AUTOMNE 2023

LA RADIO EN MOUVEMENT

Mise à jour – automne 2023

Une mise à jour de l’univers audio avec publicité

VAGUE 17

La plus récente recherche sur l’univers audio

IMPORTANT ÉCHANTILLON

3 020 Canadiens de 18 ans ou plus dont la représentation régionale et démographique est équitable

PÉRIODE

Sondage effectué du 11 au 31 octobre 2023

NATIONAL

Sondage en ligne représentatif de toutes les régions au Canada mené par Maru Voice Canada

Survol de contenu

01

L'univers audio avec publicité

02

L'univers audio dans la voiture

03

Inciter le consommateur à passer à l'action

04

La radio à l'ère du numérique

05

Points importants à retenir

AUTOMNE
2023

LA RADIO EN MOUVEMENT

SignalHill Insights
RADIO CONNEXIONS

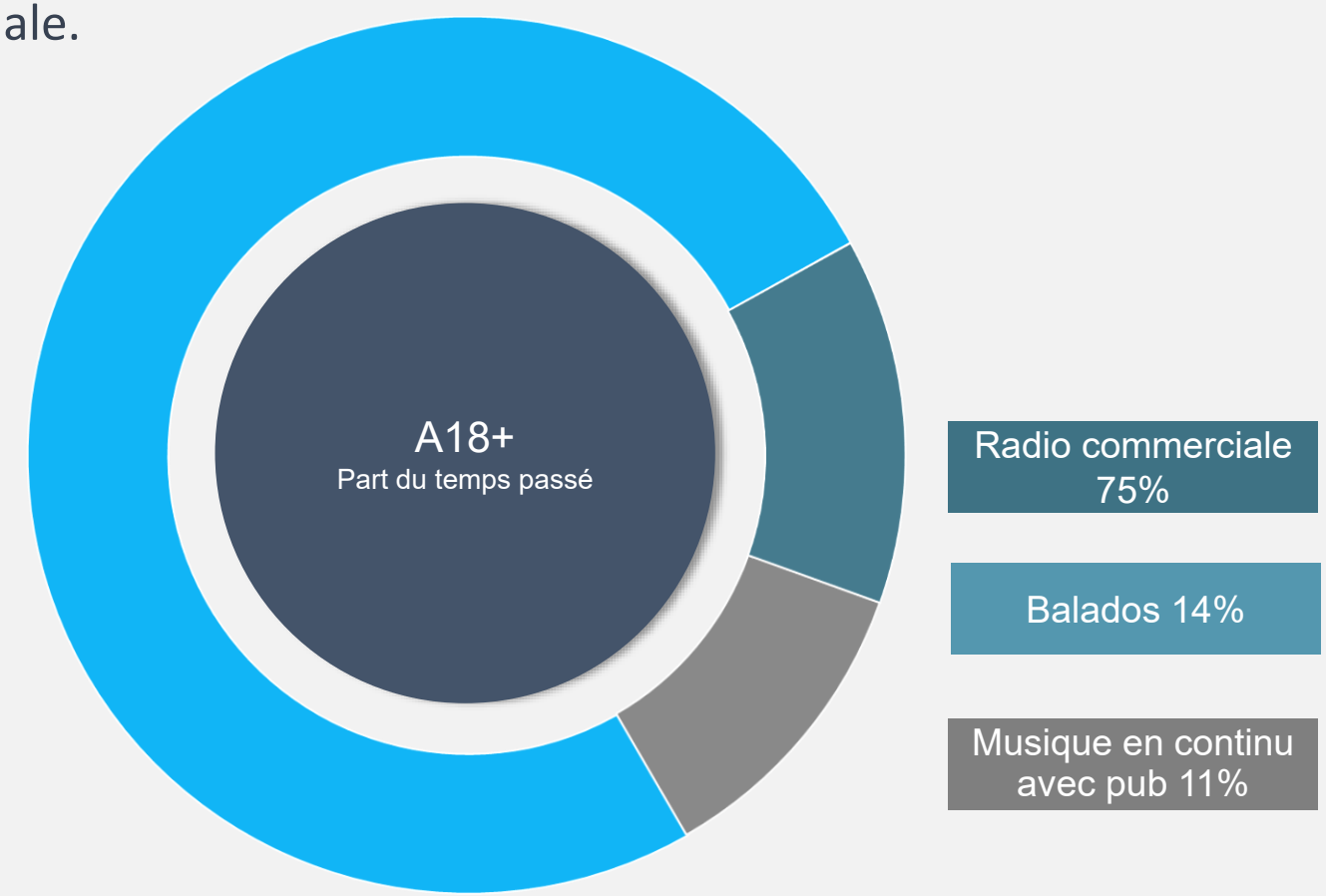
L'UNIVERS AUDIO AVEC PUBLICITÉ

Pour les annonceurs qui souhaitent rejoindre leurs consommateurs avec un message audio, la radio demeure le meilleur moyen

Considérant tout le temps passé à écouter des plateformes audios commerciales, 75% du temps d'écoute des adultes canadiens est dédié à la radio commerciale.

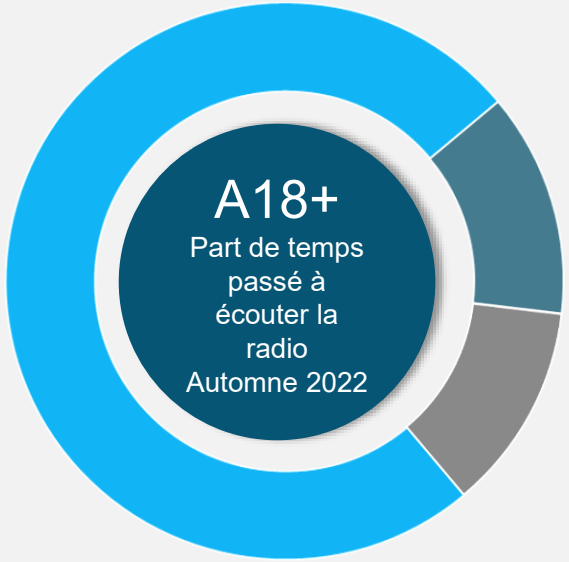
RADIO 75%

La radio commerciale offre le meilleur véhicule pour les annonceurs qui souhaitent rejoindre leurs consommateurs avec un message audio.

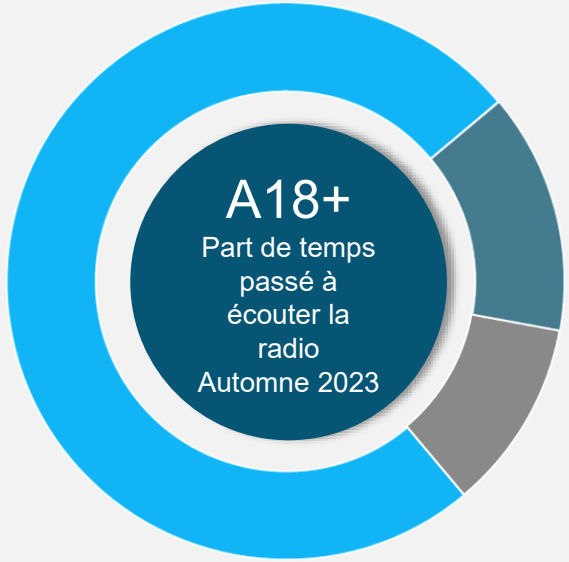


B3Dx. En pensant aux types d'audio que vous avez dit avoir écouté hier, combien d'heures et combien de minutes avez-vous passées à écouter chacune?
Canadiens 18+

La radio commerciale domine toujours l’univers audio



Automne 2022		Automne 2023
75 %	Radio commerciale	75 %
13 %	Balados	14 %
12%	Musique en continu gratuite	11 %



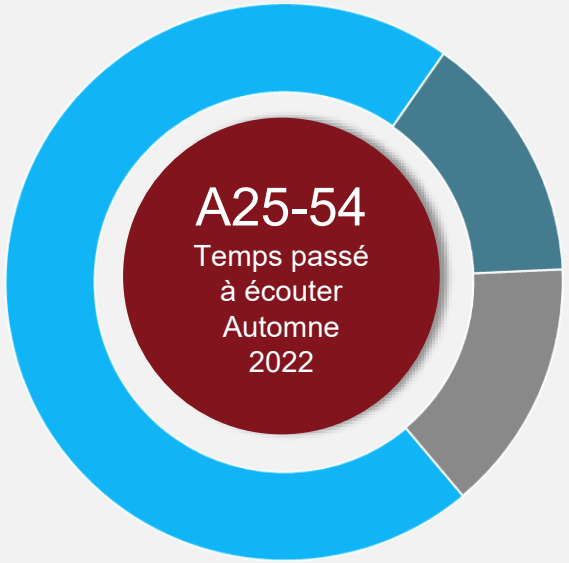
B3Dx. En pensant aux types d’audio que vous avez dit avoir écouté hier, combien d’heures et combien de minutes avez-vous passées à écouter chacune?
Canadiens 18+

La radio détient la plus grande part d'écoute auprès des principaux groupes cibles

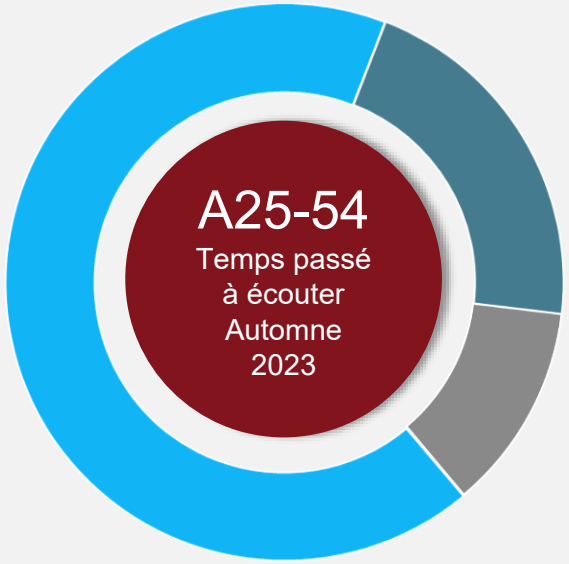
Automne 2022		Automne 2023
60 %	Radio commerciale	60 %
20 %	Balados	23 %
20%	Musique en continu gratuite	18 %

B3Dx. En pensant aux types d'audio que vous avez dit avoir écouté hier, combien d'heures et combien de minutes avez-vous passées à écouter chacune?
Base: Canadiens 18+

La radio domine l'écoute audio chez les adultes de 25 à 54 ans

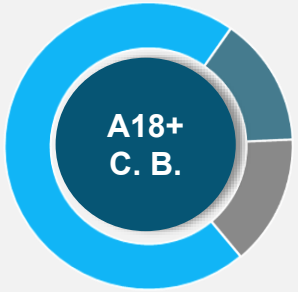


Automne 2022		Automne 2023
68 %	Radio commerciale	67 %
18 %	Balados	21 %
14%	Musique en continu gratuite	12 %



B3Dx. En pensant aux types d'audio que vous avez dit avoir écouté hier, combien d'heures et combien de minutes avez-vous passées à écouter chacune?
Base: Canadiens 18+

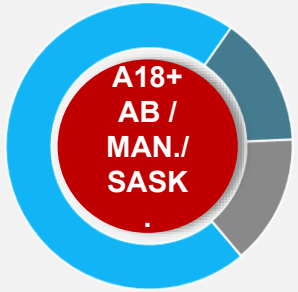
Part de temps à écouter l'audio avec publicité par région:



Radio 76%

Balados 12%

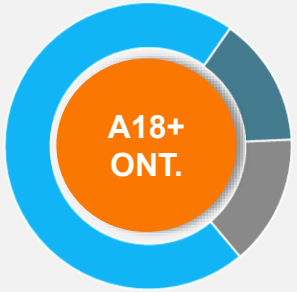
Musi. cont. 12%



Radio 76%

Balados 13%

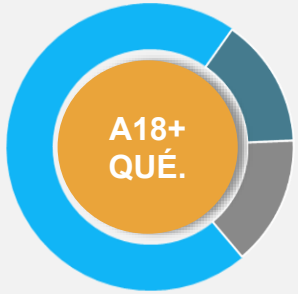
Mus. cont. 12%



Radio 69%

Balados 20%

Mus. cont. 11%



Radio 84%

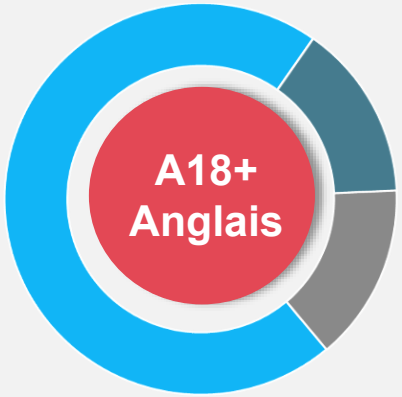
Balados 6%

Mus. cont. 10%

Radio 79%

Balados 8%

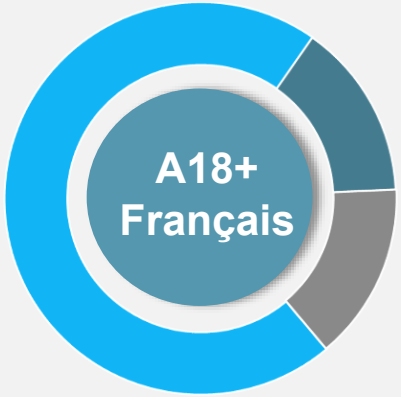
Mus. cont. 14%



Radio 74%

Balados 15%

Mus. cont. 11%



Radio 81%

Balados 7%

Mus. cont. 12%

B3Dx. En pensant aux types d'audio que vous avez dit avoir écouté hier, combien d'heures et combien de minutes avez-vous passées à écouter chacune?
Base: Canadiens 18+ (L'échantillonnage varie par region)

