

ÉTUDE AUDIO DIGITAL 2023

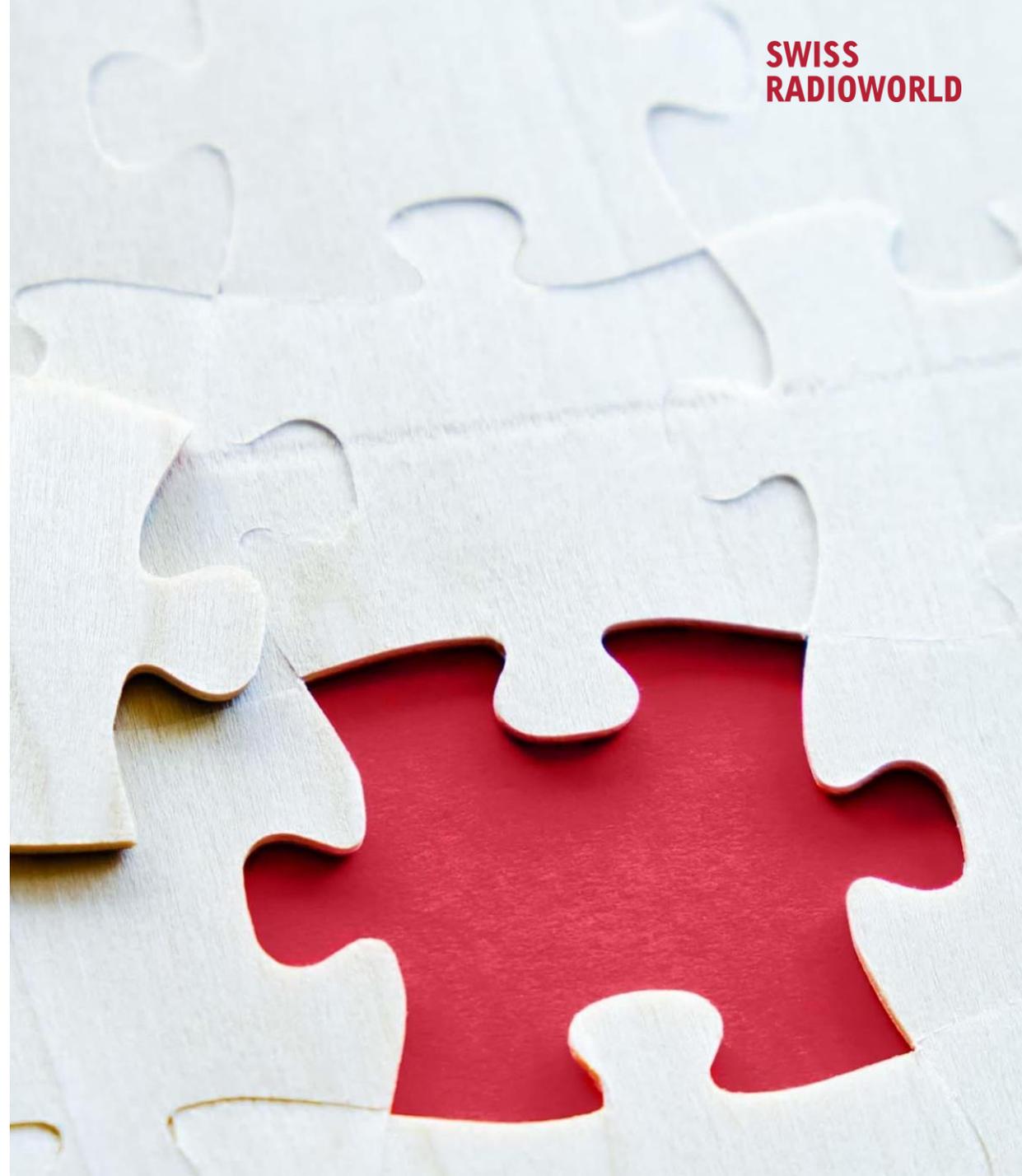
Étude de marché TX Group, Novembre 2023

**SWISS
RADIOWORLD
YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION**



Contenu

- 1** Profil méthodologique
- 2** Utilisation l'Audio Digital
- 3** Situations d'utilisation Audio Digital
- 4** Audio Digital et Publicités
- 5** Campagne Case Activ Fitness
- 6** Résumé



PROFIL MÉTHODOLOGIQUE

ÉTUDE AUDIO DIGITAL 2023

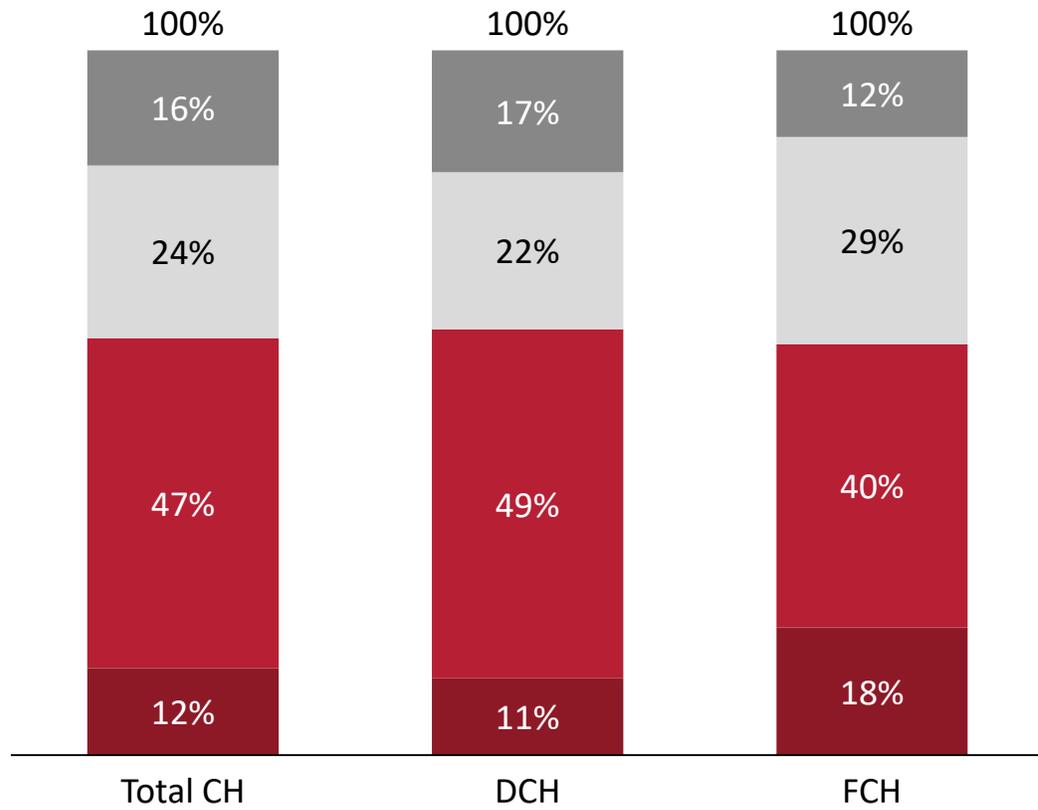
Population de référence	Plus de 15 ans d'origine allemande, romande et tessinoise qui utilisent Internet au moins une fois par semaine
Méthode	Enquête en ligne au moyen d'un questionnaire entièrement structuré dans les panels TX représentatifs gérés par intervista
Échantillon	Pré-test : 1'090 personnes DCH, FCH et ICH (nombre de cas ICH trop faible pour une expulsion séparée; inclus dans le total CH) Post-test : 1'358 personnes DCH et FCH
Période d'enquête	Pré-test : du 23 au 29 mai 2023 Post-test : du 21 juin au 6 juillet 2023
Durée de la campagne Activ Fitness	Du 30 mai au 18 juin 2023
Pondération	Pondéré en fonction du sexe, de l'âge, de l'emploi, de l'éducation, de l'Internet RUS, du WEMF et de la région linguistique selon la stratégie MA All-in-One 2022
Intervalle de confiance	L'intervalle de confiance pour l'ensemble de l'échantillon pré-test est d'un maximum de $\pm 3,0\%$, pour le post-test \pm un maximum de $2,7\%$.

UTILISATION AUDIO DIGITAL

UTILISATION AUDIO DIGITAL ET RADIO CLASSIQUE

TOTAL CH, DCH ET FCH

Question : Écoutez-vous la radio classique ou l'audio digital au moins occasionnellement ?



- Non, ni radio classique, ni audio digital
- Oui, seulement la radio classique
- Oui, à la fois la radio classique et l'audio digital
- Oui, audio digital seulement

