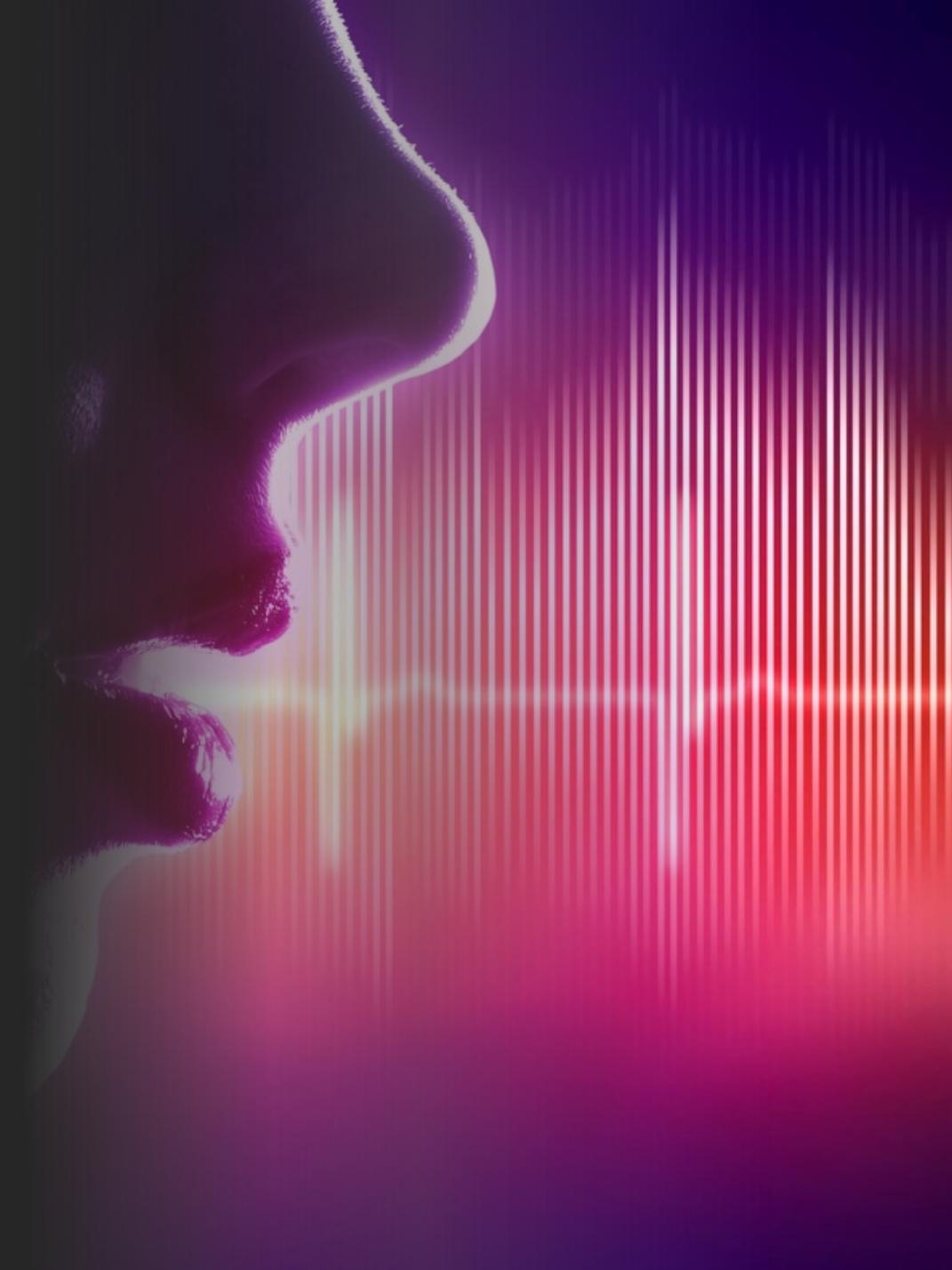


Redécouvrez le pouvoir de la radio commerciale

RADIO
CONNEXIONS

Automne 2023



Que ce soit pour desservir les grandes régions métropolitaines ou les plus petites communautés, la radio commerciale est le moyen de diffusion le plus fiable et efficace pour accompagner les consommateurs en déplacement. La radio est toujours au rendez-vous pour divertir, pour diffuser les nouvelles, les nouveautés ainsi que les importantes mises à jour sur les situations critiques afin d'assurer la sécurité des Canadiens. Gratuite pour tous, la radio, hertzienne ou en ligne, est le seul moyen audio qui rejoint le plus vaste auditoire tout en demeurant le média de proximité par excellence.

Faits saillants
Ce qu'il faut savoir à propos de la radio commerciale

RAD·O CONNEXIONS

Audio avec publicité
Survol de l'univers audio avec publicité à l'extérieur et à l'intérieur de la voiture

RAD·O CONNEXIONS

Audio numérique
Survol de l'univers de la radio en ligne et l'audio en continu au Canada

RAD·O CONNEXIONS

La baladodiffusion
Survol des résultats d'un sondage effectué auprès des auditeurs canadiens de balados

RAD·O CONNEXIONS

La radio commerciale contribue au succès en affaires
La radio commerciale accompagne les consommateurs lors de leur déplacement

RAD·O CONNEXIONS

Faits saillants
Ce qu'il faut savoir à propos de la radio commerciale

RAD·O CONNEXIONS

Audio avec publicité
Survol de l'univers audio avec publicité à l'extérieur et à l'intérieur de la voiture

RAD·O CONNEXIONS

Audio numérique
Survol de l'univers de la radio en ligne et l'audio en continu au Canada

RAD·O CONNEXIONS

La baladodiffusion
Survol des résultats d'un sondage effectué auprès des auditeurs canadiens de balados

RAD·O CONNEXIONS

La radio commerciale contribue au succès en affaires
La radio commerciale accompagne les consommateurs lors de leur déplacement

RAD·O CONNEXIONS

Faits saillants

Ce qu'il faut savoir à
propos
de la radio commerciale

ON AIR

Radio

RADIO
CONNEXIONS

LA RADIO COMMERCIALE AU CANADA

Faits saillants

Le 3^e plus grand marché radio au monde

Selon le rapport des investissements radio du WARC, en 2020 le Canada se situait en troisième position après les États-Unis et la Chine, mais avant le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie en ce qui a trait aux investissements publicitaires radio

Source : WARC 2020

1,1 G\$ de revenus publicitaires

Les annonceurs investissent plus de 1,1G \$ en radio afin de rejoindre les consommateurs canadiens

Source : CRTC 2022

La radio locale génère des ventes

La radio locale génère des résultats positifs pour les annonceurs canadiens. De fait, 60 % des investissements en radio commerciale proviennent des entreprises locales.

Source : CRTC 2022

716 stations de radio commerciales

119 AM | 597 FM
529 anglophones | 97 francophones |
27 ethniques | 63 autres

Source : CRTC 2022

Rejoint 86 % des Canadiens chaque semaine

De plus, tous les jours la radio commerciale rejoint
56 % des Canadiens

Source : Numeris PPM AW 12+ Printemps 2022

7,8 heures d'écoute par semaine

Dans l'ensemble des 6 marchés PPM, les Canadiens écoutent près de 8 heures de radio commerciale par semaine

Source : Numeris PPM AW 12+ Printemps 2022

LA RADIO COMMERCIALE AU CANADA

Faits saillants



La portée de la radio commerciale est inégalée

La radio commerciale rejoint 86 % des Canadiens chaque semaine et plus de 56 % des Canadiens chaque jour. Les Canadiens écoutent près de 8 heures par semaine dans les marchés PPM et encore plus dans les marchés régionaux.

Source : Numeris PPM TC AW 12+ printemps 2023



La radio détient la plus importante part de l'audience audio commerciale

Avec 74 %, la part commerciale de la radio est 7,5 fois supérieure à celle des plateformes de musique en continu gratuite.

Source : LREM



La radio commerciale détient 94 % de la part audio commerciale dans la voiture

Dans la voiture, la radio commerciale domine avec 94% de l'audio commercial.

Source : LREM



La radio est numérique

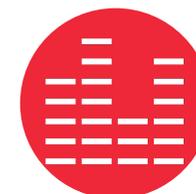
16 % de l'écoute radio s'effectue grâce à un appareil connecté et 4 % des Canadiens écoutent la radio par le biais de leur téléviseur. Source : LREM.



La radio commerciale en ligne rejoint plus de Canadiens que la version gratuite de Spotify

La radio commerciale en ligne rejoint plus de Canadiens que la version gratuite de Spotify

Source : LREM



Les Canadiens réagissent favorablement aux messages publicitaires entendus à la radio

Près de 1/3 des Canadiens déclarent être passés à l'action d'une façon ou d'une autre après avoir entendu un message publicitaire à la radio commerciale.

Source : LREM



TROIS DIFFÉRENTES MÉTHODOLOGIES POUR MESURER L'ÉCOUTE DE LA RADIO COMMERCIALE AU CANADA

De façon passive, cahiers d'écoute et sondage téléphonique



Audimètre personnel (PPM - Numeris)

Un panel national de 4 560 foyers* élaboré par Numeris fournit des informations de façon passive dans les six plus grands marchés au Canada; ceux-ci représentent 55 % de la population. Les données sont disponibles toutes les 13 semaines.

*des données de plus de 8 700 Canadiens partagés avec le panel télévision



Cahiers d'écoute en ligne

Données récoltées dans les 22 marchés secondaires les plus populaires auprès des annonceurs nationaux au Canada. Les données sont amassées toutes les deux semaines durant une période de 50 semaines et les résultats sont partagés au printemps et à l'automne.

