

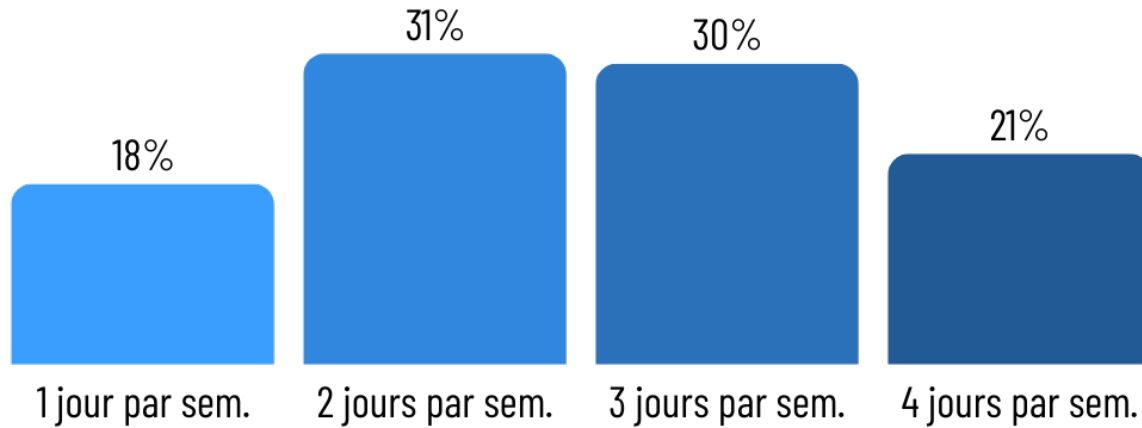
En mouvement

L'UNIVERS AUDIO DANS LA VOITURE

2025



Nombre de jours que les Canadiens travaillent à l'extérieur de la maison



À quel endroit les Canadiens travaillent-ils ?

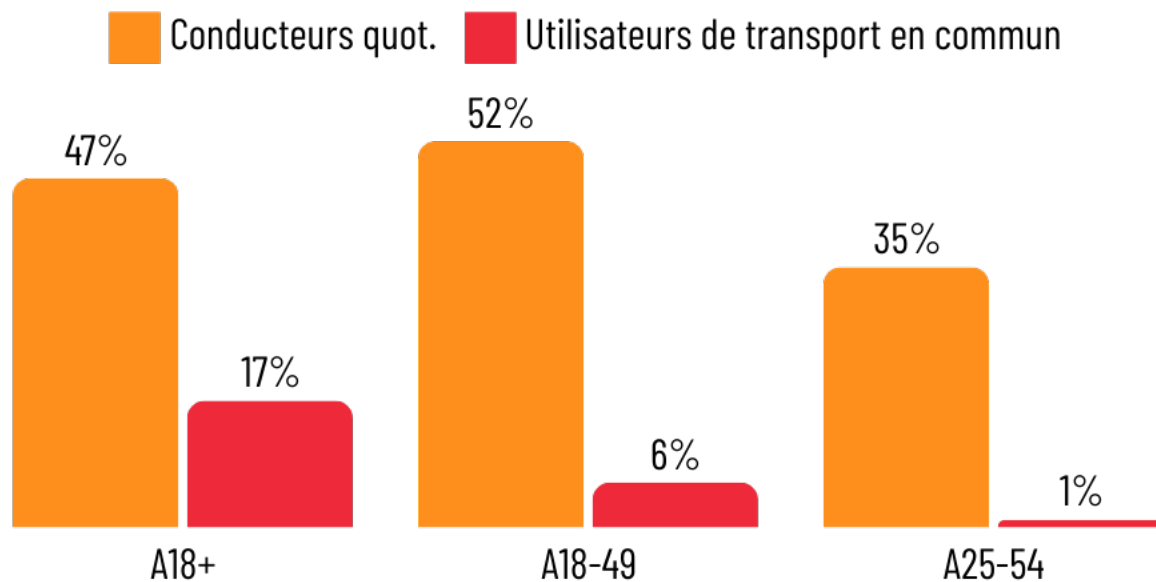


Source: Signal Hill Insights Automne 2024

Bien que de nombreux employés de bureau, comme les professionnels des médias et de la publicité, continuent de travailler à la maison, **les Canadiens travaillent** en moyenne **3,8 jours à l'extérieur de la maison**



