

PREMIER PORTRAIT ROBOT DE L'AUDITEUR DE PODCAST NATIF

HAVAS
PARISCSA
RESEARCHLa
Gaité
Lyrique

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

18 | 10 | 2019

Paris, le 18 octobre 2019. À l'occasion de la 2ème Édition du Paris Podcast Festival, où le meilleur de ce que produit aujourd'hui l'industrie du podcast en France sera concentré à la Gaité Lyrique au cours de 3 journées gratuites et accessibles à tous, du 18 au 20 octobre 2019, Havas Paris et l'Institut CSA dévoilent la première étude dédiée aux auditeurs de podcasts natifs*. **Aujourd'hui 9% des Français écoutent des podcasts natifs au moins une fois par semaine, soit 3,4 millions de personnes.** Alors phénomène de mode ou enracinement d'une nouvelle pratique culturelle ?

UNE PRATIQUE NOUVELLE MAIS DÉJÀ BIEN ANCRÉE DANS LE QUOTIDIEN

Il n'y a plus un jour sans que le mot podcast ne survienne dans une conversation, dans un article ou dans un dîner en ville. L'écoute du podcast natif est donc en pleine explosion et devient presque un rituel pour ses auditeurs, au même titre que l'écoute de la radio a pu l'être par exemple. Cette pratique est réellement entrée dans les habitudes de 74% de ses auditeurs. Preuve que la pratique plaît : 68% se considèrent déjà comme « experts » ou « avertis » et 60% estiment en écouter de plus en plus. Autre signe de leur appétence pour le format : près de 3 auditeurs sur 4 se disent prêts à payer pour accéder à leurs podcasts préférés. L'enquête révèle par ailleurs que 2 auditeurs de podcasts natifs sur 3 n'en écoutaient pas il y a un an.

QUI EST L'AUDITEUR DE PODCASTS NATIFS ?

Un jeune urbain curieux et ultra connecté.

Plus jeunes que la moyenne des Français (58% ont moins de 35 ans vs 33% dans la population), plus citadins (69% vivent dans des agglomérations de plus de 100 000 habitants vs 49%), ils sont également plus souvent étudiants (12% vs 7%) ou cadres (29% vs 19%). Les auditeurs de podcasts natifs se distinguent par leurs pratiques culturelles et digitales. Ils surconsomment tous les médias et produits culturels que ce soit la radio, les séries, les livres ou la presse. Aussi intéressés par les sujets les plus « grand public » que les plus pointus, ils sont aussi hyper-connectés aux réseaux sociaux qu'ils utilisent massivement comme Twitter (81% vs 28% de la population française).

DU NOUVEAU FORMAT AU NOUVEAU MEDIA

Le podcast devient, au même titre que les médias traditionnels, une nouvelle pratique culturelle pour ses auditeurs.

90% des auditeurs de podcasts natifs considèrent qu'il s'agit d'un média à part entière. 89% des personnes interrogées trouvent qu'il y a de vraies différences entre le podcast natif et la radio.

Plusieurs raisons font le succès de ce nouveau média et provoquent l'engouement de son public :

- Le podcast répond à plusieurs attentes : il permet d'éveiller la curiosité (92%) mais aussi de s'informer (89%)
- Pour ses auditeurs, le podcast est synonyme d'authenticité et de proximité
- Il représente également l'originalité et la liberté de ton (86%)

UN PUBLIC CONQUIS MAIS EN ATTENTE D'UNE OFFRE PLUS LISIBLE ET STRUCTUREE

47% déclarent éprouver « souvent » des difficultés à trouver les contenus qui les intéressent et 32% de « temps en temps ». Face à une audience qui apparaît comme fidèle et engagée, l'ouverture du podcast natif à un plus large public semble passer aussi par une meilleure accessibilité des contenus.

QUELLE PLACE POUR LES MARQUES DANS CE NOUVEAU MÉDIA ?