AUTOMNE
2023

LA RADIO EN MOUVEMENT

SignalHill Insights
RADIO CONNEXIONS

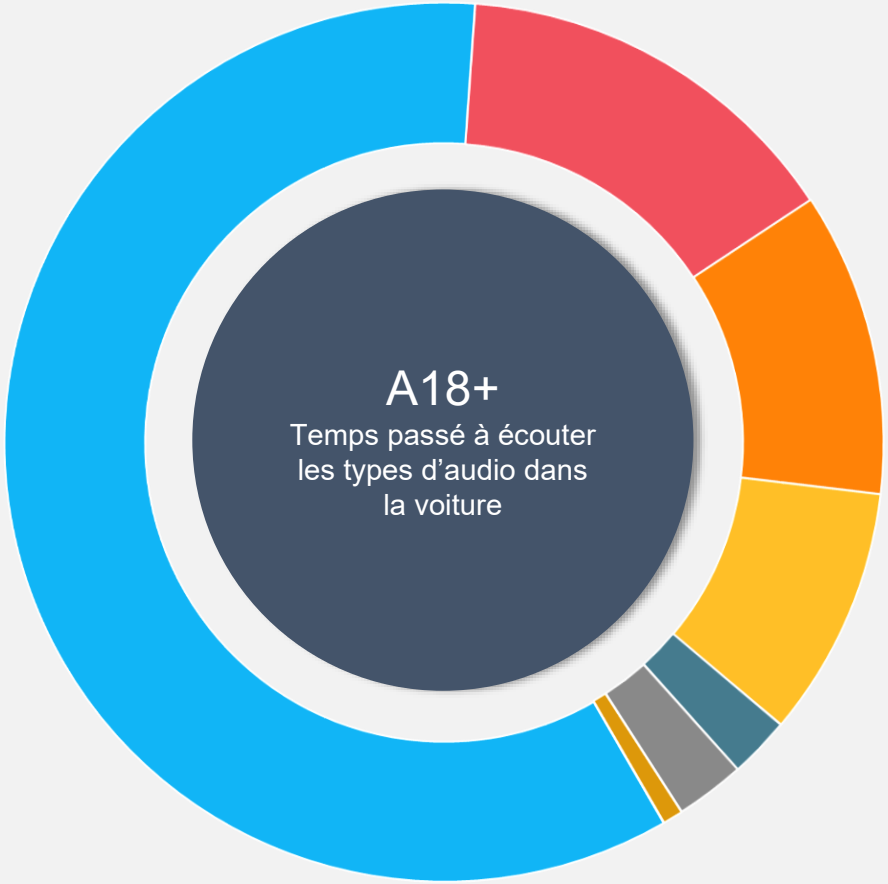
L'UNIVERS AUDIO DANS LA VOITURE

La radio commerciale domine dans la voiture

La radio commerciale demeure le choix numéro un des Canadiens en déplacement – qu'ils soient en route pour le travail, pour faire les courses ou pour tout autre déplacement

RADIO 59%

Part d'écoute dans la voiture chez les adultes canadiens



- Musique personnelle 15%
- Sirius XM 11%
- Musique en continu sans pub 9%
- Balados 2%
- Musique en continu avec pub 3%
- Livres audio 1%

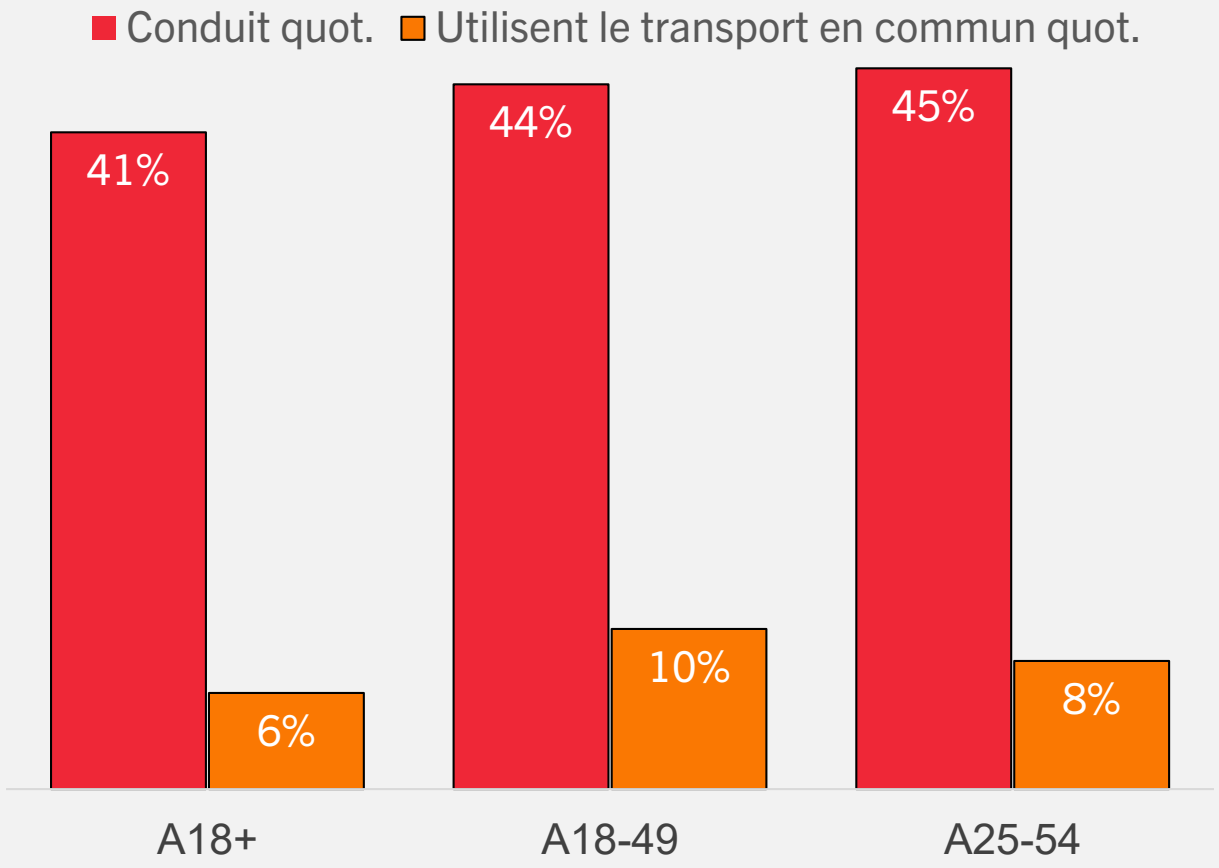
QC2 En pensant à tout le temps que vous avez passé dans la voiture HIER, combien de temps avez-vous passé à faire l'un des gestes suivants?

Les Canadiens se déplacent davantage en voiture qu’en transport en commun

Quotidiennement, les Canadiens ont plus l’habitude de conduire ou être passagers dans une voiture que de prendre le transport en commun.

La première règle en marketing est de se rappeler que vous n’êtes pas le marché. Vous êtes des professionnels, urbains et êtes bien rémunérés. Tout ce que vous pensez et faites est très peu représentatif.

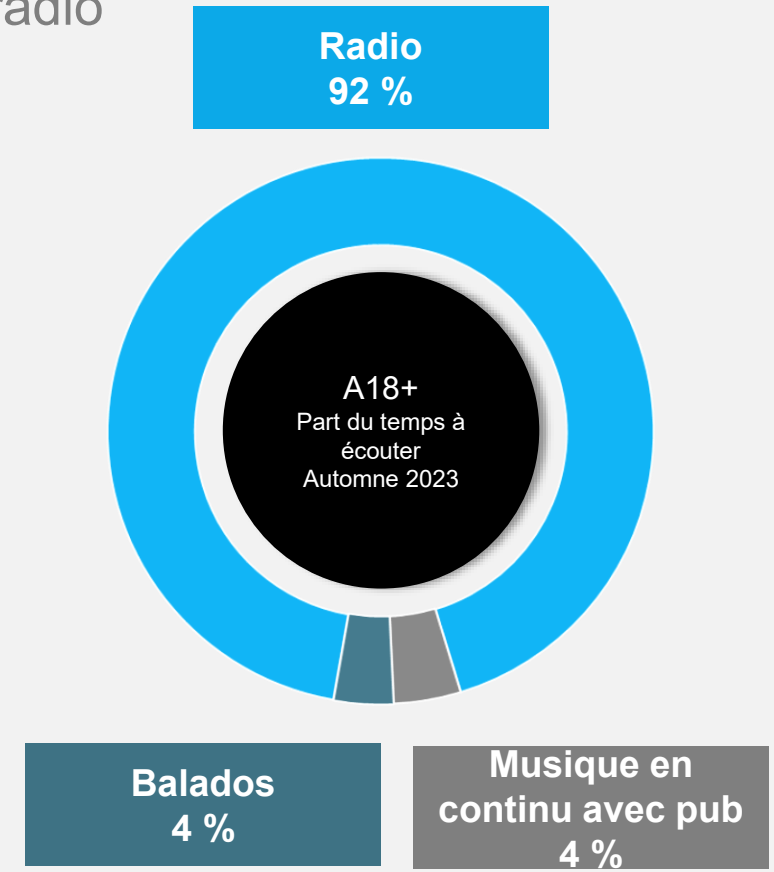
Mark Ritson



A4_1. Veuillez indiquer à quelle fréquence vous conduisez ou êtes passager d’un véhicule privé et/ou prenez le transport en commun.
Base : Canadiens 18+

La radio commerciale demeure la meilleure option pour l'annonceur qui souhaite rejoindre les Canadiens en déplacement

Dans la voiture, plus de 9 minutes sur 10 d'écoute d'audio avec publicité proviennent de l'écoute radio

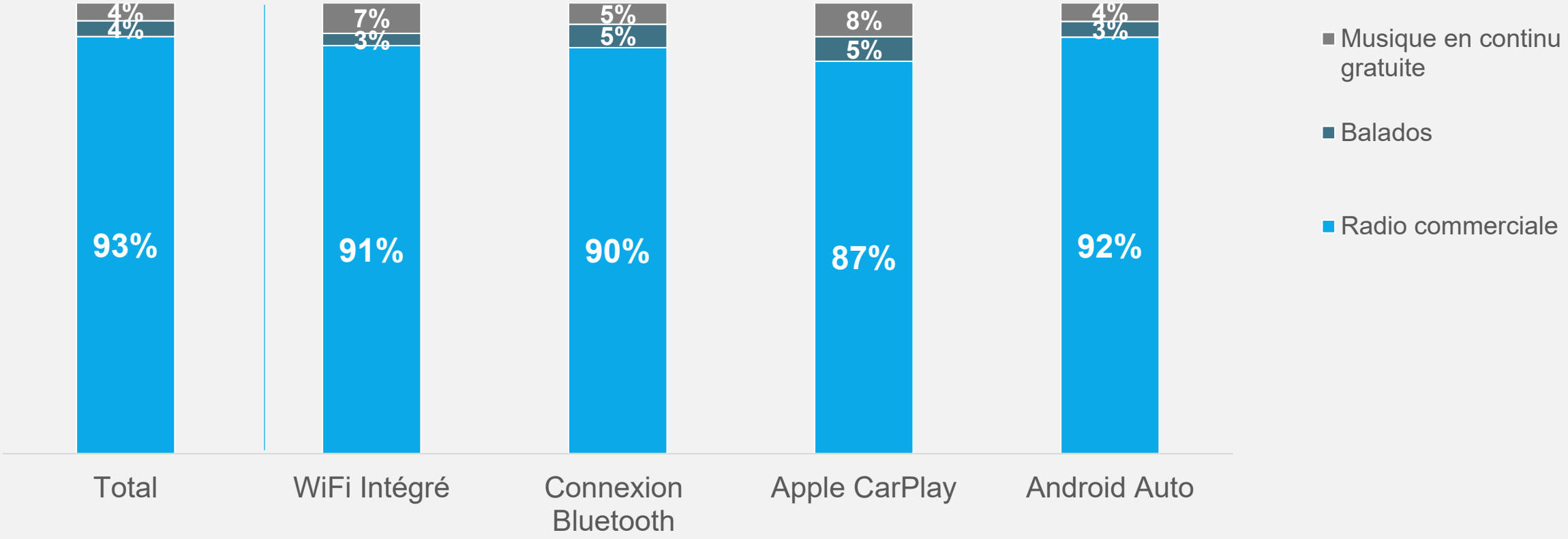


QC2 En pensant à tout le temps que vous avez passé dans la voiture HIER, combien de temps avez-vous passé à faire l'un des gestes suivants?
Base : Canadiens 18+

Même dans les voitures connectées, la radio domine

Dans les voitures équipées des plus récentes technologies, la radio demeure le choix numéro un

Part des types d'appareils audio technologiques disponibles dans la voiture/détenteur



QC2 En pensant à tout le temps que vous avez passé dans la voiture HIER, combien de temps avez-vous passé à faire l'un des gestes suivants?
Base : Canadiens 18+

