

# Les auditeurs de la radio commerciale sont prêts à aller de l'avant

LA RADIO COMMERCIALE  
EST BRANCHÉE SUR LES  
CANADIENS QUI SONT  
PRÊTS À ALLER DE  
L'AVANT

OCTOBRE 2021

**RADIO**  
CONNEXIONS





# Les Canadiens sont prêts à tourner la page sur la COVID

RadioConnexions a mandaté Angus Reid afin d'effectuer un sondage auprès de 1 564 Canadiens de 18 ans et plus, le but étant de connaître ce qu'ils pensent du retour au travail en présentiel, s'ils ont réussi à économiser de l'argent et où ils prévoient dépenser au cours des prochains mois. Les résultats démontrent que les Canadiens, qui écoutent la radio commerciale régulièrement, ont de l'argent à dépenser, savent où ils souhaitent le dépenser et sont prêts à aller de l'avant.



# La radio commerciale est branchée sur les Canadiens qui sont prêts à aller de l'avant



La radio commerciale a conservé son impressionnante portée et demeure la seule plateforme audio apte à générer des auditoires de grande échelle aux annonceurs



Les conditions d'affaires sont favorables aux annonceurs



La plupart des Canadiens continueront à se rendre au travail en voiture et à écouter la radio commerciale quotidiennement



Les auditeurs de la radio commerciale ont économisé de l'argent; ils sont prêts à dépenser et savent où ils souhaitent le dépenser

# LES CANADIENS ÉCOUTENT LA RADIO COMMERCIALE

La portée de la radio  
Ad 18+ Top 5 marchés<sup>1</sup>

17,517,810

Moyenne d'écoute  
Ad 18+ Top 5 marchés<sup>1</sup>

794,150

La part de la radio commerciale dans l'univers  
audio commercial Ad18+<sup>2</sup>

81%

La portée impressionnante de la radio domine l'univers audio. C'est la seule plateforme audio capable de diffuser des messages commerciaux à grande échelle, minute par minute.



## Automne 2020

Les Canadiens ont dû faire face au confinement. Les entreprises locales ont beaucoup souffert de l'impossibilité de servir leurs clients ou ont vu leurs pratiques commerciales restreintes.

## Automne 2021



Actuellement, les Canadiens sont de plus en plus à l'aise avec le fait de sortir et de se déplacer

- ✓ Plus de Canadiens sont sur la route
- ✓ Plus de commerces sont ouverts en présentiel
- ✓ Le niveau d'emploi revient à ce qu'il était avant la COVID
- ✓ Les conditions pour les annonceurs s'améliorent

Dans tout le pays, la situation des entreprises locales s'améliore par rapport à l'automne dernier

Real-time Local Business Condition Index (RTLBCI)							
Reference period	Montréal	Ottawa	Toronto	Winnipeg	Calgary	Edmonton	Vancouver
10-Aug-20	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
17-Aug-20	83.1	89.7	115.0	93.5	93.6	99.8	95.6
24-Aug-20	84.4	95.3	105.6	101.2	109.1	101.7	101.6
31-Aug-20	97.3	95.3	109.6	97.7	95.3	94.4	95.8
07-Sep-20	97.4	101.4	144.1	104.4	104.2	99.9	107.4
14-Sep-20	98.7	96.4	99.2	108.7	105.7	95.1	105.5
21-Sep-20	96.2	102.8	101.0	102.2	87.2	95.4	85.2
06-Sep-21	170.9	182.3	153.0	229.3	195.6	217.5	171.9
13-Sep-21	167.8	185.0	148.8	223.3	185.0	206.0	171.6
20-Sep-21	186.2	179.6	154.3	231.7	181.9	210.6	175.8
27-Sep-21	171.0	163.9	141.4	213.6	154.7	196.0	168.3
04-Oct-21	195.9	159.2	141.7	209.7	156.9	190.4	150.0

