

# 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 AWTMC 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 passé 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 <sup>1</sup>



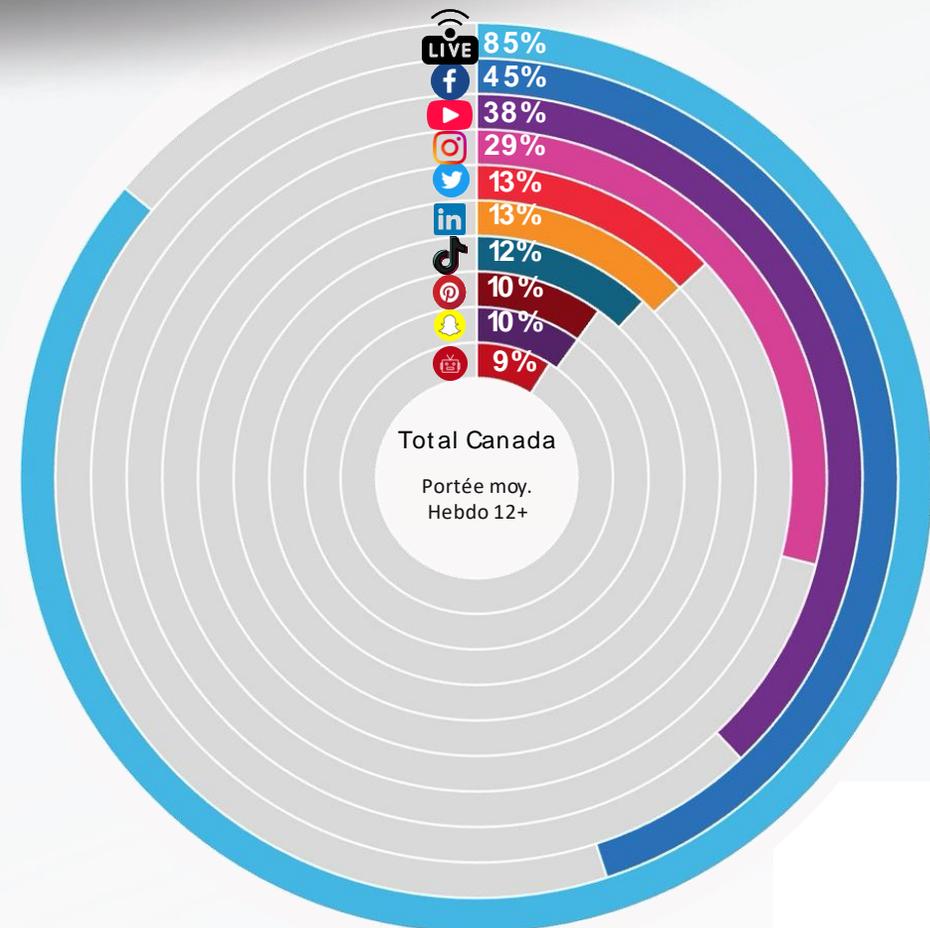
75 %

**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. <sup>2</sup>

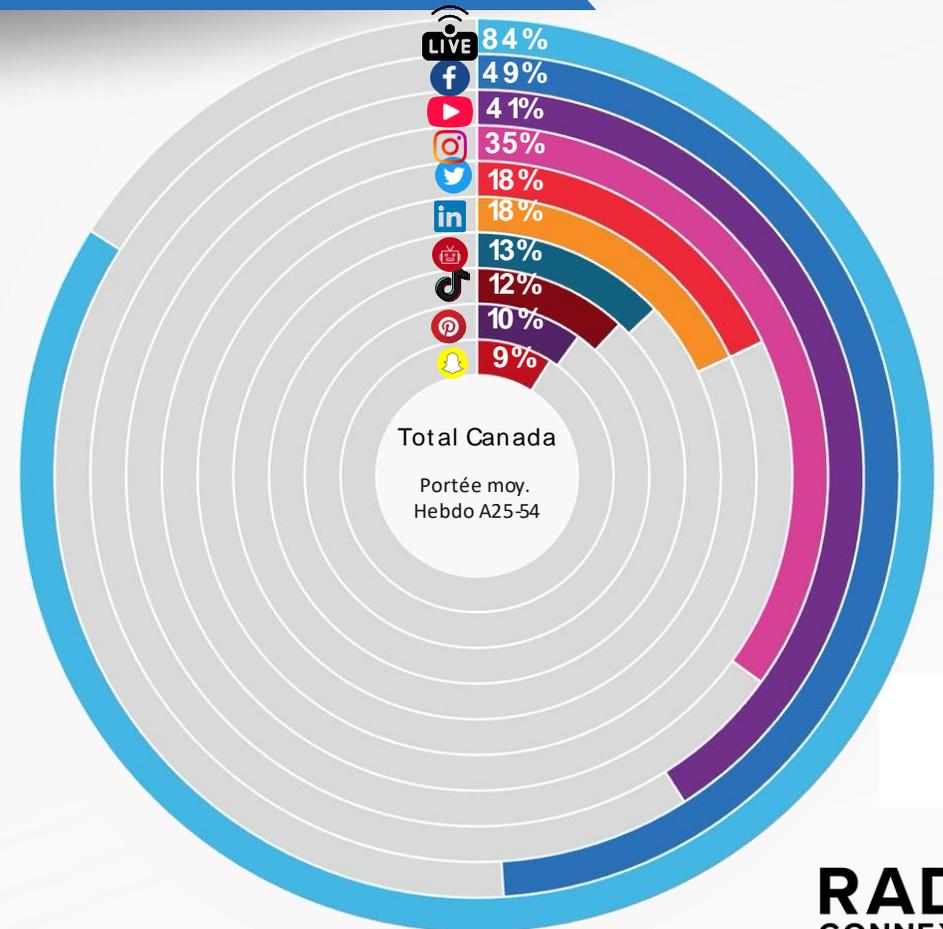
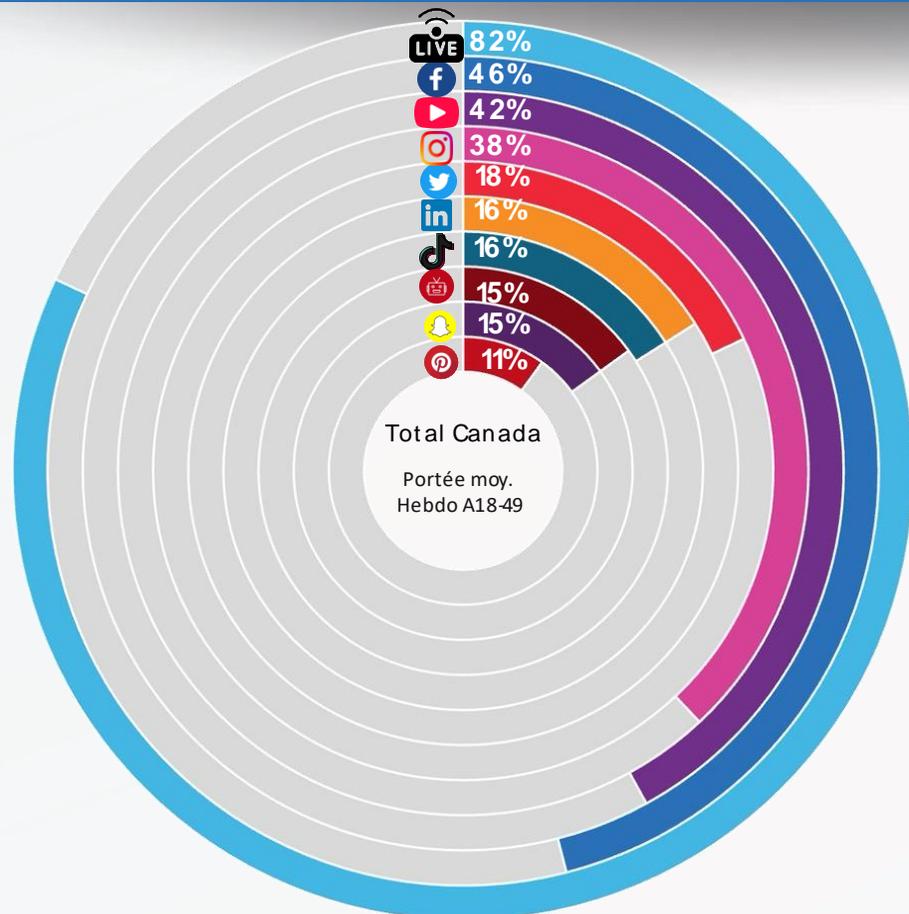


# LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

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

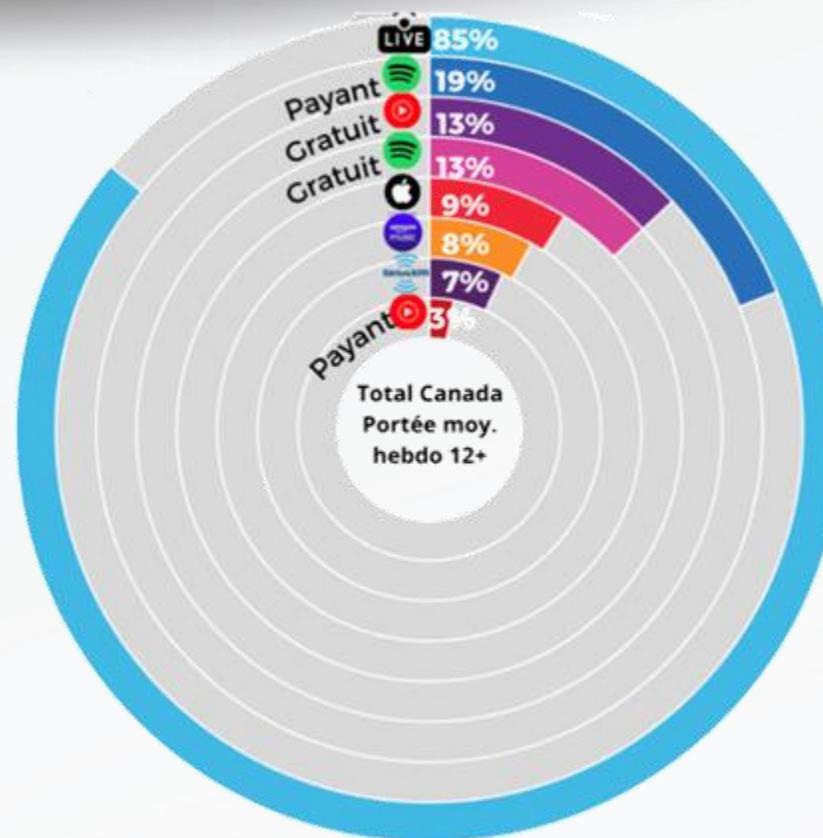


# LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

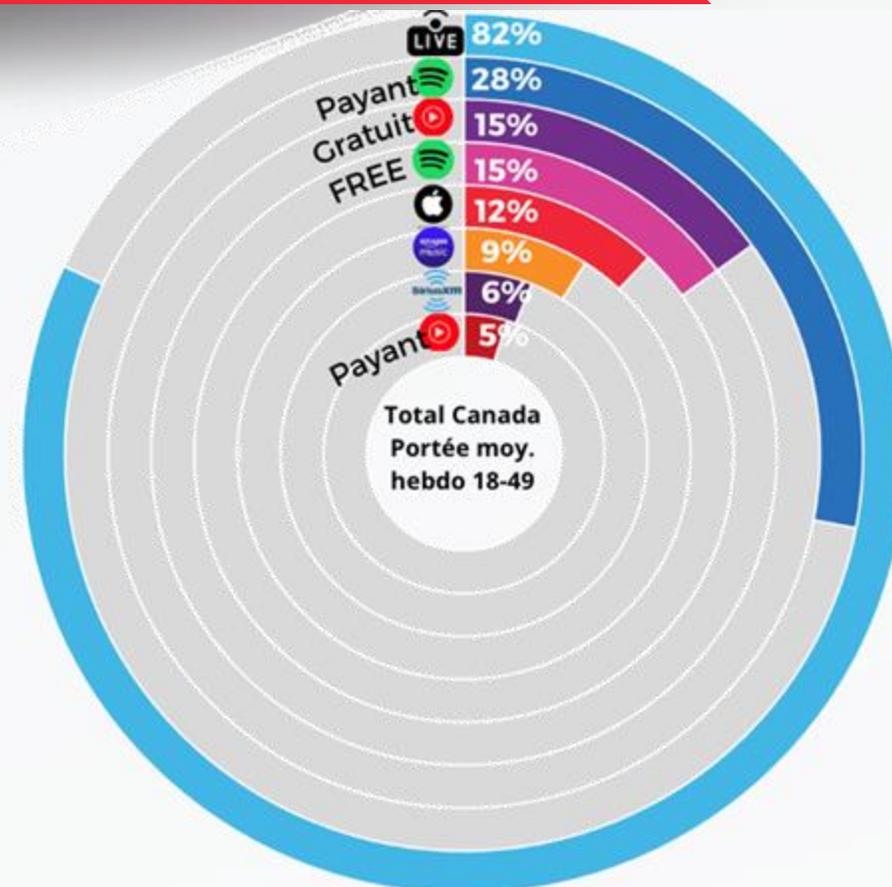
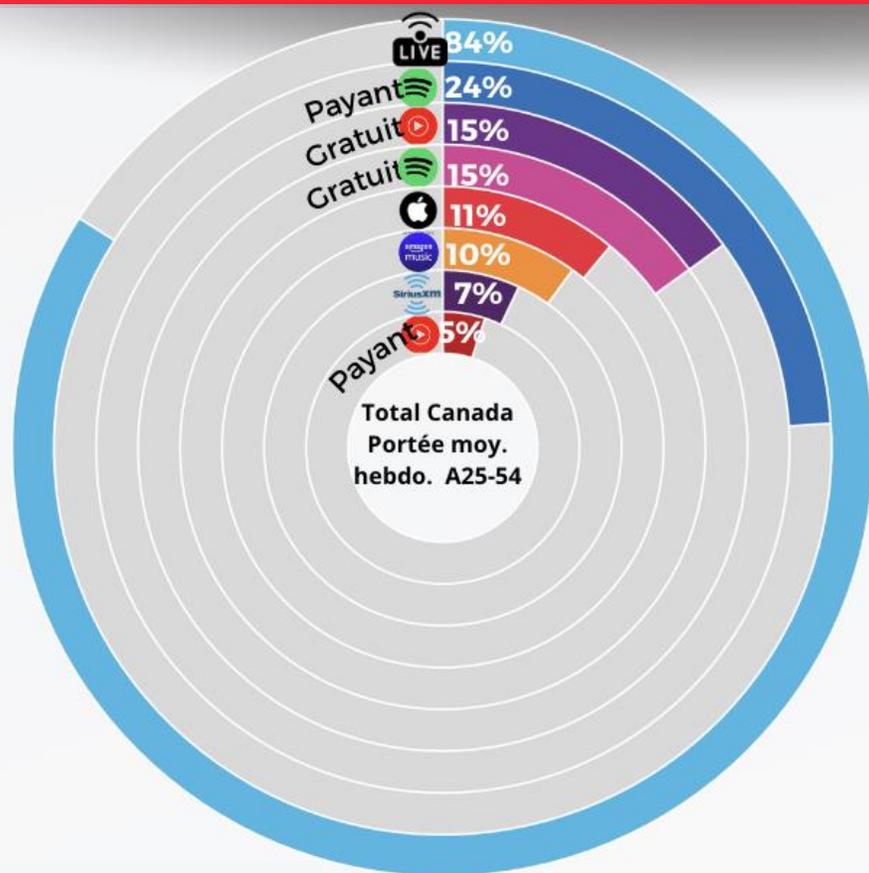