AUTOMNE 2023

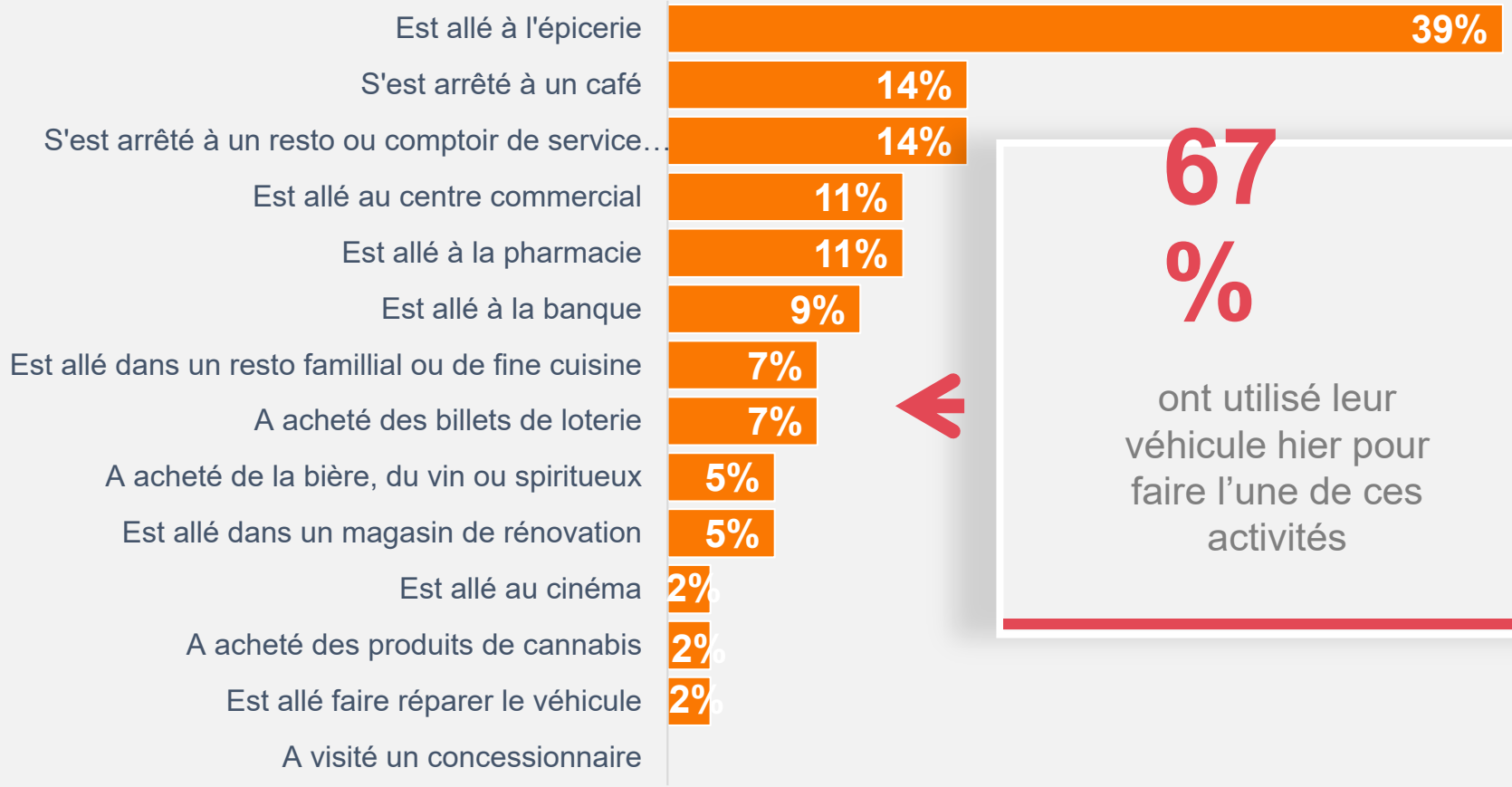
LA RADIO EN MOUVEMENT

SignalHill Insights
RADIO CONNEXIONS

INCITER LE CONSOMMATEUR À PASSER À L'ACTION

La radio commerciale rejoint les Canadiens alors qu'ils sont en déplacement et qu'ils effectuent des achats

La plupart des adultes canadiens étaient dans un véhicule hier et s'apprêtaient à dépenser de l'argent — et la majorité d'entre eux écoutaient la radio commerciale



67 %

ont utilisé leur véhicule hier pour faire l'une de ces activités

69

écoutaient la radio commerciale lors de leur déplacement

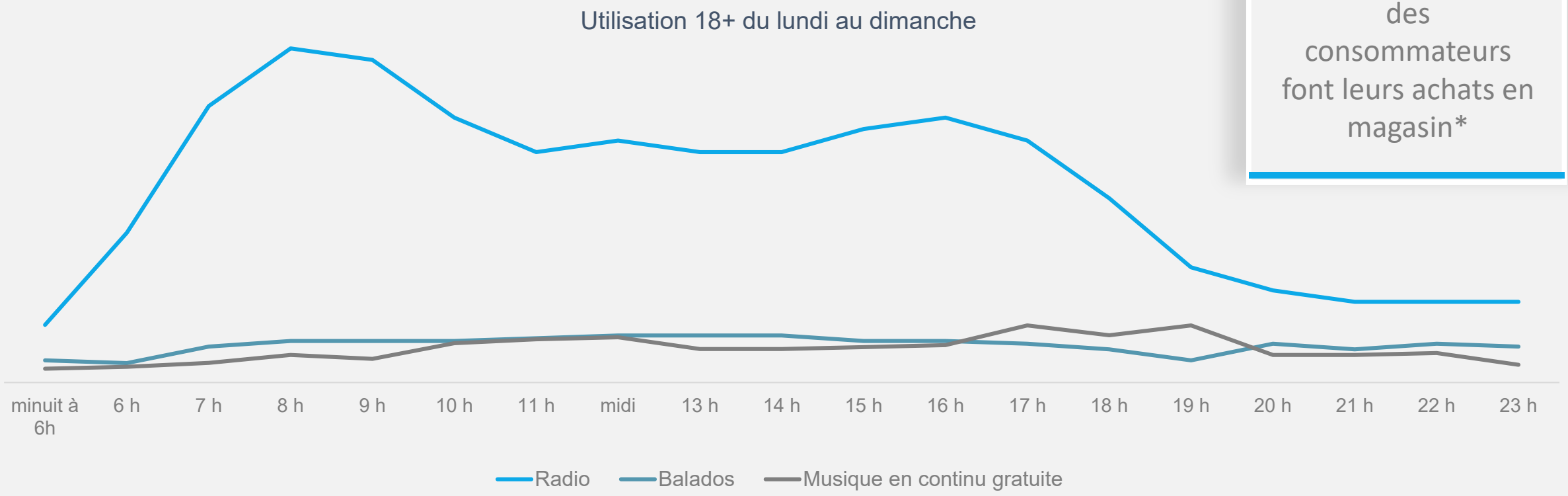
QC5d. Toujours en pensant au temps que vous avez passé dans la voiture HIER, avez-vous fait l'une de ces choses ou avez-vous utilisé votre voiture pour aller à l'un de ces endroits? Base : Canadiens dans un véhicule privé hier
QC5e : Écoutiez-vous la radio commerciale lorsque vous faisiez ceci ou vous rendiez à cet endroit hier? : Base : Canadiens qui ont fait au moins une de ces activités hier avec leur voiture

Durant toute la journée, la radio détient le plus vaste auditoire commercial

Alors que les commerces sont ouverts, c'est la radio qui domine

94%

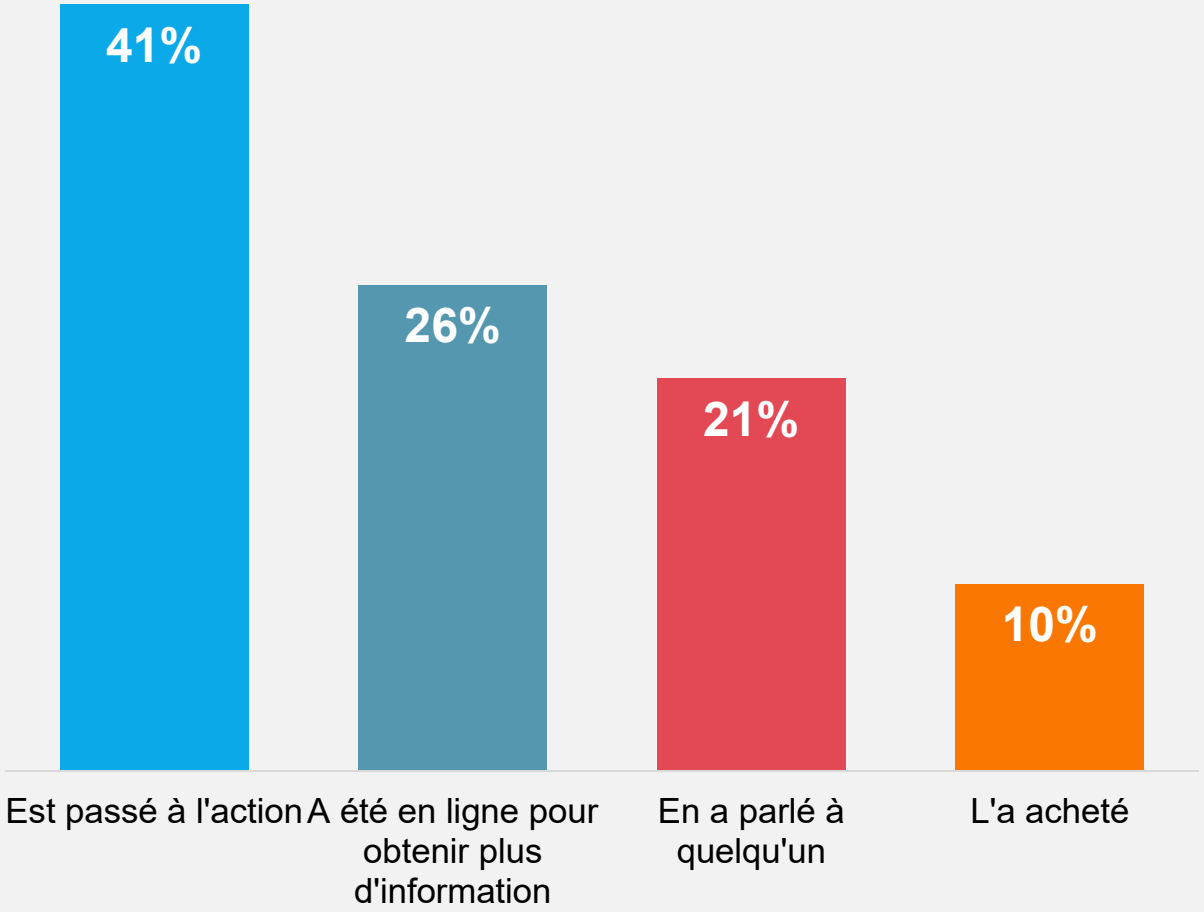
des consommateurs font leurs achats en magasin*



*Statistiques Canada, novembre 2023
QB3d. À QUELLES HEURES avez-vous écouté [média] hier?
Base : Canadiens 18+

Les publicités entendues à la radio incitent les auditeurs à passer à l’action

41% Des Canadiens de 18 ans et plus qui ont entendu un message publicitaire à la radio sont passés à l’action d’une façon ou d’une autre.



AD1. Que vous écoutiez dans votre voiture ou ailleurs, avez-vous déjà posé l’un des gestes suivant après avoir entendu une publicité d’une marque, un produit ou un service à la radio commerciale?

Les informations obtenues par le biais de la radio commerciale permettent aux Canadiens de découvrir de nouveaux produits et services disponibles dans leur région

45 %

Des 18-49 ans

Ont été informés sur un évènement se déroulant dans leur communauté, ils ont obtenu de nouvelles informations sur un produit ou un service.

32 %

Des 25-54 ans

Ont été informés d'un évènement qui se déroulait dans leur région (concert, festival ou évènement communautaire)

22 %

Des 18-34 ans

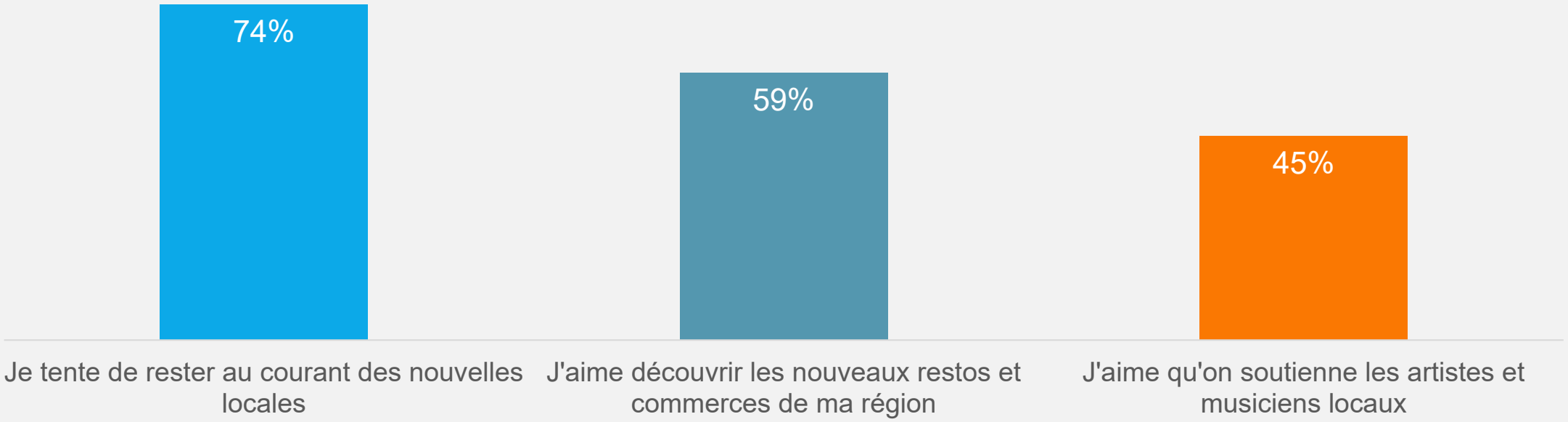
Ont entendu parler d'un produit ou d'un service qu'il ne connaissait pas auparavant

Q : NOUVEAU PRODUIT : Au cours des derniers mois, avez-vous vécu l'une de ces expériences en écoutant la radio?

Les Canadiens apprécient les nouvelles locales

Les Canadiens accordent une grande importance aux activités dans leur communauté. Près de trois quarts des adultes déclarent souhaiter suivre les informations locales, et la radio commerciale est un média local et en direct.

