



10 | 2020

« LES FRANÇAIS & LE PODCAST NATIF »

2^{ÈME} ÉDITION



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

Gaîté Lyrique

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the page.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

L'étude CSA - Havas Paris réalisée pour la 3^{ème} édition du Paris Podcast Festival du 15 au 18 octobre 2020 à la Gaîté Lyrique, se penche à nouveau sur les auditeurs de podcasts natifs, l'évolution de leurs pratiques d'écoute et les effets du confinement.



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

Gaîté Lyrique



1011 PERSONNES INTERROGÉES

dont 238 auditeurs hebdo de podcasts natifs (issus d'un échantillon national représentatif de la population française 18-64 ans et d'un sur-échantillon d'auditeurs de podcasts natifs). Représentativité assurée par la méthode des quotas, sur les critères de sexe, âge, CSP, région et taille d'agglomération.



RECUEIL ONLINE

DU 26 AU 31 AOÛT 2020

— SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS

LE PODCAST NATIF, UN MEDIA EN EXPANSION.

Avec une notoriété et des habitudes d'écoute en nette hausse sur un an, le podcast natif continue de s'épanouir. Si le terme « podcast » est connu de la quasi-totalité des Français, ils sont 30% à avoir entendu parler de podcasts « natifs » (+ 5 pts vs 2019). Un chiffre qui grimpe à 63% quand on leur en donne la définition (+ 12 points vs 2019).

Concernant les habitudes d'écoute, 14% des Français âgés de 18-64 ans déclarent en écouter toutes les semaines, soit 5 points de plus qu'il y a un an.

Une expansion qui devrait se poursuivre. Deux tiers des auditeurs estiment que leur fréquence d'écoute a augmenté depuis qu'ils ont commencé à écouter des podcasts natifs. La moitié prévoit d'en écouter davantage les 6 prochains mois. L'auditeur de podcast natif a en moyenne 34 ans. Il s'agit le plus souvent de cadres ou d'étudiants, habitants en milieu urbain, notamment dans l'agglomération parisienne.

LE CONFINEMENT, AMPLIFICATEUR D'ÉCOUTE ET DE DÉCOUVERTE.

13% des auditeurs hebdomadaires de podcasts natifs ont commencé pendant le confinement et 61% de ceux qui en écoutaient déjà ont augmenté leur fréquence d'écoute pendant cette période.

Plus globalement, la période de confinement, et plus récemment le nouveau quotidien rythmé par les mesures de protection sanitaire, se reflètent dans les modes d'écoute fortement modifiés. Ainsi, l'écoute en mobilité, dans la rue ou dans les transports en commun, est en baisse, au profit de l'écoute à domicile ou en voiture. Tout comme l'écoute via smartphone, qui perd 10 points en un an au profit de l'ordinateur.

COMME UNE ENVIE DE BIEN-ÊTRE ET D'ÉVASION

L'intérêt pour les podcasts natifs « humour et divertissement » bondit de 10 points en un an. Là aussi, on peut sans doute y lire les traces de la période inédite que nous traversons et le besoin de renouer avec une certaine forme de légèreté. 85% des auditeurs de podcasts natifs se disent intéressés par les podcasts « humour et divertissement » dont 44% « très intéressés ». Cette catégorie devient ainsi la 2ème thématique la plus appréciée derrière l'actualité, et devant la science, la société ou la musique. La thématique « psychologie/développement personnel » progresse également fortement : 77% des auditeurs se disent intéressés dont 28% « beaucoup » (+10 points). En termes de formats, les récits personnels/témoignages et les fictions/narrations progressent en un an (+8 pts).

« AUTHENTIQUE » ET « LIBRE » : LES CLÉS DE L'ATTACHEMENT.

« Authentique » et « libre » : les clés de l'attachement. Le podcast natif bénéficie d'une très bonne image auprès des auditeurs hebdomadaires. Comparativement à 2019, trois indicateurs ont fortement progressé : un format proposant des contenus vrais, authentiques (+10 pts), faisant réfléchir (+7 pts) et libre (+7 pts).

LE NOUVEAU MEDIA DES ENFANTS ?

Les auditeurs de podcasts natifs sont sur-représentés auprès des familles avec enfants. Un tiers des foyers avec enfants, a des enfants qui écoutent des podcasts natifs, dont 20% au moins une fois par semaine.

LES MARQUES ET LES PODCASTS NATIFS : UN LIEN DE PLUS EN PLUS FORT

La présence des publicités dans les podcasts est globalement jugée adaptée par les auditeurs hebdo (66%), score stable sur un an. Par ailleurs, 82% des auditeurs seraient intéressés par les podcasts proposés par leurs marques ou leurs entreprises préférées, une tendance à la hausse (74% en 2019). Une marque proposant ses propres podcasts natifs jouit d'une très bonne image auprès des auditeurs hebdomadaires, avec plus de 80% de citations positives sur des items comme l'innovation, la proximité, la responsabilité, l'engagement ou encore la crédibilité.

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the page.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

PODCAST NATIF : LA FAMILLE S'AGRANDIT



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

 Gaîté Lyrique

— LE MOT PODCAST EST ENTRÉ DANS LE VOCABULAIRE DES FRANÇAIS



DES FRANÇAIS ONT DÉJÀ
ENTENDU PARLER DE **PODCAST**

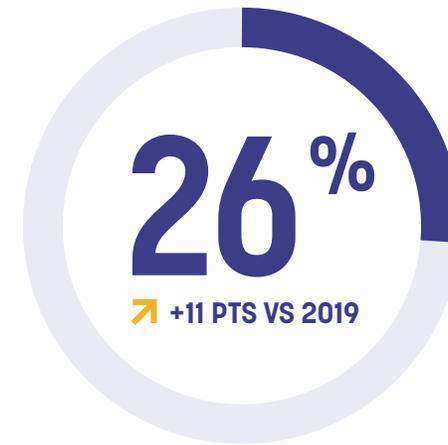


DES FRANÇAIS ONT DÉJÀ
ENTENDU PARLER DE **PODCAST NATIF**

— UNE HABITUDE D'ÉCOUTE EN NETTE PROGRESSION, PARTICULIÈREMENT CHEZ LES 25-34 ANS

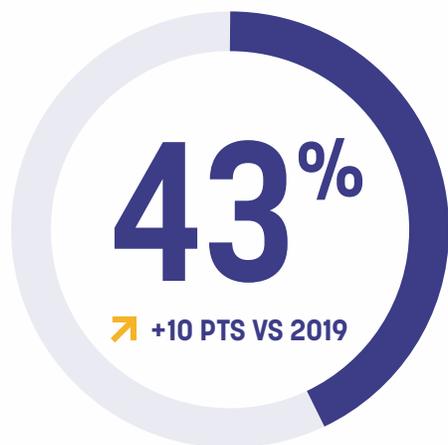


**DES FRANÇAIS ÉCOUTENT DES PODCASTS NATIFS
DE MANIÈRE HEBDOMADAIRE
(ENVIRON 5,3 MILLIONS 18-64 ANS)**

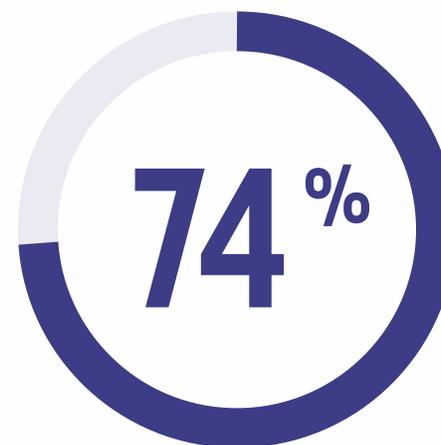


DES 25-34 ANS

— DES AUDITEURS DE PLUS EN PLUS FIDÈLES...



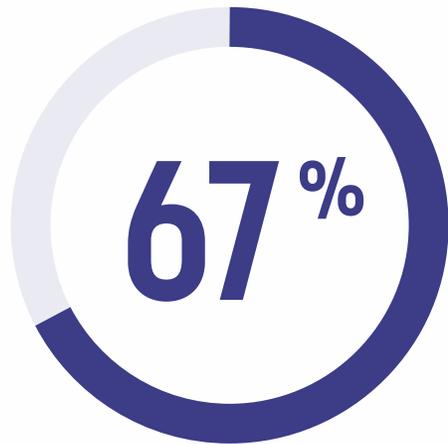
SONT AUDITEURS DEPUIS PLUS D'1 AN
(51% CHEZ LES 35 ANS ET PLUS)



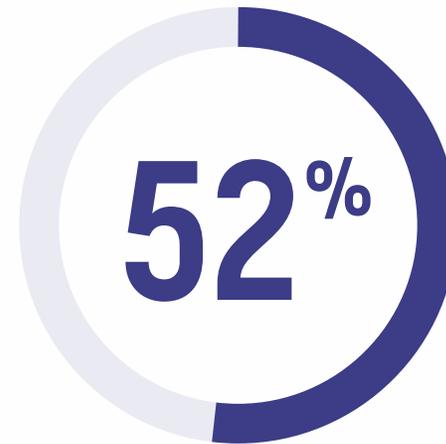
**JUGENT QUE L'ÉCOUTE DE PODCASTS NATIFS
EST POUR EUX UNE HABITUDE**
(VS. 26% UNE OPPORTUNITÉ, QUELQUE CHOSE
DE PLUS EXCEPTIONNEL)

Q : DEPUIS QUAND ENVIRON ÉCOUTEZ-VOUS DES PODCASTS NATIFS ?

— ... ET DE PLUS EN PLUS ACCROS !