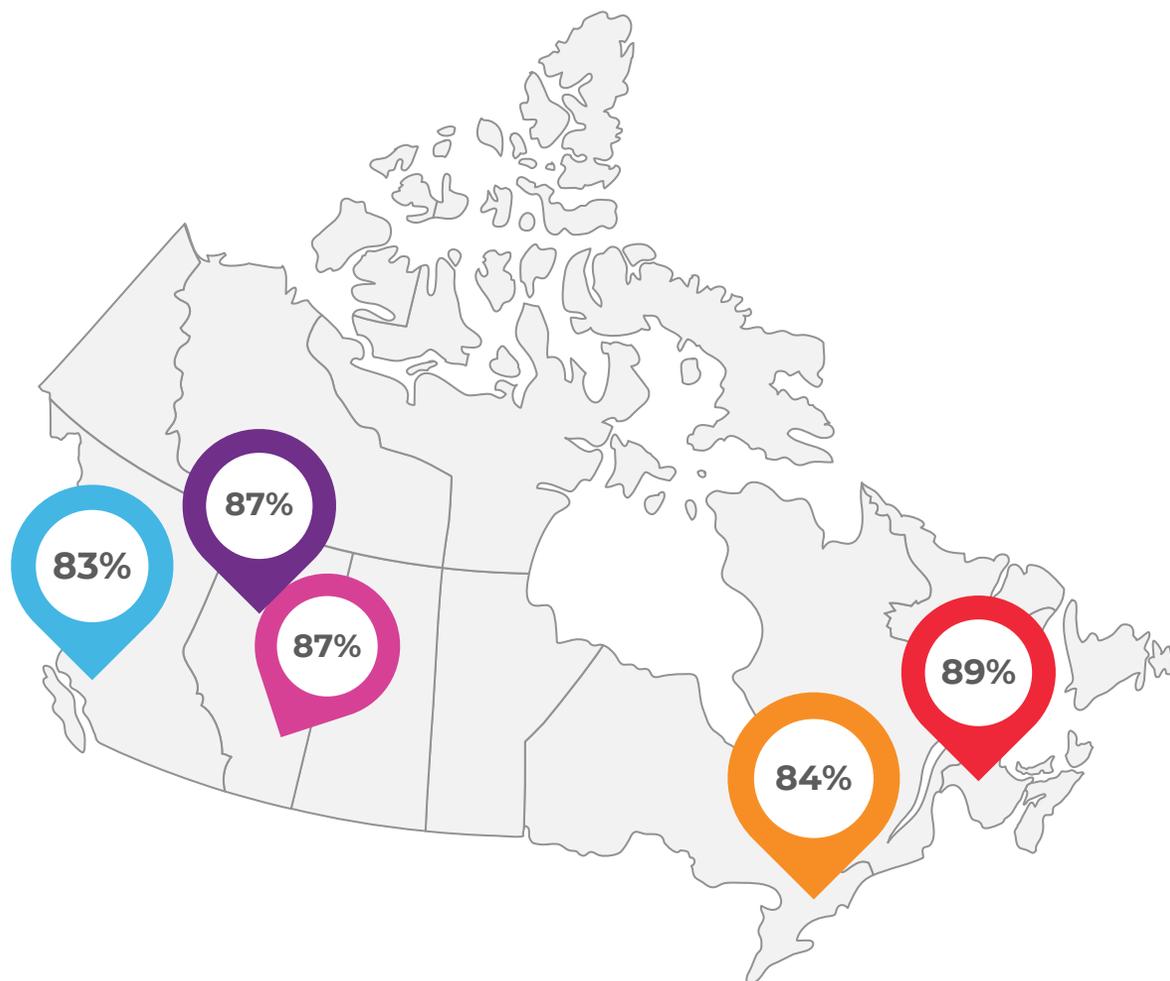


Entrevue CATI

radioCounts effectue des sondages téléphoniques; ceux-ci s'échelonnent sur une période de 8 semaines tous les automnes dans 22 marchés. Notons que dans certains marchés, les sondages s'effectuent tout au long l'année.

LES CANADIENS ÉCOUTENT LA RADIO COMMERCIALE

La radio commerciale domine l'univers audio



Il s'agit de la seule plateforme audio qui offre aux annonceurs une telle étendue à chaque minute

Portée de la radio
Adultes 18+ Top 5 marchés¹

11 917 896

Auditoire Moyenne par minute
Adultes 18+ Top 5 marchés

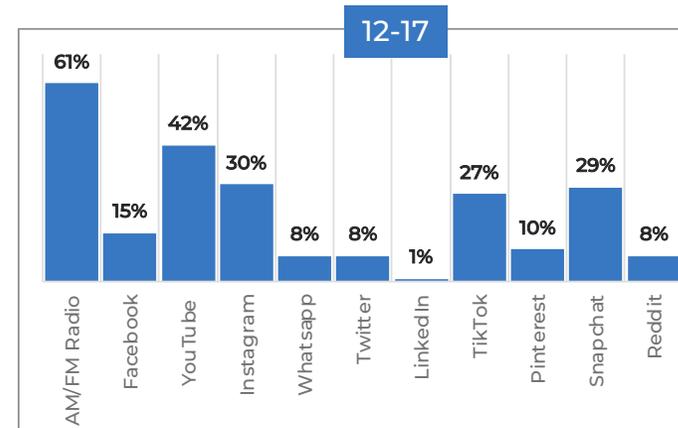
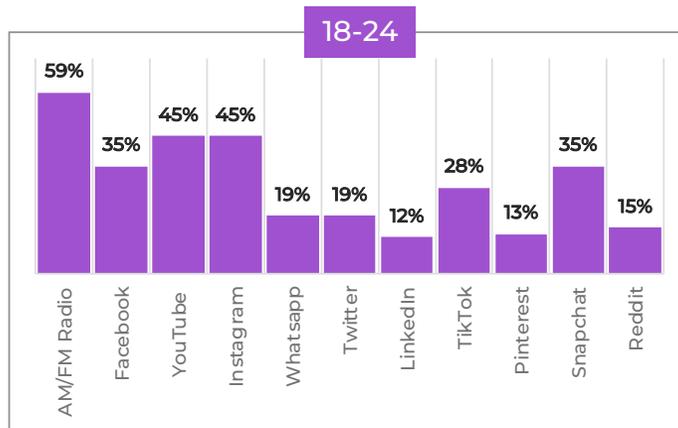
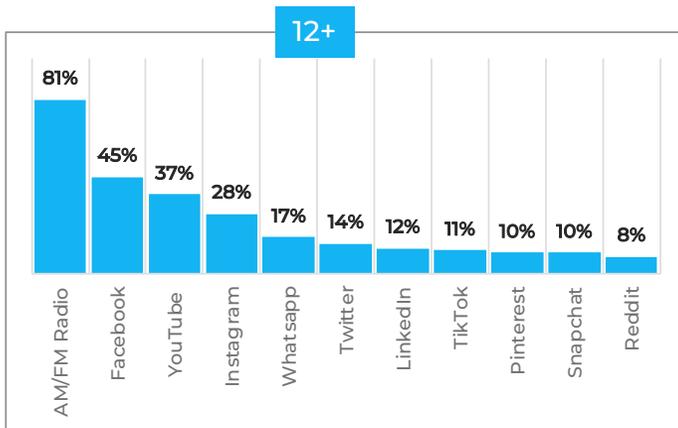
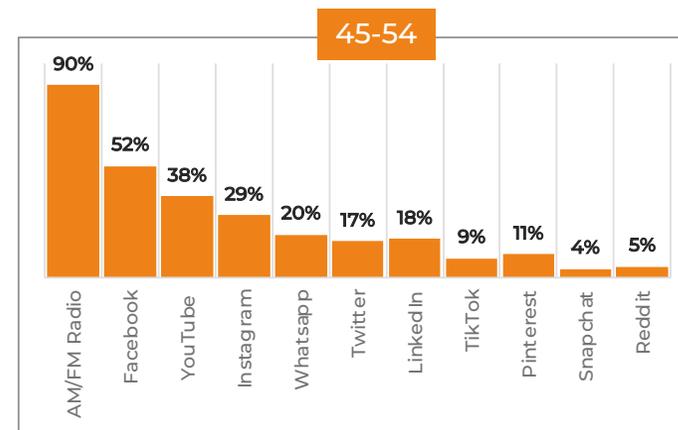
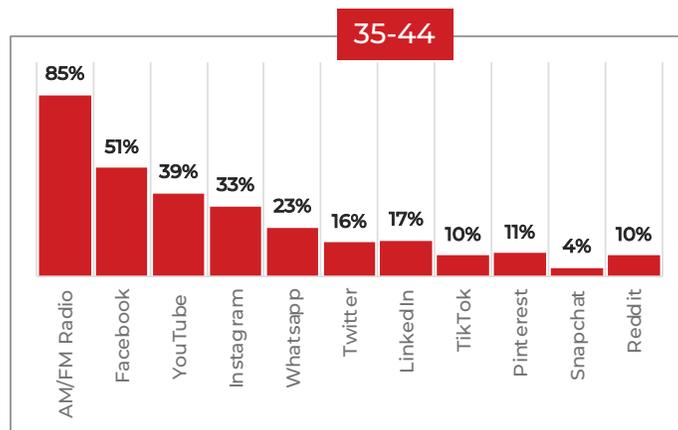
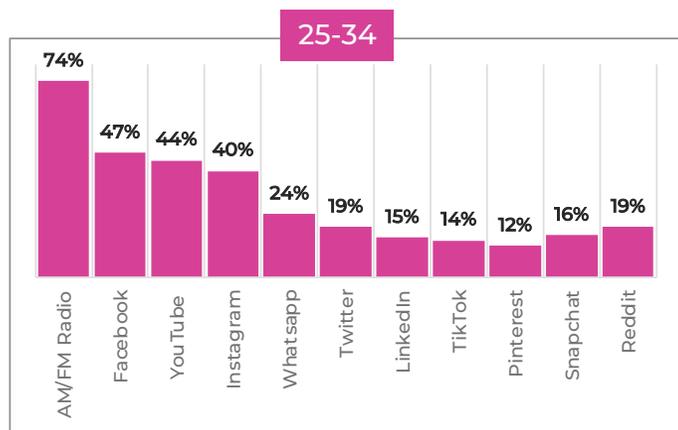
564 695

Part de la radio commerciale
Adultes 18+²

74%

SOURCE: 1. Numeris PPM Total Meter CTRL, Adultes 18+, Portée moy. Hebdo., AMA, Printemps 2023 | Carte géo.: Vancouver ctrl / Edmonton ctrl / Calgary ctrl / Toronto ctrl / Montréal ctrl | 2. LREM 2023