Les auditeurs de podcasts natifs sont un public précieux - jeunes, connectés, influents et difficile à atteindre pour les annonceurs. Dans une période de défiance vis-à-vis des marques, le podcast natif apparaît comme un nouveau levier pour (re)nouer une relation de confiance avec les consommateurs. 89% des auditeurs de podcasts natifs pensent que le podcast est un moyen d'expression et de communication adapté aux marques. La place des marques est ainsi à chercher au-delà de la publicité classique. Si la pression publicitaire dans les podcasts natifs paraît acceptable pour 65% des auditeurs, 57% seraient prêts à payer pour ne pas avoir de publicité. A contrario, 74% des auditeurs de podcasts natifs se disent intéressés pour que les marques et les entreprises qu'ils aiment proposent leurs propres podcasts. Le succès des marques dans ce nouveau média passera par la qualité et la créativité des contenus proposés à ce public exigeant.

**Méthodologie : étude Havas Paris - CSA pour le Paris podcast Festival. 1 022 interviews (804 interviews échantillon national représentatif France 18-64 ans+ 218 auditeurs hebdo podcast natif). Résultats redressés selon la méthode des quotas : sexe, âge, profession de l'individu, stratification par région et catégorie d'agglomération.*

Recueil en ligne du 4 au 13 septembre 2019.

Verrbatims des organisateurs et partenaires

« L'oreille est un bon moyen de regarder le monde. Quand vous écoutez un podcast, vous sollicitez votre imagination. Vous fabriquez des images et des souvenirs. Vous quittez ces écrans qui vous aliènent. Je suis convaincu que le podcast nous rend meilleurs. C'est d'abord pour cette raison que nous avons souhaité créer le premier festival dédié au podcast. » *Thibaut de Saint Maurice et Pierre Sérísier, Fondateurs du Paris Podcast Festival.*

« La montée en puissance rapide d'une nouvelle écriture digitale, plus libre, plus spontanée... un nouvel espace de liberté, un nouveau territoire et une nouvelle audience premium à conquérir. » *Yves Del Frate, CEO CSA et Data Solutions Havas.*

« Le podcast permet de s'informer, se divertir, s'évader tout en faisant fonctionner son cerveau. Le podcast rend plus intelligent, il ouvre au monde et à soi-même. Les marques ont un rôle à jouer dans cet écosystème foisonnant : pour financer la création mais aussi pour nouer un autre type de relation avec leurs publics, plus authentique, plus sincère, en proposant des contenus originaux et de qualité. » *Chloé Tavitian et Jeanne Bariller, directrices associées en charge de l'offre Havas Paris Podcast.*

« Le succès des podcasts traduit l'évolution de notre rapport au son : enregistrer, monter, diffuser, sont des gestes créatifs devenus, grâce au numérique, accessibles au plus grand nombre. A la Gaité Lyrique, nous accompagnons les publics et notamment les plus éloignés, pour qu'ils s'initient à ces nouveaux outils de création. Ces formes de narration, et particulièrement cet engouement récent pour les histoires personnelles, singulières, intimes, traduit me semble-t-il de manière assez touchante, le besoin d'une génération de mieux comprendre un monde fragmenté en perpétuelle évolution. » *Laëtitia Stagnara, Directrice générale de la Gaité Lyrique.*

Focus sur le Paris Podcast Festival Edition 2019 Du 18 au 20 octobre 2019 à la Gaité Lyrique

L'émergence d'un festival dédié, pendant trois jours, à ce nouveau média démontre la volonté de s'adresser à ces auditeurs aguerris, tout comme au public curieux. Le podcast aborde des thèmes divers. Il sera alors question de genre, de race, de sexe, de masculinité, de féminisme, de troisième âge, de football, d'innovation, de sensations olfactives, d'histoires ou encore de BD, de fiction et de culture au sens large. Toutes les grandes questions qui traversent la société trouveront un écho au cours de ce long weekend sonore.