**DES AUDITEURS HEBDO ONT AUGMENTÉ LEUR
FRÉQUENCE D'ÉCOUTE**
(VS. 22% ONT STABILISÉ / 12% ONT BAISSÉ)

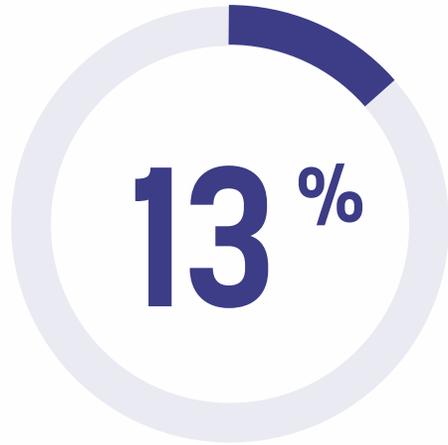


**ENVISAGENT D'EN ÉCOUTER
DAVANTAGE LES PROCHAINS MOIS**
(VS. 27% AUTANT / 11% MOINS /
10% NE SAVENT PAS)

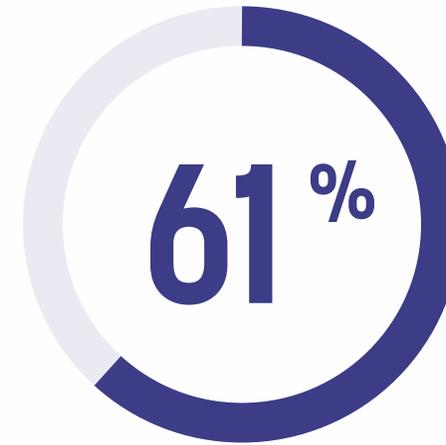


Q : AU COURS DES DERNIÈRES
SEMAINES, COMBIEN DE PODCASTS
NATIFS DIFFÉRENTS AVEZ-VOUS
ÉCOUTÉS ?

— LE CONFINEMENT : UN ACCÉLÉRATEUR D'ÉCOUTE ET DE DÉCOUVERTE

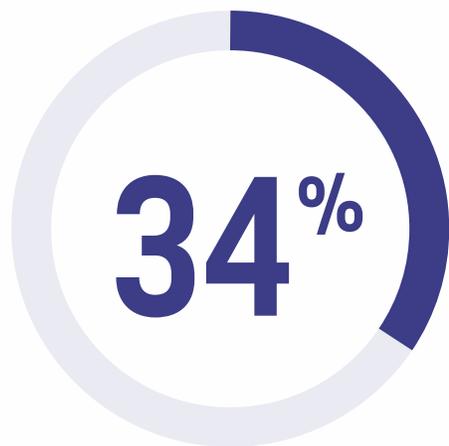


**DES AUDITEURS HEBDOMADAIRES
ONT COMMENCÉ PENDANT LE CONFINEMENT**

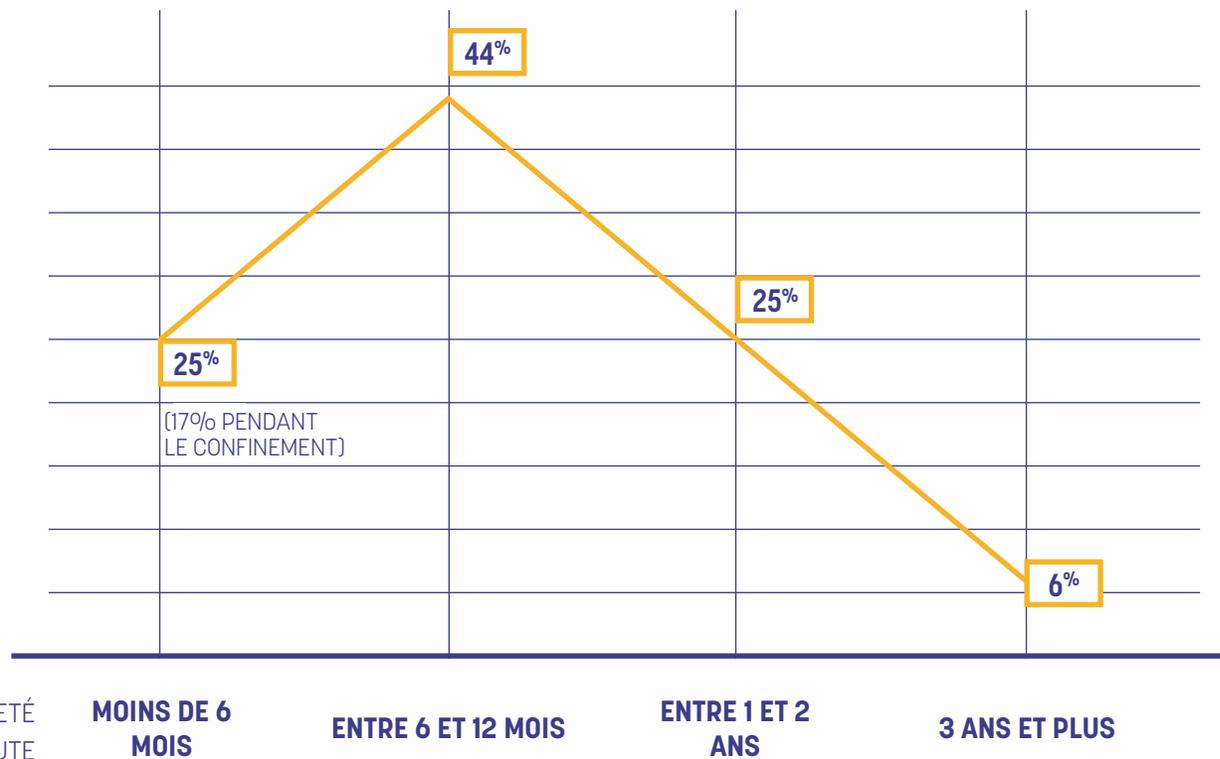


**DES AUDITEURS D'AVANT CONFINEMENT
ONT AUGMENTÉ LEUR FRÉQUENCE D'ÉCOUTE
PENDANT CETTE PÉRIODE**

— LE BOOM DES PODCASTS JEUNESSE : L'ALTERNATIVE AUX ÉCRANS ?

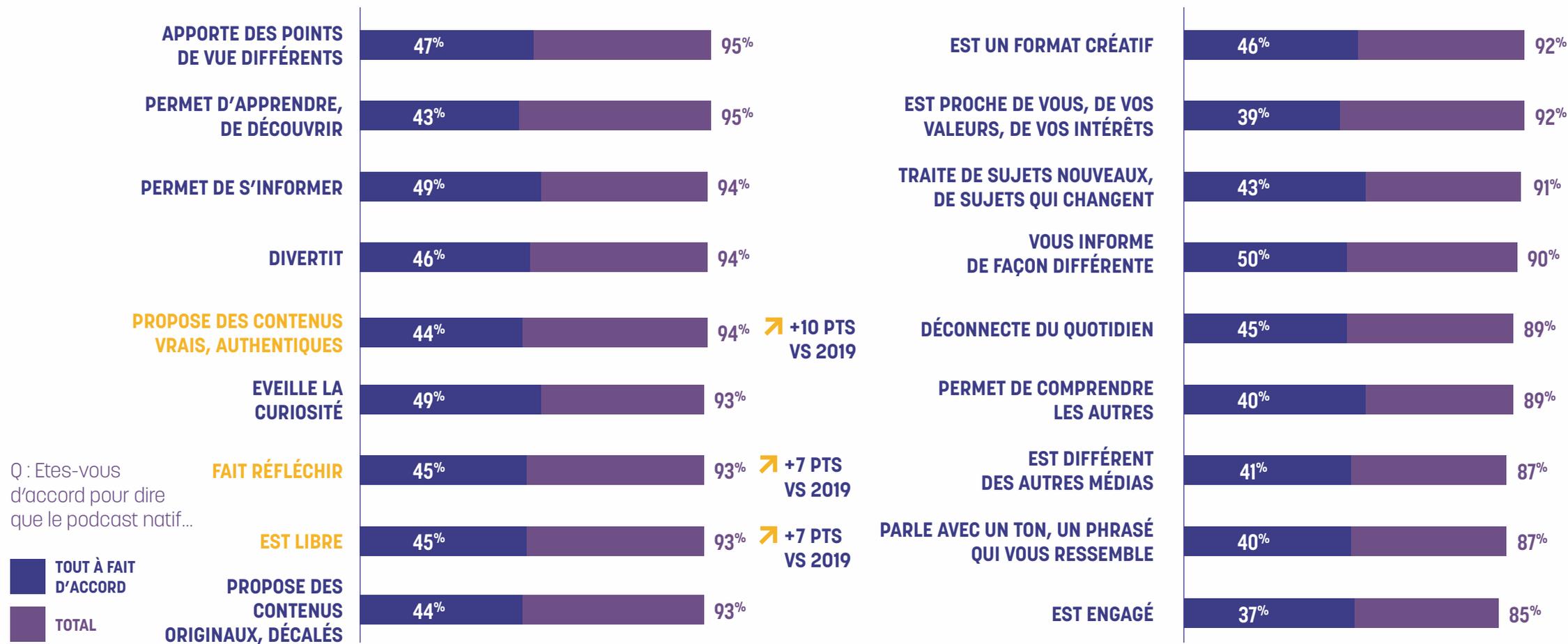


DES FAMILLES FONT ÉCOUTER DES PODCASTS NATIFS À LEUR(S) ENFANT(S) DONT 20% DE MANIÈRE HEBDOMADAIRE

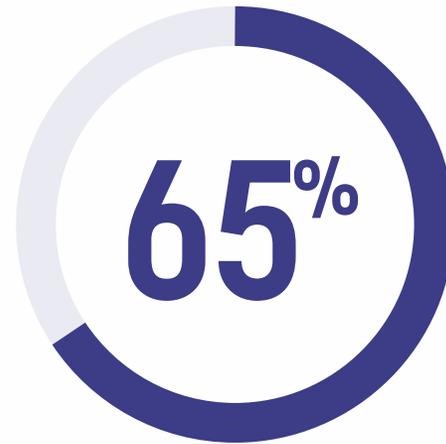


Q : A quelle fréquence le(s) enfant(s) de votre foyer écoute(nt)-il(s)... ?
Depuis quand environ ?