Selon Statistiques Canada, les entreprises locales de Winnipeg ont indiqué une amélioration de la conjoncture économique, l'indice se situant à 223 au 13 septembre 2021 par rapport au 10 août 2020

## La plupart des Canadiens qui travaillent s'attendent à faire la navette entre leur domicile et leur lieu de travail comme ils le faisaient auparavant



Un groupe constitué d'à peine 9% des travailleurs dit qu'ils ne transiteront plus entre le domicile et le travail

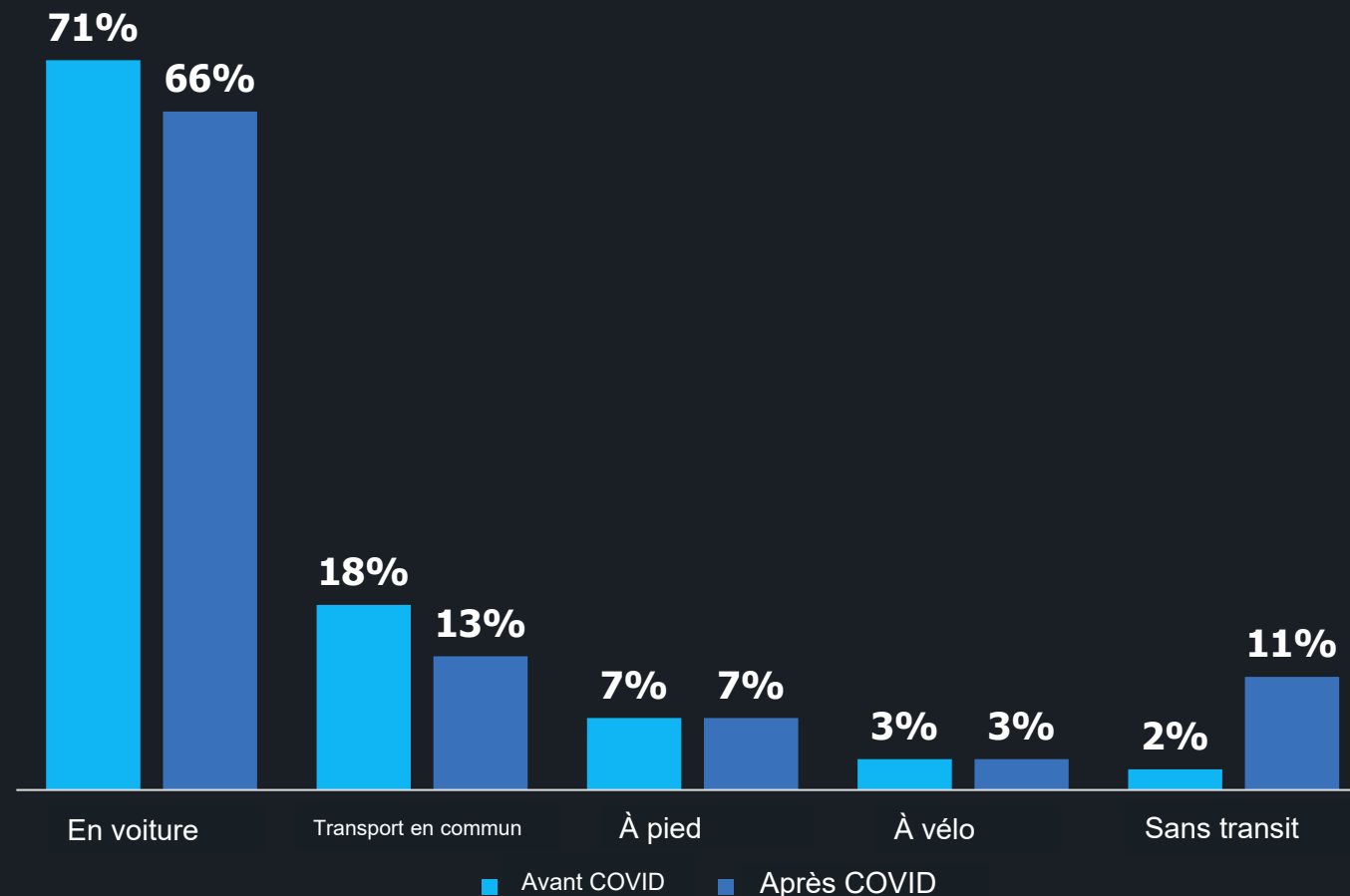


La majorité des Canadiens vont continuer à se déplacer en voiture



84% de ceux qui transitent entre le domicile et le travail écoutent la radio commerciale

