

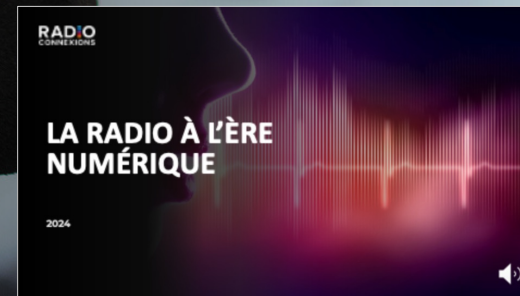
REDÉCOUVREZ LE POUVOIR DE LA RADIO COMMERCIALE

2024



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 en cas de situation critique 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.

Les informations suivantes vous aideront à comprendre le pouvoir de la radio commerciale



**FAITS SAILLANTS
CE QU'IL FAUT SAVOIR À
PROPOS DE LA RADIO
COMMERCIALE**

2024

ON AIR
Radio



L'UNIVERS RADIO CANADIEN

716 STATIONS DE RADIO COMMERCIALES

119 AM | 597 FM
529 anglais | 97 français |
27 ethniques | 63 autres

Source: CRTC 2022

3E 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 Global Report 2021

1,5G \$ DE REVENUS PUBLICITAIRES

Les annonceurs investissent plus de 1,5 G \$ en radio afin de rejoindre les consommateurs canadiens

Source: CRTC 2022

LA RADIO LOCALE GÉNÈRE DES VENTES

67% des revenus publicitaires proviennent des ventes locales.

Source: CRTC 2022

FAITS SAILLANTS

1

LA PORTÉE DE LA RADIO EST INÉGALÉE

La radio commerciale rejoint 85 % des Canadiens chaque semaine et plus de 54 % des Canadiens chaque jour. Les Canadiens écoutent près de 8 heures par semaine dans les marchés PPM et encore plus à l'extérieur des grands marchés urbains.

Source: Numeris Automne 23 AW TMC PPM 12+

2

LA RADIO DÉTIENT LA PLUS IMPORTANTE PART DE L'AUDIENCE AUDIO COMMERCIALE

3 heures d'écoute sur 4 de l'écoute audio commerciale proviennent de la radio commerciale, soit 3 fois plus que les balados et les plateformes de musique en continu combinés.

Source: LREM automne 2023

3

LA RADIO DOMINE SUR LA ROUTE

La radio commerciale domine avec 92% de l'audio commercial disponible pour rejoindre les Canadiens dans leur voiture. 9 des 10 heures d'écoute sur des plateformes commerciales sont détenues par la radio commerciale

Source: LREM automne 2023

4

LES CANADIENS RÉAGISSENT AUX PUBLICITÉS ENTENDUS À LA RADIO

4 Canadiens sur 10 sont passés à l'action après avoir entendu un message publicitaire à la radio commerciale; qu'il s'agisse d'acheter le produit, d'en parler à quelqu'un ou faire des recherches en ligne.

Source: LREM automne 2023

5

LA RADIO COMMERCIALE EST NUMÉRIQUE

Depuis l'automne 2019, l'écoute de la radio en ligne a augmenté de 9 à 12%; et pour les 18-34 ans 17% de leur temps à écouter la radio s'effectue en ligne.

Source: LREM automne 2023

6

LA RADIO EN LIGNE REJOINT PLUS DE CANADIENS QUE LA VERSION GRATUITE DE SPOTIFY

Pour les annonceurs qui recherchent les auditeurs en ligne, la radio commerciale génère plus d'auditeurs que Spotify gratuit.

Source: LREM automne 2023

MÉTHODOLOGIE

Il existe trois types de méthodologies pour la mesure de l'écoute radio



NUMERIS Audimètre personnel (PPM)

Numeris travaille avec les données provenant de 4 560 foyers, soit plus de 8 700 Canadiens. Un panel partagé avec la télévision et celui-ci fournit des informations de façon passive dans les cinq plus grands marchés au Canada; ceux-ci représentent 55 % de la population. Les données sont disponibles toutes les 13 semaines.



NUMERIS 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.



RADIOCOUNT CATI Entrevues

radioCount 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.



LA RADIO DEMEURE LA PLUS IMPORTANTE SOURCE AUDIO CHEZ LES CANADIENS DE 18 ANS ET PLUS

49%

A18+ Temps
passé à écouter
l'audio

Musique perso* **35%**

Sirius XM **11%**

Balados **9%**

Musique en conti. grat. **7%**

Plateforme avec
publicité

Incluant la propriété des albums physique tels CD, vinyle ou MP3
/ musique en continu gratuite et Sirius XM

Source: La radio en mouvement automne 2023

RADIO
CONNEXIONS

L'AMPLEUR DE LA RADIO PERMET DE REJOINDRE LES CONSOMMATEURS PARTOUT AU CANADA

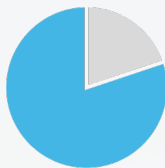
De plus, la radio commerciale est la seule plateforme audio capable de diffuser des messages commerciaux minute par minute, et ce, à grande échelle



La radio rejoint **14.4 millions** de Canadiens **chaque semaine** dans les marchés PPM

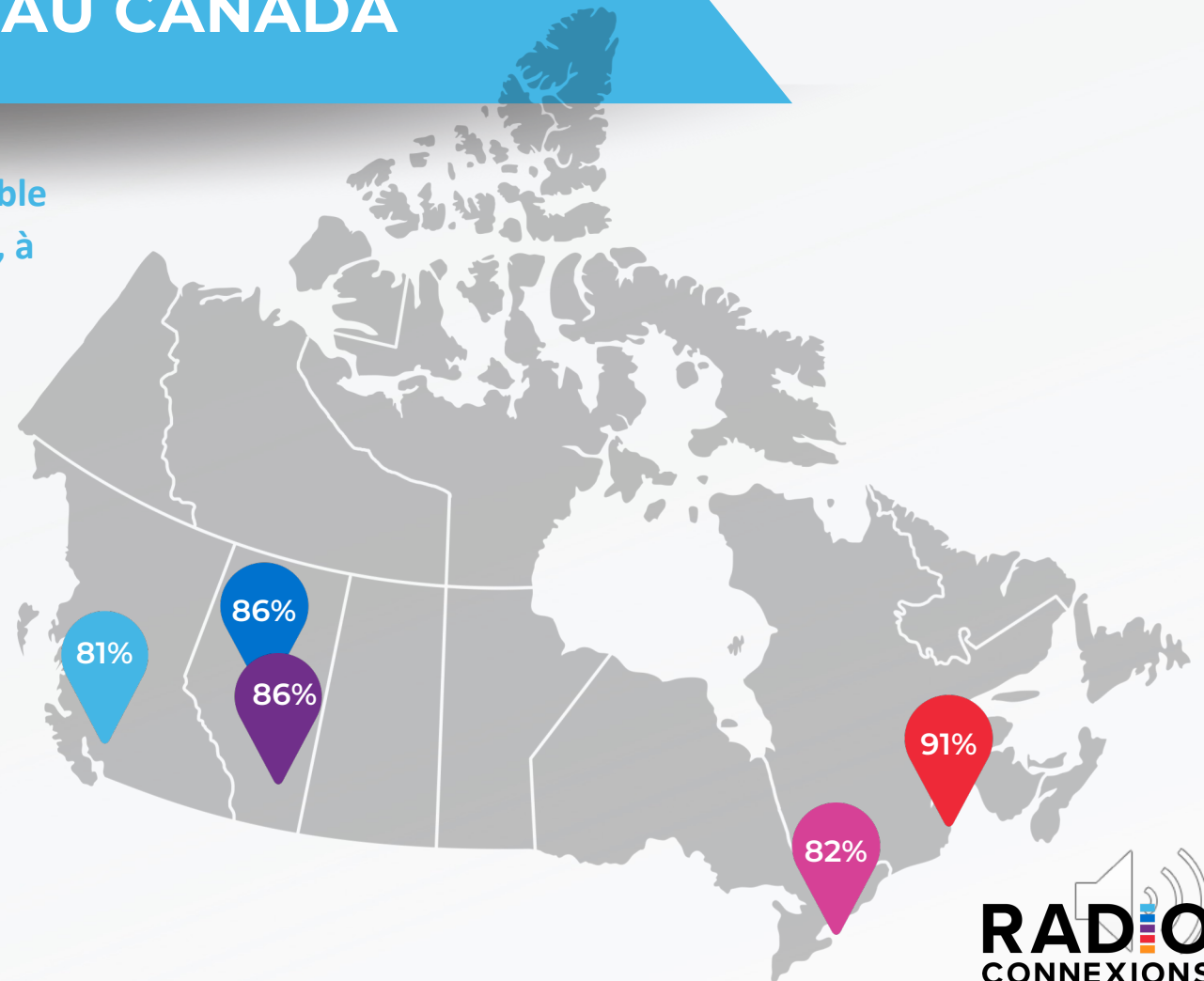


En moyenne, il s'agit de **682 500 personnes** touchées chaque minute par la radio dans les marchés PPM ¹