— UN MÉDIA QUI RÉPOND À UNE ATTENTE D’AUTHENTICITÉ, D’INDÉPENDANCE ET DE RÉFLEXION...



— POUR LEQUEL LES AUDITEURS SERAIENT PRÊTS À PAYER



21% « Tout à fait prêts »

44% « Oui, pourquoi pas »

DES AUDITEURS HEBDO SERAIENT PRÊTS À PAYER POUR ÉCOUTER LEURS PODCASTS NATIFS PRÉFÉRÉS

Q : Seriez-vous prêt à payer (abonnement, achat à l'unité...) pour écouter vos podcasts natifs préférés ?

The logo for Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the page.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

PORTRAIT ROBOT DE L'AUDITEUR



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

 Gaîté Lyrique

— IL EST JEUNE, URBAIN, CSP+



	STRUCTURE FRANCE 18 - 64 ANS	STRUCTURE AUDITEURS HEBDO PODCAST NATIF
FEMMES	51 %	50 %
HOMMES	49 %	50 %
18 - 24 ANS	13 %	19 %
25 - 34 ANS	20 %	38 %
35 - 49 ANS	33 %	35 %
50 - 64 ANS	33 %	8 %
ÂGE MOYEN	42 ANS	34 ANS
FAMILLE AVEC ENFANT	40 %	59%
CSP +	39 %	46%
DONT CADRES / PROFESSIONS LIBÉRALES...	16%	26%
ÉTUDIANTS	6 %	12 %
AGGLOS < 100 000 hbts	51 %	34 %
AGGLOS 100 000 hbts et +	32%	39 %
AGGLO PARISIENNE	17 %	28 %

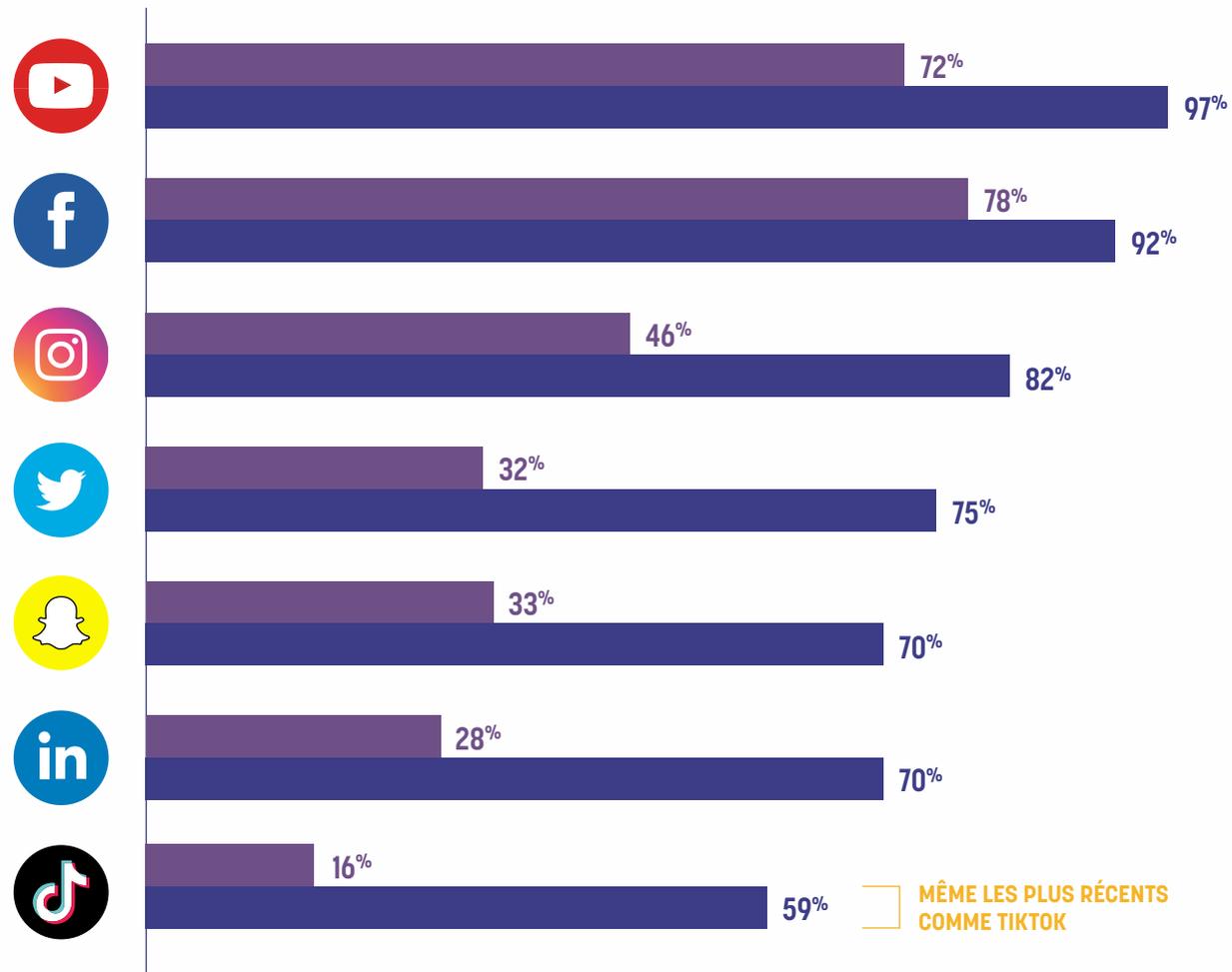
— TOUJOURS À LA POINTE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : A quelle fréquence consultez-vous les réseaux sociaux suivants ?

% CONNEXION HEBDOMADAIRE

■ BASE FRANCE 18 - 64 ANS

■ BASE AUDITEURS HEBDO PODCASTS NATIFS



■ MÊME LES PLUS RÉCENTS
COMME TIKTOK

— IL CONSOMME TOUS TYPES DE CONTENUS AUDIO

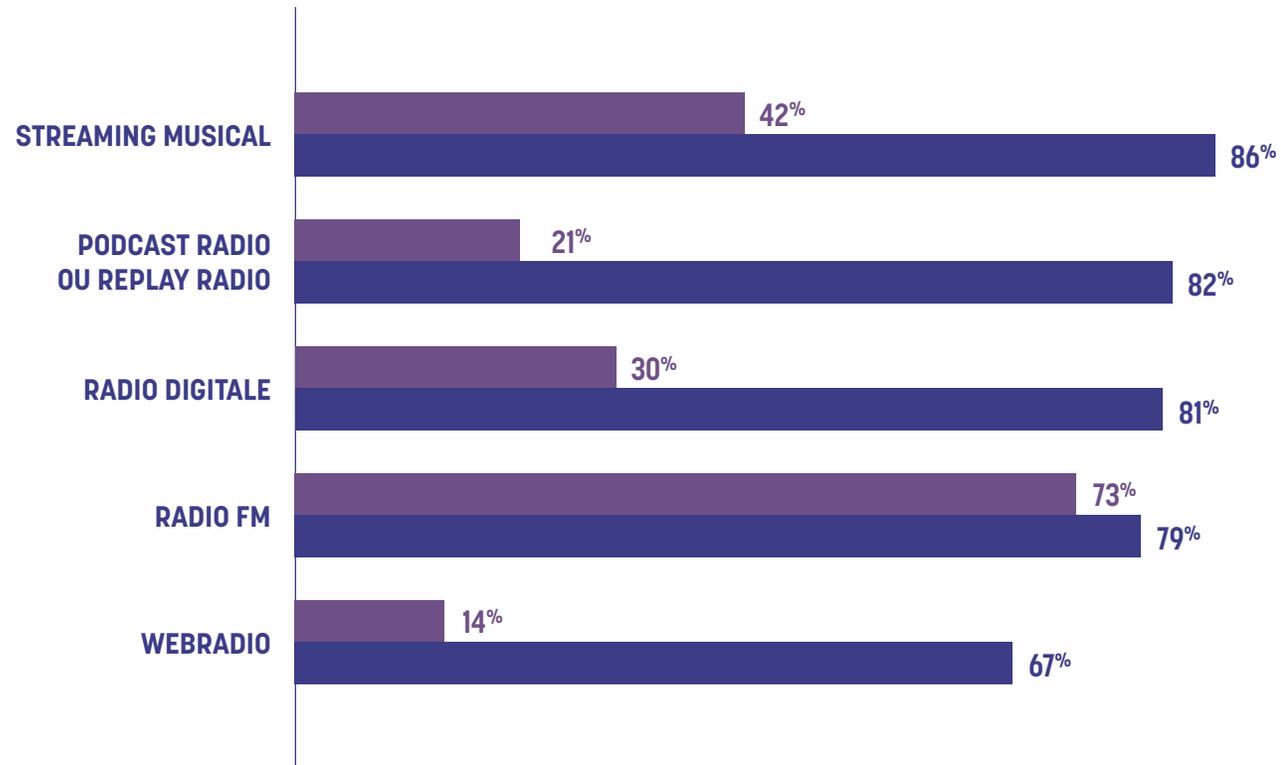


Personnellement, à quelle fréquence écoutez-vous les médias audio suivants ?