% des A18+ sont d'accord avec le fait que…



Q: IMPORTANCE DU MARCHÉ LOCAL: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants ?
Base: Canadiens 18+

Les marques qui investissent en publicité dans les médias locaux sont plus estimées par les Canadiens

52% **des adultes 18+**

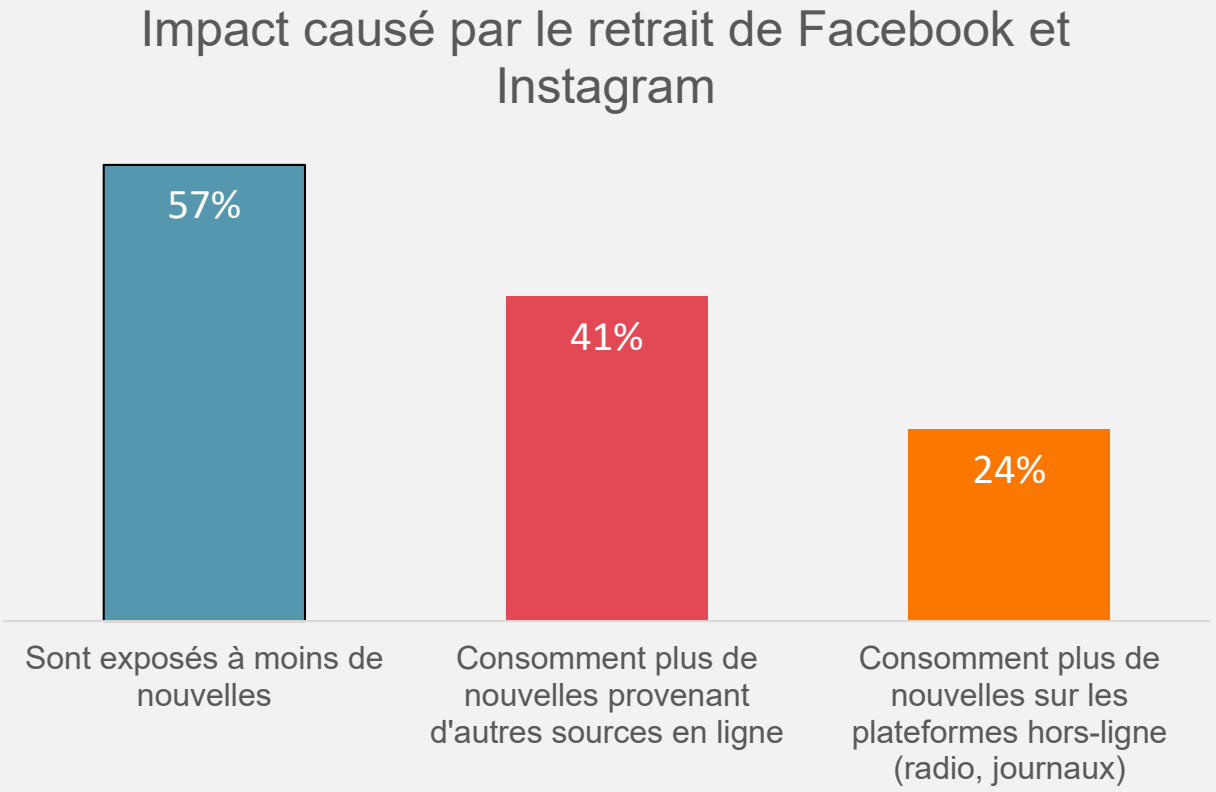
apprécient lorsque les annonceurs investissent leur budget publicitaire dans les médias locaux

Q : IMPORTANCE DU MARCHÉ LOCAL Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les points suivants?
Base : Canadiens 18+

Depuis le retrait de Meta, les Canadiens se tournent vers les médias hors-ligne

Alors que les liens d'actualités provenant de Facebook et Instagram ont été partiellement remplacés par d'autres sources en ligne, un quart des adultes canadiens, qui avaient l'habitude de s'informer sur Facebook et Instagram se tournent désormais vers des sources hors ligne.

Suite des changements apportés aux fils d'actualité sur Meta, des 49 % des Canadiens touchés :

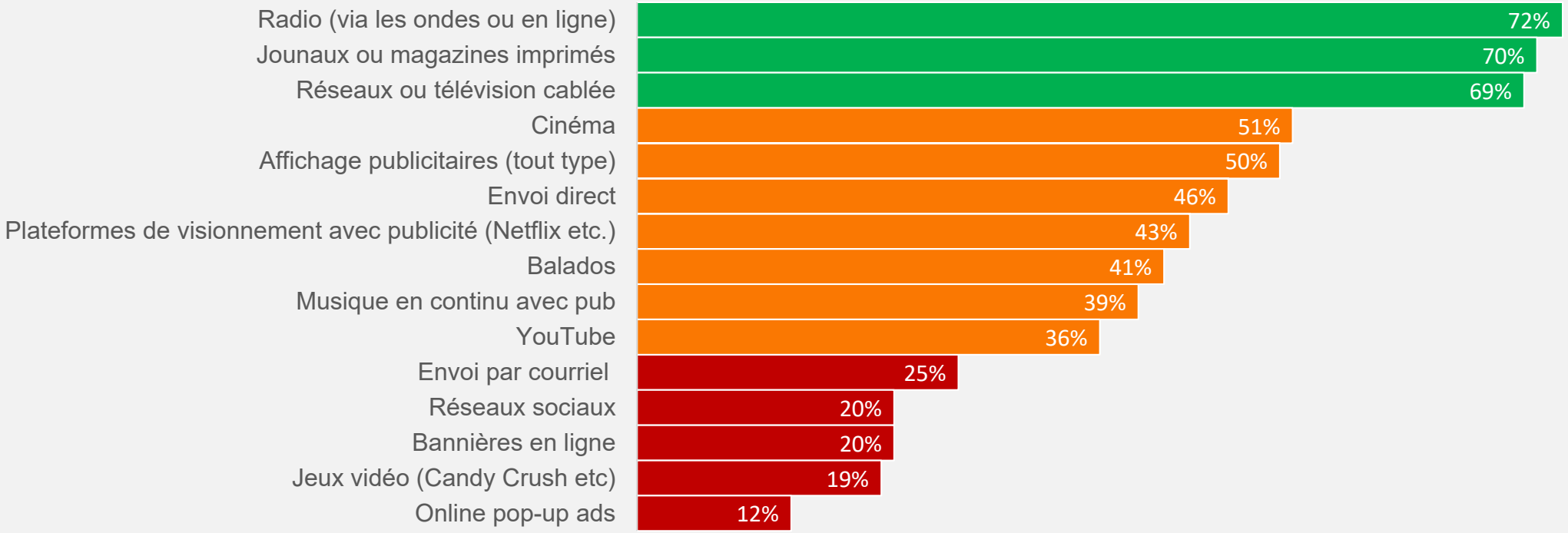


C18. En réponse à la législation canadienne, Meta a retiré, de ces plateformes Facebook et Instagram, les liens vers les médias au cours de l'été. Dans quelle mesure ces changements ont modifié vos habitudes de consommation des médias.

Les Canadiens font confiance aux publicités diffusées sur les stations de radio

Les publicités radio (tout comme celles des journaux/magazines imprimés et de la télévision) sont considérées comme étant les médias les plus fiables par les Canadiens, alors que les publicités numériques ne sont pas, selon eux, dignes de confiance.

% des Canadiens qui s'attendant à trouver des publicités dignes de confiance sur chaque média



PERCEPTIONS DES PUBLICITÉS. Pour chacun des médias suivants, veuillez préciser si oui ou non vous considérez que les publicités qu'on y diffuse ou publie sont dignes de confiance.

AUTOMNE
2023

LA RADIO EN MOUVEMENT

SignalHill Insights
RADIO CONNEXIONS

LA RADIO À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

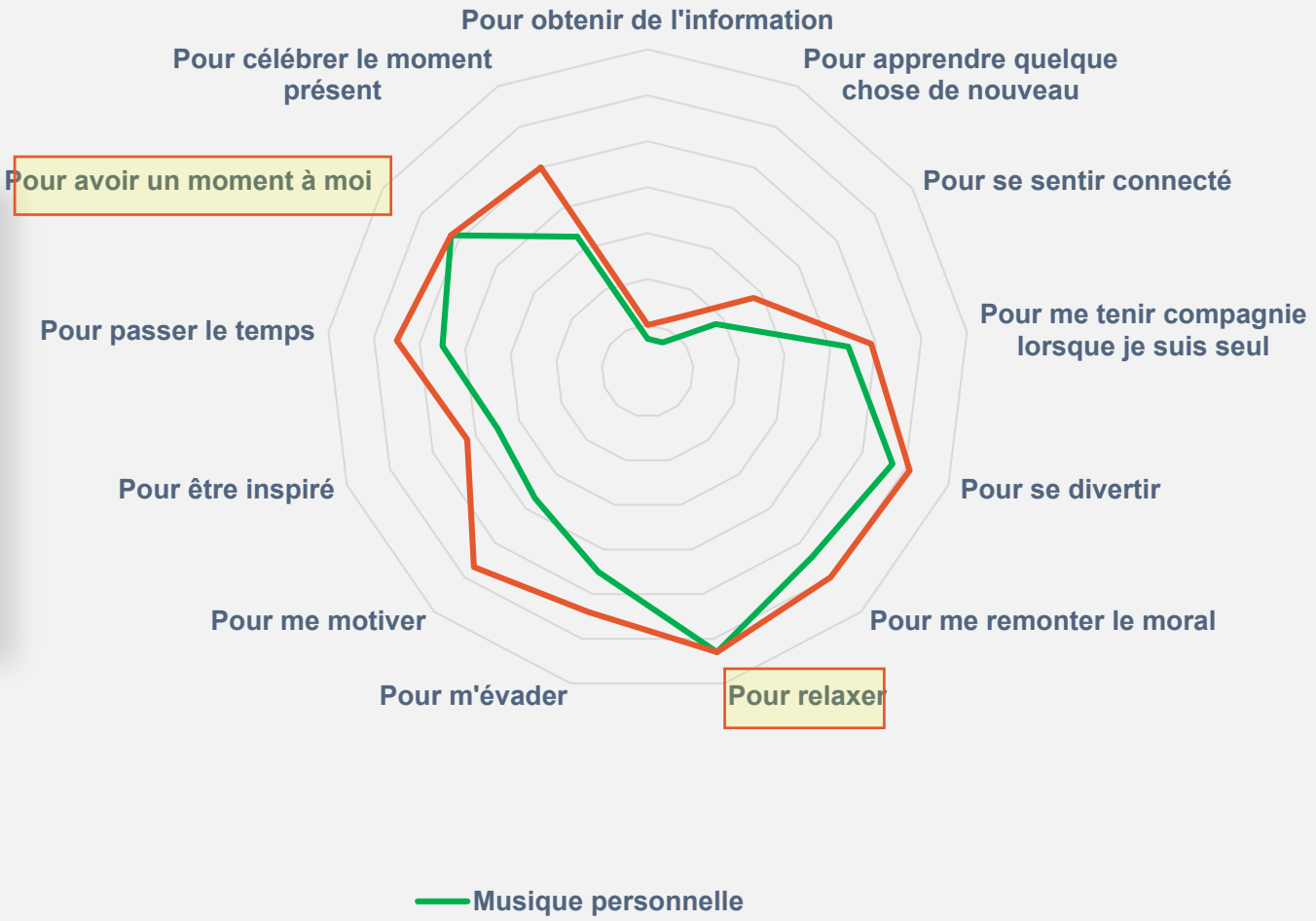
Parce qu'ils aiment les formats audios, les auditeurs de musique en continu sont aussi des auditeurs assidus de la radio

Parmi les auditeurs de la dernière semaine à avoir écouté de la musique en continu ou YouTube pour la musique :

E1. En pensant à tout le temps que vous passez à écouter à la maison, dans votre voiture, au travail, combien de temps au total avez-vous passé à écouter la radio commerciale lors d'une journée type?

L’écoute de la musique en ligne est la nouvelle façon d’écouter sa musique personnelle

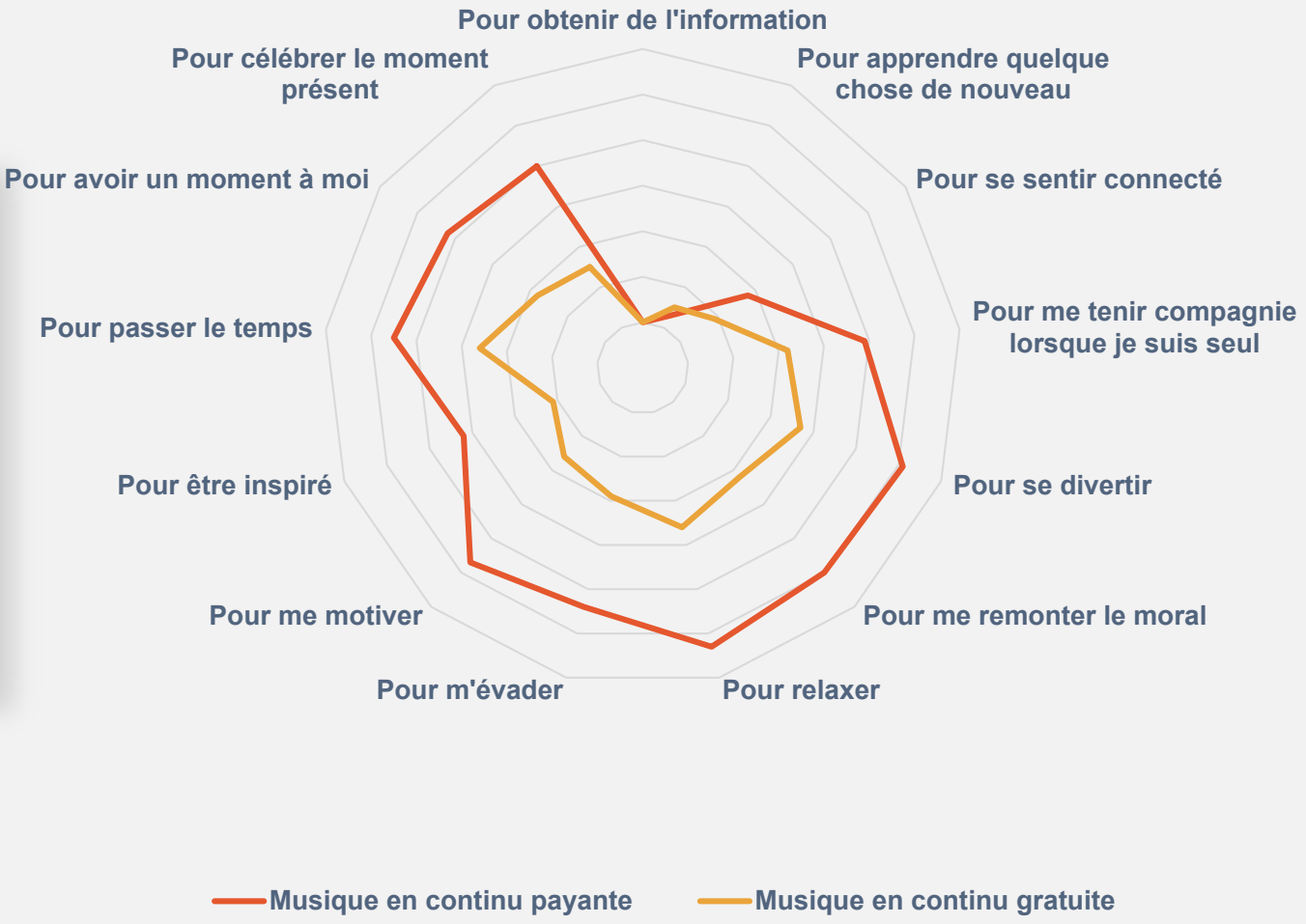
Les Canadiens se tournent vers les plateformes de musique en continu payantes pour les mêmes raisons qu’ils écoutent leurs CD, MP3 et vinyles : pour se détendre et relaxer



BESOINS_1_5. Et quel type d’audio, si c’est le cas, écoutez-vous pour chacune des raisons suivantes ?