Les Canadiens vont de l'avant et reprennent le trajet domicile-travail



# Les Canadiens vont de l'avant



72% des Canadiens vont de l'avant en reprenant leurs activités régulières

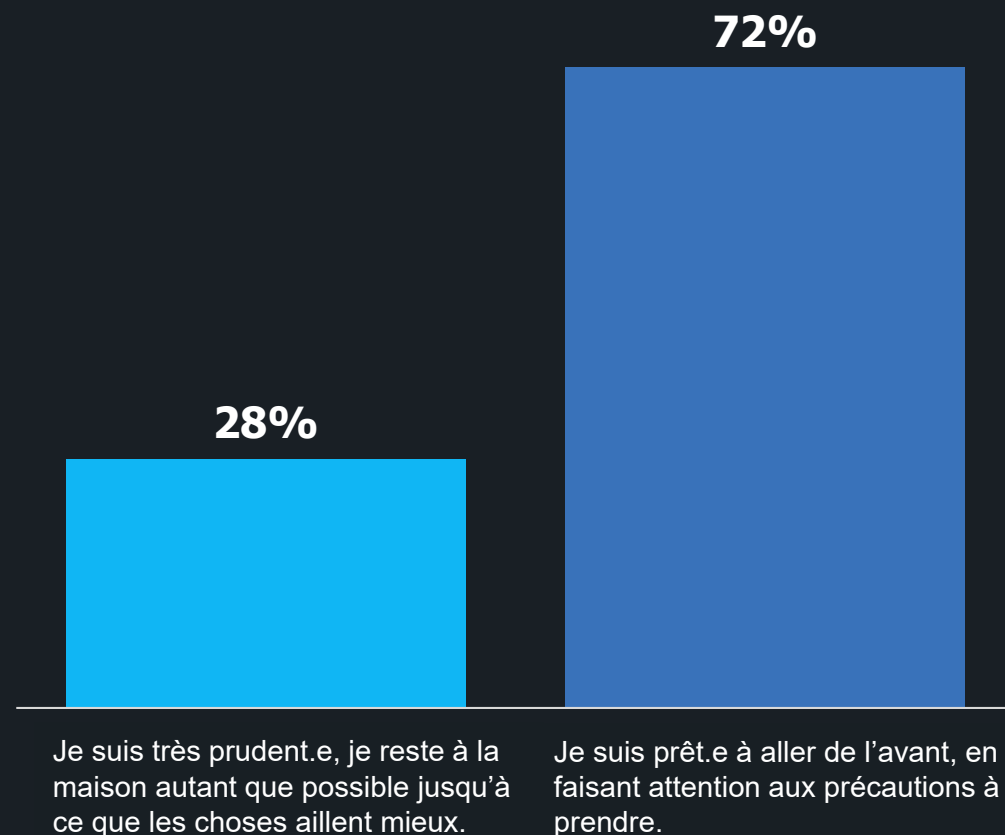


77 % des Canadiens qui sont vigilants disent qu'ils écoutent la radio commerciale au cours d'une journée type



75 % des Canadiens " prêts à aller de l'avant " déclarent écouter la radio commerciale au cours d'une journée type