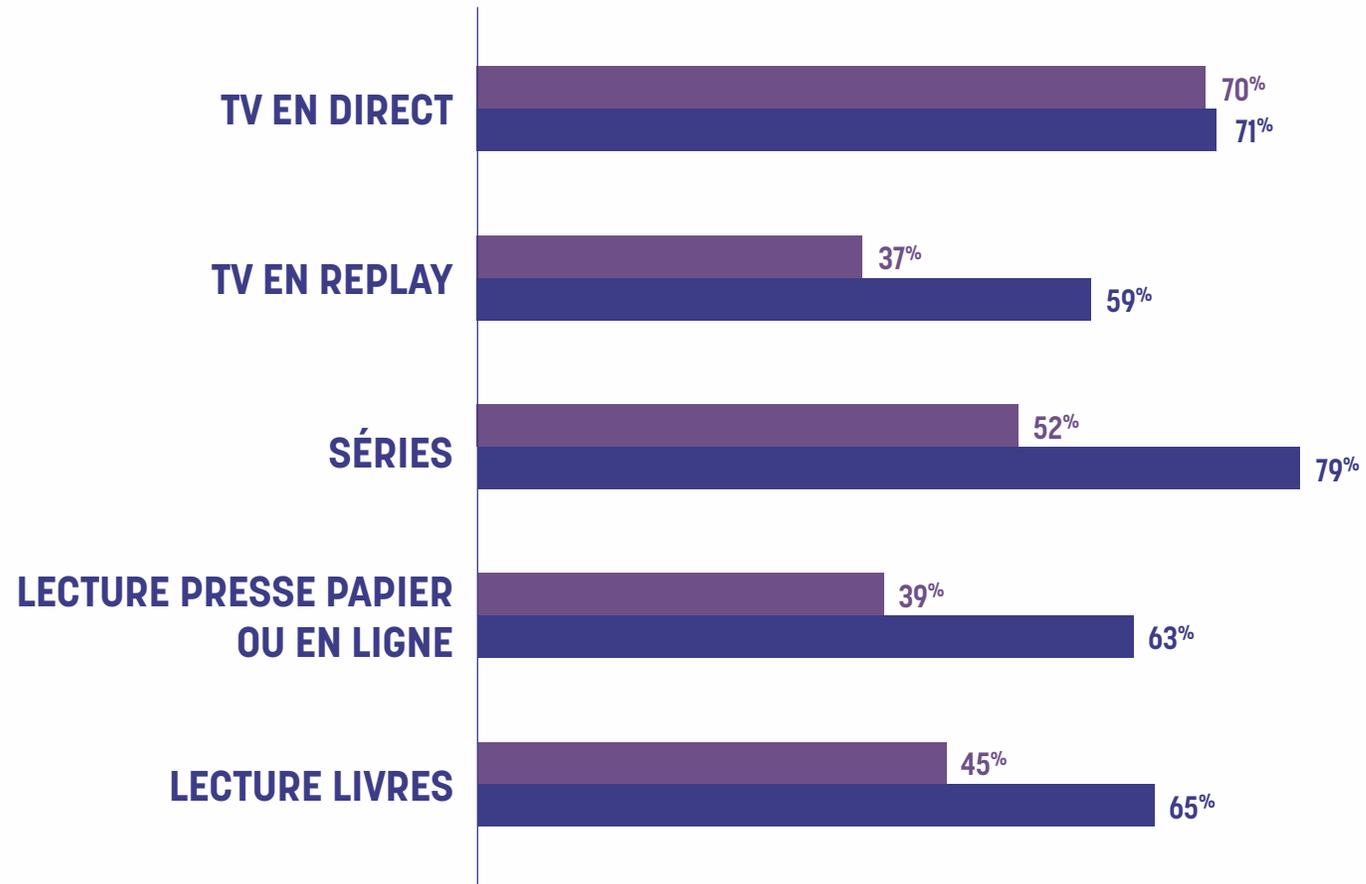
% ECOUTE HEBDOMADAIRE

■ BASE FRANCE 18 - 64 ANS

■ BASE AUDITEURS HEBDO
PODCASTS NATIFS



— TOUS TYPES DE BIENS CULTURELS



% RÉGULIÈREMENT + SOUVENT

BASE FRANCE 18 - 64 ANS

BASE AUDITEURS HEBDO PODCASTS NATIFS

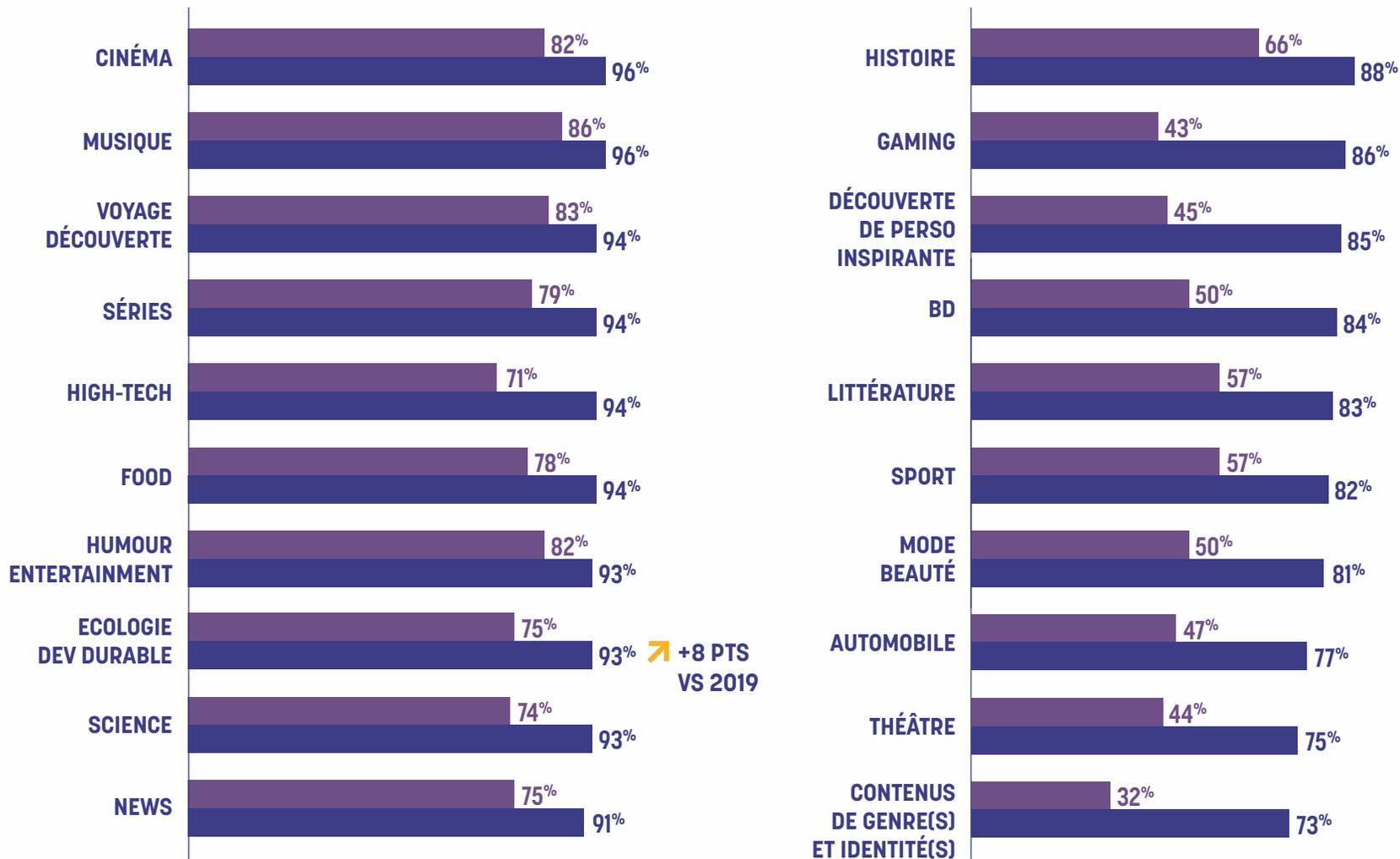
— ET S’AFFICHE PASSIONNÉ PAR TOUS LES SUJETS !

Q : Voici une liste de centres d’intérêt. Indiquez pour chacun d’eux dans quelle mesure vous êtes passionné, très intéressé, intéressé, peu intéressé ou pas du tout intéressé

% INTÉRÊT (PASSIONNÉS + TRÈS + ASSEZ INTÉRESSÉS)

■ BASE FRANCE 18 - 64 ANS

■ BASE AUDITEURS HEBDO PODCASTS NATIFS



The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the page.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

CE QU'IL ÉCOUTE



HAVAS
PARIS

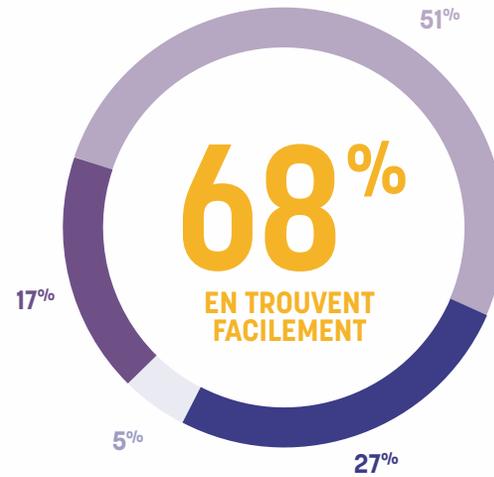
CSA
RESEARCH

Gaîté Lyrique

— UNE ACCESSIBILITÉ DE L'OFFRE QUI S'AMÉLIORE... SURTOUT POUR LES PLUS AGUERRIS !



