

## **90% des acheteurs de voitures pensent que la réception de la radio hertzienne devrait être de série dans chaque véhicule**

- **Une importante étude dévoile que plus de 80% des consommateurs sont moins susceptibles d'acheter ou de louer des voitures sans autoradio intégré**
- **La consommation du média radio hertzien est nettement plus élevée que pour toute autre forme d'écoute de l'audio à bord des véhicules ; 93% souhaitent que l'accès à la radio reste gratuit**
- **Les fonctionnalités radio les plus attendues par les acheteurs de voitures incluent la commande vocale et des données sur le contenu diffusé**

Selon une nouvelle étude internationale\* publiée aujourd'hui par Edison Research, la radio hertzienne est de loin la source préférée de divertissement en voiture à travers le monde. La presque totalité (90%) de l'échantillon ayant répondu à l'enquête déclare qu'un tuner radio devrait être un équipement standard dans chaque voiture, une demande qui est générale au sein de tous les groupes d'âge, indiquant une forte demande parmi les acheteurs actuels et futurs de voitures.

L'enquête révèle également que la disponibilité d'un autoradio a une conséquence majeure sur les décisions d'achat de véhicules des consommateurs : 82% des acheteurs potentiels de voitures déclarent qu'il serait moins probable qu'ils achètent ou louent un véhicule non équipé d'un tuner radio intégré.

L'enquête - diligentée par le WorldDAB en partenariat avec Radioplayer et sponsorisée par l'Association Nationale des Diffuseurs (National Association of Broadcasters, USA), Commercial Radio Australia (Australie) et Xperi - a sondé un panel ayant récemment acheté ou loué une nouvelle voiture, ou envisageant de le faire dans un proche avenir. L'étude s'est déployée dans plusieurs pays avec des sondages en Australie, en France, en Allemagne, en Italie, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

Lorsque l'on considère les fonctionnalités audio de série les plus appréciées dans une nouvelle voiture, avoir un tuner de réception de la radio hertzienne se classe au premier rang pour les personnes interrogées (évalué « important » par 89%), devant les ports USB (évalué « important » par 86%) et la disponibilité du Bluetooth (évalué « important » par 85%), largement devant la technologie de partage d'écran (« mirroring ») des smartphones (Android Auto est évalué « important » à 65% et Apple CarPlay à 54%)

La consommation quotidienne d'émissions radiophoniques chez les automobilistes reste nettement plus élevée que toute autre forme de contenu audio. 65% des personnes interrogées déclarent écouter « souvent » la radio hertzienne en voiture, alors qu'ils sont 23% à accéder à des services de musique en streaming et 15% écoutent des CD. En écho à ces chiffres d'usage, une nette majorité (80%) est d'accord avec l'affirmation : « la radio offre une meilleure expérience d'écoute dans la voiture que les autres types de sources audio ». Les personnes interrogées déclarent que la raison principale pour laquelle elles écoutent la radio est l'accès « aux actualités et aux informations », citée par 63%, suivie de « l'écoute de leurs chansons préférées » (42%).

Une nette majorité ne veut pas payer pour accéder à la radio – 93% disent qu'il est « important » que l'accès à la radio soit gratuit – comme c'est actuellement le cas via des tuners radio analogiques et numériques. L'importance de l'accès gratuit à la radiodiffusion a été soulignée par des automobilistes soucieux des coûts des forfaits de téléphonie mobile pour accéder au contenu diffusé en streaming : une nette majorité (70%) de ceux qui écoutent actuellement de l'audio via leur téléphone mobile se disent « préoccupés » par la quantité de données qu'ils utilisent.

Les acheteurs de véhicules ont également été interrogés sur les fonctionnalités à valeur ajoutée auxquelles ils souhaiteraient avoir accès sur leurs autoradios. Avoir la « possibilité de rechercher ses stations de radio à l'aide de commandes vocales » est la plus citée (mentionnée par 58% des répondants), suivi par la mise à disposition « d'informations sur le contenu radio écouté » (54%).

### **Les tendances de l'écoute de la radio**

La consommation d'émissions radiodiffusées reste très élevée parmi les acheteurs de voitures, avec 89% d'entre eux déclarant avoir écouté la radio dans la semaine écoulée et 76% déclarant écouter la radio au moins une fois par jour.

La voiture reste le lieu d'écoute de la radio le plus courant, citée par 89% des personnes interrogées en moyenne, alors que 75% écoutent à domicile et 39% depuis leur lieu de travail.

Pour Tom Webster, vice-président senior d'Edison Research : « Il s'agit d'une étude conséquente auprès des consommateurs, couvrant plusieurs marchés automobiles d'importance, mettant en avant la similitude des comportements vis-à-vis de la radio parmi les acheteurs de voitures interrogés dans les pays couverts par l'étude ».

« Il ressort également que la radiodiffusion a été pointée tout particulièrement comme une option incontournable. Environ les deux tiers des automobilistes de tous les pays interrogés ont indiqué qu'ils « n'écouteront pas leurs stations de radio préférées » si elles n'étaient disponibles qu'en ligne. Pour les consommateurs, un accès à la radio hertzienne, qui est gratuite, se doit d'être disponible en première monte et intégrée au système multimédia embarqué et devrait le rester. »

-Fin-

### **Notes**

\* Edison Research a été missionné par le WorldDAB, en partenariat avec Radioplayer et le soutien de NAB, CRA et Xperi, pour mener des enquêtes nationales en ligne en Australie, en France, en Allemagne, en Italie, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Les 6 287 personnes interrogées, réparties à parts égales entre les six pays interrogés, ont déclaré avoir acheté ou loué un nouveau véhicule au cours des deux dernières années ou avoir l'intention d'acheter ou louer un nouveau véhicule au cours des 12 prochains mois. Les entretiens ont été menés entre le 1er septembre et le 21 septembre 2021 et les données ont été pondérées pour correspondre aux estimations de population les plus récentes de chaque pays pour l'âge, le sexe, la race et la région le cas échéant.

### **À propos des structures à l'origine de la recherche**

Pour plus d'informations :

- [Worlddab.org](http://Worlddab.org)
- [Radioplayer.org](http://Radioplayer.org)
- [NAB.org](http://NAB.org)
- [Commercialradio.com.au](http://Commercialradio.com.au)
- [Xperi.com](http://Xperi.com)

### **Contact :**

Jean-Marc Dubreuil

WorldDAB

[jean-marc.dubreuil@worlddab.org](mailto:jean-marc.dubreuil@worlddab.org)

+33 6 37 30 86 83

*(Traduit du communiqué original en anglais)*