

Étude d'impact annuelle

Octobre 2024

Rapport pour l'ARCQ – Association des radios communautaires du Québec
Réalisé par Écho Sondage en collaboration avec StatsRadio

Faits saillants



36 % des répondants écoutent des stations membres de l'ARCQ au cours d'une semaine normale.

88 % des auditeurs de stations membres considèrent le contenu entendu sur les ondes soit plus (44 %) ou autant (44 %) pertinent que le contenu entendu ailleurs.

88 % des auditeurs de stations membres considèrent le contenu entendu sur les ondes soit plus (37 %) ou autant (51%) crédible que le contenu entendu ailleurs.

87 % des auditeurs de stations membres considèrent la publicité entendue sur les ondes soit plus (50 %) ou autant (37 %) pertinente que la publicité entendue ailleurs.

70 % des auditeurs des stations membres considèrent que la station locale est la meilleure source d'information pour se renseigner dans le cas d'un événement spécial comme une panne d'électricité, une tempête, une inondation ou une fermeture de route.

76 % des auditeurs des stations membres considèrent que la station locale est la meilleure source d'information pour se renseigner sur l'actualité locale.



Le contexte et les aspects méthodologiques

Le contexte et les objectifs

Contexte: Dans le but de mieux comprendre la distinction de la radio locale par rapport à la radio nationale, l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) a mandaté StatsRadio afin de mener une étude auprès des auditeurs de radio au Québec.

Objectifs: L'objectif principal de cette étude est de mettre en perspective l'avantage concurrentiel des stations membres de l'ARCQ avec ses principaux concurrents.

L'étude avait aussi les sous-objectifs suivants :

- Comparer l'écoute des stations membres et des stations concurrentes;
- Établir le profil sociodémographique de l'auditoire des stations membres et des stations concurrentes;
- Établir un profil de consommation générale pour les stations membres et les stations concurrentes;
- Analyser l'impact de l'écoute radio auprès de ceux qui écoutent et n'écoutent pas les stations membres;
- Analyser l'écoute de baladodiffusion.

Ce rapport présente les résultats obtenus lors d'une consultation effectuée au moyen d'un sondage hybride soit en ligne via un panel de répondants, ainsi qu'au téléphone.

Les aspects méthodologiques

La population cible et les procédures : La population cible était constituée de personnes âgées de 18 ans ou plus, pouvant s'exprimer en français ou en anglais et résidant au Québec.

La collecte a été effectuée en mode hybride, soit une portion en ligne via un panel représentatif de la population québécoise et une portion aléatoire au téléphone.

Un prétest a été réalisé le 26 août 2024 et la collecte des données s'est poursuivie du 2 au 23 septembre 2024.

Pondération des données : Les données ont été pondérées selon les données du plus récent recensement de Statistique Canada (2021) en fonction du genre et de l'âge afin de les rendre représentatives de la population québécoise âgée de 18 ans ou plus.

Stations membres



Dans ce rapport, il est question des stations membres de l'ARCQ.

Ces données correspondent à l'ensemble des résultats agrégés pour les auditeurs des stations membres. Ce regroupement permet d'observer la distinction des stations membres avec les concurrents.

Voici la liste des stations membres :

CFID 103,7 (Radio Acton)	CFNJ 99,1	CHIP 101,9
CHOW 105,3 (Radio Boréale)	CKVL (CKVL 100,1)	CKIA 88,3
CJBE 90,5	CKCJ 97,9	CKRL 89,1
CFBS 89,9/93,1	CJMD 96,9	CIAU 103,1
CIEU 94,9/106,1 (La radio de la Baie-des-Chaleurs)	CHAA (FM 103,3)	CKMN 96,5
CIHO 96,3/88,1/105,9/92,1 (La radio de Charlevoix)	CHGA 97,9	CKAJ 92,5
CHAI 101,9	CHHO (CountryPop 103,1)	CIBO 100,5 (La radio communautaire de Senneterre)
CIGN 96,7	CHEF 99,9	CFUT (CountryPop 92,9)
CFIN 100,5/103,9/105,5 (Passion FM)	CIBL 101,5	CFLX 95,5
CFMF 103,1	CINQ 102,3 (Radio centre-ville)	CJMQ 88,9
CJRG 94,5 (Radio Gaspésie)	CKNA 104,1	CJAS 93,5
CILE 95,1	CKBN 90,5 (VIA FM)	CJTB 93,1
CFIM 92,7 (Le son de la mer)		



Autres précisions

Notes pour la lecture du rapport :

Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis.

Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.

De plus, les pourcentages présentés dans le rapport sont issus de résultats pondérés.

Enfin, les nombres surlignés en **rouge** indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport à la moyenne des réponses alors que les nombres surlignés en **turquoise** indiquent une différence significative statistiquement supérieure.



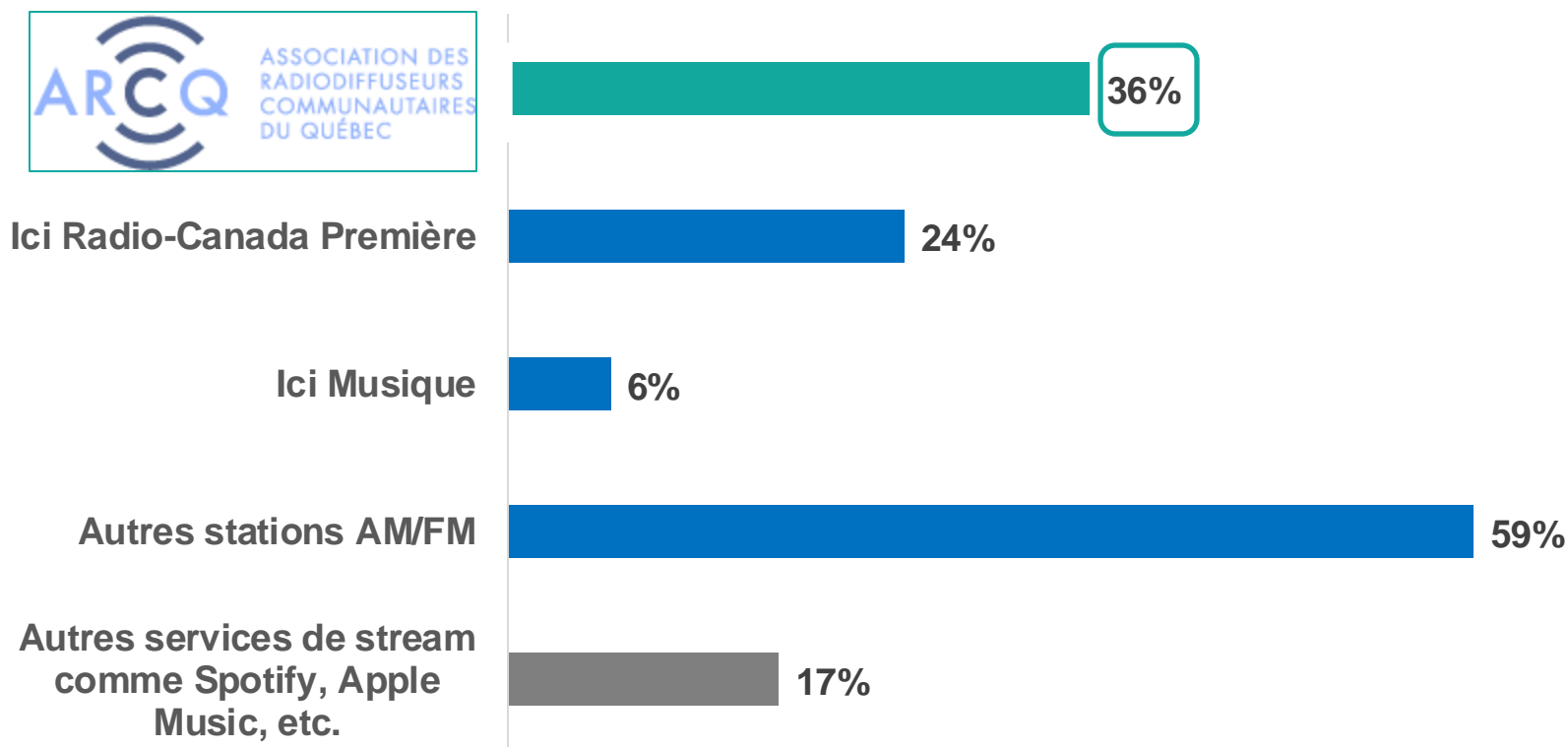
Comparaison

stations membres et concurrentes

Pénétration des stations de radio membres

Q2. Quelles stations de radio parmi les suivantes avez-vous l'habitude d'écouter au cours d'une semaine normale ? /