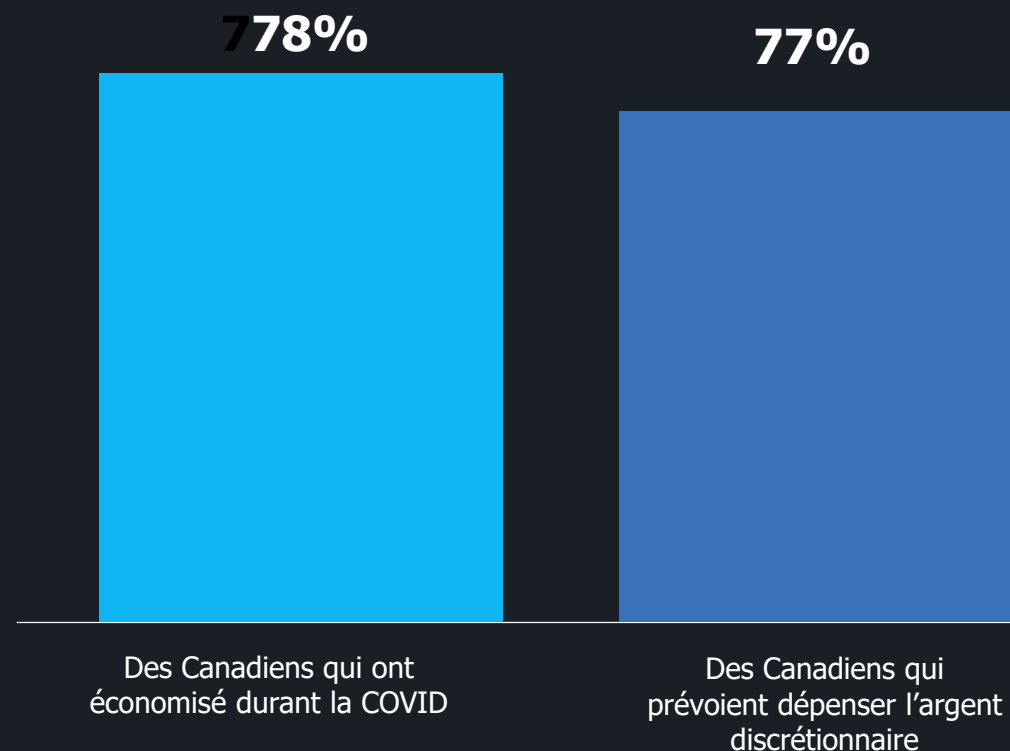
Les auditeurs de la radio commerciale sont prêts à aller de l'avant



# Les Canadiens ont fait des économies

- ✓ 43% des Canadiens ont économisé de l'argent pendant la COVID
- ✓ 85% ont dit qu'une partie de l'argent économisé sera destinée aux dépenses discrétionnaires
- ✓ Peu importe ce qu'ils prévoient de faire avec leurs économies, les Canadiens qui sont prêts à dépenser écoutent la radio commerciale

Les Canadiens qui ont économisé de l'argent durant la COVID disent écouter quotidiennement la radio commerciale





# De quelle façon les Canadiens planifient-ils dépenser leurs économies



Les gens songent à acheter de nouveaux vêtements pour le retour au travail en présentiel et le retour à l'école