***Texte d'information Audio Digital:**

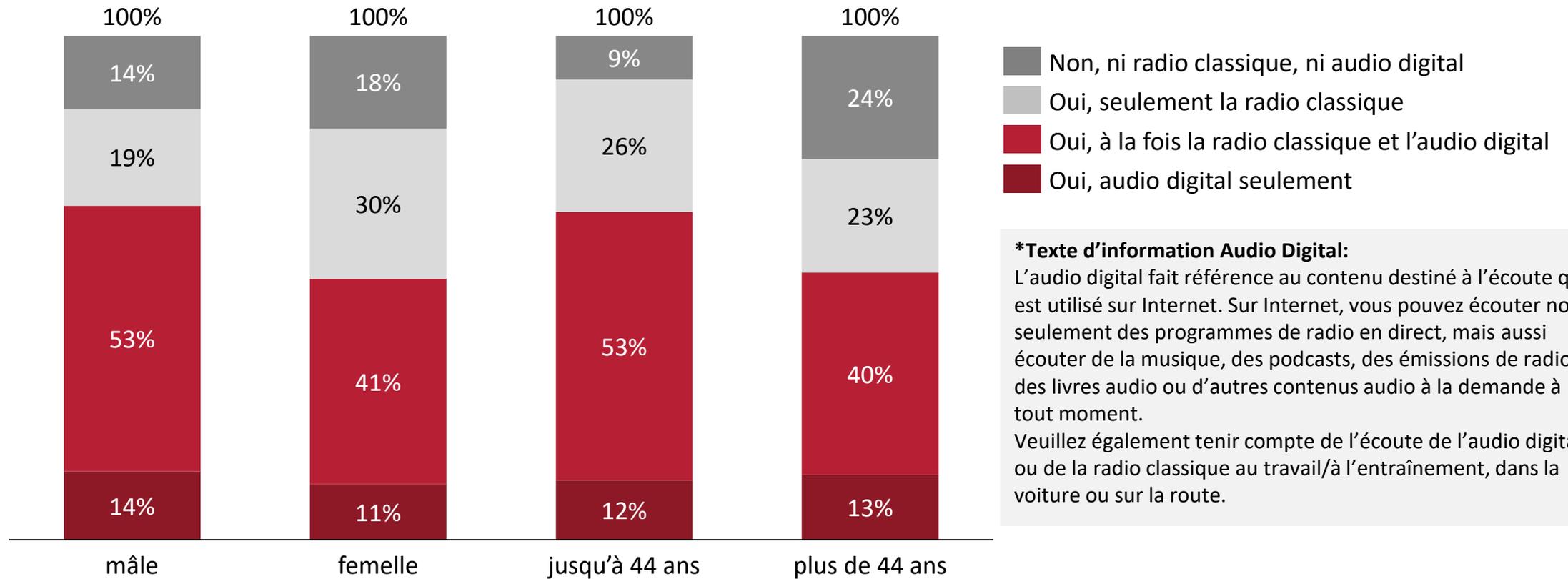
L'audio digital fait référence au contenu destiné à l'écoute qui est utilisé sur Internet. Sur Internet, vous pouvez écouter non seulement des programmes de radio en direct, mais aussi écouter de la musique, des podcasts, des émissions de radio, des livres audio ou d'autres contenus audio à la demande à tout moment.

Veuillez également tenir compte de l'écoute de l'audio digital ou de la radio classique au travail/à l'entraînement, dans la voiture ou sur la route.

UTILISATION AUDIO DIGITAL ET RADIO CLASSIQUE

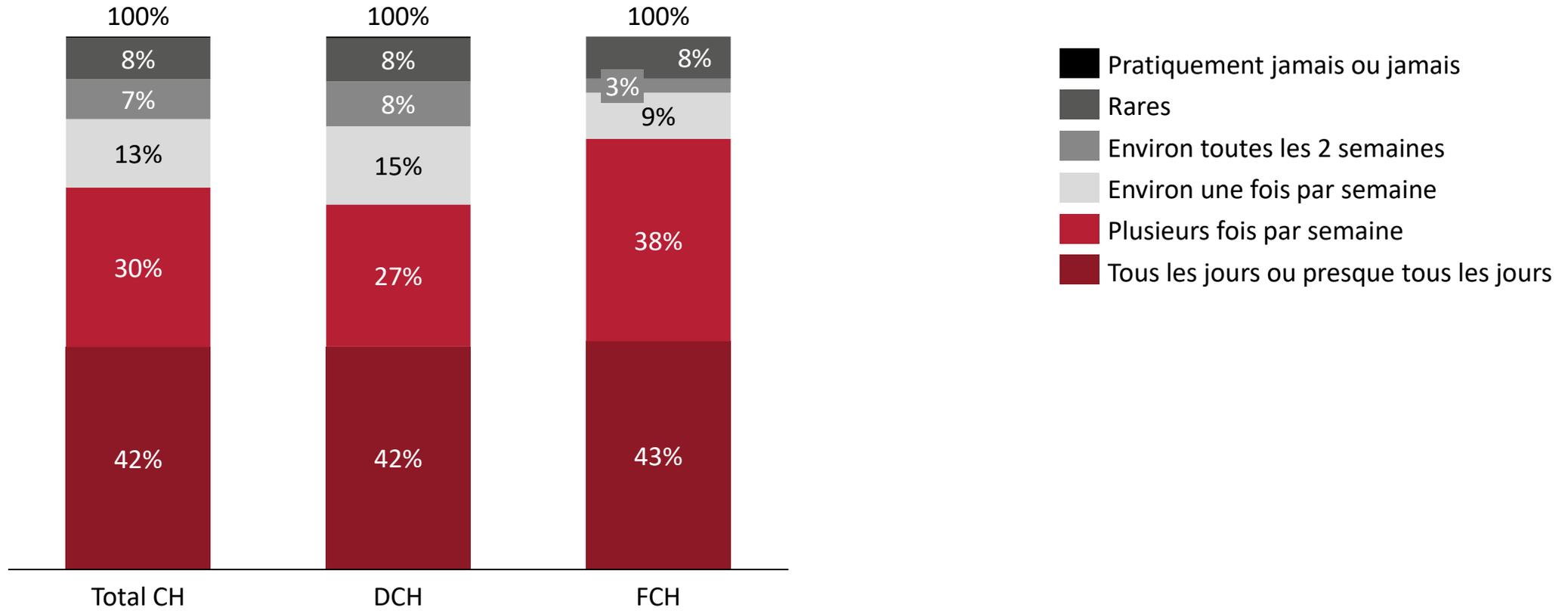
SOCIODÉMOGRAPHIE

Question : Écoutez-vous la radio classique ou l'audio digital au moins occasionnellement ?



FRÉQUENCE D'UTILISATION AUDIO DIGITAL TOTAL CH, DCH ET FCH

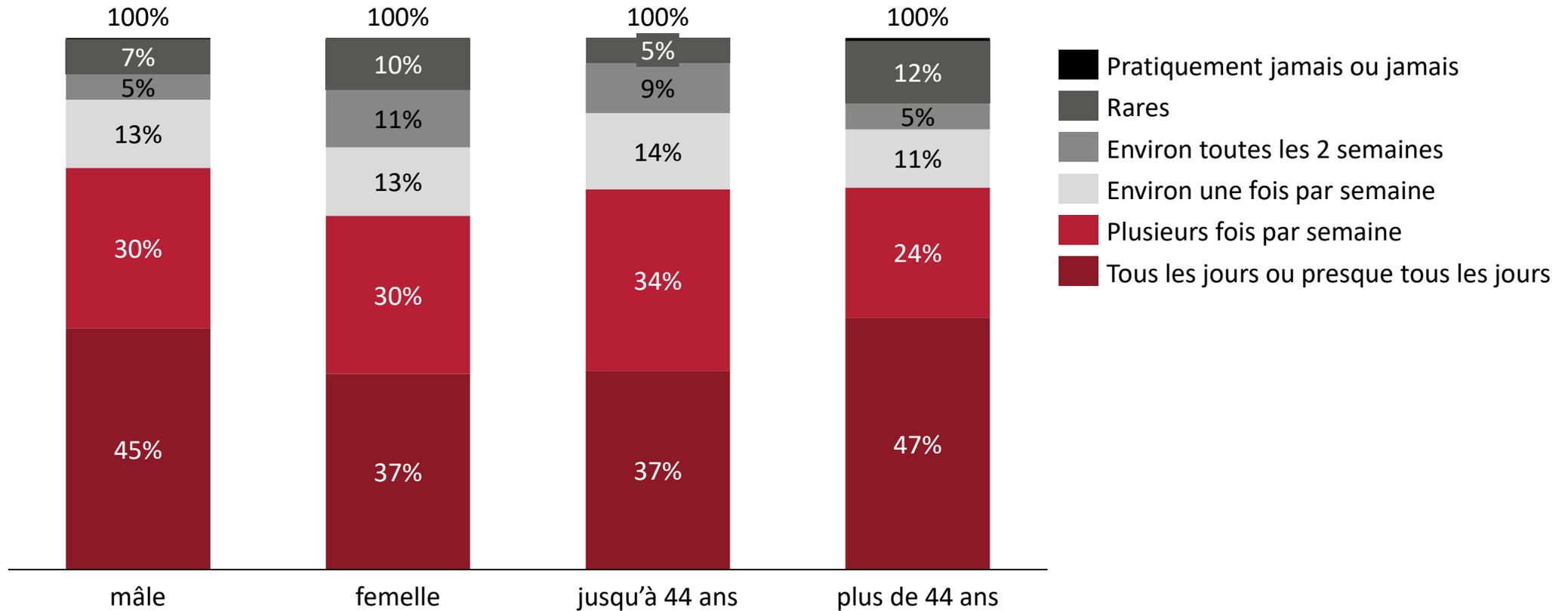
Question: À quelle fréquence écoutez-vous habituellement de l'audio digital ?