Base : Tous les répondants (n=937) / Question à réponses multiples*

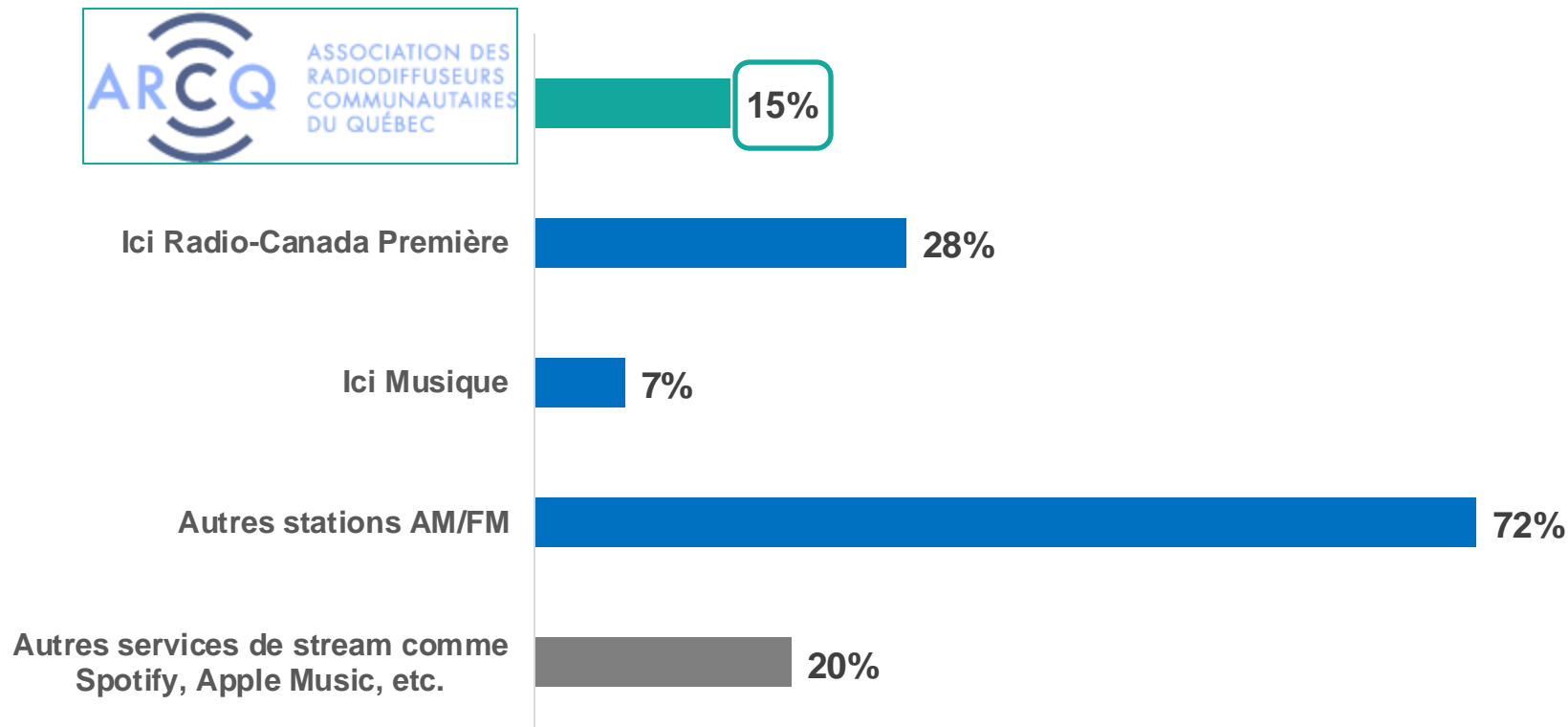


*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.

Pénétration des stations de radio membres

Dans les grandes villes

Q2. Quelles stations de radio parmi les suivantes avez-vous l'habitude d'écouter au cours d'une semaine normale ? Base : Les répondants des grandes villes (Montréal, Québec, Longueuil, Lévis, Sherbrooke) (n=175) / Question à réponses multiples*



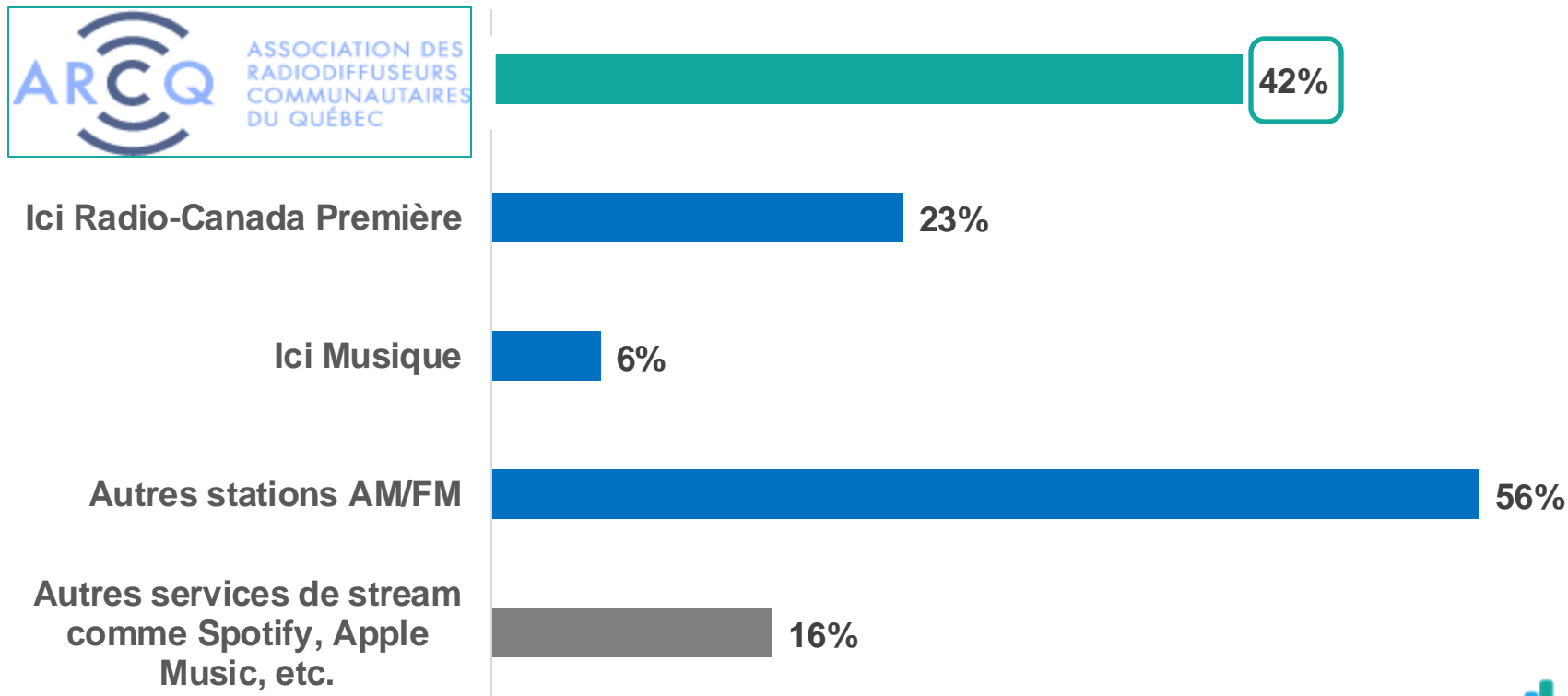
*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Pénétration des stations de radio membres

Dans les autres villes

Q2. Quelles stations de radio parmi les suivantes avez-vous l'habitude d'écouter au cours d'une semaine normale ? Base : Les répondants des grandes villes (autres que Montréal, Québec, Longueuil, Lévis, Sherbrooke) (n=762) / Question à réponses multiples*




*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Profil sociodémographique (1/6)

selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
<i>n=</i>	937					
GENRE						
Homme	49%	44%	53%	38%	48%	44%
Femme	51%	56%	47%	62%	52%	56%
ÂGE						
18 à 24 ans	9%	7%	11%	10%	9%	22%
25 à 34 ans	15%	15%	17%	16%	16%	27%
35 à 49 ans	24%	19%	18%	12%	29%	31%
50 à 64 ans	26%	25%	23%	28%	27%	15%
65 à 74 ans	15%	17%	17%	20%	14%	4%
75 ans et plus	11%	17%	14%	13%	6%	1%