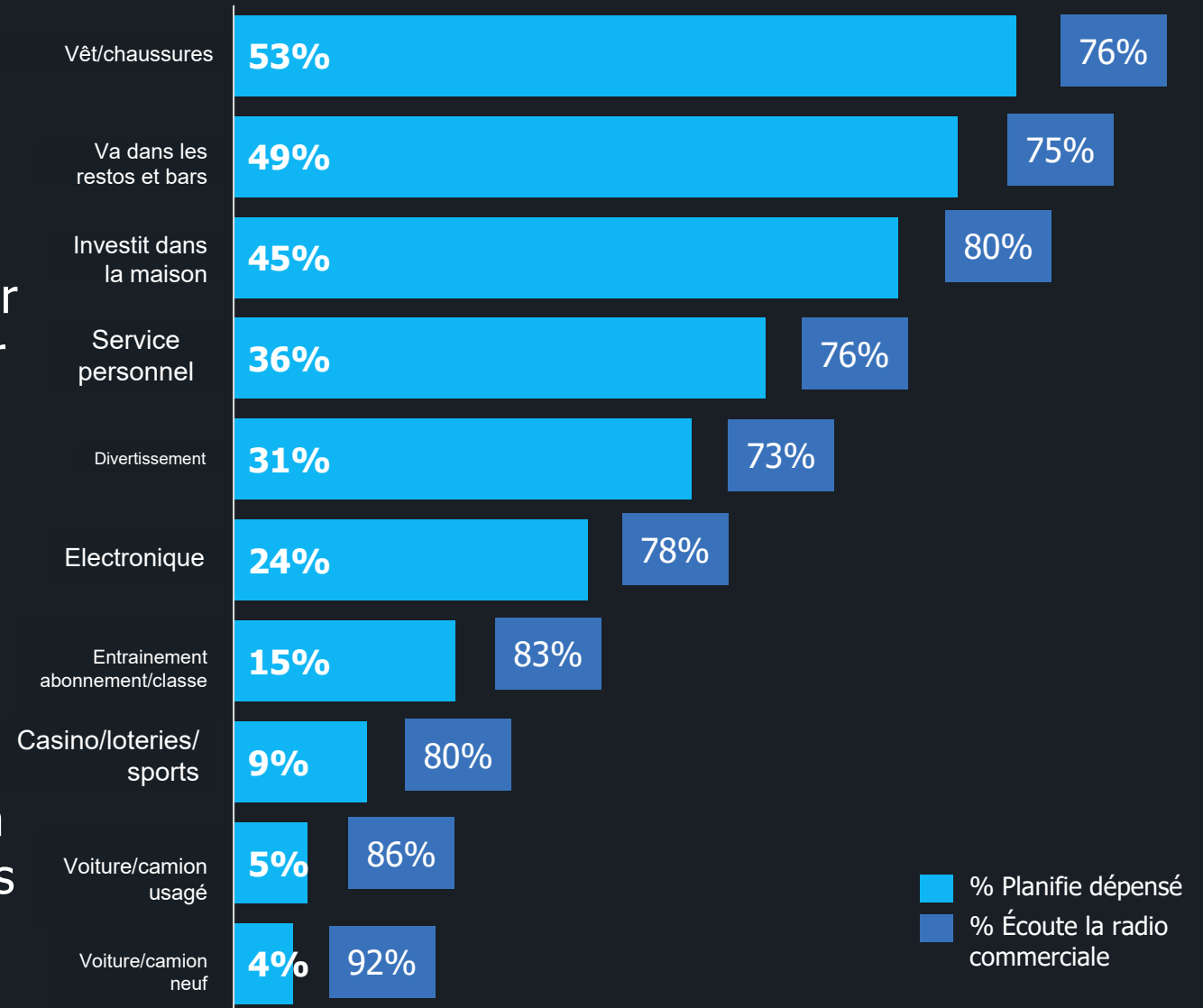


Les Canadiens planifient reprendre leurs activités à l'extérieur



Avec les réunions de familles et d'amis qui reprennent, les Canadiens dépensent beaucoup en décoration intérieure et en produits de rénovation