FRÉQUENCE D'UTILISATION AUDIO DIGITAL

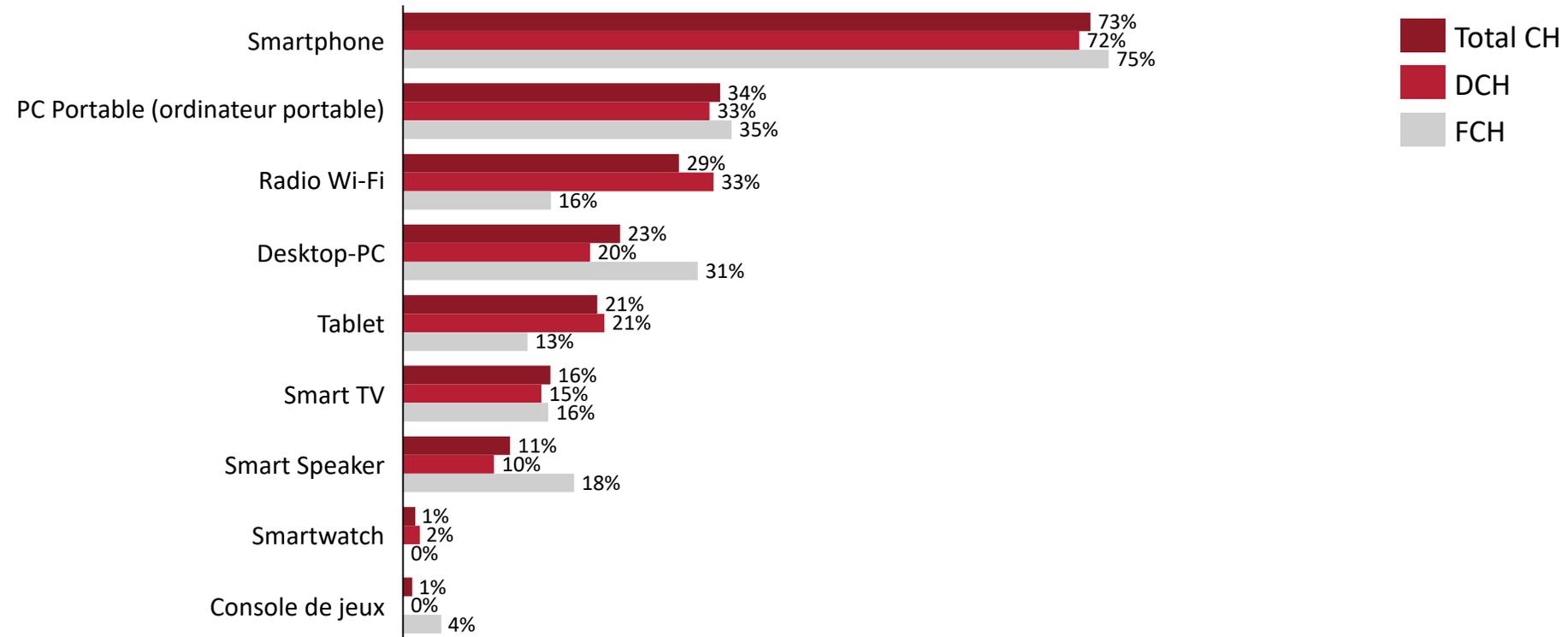
SOCIODÉMOGRAPHIE

Question: À quelle fréquence écoutez-vous habituellement de l'audio digital ?



APPAREILS AUDIO DIGITAL CH TOTAL ET GROUPES D'ÂGE

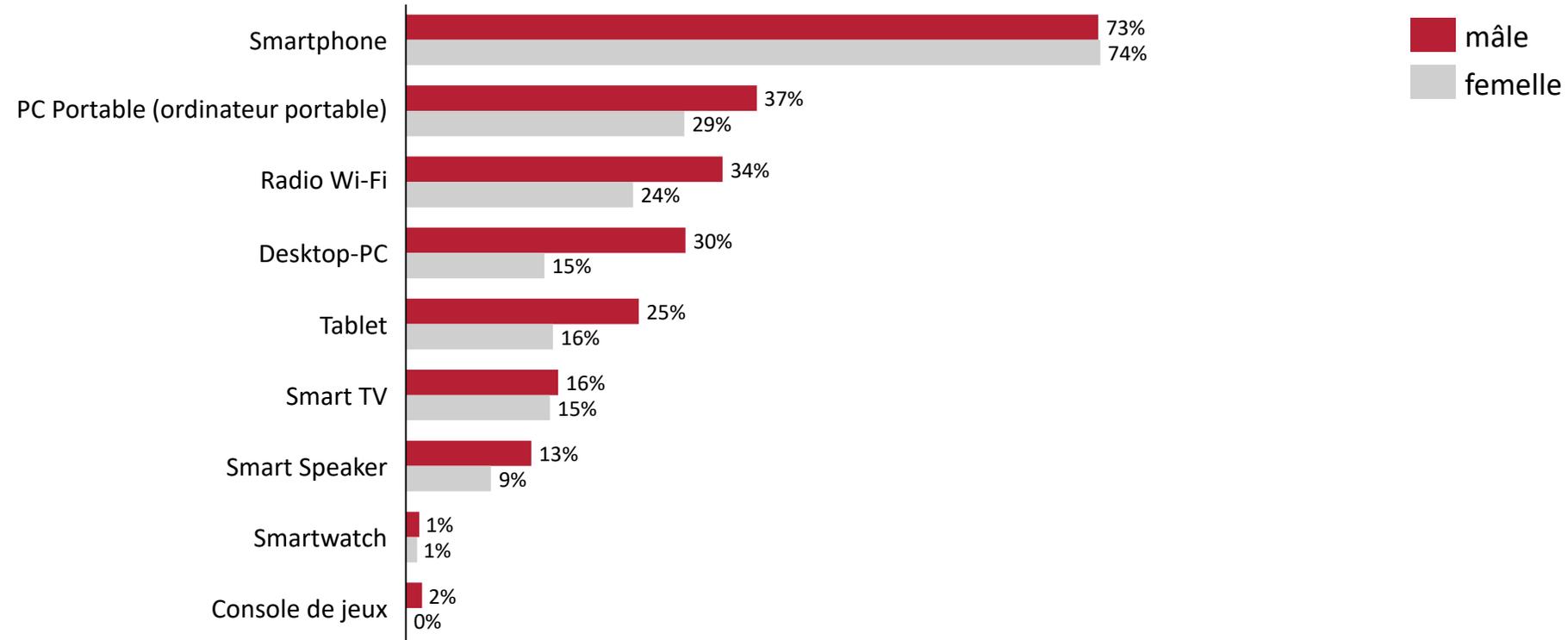
Question: Lequel des appareils suivants utilisez-vous pour écouter de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs réponses possibles)



APPAREILS AUDIO DIGITAL

SEXE

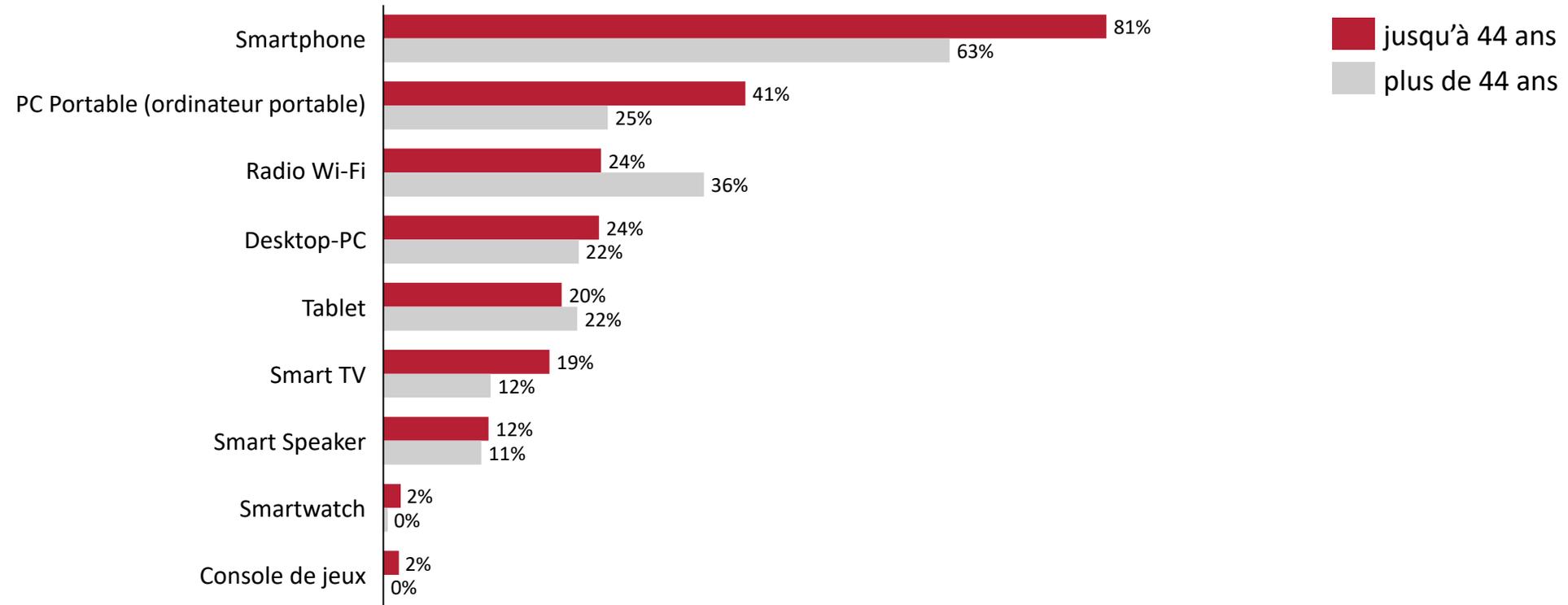
Question: Lequel des appareils suivants utilisez-vous pour écouter de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs sélections possibles)



APPAREILS AUDIO DIGITAL

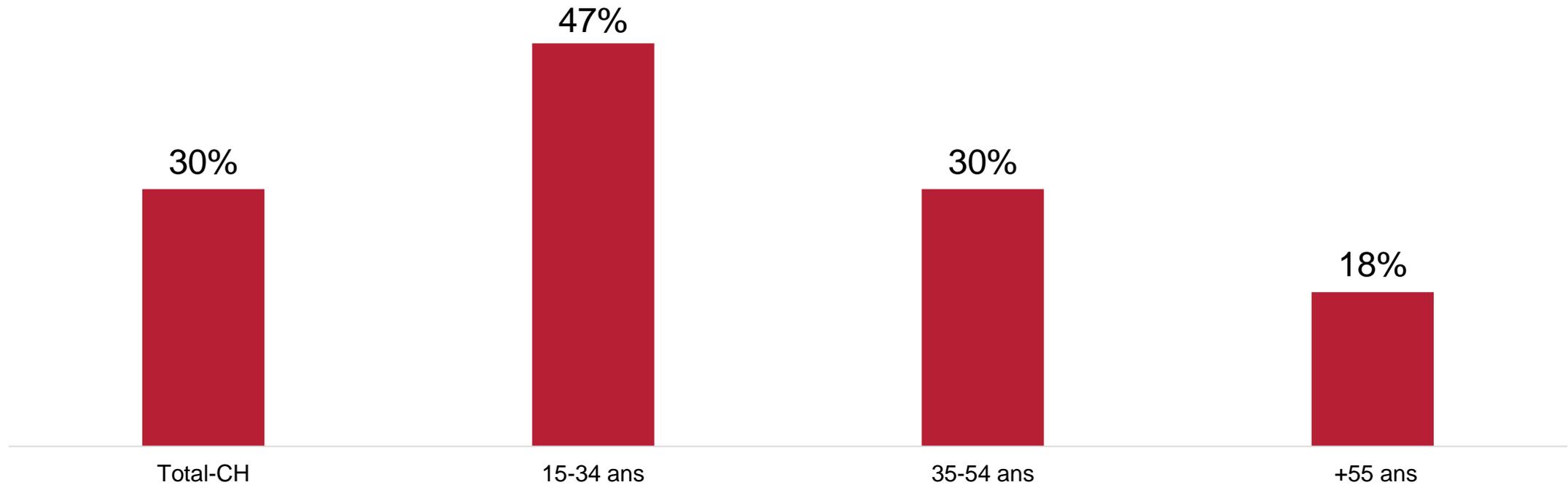
ÂGE

Question: Lequel des appareils suivants utilisez-vous pour écouter de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs sélections possibles)