# LA RADIO COMMERCIALE EST LA PLUS IMPORTANTE PLATEFORME AUDIO ÉCOUTÉE PAR LES CANADIENS

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

ON AIR



# 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 publicité

**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

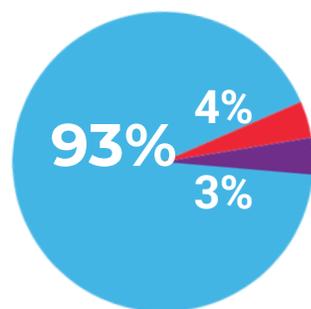
Source: La radio en mouvement automne 2023



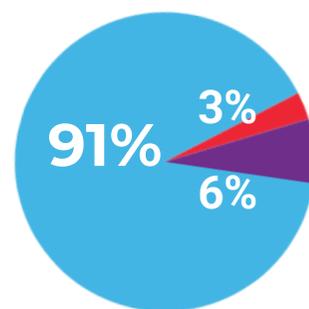


## MÊME DANS LES VOITURES CONNECTÉES LA RADIO DOMINE

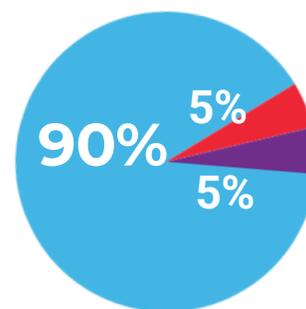
Dans les voitures équipées des dernières technologies audio, la radio commerciale génère toujours le plus important temps d'écoute audio commercial



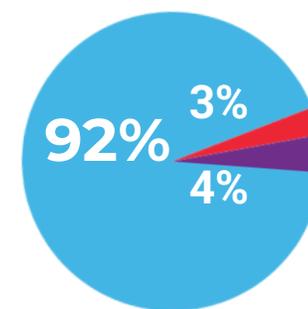
Total



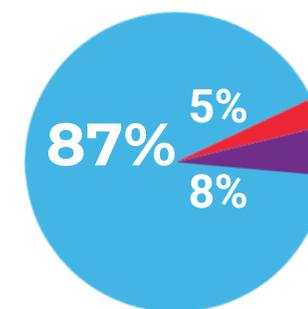
Wi-Fi Intégré



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%**

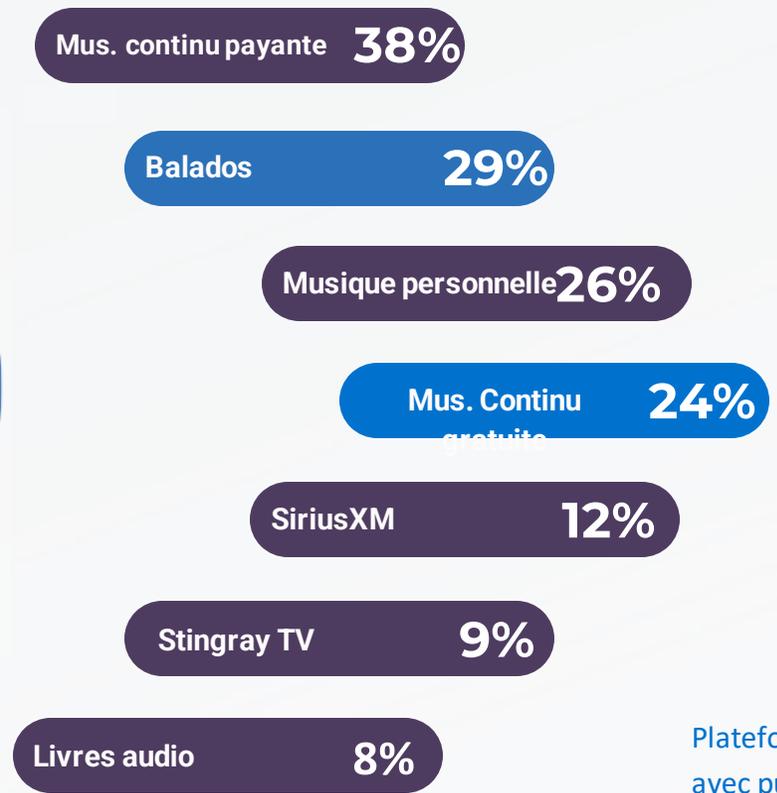
déclarent écouter la radio plus de 2 heures par jour





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

**84%**  
Portée moy. par semaine  
A25-54\*



Plateforme audio  
avec publicité



Source: La radio en mouvement automne 2023 | \* PPM FL 2023 Total Meter CTRL / AW / %. Portée hebdomadaire

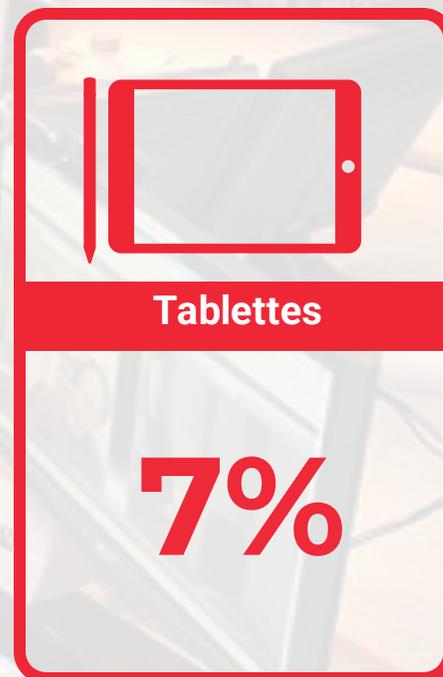
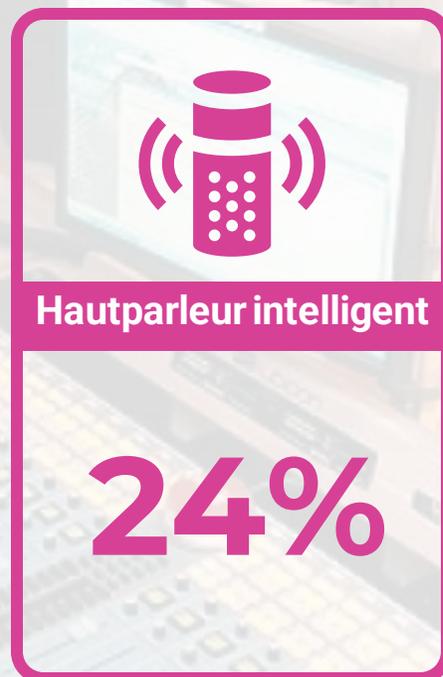


**12% DE L'ÉCOUTE DES 18 ANS ET PLUS S'EFFECTUE DORÉNAVANT PAR LE BIAIS DE LA RADIO EN LIGNE - CETTE DONNÉE AUGMENTE À 17% LORSQU'IL S'AGIT DES ADULTES DE 18 À 34 ANS**