AUDITEURS HEBDO



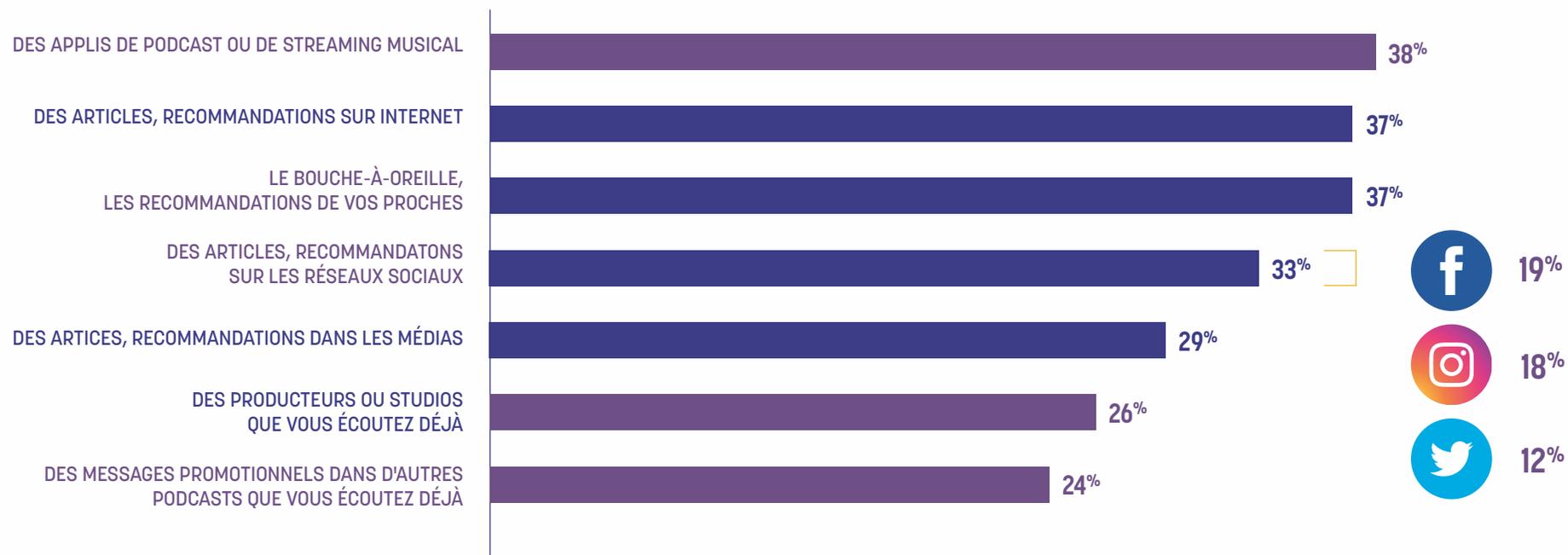
AUDITEURS OCCASIONNELS

Q : Voici différentes phrases concernant la recherche de nouveaux podcasts natifs à écouter. Vous personnellement, de quelle phrase vous sentez-vous le plus proche ?

- TROUVENT TRÈS FACILEMENT DE NOUVEAUX PODCASTS NATIFS QUI LES INTÉRESSENT**
- EN TROUVENT ASSEZ FACILEMENT
- ONT PARFOIS DU MAL À TROUVER
- ONT BEAUCOUP DE MAL À TROUVER DE NOUVEAUX PODCASTS NATIFS QUI LES INTÉRESSENT

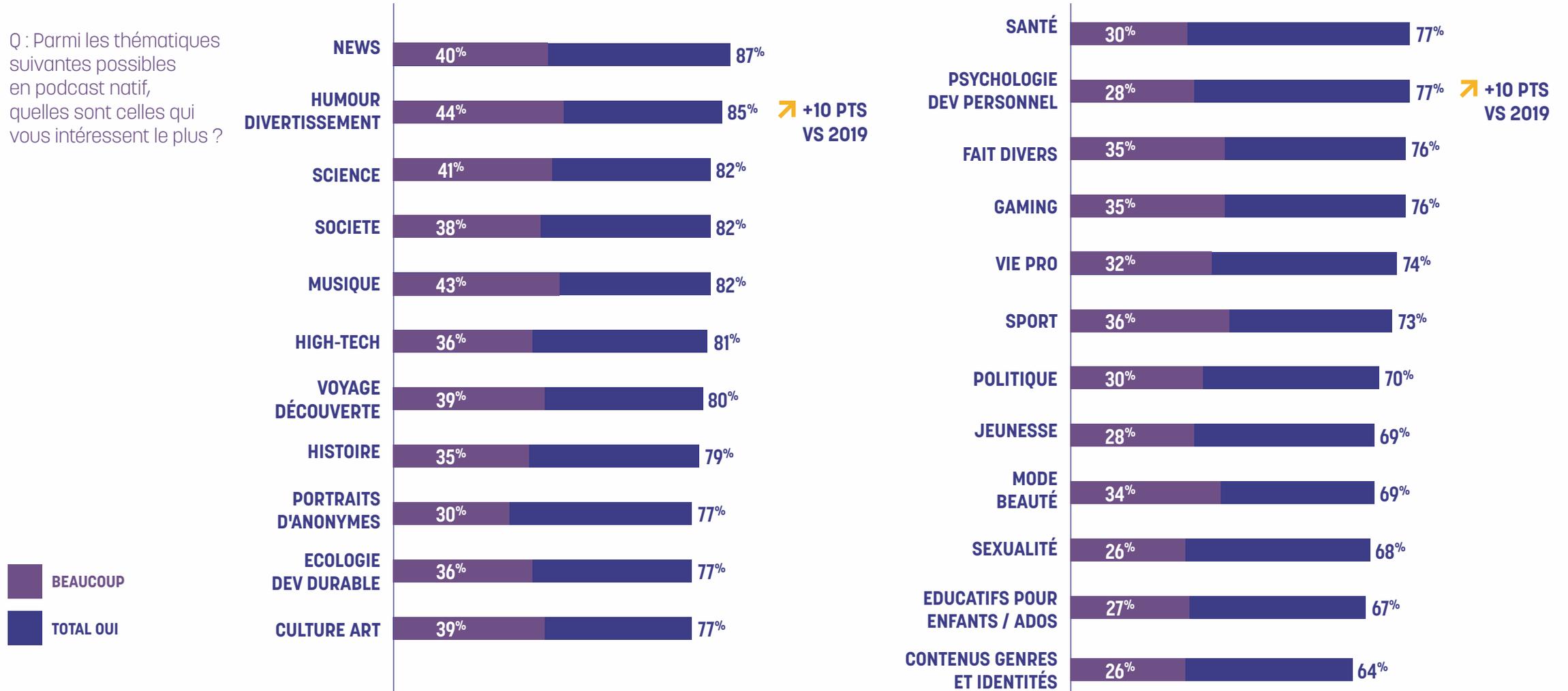
— LA RECOMMANDATION RESTE LE PRINCIPAL LEVIER DE DÉCOUVERTE

Q : Aujourd'hui, le plus souvent, comment découvrez-vous les podcasts natifs qui vous intéressent ?

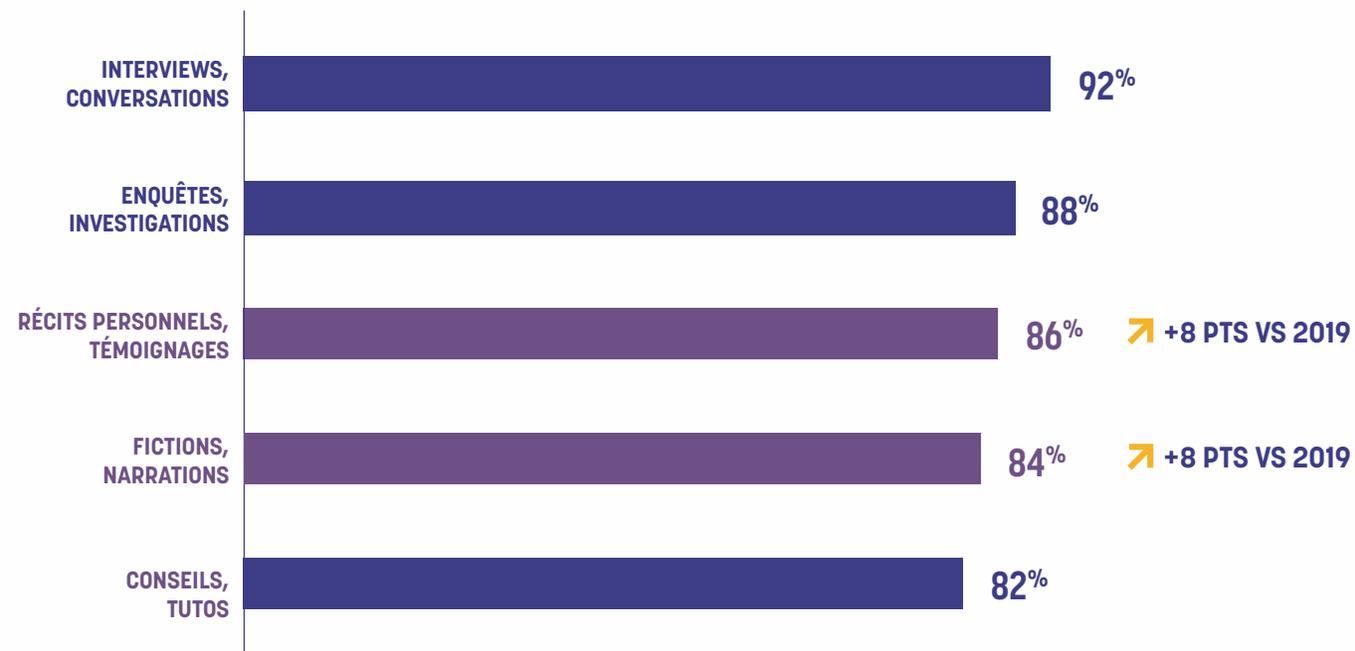


UN INTÉRÊT GRANDISSANT POUR LES PODCASTS HUMORISTIQUES ET DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Q : Parmi les thématiques suivantes possibles en podcast natif, quelles sont celles qui vous intéressent le plus ?



— ET UNE ENVIE D'HISTOIRES... VRAIES OU FICTIONNÉES



% INTÉRÊT (BEAUCOUP + ASSEZ)

Q : En termes de formats, quels sont ceux qui vous intéressent le plus en podcast natif ?