TAUX ÉLEVÉ D'UTILISATION DES ÉCOUTEURS DANS L'AUDIO DIGITAL CH TOTAL ET GROUPES D'ÂGE

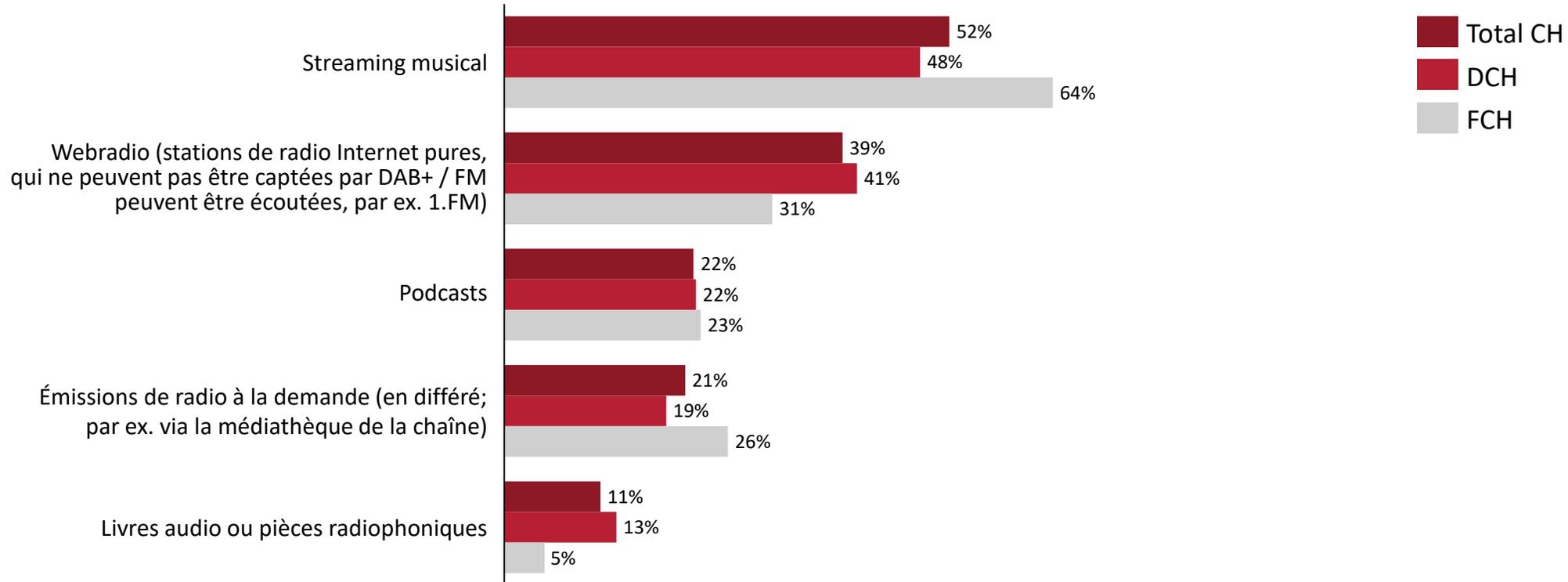
Question: Pendant toute la durée de l'écoute de l'Audio Digital, quel pourcentage pensez-vous que vous écoutez avec des écouteurs ? → Moyenne



FRÉQUENCE D'UTILISATION OFFRES AUDIO DIGITAL

TOTAL CH, DCH ET FCH

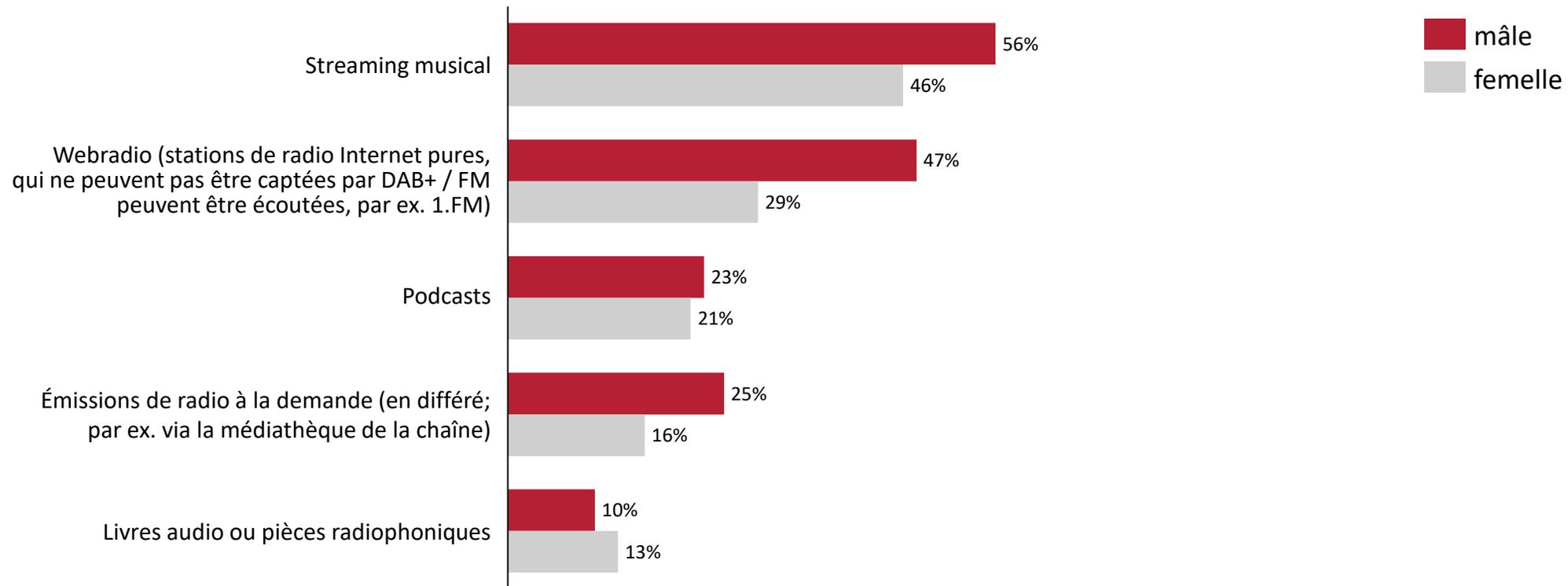
Question: À quelle fréquence utilisez-vous les offres audio digital suivantes ? → *tous les jours ou presque tous les jours ou plusieurs fois par semaine*



FRÉQUENCE D'UTILISATION OFFRES AUDIO DIGITAL

SEXE

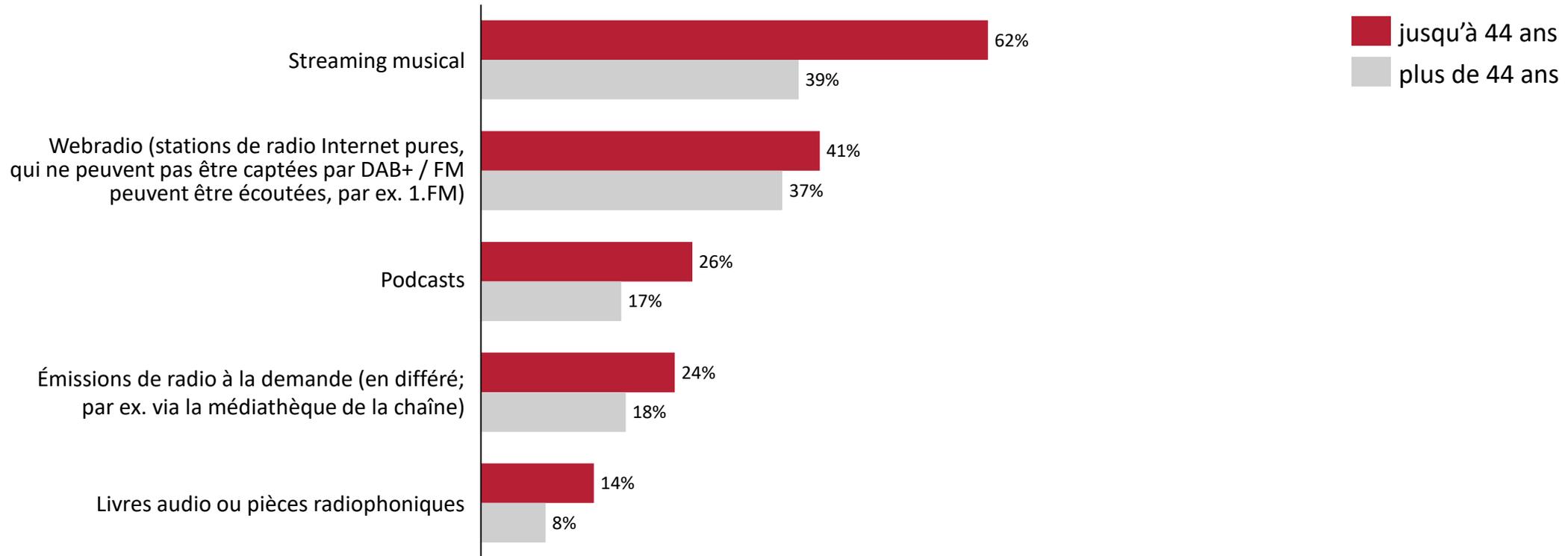
Question: À quelle fréquence utilisez-vous les offres audio digital suivantes ? → *tous les jours ou presque tous les jours ou plusieurs fois par semaine*



