



**AUDIO
OBSERVER**

Audio Observer 2021

Le « share of ear » de la Belgique

Juin 2021





Les études budget-temps font partie d'une longue tradition chez IP Belgium. Elles sont très utiles pour suivre l'évolution des comportements, et nous en avons réalisées de nombreuses depuis les années 90 jusqu'à aujourd'hui.

Les trois dernières études en date sont le Life Observer 2018, qui analyse la journée du Belge moyen au travers des activités de la vie courante, mais également l'Audio Observer 2017 et le Video Observer 2018 qui étaient plus spécifiquement axées sur les types de

contenus audiovisuels consommés tout au long de la journée. Ces deux dernières études sont de plus en plus courantes dans d'autres pays. On les dénomme plus communément « Share of Ear » ou « Share of Eye ».

Notre dernier Audio Observer date déjà de 2017. Depuis quatre ans, les comportements d'écoute ont beaucoup évolué, et cela s'est accéléré avec la pandémie. Il était donc temps pour nous de rééditer l'étude.





Mesurer le Total Audio

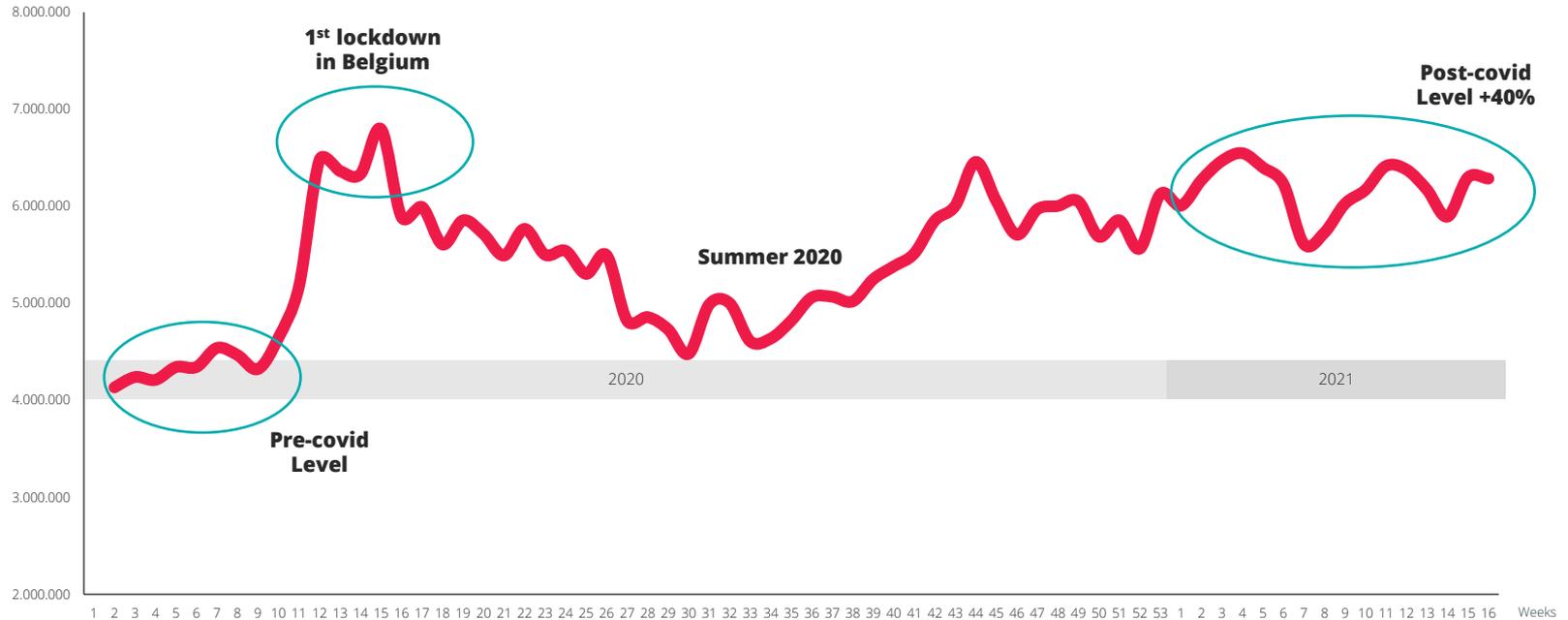
Cette mesure devient essentielle, car les chiffres officiels du CIM ne couvrent pour l'instant que l'audience de la radio en live. On y découvre que le reach quotidien de la radio est resté très stable sur les dix dernières années, même pendant la période récente du covid. Le CIM nous apprend cependant que l'écoute des streams digitaux de la radio a