— LES PRODUCTEURS INDÉPENDANTS EN TÊTE, SUIVIS DE PRÈS PAR LES MÉDIAS

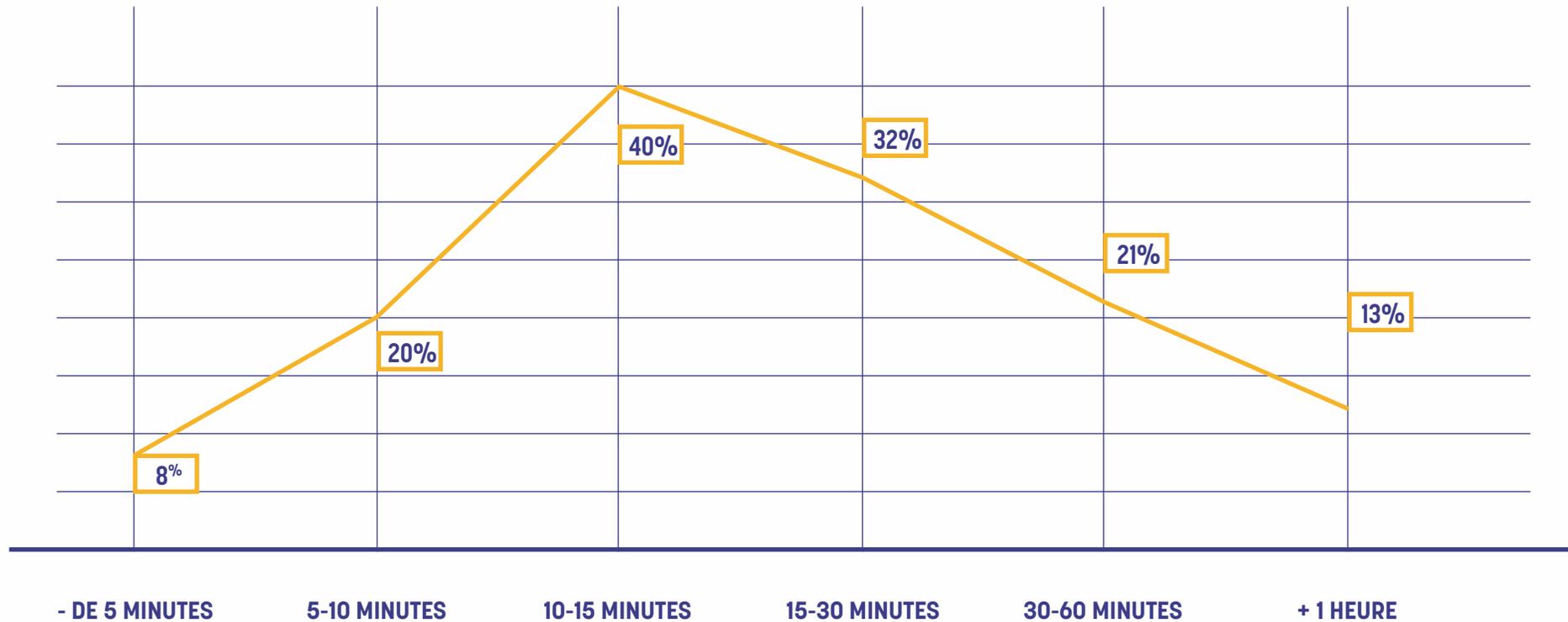


% RÉGULIÈREMENT + SOUVENT

Q : Voici différents types de podcasts natifs.
Pour chacun, indiquez à quelle fréquence vous
avez l'habitude d'en écouter

— UNE APPÉTENCE POUR LES FORMATS DE MOINS DE 30 MINUTES

Q : Quelle est la durée moyenne des podcasts natifs que vous écoutez habituellement ?



The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the slide.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

COMMENT IL ÉCOUTE



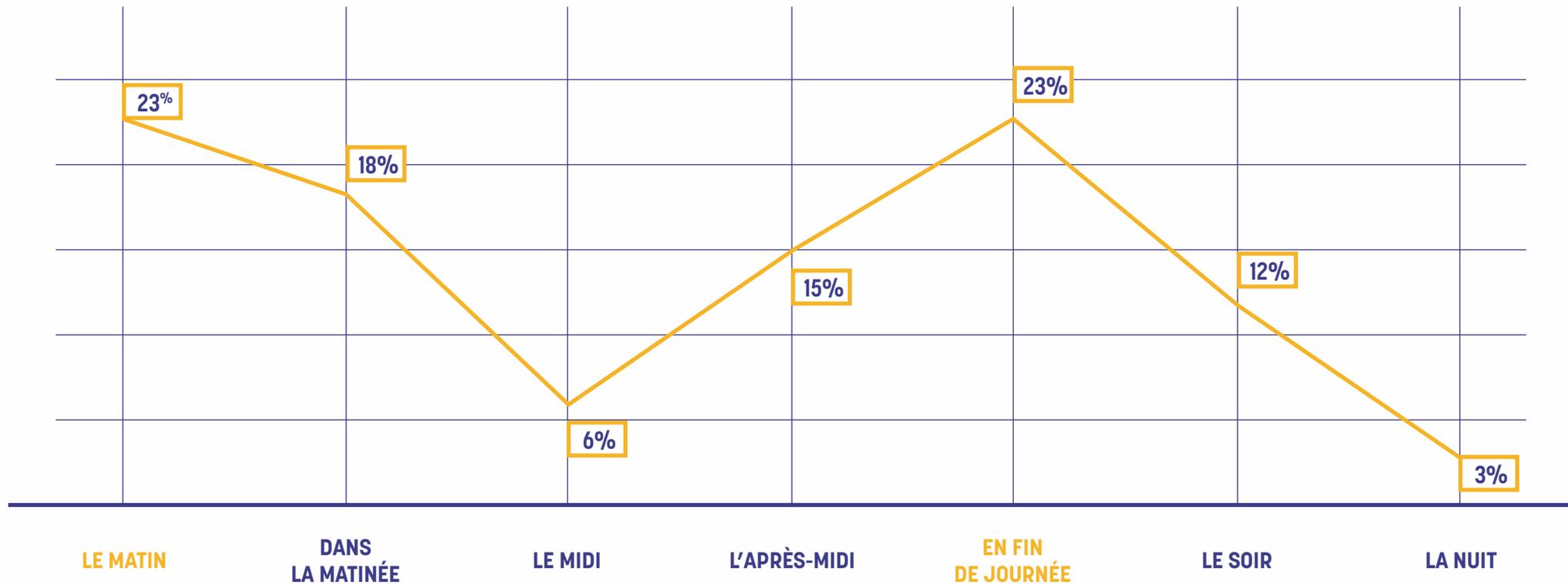
HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

 Gaîté Lyrique

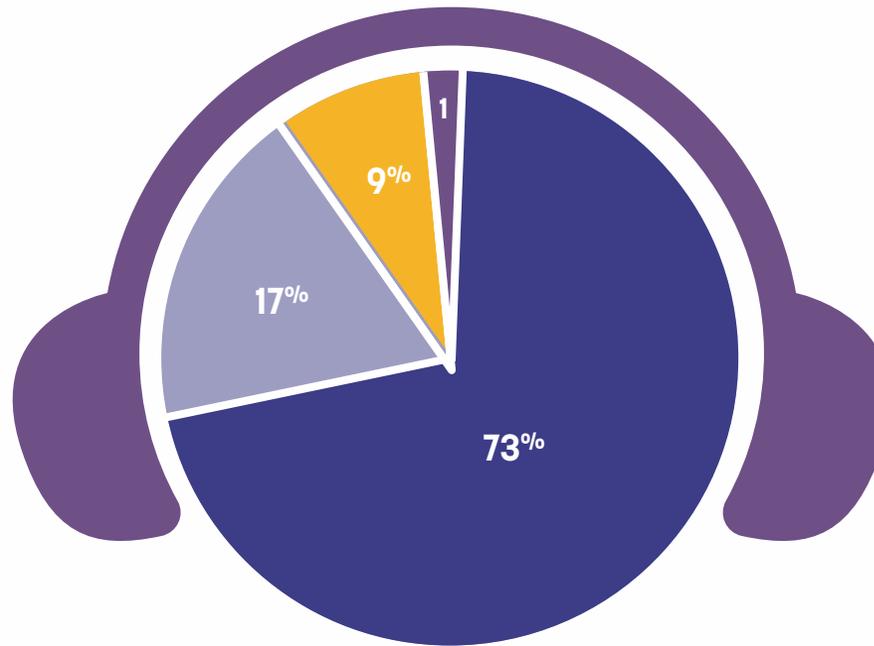
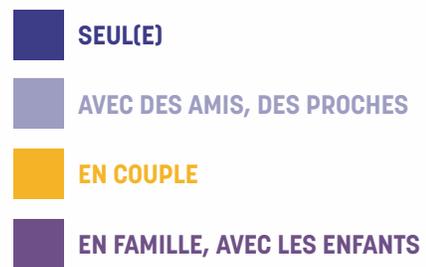
— UNE ÉCOUTE QUI SUIT LES USAGES DE LA RADIO

Q : Et vous le faites en général plutôt...