FRÉQUENCE D'UTILISATION OFFRES AUDIO DIGITAL

ÂGE

Question: À quelle fréquence utilisez-vous les offres audio digital suivantes ? → *tous les jours ou presque tous les jours ou plusieurs fois par semaine*

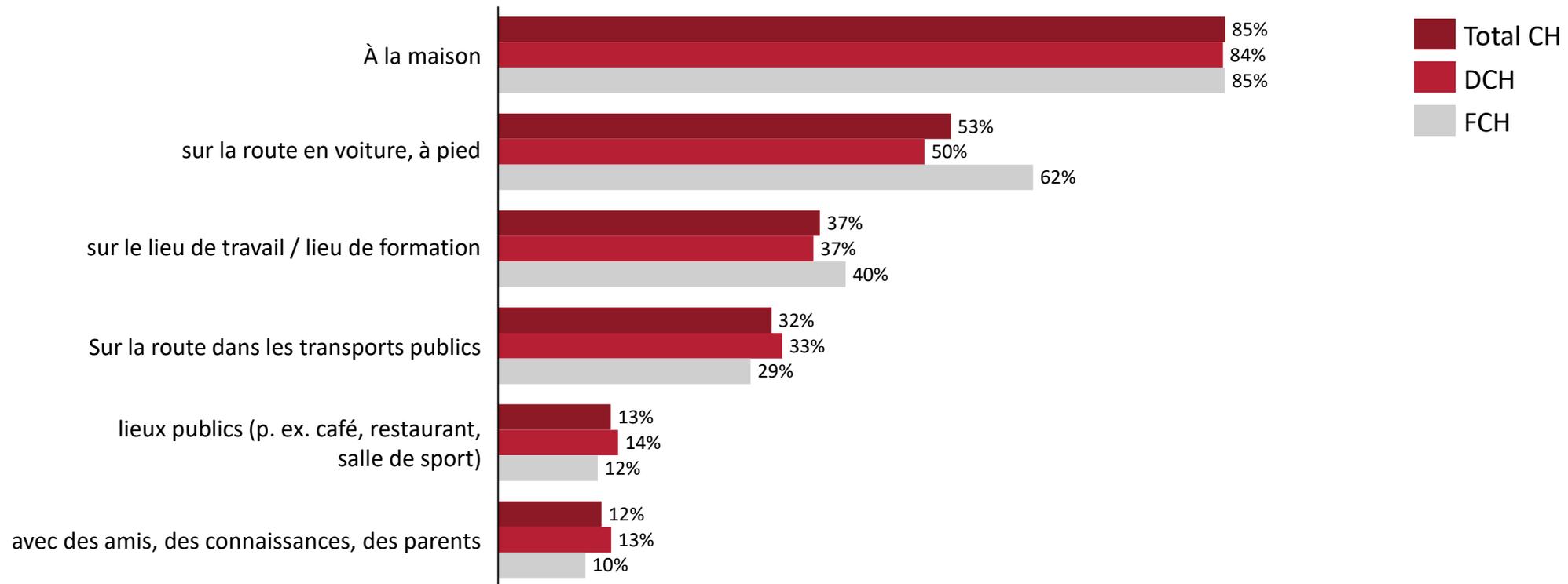


SITUATIONS D'UTILISATION AUDIO DIGITAL

SITUATIONS D'UTILISATION AUDIO DIGITAL EN GÉNÉRAL

TOTAL CH, DCH ET FCH

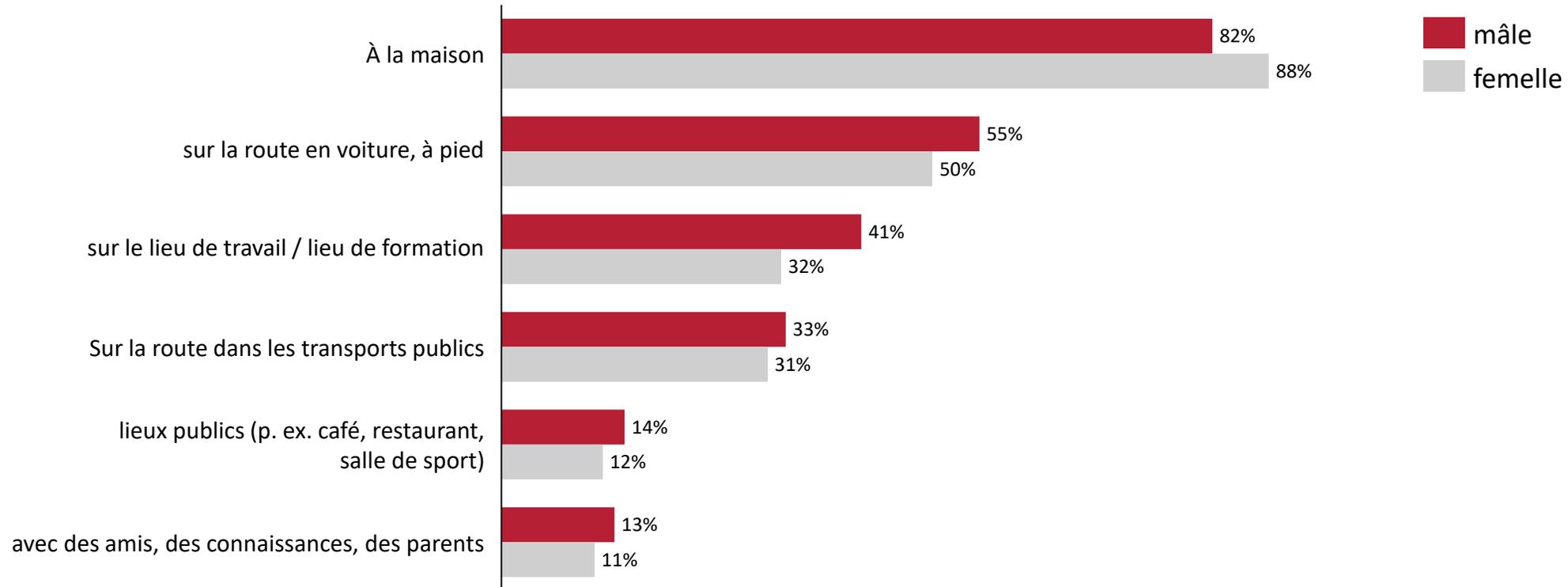
Question: Dans quelles situations, quel que soit l'appareil, écoutez-vous de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs réponses possibles)



SITUATIONS D'UTILISATION AUDIO DIGITAL EN GÉNÉRAL

SEXE

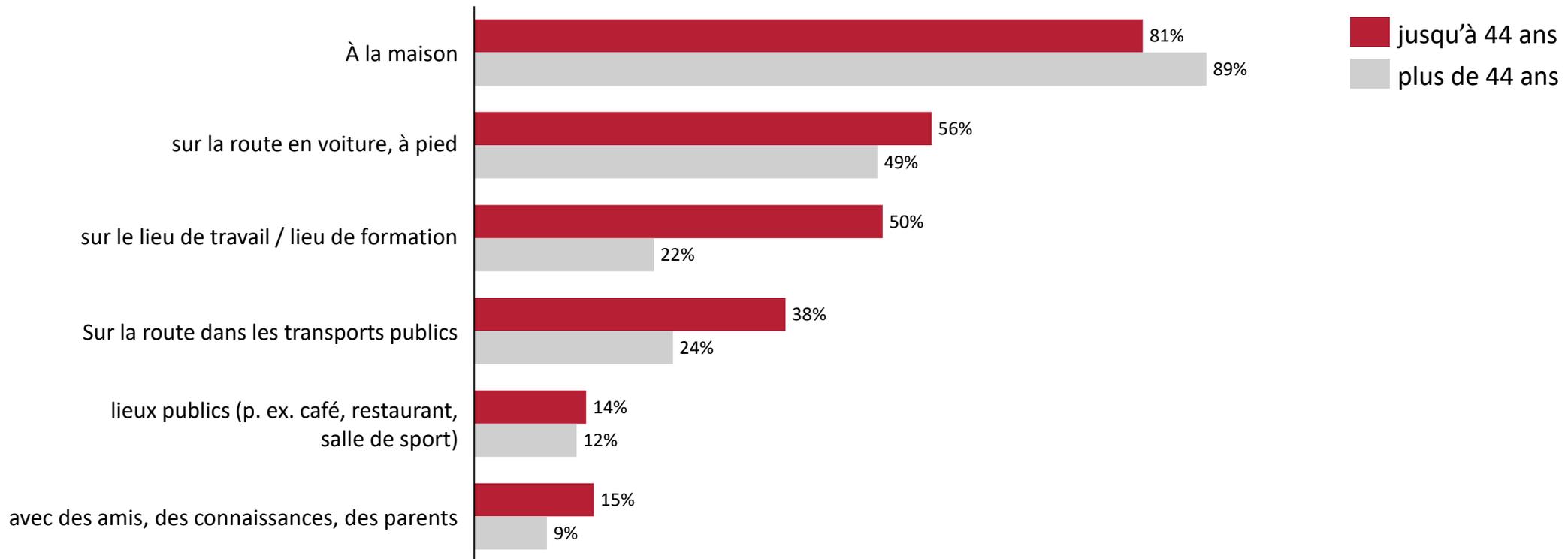
Question: Dans quelles situations, quel que soit l'appareil, écoutez-vous de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs réponses possibles)