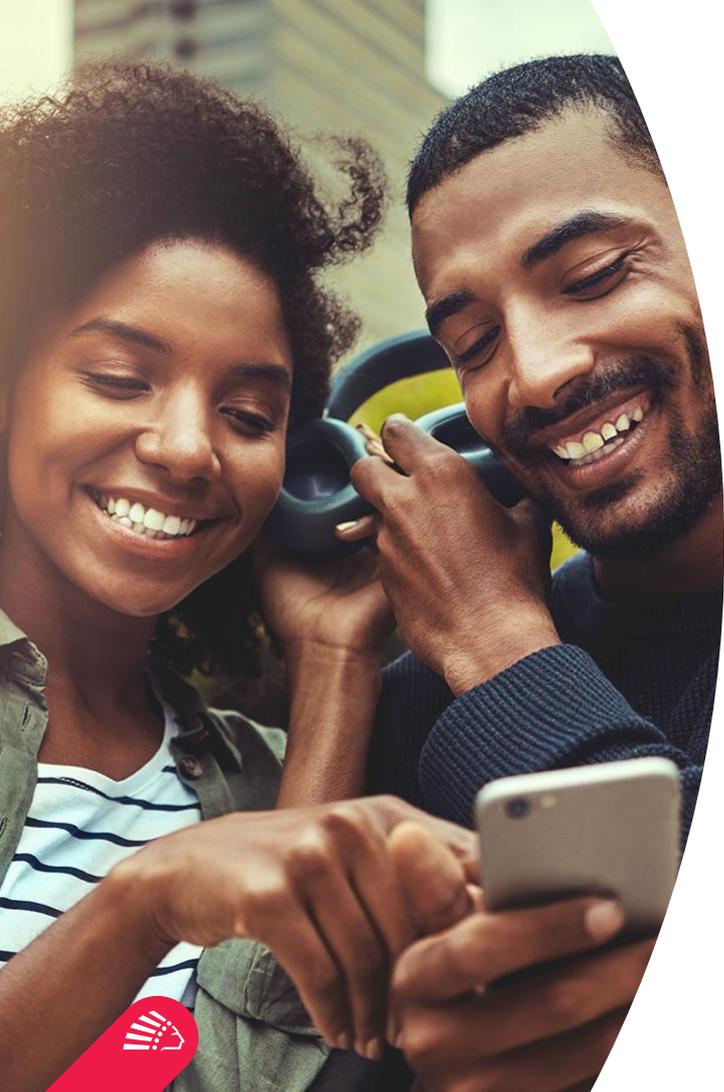
beaucoup progressé depuis mars 2020 et le premier confinement. Il y a donc sans doute eu un transfert de l'écoute de la radio en FM vers d'autres plateformes plus digitales sur lesquelles le même contenu est diffusé en live. Mais l'information dont nous disposons s'arrête là. Qu'en est-il des autres types d'audio qui ne sont pas encore mesurés par le CIM ?



Evolution of digital radio listening

Active Sessions by week | Belgian radios





L'univers de l'audio est en effet de plus en plus riche et il s'étend aujourd'hui à de multiples formats de contenus. D'une part la radio live peut désormais s'écouter beaucoup plus largement qu'en FM, grâce au DAB+, au players web et aux diverses applications mobiles. D'autre part les éditeurs de contenus se sont lancés dans les podcasts. Certains podcasts permettent de réécouter des émissions déjà diffusées en live (les

podcasts replay), d'autres constituent de nouveaux contenus uniquement disponibles sous ce format (les podcasts originaux). Enfin l'écoute de notre propre musique (disques, CD, mp3, ...) a été remplacée progressivement par des services de streaming musical.



Méthodologie

Nous avons chargé le bureau Kantar de mener l'étude pour IP Belgium. Elle fut réalisée en avril 2021 auprès d'un échantillon online de **2500 individus âgés de 18 à 64 ans**. L'échantillon, équitablement réparti sur les sept jours de la semaine, était représentatif par région, sexe, âge et groupe social.

Les interviewés ont dû distinguer par quart d'heure toute leur écoute, sur une journée complète. Neuf modalités d'audio ont été sondées : le « live » sous toutes ses formes, mais également l'audio à la demande gratuit ou payant.