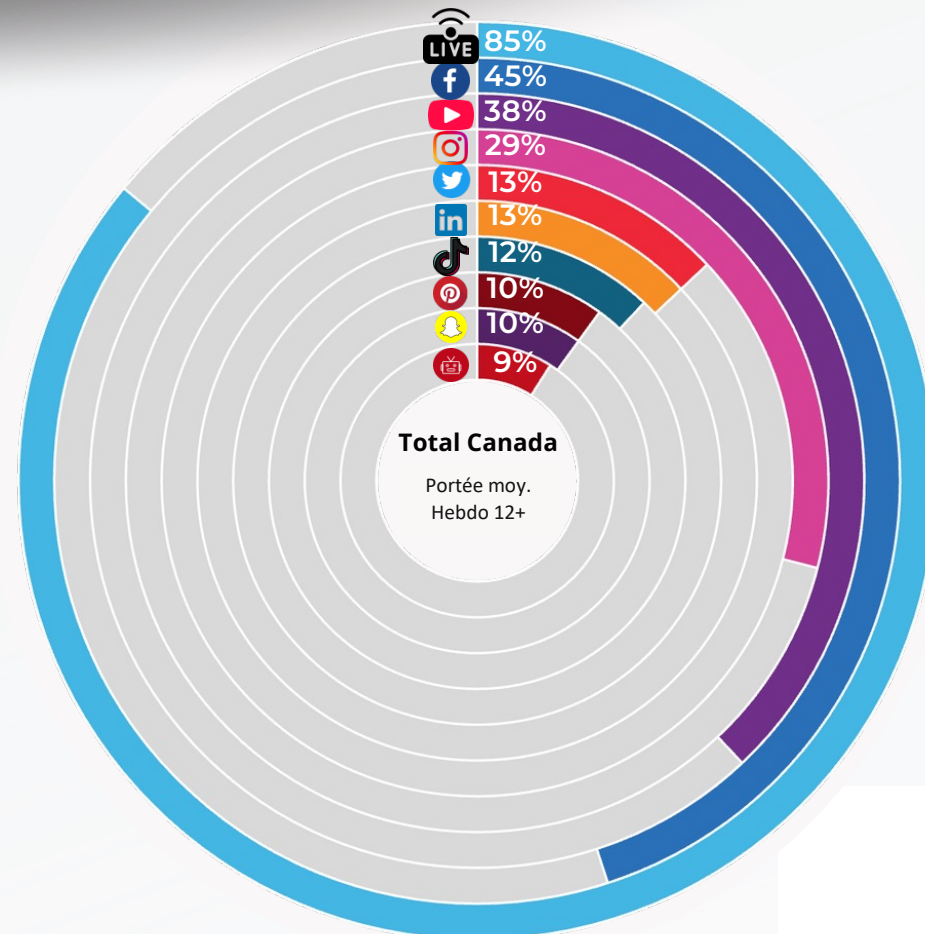
3 heures sur 4 heures de l'écoute audio sont dédiées à écouter la radio commerciale, ce qui représente plus de 3 fois le temps **passé à écouter** les balados et les plateformes de musique en continu combinés. ²

75 %

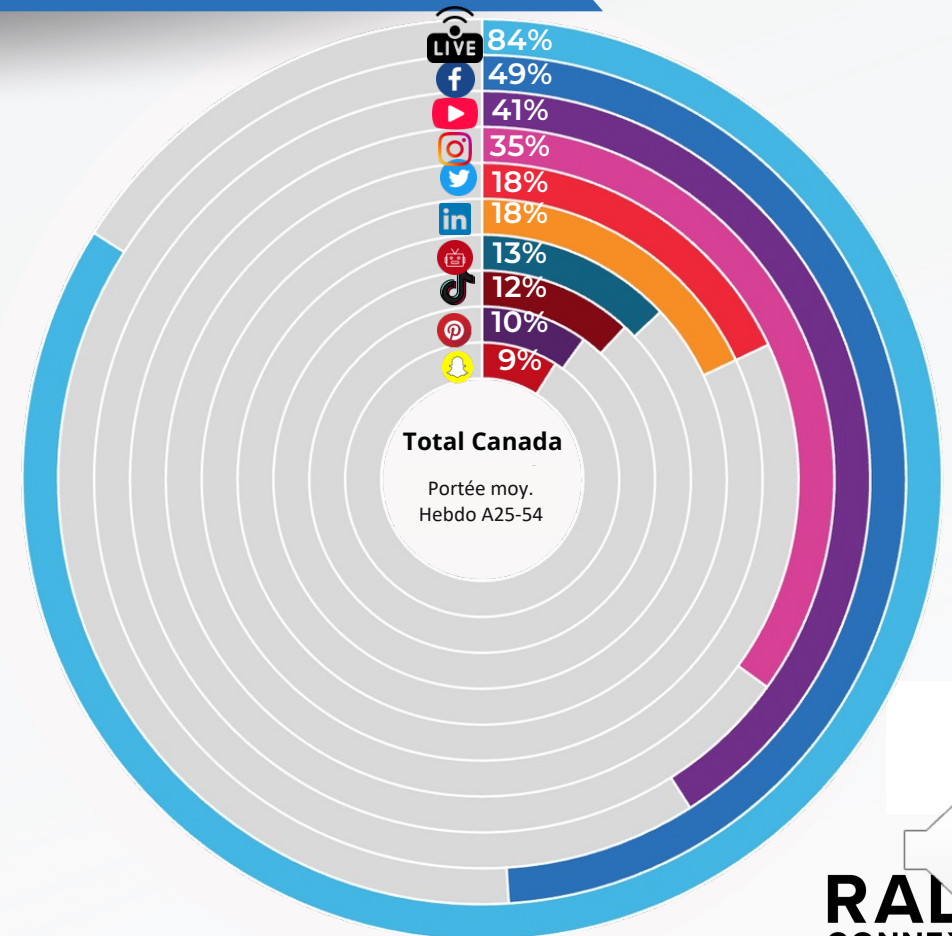
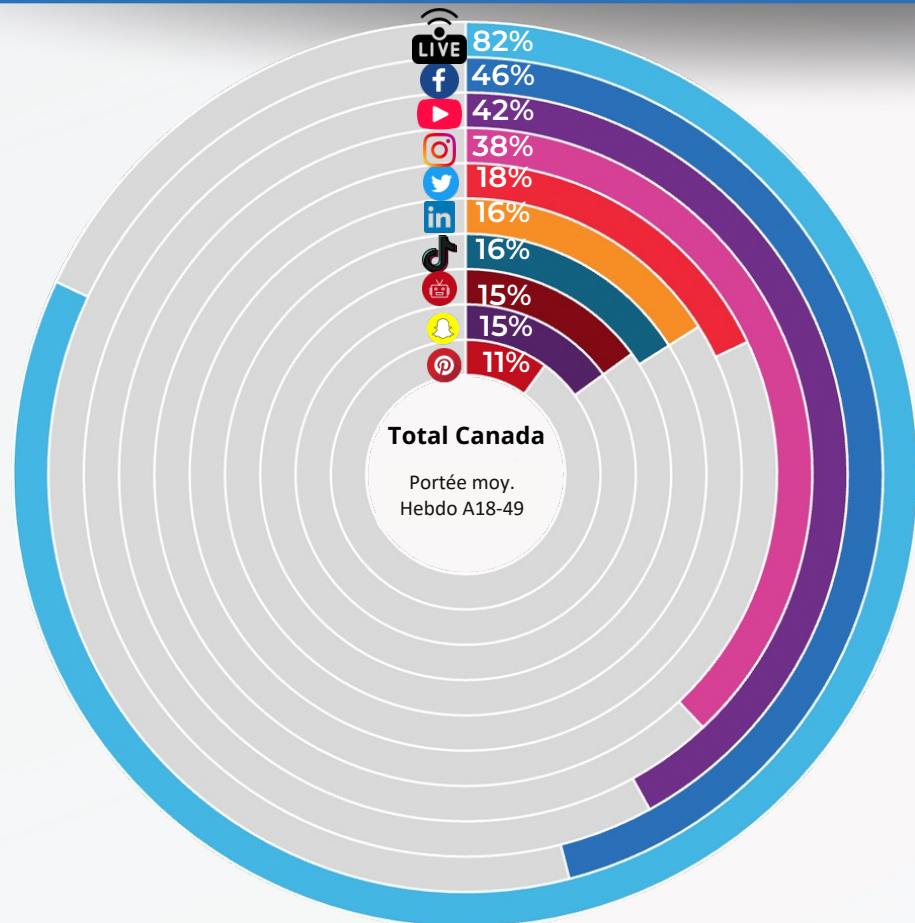


LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

REJOINT PLUS DE CANADIENS EN UNE SEMAINE QUE N'IMPORTE QUEL RÉSEAU SOCIAL

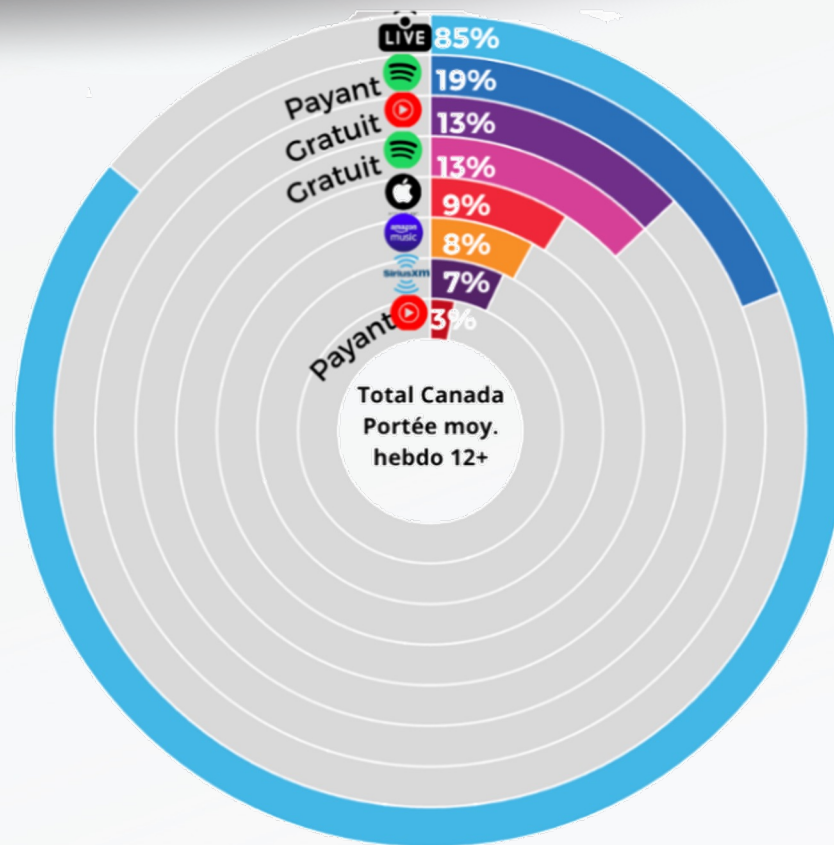


LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

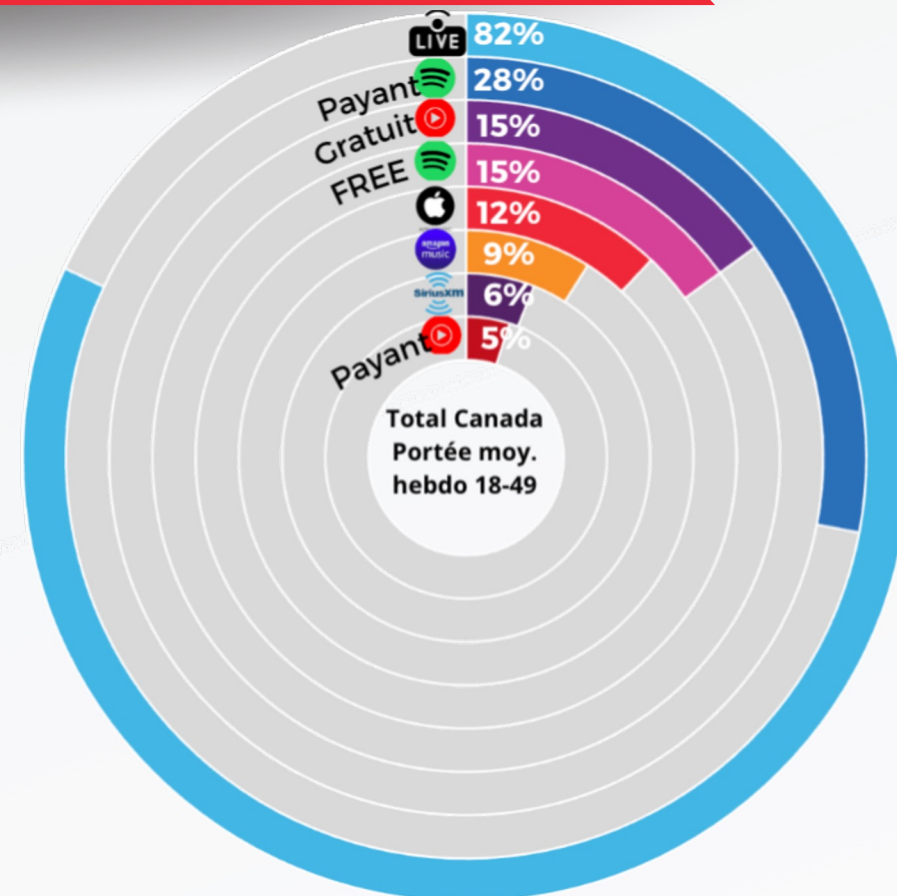
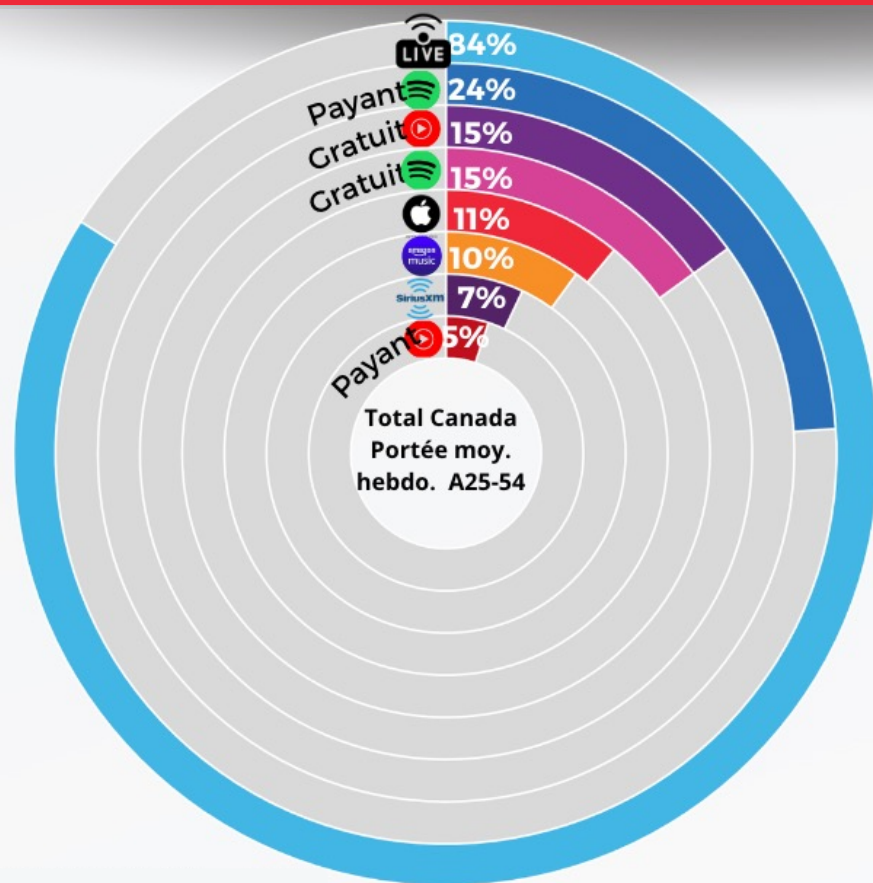


LA RADIO COMMERCIALE EST LA PLUS IMPORTANTE PLATEFORME AUDIO ÉCOUTÉE PAR LES CANADIENS

ET REJOINT PLUS DE CANADIENS EN UNE SEMAINE QUE N'IMPORTE QUELLE PLATEFORME AUDIO



LA RADIO COMMERCIALE EST LA PLUS IMPORTANTE PLATEFORME AUDIO ÉCOUTÉE PAR LES CANADIENS





UNIVERS AUDIO CANADIEN AVEC PUBLICITÉ

2024





LA RADIO COMMERCIALE DOMINE L'UNIVERS AUDIO COMMERCIAL

Les adultes passent 3 heures sur 4 de leur temps dédié à l'audio à écouter la radio commerciale

A18+ Part du temps à écouter de l'audio

75%

Radio commerciale

14%

Balados

11%

Musique en continu gratuite

POUR REJOINDRE LES CANADIENS, LA RADIO DOMINE LES PARTS DE L'AUDIO COMMERCIAL, ET CE, AUTANT DANS LES MARCHÉS ANGLOPHONES QUE DANS LES MARCHÉS FRANCOPHONES

ANGLAIS

74 %

Radio commerciale

15 %

Balados

11 %

Musique en continu gratuite

FRANÇAIS

81 %

Radio commerciale

7 %

Balados

12 %

Musique en continu gratuite

A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO COMMERCIAL AUDIO



PARTOUT AU CANADA

La radio commerciale détient la plus grande part de l'audience commerciale disponible pour les annonceurs, afin que ceux puissent rejoindre les Canadiens

A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO COMMERCIALE AUDIO

C.B

75%

Radio commerciale

12%

Balados

12%

Musique en continu gratuite

Alta/Man/Sask

76%

Radio commerciale

13%

Balados

12%

Musique en continu gratuite

Ontario

69%

Radio commerciale

20%

Balados

11%

Musique en continu gratuite

Québec

84%

Radio commerciale

6%

Balados

10%

Musique en continu gratuite

Atlantique

79%

Radio commerciale

8%

Balados

14%

Musique en continu gratuite

PAR TAILLE DE MARCHÉ

La radio commerciale rejoint les Canadiens peu importe la grandeur de leur communauté, et ce, à travers le Canada

A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO COMMERCIAL AUDIO

Petites villes et villages

(Pop= moins de 100K)

79%

Radio commerciale

10%

Balados

11%

Musique en continu gratuite

Villes moyennes

(Pop=100-499K)

73%

Radio commerciale

13%

Balados

14%

Musique en continu gratuite

Grandes villes

(Pop=500K+)

76%

Radio commerciale

16%

Balados

7%

Musique en continu gratuite

Tor/Mtl/Van

73%

Radio commerciale

13%

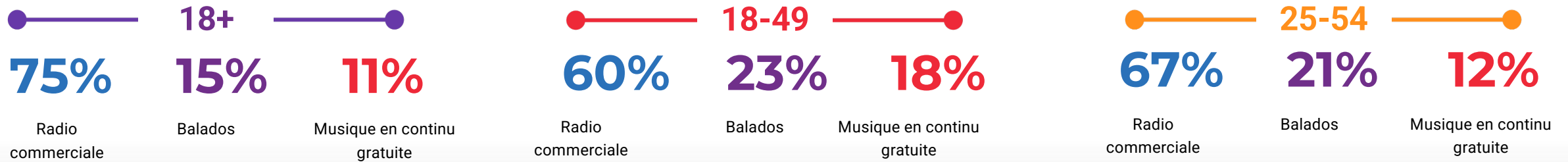
Balados

13%

Musique en continu gratuite



LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART DE L'ÉCOUTE DES PLATEFORMES AVEC PUBLICITÉ AUPRÈS DES GROUPES CIBLES CLÉS



A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO AVEC PUBLICITÉ DANS LA VOITURE

Source: La radio en mouvement automne 2023



LES CANADIENS CONDUISENT PLUS LEUR VOITURE QU'ILS UTILISENT LE TRANSPORT EN COMMUN ET LA PLUPART ÉCOUTENT LA RADIO LORS DE LEUR DÉPLACEMENT

18+

41%

Conduit

6%

Transport en commun

18-49

44%

Conduit

10%

Transport en commun

25-54

45%

Conduit

8%

Transport en commun

Source: La radio en mouvement automne 2023





LA RADIO COMMERCIALE DOMINE DANS LA VOITURE

59%

PART DE TEMPS À
ÉCOUTER DANS LA
VOITURE CHEZ LES
18+

Musique personnelle 15%

Sirius XM 11%

Mus. En continu payante 9%

Balados 2%

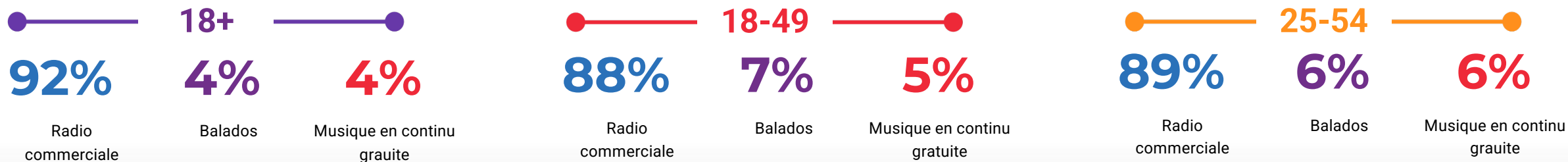
Mus. En continu gratuite 2%

Livres audio 1%

Plateforme
audio avec
publité

RADIO
CONNEXIONS

LA RADIO EST LE CHOIX NUMÉRO UN POUR LES ANNONCEURS QUI SOUHAITENT REJOINDRE LES CANADIENS EN DÉPLACEMENT



A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO AVEC PUBLICITÉ DANS LA VOITURE