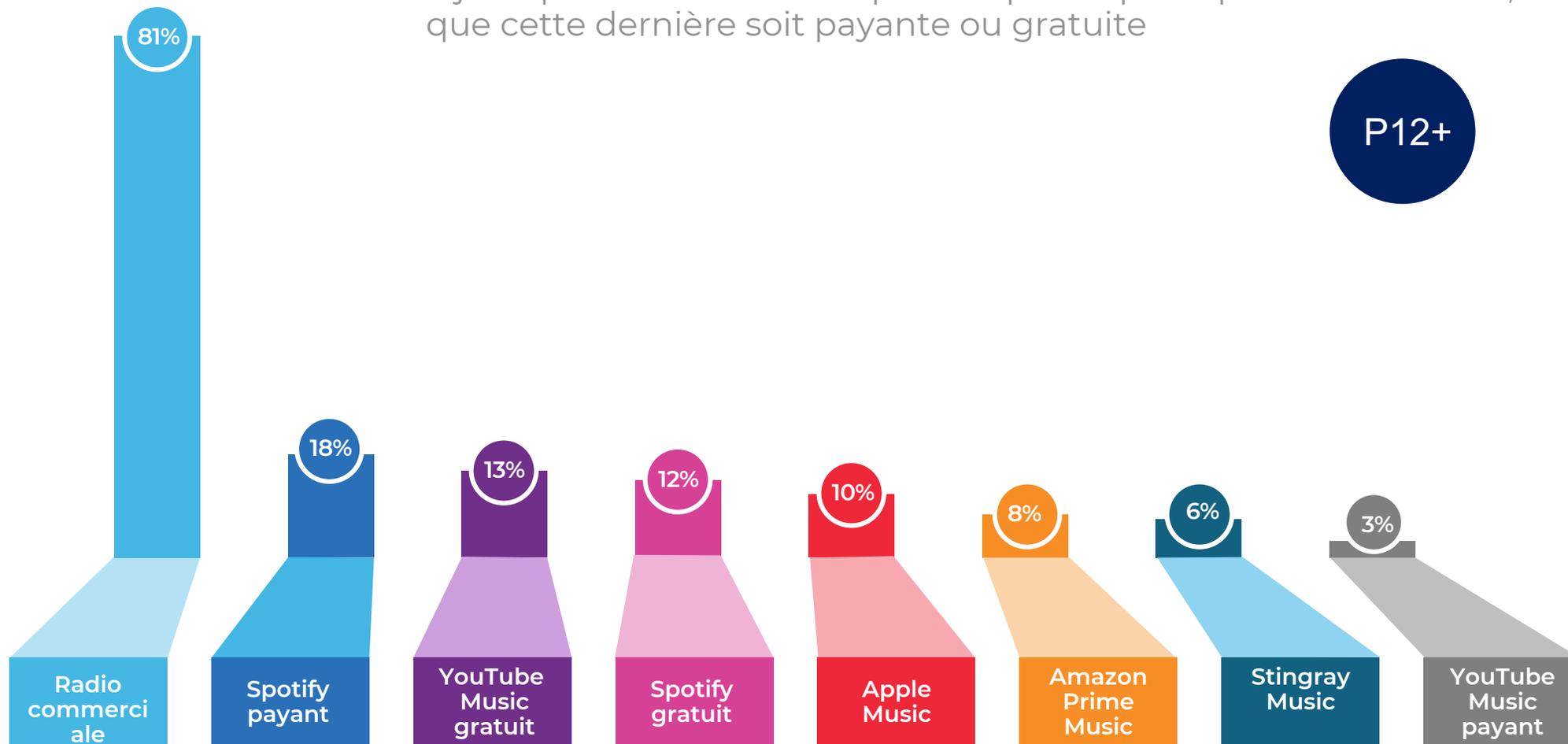
INDÉPENDAMMENT DE L'ÂGE, AUCUNE PLATEFORME DE MÉDIA SOCIAL NE REJOINT AUTANT DE CANADIENS QUE LA RADIO COMMERCIALE



Source: RTS Printemps 2023 Utilisation des médias sociaux au Canada 7 jours / Radio commerciale 7 jours cum

LA RADIO COMMERCIALE DÉTRÔNE TOUTES LES AUTRES PLATEFORMES AUDIO

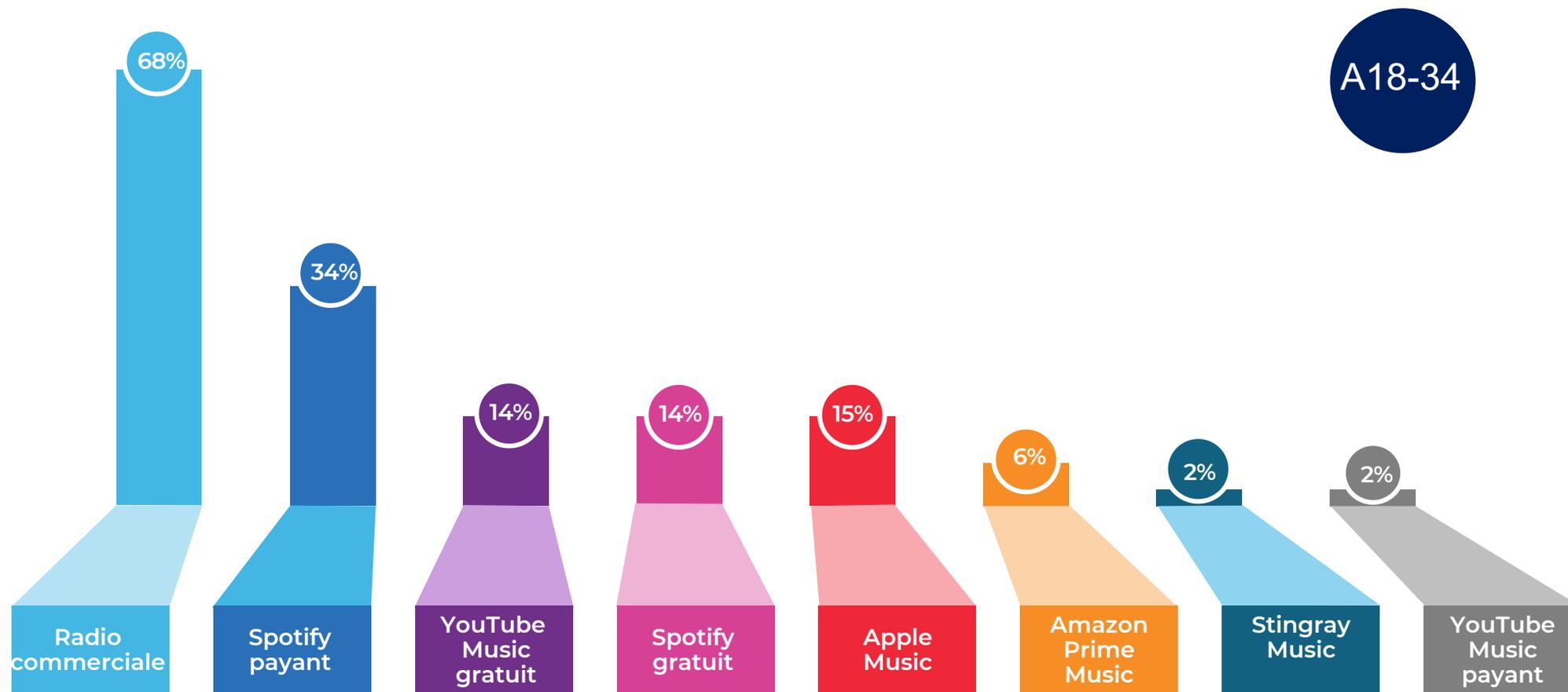
La radio commerciale rejoint plus de Canadiens que n'importe quelle plateforme audio, que cette dernière soit payante ou gratuite



Source : RTS Printemps 2023 Canada/7 derniers jours/Radio AM/FM/A utilisé une application en ligne ou une plateforme Internet

LA RADIO COMMERCIALE DÉTRÔNE TOUTES LES AUTRES PLATEFORMES AUDIO

La radio commerciale rejoint plus de Canadiens que n'importe quelle plateforme audio, que cette dernière soit payante ou gratuite



Source: RTS Printemps 2023 Canada / 7 derniers jours/ Radio AM/FM/A utilisé une application en ligne ou une plateforme Internet

LA RADIO COMMERCIALE DÉTRÔNE TOUTES LES AUTRES PLATEFORMES AUDIO

La radio commerciale rejoint plus de Canadiens que n'importe quelle plateforme audio, que cette dernière soit payante ou gratuite



Source: RTS Printemps 2023 Canada / 7 derniers jours/ Radio AM/FM/A utilisé une application en ligne ou une plateforme Internet

LA RADIO COMMERCIALE DÉTRÔNE TOUTES LES AUTRES PLATEFORMES AUDIO

La radio commerciale rejoint plus de Canadiens que n'importe quelle plateforme audio, que cette dernière soit payante ou gratuite



Source : RTS Printemps 2023 Canada/7 derniers jours/Radio AM/FM/A utilisé une application en ligne ou une plateforme Internet

RADIO • ON

AM

FM 101,4 MHz

Audio avec publicité

Survol de l'univers audio avec
publicité à l'extérieur et à
l'intérieur de la voiture

RADIO
CONNEXIONS

Options Memory List ▾

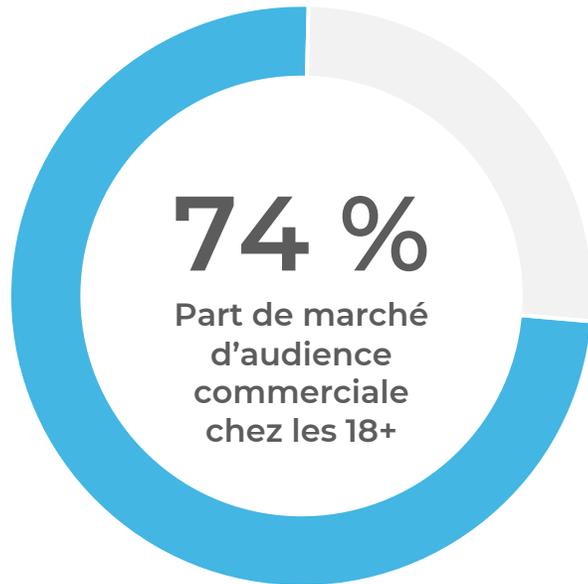
RADIO

MEDIA



LA RADIO DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART DE L'AUDIO COMMERCIALE