Live Radio

Radio FM

Live radio listened on FM

Radio DAB+

Live radio listened on DAB+

Radio on TV set

Live radio listened on a TV set

Radio on web site

Live radio (or web radios) listened on a web site

Radio on App

Live radio (or web radios) listened on an app

Podcast replay

On demand radio station programs (replayed)

Podcast original

Exclusive audio content not broadcasted on the radio

Musical streaming

Music streaming services (Spotify, Deezer, YouTube Music, ...)

Owned music

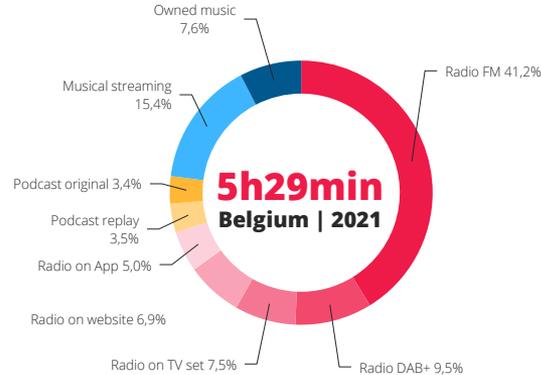
Music downloaded or purchased (CDs, records, mp3 files, ...)



L'univers de l'Audio en 2021

Tout cet univers occupe une part de plus en plus importante de notre budget temps quotidien, puisque nous passons en moyenne 5 heures et 29 minutes par jour à écouter des contenus Audio ! Cette part de l'Audio dans notre vie est essentielle, d'autant plus que nous recherchons toujours un environnement sonore adapté pour chaque activité, que ce soit à la maison ou en dehors. L'Audio s'écoute ainsi le plus souvent en accompagnement d'autres activités de la vie quotidienne dès le lever, en faisant sa toilette matinale, pendant les repas, en voiture, en travaillant, ...

Share of ear



Live Radio 70%

La radio en live représente 70% de la consommation d'Audio (soit en FM, en DAB+, sur un poste de TV ou sur internet). Les podcasts, quant à eux, atteignent 6,9% du volume Audio, un chiffre cohérent par rapport à la croissance de ce type de contenu dans d'autres pays. En parallèle, le streaming musical continue de cannibaliser et de remplacer l'écoute de musique sur des supports physiques comme les disques ou les CD.

Évolution 2017-2021

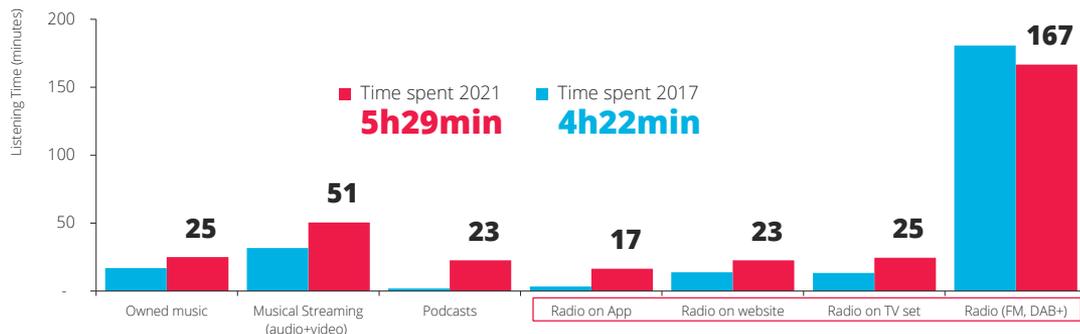
En quatre ans, la durée d'écoute a augmenté de 66 minutes. En même temps, une nouvelle offre s'est développée, notamment avec les podcasts et le streaming. Les smartphones se sont également imposés pour écouter du contenu, et le confort d'écoute s'est amélioré avec la 4G et une offre de data toujours plus accessible. Les casques audios sont devenus incontournables, et même des accessoires de mode. L'audio qui était déjà très mobile, grâce à l'écoute en voiture ou au travail, s'est maintenant invité chez les piétons, les

utilisateurs de transports en commun ou les personnes qui font du sport en extérieur.