*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



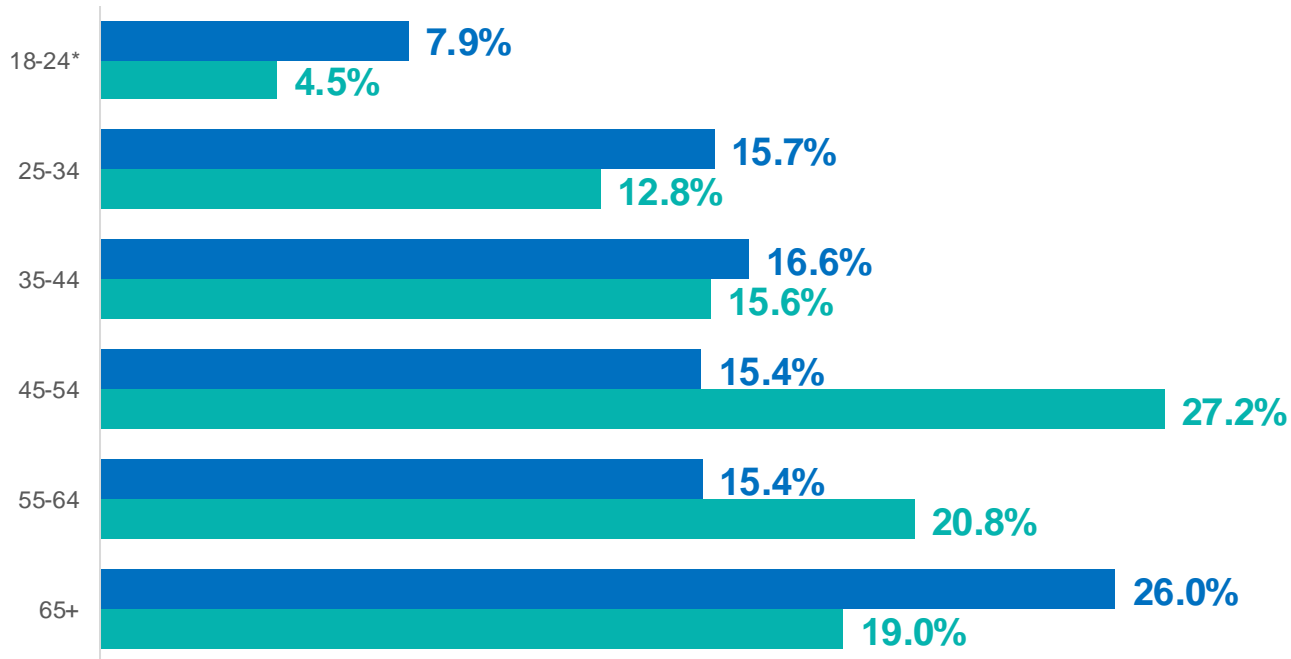
Population du Québec versus ARCQ

Portée totale hiver 2024



974 955

Auditeurs/semaine



Hiver 2024: 29 janvier au 12 mai 2024

**Estimation via groupes 15 à 19 ans et 20 à 24 ans Statcan 2021



Profil sociodémographique (2/6)

selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	937					

LANGUE PARLÉE À LA MAISON

Français	91%	93%	95%	86%	89%	86%
Anglais	8%	7%	5%	14%	10%	13%
Autres langues	0%	0%	0%	0%	1%	1%

NIVEAU DE SCOLARITÉ

Aucun diplôme	7%	14%	5%	2%	4%	1%
Secondaire	24%	30%	18%	22%	23%	23%
Apprentissage enregistré, certificat, métier	29%	24%	21%	27%	33%	34%
Universitaire 1 ^{er} cycle et certificat	24%	17%	29%	27%	29%	25%
Universitaire 2 ^e cycle	13%	10%	24%	22%	9%	14%

*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Profil sociodémographique (3/6) selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL	ARCQ	Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	937					

STATUT MARITAL

Célibataire	26%	25%	23%	26%	27%	37%
Marié/ conjoint de fait	58%	59%	60%	56%	58%	56%
Veuf	5%	9%	5%	8%	3%	1%
Séparé/ divorcé	10%	7%	11%	10%	10%	5%

PRÉSENCE D'ENFANTS À LA MAISON

Enfant(s) de moins de 12 ans à la maison	18%	15%	18%	12%	20%	32%
Enfant(s) de 12 à 17 ans à la maison	14%	10%	11%	17%	16%	20%

*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Profil sociodémographique (4/6) selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	937					

STATUT RÉSIDENTIEL

Propriétaire	66%	67%	72%	58%	65%	58%
Locataire	30%	30%	24%	34%	31%	34%

OCCUPATION PRINCIPALE

Emploi à temps plein	47%	41%	43%	38%	51%	54%
Emploi à temps partiel	6%	8%	6%	8%	6%	6%
Étudiant	7%	4%	6%	5%	6%	19%
À la maison	3%	5%	4%	5%	3%	4%
À la recherche d'un emploi	2%	2%	1%	1%	3%	0%
Retraité	32%	36%	38%	42%	27%	10%
Autres situations	2%	3%	1%	0%	2%	4%

*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Profil sociodémographique (5/6) selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	937					

TYPE D'OCCUPATION

Cadre, directeur, gestionnaire, propriétaire et travailleur autonome ¹	11%	9%	19%	15%	9%	10%
Professionnel ²	32%	30%	42%	35%	30%	42%
Soutien administratif et commis ³	20%	16%	20%	27%	22%	19%
Travailleur col-bleu et autres ⁴	34%	42%	16%	20%	37%	28%

¹(ex. : président, chef de la direction, vice-président, législateur, chef des finances, contrôleur directeur, chef actuaire, directeur d'école, chef des services d'incendie, officier de direction des services de police)

²(ex. : avocat, comptable, architecte, actuaire, médecin, vétérinaire, infirmier autorisé, ingénieur, professeur, bibliothécaire, analyste en informatique, ministre, agent de probation, journaliste, artiste)

³(ex.: a djoint de direction, réceptionniste, estimateur, responsable des prêts, aide-comptable, expéditeur ou réceptionnaire, répartiteur, conseiller du service à la clientèle, juge de paix, souscripteur, courtier)

⁴(ex. technicien, pilote, opticien d'ordonnance, hygiéniste dentaire, ambulancier, créateur de produits, administrateur de systèmes, graphiste, artisan, entraîneur, électricien, plombier, monteur d'installation au gaz, soudeur, menuisier, peintre, mécanicien, tailleur, joillier, ingénieur des chemins de fer, conducteur de camion, fermier, pêcheur, entrepreneur d'aménagement paysager, assembleur de véhicule automobile, agent immobilier, pompier, spécialiste des ventes techniques, policier, chef de cuisine, coiffeur, agent de voyages, gardien de sécurité, commis vendeur en commerce de détail, caissier, serveur, gardien de prison, agent de contrôle des animaux, officier d'inspection, préposé de garderie, auxiliaire familiale, spécialiste du télémarketing, préparateur d'aliments, nettoyeur, valet de chambre, manœuvre de la production primaire, manœuvre des mines, manœuvre à la récolte, manœuvre en aménagement paysager, manœuvre des services de transformation et de fabrication)

*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Profil sociodémographique (6/6) selon la pénétration des stations de radio

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	937					

REVENU FAMILIAL

Moins de 20 000 \$	3%	4%	2%	3%	2%	3%
20 000 \$ à 29 999 \$	7%	6%	5%	9%	7%	6%
30 000 \$ à 39 999 \$	7%	7%	8%	7%	7%	5%
40 000 \$ à 49 999 \$	7%	8%	5%	14%	6%	7%
50 000 \$ à 59 999 \$	9%	8%	7%	15%	9%	9%
60 000 \$ à 74 999 \$	9%	7%	10%	7%	10%	9%
75 000 \$ à 99 999 \$	14%	12%	16%	15%	15%	15%
100 000 \$ à 149 999 \$	15%	11%	19%	10%	14%	23%
150 000 \$ à 199 999 \$	8%	4%	10%	5%	9%	10%
200 000 \$ et plus	3%	2%	3%	3%	4%	3%

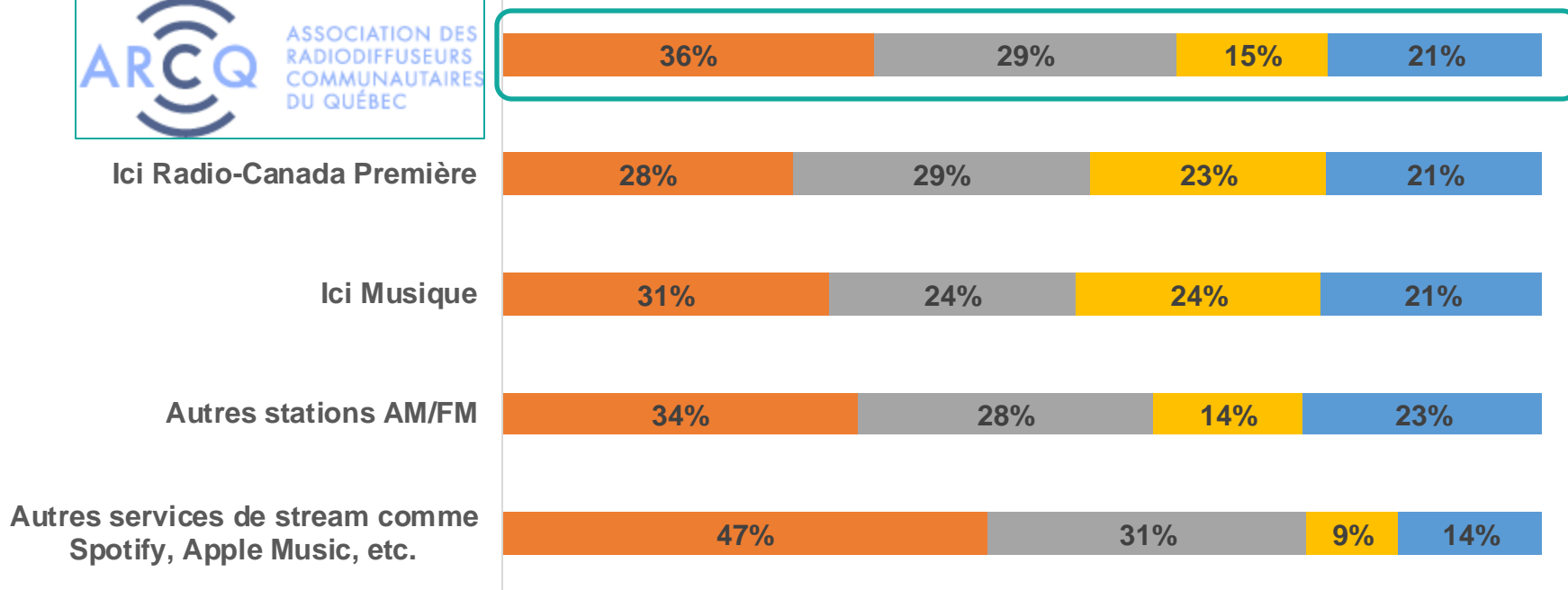
*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Profil de consommation de radio