3 jours et 8 grands rendez-vous dédiés au podcast natif :

LES ENREGISTREMENTS PUBLICS : découvrez et retrouvez vos podcasteurs et podcasteuses préférés.e.s en assistant à l'enregistrement public d'un épisode de leur podcast en live



LES ÉCOUTES COLLECTIVES EN AVANT-PREMIÈRE : assistez à des écoutes exclusives de podcasts inédits en présence de leurs auteurs et de leurs équipes



LES RENCONTRES : mettez des visages derrière les voix et venez échanger de façon conviviale avec celles et ceux qui font vos podcasts favoris



LES MASTERCLASSES & LES DÉBATS : assistez à des conférences avec des personnalités du podcast



LES ATELIERS : devenez un professionnel du podcast en un week-end en participant à tous les ateliers dédiés



LES PRÉSENTATIONS : découvrez l'étude de l'Institut CSA sur les Français et le podcast natif, les lauréats de l'INALAB 2019 et les lauréats du Tremplin by Sybel lors de présentations exceptionnelles



LA COMPÉTITION OFFICIELLE : 35 podcasts sélectionnés cette année dans 7 catégories, à découvrir et à écouter ici - <https://bit.ly/2og6elr>

La remise des prix se fera lors de la cérémonie de clôture, le dimanche soir. D'ailleurs, n'oubliez pas de donner votre voix à votre podcast préféré - <https://bit.ly/2LJuoxN>



LES ANIMATIONS : participez à de nombreuses animations et laissez libre cours à votre créativité avec l'enregistrement de votre podcast grâce à l'Atelier à podcasts par Olfaplay, la construction de votre bibliothèque sonore grâce au restau à podcasts du collectif Les Moissonores et venez accompagner de vos enfants et réservez-leurs une place à l'un des ateliers pour enfants de la Gaité Lyrique - <https://bit.ly/2M8ByvA>

Retrouvez la programmation complète [ici](#)

Contacts presse :

Jeanne Bariller - 06 15 51 49 40
presse@parispodcastfestival.com

A propos des Écouteurs :

Les Écouteurs est une association fondée par Thibaut de Saint Maurice et Pierre Sérissier en septembre 2017 dans le but de faire connaître au grand public cette nouvelle culture de l'écoute portée par les podcasts natifs. Thibaut de Saint Maurice est professeur de philosophie, auteur et titulaire de la chronique La petite philo sur France Inter. Pierre Sérissier est journaliste, auteur et professeur. www.lesecouteurs.org

A propos d'Havas Paris Podcast :

Offre dédiée lancée par Havas Paris en 2017, Havas Paris Podcast est portée par Chloé Tavitian et Jeanne Bariller, deux directrices associées de l'agence Havas Paris qui combinent leurs deux expériences professionnelles et passion commune pour l'audio au service de l'offre. L'objectif : proposer la création de contenus audio adaptés aux marques afin qu'elles se racontent différemment auprès de leurs publics internes et externes. Parmi les réalisations des derniers mois : « hello demain » pour Orange, une fiction d'anticipation positive, « Ça change tout » pour EDF, un talk-show sur les enjeux de la transition énergétique, « Prises de têtes » pour Novartis, un documentaire sur les migraines ou encore « Dans la Maison des parents » pour la Fondation Ronald McDonald, un reportage au cœur des maisons de parents d'enfants hospitalisés en collaboration avec HRCLS (hercules).

A propos CSA research :

Depuis près de 40 ans, CSA Research apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements et tendances de société. Multi-secteurs, CSA génère et croise une donnée hybride (attitudinale et comportementale, passive et active, qualitative et quantitative) et opérationnelle car activable. Plus d'info sur www.csa.eu

A propos de la Gaité Lyrique :

Au cœur de Paris, la Gaité Lyrique parle des cultures post-Internet. Ces pratiques artistiques et culturelles, souvent numériques, nées et transformées par Internet, sont dans ce lieu exposées, imaginées, fabriquées, expérimentées, et transmises. C'est porté par cette envie de présenter des voies/voix différentes qu'elle accueille depuis ses débuts le Paris Podcast Festival, un événement qui comme elle, souhaite donner la parole à ces nouveaux médias qui racontent notre époque autrement que par l'image.