SITUATIONS D'UTILISATION AUDIO DIGITAL EN GÉNÉRAL

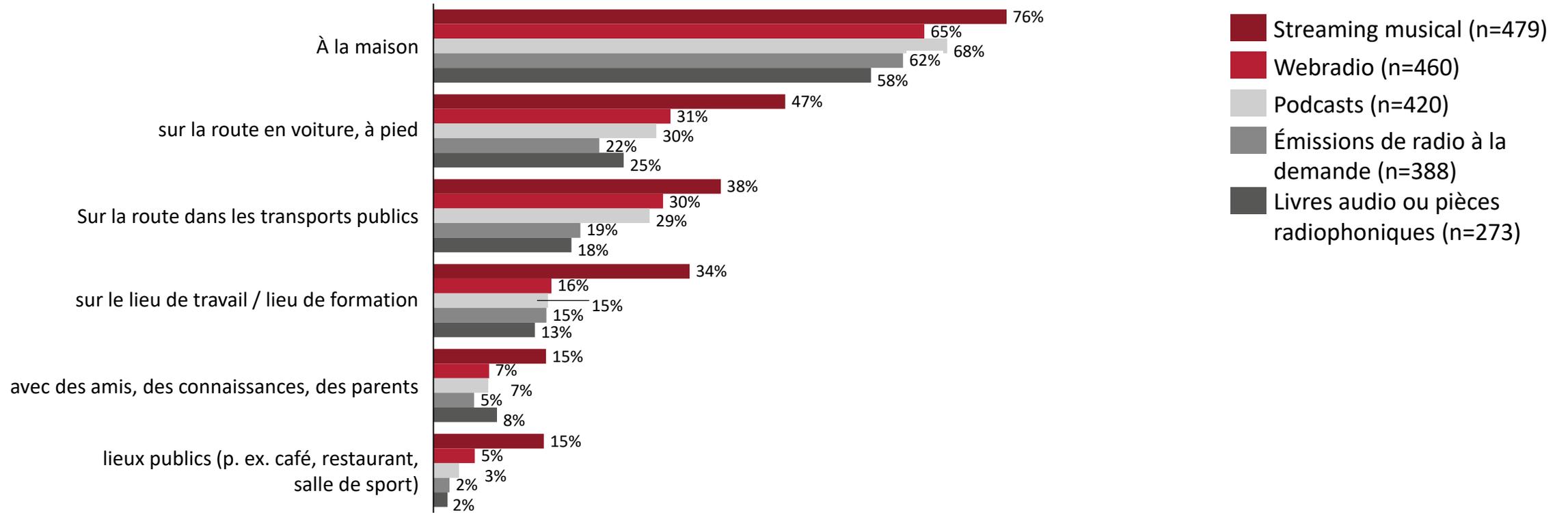
ÂGE

Question: Dans quelles situations, quel que soit l'appareil, écoutez-vous de l'audio digital au moins occasionnellement ? (Plusieurs réponses possibles)



SITUATIONS D'UTILISATION OFFRES AUDIO DIGITAL TOTAL CH

Question: Dans quelles situations, quel que soit l'appareil, écoutez-vous au moins occasionnellement les offres audio digital suivantes ? (Plusieurs réponses possibles)

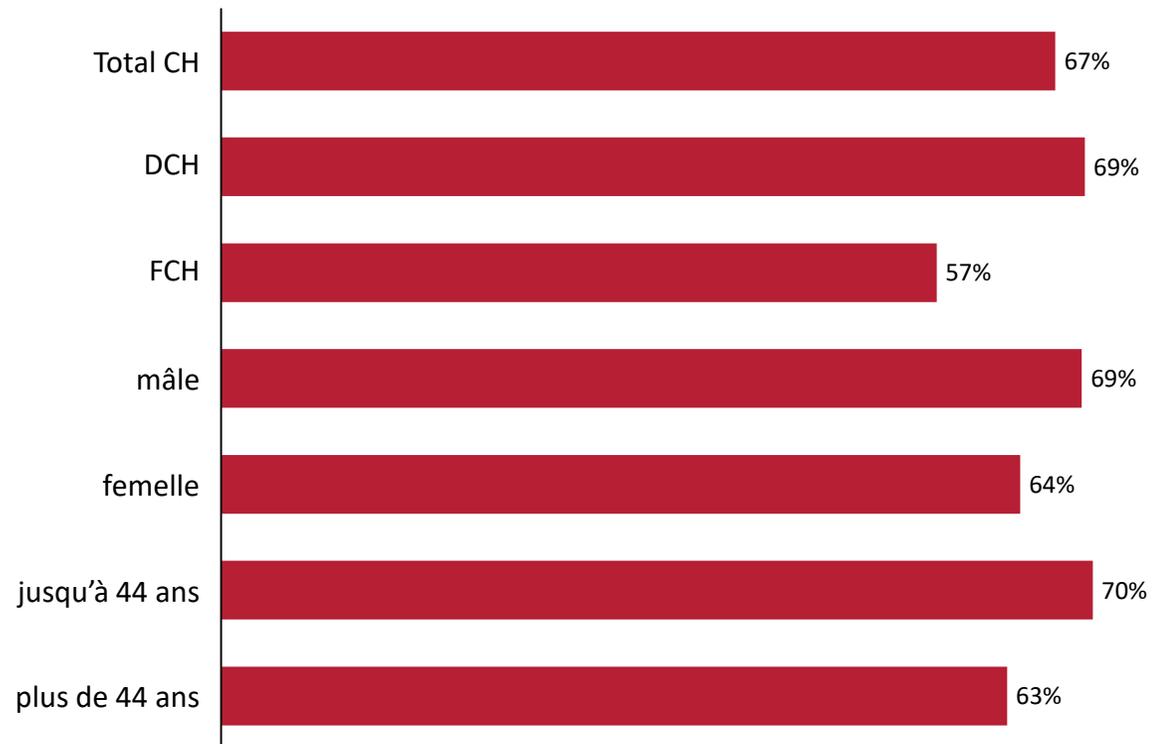


AUDIO DIGITAL ET PUBLICITÉS

OBSERVATION PUBLICITAIRE DE L'AUDIO DIGITAL

TOTAL CH, DCH ET FCH

Question: A quelle fréquence faites-vous attention à la publicité audio digital en écoutant ? → pas *jamais*