Q1. Au cours d'une semaine normale, en incluant la maison, la voiture et le travail, écoutez-vous la radio AM ou FM que ce soit par Internet (tablette, PC, téléphone), de façon traditionnelle (par onde) ou par câble et satellite? / Base : Tous les répondants (n=937)

■ Moins de 25 minutes par jour ■ Entre 25 minutes et 1 heure par jour ■ Entre 1 et 2 heures par jour ■ Plus de 2 heures par jour

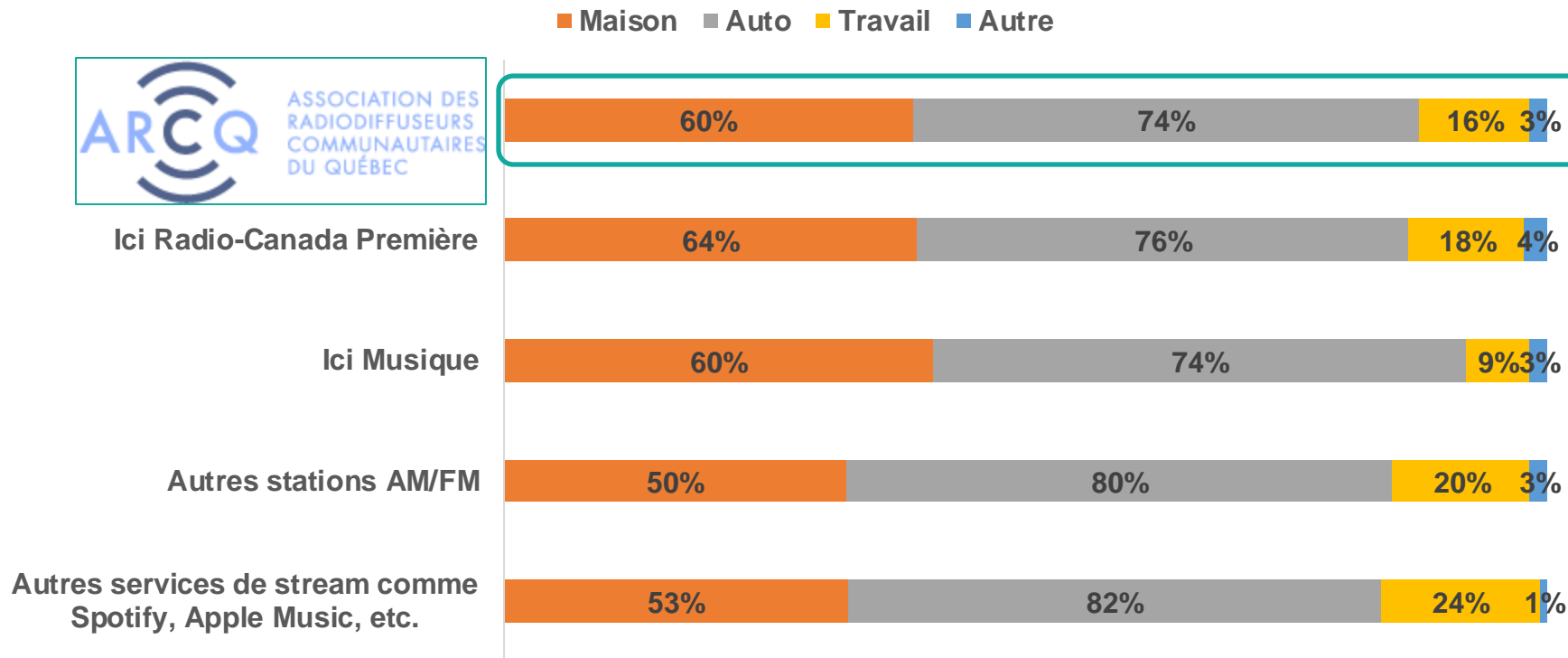


*Il est possible que la somme ne totalise pas 100 %, le complément correspond aux refus de répondre à la question ainsi qu'aux autres mentions.



Habitude de consommation de radio

Q14C. À quel(s) endroit(s) écoutez-vous la radio? / Base : Tous les répondants (n=937) / Question à réponses multiples*



*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.

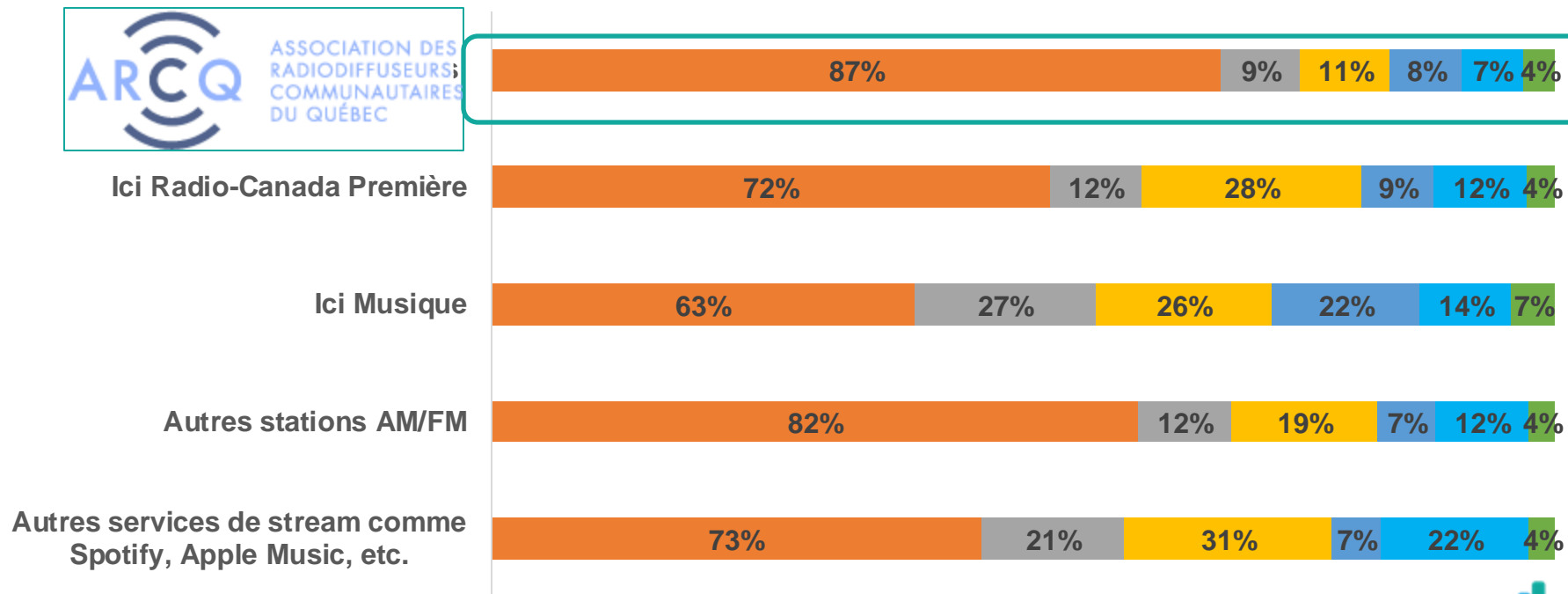


Types d'appareil pour écouter la radio locale

Q14D. Quels types d'appareil utilisez-vous pour écouter la radio locale? /

Base : Tous les répondants (n=937) / Question à réponses multiples*

■ Une radio traditionnelle (maison ou automobile) ■ Un haut-parleur intelligent ■ Un téléphone portable ■ Un téléviseur ■ Une application ou sur un ordinateur ■ Autre