Face à tous ces développements, la part de la radio en live dans le total audio Belge a baissé. Elle est passée de 81% en 2017 à 70% en 2021. Cependant on ne peut pas parler de « désamour pour la radio », car sa part a baissé dans un volume d'écoute total en forte progression. La durée d'écoute de la radio a même augmenté : nous l'écoutons aujourd'hui chaque jour 19 minutes de

plus qu'en 2017. Le contenu « live » plait toujours autant, et il est plus accessible via de nouveaux appareils plus performants (smartphones, laptops, télévision connectée, smart speakers, ... sans compter le DAB+ qui offre une qualité de son parfaite).

Quant aux 66 minutes d'écoute supplémentaire du total audio, elles se partagent à parts égales entre trois contenus : le streaming musical, l'écoute de la radio digitale, et les podcasts.



Total Live Radio

+19 min

more new platforms and less FM.

Total Audio

+66 min

1/3 podcasts, 1/3 music streaming, 1/3 digital radio.

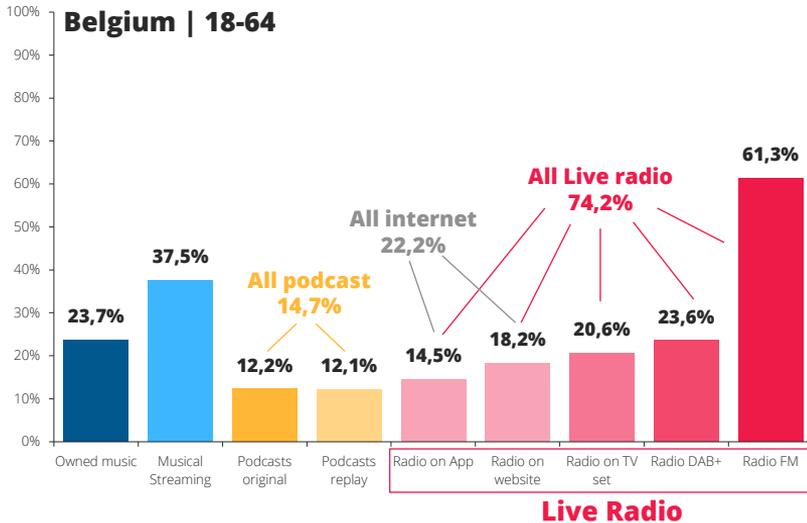
Live Radio 2017 = 212 minutes | 2021 = 231 minutes

Source : Audio Observer – Monday-Sunday – 18-64 years old – All Day – Total Belgium

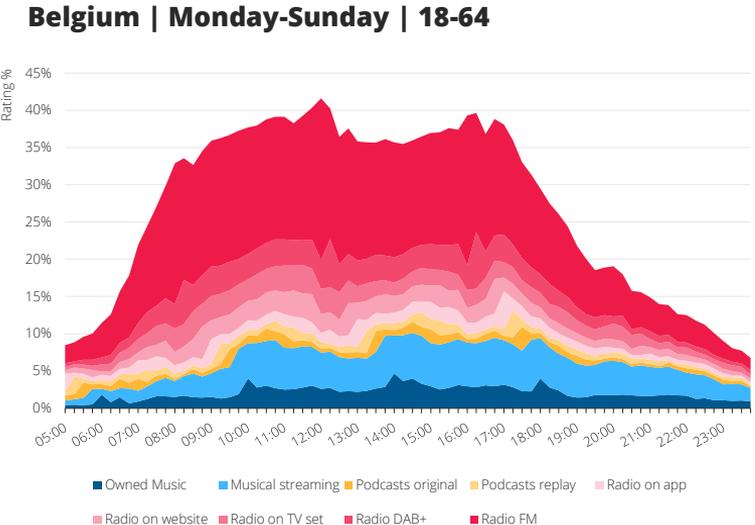


Daily Reach

En termes de reach nous retrouvons, comme dans le CIM, 70% à 75% de couverture quotidienne pour la radio live. La distinction par plateforme nous en apprend un peu plus sur les nouveaux supports : à côté de 60% de couverture pour la FM, nous remarquons environ 20% de couverture pour l'écoute via internet, ainsi que 20% sur un poste de TV et 20% sur DAB+.



La représentation de tous ces types d'audio sur une courbe journalière par ¼ d'heure nous fait découvrir une planète audio toujours dominée par la radio live, entre 7h00 et 19h00, et des nouveaux contenus « on demand » qui sont venus s'ajouter tout au long de la journée, mais plus particulièrement en soirée en ce qui concerne le streaming musical.