La radio commerciale domine l'univers audio commercial



Radio commerciale



Balados

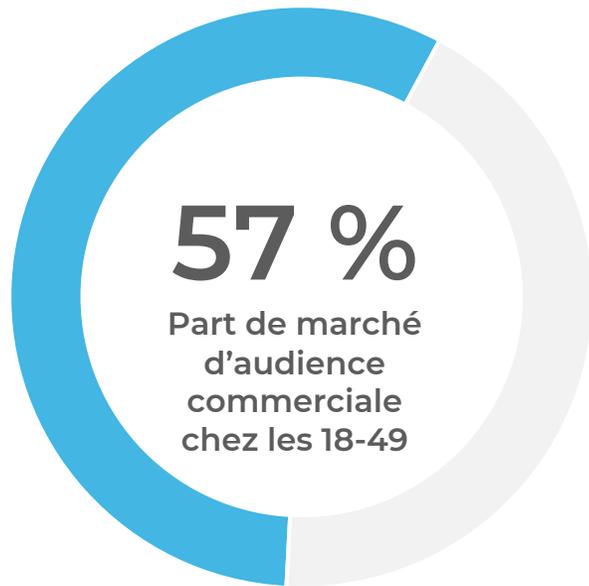


Musique en continu gratuite

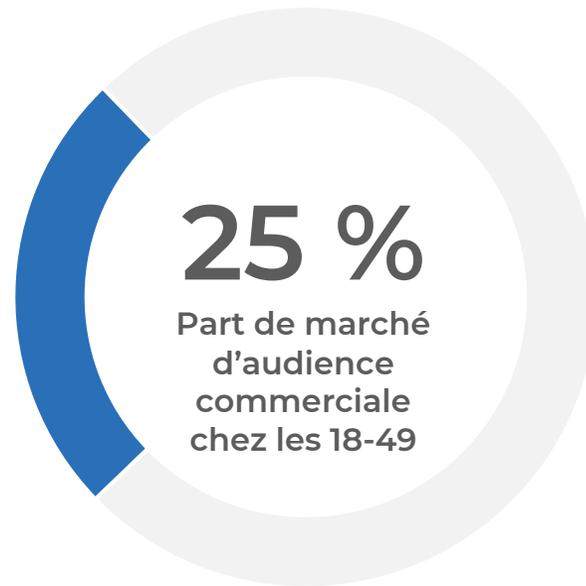
Source : LREM

LA RADIO DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART DE L'AUDIO COMMERCIALE CHEZ LES 18 À 49 ANS

La radio commerciale domine l'univers audio commercial



Radio commerciale



Balados

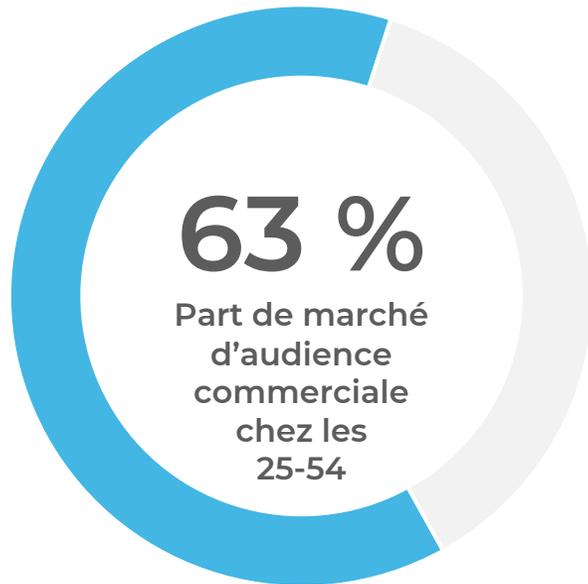


Musique en continu gratuite

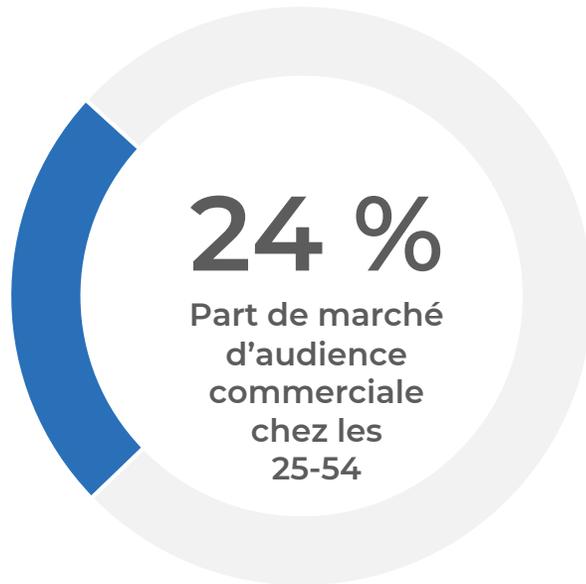
Source : LREM

LA RADIO DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART DE L'AUDIO COMMERCIALE CHEZ LES 25 À 54 ANS

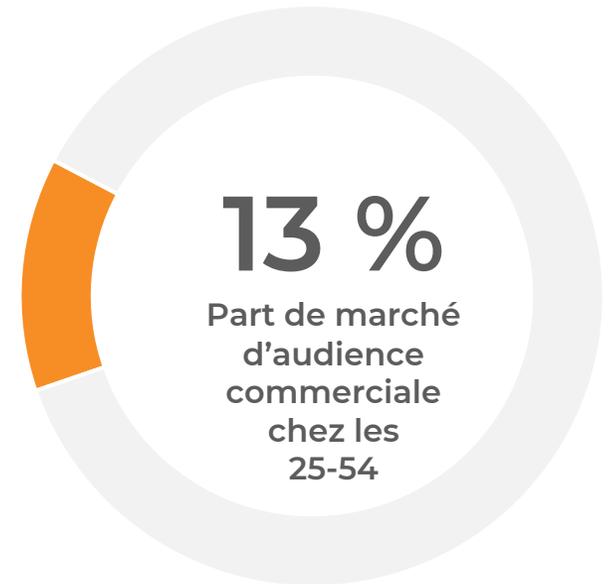
La radio commerciale domine l'univers audio commercial



Radio commerciale



Balados

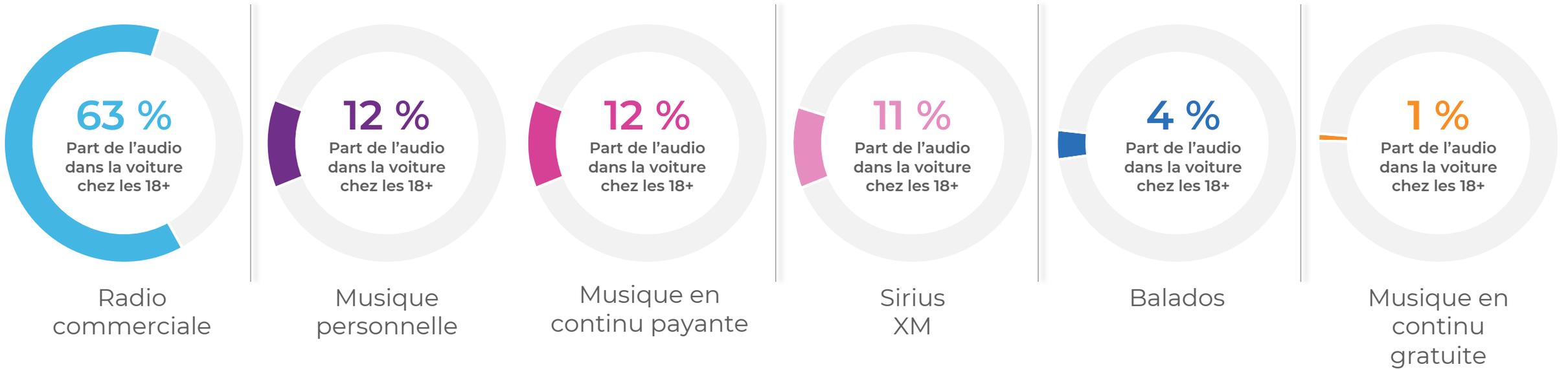


Musique en continu gratuite

Source : LREM

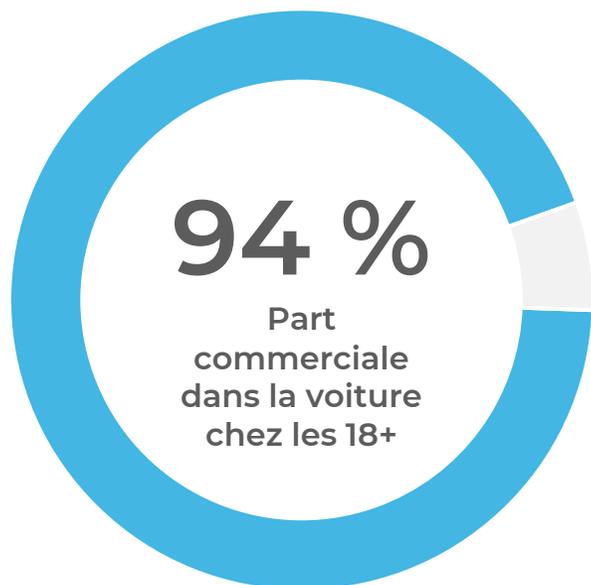
LA RADIO COMMERCIALE DOMINE L'UNIVERS AUDIO DANS LA VOITURE

La radio commerciale est le choix numéro un des Canadiens en déplacement

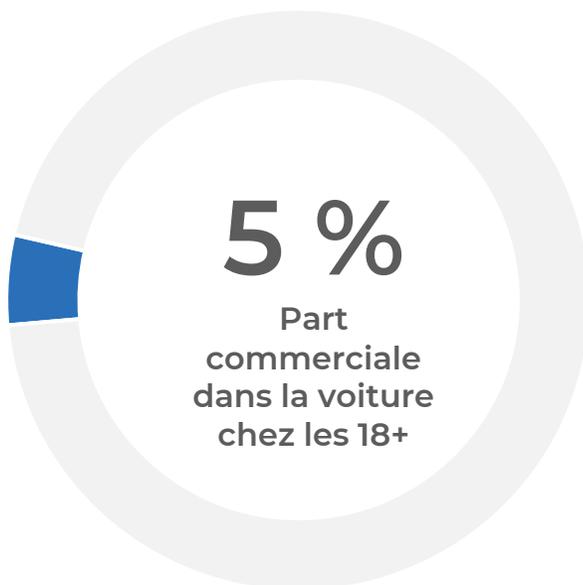


Source : LREM

POUR LES ANNONCEURS QUI SOUHAITENT REJOINDRE LES CANADIENS EN DÉPLACEMENT, LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT 94 % DE LA PART DE MARCHÉ COMMERCIALE DANS LA VOITURE



Radio commerciale



Balados



Musique en continu gratuite

Source : LREM

LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT 87 % DE LA PART COMMERCIALE AUDIO DANS LA VOITURE AUPRÈS DES ADULTES 18-49



Radio commerciale



Balados



Musique en continu gratuite

Source : LREM

LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT 89 % DE LA PART COMMERCIALE AUDIO DANS LA VOITURE AUPRÈS DES ADULTES 25-54