*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



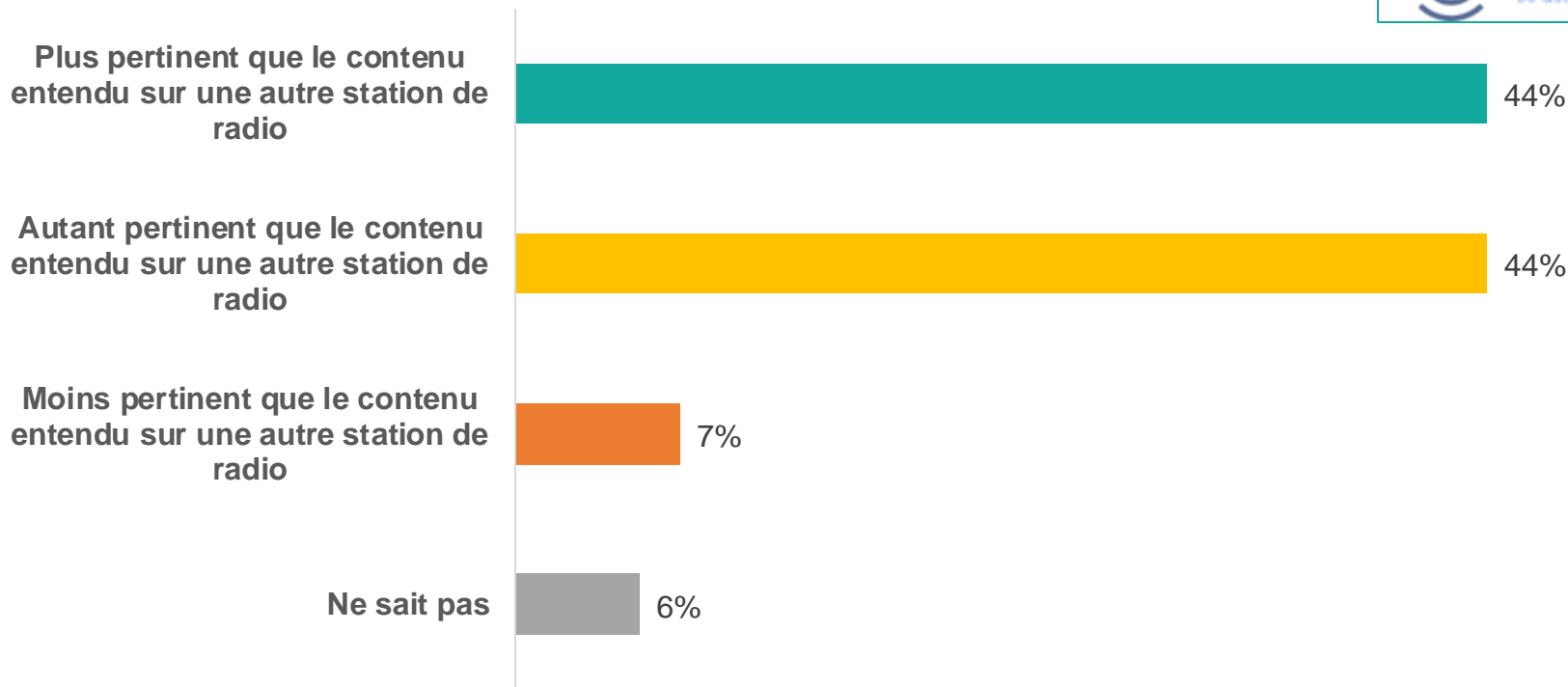
Impact de l'écoute radio

stations membres et concurrentes

Pertinence du contenu entendu sur les ondes des stations de radio membres de l'ARCQ

Q4. Pour vous, le contenu entendu sur les ondes de votre station de radio locale est... /

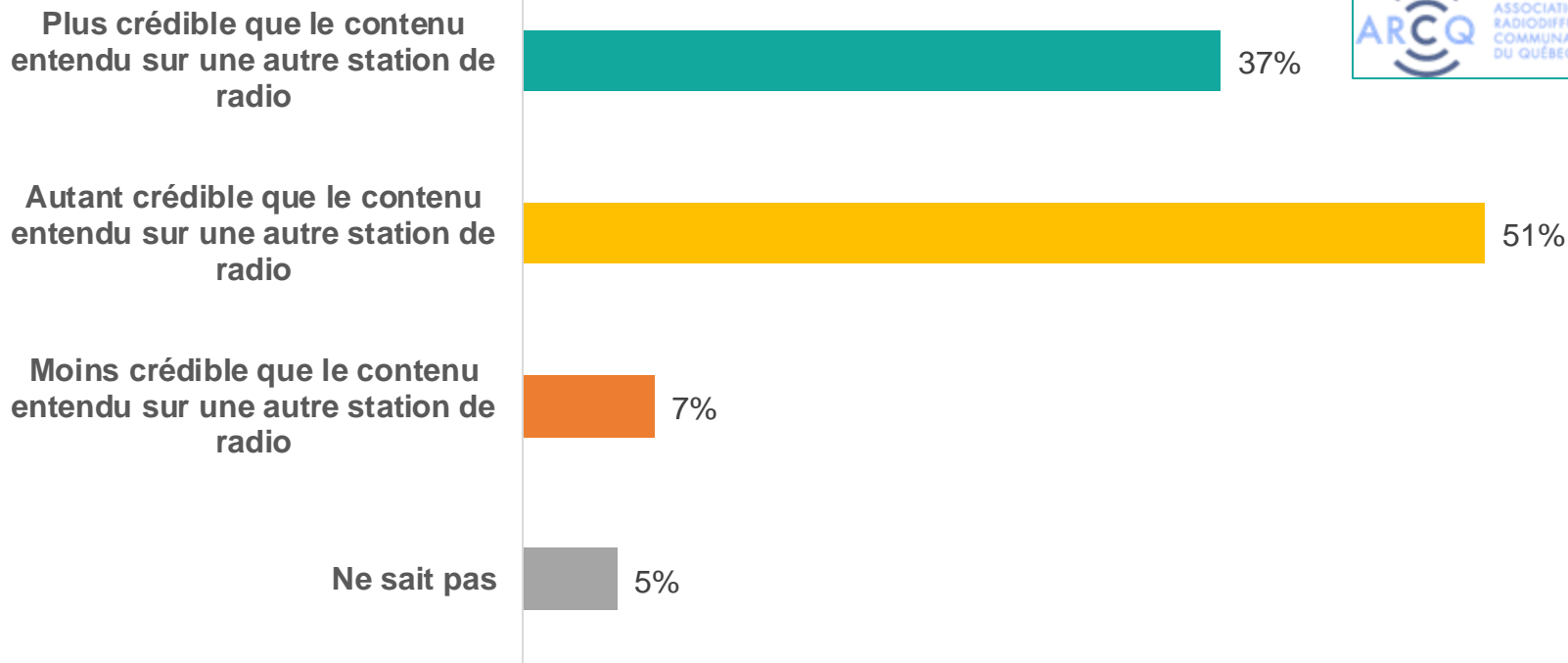
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353)



Crédibilité du contenu entendu sur les ondes des stations de radio membres de l'ARCQ

Q5. Pour vous, le contenu entendu sur les ondes de votre station de radio locale est.../

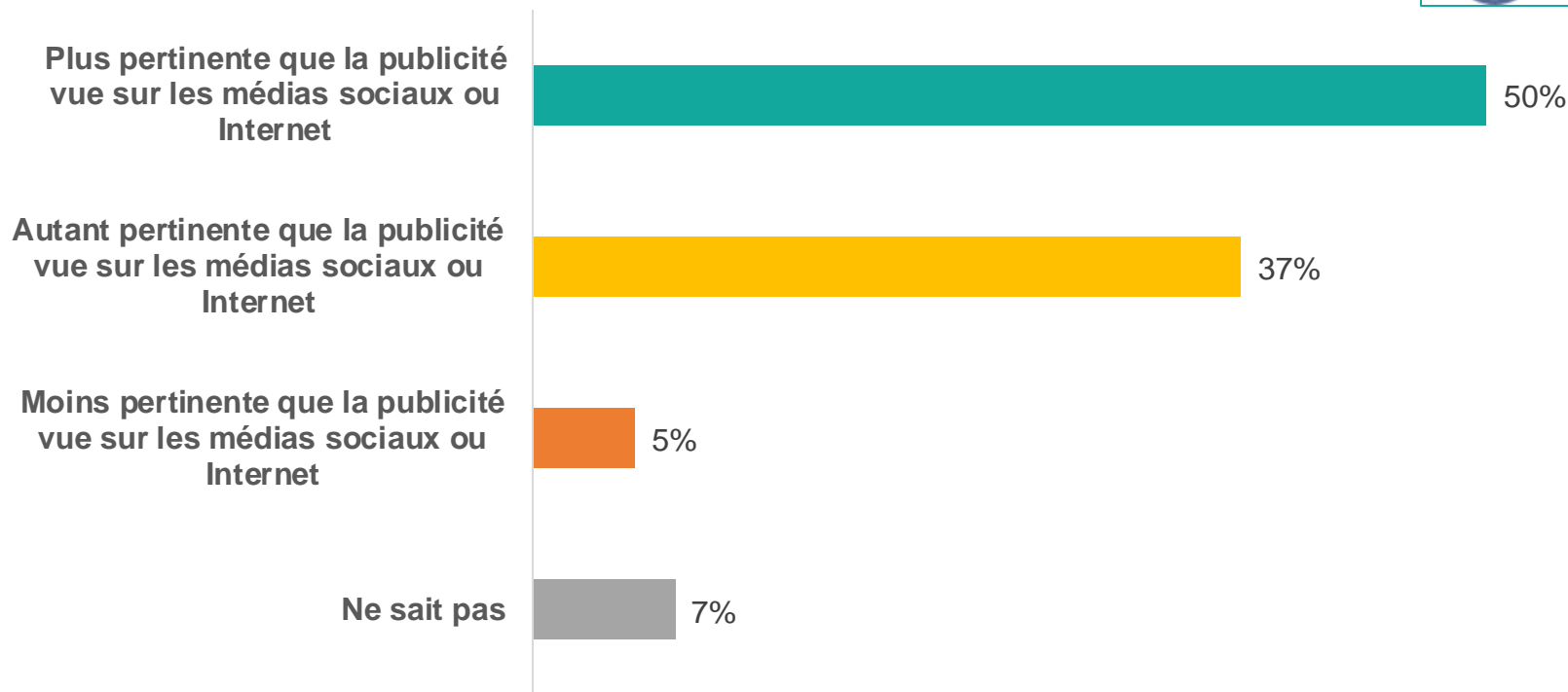
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353)



