous écoutez ce qui est dit entre les pièces musicales sur les plateformes suivantes ? (parmi les utilisateurs de chaque média)



SOURCE: Mise à jour de La radio en mouvement 2021





Base: Canadiens 18+ qui ont écouté la radio commerciale au cours du dernier mois (n=1,503) qui ont écouté la musique en continu gratuit (n=680)

# LES AUDITEURS UTILISENT DIFFÉRENTS APPAREILS POUR ÉCOUTER LEUR CONTENU

La musique en continu et les balados sont habituellement écoutés sur les téléphones intelligents. La radio commerciale est consommée sur un plus large éventail d'appareils.

Appareils utilisés pour l'écoute de chaque média au cours de la semaine dernière

(par les utilisateurs de la semaine dernière)

	Écoute de la radio commerciale en ligne	Musique sur YouTube	Musique en continu gratuite	Musique en continu payante	Musique personnelle	Balados	Livres audio
 Tél. Intelligent	33%	33%	40%	<b>65%</b>	30%	<b>54%</b>	<b>49%</b>
 Ordi bureau/portable	<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>42%</b>	29%	<b>32%</b>	34%	30%
 Tablette	11%	14%	13%	9%	6%	12%	24%
 Haut-parleur intelligent	19%	3%	13%	17%	4%	4%	5%

**Comment lire :** 36% de ceux qui écouté la radio commerciale en ligne la semaine dernière ont utilisé leur ordinateur portable ou de bureau pour le faire. Les cases indiquent l'appareil le plus couramment utilisé pour chaque média.

SOURCE: La radio en mouvement 2020 | B3e. En pensant à la semaine dernière, quels appareils avez-vous utilisés pour écouter chacun des médias suivants  
 Base: Canadiens 18+, qui a écouté chaque type d'audio la semaine dernière, Balados (n=565), Livres audio (n=216), Musique en continu gratuit (n=694), Musique en continu payant (n=681), Écoute de la radio commerciale en ligne (n=548), Musique sur YouTube (n=1,536), Musique personnelle (n=1,339), SiriusXM (n=571).



# LA RADIO EST NUMÉRIQUE ET LES CANADIENS L'ÉCOUTENT SUR UNE MULTITUDE D'APPAREILS.