Radio commerciale



Balados

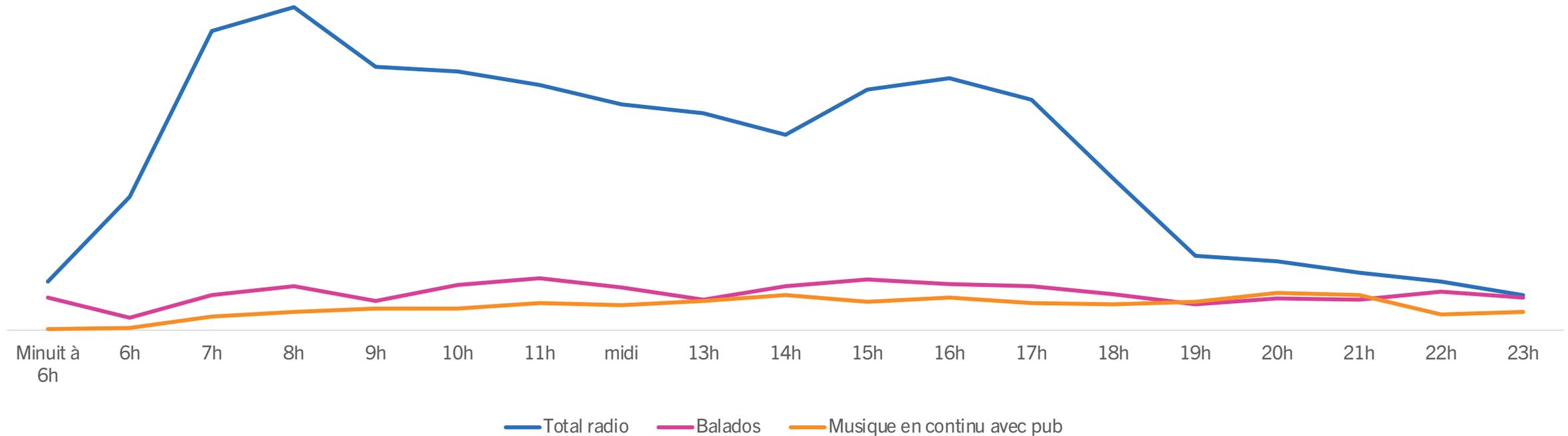


Musique en continu gratuite

Source : LREM

LA RADIO DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART DE L'AUDIO COMMERCIALE AU COURS DE LA JOURNÉE

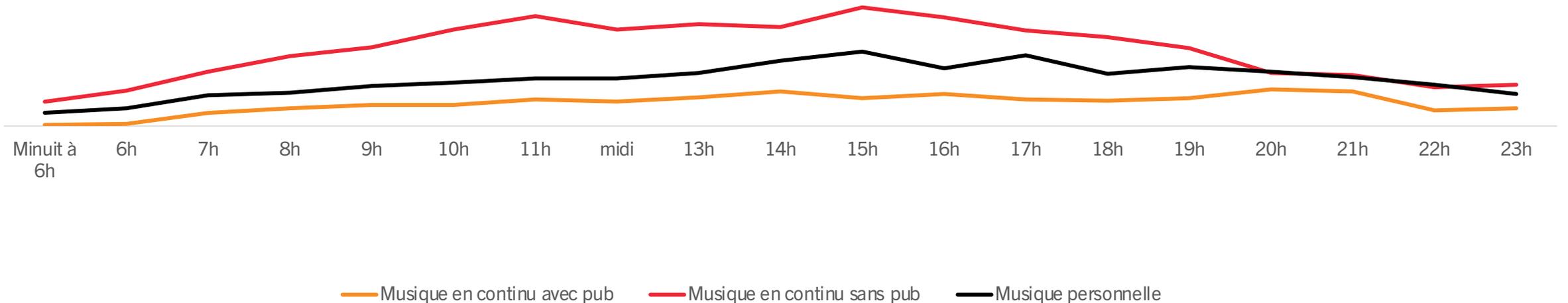
Alors que les écrans sont éteints et que les commerces sont ouverts, c'est la radio commerciale qui domine



Source : LREM

LES HABITUDES D'ÉCOUTE EN MATIÈRE DE MUSIQUE PERSONNELLE SONT TRÈS SEMBLABLES À CELLES DE L'ÉCOUTE DE MUSIQUE EN CONTINU AVEC OU SANS PUBLICITÉ

Tout comme la musique personnelle, la musique en continu permet à l'auditeur de s'évader, relaxer et se déconnecter du quotidien en lui permettant de prendre du temps pour soi



Source : LREM

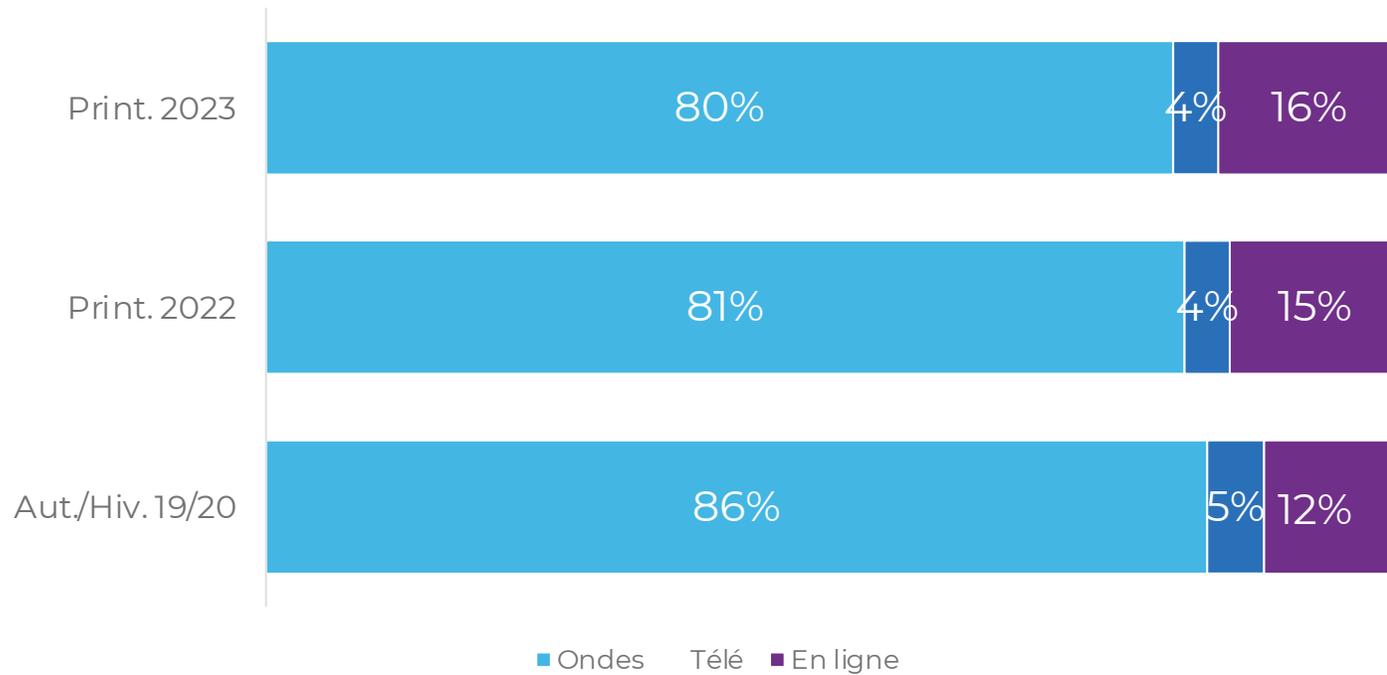
Audio numérique

Survol de l'univers de la radio
en ligne et l'audio en continu
au Canada

RADIO
CONNEXIONS

LA RADIO COMMERCIALE EST NUMÉRIQUE

La radio commerciale est de plus en plus présente dans l'univers numérique

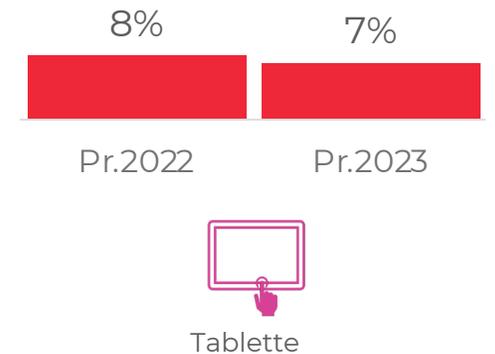
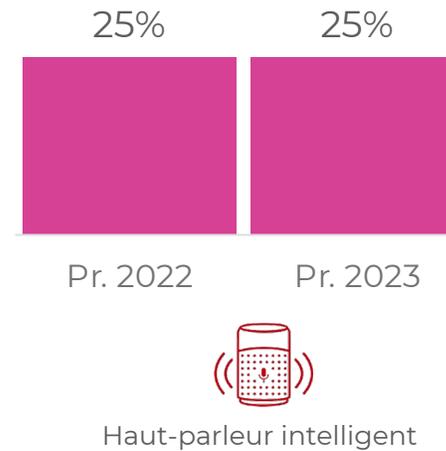
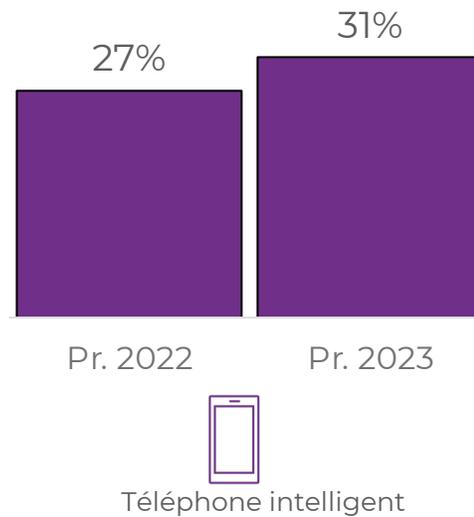
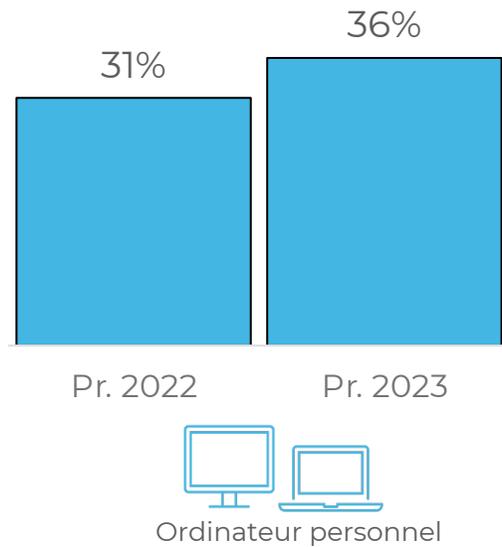


Plus de
Canadiens
écoutent la
radio
commerciale
en ligne

Source : LREM

LES CANADIENS ÉCOUTENT LA RADIO EN LIGNE PAR LE BIAIS DE DIVERS APPAREILS

Écoute en ligne de la radio commerciale, par type d'appareil, chez les 18 ans et plus au cours de la dernière semaine