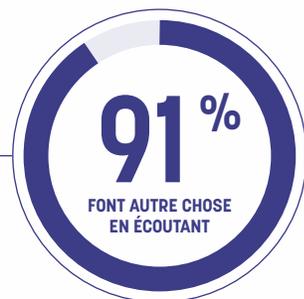
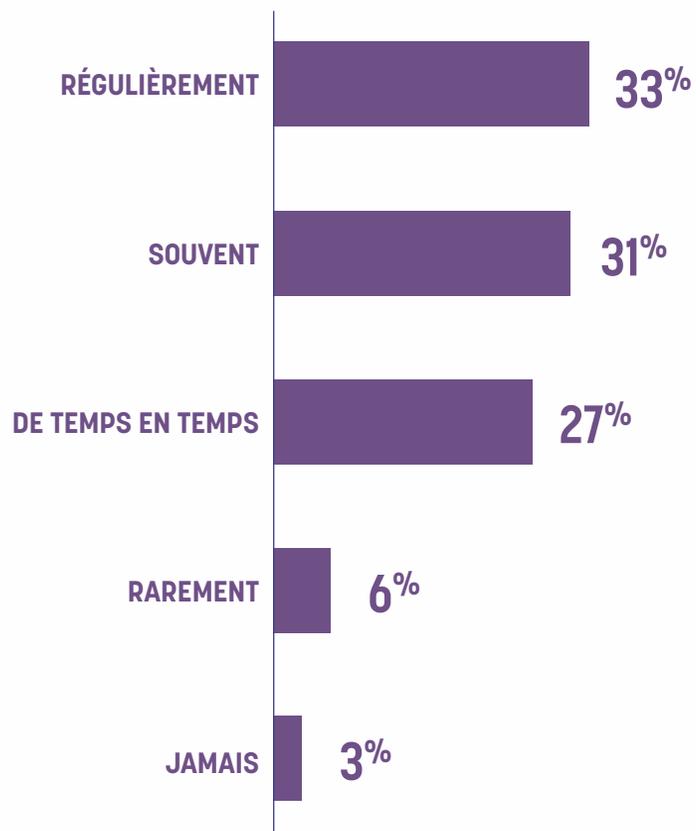


— ET RESTE LE PLUS SOUVENT SOLITAIRE

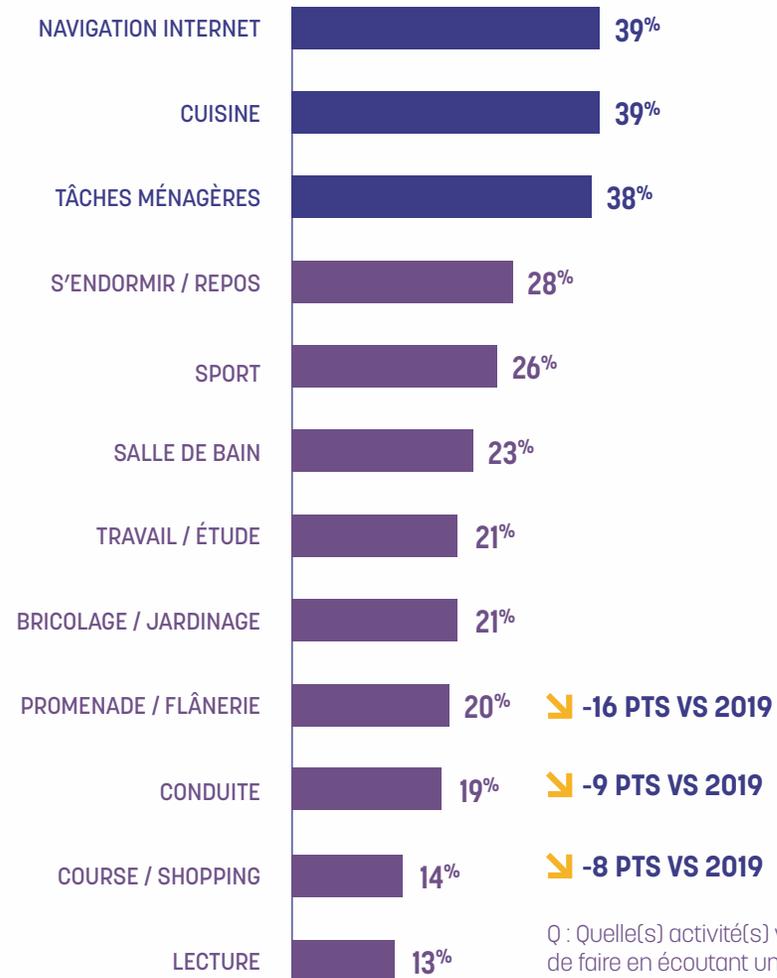
Q : Généralement, vous écoutez du podcast natif :



— LE PODCAST, PARTENAIRE DE LA VIE QUOTIDIENNE

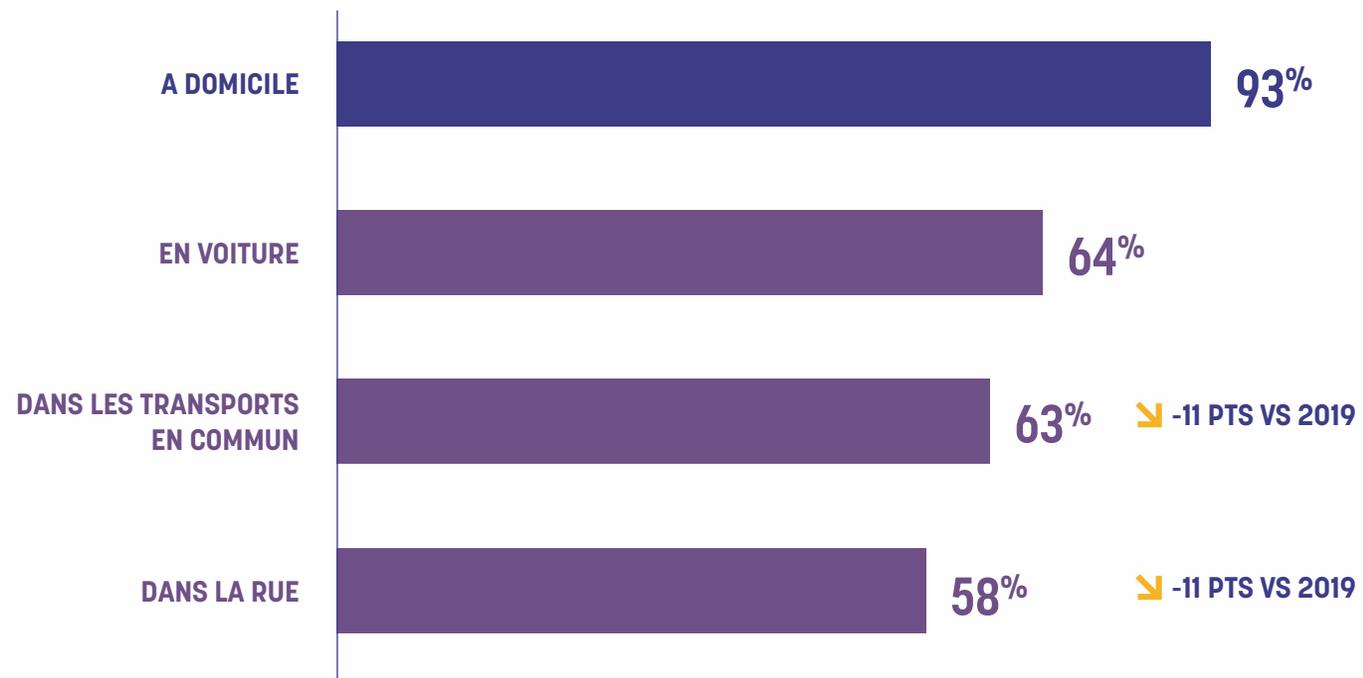


Q : Quand vous écoutez un podcast natif, faites-vous généralement autre chose en même temps ?



Q : Quelle(s) activité(s) vous arrive-t-il généralement de faire en écoutant un podcast natif ?

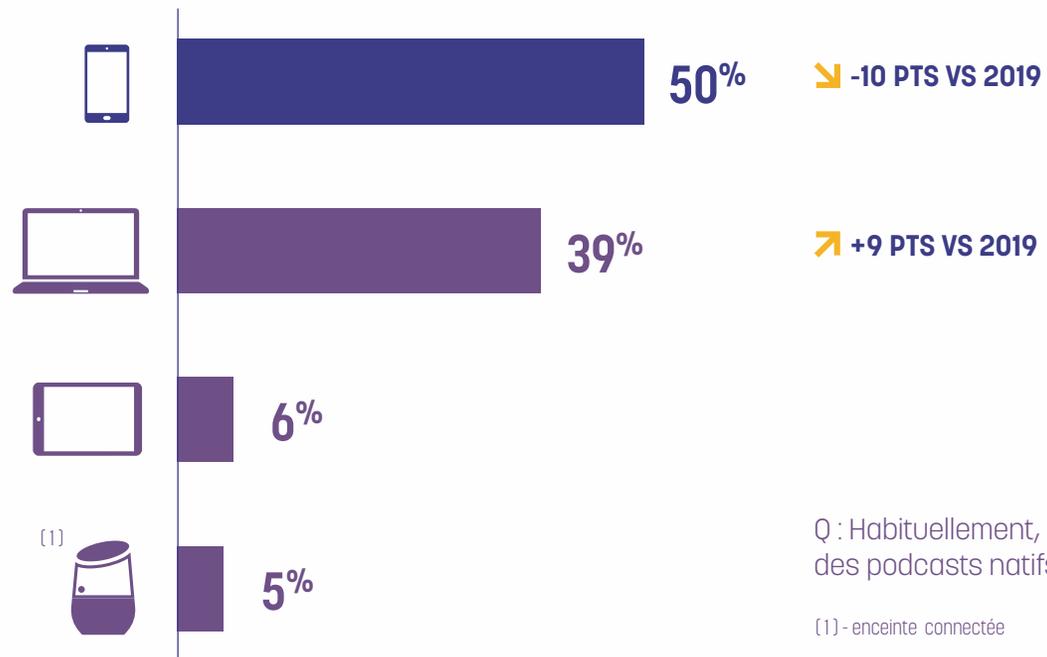
— UNE ÉCOUTE EN MOBILITÉ IMPACTÉE PAR LA CRISE SANITAIRE...



LES LIEUX D'ÉCOUTE % ÉCOUTENT SOUVENT + DE TEMPS EN TEMPS

Q : A quelle fréquence vous arrive-t-il d'écouter des podcasts natifs dans les lieux suivants ?