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



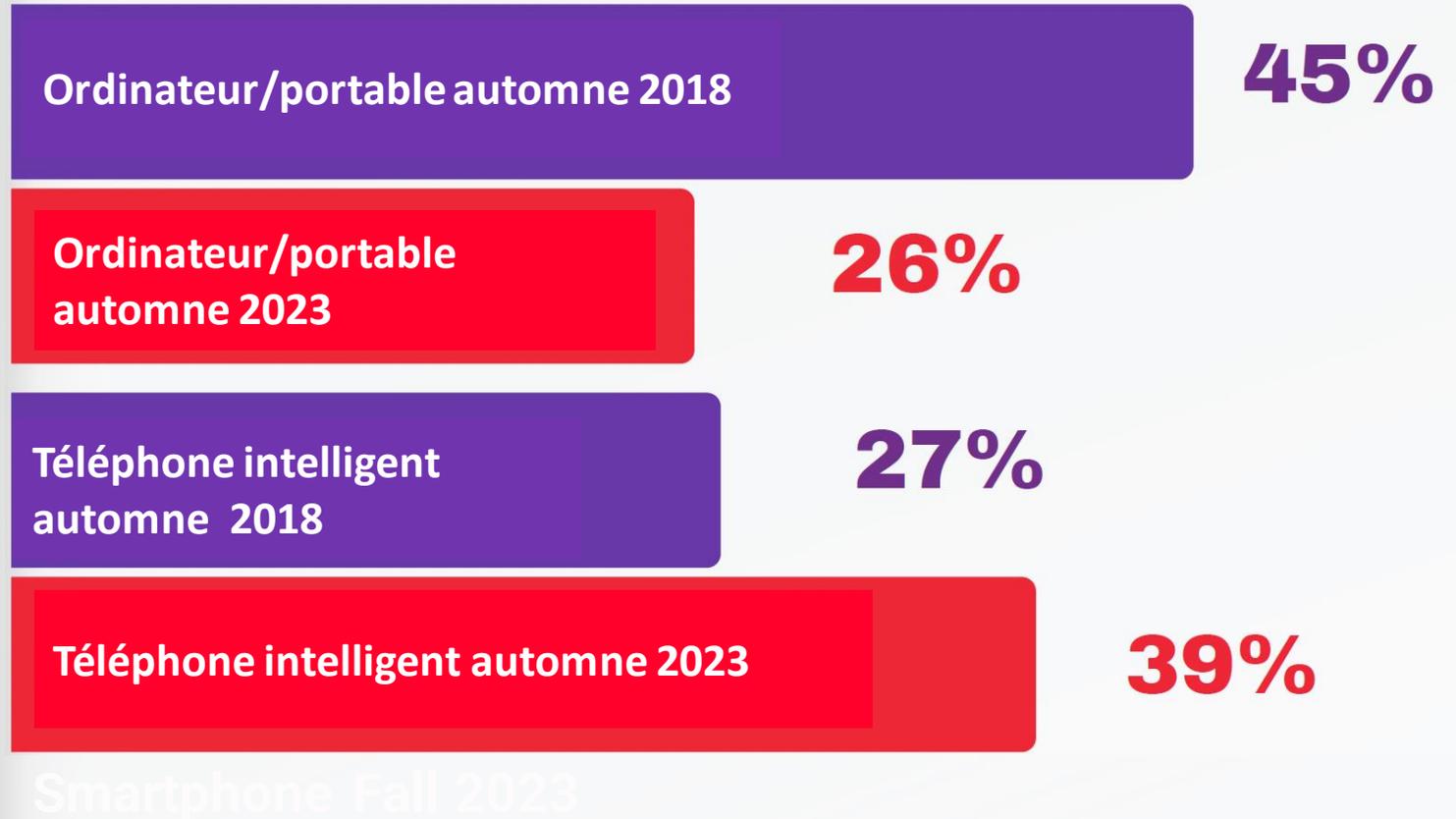
# L'ÉCOUTE DE LA RADIO COMMERCIALE PAR APPAREIL



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



(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



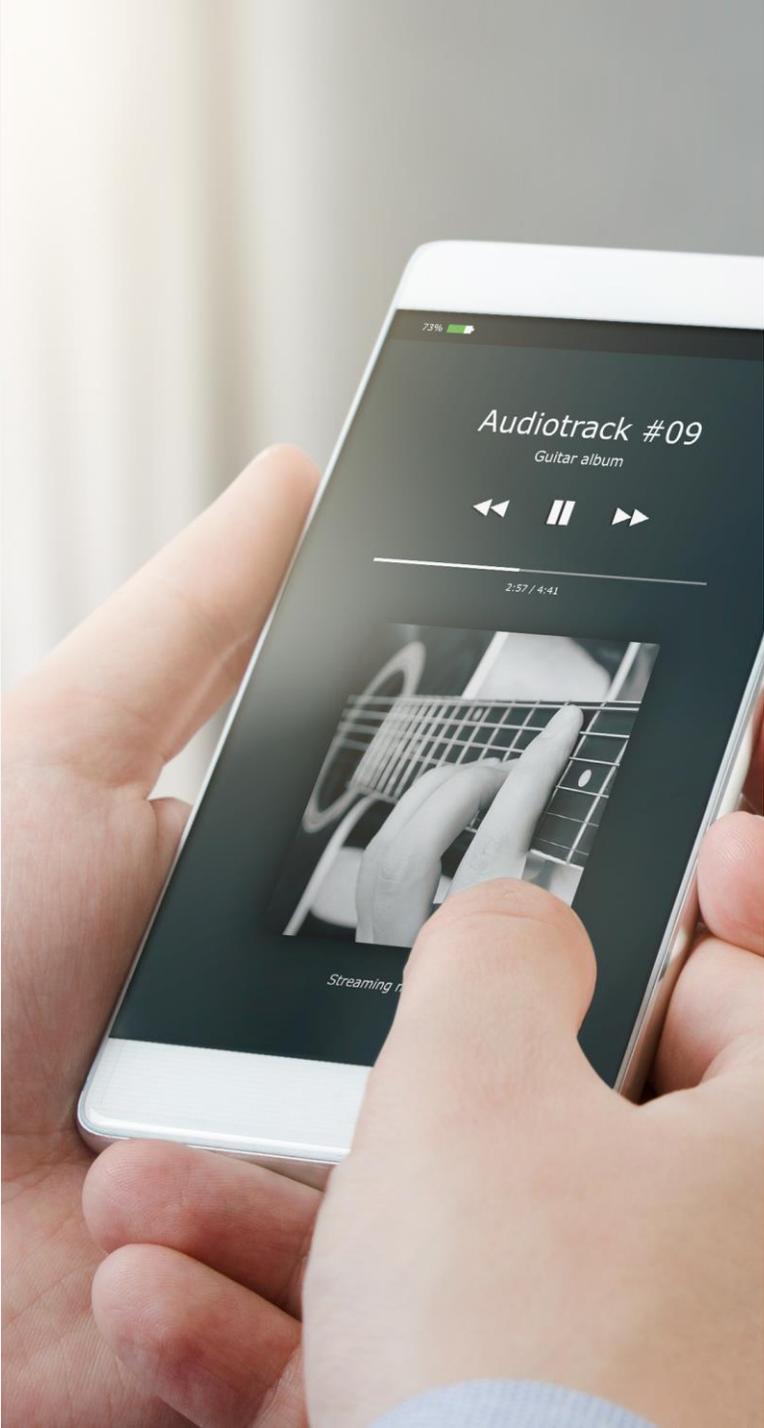
# LES PLATEFORMES DE MUSIQUE EN CONTINU ONT REMPLACÉ LES BIBLIOTHÈQUES MUSICALES PERSONNELLES

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.