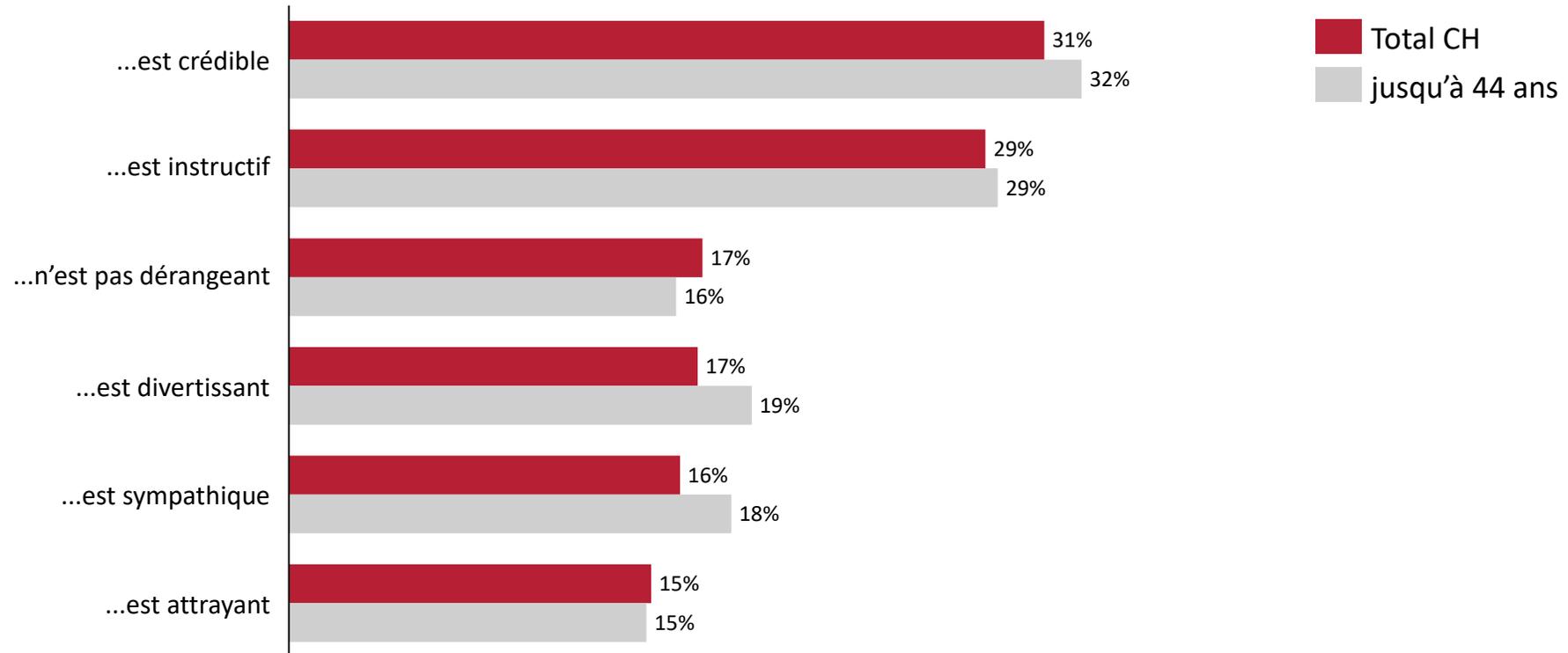


ÉVALUATION PUBLICITÉ AUDIO DIGITAL

TOTAL CH ET JUSQU'À 44 ANS

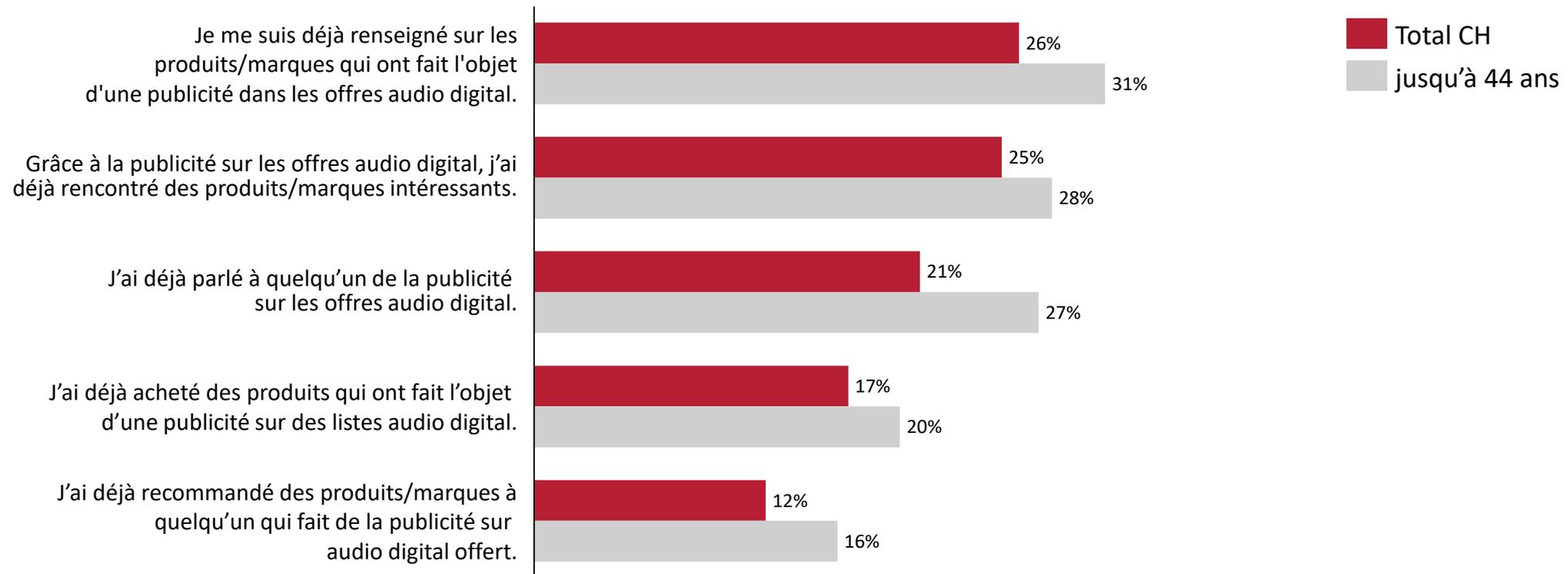
Question: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant la publicité dans le domaine de l'audio digital ? → *Tout à fait d'accord et plutôt d'accord ; ne sait pas exclu*

La publicité pour l'Audio Digital offre...



ACTIVATION PAR LA PUBLICITÉ AUDIO DIGITAL TOTAL CH ET JUSQU'À 44 ANS

Question: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? → *tout à fait d'accord et plutôt d'accord*



CAMPAGNE CASE ACTIV FITNESS

CROISSANCE DE LA NOTORIÉTÉ NON ASSISTÉE D'ACTIV FITNESS

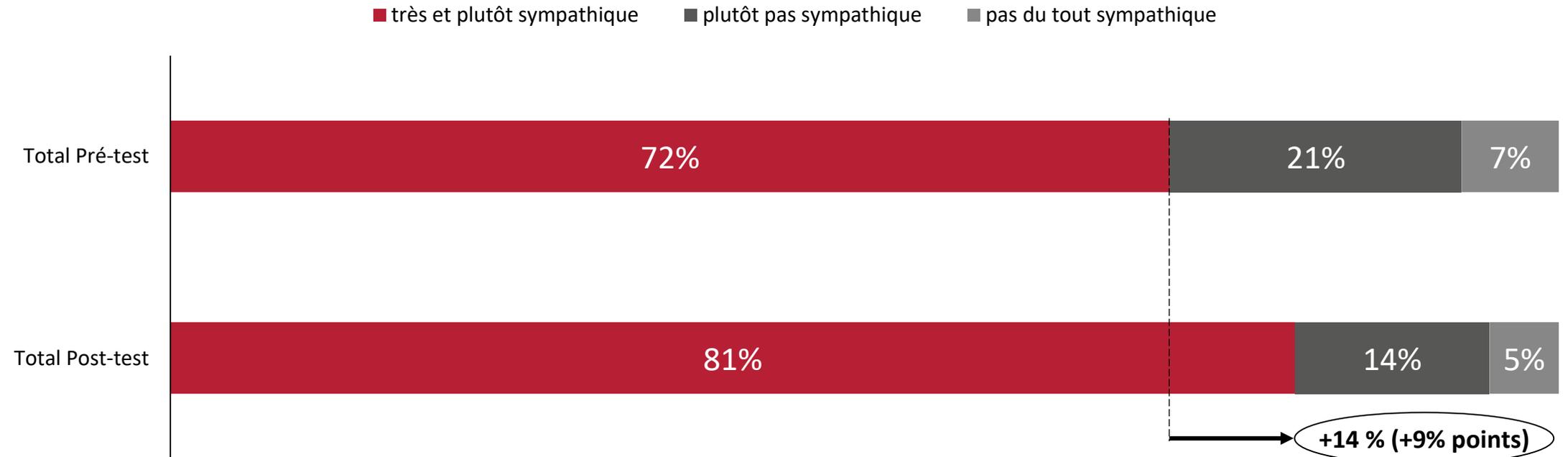
GROUPE CIBLE 18–44 ANS

Question: Quand vous pensez aux centres de fitness, quelle est la première marque de centres de fitness qui vous vient à l'esprit ?



AUGMENTATION DE LA SYMPATHIE D'ACTIV FITNESS TOTAL

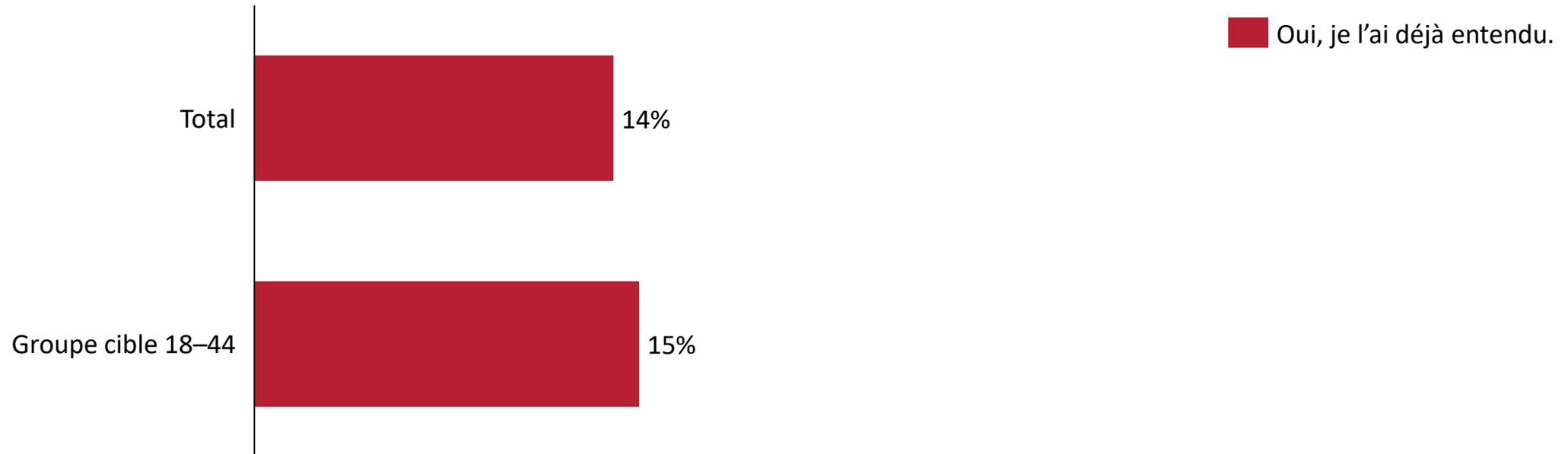
Question : A quel point ces marques de centres de fitness vous sont-elles sympathiques ? → ACTIV FITNESS



RECOGNITION MATÉRIEL PUBLICITAIRE

TOTAL ET GROUPE CIBLE 18-44

Question: Avez-vous déjà entendu le spot que vous venez d'entendre au cours des 2-3 dernières semaines ? → *Oui, je l'ai déjà entendu.*