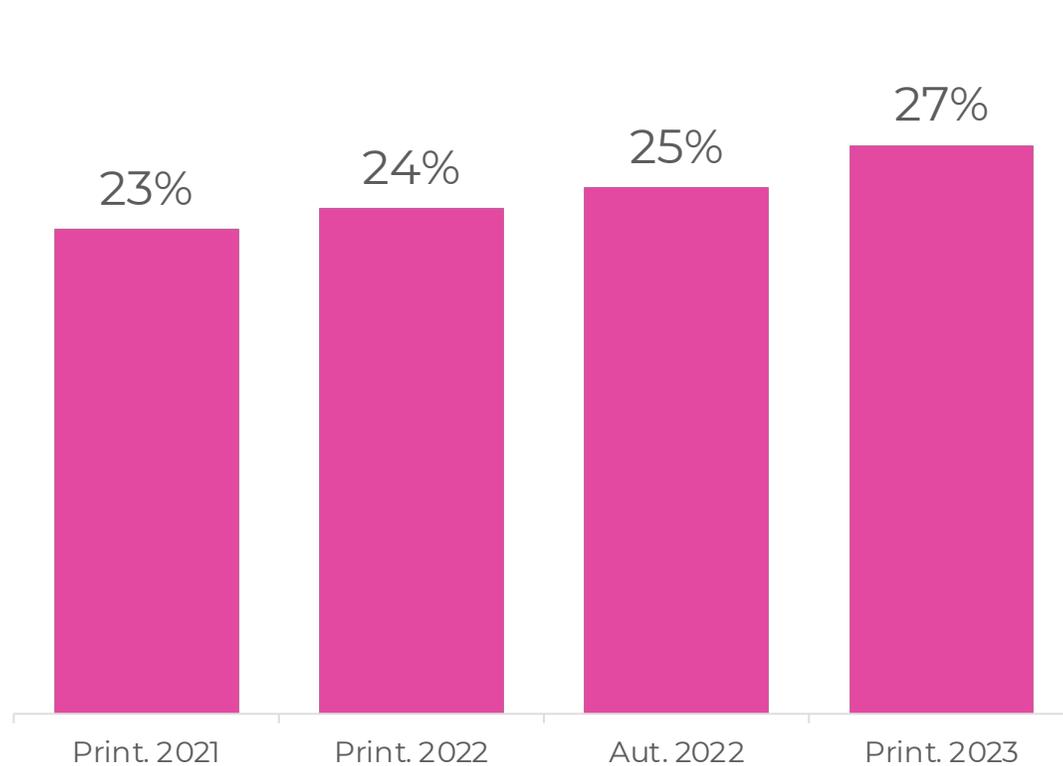


Source : LREM

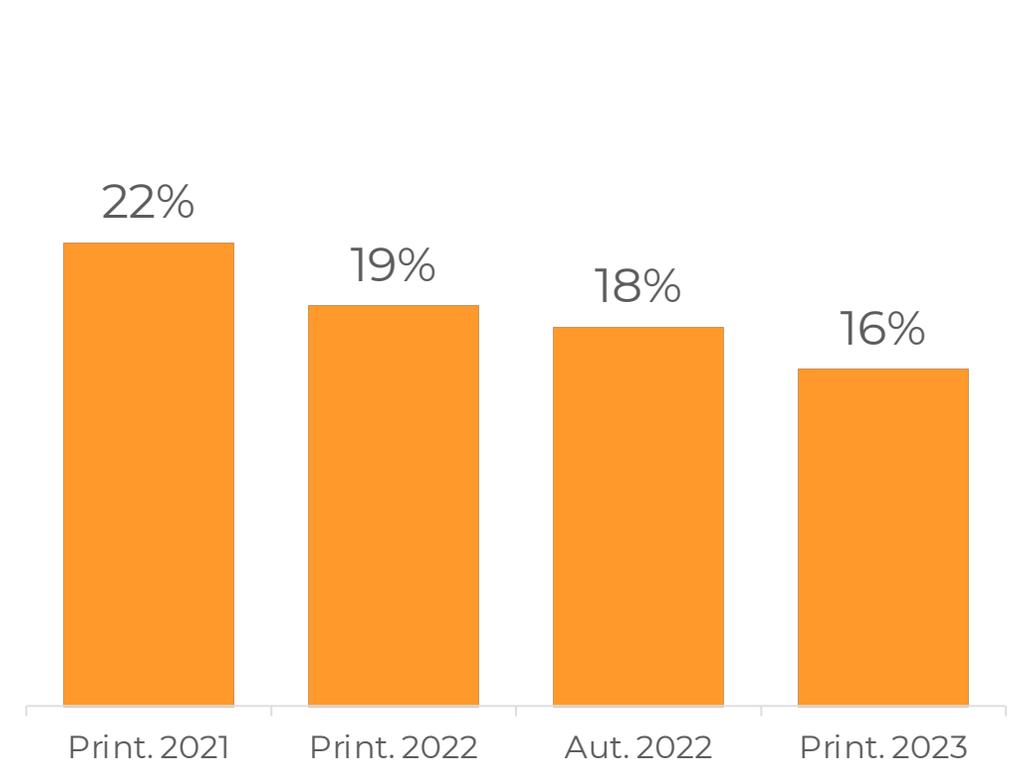
LA PORTÉE DE LA MUSIQUE EN CONTINU **PAYANTE** POURSUIT SA CROISSANCE ALORS QUE LA PORTÉE DE LA MUSIQUE EN CONTINU **GRATUITE** DÉCLINE

Plus d'auditeurs payent pour leurs abonnements sur les plateformes de musique en continu

Musique en continu payante — dernière semaine



Musique en continu gratuite — dernière semaine

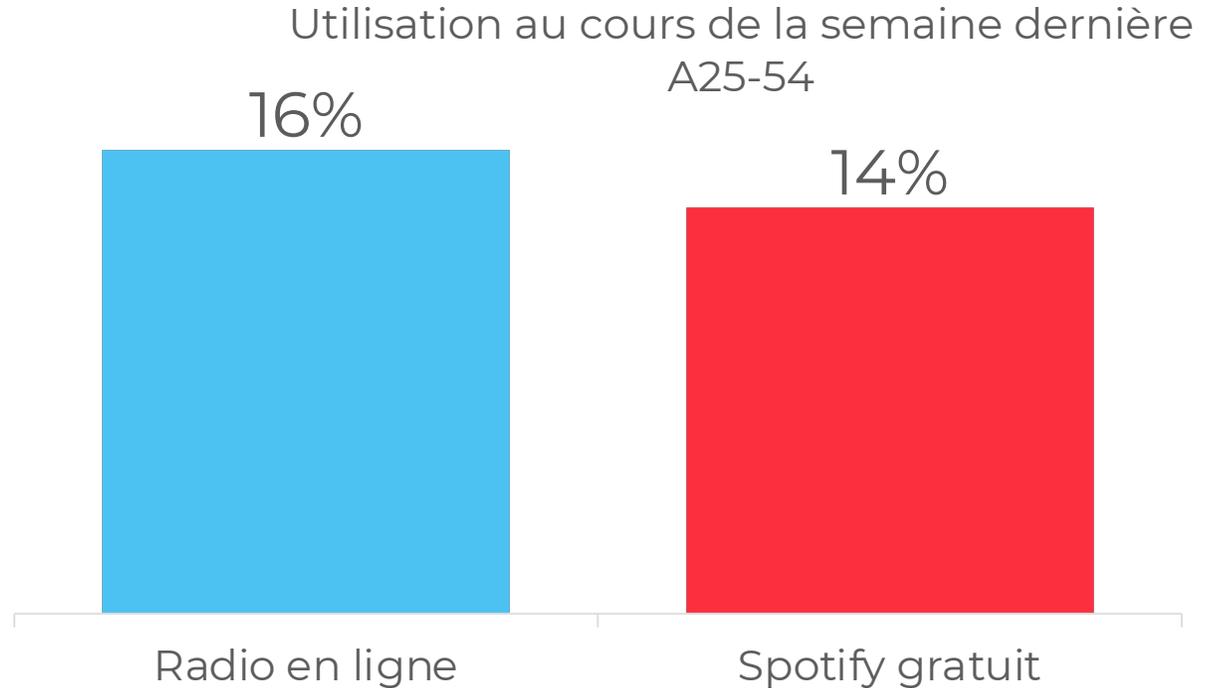


Source : LREM

LA RADIO COMMERCIALE EN LIGNE REJOINT PLUS D'AUDITEURS QUE LA VERSION GRATUITE DE SPOTIFY

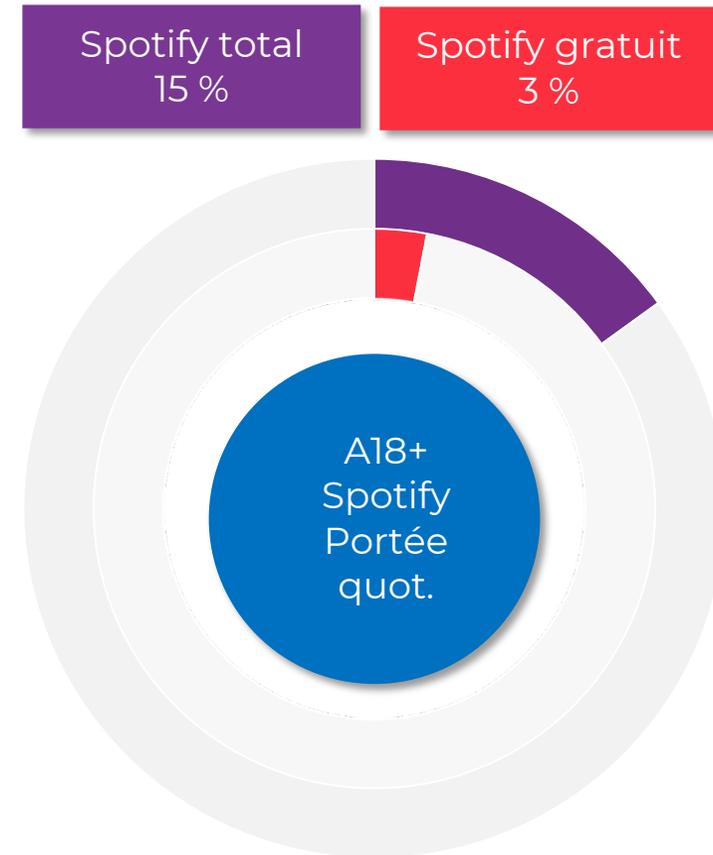
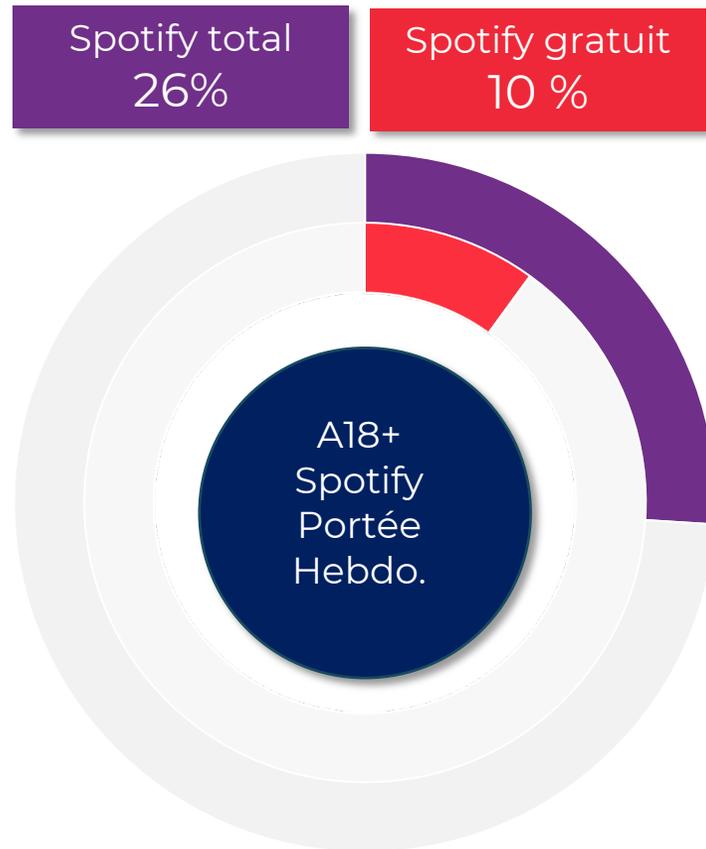
Lors d'une semaine type, plus de Canadiens écoutent la radio commerciale en ligne que la version gratuite de Spotify