Pertinence de la publicité entendue sur les ondes des stations de radio membres de l'ARCQ

Q6. Pour vous, la publicité entendue sur les ondes de votre station de radio locale est... /

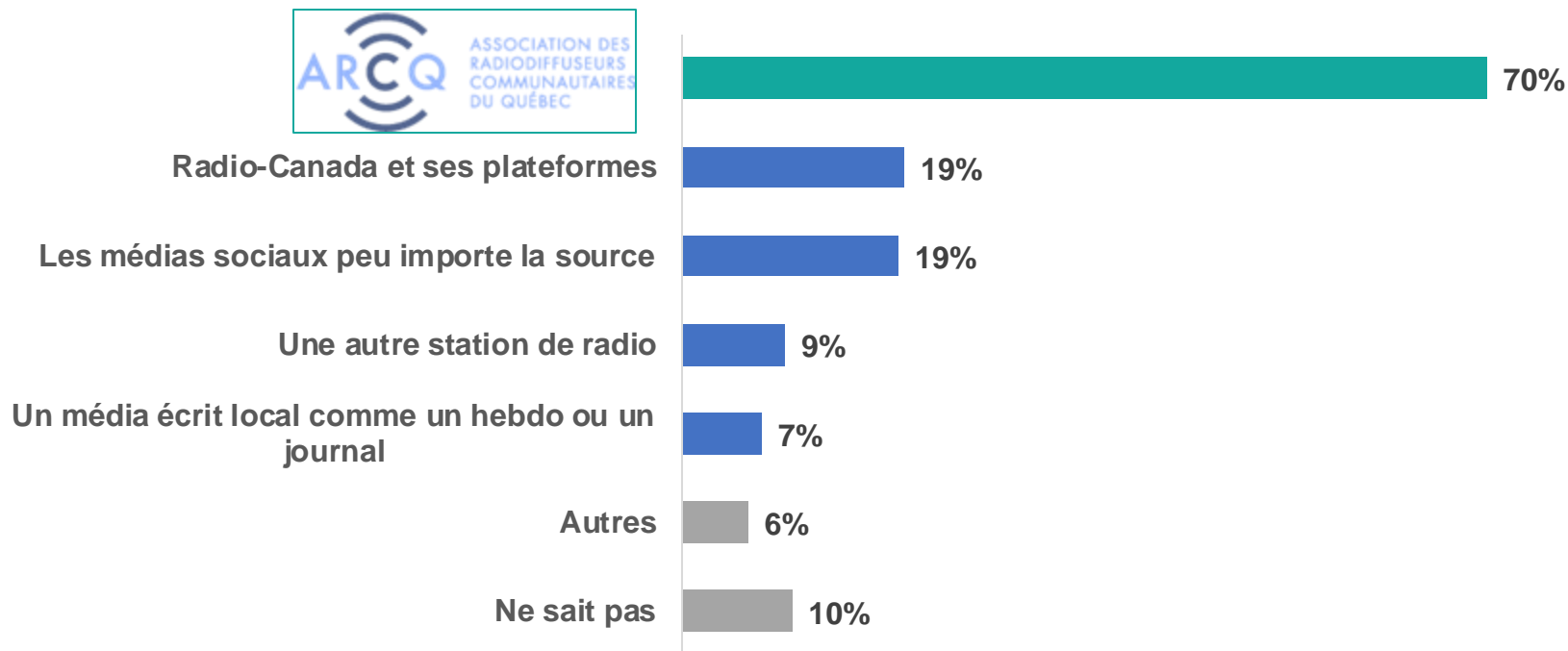
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353)



Sources d'informations lors d'un évènement

Q7. Lors d'un évènement spécial comme une panne d'électricité, une tempête, une inondation ou une fermeture de route. Selon vous quelles sont les meilleures sources d'informations pour vous renseigner? /

Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353) / Question à réponses multiples*



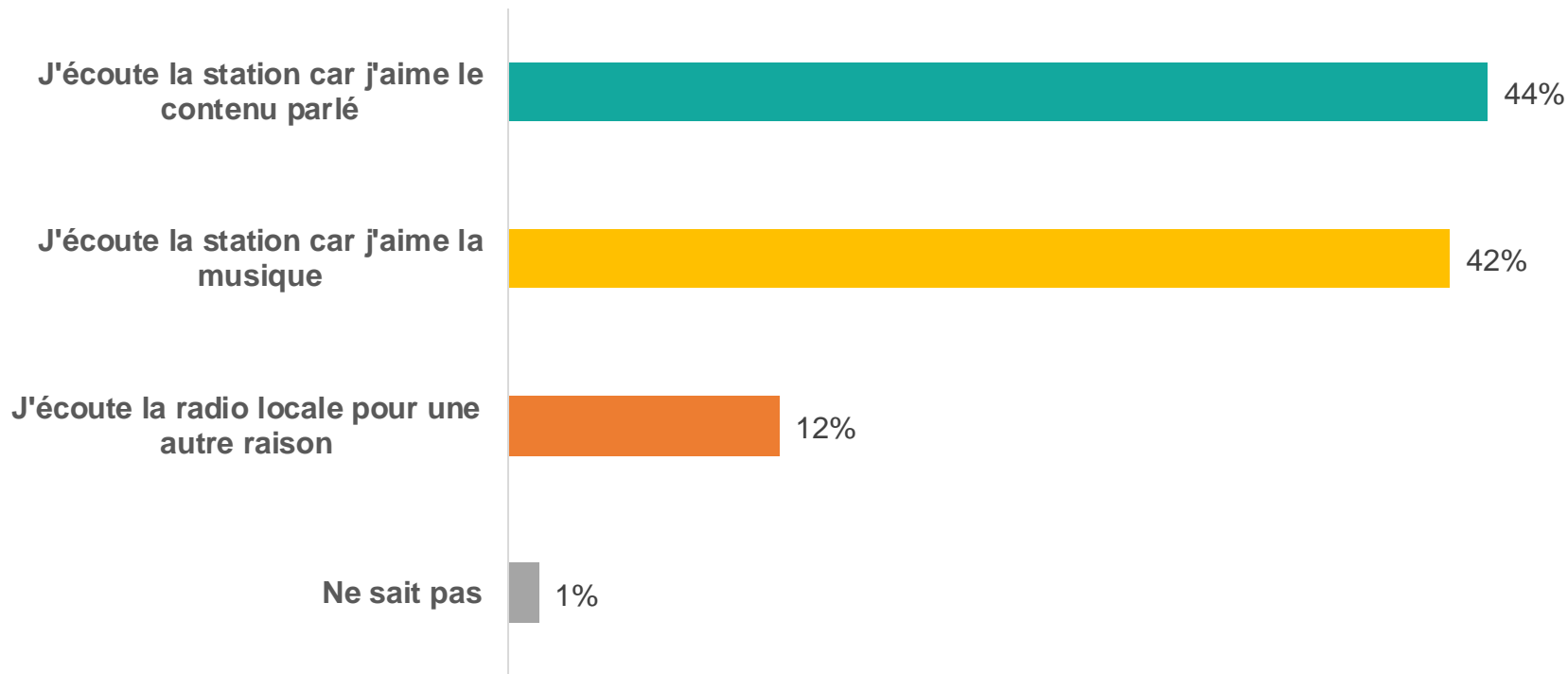
*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Raison d'écouter une des stations de radio membres de l'ARCQ