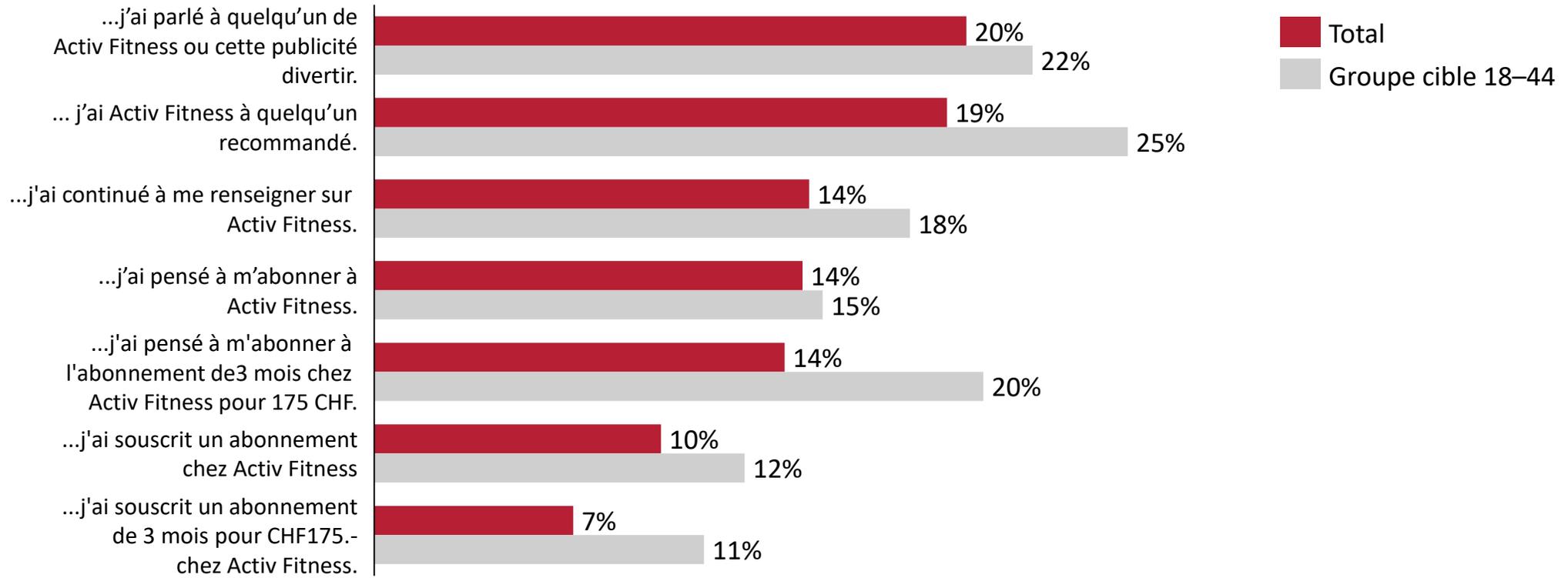


ACTION SUR LA BASE DES MOYENS PUBLICITAIRES

TOTAL ET GROUPE CIBLE 18-44

Question: Vous avez dit que vous aviez déjà entendu le spot. Veuillez indiquer ce que vous avez fait après avoir écouté le spot. → *Oui*

Après avoir écouté la publicité...



POPULARITÉ CROISSANTE DE LA MARQUE ACTIV FITNESS

TOTAL

Question : La prochaine fois que vous choisirez un centres de fitness: Parmi les marques de centres de fitness suivantes, laquelle choisiriez-vous le plus facilement ?
(plusieurs réponses possibles) → Je n'utilise pas de centres de fitness exclu



RÉSUMÉ

RÉSUMÉ I / III

ÉTUDE AUDIO DIGITAL 2023

Utiliser l'Audio Digital

Parmi les Suisses* alémaniques, romands et tessinois* interrogés, **59% indiquent écouter au moins occasionnellement l'audio digital** - 47% des personnes interrogées écoutent aussi bien la radio classique que l'audio digital, 12% uniquement l'audio digital. Chez les personnes interrogées de sexe masculin (67%) et de 44 ans et moins (65%), la proportion est plus élevée que dans l'ensemble de la Suisse (59%).

85% des personnes interrogées qui écoutent au moins occasionnellement de l'audio digital le font au moins une fois par semaine - 42% indiquent qu'elles écoutent de l'audio digital tous les jours ou presque. En ce qui concerne les appareils, le smartphone est utilisé au moins occasionnellement pour écouter de l'audio digital par 73% des personnes interrogées, soit nettement le plus souvent, suivi par le PC mobile (34%), la radio WLAN (29%) et le PC de bureau (23%). Chez les 44 ans et moins, la part d'utilisation de l'audio digital via smartphone (81%) et PC mobile (41%) est nettement plus élevée que pour l'ensemble des personnes interrogées. Sur l'ensemble de la Suisse, les personnes interrogées estiment qu'elles **portent en moyenne des écouteurs pendant environ 30% du temps d'écoute audio digital**.

Le streaming musical est globalement utilisé au moins plusieurs fois par semaine par 52% des auditeurs audio digital interrogés, suivi par les webradios (39%) et les podcasts (22%). **Chez les 44 ans et moins, la fréquence d'utilisation du streaming musical est nettement plus élevée que pour l'ensemble des personnes interrogées : 62% indiquent utiliser le streaming musical au moins plusieurs fois par semaine**. Les fournisseurs de musique en streaming les plus utilisés au moins plusieurs fois par semaine sont de loin Spotify (42%) et YouTube (39%), devant YouTube Music (17%), Apple Music (15%) et d'autres fournisseurs. **Chez les 44 ans et moins, le pourcentage d'utilisation de Spotify (51%) et de YouTube (47%) au moins plusieurs fois par semaine est nettement plus élevé que chez l'ensemble des personnes interrogées**. En ce qui concerne l'utilisation au moins plusieurs fois par semaine de fournisseurs de podcasts dans l'ensemble de la Suisse, Spotify (24%) devance de peu YouTube / YouTube Premium / YouTube Music (23%), puis les sites web et les applications de SRF (21%) et les radios privées (17%).

RÉSUMÉ II / III

ÉTUDE AUDIO DIGITAL 2023

Situations d'utilisation de l'Audio Digital

De manière générale et indépendamment de l'appareil, l'audio digital est le plus souvent utilisé à la maison - 85% des utilisateurs* de l'audio digital interrogés indiquent ici une utilisation au moins occasionnelle. Environ une personne interrogée sur deux indique utiliser au moins occasionnellement l'audio digital en voiture ou à pied (53%). Les autres situations d'utilisation pertinentes de l'audio digital sont le lieu de travail / de formation (37%) et les transports publics (32%). Dans le groupe d'âge des 44 ans et moins, l'utilisation au moins occasionnelle sur le lieu de travail / de formation (50%) et dans les transports publics (38%) est nettement plus marquée que pour l'ensemble des personnes interrogées.

Tous les types d'offres audio digital interrogés présentent l'utilisation la plus forte, au moins occasionnelle, dans la situation "à la maison". La musique en streaming (76%), les podcasts (68%) et les webradios (65%) sont les plus utilisés à la maison, suivis par les émissions de radio à la demande (62%) et les livres audio ou les jeux audio (58%). L'utilisation au moins occasionnelle de la musique en streaming est nettement plus élevée que l'utilisation des autres types d'offres audio digital, surtout sur le lieu de travail / de formation (34%) et en déplacement en voiture / à pied (47%).

Audio Digital et Publicité I/II

Environ deux tiers (67%) des utilisateurs* d'audio digital indiquent qu'ils font attention à la publicité lorsqu'ils écoutent audio digital. 35% des personnes interrogées déclarent faire attention à la publicité en écoutant audio digital au moins une fois par semaine - chez les personnes âgées de 44 ans et moins, ce chiffre est encore plus élevé que le total (42%).

La publicité numérique audio est surtout considérée comme crédible et informative (31% et 29% "tout à fait d'accord" ou "plutôt d'accord"). 17% des personnes interrogées la considèrent comme non dérangeante et divertissante. 16% des personnes interrogées trouvent la publicité sur les offres audio digitales sympathique.

SUMMARY III / III

ÉTUDE AUDIO DIGITAL 2023

Audio Digital et publicité II / II

Environ un quart des personnes interrogées sont tout à fait ou plutôt d'accord pour dire qu'elles se sont déjà informées sur les produits/marques annoncés par le biais **de la publicité sur les offres audio digital (26%)** ou **qu'elles ont déjà rencontré des produits/marques intéressants par leur intermédiaire (25%)**. Au total, 21 % des personnes interrogées ont déclaré avoir déjà parlé à quelqu'un de la publicité pour les offres numériques audio – parmi les personnes interrogées jusqu'à 44 ans, ce chiffre était de 27 %. **Une personne interrogée sur cinq jusqu'à l'âge de 44 ans a déclaré avoir déjà acheté des produits faisant l'objet d'une publicité sur des offres audio digital.**

Campagne Case Activ Fitness

La notoriété d'Activ Fitness est plus élevée dans le post-test pour tous les répondants (D-CH et F-CH) que dans le pré-test avant la campagne audio digital (+8%), dans le groupe cible des 18-44 ans, l'augmentation est de +23%. Les personnes interrogées qui connaissent Activ Fitness au moins de nom sont plus sympathiques à la marque de la salle de sport dans le post-test que dans le pré-test (+14% très sympathique ou plutôt sympathique).

Sur l'ensemble des répondants (D-CH et F-CH), 12 % peuvent se souvenir spontanément d'avoir vu, entendu ou lu des publicités pour Activ Fitness au cours des 2 à 3 dernières semaines précédant le post-test ; dans le groupe cible des 18-44 ans, il est de 15 %. Sur cette base, environ un cinquième des personnes interrogées dans l'ensemble des catégories D-CH et F-CH (19%) et dans le groupe cible des 18-44 ans (21%) se souviennent de la publicité pour Activ Fitness. **Environ une personne interrogée sur sept dans l'ensemble des catégories D-CH et F-CH (14%) et dans le groupe cible des 18-44 ans (15%) se souvient du spot diffusé dans la campagne audio digital pour Activ Fitness.**

Parmi les personnes interrogées qui ont déjà entendu le spot, une communication de suivi a eu lieu : **environ un répondant sur cinq a déclaré avoir parlé à quelqu'un d'Activ Fitness ou de cette publicité après avoir écouté le spot (20 %) ou avoir recommandé Activ Fitness à quelqu'un (19 %)**. Environ une personne interrogée sur sept a déclaré qu'elle avait continué à s'informer sur Activ Fitness après avoir écouté le spot (14 %) ou qu'elle avait envisagé de s'abonner à Activ Fitness. Un répondant sur cinq dans le groupe d'âge des 18 à 44 ans a déclaré qu'il avait envisagé de souscrire à l'abonnement de 3 mois annoncé à Activ Fitness après avoir écouté le spot.

Lors du choix d'une salle de sport, 34% des personnes interrogées (D-CH et F-CH) choisiraient Activ Fitness lors du post-test, soit 17% de plus que lors du pré-test avant la campagne audio digital.

**THANK YOU
WITH
PASSION**

GOLDBACH

**SWISS
RADIOWORLD**

Une entreprise Goldbach