La croissance de la radio commerciale en ligne positionne la radio comme une puissance dans l'univers audio numérique; au cours de la dernière semaine, la radio en ligne a rejoint plus d'auditeurs que Spotify gratuit



Source : LREM

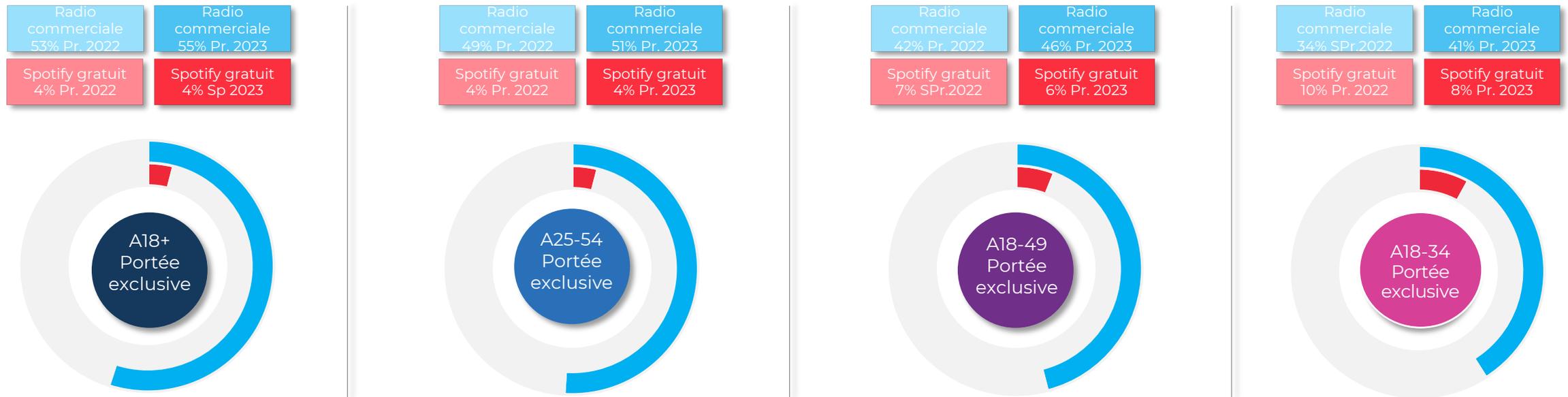
LA PORTÉE DE SPOTIFY GRATUIT REPRÉSENTE DÉSORMAIS UNE FRACTION DE L'AUDIENCE TOTALE DE SPOTIFY



Source : LREM

LA RADIO COMMERCIALE GÉNÈRE UNE PLUS GRANDE PORTÉE EXCLUSIVE HEBDOMADAIRE QUE SPOTIFY GRATUIT, ET CE, AUPRÈS DE TOUS LES GROUPES CIBLES

La portée exclusive de la radio commerciale croît alors que celle de Spotify gratuit stagne ou décline



Source : LREM

CEUX QUI ÉCOUTENT LA MUSIQUE EN CONTINU SONT AUSSI DES AUDITEURS ASSIDUS DE LA RADIO COMMERCIALE

Parmi les auditeurs de musique en continu et de YouTube Music au cours de la semaine dernière :



76 %

déclarent avoir écouté la radio commerciale lors d'une journée type

16 %

sont des auditeurs assidus (écoutent plus de 2 heures par journée type)

Source : LREM

POUR LES ANNONCEURS, LA RADIO GÉNÈRE LA PORTÉE LA PLUS ÉLEVÉE

Pour les annonceurs, la radio commerciale demeure la plateforme audio par excellence pour rejoindre les consommateurs

85 %*

Portée
hebdomadaire
moyenne auprès des
adultes 25 à 54 ans

*PPM Total Canada AW Printemps 2023

Écoute des 25 à 54 ans au cours de la dernière semaine :

YouTube Music	47 %
Musique en continu payante	36 %
Musique personnelle	29 %
Balados	25 %
Musique en continu gratuite	20 %
Sirius XM	11 %
Livres audio	7 %
Stingray Music	7 %

Avec publicité

Source : LREM

La baladodiffusion

Survол des résultats d'un sondage effectué auprès des auditeurs canadiens de balados

RADIO
CONNEXIONS



STATISTIQUES RELATIVES À LA BALADODIFFUSION



Source : *The Canadian Podcast Listener 2022*

53 %

Plus de la moitié des adultes disent avoir déjà écouté un balado, une augmentation de 5 points depuis 2021 et 9 points depuis 2020

34 %

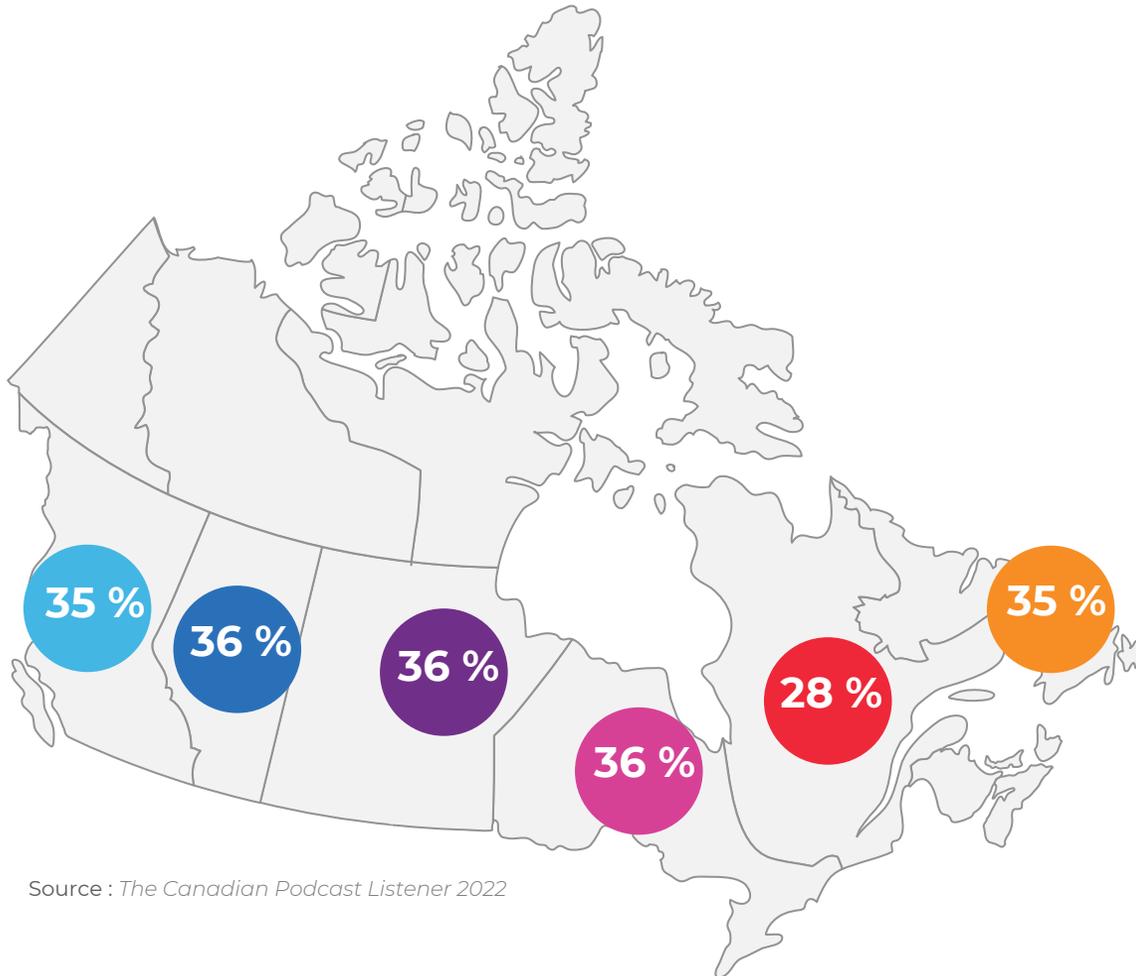
Au Canada anglais, l'écoute mensuelle des balados est en hausse. Même phénomène au Canada français, alors que la croissance se poursuit puisque 25 % des Canadiens français déclarent avoir écouté des balados au cours du mois.

65 %

Bien qu'elle soit légèrement en baisse par rapport à l'an dernier, la majorité de l'écoute des balados s'effectue toujours de la maison. Notons que cette baisse peut s'expliquer par le retour sur les lieux de travail des Canadiens.

LA BALADODIFFUSION À TRAVERS LE CANADA

La pénétration mensuelle des balados est désormais plus de 35 % dans les marchés anglophones



Source : *The Canadian Podcast Listener 2022*

L'écoute de balados est un peu plus importante dans les principaux marchés urbains que dans les marchés régionaux.

Vancouver et *Lower Mainland*



Toronto



Montréal / Laval



PROFIL DE L'AUDITEUR CANADIEN DE BALADOS

Alors même que l'écoute des balados se développe à l'extérieur des grands centres, il y a peu de changement en ce qui concerne le profil de l'auditeur

Le profil de l'auditeur demeure sensiblement le même, soit : un public jeune, aisé et hautement scolarisé.



Source : *The Canadian Podcast Listener 2022*

TYPES DE BALADOS ÉCOUTÉS EN 2022

L'écoute de contenu humoristique, de culture et société, de nouvelles ainsi que de crime et justice est en hausse; cela dit l'humour demeure le choix le plus populaire

L'augmentation de l'écoute de contenu humoristique ainsi que du type «crime et justice» démontre un intérêt envers le contenu divertissant; en revanche, l'écoute de contenus plus spécialisés est en baisse

SVP, veuillez indiquer la liste de dix balados que vous vous rappelez avoir écoutés au cours du dernier mois

		2022	2021		2022	2021	
Humour	↑	40 %	36 %	Télévision et film	↓	8 %	11 %
Culture et société	↔	29 %	29 %	Musique	↓	7 %	9 %
Nouvelles	↑	24 %	23 %	Histoire	↓	6 %	7 %
Crime et justice	↑	17 %	14 %	Science	↓	6 %	9 %
Santé et mise en forme	↔	14 %	14 %	Religion & Spiritualité	↓	6 %	10 %
Sports	↓	13 %	17 %	Loisirs	↓	5 %	7 %
Affaires	↓	11 %	13 %	Technologie	↓	4 %	5 %
Arts	↓	10 %	11 %	Fiction	↓	3 %	4 %
Éducation	↑	10 %	9 %	Familles et enfants	↓	2 %	3 %

Source : *The Canadian Podcast Listener 2022*

BALADOS : PAYS D'ORIGINE

Le contenu américain demeure en tête, cependant le contenu canadien poursuit son ascension

Les balados produits au Canada s'approprient de plus en plus de parts de marchés auprès des Canadiens qui tendent à délaisser le contenu américain.