Plus de Canadiens sont au volant de leur voiture que dans le transport en commun

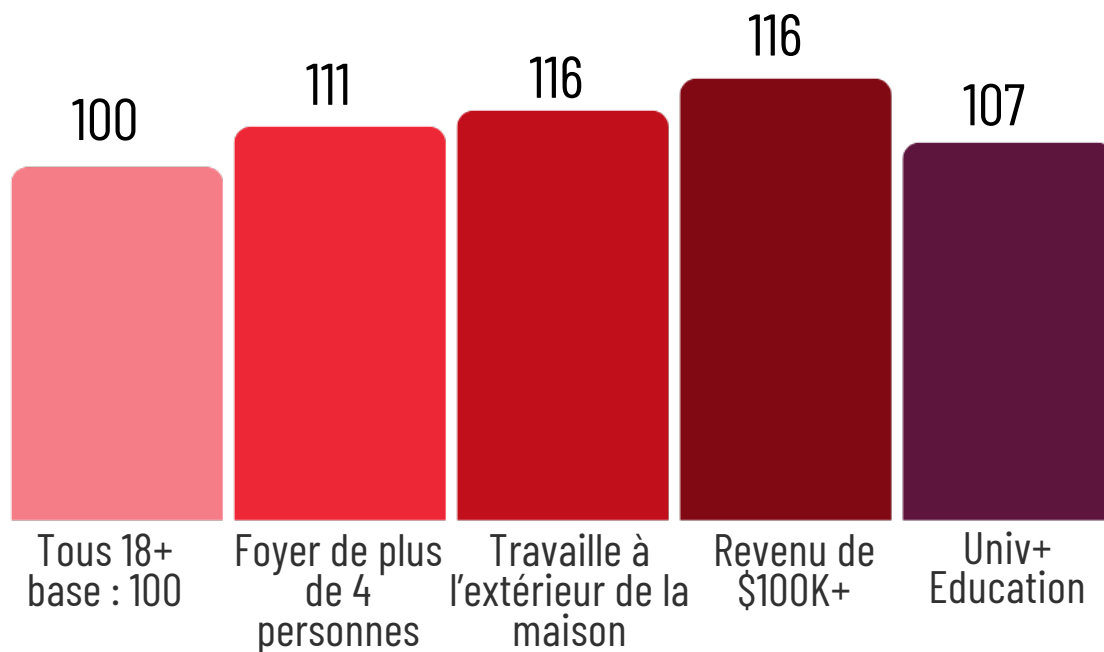


Les adultes de 18 à 49 ans sont près de **9 fois plus susceptibles** et les adultes de 25 à 54 ans sont **35 fois plus susceptibles** de se déplacer **en voiture** que de prendre le transport en commun



Les auditeurs aisés et éduqués sont plus susceptibles d'avoir passé du temps à écouter la radio dans leur voiture hier

A écouté la radio dans la voiture hier - **Indice comparativement aux 18+**



Source: Signal Hill Insights Automne 2024

Les auditeurs dans la voiture vivent généralement dans des familles plus nombreuses, possèdent des niveaux d'éducation plus élevés, gagnent des revenus plus élevés et sont plus susceptibles de travailler loin de la maison. Cela en fait une cible publicitaire idéale à atteindre lorsqu'ils sont en déplacement.