La musique en ligne gratuite génère moins d’engagements

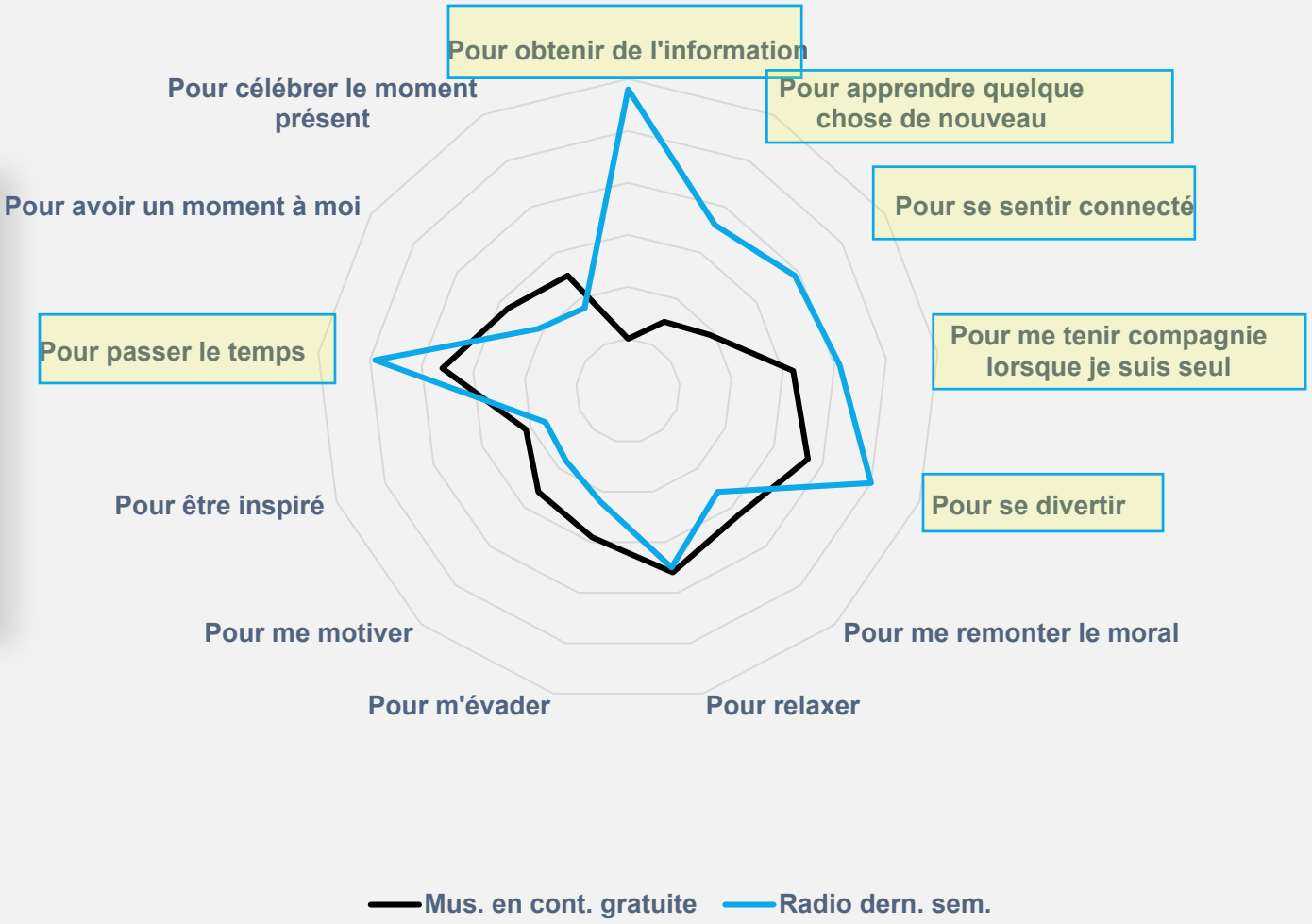
Les Canadiens sont moins engagés lorsqu’ils écoutent les plateformes de musique en continu gratuite — contrairement aux plateformes payantes, aucun besoin précis n’est comblé à l’écoute des plateformes de musique en continu gratuites.



BESOINS_1_5. Et quel type d’audio, si c’est le cas, écoutez-vous pour chacune des raisons suivantes?

Les auditeurs sont engagés envers la radio commerciale

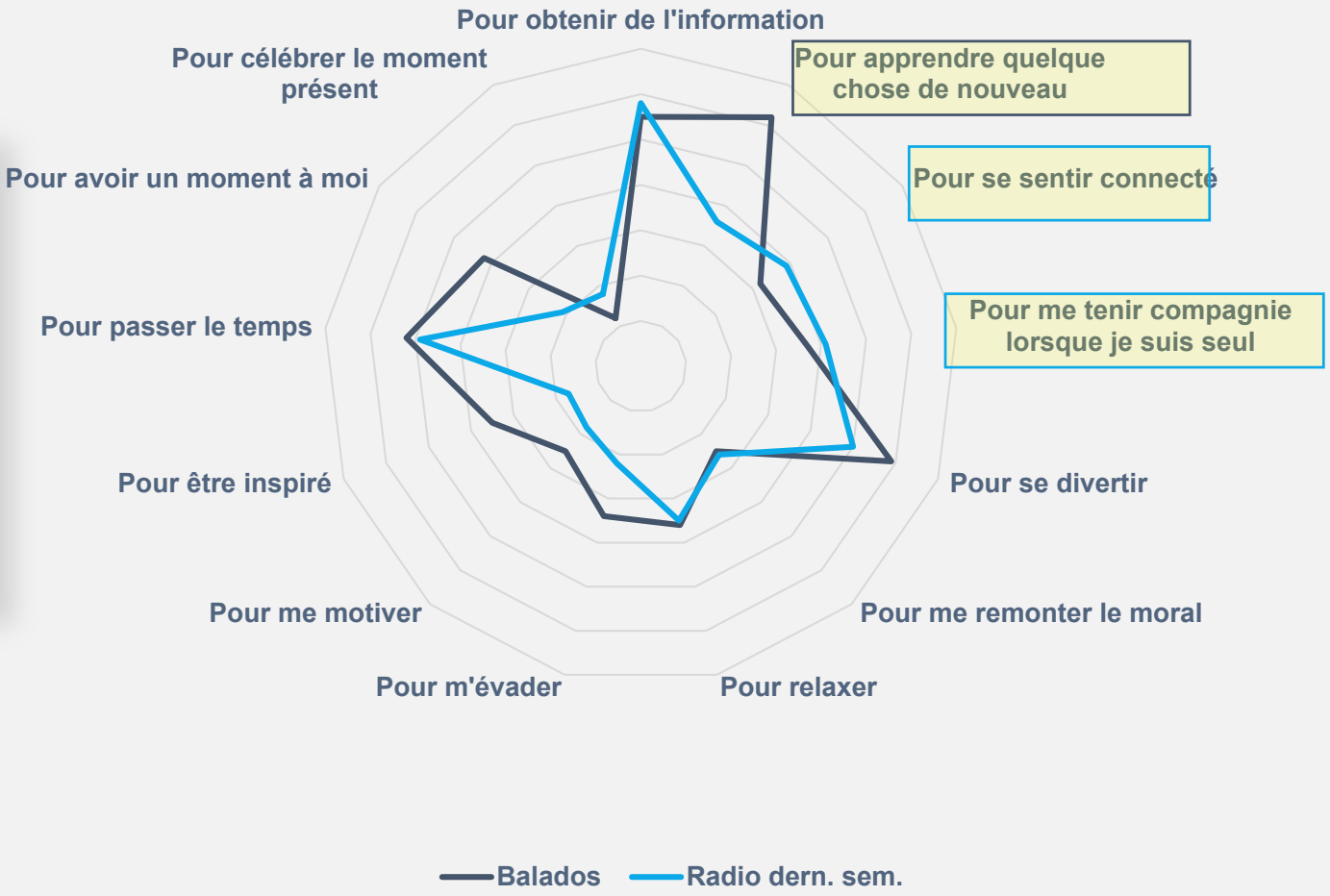
Contrairement à l'écoute des plateformes de musique en continu, les Canadiens se tournent vers la radio commerciale pour s'informer et se sentir connectés.



BESOINS_1_5. Et quel type d'audio, si c'est le cas, écoutez-vous pour chacune des raisons suivantes?

Le chevauchement est plus important entre la radio commerciale et les balados

La radio commerciale et les balados sont tous deux utilisés pour informer et divertir, cependant la radio accompagne l'auditeur et lui offre un plus grand sentiment de proximité, alors que les balados sont davantage axés sur l'apprentissage.

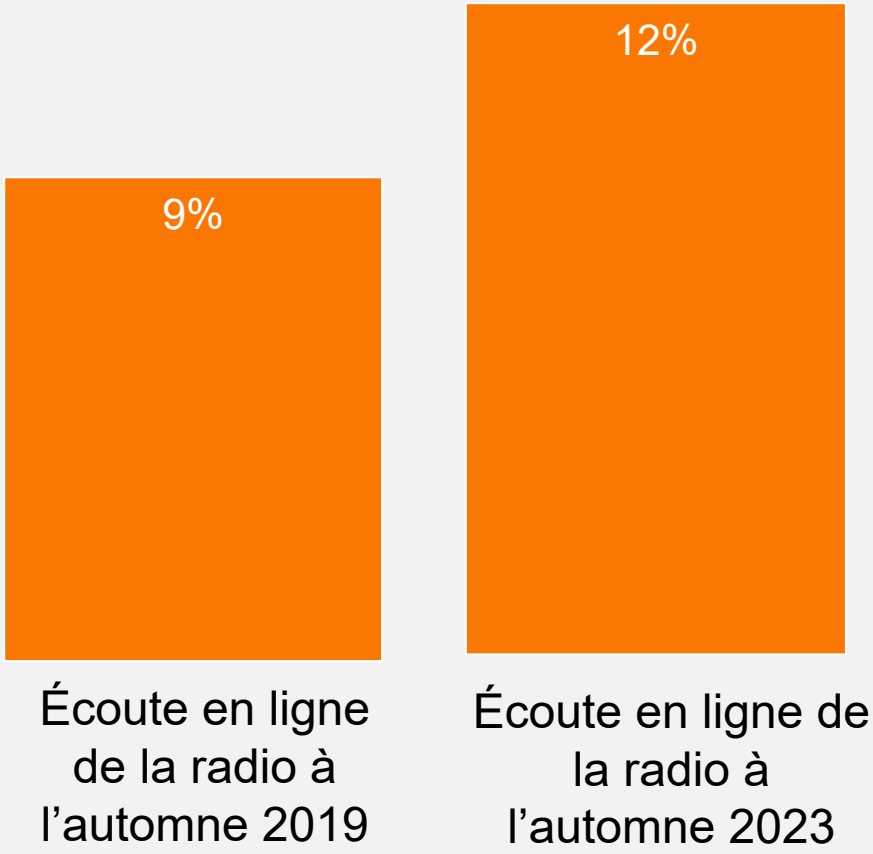


BESOINS_1_5. Et quel type d'audio, si c'est le cas, écoutez-vous pour chacune des raisons suivantes?

Les parts d’écoute de la radio en ligne ont augmenté de 33 % depuis l’automne 2019

12%

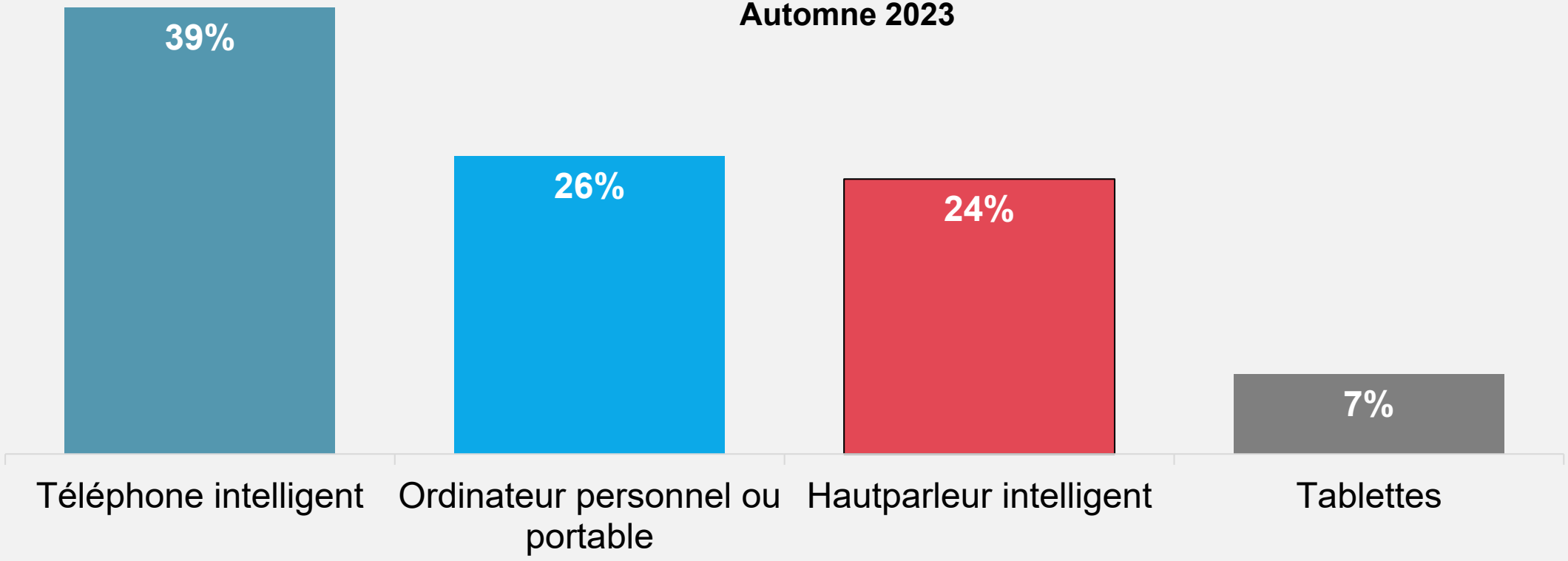
des 18 ans et plus écoutent désormais la radio en ligne. Ce pourcentage passe à 17% chez les 18 à 34 ans.