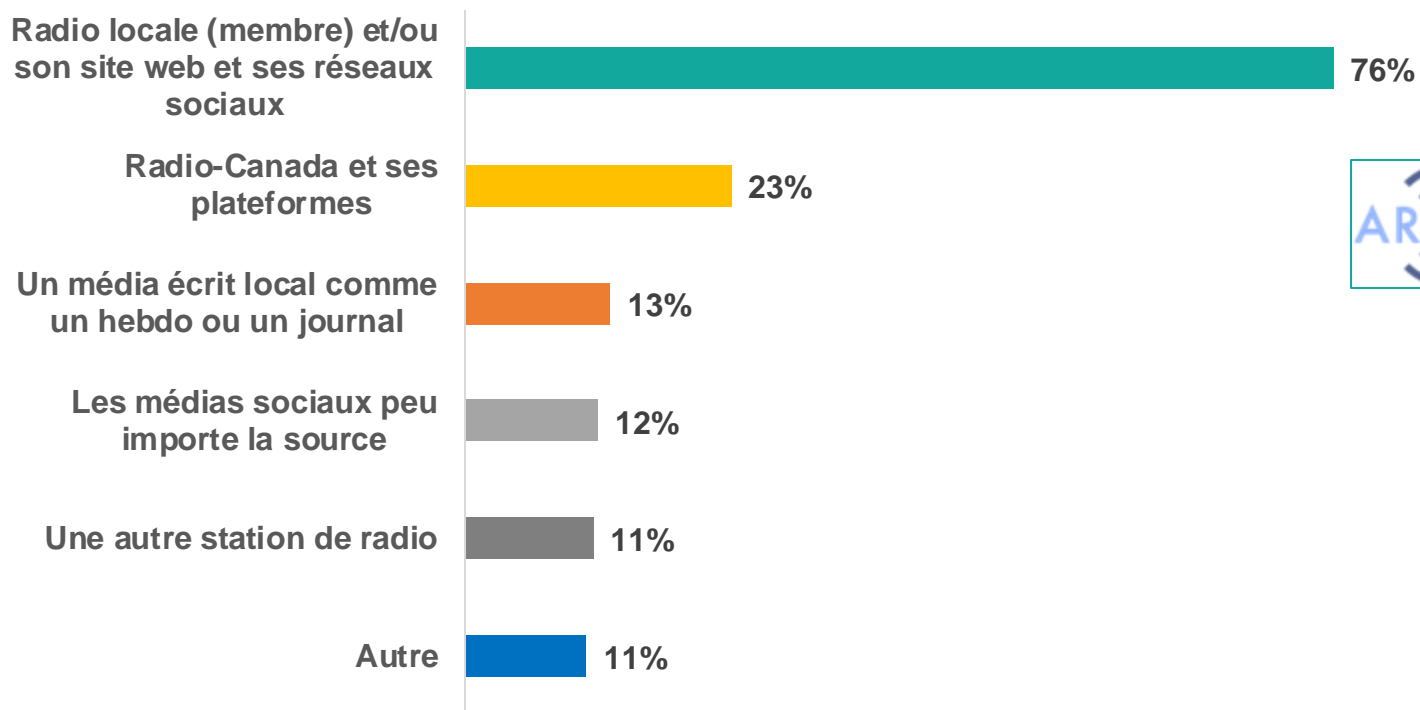
Q8. Veuillez choisir l'énoncé qui vous convient le mieux/

Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353)



Sources d'informations sur l'actualité locale parmi les auditeurs de l'ARCQ

Q11. Selon vous quelles sont les meilleures sources d'informations pour vous renseigner sur l'actualité locale?/
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353) / Question à réponses multiples*

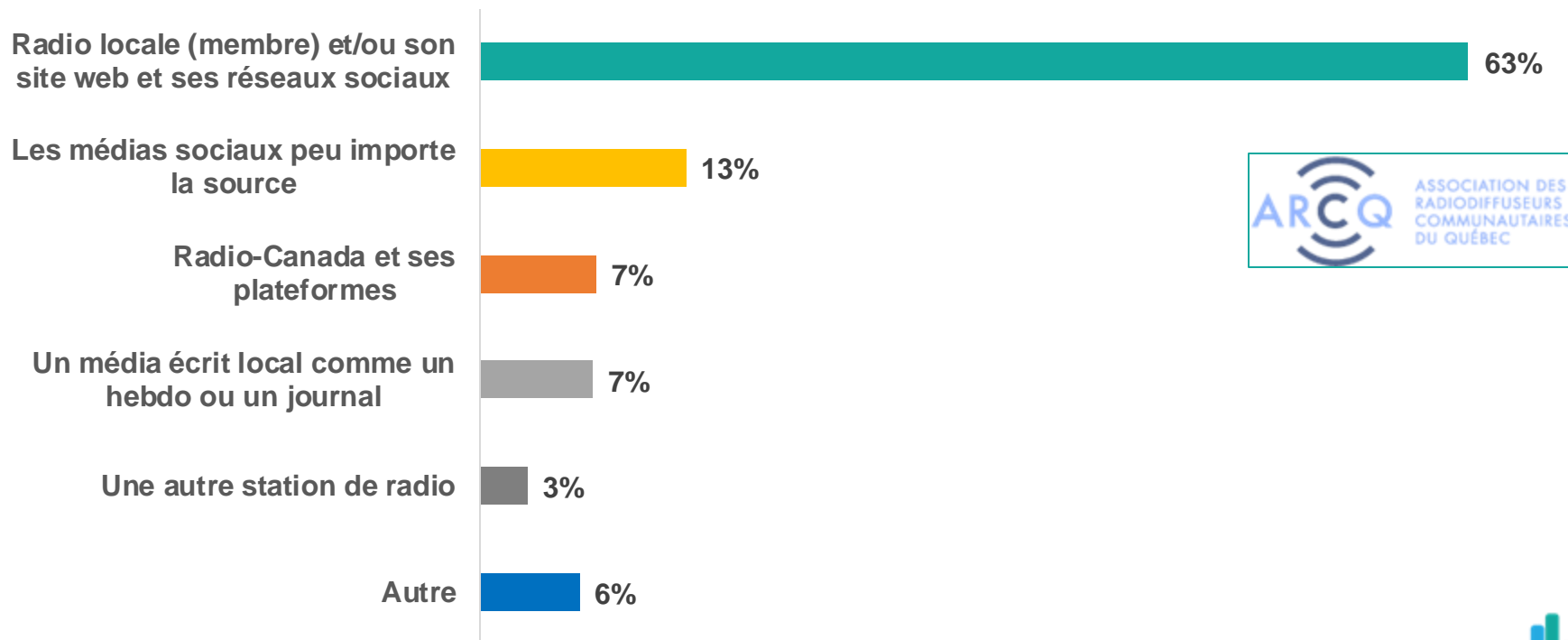


*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



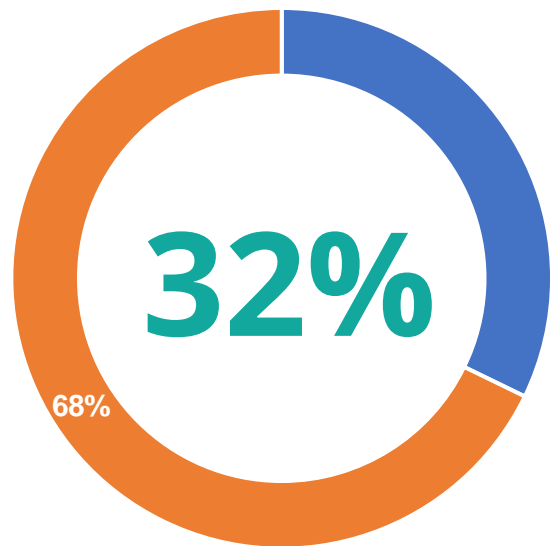
Sources d'informations sur les événements culturels locaux parmi les auditeurs de l'ARCQ

Q12. Selon vous quelles sont les meilleures sources d'informations pour vous renseigner sur les événements culturels locaux?/ Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353)



Consultation du site web de la station de radio locale membre parmi les auditeurs de l'ARCQ

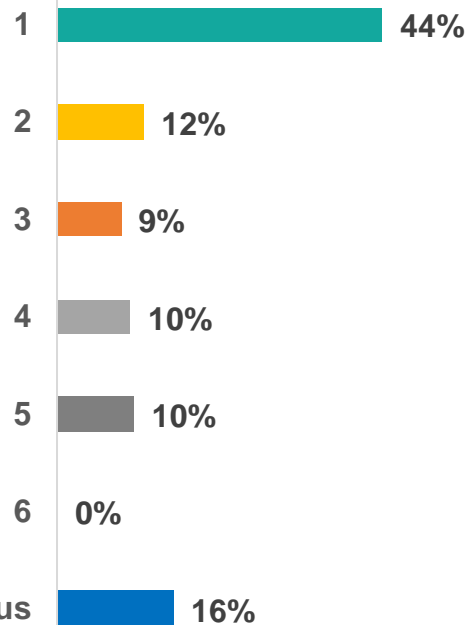
Q13. Consultez-vous le site web de ... RAPPEL DE LA STATION LOCALE / Q13A. Combien de fois par semaine?
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353) / Ceux qui consultent le site web (n=112)