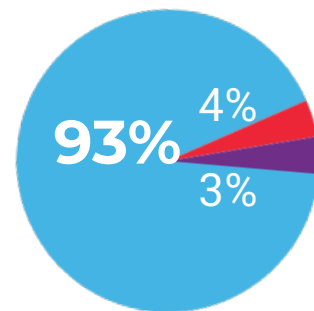
Source: La radio en mouvement automne 2023



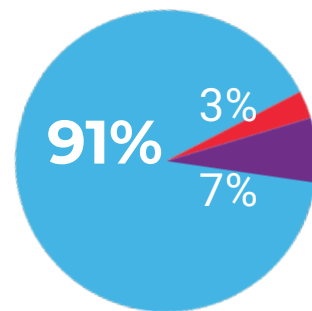


MÊME DANS LES VOITURES CONNECTÉES LA RADIO DOMINE

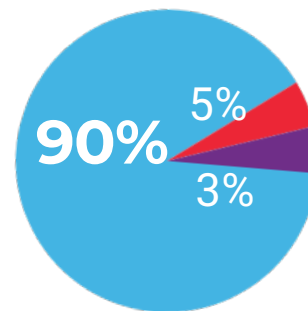
Dans les voitures équipées des dernières technologies audio, la radio commerciale génère toujours le plus important temps d'écoute audio commercial



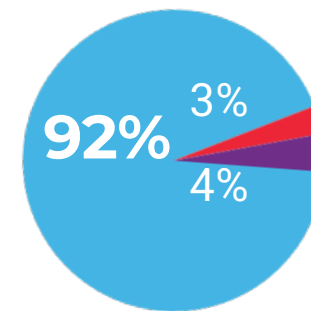
Total



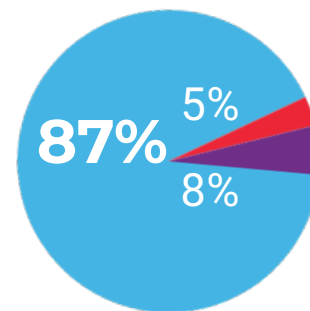
WiFi Intégré



Bluetooth



Android Auto



Apple CarPlay

LA RADIO COMMERCIALE REJOINT LES CANADIENS ALORS QU'ILS SONT EN DÉPLACEMENT ET QU'ILS EFFECTUENT DES ACHATS

67%

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

69%

Écoutaient la radio
commerciale lors de leur
déplacement



LA RADIO À L'ÈRE NUMÉRIQUE

2024



PARCE QU'ILS AIMENT LE CONTENU AUDIO, LES AUDITEURS DE MUSIQUE EN CONTINU ÉCOUTENT AUSSI LA RADIO COMMERCIALE

80%

des auditeurs de musique en continu écoutent la radio quotidiennement

16%

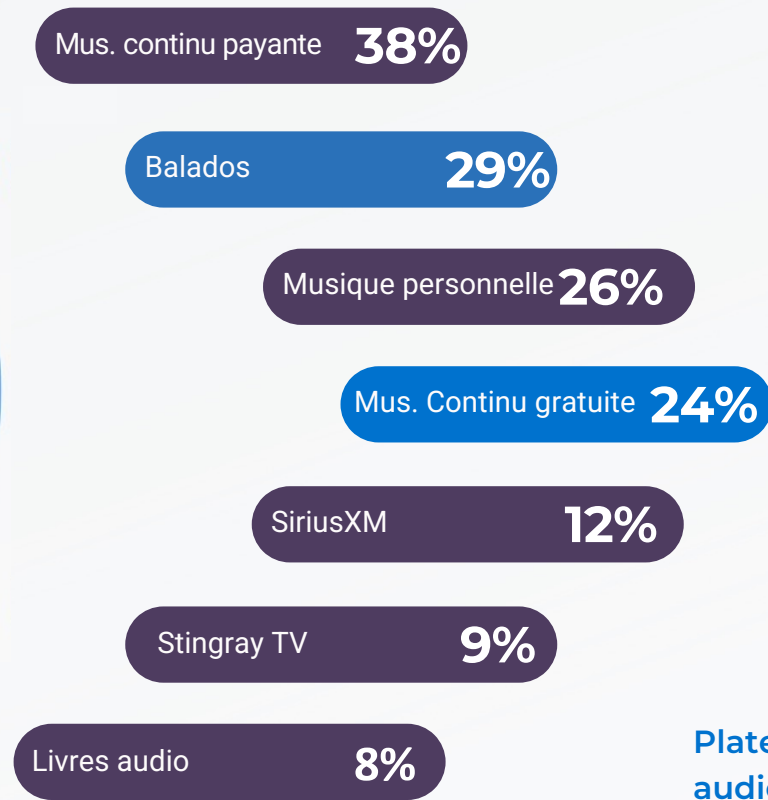
déclarent écouter la radio plus de 2 heures par jour





LA RADIO COMMERCIALE DOMINE L'UNIVERS AUDIO POUR REJOINDRE LES CANADIENS AVEC UN MESSAGE AUDIO

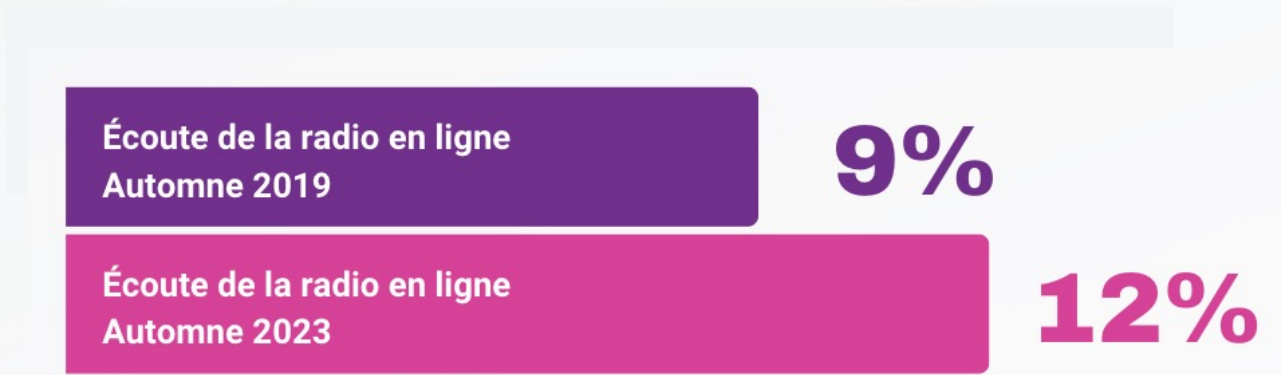
84%
Portée moy. par semaine
A25-54*





12% DE L'ÉCOUTE DES 18 ANS ET PLUS S'EFFECTUE DORÉNAVANT PAR LE BIAIS DE LA RADIO EN LIGNE - CETTE DONNÉE AUGMENTE À 17% LORSQU'IL S'AGIT DES ADULTES DE 18 À 34 ANS

Part de l'écoute radio en ligne a augmenté de 33% depuis l'automne 2019



Source: La radio en mouvement automne 2023



L'ÉCOUTE DE LA RADIO COMMERCIALE PAR APPAREIL



Téléphone intelligent

39%



Ordinateur/portable

26%



Hautparleur intelligent

24%



Tablettes

7%

Parmi ceux qui ont écouté la radio en ligne au cours de la dernière semaine A18+

Source: La radio en mouvement automne 2023

LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT REMPLACE L'ORDINATEUR PERSONNEL COMME PRINCIPAL APPAREIL POUR ÉCOUTER LA RADIO EN LIGNE



Ordinateur/portable automne 2018

45%

Ordinateur/portable
automne 2023

26%

Téléphone intelligent
automne 2018

27%

Téléphone intelligent automne 2023

39%

Smartphone Fall 2023

(Parmi les 18+ qui ont écouté la radio en ligne la semaine dernière)

Source: La radio en mouvement automne 2023

COMPARATIVEMENT À SPOTIFY C'EST 40% PLUS DE CANADIENS QUI ONT ÉCOUTÉ LA RADIO COMMERCIALE

A25-54
ont écouté en ligne la dernière semaine

14%

des Canadiens ont écouté
la radio en ligne au cours de
la dernière semaine

A25-54
ont écouté en ligne la semaine dernière

10%

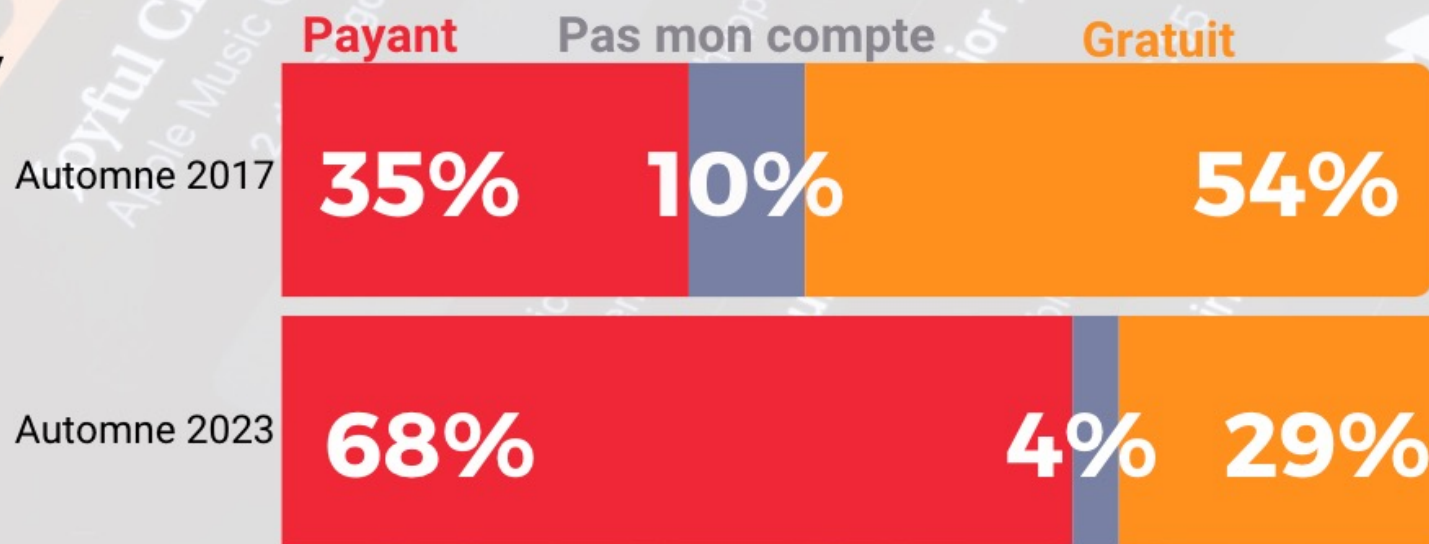
des Canadiens ont écouté
Spotify gratuit au cours de
la dernière semaine