QB3dx. [Sommaire moyen] En repensant à chacun des types d’audio que vous avez dit écouter, combien d’heures et de minutes avez-vous passées à écouter chacun?

L’utilisation du téléphone intelligent domine l’écoute en ligne de la radio

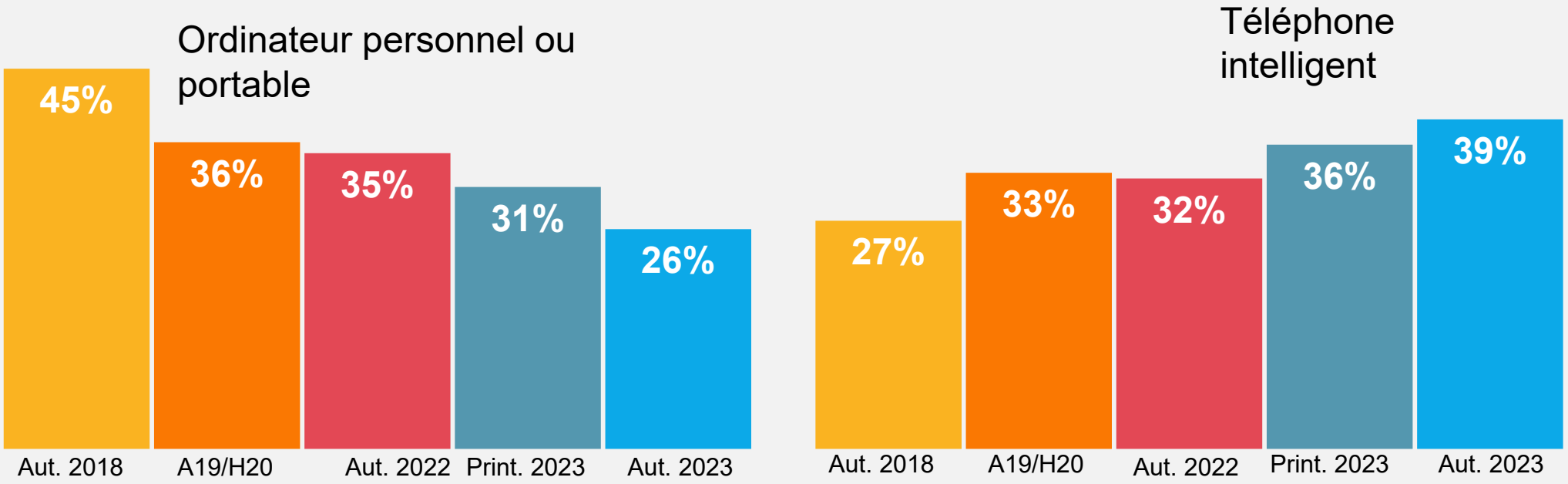
Écoute par type d’appareil numérique au cours de la dernière semaine
(parmi les auditeurs qui ont écouté la radio en ligne au cours de la dernière semaine)
Automne 2023



QB3e_1. En pensant à la semaine dernière, quels appareils avez-vous utilisés pour écouter chacun des médias suivants? Écoute de la radio commerciale en ligne
Base : Canadiens 18+, qui ont écouté la radio en ligne au cours de la dernière semaine ?

Le téléphone intelligent remplace les ordinateurs personnels ou portables pour l'écoute de la radio en ligne

Écoute par type d'appareil numérique au cours de la dernière semaine
(parmi les auditeurs qui ont écouté la radio en ligne au cours de la dernière semaine)

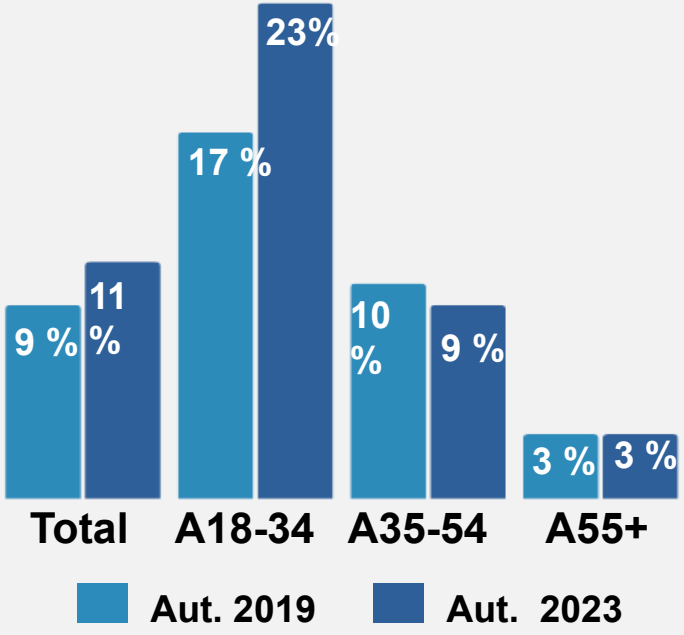


**Excluant la période de la pandémie de la COVID-19*

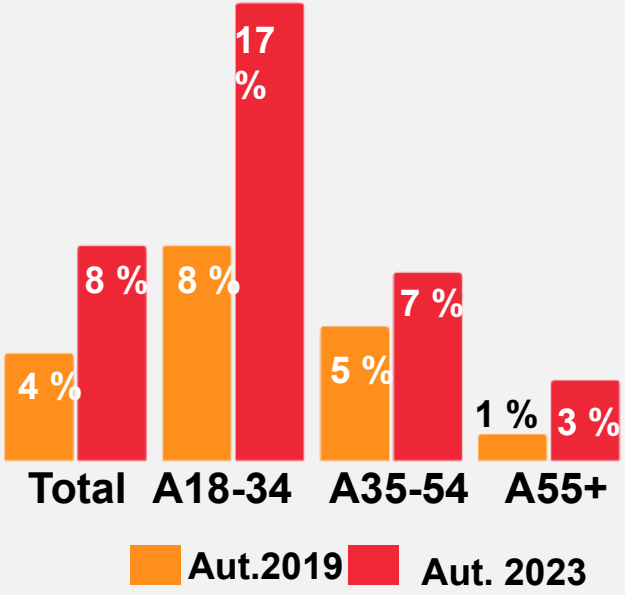
QB3e_1. En pensant à la semaine dernière, quels appareils avez-vous utilisés pour écouter chacun des médias suivants? Écoute de la radio commerciale en ligne
Base : Canadiens 18+, qui ont écouté la radio ligne la semaine dernière

Les Canadiens utilisent de plus en plus les écouteurs pour écouter la radio commerciale

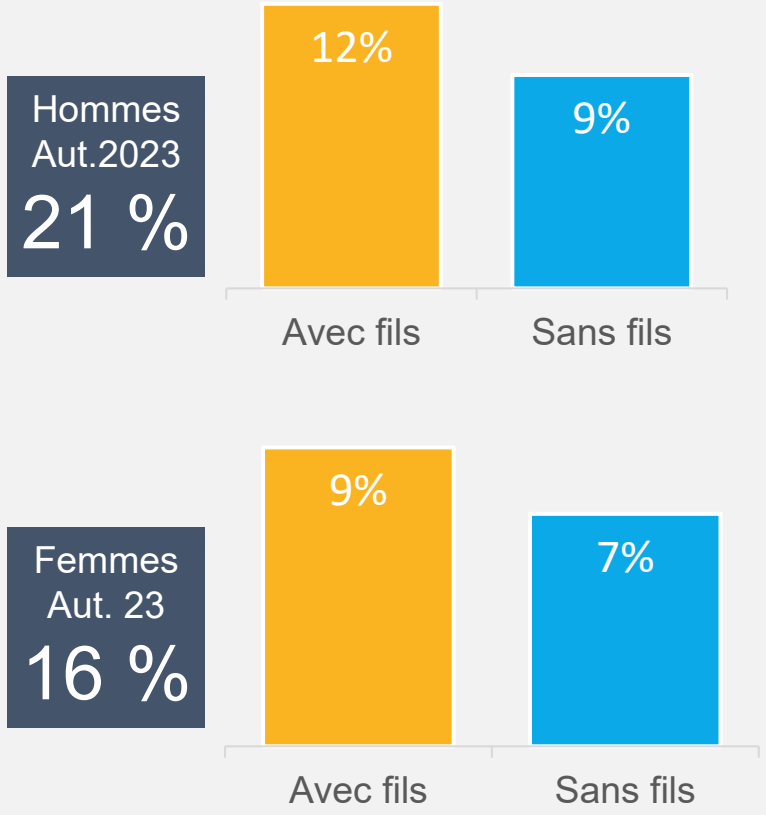
% de l'écoute avec des écouteurs **à fils**



% de l'écoute avec des écouteurs **sans fil**



% du temps total avec des écouteurs (Automne 2023)

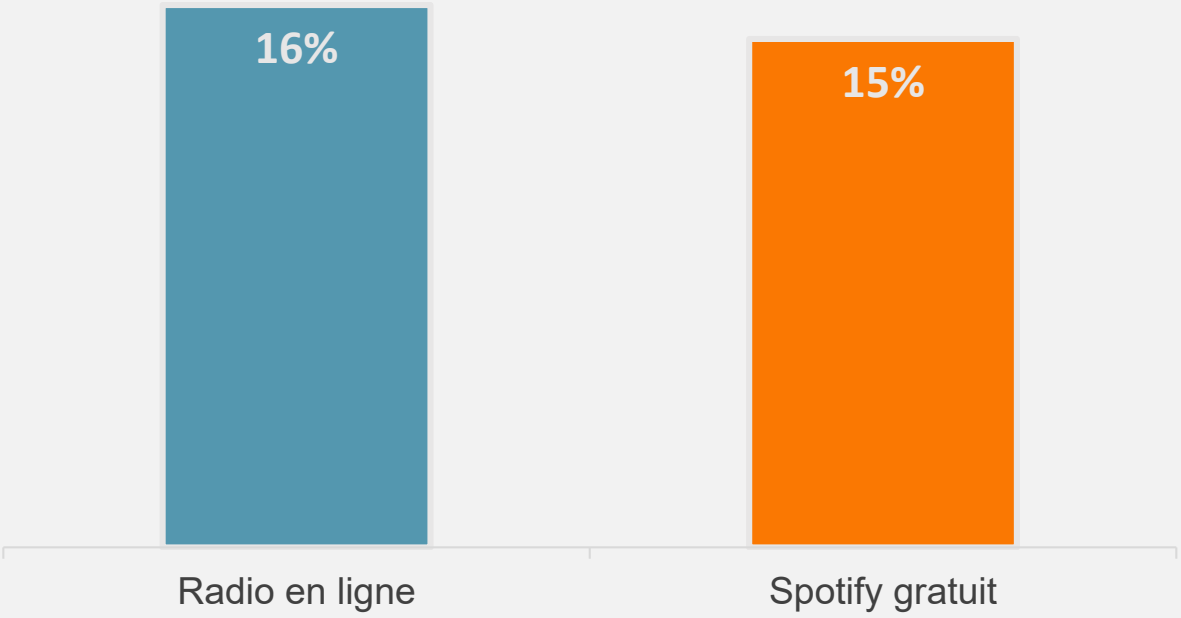


C1d. Considérant tout le temps que vous passez à écouter la radio commerciale, quelle est la proportion… [par le biais d'un casque ou d'écouteurs connectés PAR FIL à un appareil mobile] [par le biais d'un casque ou d'écouteurs connectés SANS FIL à un appareil mobile via Bluetooth] [par le biais de hautparleurs]
Base : Canadiens 18+

La radio commerciale en ligne devance Spotify en ce qui a trait à la portée envers un auditoire « adressable »

Pour les annonceurs qui cherchent à rejoindre les auditeurs en ligne, la portée en ligne de la radio est plus grande que celle de Spotify avec publicité

Utilisation au cours de la dernière semaine A25-54

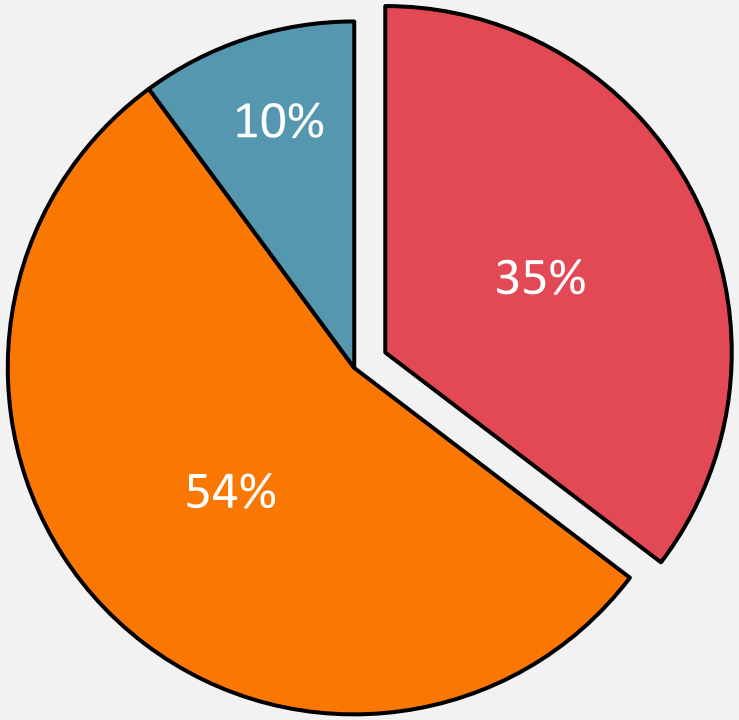


B3B. À quand remonte la dernière fois, le cas échéant, que vous avez écouté un des types d'audio suivants sur N'IMPORTE QUEL APPAREIL? (Dernière semaine)
F16a. Vous avez mentionné écouter Spotify, laquelle des descriptions suivantes définit le mieux votre type d'abonnement ?
Base : Canadiens 18+

Les auditeurs quotidiens de Spotify sont de plus en plus difficiles à rejoindre avec de la publicité

Depuis son lancement, les auditeurs de Spotify migrent vers la plateforme payante, les Canadiens préférant louer leur musique personnelle plutôt que de l'acheter.