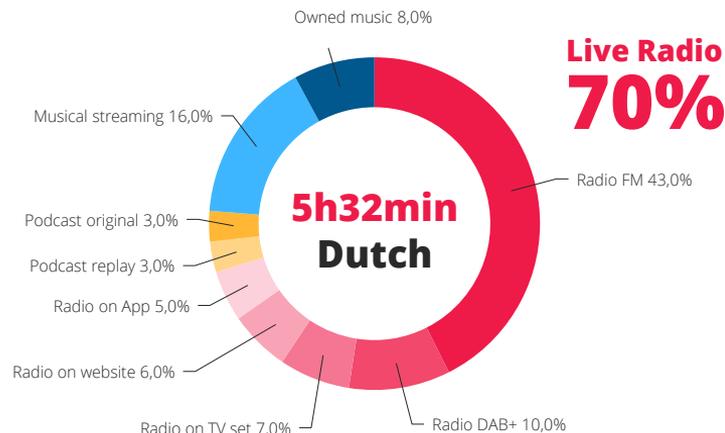
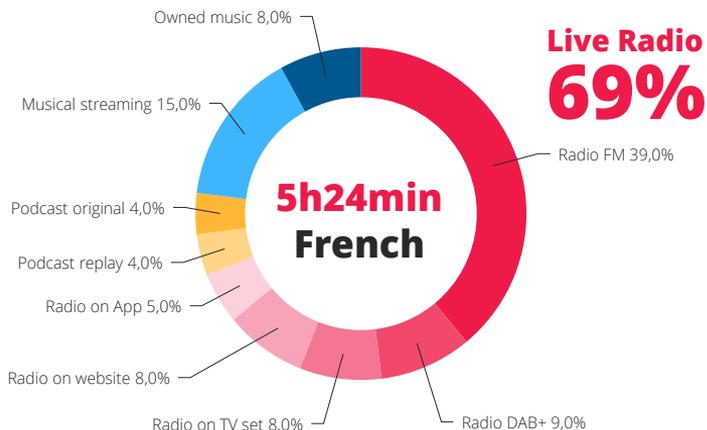


Les différences Nord/Sud

En 2017, il y avait encore de grandes différences entre les deux communautés du pays, les francophones affichant une consommation digitale de l'audio bien plus importante que les néerlandophones. Il subsiste peu de différences en 2021 ; la radio live représente désormais 70% du

volume d'écoute au Nord comme au Sud du pays. Les néerlandophones privilégient toujours un peu plus la radio FM, mais dans l'ensemble ils sont très proche du comportement des francophones. Il y a donc eu un « rattrapage digital » au nord, suscité par les confinements successifs. Nous avions déjà

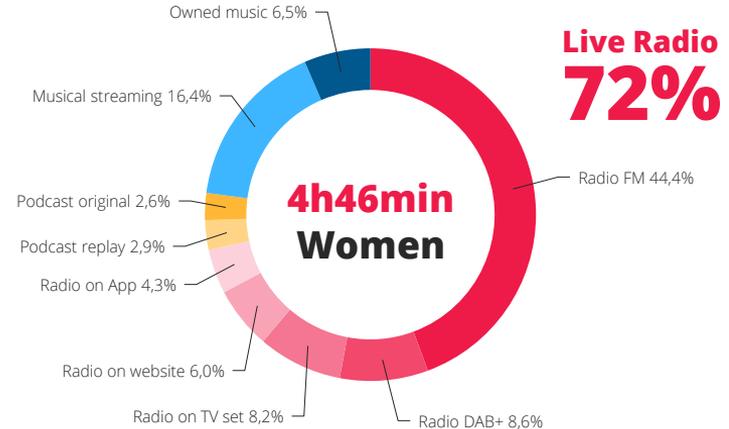
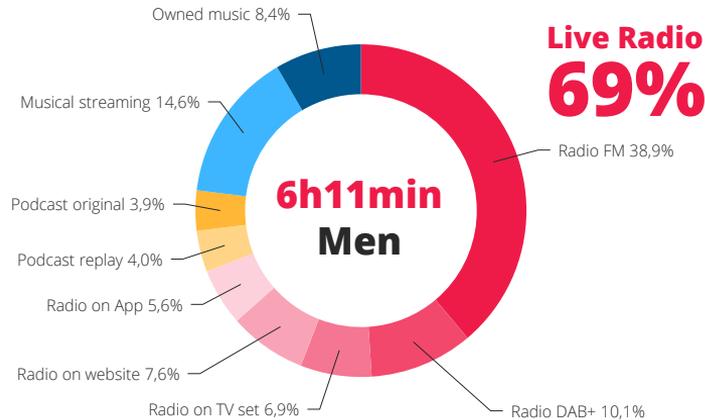
remarqué ce phénomène dans les chiffres du CIM depuis mars 2020 : le COVID a fait progresser le nombre de sessions actives d'écoute de 13% chez les francophones et de 42% chez les néerlandophones.