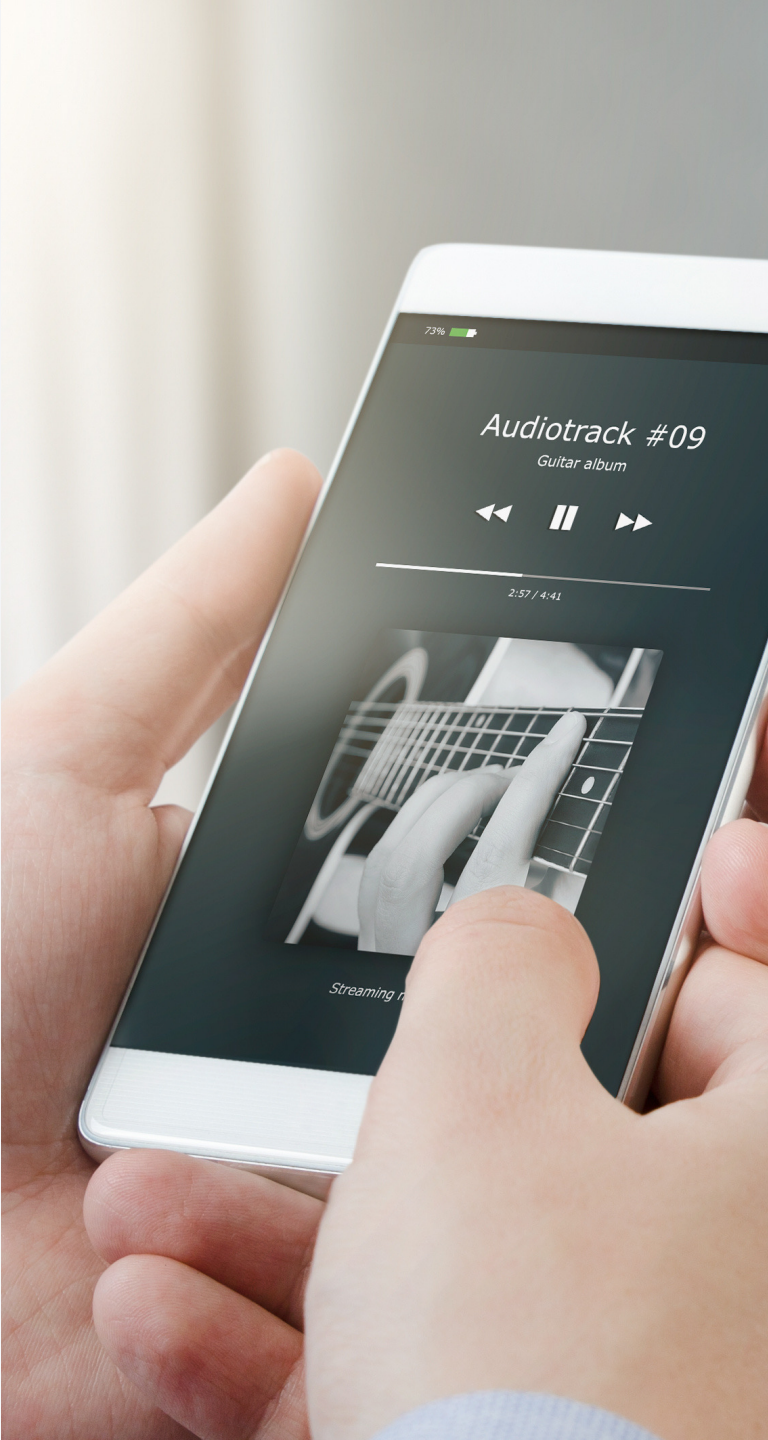


LES PLATEFORMES DE MUSIQUE EN CONTINU ONT REMPLACÉ LES BIBLIOTHÈQUES MUSICALES PERSONNELLES

Depuis son lancement, les utilisateurs de Spotify continuent de migrer vers la plateforme payante, les Canadiens préférant louer leur bibliothèque musicale personnelle plutôt que de la posséder.

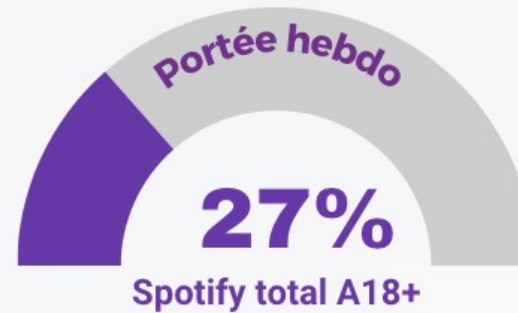
% d'utilisateurs quotidiens de Spotify 2017 vs 2023