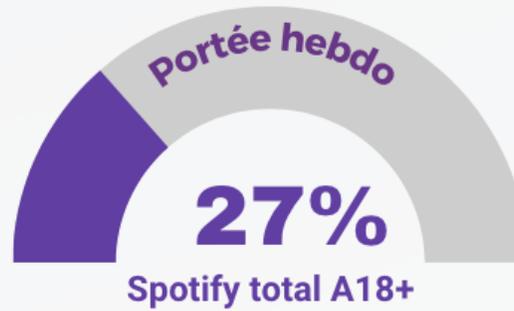
% d'utilisateurs quotidiens de Spotify 2017 vs 2023



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



Spotify Total /  
Spotify gratuit

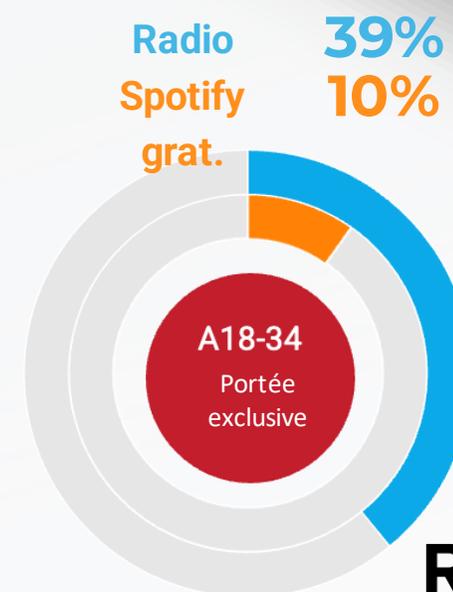
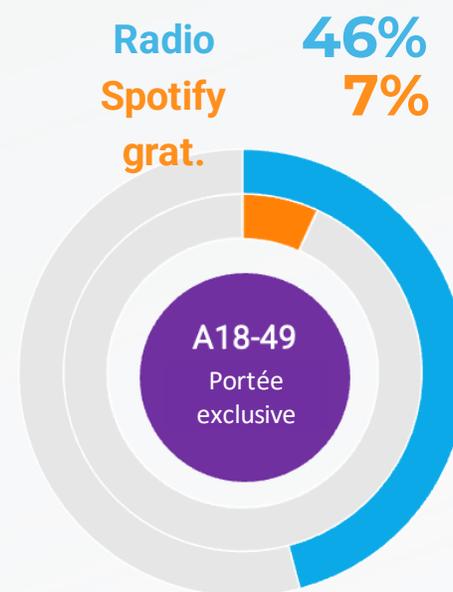
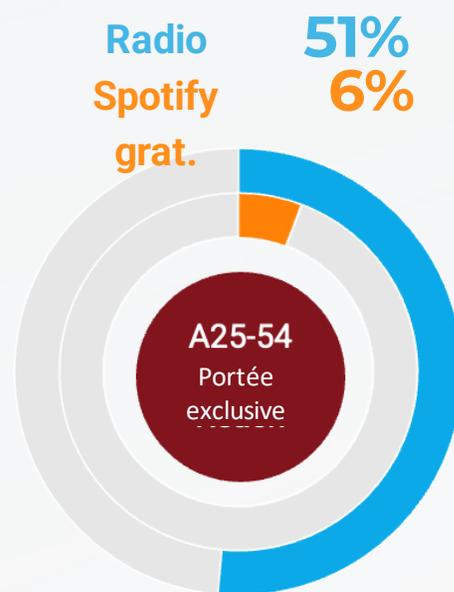
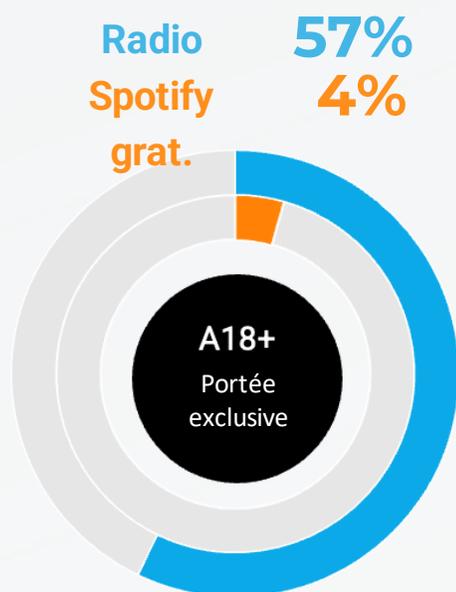