Les différences selon le genre

Il n'y a pas de différence majeure de comportement d'écoute entre les hommes et les femmes, si ce n'est que la gent masculine est plus attirée par l'écoute de podcasts et de radio via le web, alors que les femmes préfèrent la radio en live, l'écoute sur un poste de TV, et le streaming musical.

Une tendance qui s'explique par le fait que les femmes écoutent plus à la maison que les hommes.

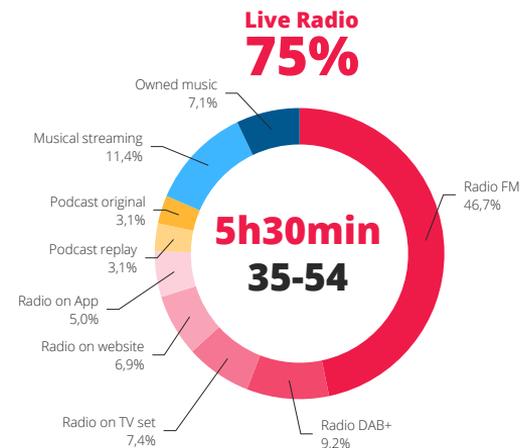
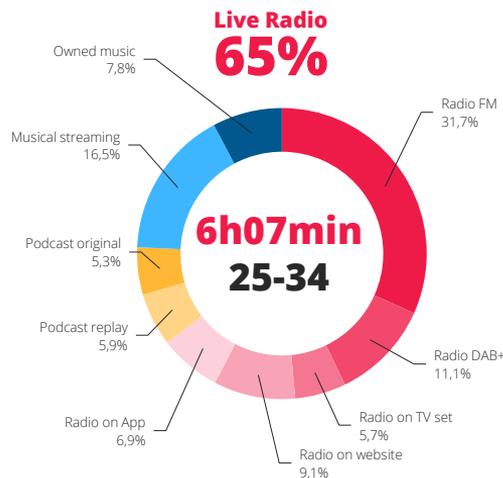
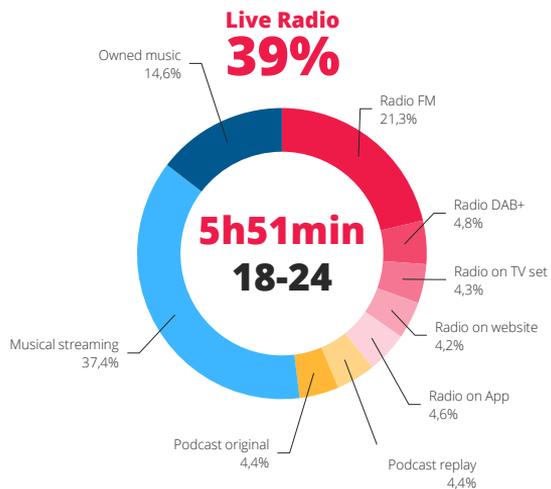


Le fossé générationnel

Il existe de grandes différences de goûts, de pensées et de comportements entre les générations, et plus particulièrement entre les moins de 25 ans et leurs aînés qui sont entrés dans la vie active. Nous l'avons déjà montré dans le Life Observer en 2018, et cela s'exprime plus

particulièrement dans l'usage qu'ils font des médias. Les moins de 25 ans ont notamment toujours écouté beaucoup plus de musique que leurs aînés. Lorsque les baby-boomers avaient 20 ans, ils écoutaient des disques en vinyle ou des cassettes audio. Aujourd'hui le support a changé, et nos

jeunes écoutent du streaming musical, mais en soi le comportement est identique : l'affirmation de leurs choix musicaux est identitaire, elle leur permet de se construire socialement et d'affirmer leur personnalité.



