



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

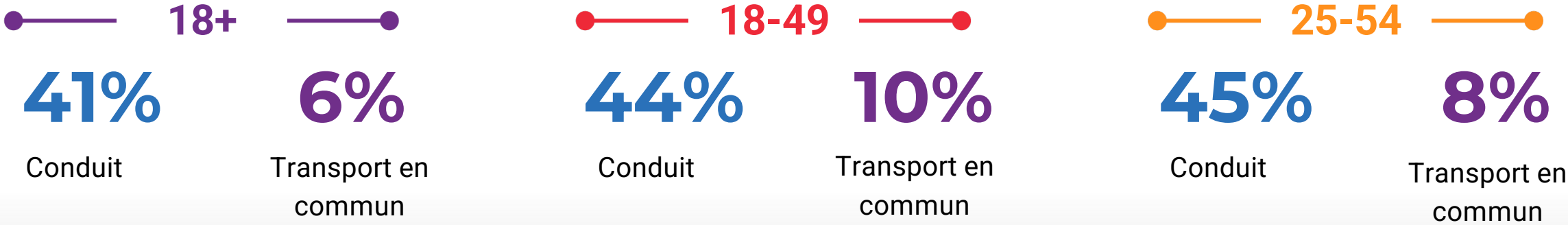


A18+ PART DE TEMPS À ÉCOUTER DE L'AUDIO AVEC PUBLICITÉ DANS LA VOITURE

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



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
publinit

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

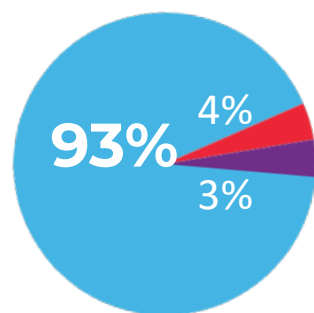
Source: La radio en mouvement automne 2023



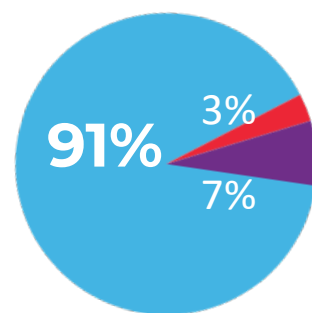


MÊME DANS LES VOITURES CONNECTÉES LA RADIO DOMINE

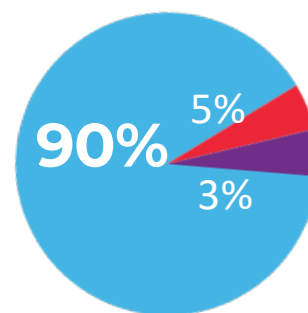
Dans les voitures équipées des dernières technologies audio, la radio commerciale génère toujours le plus important temps d'écoute audio commercial



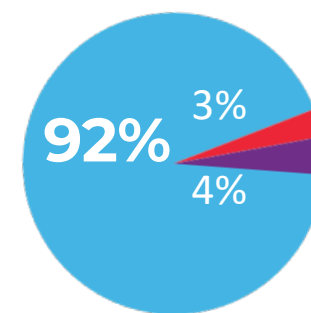
Total



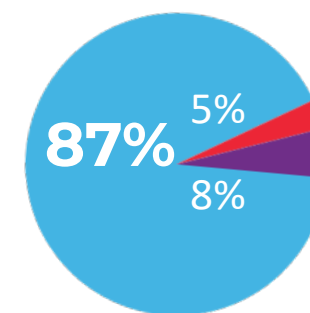
WiFi Intégré



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



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