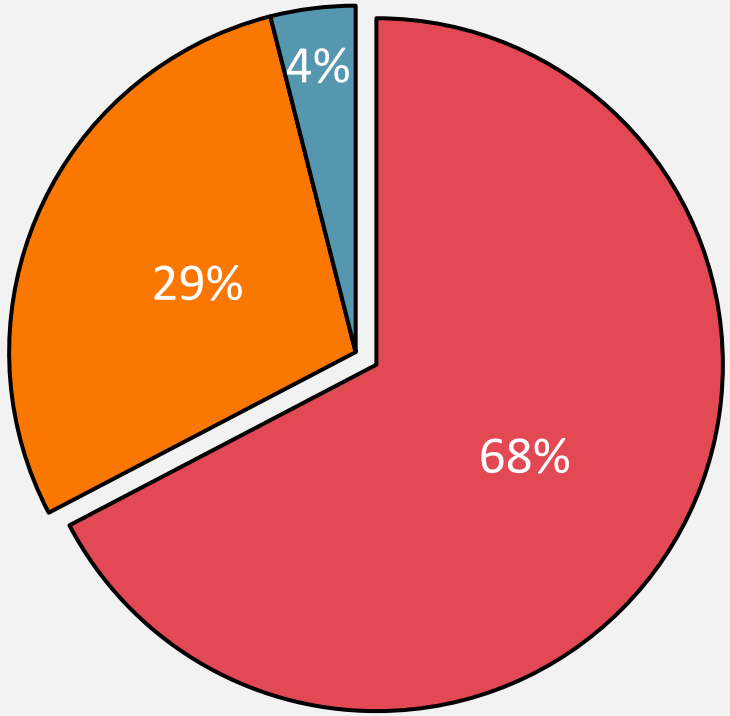
% des auditeurs quotidiens de Spotify – Automne 2017



Type d'abonnement à Spotify

- Abonnement payant
- Abonnement gratuit
- Abonnement d'une autre personne

% des auditeurs quotidiens de Spotify – Automne 2023

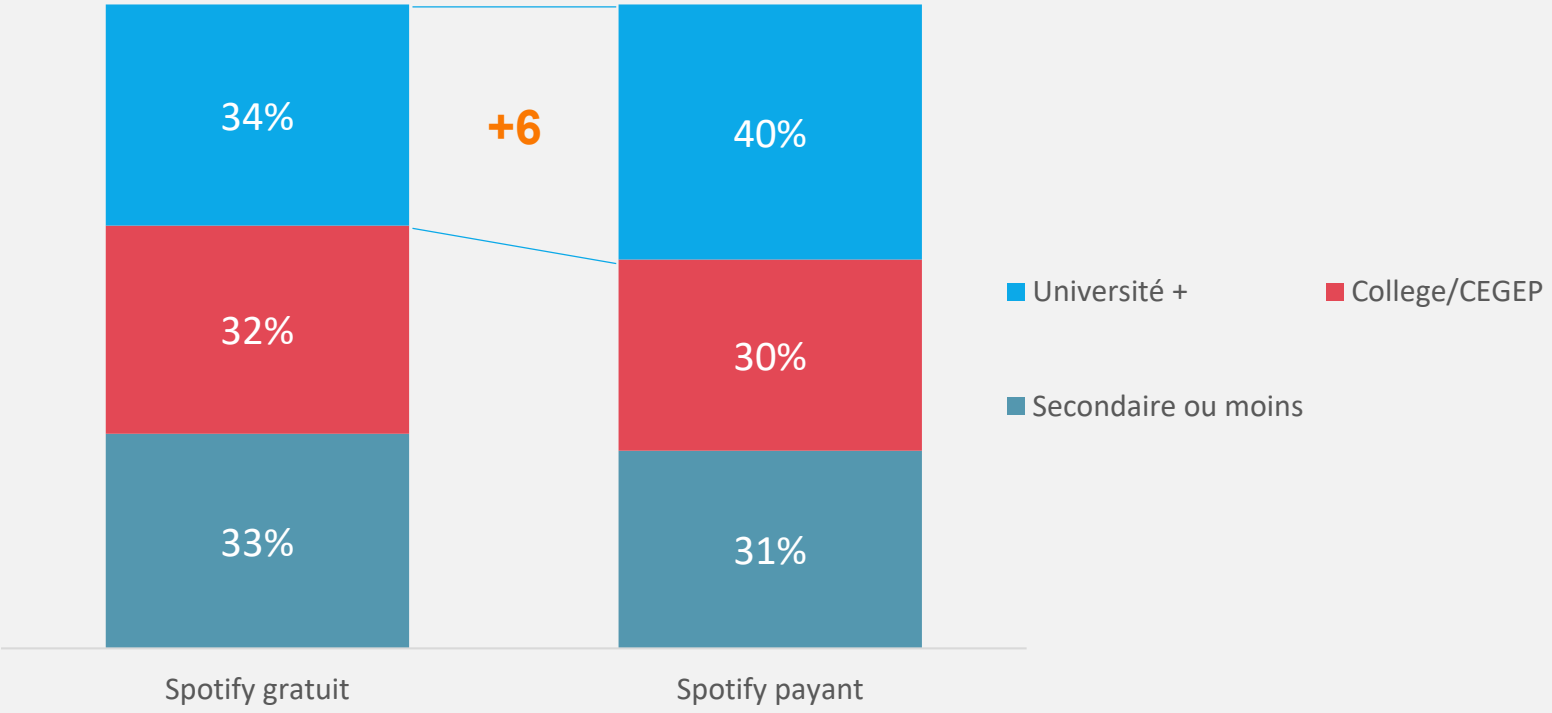


F16a. Vous avez mentionné écouter Spotify, laquelle des descriptions suivantes définit le mieux votre type d'abonnement.
Base : Canadiens 18+

Les utilisateurs de Spotify sans publicité sont beaucoup plus scolarisés

Les Canadiens ayant un niveau de scolarité supérieur sont plus enclins à payer pour leur abonnement Spotify et ainsi éviter les publicités diffusées par le biais de l'application de Spotify

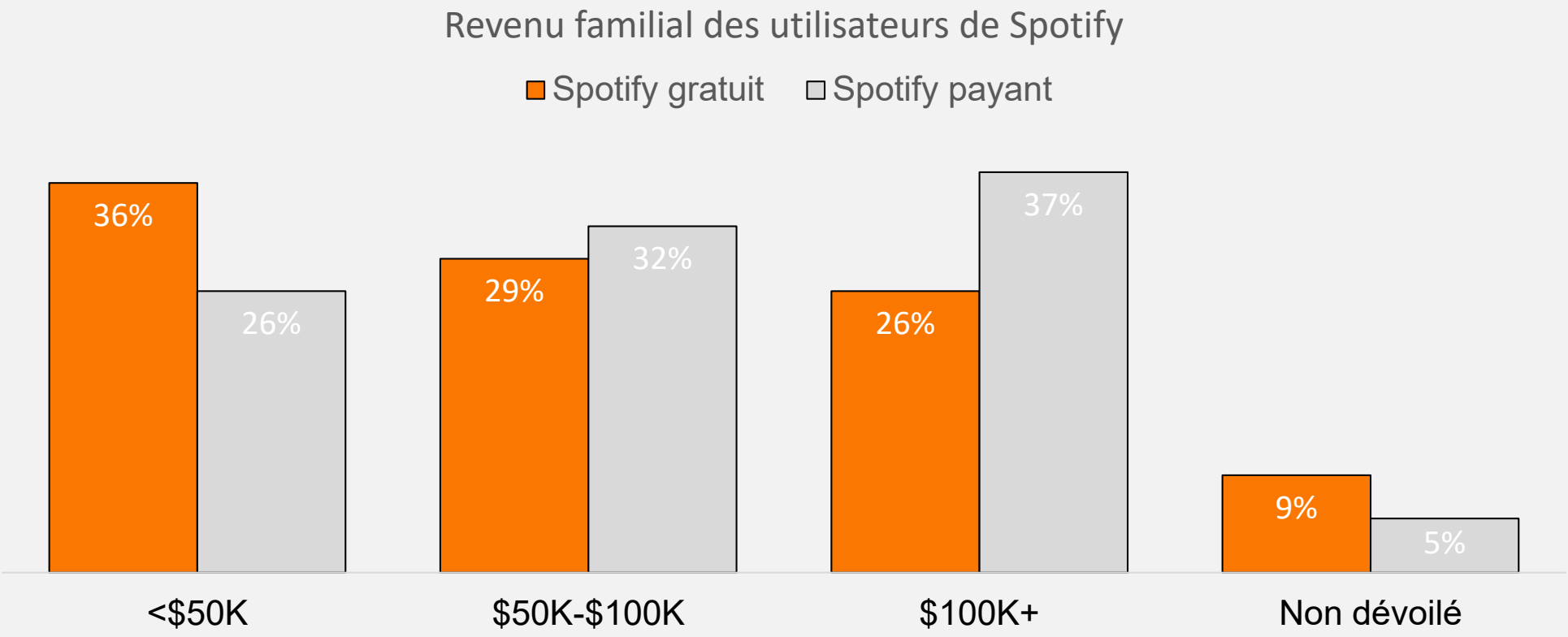
Niveau de scolarisation des auditeurs quotidiens de Spotify



F16a. Vous avez mentionné écouter Spotify, laquelle des descriptions suivantes définit le mieux votre type d'abonnement ?
Base: Canadiens 18+, écoutent Spotify quotidiennement

Les auditeurs de Spotify qui utilisent la plateforme gratuite sont moins fortunés

Naturellement, les plus fortunés choisissent de débourser pour la version payante de Spotify.

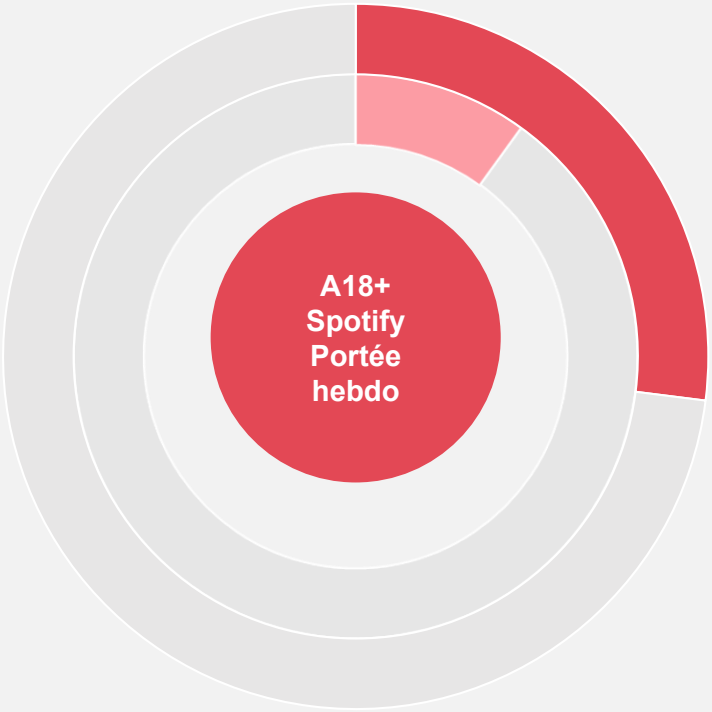


F16a. Vous avez mentionné écouter Spotify, laquelle des descriptions suivantes définit le mieux votre type d'abonnement ?
Base: Canadiens 18+, écoutent Spotify quotidiennement

Les auditeurs de Spotify avec publicité ne représentent qu’une fraction de son audience totale

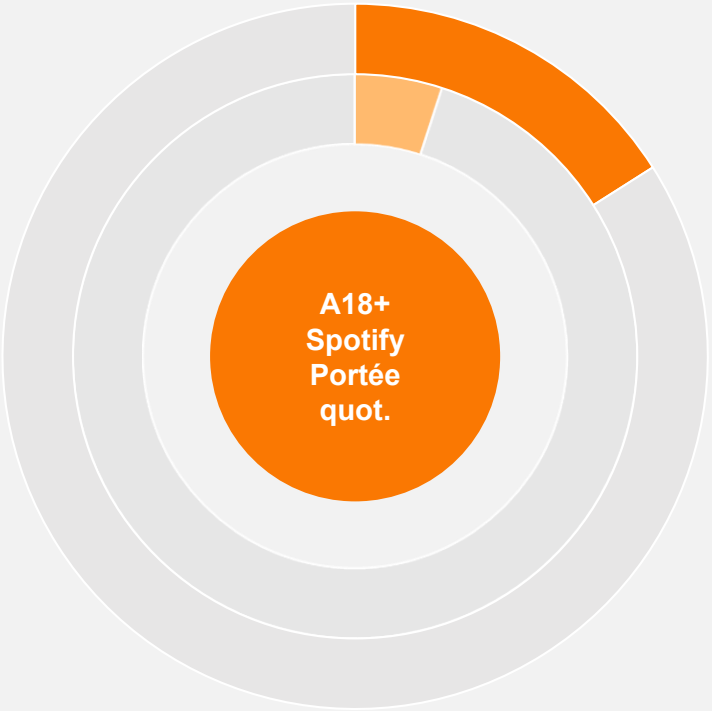
Spotify total
Portée hebdo 27%

Spotify gratuit
Portée hebdo10%



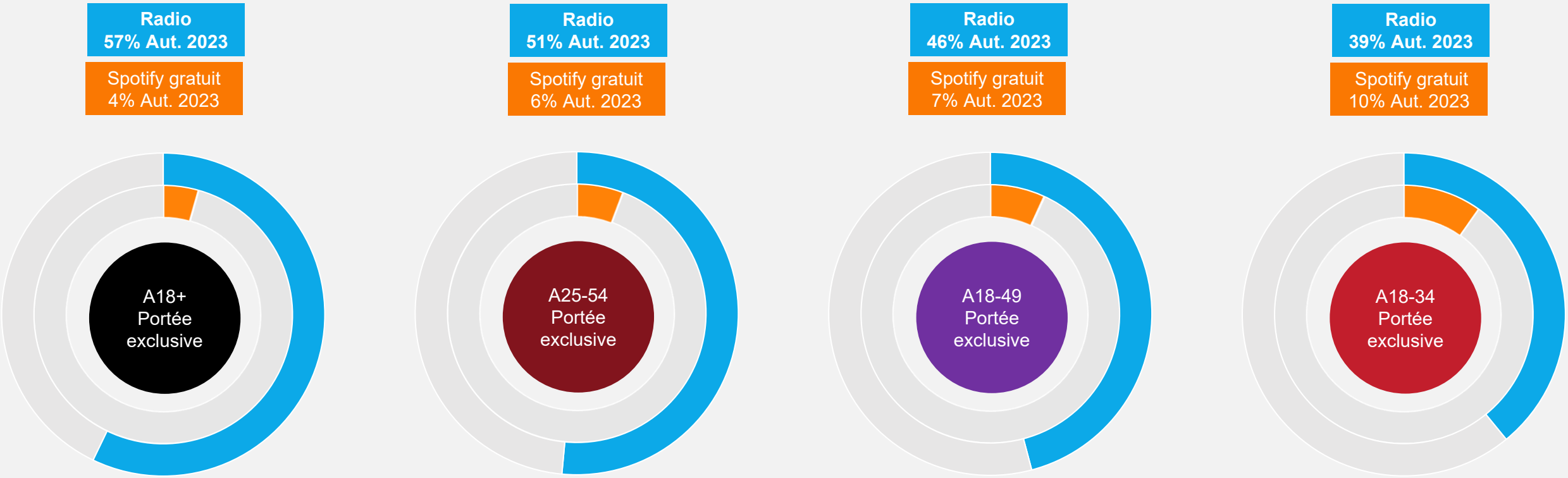
Spotify total
Portée quot. 16%

Spotify gratuit
Portée quot. 5%



F16a. Vous avez mentionné écouté Spotify, laquelle des descriptions suivantes définie le mieux votre type d’abonnement ?
Base: Canadiens 18+, écoutent Spotify quotidiennement