11%

Vivent dans
**une famille
nombreuse**

16%

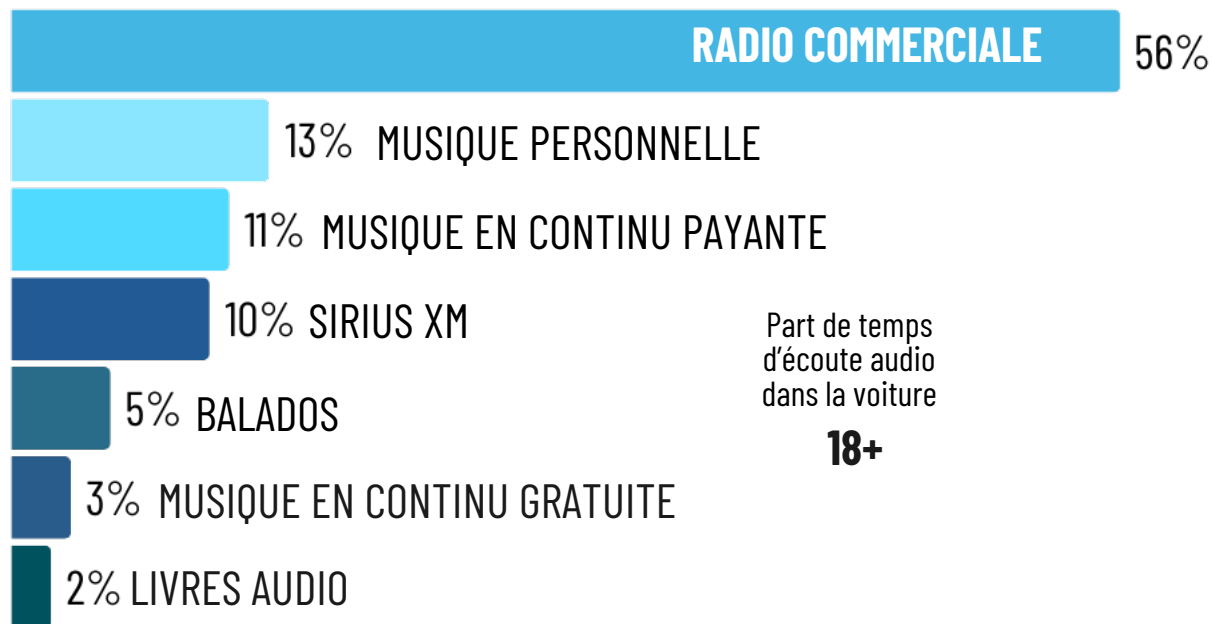
sont
**de retour au
bureau**

16%

gagnent
**plus de
100K**

La radio domine l'audio dans la voiture

La radio est **la plateforme de choix** lorsque les Canadiens sont **en déplacement** et effectuent leurs courses



Part de temps d'écoute audio dans la voiture
18+

Source: Signal Hill Insights Automne 2024



Part de temps d'écoute audio dans la voiture :