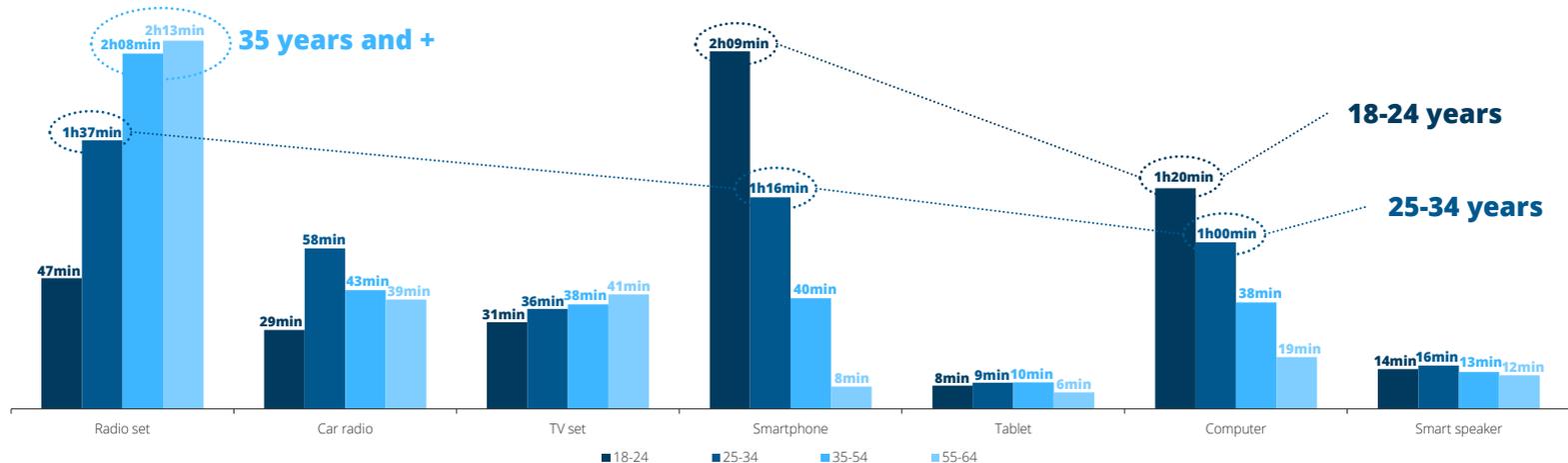
Cependant, dès qu'ils entrent dans la vie active, ils ont de nouveaux projets de vie, de nouvelles aspirations et leurs comportements changent très vite. La consommation de médias en est directement affectée, un phénomène que l'on remarque dès 25 ans. La radio live qui ne pèse que 39% du total audio avant cet âge passe à 65% après 25 ans, 75% après 35 ans, et 89% après 55 ans. Avec l'âge, nous sommes de plus en plus intéressés par les infos, les services (météo, trafic, etc.) et nous cherchons davantage une présence humaine tout simplement.



Lieux et matériel d'écoute

L'essentiel de l'écoute (47%) se fait en utilisant une radio classique ou un autoradio. Mais le smartphone et le PC ont pris une place de plus en plus importante, avec quelques différences cependant selon l'âge de l'auditeur. Avant 25 ans, le smartphone domine tous les autres moyens d'écoute, alors que les 25-34 ans se partagent entre

le poste de radio, le smartphone et le PC. Au-delà de 35 ans, le poste de radio est le moyen le plus largement utilisé.