Spotify total /  
Spotify gratuit

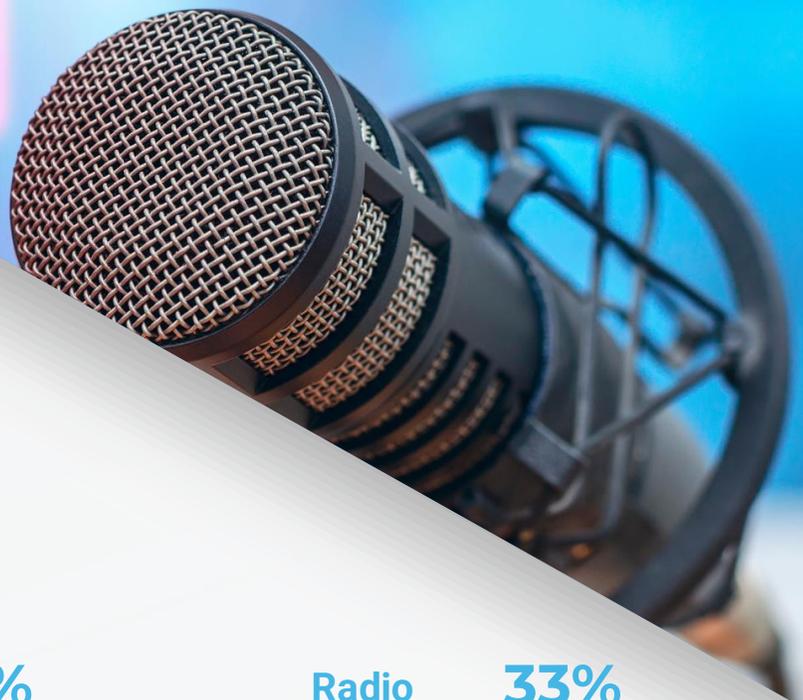


Source: La radio en mouvement automne 2023

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

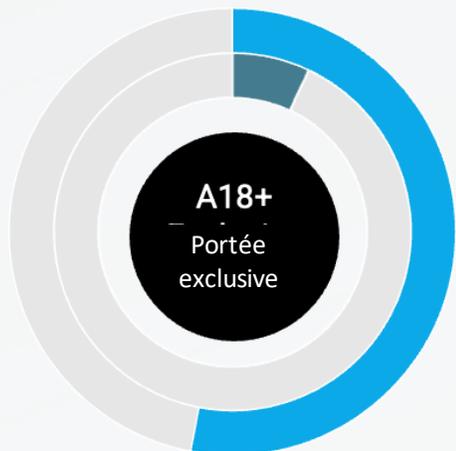


ON AIR

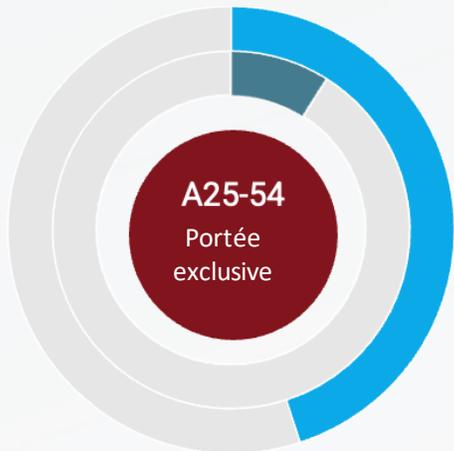


# LA PORTÉE HEBDOMADAIRE EXCLUSIVE DE LA RADIO EST BEAUCOUP PLUS ÉLEVÉE QUE CELLE DES BALADOS

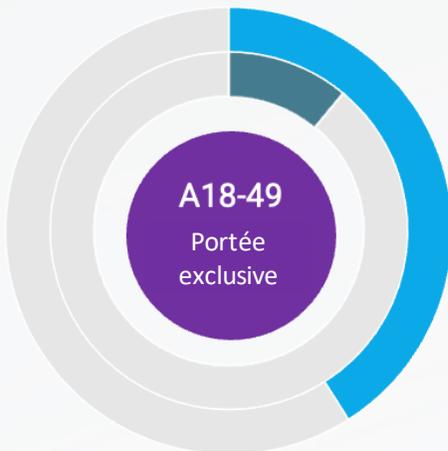
Radio 53%  
Balados 7%



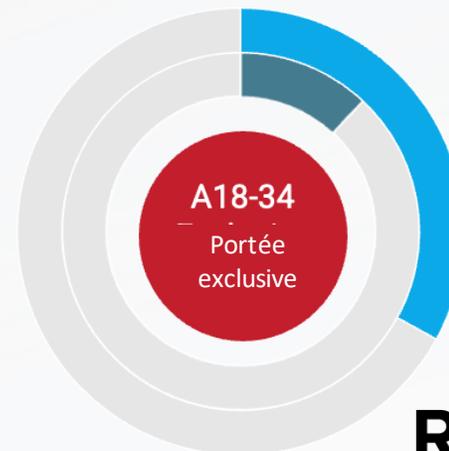
Radio 45%  
Balados 9%



Radio 41%  
Balados 11%

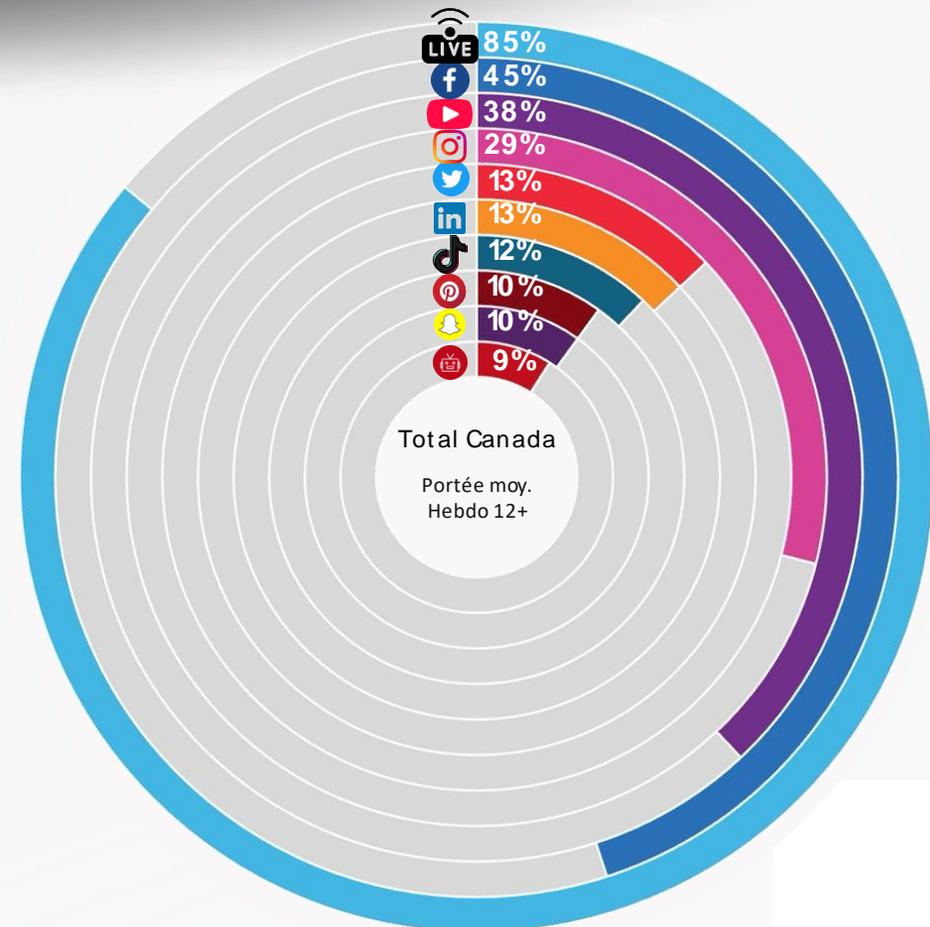


Radio 33%  
Balados 12%

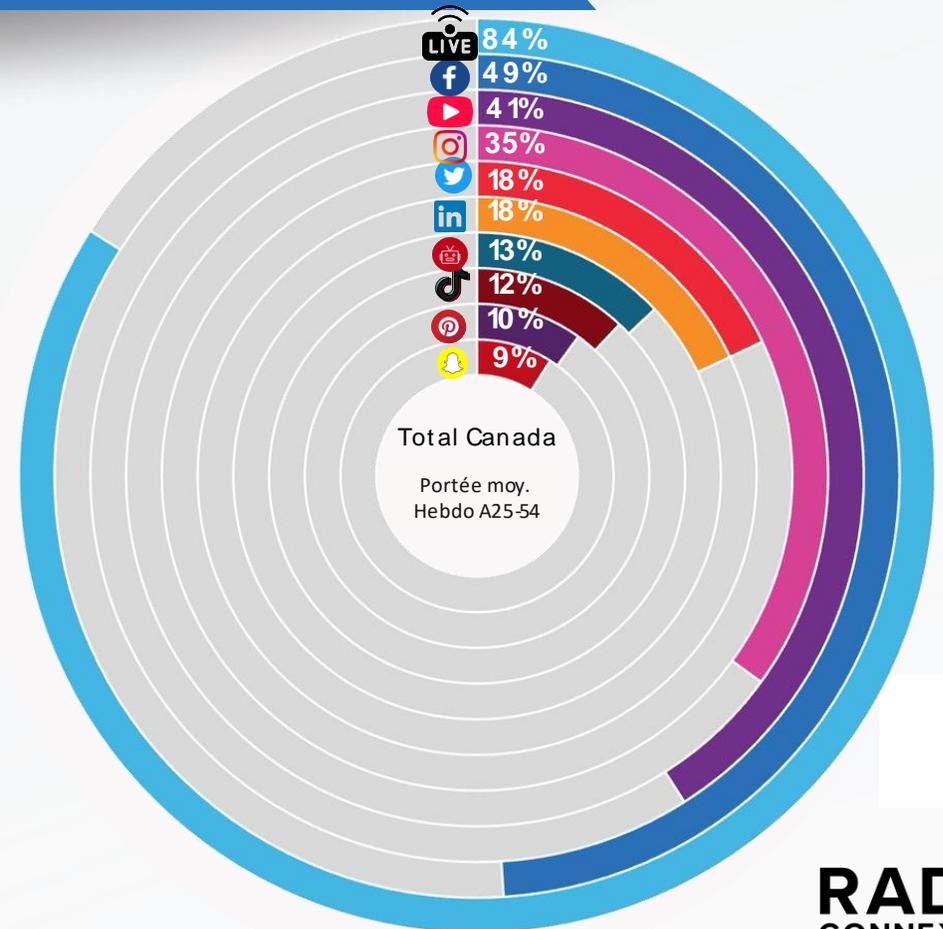
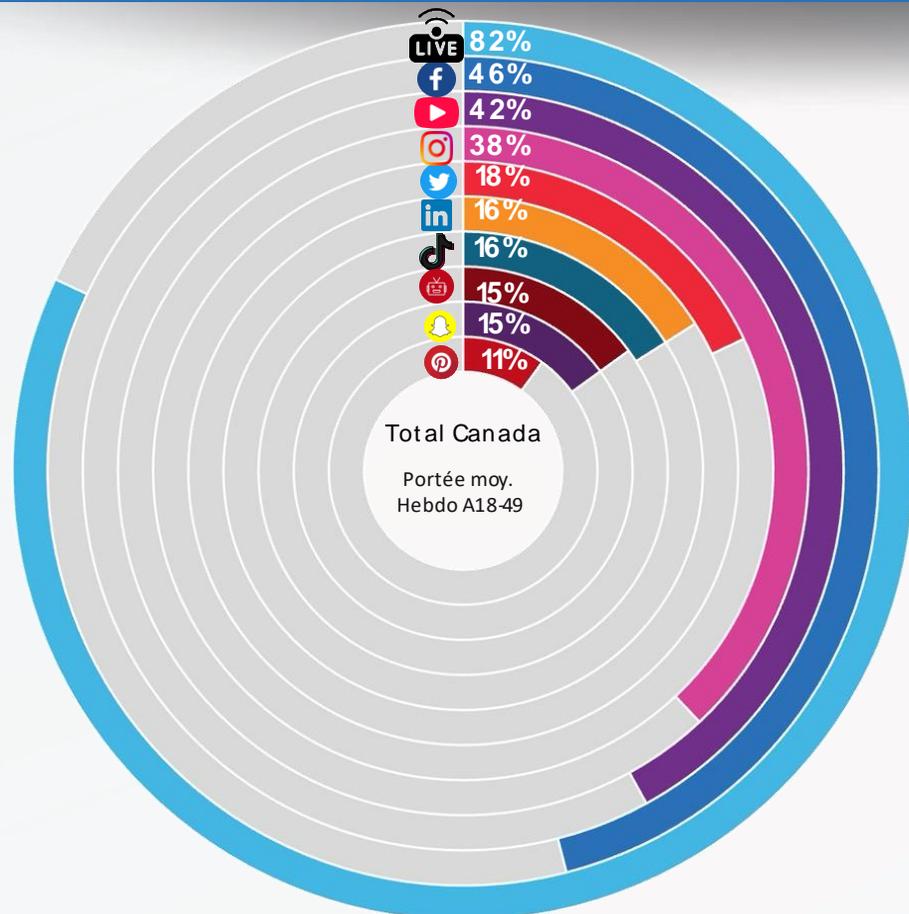


# LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL

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



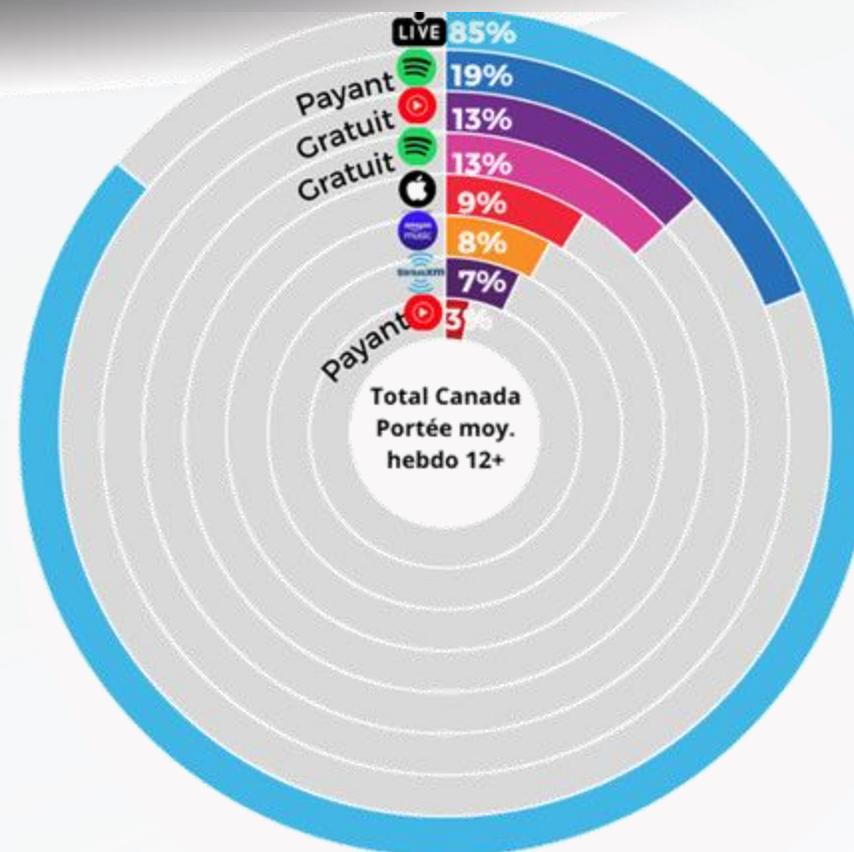
# LA RADIO COMMERCIALE, LA PLATEFORME MOBILE ORIGINALE ET TOUJOURS LE PLUS PUISSANT RÉSEAU SOCIAL



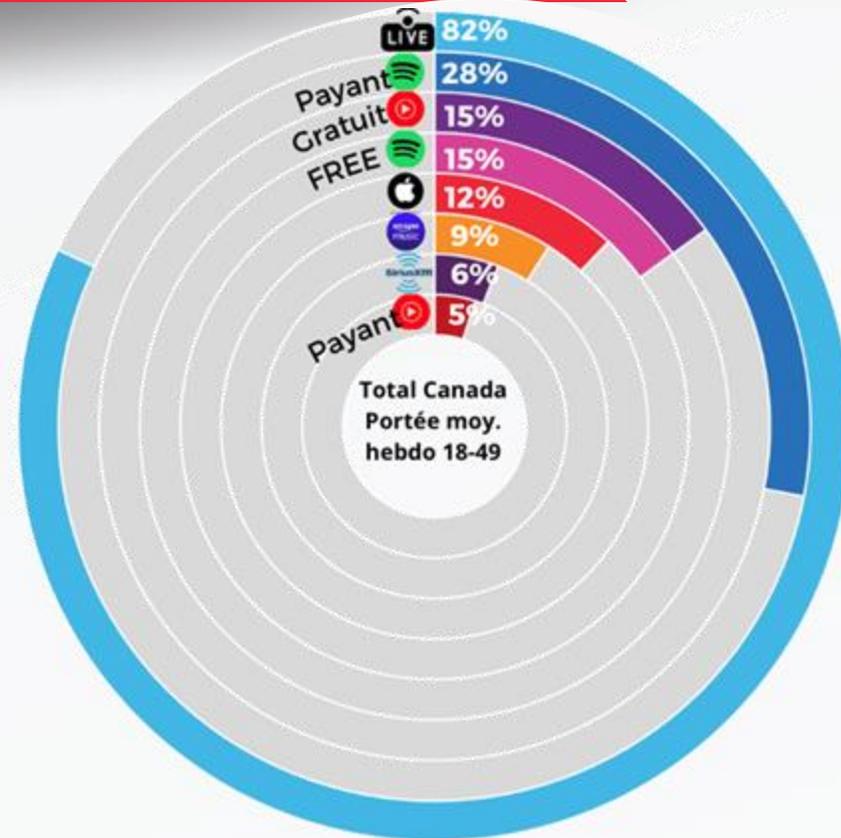
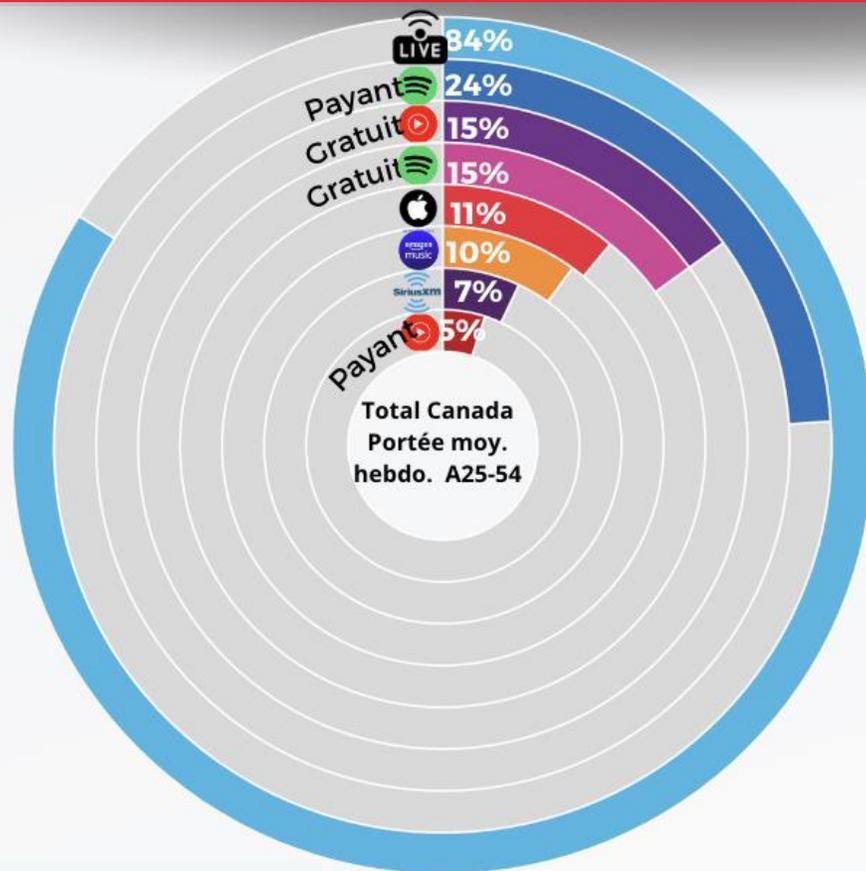
Source: Numeris Automne PPM & RTSAW Portée 12+