11x

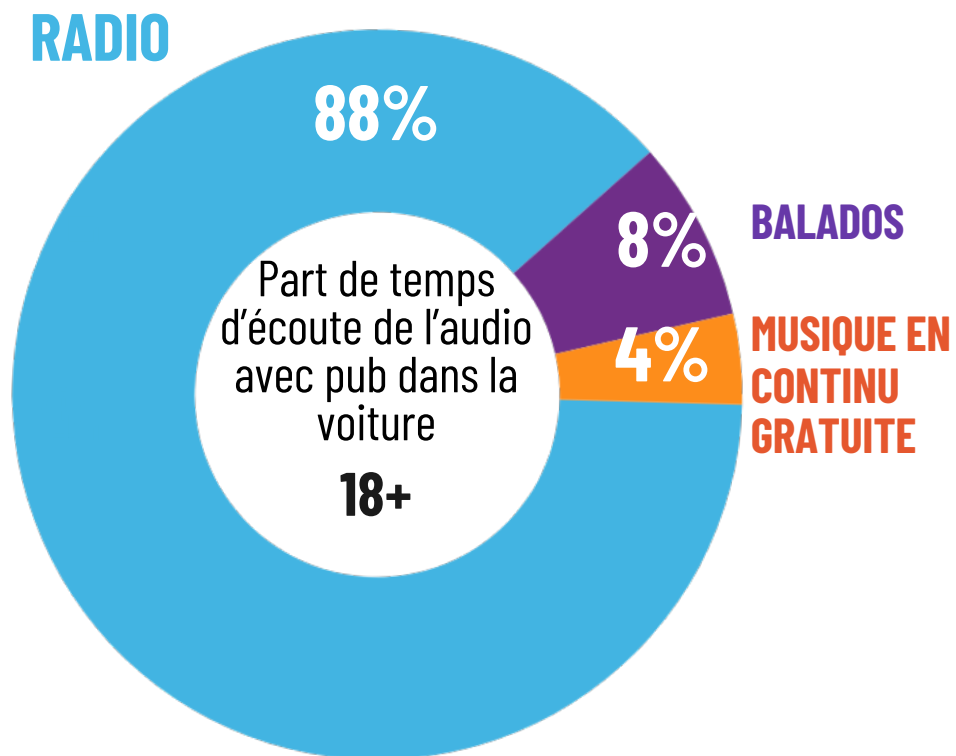
Plus que les balados

19x

Plus que la musique en continu gratuite

LES CANADIENS ÉCOUTENT LA RADIO DANS LEUR VOITURE

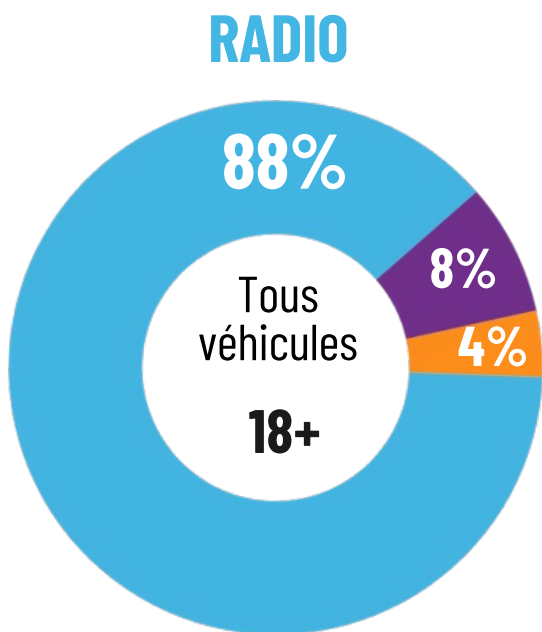
53 minutes, de chaque heure,
consacrées à l'écoute de l'audio avec
publicité dans la voiture, sont
consacrées à l'écoute de la **radio**



Source: Signal Hill Insights Automne 2024

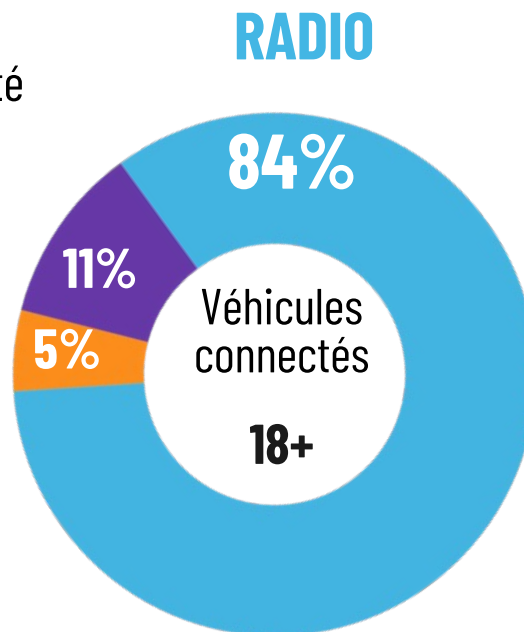
Dans les voitures équipées des **dernières technologies**, la **radio** détient la **majorité du temps** consacré à l'écoute de contenu audio avec publicité

**LA RADIO EST LE CHOIX
NUMÉRO 1 DANS LES
VOITURES CONNECTÉES**



Part du temps de l'audio avec publicité dans la voiture

**BALADOS
MUSIQUE EN
CONTINU
AVEC
PUBLICITÉ**



Faits saillants

SUR LA ROUTE



Seulement 17% des Canadiens travaillent de la maison, alors que **70% travaillent exclusivement à l'extérieur** et 14% travaillent en mode hybride.

PLUS SOUVENT EN VOITURE QU'EN TRANSPORT EN COMMUN



Plus de gens étaient dans **une voiture hier** plutôt que dans le transport en commun. Ces personnes, plus **aisées et plus instruites**, écoutent la radio quotidiennement.

LES CONSOMMATEURS AISÉS SONT DANS LES VOITURES



Les gens qui utilisent la **voiture ont tendance à être** plus aisés, ont un niveau d'éducation **supérieur et vivent dans des familles plus nombreuses (4+)**. Ils sont également des auditeurs de la radio.

LA RADIO DOMINE DANS LA VOITURE



Parmi **tous les choix audio** disponibles dans la **voiture**, de la musique personnelle aux livres audio, la **radio détient plus de la moitié du temps consacré à écouter de l'audio dans la voiture.**

LA RADIO EST CONNECTÉE AVEC LES CONDUCTEURS



Pour les annonceurs la **radio représente la meilleure option pour atteindre leurs clients** dans la voiture. **53 minutes de chaque heure** passée à écouter de l'audio commercial **sont consacrées à l'écoute de la radio.**

LA RADIO EST CONNECTÉE



Même dans les **modèles équipés des dernières technologies**, la radio demeure le **premier choix audio**, recueillant **84% du temps passé à écouter de l'audio avec publicité.**

Pour plus d'information

CONTACTEZ-NOUS



Visitez notre site web
www.radioconnects.ca



Suivez-nous sur
LinkedIn



Inscrivez-vous à nos
Mises à jour Audio



Découvrez notre
Certification Audio