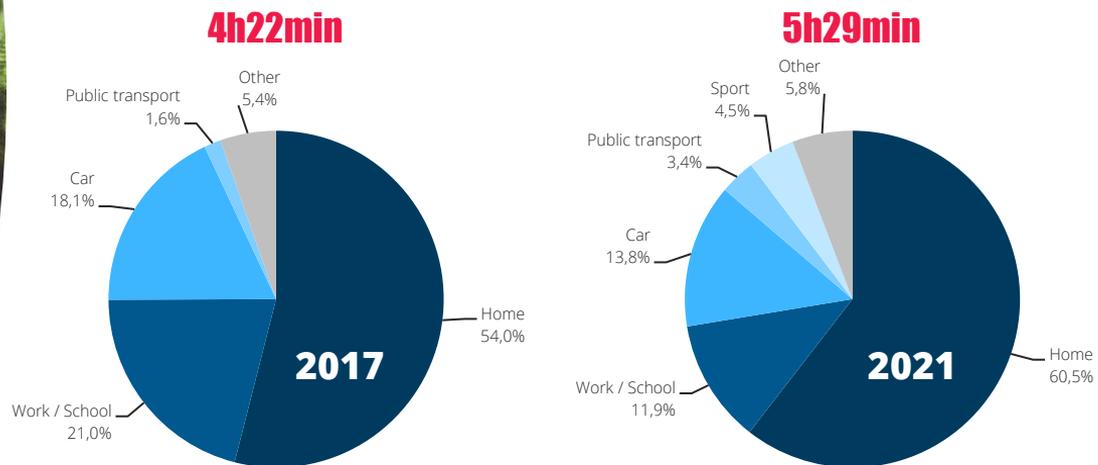




Enfin, l'écoute à la maison, déjà privilégiée en 2017, s'est intensifiée en 2021. Un phénomène que l'on retrouve partout dans le monde, à cause du télétravail. L'écoute en faisant du sport fait également son entrée grâce aux

smartphones, montres connectées, écouteurs sans fils, ...

Belgium | Monday-Sunday | 18-64



Source : Audio Observer – All Day

Le phénomène des podcasts

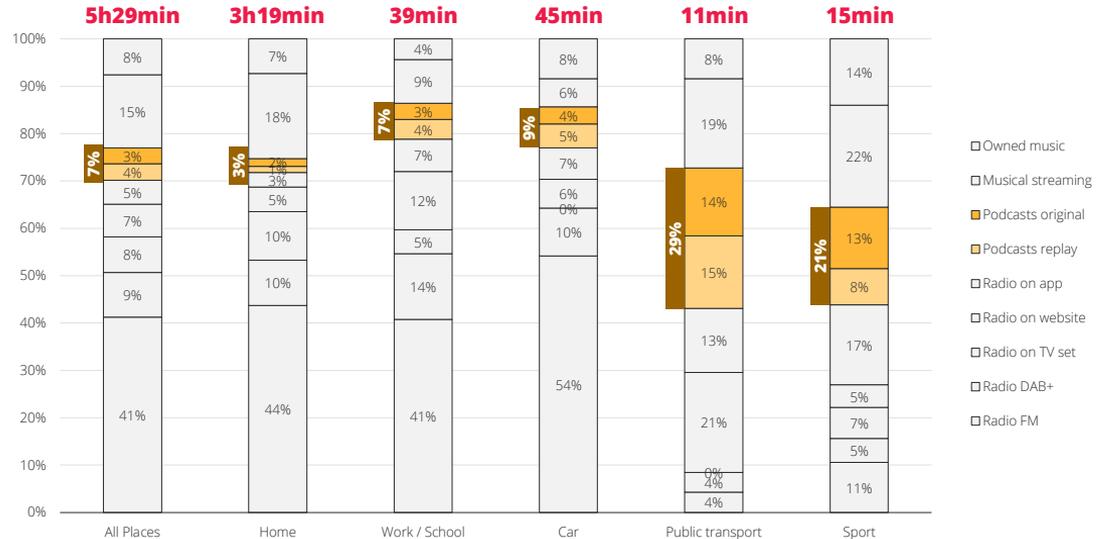
La nouveauté la plus intéressante dans cet univers de l'audio, ce sont les podcasts. Dans les autres grands marchés de l'audio (Etats-Unis, Grande-Bretagne, France, Allemagne) on examine avec attention ce phénomène qui prend de l'ampleur. Pratiquement inexistant en 2017, les podcasts occupent désormais 7 % de notre temps audio en Belgique.

Les podcasts sont particulièrement écoutés par les jeunes hommes de 18 à 44 ans aujourd'hui en Belgique, un profil assez classique dans les pays où ce phénomène émerge. L'écoute se fait en tous lieux, mais elle est d'autant plus importante dans les transports en commun ou pendant le sport.

Même si ces lieux ne représentent pas la plus grande part de l'écoute audio, les podcasts y trouvent leur succès. Ecouter un podcast s'apparente à un « me time » ; Les auditeurs se retranchent dans leur bulle personnelle, en faisant du sport ou dans les transports en commun, et

utilisent le podcast pour apprendre des choses, se cultiver, se tenir au courant. L'écoute est donc particulièrement engagée et attentive.

Belgium | Monday-Sunday | 18-64



L'univers de l'audio évolue rapidement. Toujours largement dominé par les contenus radio live, il s'est cependant enrichi de nouveaux formats très intéressants à analyser. Tous les résultats de l'Audio Observer sont publics et disponibles via vos contacts habituels chez IP Belgium.

