

AUTOMNE 2023

LA RADIO EN MOUVEMENT

Questions & réponses du webinaire



Q1: Qu'en est-il des plateformes de musique en continu payante?

- La musique personnelle, qu'elle soit écoutée sous forme numérique par le biais d'un abonnement payant ou sous forme physique (MP3, CD ou vinyle), n'offre pas de temps commercial aux annonceurs, elle n'est donc pas considérée dans l'étude La radio en mouvement.
- Comme nous l'avons mentionné, les plateformes de musique en continu payantes remplacent la musique personnelle; les Canadiens choisissent de louer leur musique personnelle plutôt que de l'acheter.
- Les plateformes de musique en continu ne remplacent pas la radio commerciale puisque la musique personnelle fait partie de la vie des Canadiens.
- Ce qui a changé, c'est la capacité de démontrer la consommation de musique personnelle dans l'univers audio, ce qui n'était pas calibré ou inclus dans le «temps consacré à l'audio» auparavant.

Q2: Les données relatives à la consommation des nouvelles sur Meta proviennent-elles d'un sondage maison ou de données d'utilisation?

- La question a été posée dans le cadre du sondage La radio en mouvement Automne 2023 afin de comprendre si les changements apportés par Meta, à propos du retrait des liens d'actualité, ont eu un impact sur la consommation canadienne des nouvelles, et quel pourrait être l'impact sur la radio.
- Il s'agissait de savoir combien de Canadiens ont déclaré déjà avoir été exposés à l'actualité sur les plateformes de Meta — 49 % ont répondu par l'affirmative.
- Une question complémentaire a été posée aux 49 % afin de savoir où ils s'informaient dorénavant. Près d'un quart d'entre eux ont répondu qu'ils consultaient la télévision, la radio et les journaux imprimés afin d'obtenir leurs informations.

Q3: L'écoute des balados semble un peu moins importante dans les provinces de l'Atlantique. Pourquoi?

- Le contenu est la principale raison pour laquelle l'écoute est différente dans certaines régions.
- Étant donné que les balados sont généralement plus écoutés dans les régions urbaines (Vancouver a un pourcentage d'écoute plus élevé que la moyenne de la Colombie-Britannique, Toronto a un pourcentage d'écoute plus élevé que la moyenne de l'Ontario), les régions comptant moins de centres urbains, telles les provinces de l'Atlantique, pourraient être moins enclines à écouter des balados.
- Les préférences culturelles peuvent aussi influencer ces données.

Q4: Avez-vous des données sur la radio HD?

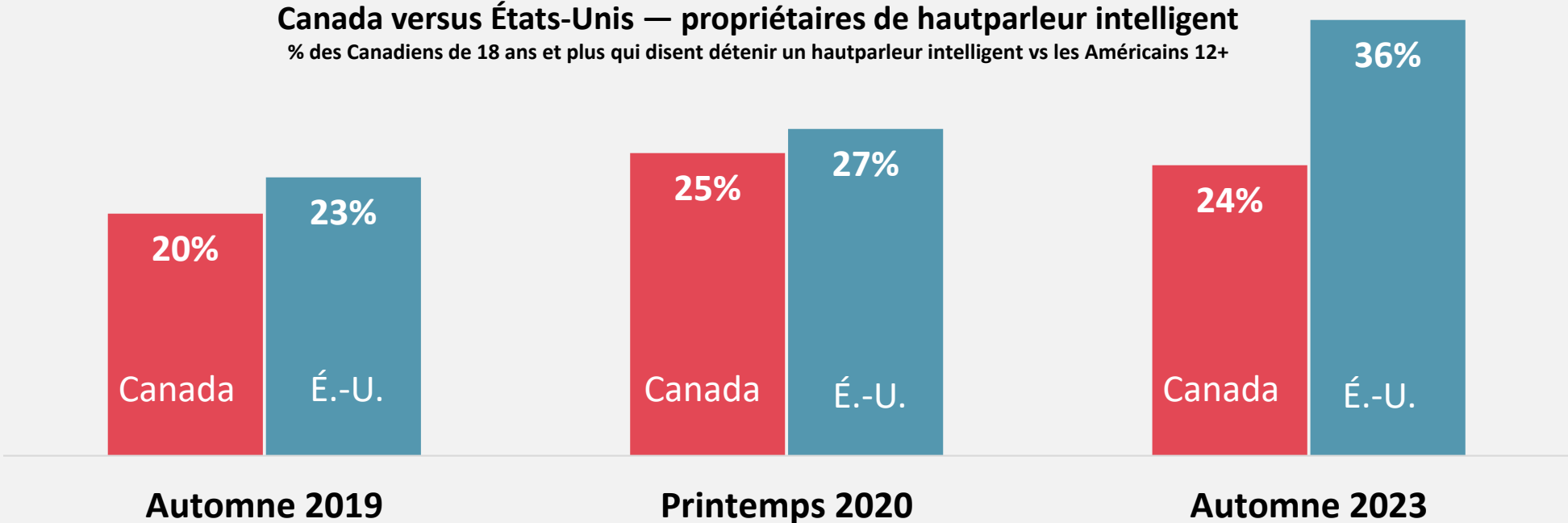
- L'étude La radio en mouvement n'amasse aucune donnée sur la radio HD.