# 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%**

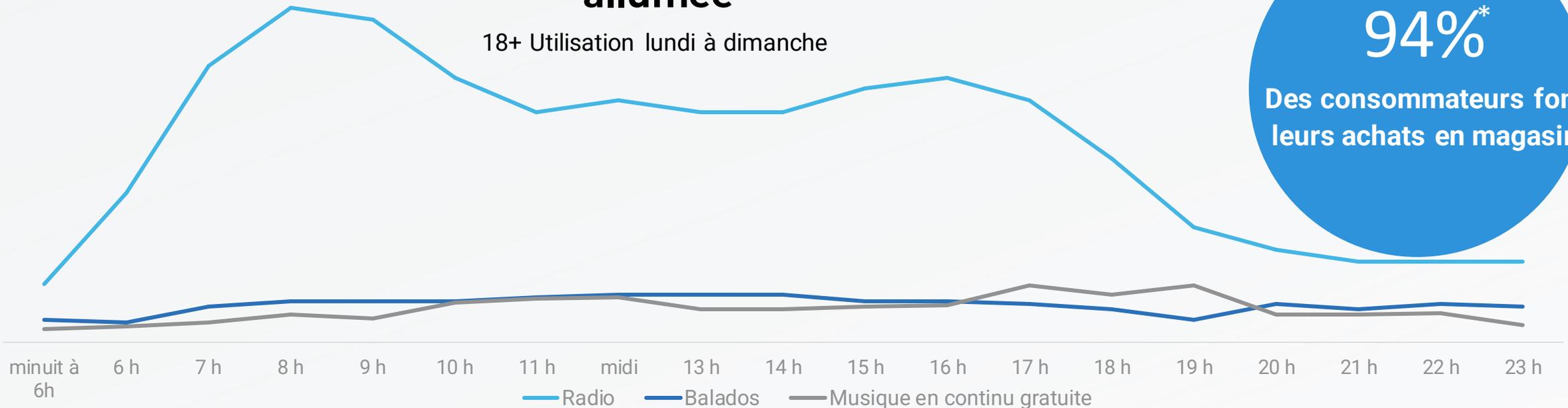
Écoutaient la radio  
commerciale lors de leur  
déplacement



# LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART D'AUDIO COMMERCIAL 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%**

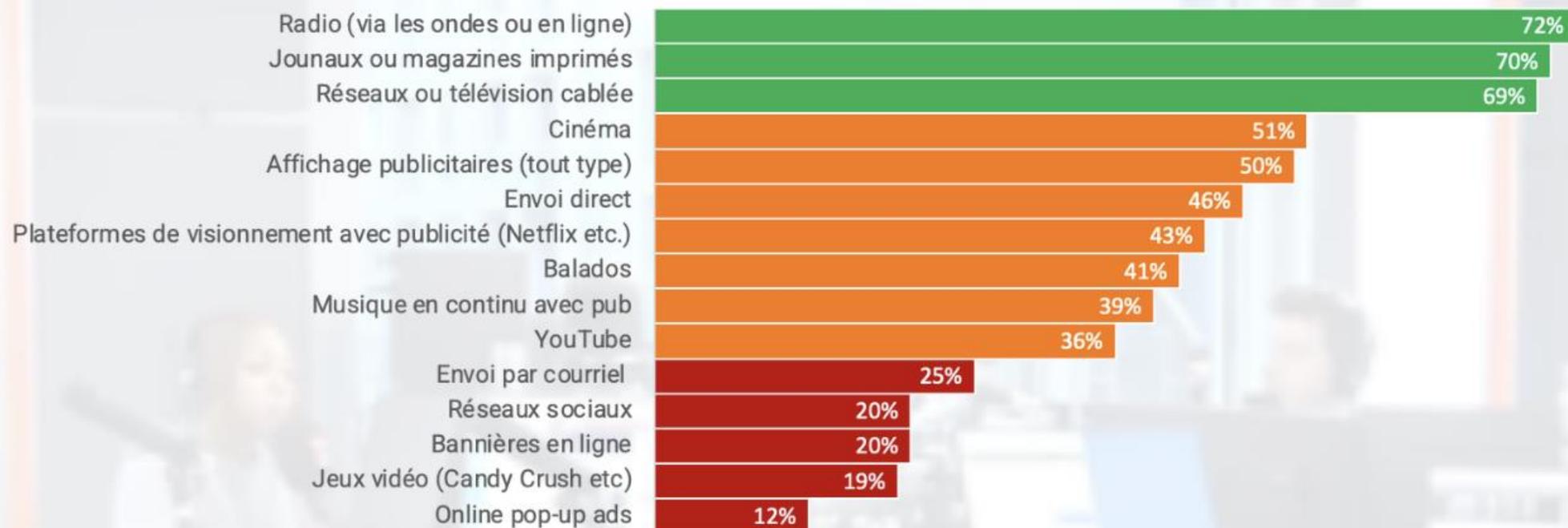
en ont parlé à quelqu'un

**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

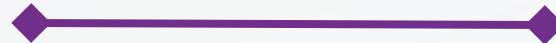
## RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE DES BIENS DE CONSOMMATION DE NIELSEN

### 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](http://radioconnects.ca)



Suivez-nous sur LinkedIn



Abonnez-vous à notre bulletin électronique



[caroline.gianias@radioconnects.ca](mailto:caroline.gianias@radioconnects.ca)



[lisa.dillon@radioconnects.ca](mailto:lisa.dillon@radioconnects.ca)



[chantal.leblanc@radioconnects.ca](mailto:chantal.leblanc@radioconnects.ca)