Parmi tous les groupes cibles, la radio génère une plus grande portée exclusive hebdomadaire que Spotify avec publicité

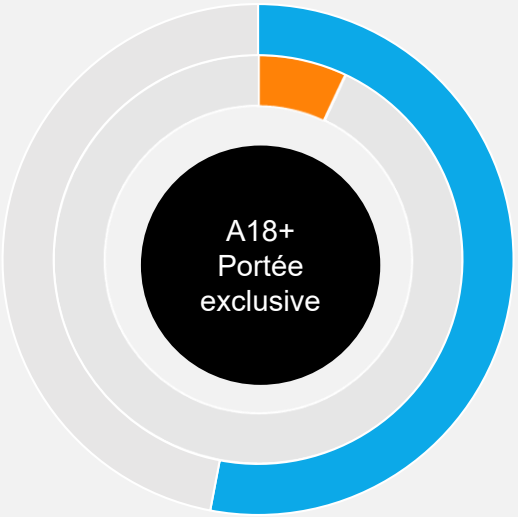


B3e_EN LIGNE_2. Vous avez mentionné avoir écouté de la musique en ligne la semaine dernière. Quelles plateformes GRATUITES avez-vous écoutées la semaine dernière?
Base: Canadiens 18+
B3B À quand remonte la dernière fois, le cas échéant, que vous avez écouté un des types d'audio suivants sur N'IMPORTE QUEL APPAREIL?
SOMMAIRE DES TABELAUX DERNIRÈE SEMAINE
Base: Canadiens 18+

La portée hebdomadaire exclusive de la radio commerciale est beaucoup plus élevée que celle des balados

Radio
53 % Aut. 2023

Balados
7 % Aut. 2023

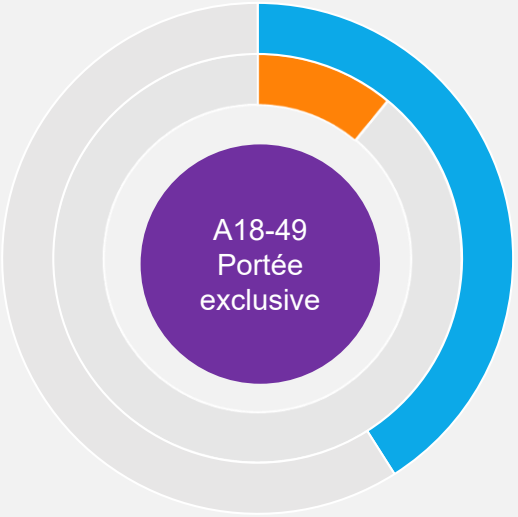


Radio
45 % Aut. 2023

Balados
9 % Aut.2023

Radio
41 % Aut. 2023

Balados
11 % Aut. 2023

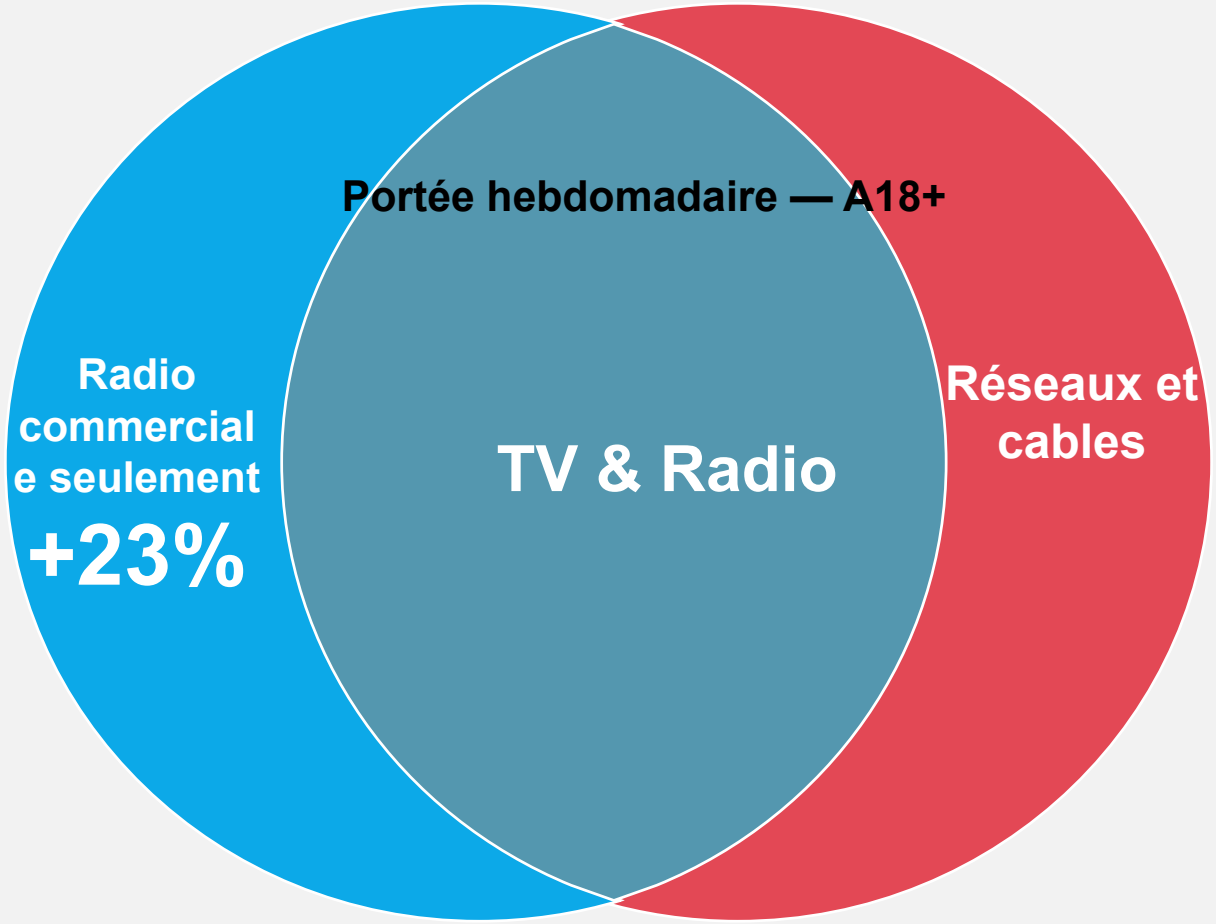


Radio
33 % Aut. 2023

Balados
12 % Aut. 2023

B3e_EN LIGNE_2. Vous avez mentionné avoir écouté de la musique en ligne la semaine dernière. Quelles plateformes GRATUITES avez-vous écoutées la semaine dernière?
B 3 BA quand remonte la dernière fois, le cas échéant, que vous avez écouté un des types d'audio suivants sur N'IMPORTE QUEL APPAREIL?
SOMMAIRE DES TABLEAUX DERNIÈRE SEMAINE
Base : Canadiens 18+

Les campagnes radio et télévision sont complémentaires



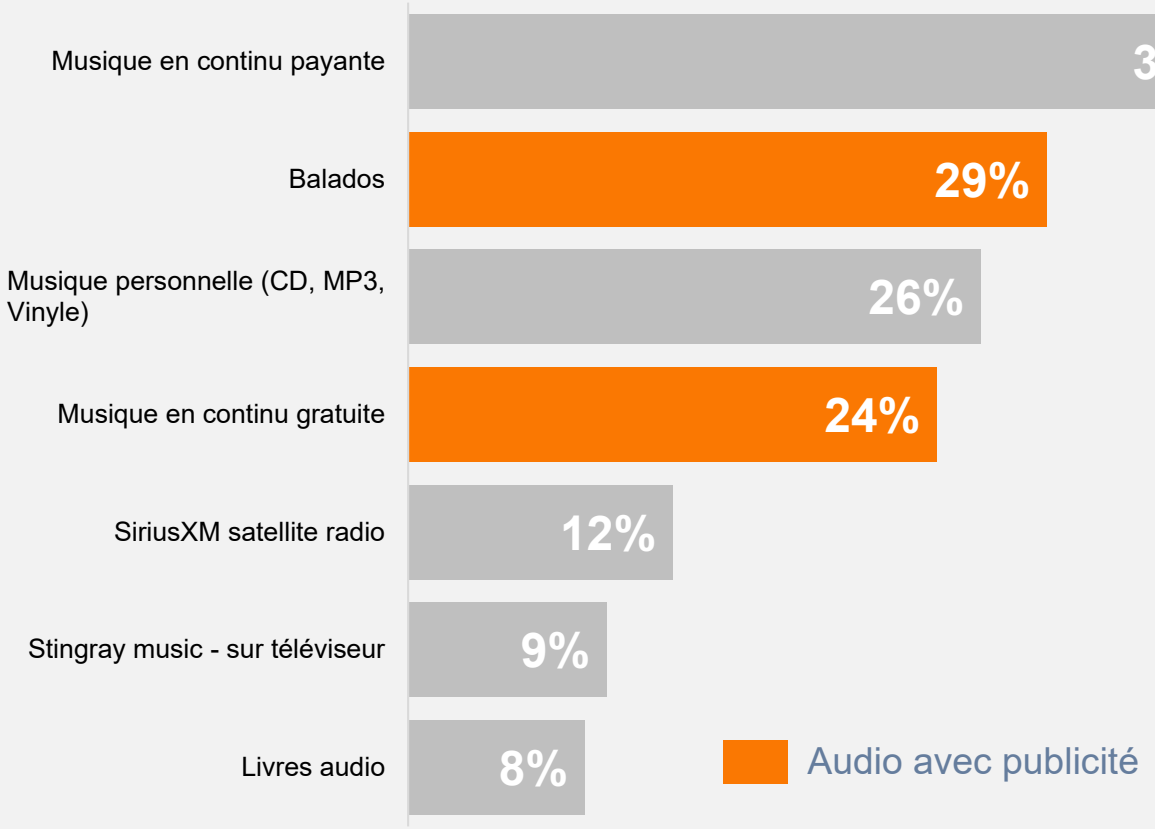
Bien que le chevauchement soit considérable entre la télévision et la radio, chacun de ces médias rejoint un auditoire que l'autre ne rejoint pas.
La radio permet d'augmenter la portée d'une campagne de télévision de 23 %.

AUTRE MÉDIA. À quand remonte la dernière fois, le cas échéant, que vous avez écouté un des types d'audio suivants sur N'IMPORTE QUEL APPAREIL?
SOMMAIRE DES TABLEAUX DERNIÈRE SEMAINE
Canadiens 18+

Comparativement à d'autres plateformes audios, la radio génère la plus grande portée au service des annonceurs

La radio est la plateforme dominante pour les annonceurs qui souhaitent diffuser un message audio

Ont écouté au cours de la dernière semaine A25-54:



84%* Portée Moyenne de la radio auprès des adultes 25 à 54 ans selon PPM

* PPM Aut. 2023 CTRL / AW / Portée hebdo %

B3b. À quand remonte la dernière fois, le cas échéant, que vous avez écouté un des types d'audio suivants sur N'IMPORTE QUEL APPAREIL?
Base : Canadiens 18+

Automne 2O23

LA RADIO EN MOUVEMENT

SignalHill Insights

RADIO CONNEXIONS

POINTS IMPORTANTS À RETENIR

Points importants à retenir

01

La radio commerciale est la plus puissante plateforme audio

La radio détient 75% des parts de l'audio avec publicité

02

La radio commerciale domine dans la voiture

Dans la voiture, 9 minutes sur 10 du temps commercial sont passées à écouter la radio commerciale

03

Inciter le consommateur à passer à l'action

2/3 des Canadiens qui étaient en déplacement dans un véhicule hier dépensaient de l'argent et la plupart étaient à l'écoute de la radio

04

Il y a plus d'auditeurs à l'écoute de la radio en ligne qu'à l'écoute de Spotify gratuit

La radio en ligne voit son auditoire croitre alors que Spotify gratuit est délaissé par les auditeurs

05

La radio en ligne détient une plus grande portée exclusive

Aucune autre plateforme audio avec publicité que la radio ne peut rejoindre autant de consommateurs canadiens

AUTOMNE 2023

MERCI!

Questions:

Matt@signalhillinsights.ca
Caroline.gianias@radioconnects.ca
Lisa.Dillon@radioconnects.ca
Chantal.leblanc@radioconnects.ca