En pensant à tous les balados que vous écoutez, quelle en est l'origine :	2019	2020	2021	2022
États-Unis	52 %	49 %	44 %	44 %
Canada	38 %	41 %	42 %	43 %
Royaume-Uni	4 %	5 %	6 %	5 %
France	2 %	2 %	2 %	2 %
Autres	4 %	4 %	5 %	6 %

Source : *The Canadian Podcast Listener 2022*



La radio commerciale contribue au succès en affaires

La radio commerciale accompagne les
consommateurs lors de leur déplacement

RADIO
CONNEXIONS



LORSQU'ILS SONT EN DÉPLACEMENT, LA RADIO COMMERCIALE DEMEURE LE CHOIX NUMÉRO UN DES CANADIENS

Les Canadiens disent avoir utilisé leur voiture hier pour faire une ou plusieurs de ces activités	
Est allé à l'épicerie	38 %
Est allé à la pharmacie	13 %
S'est arrêté dans un café	13 %
Est allé dans un resto rapide ou un service à l'auto	12 %
Est allé au centre commercial	11 %
Est allé à la banque	10 %
S'est arrêté pour l'achat de billets de loterie	8 %
Est allé dans un resto familial ou haut de gamme	8 %
S'est arrêté pour l'achat de bière, vin ou spiritueux	7 %
Est allé dans un magasin de rénovation	5 %
Est allé au cinéma	2 %
Est allé pour l'entretien d'un véhicule	2 %
A visité un concessionnaire automobile	1 %

Source : LREM

69 %

des Canadiens de 18+ qui étaient dans un véhicule hier ont dépensé de l'argent

70 %

ont écouté la radio commerciale quelques minutes avant de faire leurs achats

LES CANADIENS FONT CONFIANCE AUX MESSAGES PUBLICITAIRES ENTENDUS À LA RADIO

Les médias traditionnels sont les médias auxquels les Canadiens font le plus confiance, car les messages sont diffusés dans un environnement contrôlé

Dans quelle mesure diriez-vous que les publicités que vous entendez ou voyez aux endroits suivants sont dignes de confiance?

Journaux ou magazines imprimés	49 %
Balados	47 %
Télévision	47 %
Musique en continu	44 %
Envoi direct	34 %
Courriel de publicité	22 %
Vidéo en ligne	20 %
Bannière en ligne	18 %
Pop-ups	12 %

50%

des Canadiens croient que les messages entendus à la radio sont dignes de confiance

Source : LREM

LES CANADIENS RÉAGISSENT FAVORABLEMENT AUX MESSAGES PUBLICITAIRES ENTENDUS À LA RADIO COMMERCIALE

Que vous écoutiez dans votre voiture ou ailleurs, avez-vous déjà posé l'un des gestes suivants après avoir entendu une publicité d'une marque, un produit ou un service à la radio commerciale?

	A18+	A18-34	Index
A posé un geste après avoir entendu un message publicitaire à la radio commerciale	32 %	41 %	128
Est allé en ligne pour obtenir plus d'information sur un produit ou un service après avoir entendu un message publicitaire à la radio	21 %	21 %	100
A discuté d'un produit ou d'un service avec une autre personne après avoir entendu un message publicitaire à la radio	14 %	22 %	157
A acheté un produit ou un service après avoir entendu un message publicitaire à la radio	7 %	8 %	114

32%

Près de 1/3 des Canadiens déclarent être passés à l'action de façon favorable après avoir entendu un message publicitaire d'un produit ou d'un service à la radio commerciale

Source: LREM

AJOUTER LA RADIO COMMERCIALE AUX CAMPAGNES DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE OPTIMISE LES RÉSULTATS

1,3 x

Le rendement sur l'investissement de la radio surpasse le rendement sur investissement de l'ensemble des médias

2,35 \$

Pour chaque dollar investi, la radio commerciale génère plus de 2 fois plus de valeurs à court terme

+2%

Le rendement sur l'investissement est plus élevé lorsque la radio commerciale est incluse dans le mix média

+1,06 %

La radio commerciale est plus synergique que n'importe quel autre média pour soutenir les activités au point de vente

Source : Nielsen Canada CPG Norms Database Analysis

AJOUTER LA RADIO COMMERCIALE PROPULSE LES VENTES DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE

2,4 X

Comparativement à tous les médias, la radio offre la meilleure synergie avec les activités au point de vente.

2,56 %

Le volume des ventes généré par les activités au point de vente est optimisé lorsque la radio commerciale est ajoutée

28 %

Augmentation du volume des ventes lorsque la radio est ajoutée aux activités média

POINTS IMPORTANTS À RETENIR

LA RADIO DÉTIENT 74% DE L'AUDIENCE COMMERCIALE

Le marché canadien de la radio commerciale est le troisième plus important au monde; la radio surclasse toutes les plateformes audio en rejoignant 85% des Canadiens chaque semaine.

L'ÉCOUTE DE LA RADIO EN LIGNE SURPASSE SPOTIFY GRATUIT

Aucune plateforme audio ou aucun média social ne détient la portée de la radio commerciale. Au cours de la semaine dernière, plus de Canadiens ont écouté la radio commerciale en ligne que Spotify gratuit.

L'ÉCOUTE DE LA MUSIQUE EN CONTINU PAYANTE POURSUIT SA CROISSANCE ALORS QUE LA MUSIQUE EN CONTINU GRATUITE DÉCLINE

Plus d'auditeurs payent un abonnement à une plateforme de musique en continu sans publicité, ainsi les abonnements aux plateformes de musique avec publicité déclinent.

LA BALADODIFFUSION

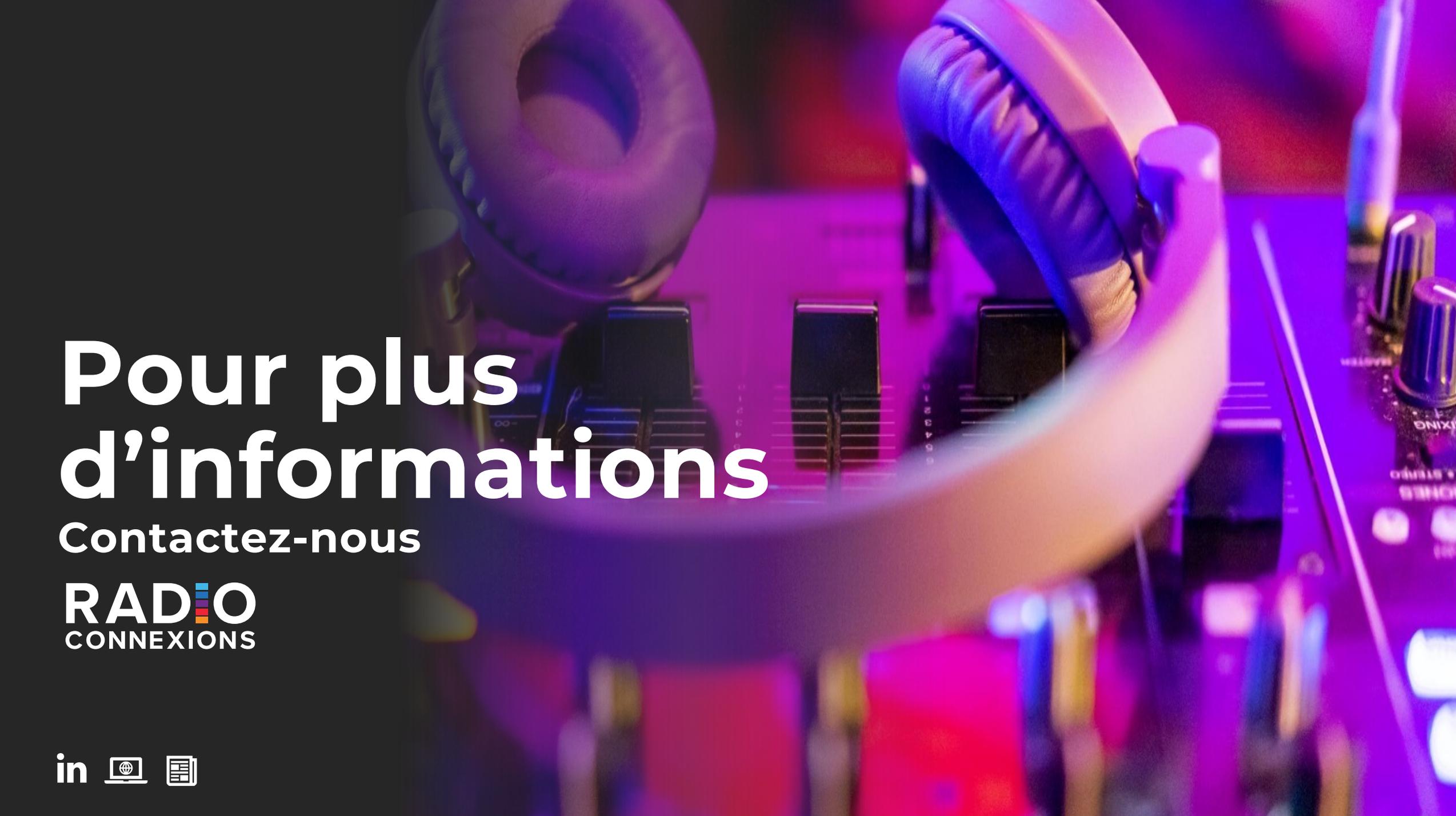
34 % des Canadiens déclarent écouter des balados mensuellement et ils choisissent d'écouter du contenu humoristique dans 40 % des cas.

LA RADIO DÉTIENT 94% DE LA PART D'ÉCOUTE COMMERCIALE DANS LA VOITURE

Près de 70 % des Canadiens qui étaient dans une voiture hier s'apprêtaient à dépenser de l'argent et près de 1/3 déclarent être passé à l'action après avoir entendu un message publicitaire d'un produit ou d'un service à la radio commerciale.

AJOUTER LA RADIO COMMERCIALE AUX CAMPAGNES PUBLICITAIRES MAXIMISE LES RÉSULTATS

Ajouter la radio commerciale aux campagnes média de biens de consommation courante maximise le rendement sur l'investissement, soutient les activités aux points de vente et améliore les résultats à tous les niveaux.



Pour plus d'informations

Contactez-nous

RADIO
CONNEXIONS