LES AUDITEURS DE SPOTIFY AVEC PUBLICITÉ NE REPRÉSENTENT QU'UNE FRACTION DE SON AUDIENCE TOTALE

Spotify Total /
Spotify gratuit

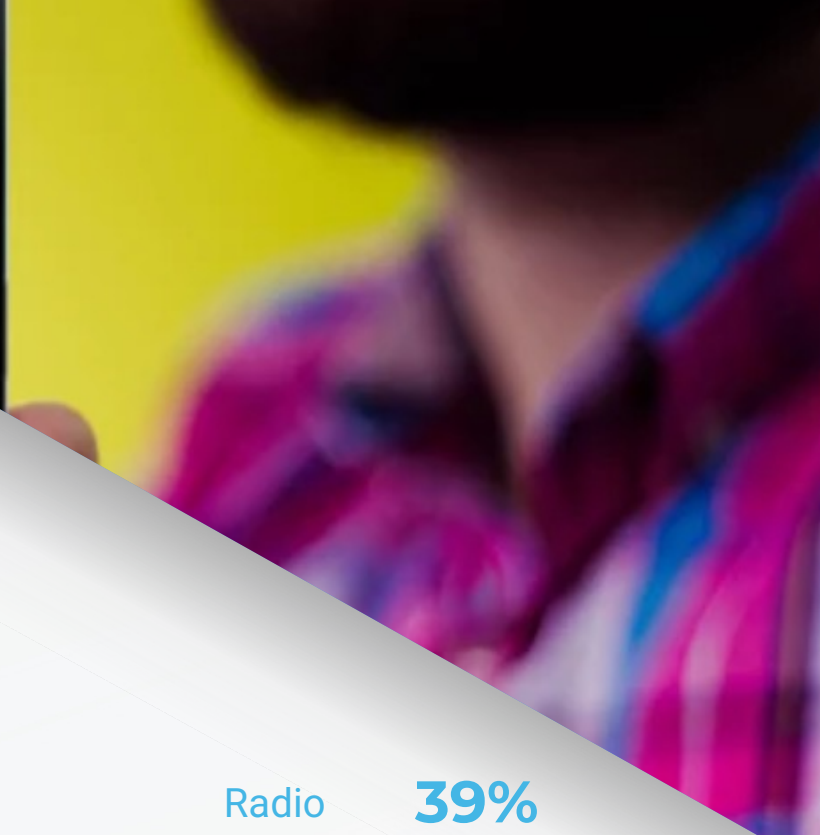


Spotify total /
Spotify gratuit

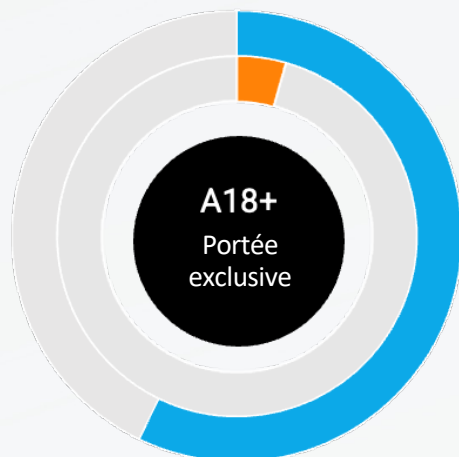


Source: La radio en mouvement automne 2023

PARMI TOUS LES GROUPEES CIBLES, LA RADIO GÉNÈRE UNE PLUS GRANDE PORTÉE EXCLUSIVE HEBDOMADAIRE QUE SPOTIFY AVEC PUBLICITÉ



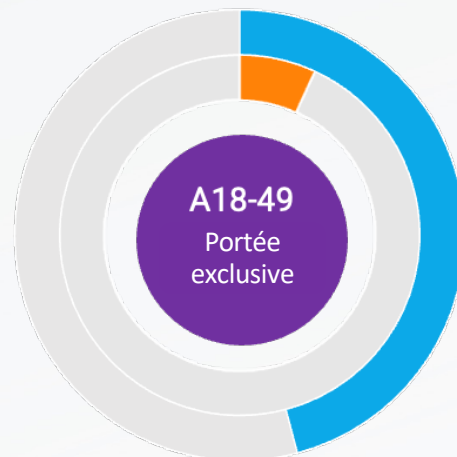
Radio **57%**
Spotify grat. **4%**



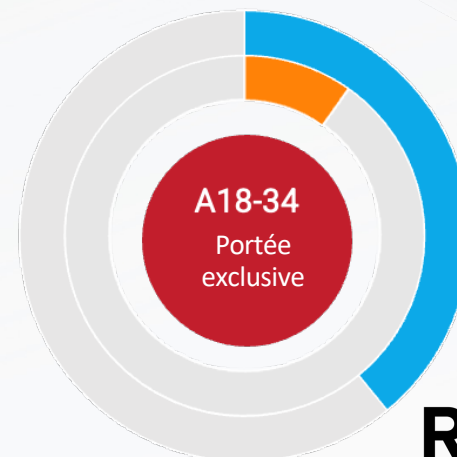
Radio **51%**
Spotify grat. **6%**



Radio **46%**
Spotify grat. **7%**



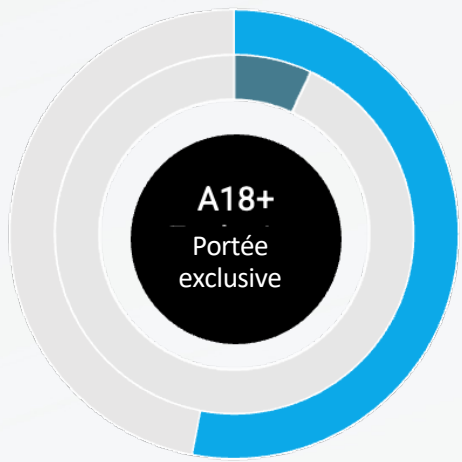
Radio **39%**
Spotify grat. **10%**



LA PORTÉE HEBDOMADAIRE EXCLUSIVE DE LA RADIO EST BEAUCOUP PLUS ÉLEVÉE QUE CELLE DES BALADOS

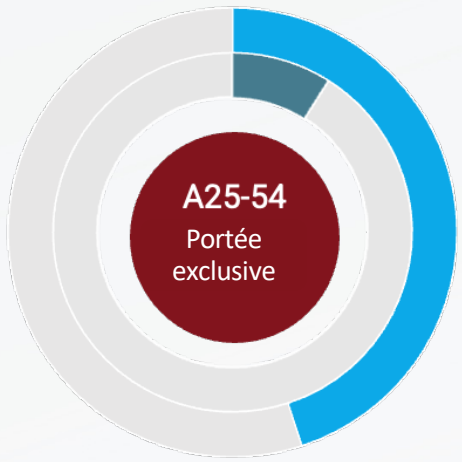


Radio **53%**
Balados **7%**



A18+
Portée
exclusive

Radio **45%**
Balados **9%**



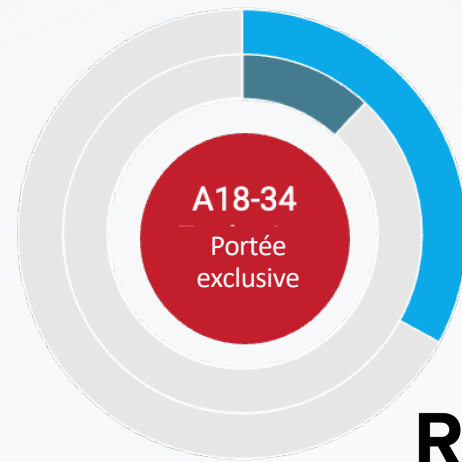
A25-54
Portée
exclusive

Radio **41%**
Balados **11%**



A18-49
Portée
exclusive

Radio **33%**
Balados **12%**

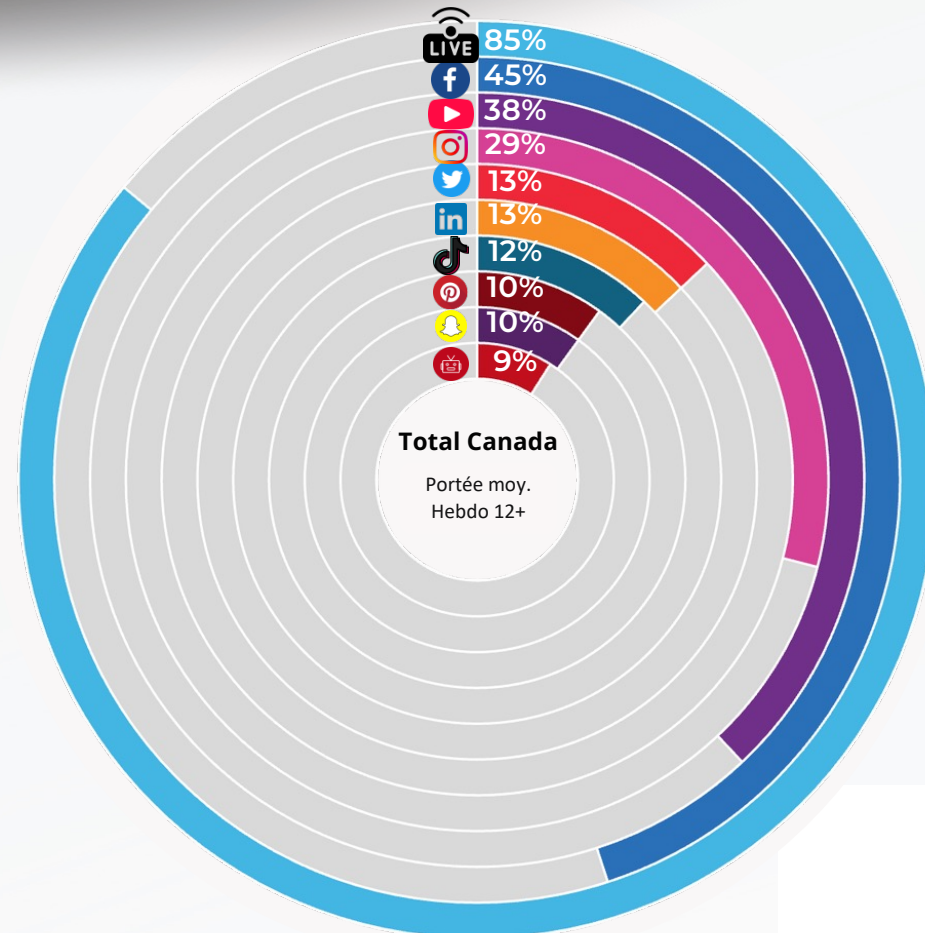


A18-34
Portée
exclusive

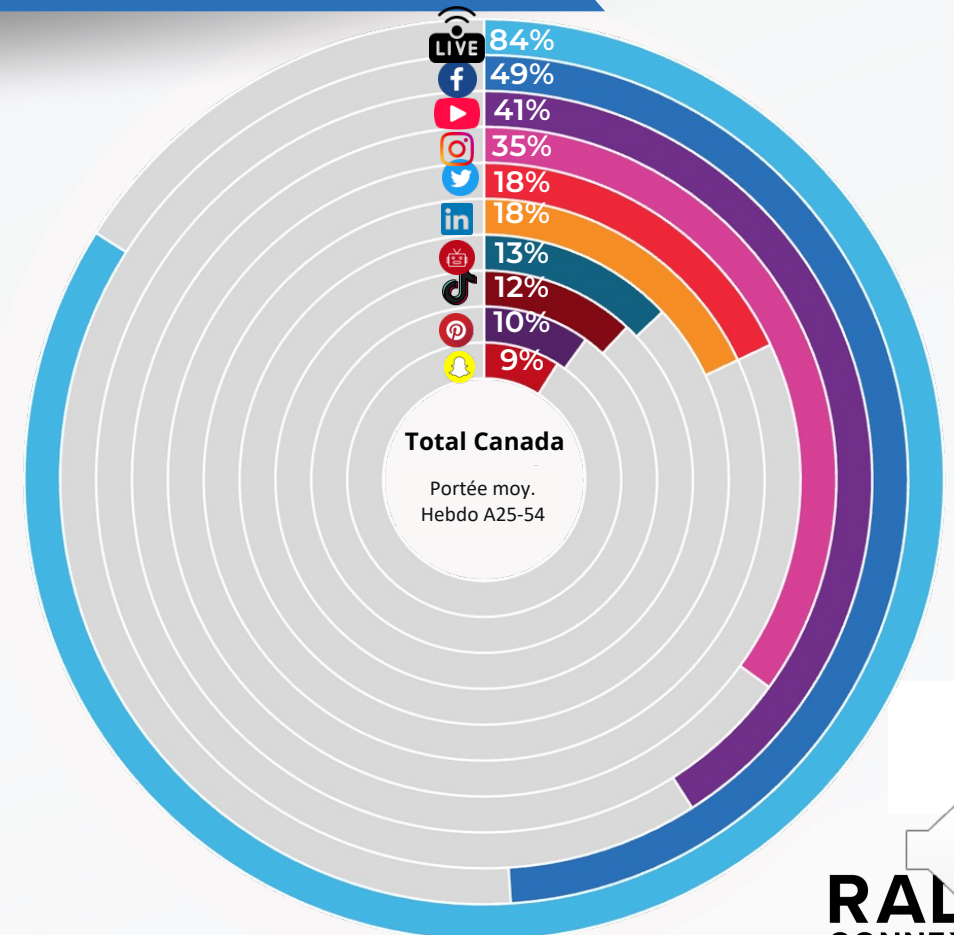
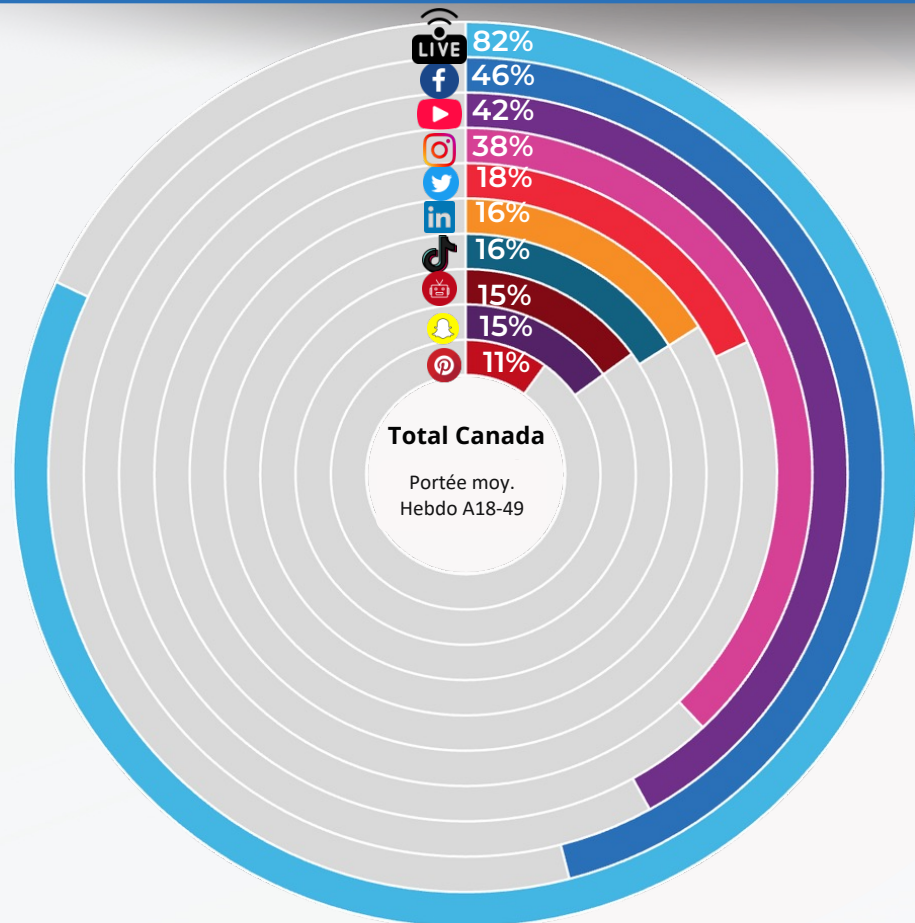
Source: La radio en mouvement automne 2023

LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

REJOINT PLUS DE CANADIENS EN UNE SEMAINE QUE N'IMPORTE QUEL RÉSEAU SOCIAL

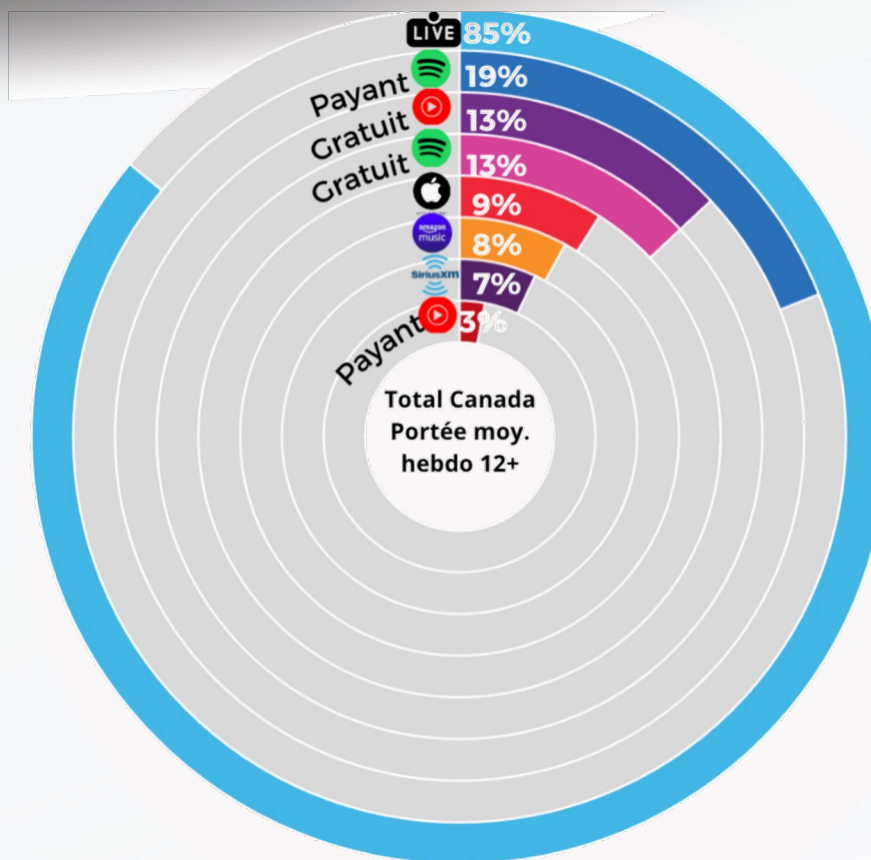


LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

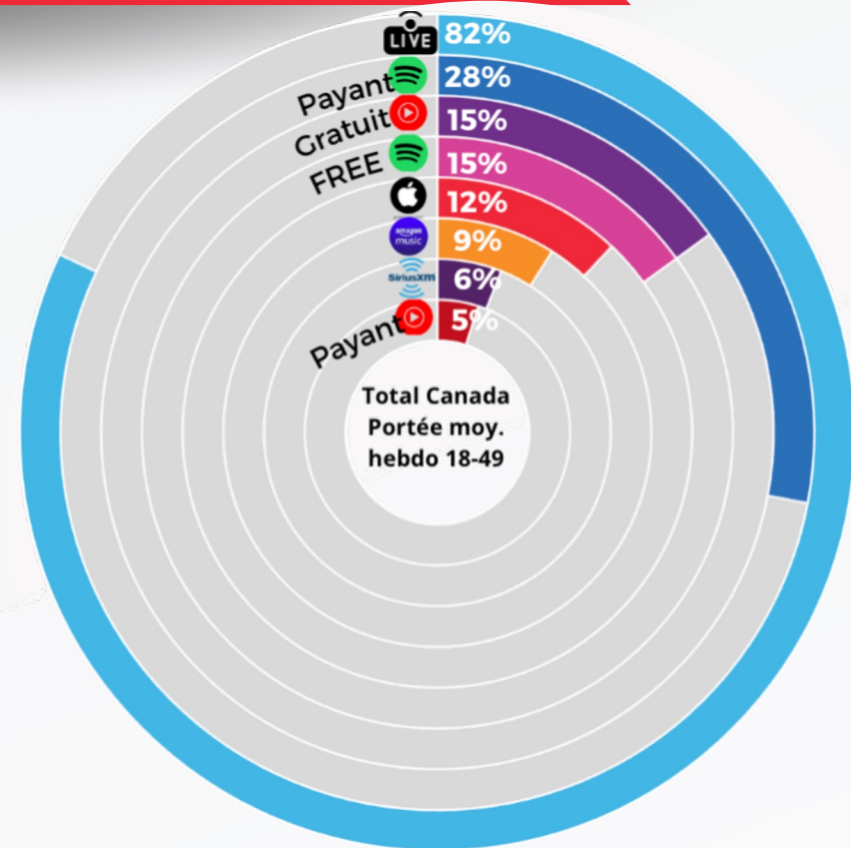
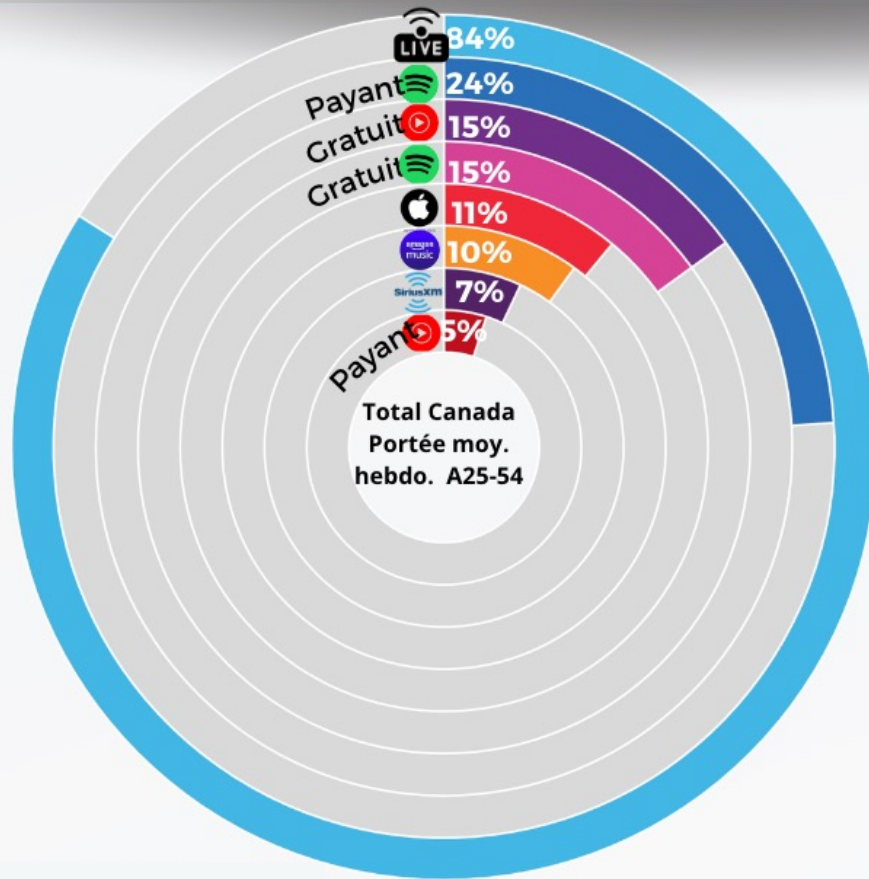