— ET UNE DIMINUTION DE L'ÉCOUTE SUR SMARTPHONE, AU PROFIT DE L'ORDINATEUR



Q : Habituellement, vous écoutez des podcasts natifs avec...

(1) - enceinte connectée

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the page.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

CE QU'IL PENSE DE LA PRÉSENCE DES MARQUES DANS CE NOUVEAU MÉDIA



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

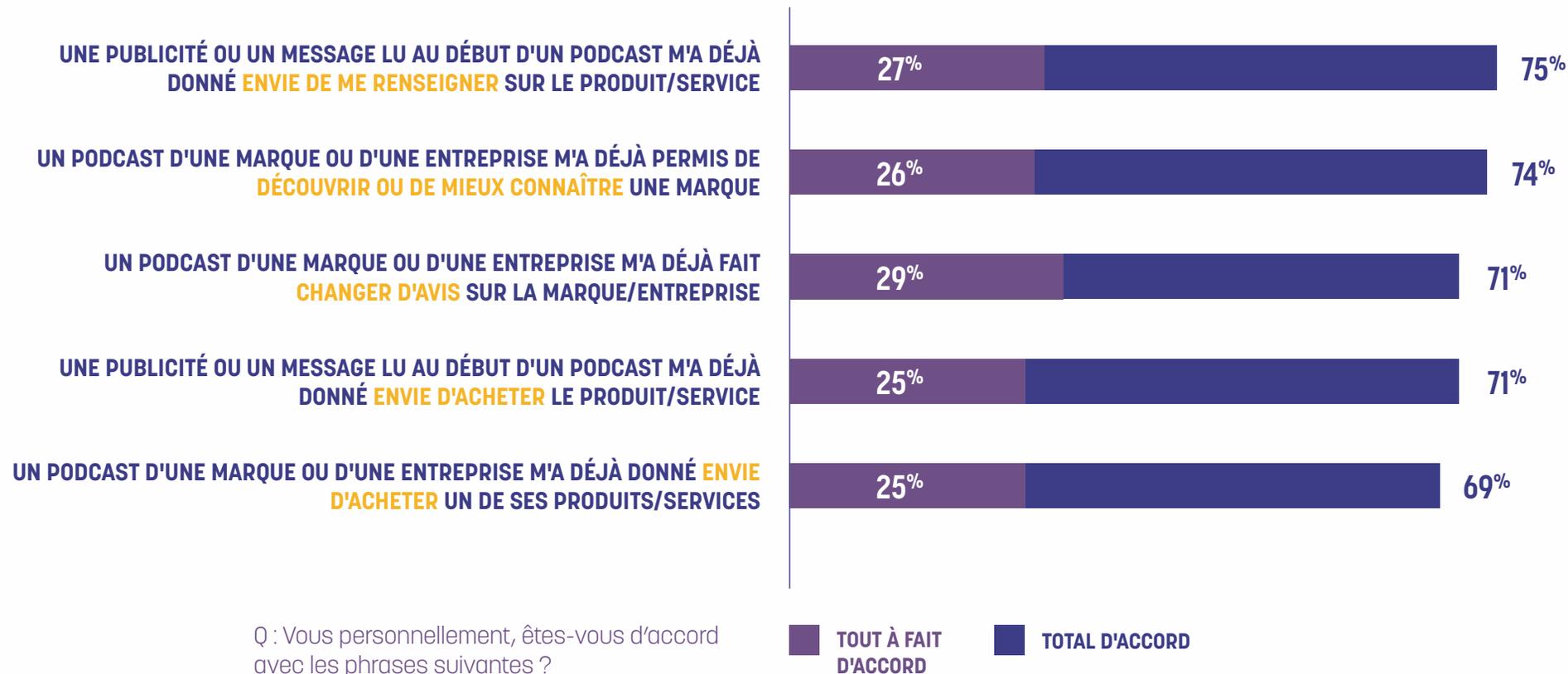
Gaîté Lyrique

— LA PUBLICITÉ DANS LES PODCASTS RESTE BIEN ACCEPTÉE

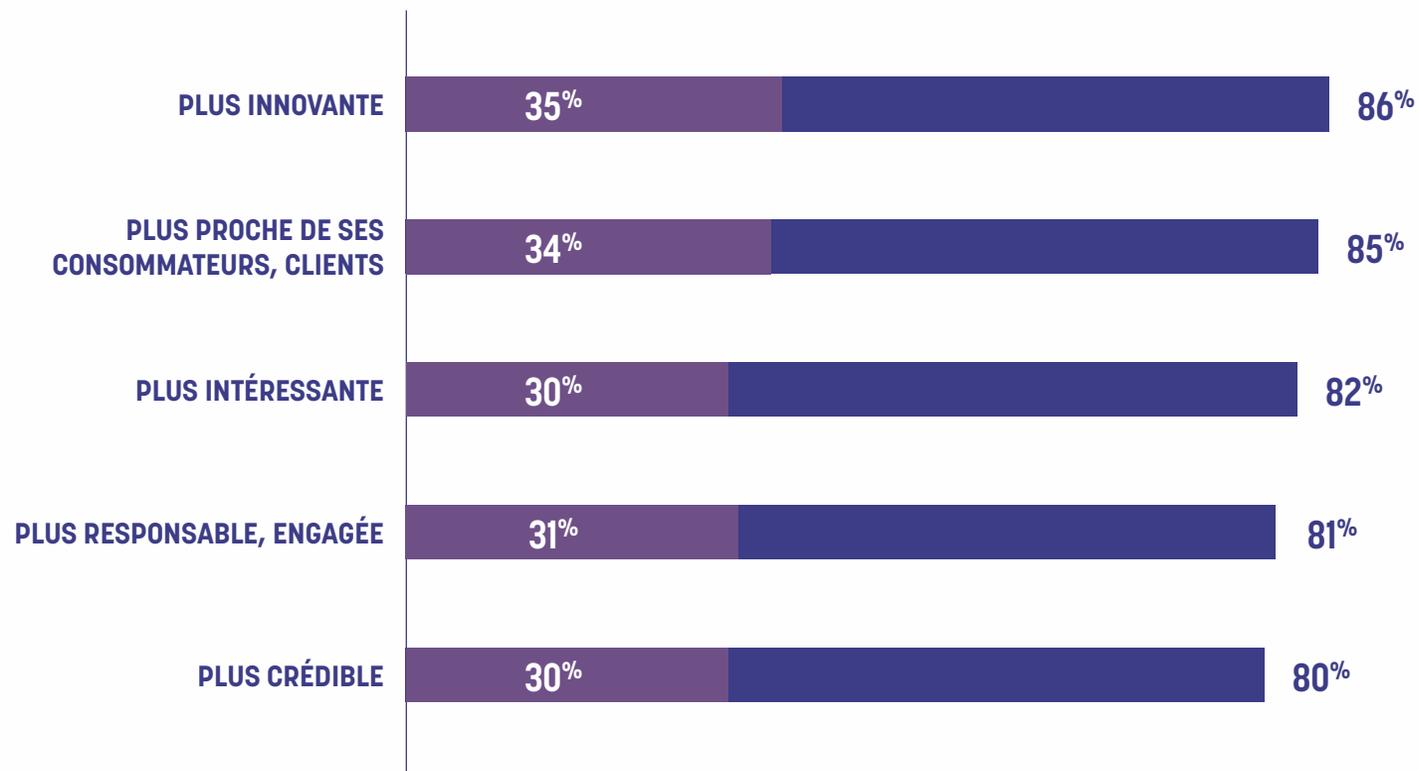
Q : Comment jugez-vous la présence des publicités dans les podcasts que vous écoutez ?



— ET SEMBLE FAVORISER LE PASSAGE À L'ACTE



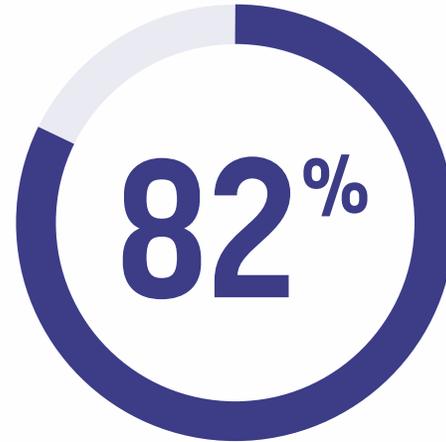
— UN MÉDIA QUI FAIT CHANGER DE REGARD SUR LES MARQUES



Q : Une marque qui fait des podcasts natifs vous apparaît comme une marque...

TOUT À FAIT D'ACCORD **TOTAL D'ACCORD**

— ET QUI EST MÊME PLÉBISCITÉ POUR QUE LES ENTREPRISES SE RACONTENT DIFFÉREMMENT



DES AUDITEURS HEBDO DE PODCASTS NATIFS SERAIENT **INTÉRESSÉS POUR QUE LES MARQUES / ENTREPRISES QU'ILS AIMENT PROPOSENT LEURS PROPRES PODCASTS POUR FAIRE DÉCOUVRIR LEUR HISTOIRE, CELLE DE LEURS PRODUITS, CELLE(S) DE LEURS SALARIÉS, CELLE(S) DE LEURS ENGAGEMENTS...**

(28% TRÈS INTÉRESSÉS +
54% ASSEZ INTÉRESSÉS)

MERCI



HAVAS
PARIS

CSA
RESEARCH

Lo
Goût
Lyrique



CONTACT

PARIS PODCAST FESTIVAL : thibaut@parispodcastfestival.com
nina@parispodcastfestival.com

HAVAS PARIS : jeanne.bariller@havas.com
sophie.louvancour@havas.com - 06 40 84 27 21

INSTITUT CSA : leda.bontosoglou@csa.eu - 06 72 54 98 58

**HAVAS
PARIS**

CSA RESEARCH