Les consommateurs actifs écoutent la radio quotidiennement



# Les Canadiens qui planifient de voyager sont branchés sur la radio commerciale



Plus de 40% des Canadiens planifient voyager au Canada

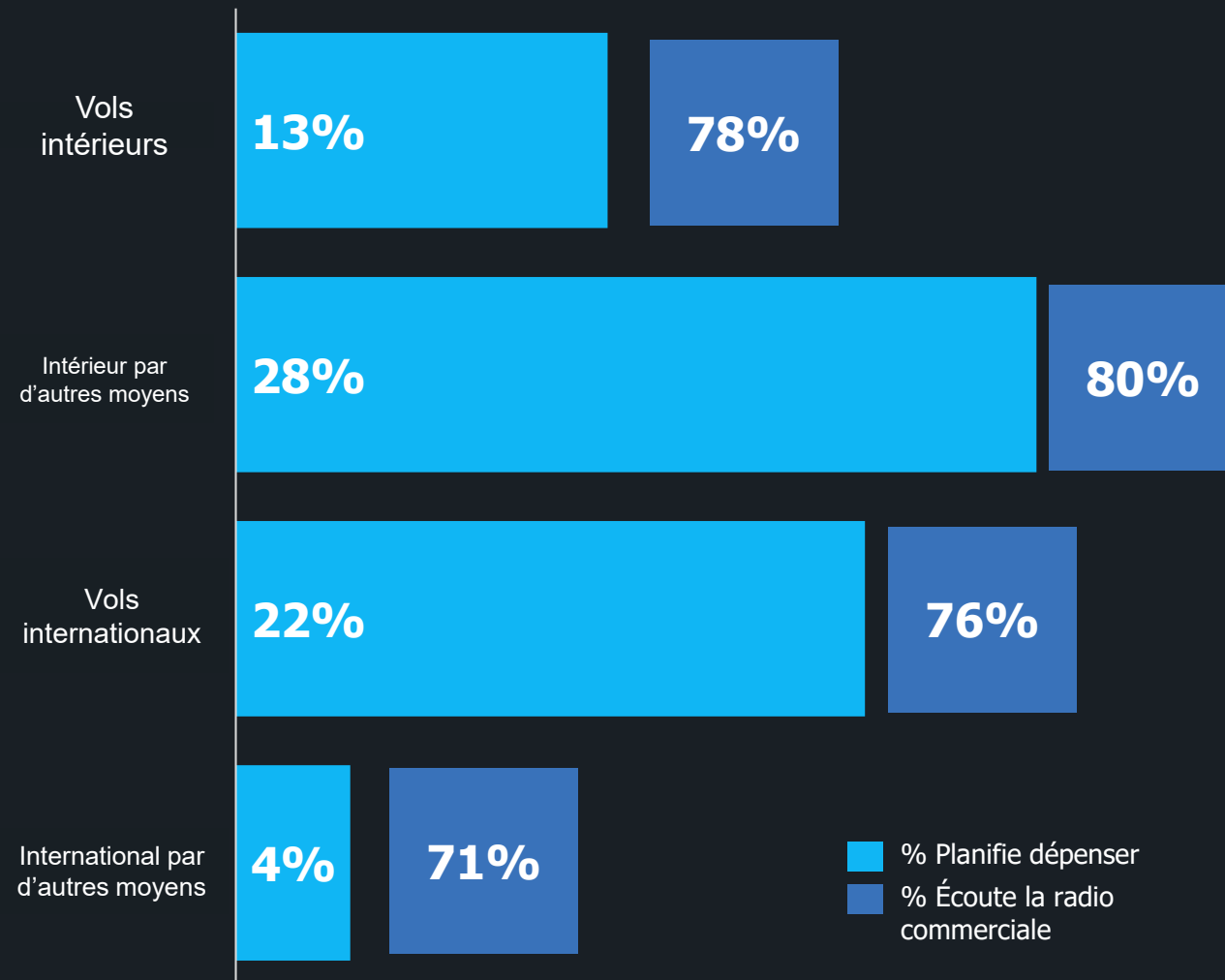


La radio commerciale touche les Canadiens qui planifient des voyages en voiture



Que ce soit par avion ou en bateau, 75% des Canadiens qui envisagent de voyager à l'étranger disent écouter la radio commerciale

Plan de voyage pour les 6 prochains mois



# La radio commerciale est branchée sur les Canadiens qui sont prêts à aller de l'avant



72% des Canadiens vont de l'avant et reprennent leurs activités régulières



La voiture demeure le principal moyen des Canadiens pour se rendre au travail



85% des Canadiens qui ont économisé de l'argent durant la COVID prévoient le dépenser pour des objets discrétionnaires



77% des Canadiens qui prévoient des dépenses discrétionnaires disent écouter la radio commerciale