Q5 : Comment avez-vous mesuré l'utilisation des écouteurs pour les balados?

- L'utilisation d'écouteurs pour écouter des balados n'a pas été recueillie.
- En ce qui concerne la radio commerciale, 19 % des Canadiens âgés de 18 ans et plus ont déclaré qu'ils écoutaient la radio à l'aide d'écouteurs (avec ou sans fil), ce qui représente une augmentation de 46 % par rapport à 2019.

Q6 : Pourriez-vous fournir des données/études sur la pénétration des hautparleurs intelligents? Est-ce possible de voir les graphiques?

- Au Canada, 24 % des 18 ans et plus possèdent un hautparleur intelligent. Bien que la croissance semble avoir stagné, l'utilisation parmi ceux qui les possèdent pour diffuser la radio commerciale est demeurée constante.
- Depuis toujours, plus de Canadiens utilisent les hautparleurs intelligents de Google, alors qu'aux États-Unis, c'est Amazon qui domine.
- Des études antérieures ont démontré que les Canadiens sont plus préoccupés par l'aspect de la protection de la vie privée, ce qui peut expliquer que le taux d'adoption soit plus faible qu'aux États-Unis.



Source : Canada LREM | Données É.-U. : *Edison Research / Amazon Music / Wondery/ART19*>

Q7 : Supposons que cette même recherche ait été menée aux États-Unis, comment la majorité des résultats obtenus ici se compareraient-ils à ceux obtenus là-bas?

- La seule étude comparable à La radio en mouvement est *Edison's Share of Ear*.
- Bien qu'elles utilisent chacune une méthodologie différente, les études fournissent des résultats similaires pour le Canada et les États-Unis, mais dans certains cas au Canada la part de la radio commerciale est plus élevée.
- À titre d'exemple, les parts de marché des différentes plateformes audio avec publicités varieront entre le Canada et les États-Unis en raison de la disponibilité de Sirius XM et de Pandora avec publicité.

Q8 : Un article paru récemment dans *Media in Canada* (ou une publication semblable) titrait que YouTube et Spotify étaient plus importants que la radio – pouvez-vous expliquer cela?

- Le titre était trompeur, car il ne définissait pas précisément la nature des plateformes de YouTube et Spotify lors de la comparaison.
- YouTube et Spotify ont tous deux des plateformes payantes (sans publicité) et gratuites (avec publicité), sans compter que YouTube est essentiellement une plateforme vidéo et non une plateforme audio.
- Comme indiqué dans l'étude, les plateformes payantes de musique en continu remplacent la musique personnelle, et non la radio commerciale. La majorité de l'écoute en continu dont il est question concerne des plateformes payantes et non commerciales; elle ne devrait donc pas être comparée à la radio.

Q9: Vous démontrez que la plupart des gens se déplacent en voiture plutôt qu'en utilisant les transports en commun. Qu'en est-il des grandes villes comme Montréal, Toronto et Vancouver, où les options de transport en commun sont plus nombreuses ?

- Les données de Montréal, Toronto et Vancouver ne sont pas disponibles individuellement, mais lorsque nous combinons ces zones urbaines, environ 11% de la population utilisent le transport en commun pour se rendre au travail et 33% utilisent une voiture.
- Pour ces conducteurs urbains, le temps de déplacement serait plus long et le nombre de voitures sur la route nettement plus élevé.

Q10: Selon vous, d'où provient la croissance de l'écoute des balados?

- L'augmentation de l'écoute des balados provient probablement de l'écoute en continu sur les plateformes gratuites; la croissance des plateformes payantes provient elle aussi des plateformes gratuites.
- La croissance de l'écoute des balados ne semble pas se faire au détriment de la radio commerciale puisque la part de la radio dans l'univers commerciale est demeurée stable.