LA RADIO COMMERCIALE EST LA PLUS IMPORTANTE PLATEFORME AUDIO ÉCOUTÉE PAR LES CANADIENS

ET REJOINT PLUS DE CANADIENS EN UNE SEMAINE QUE N'IMPORTE QUELLE PLATEFORME AUDIO



LA RADIO COMMERCIALE EST LA PLUS IMPORTANTE PLATEFORME AUDIO ÉCOUTÉE PAR LES CANADIENS



LA RADIO COMMERCIALE REJOINT LES CONSOMMATEURS EN DÉPLACEMENT

2024



LA RADIO COMMERCIALE REJOINT LES CANADIENS ALORS QU'ILS SONT EN DÉPLACEMENT ET QU'ILS EFFECTUENT DES ACHATS

67%

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

69%

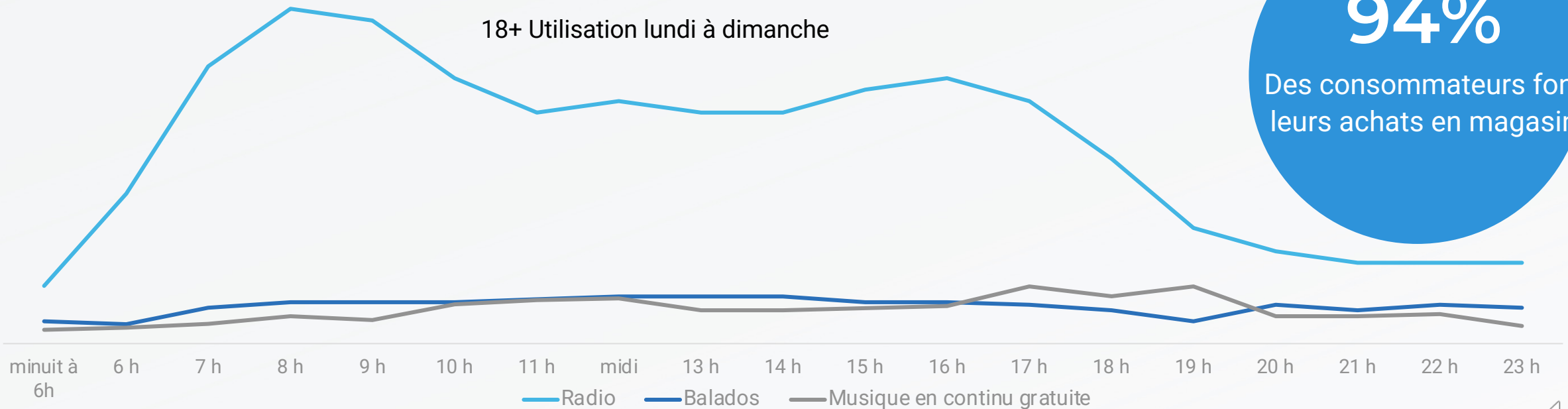
Écoutaient la radio
commerciale lors de leur
déplacement



LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART D'AUDIO COMMERCIALE TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE

Lorsque les commerces sont ouverts, la radio commerciale est allumée

18+ Utilisation lundi à dimanche



94%

Des consommateurs font leurs achats en magasin

Source: La radio en mouvement automne 2023 | <https://www150.statcan.gc.ca>: Basé sur des données saisonnières, les ventes du commerce de détail étaient à la baisse de 1,5% à 3,9 milliards en novembre 2023 équivalent 5,8% total détail, comparativement à 5,9% en octobre.



APRÈS AVOIR ENTENDU UN MESSAGE À LA RADIO..

41%

des Canadiens sont
favorablement
passé à l'action

26%

sont allés en ligne pour
chercher plus
d'informations

21%

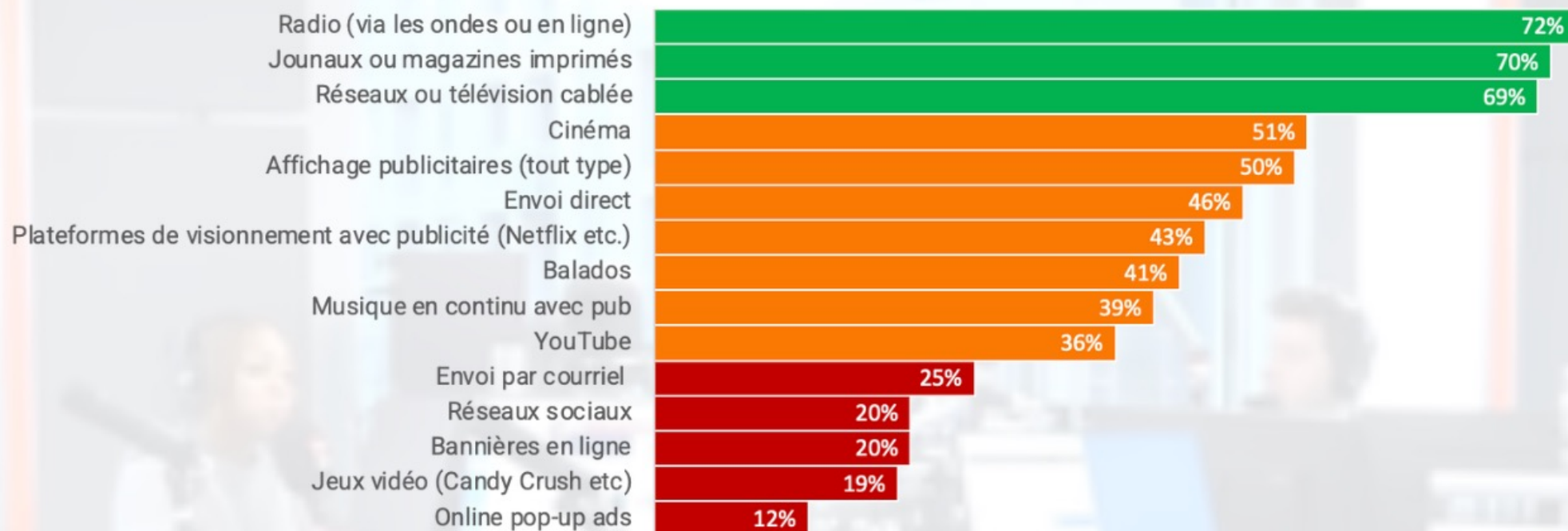
en ont parlé à quelqu'un

10%

ont acheté le
produit ou service

LES CANADIENS FONT CONFIANCE AUX MESSAGES PUBLICITAIRES DIFFUSÉS À LA RADIO

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



Source: La radio en mouvement automne 2023

AVEC DE L'INFORMATION ET DE LA PUBLICITÉ PERTINENTE, LA RADIO COMMERCIALE TIENT LES CANADIENS AU COURANT

Au cours des derniers mois, alors qu'ils écoutaient la radio...

45% A18-49

Ont été informés à propos d'un événement se déroulant dans leur communauté, ils ont obtenu de nouvelles informations sur un produit ou un service.

32% A25-54

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

22% A18-34

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

LES CANADIENS AIMENT ÊTRE TENUS AU COURANT

74%

des Canadiens 18+ tentent de rester au courant des nouvelles locales

59%

des Canadiens aiment découvrir des restaurants et commerces dans leur région

45%

des Canadiens aiment qu'on soutienne les musiciens et artistes locaux

LES MARQUES QUI INVESTISSENT DANS LES MÉDIAS LOCAUX SONT APPRÉCIÉES PAR LES CANADIENS

52%

des Canadiens 18+ aiment
lorsque les annonceurs
soutiennent les médias
avec leur investissements
publicitaires

Source: La radio en mouvement automne 2023

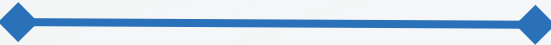


RADIO
CONNEXIONS

LA RADIO EN SYNERGIE AVEC LES MARQUES NATIONALES

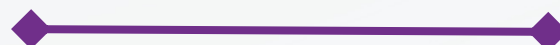
RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE DES BIENS DE CONSOMMATION DE NIELSEN

Les normes MMM de Nielsen



Les normes MMM de Nielsen aident les annonceurs à prévoir leur rendement sur investissement

Données MMM amassées sur 5 ans



1 000 activités commerciales de marques de bien de consommation en télé, radio, affichage, en ligne et au point de vente de 2015 à 2020

Évaluer l'impact de la radio dans le mix média



Nielsen a évalué les normes de rendement sur investissement pour comprendre comment la publicité radio créait un impact sur le rendement sur investissement et travaillait en synergie avec d'autres médias afin d'optimiser les résultats de ventes.

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

1,3X

Rendement radio

Surpasse le rendement sur investissement de 1,3X

+2%

Lorsque la radio est ajoutée

Le rendement sur investissement est optimisé de 2% lorsque la radio est ajoutée au mix média

2,35 \$

Génère des ventes

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

+1,06%

Augmentation du volume des ventes

L'ajout de la radio à d'autres médias permet d'augmenter les ventes.

Source: Nielsen Canada CPG Norms Database Analysis

RADIO
CONNEXIONS

AJOUTER LA RADIO COMMERCIALE PROPULSE LES VENTES DE BIEN DE CONSOMMATION COURANTE

2,4X

Comparativement
aux autres médias, la
radio offre la
meilleure synergie
avec les activités
aux points de vente

2,6%

Le volume des
ventes généré par
les activités aux
points 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 SE RETROUVE AU COEUR DE L'UNIVERS AUDIO

La radio représente 75% de l'audio avec publicité, soit trois fois plus que les balados et la musique en continu gratuite combinés

LA RADIO COMMERCIALE DOMINE DANS LA VOITURE

Dans la voiture, 9 minutes sur 10 du temps à écouter l'audio commercial est consacré à la radio commerciale

LA RADIO DÉTIENT PLUS D'AUDITEURS EN LIGNE QUE SPOTIFY

L'écoute de la radio numérique croît alors que l'écoute de Spotify gratuit stagne ou décline légèrement

LA RADIO COMMERCIALE REJOINT PLUS DE CANADIENS QUE N'IMPORTE QUELLE PLATEFORME SOCIALE

Aucune autre plateforme audio avec publicité rejoint autant de Canadiens que la radio commerciale

LA RADIO REJOINT LES CONSOMMATEURS EN DÉPLACEMENT

Au cours de la journée d'hier, 2/3 des Canadiens qui se déplaçaient en voiture, dépensaient de l'argent et la majorité écoutaient la radio

CONNECTEZ-VOUS POUR OBTENIR PLUS D'INFORMATION



radioconnects.ca



Suivez-nous sur LinkedIn



Abonnez-vous à notre bulletin électronique



caroline.gianias@radioconnects.ca



lisa.dillon@radioconnects.ca



chantal.leblanc@radioconnects.ca