■ Oui ■ Non

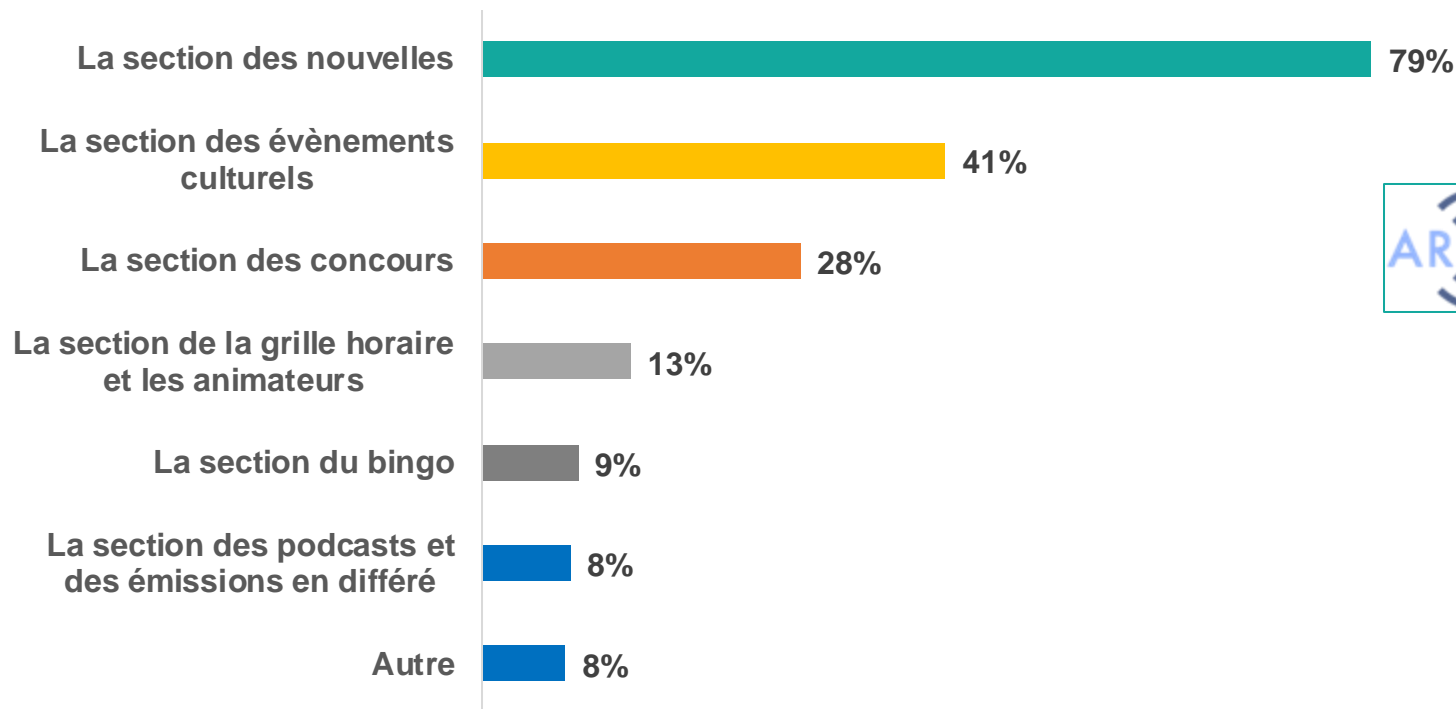


Nombre de consultations par semaine



Types de contenus consultés sur le site web de la radio locale parmi les auditeurs de l'ARCQ

Q13B. Quels contenus consultez-vous? / Base : Ceux qui consultent le site web d'une station locale membre de l'ARCQ (n=112) / Question à réponses multiples*

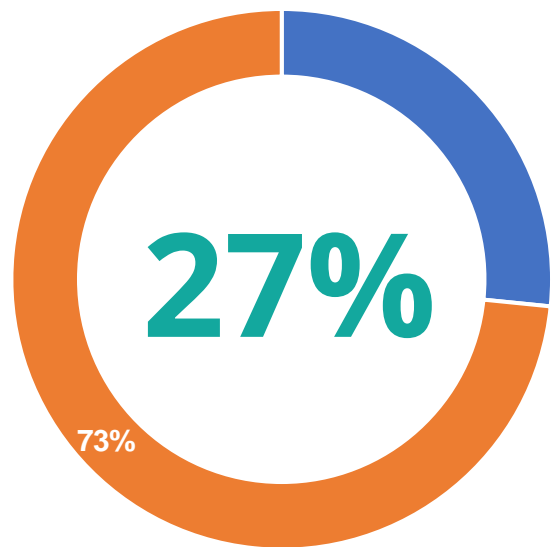


*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Consultation des médias sociaux de la station de radio locale membre parmi les auditeurs de l'ARCQ

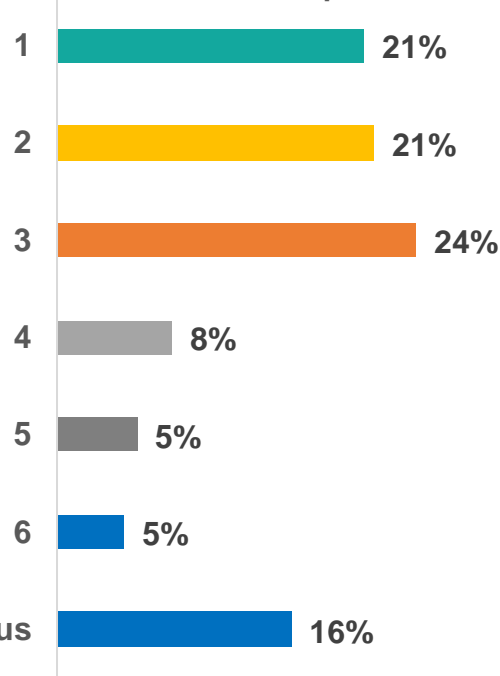
Q14. Consultez-vous les médias sociaux de ... RAPPEL DE LA STATION LOCALE / Q14A. Combien de fois par semaine?
Base : Ceux qui écoutent une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=353) / Ceux qui consultent les RS (n=81)



■ Oui ■ Non

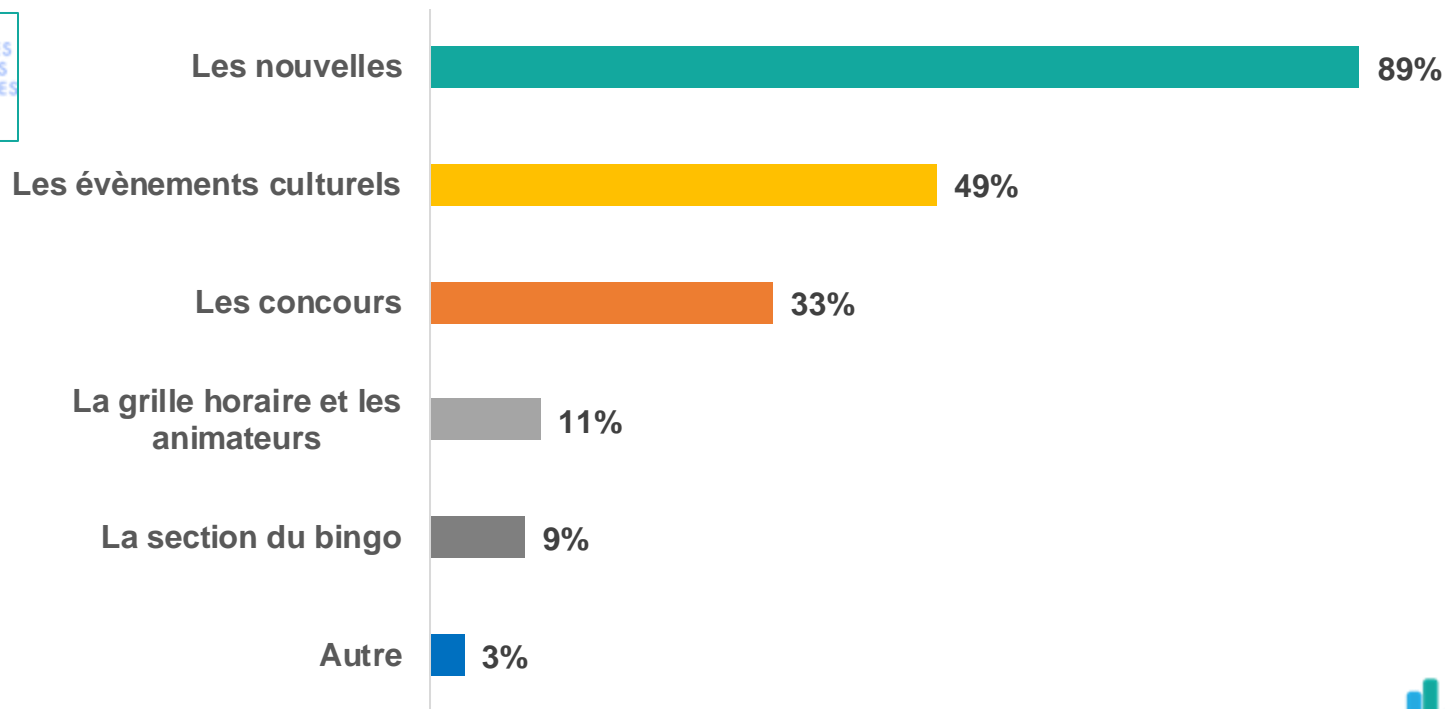


Nombre de consultations par semaine



Types de contenus consultés sur médias sociaux de la radio locale parmi les auditeurs de l'ARCQ

Q14B. Quels contenus consultez-vous? / Base : Ceux qui consultent les médias sociaux d'une station locale membre de l'ARCQ (n=81) / Question à réponses multiples*



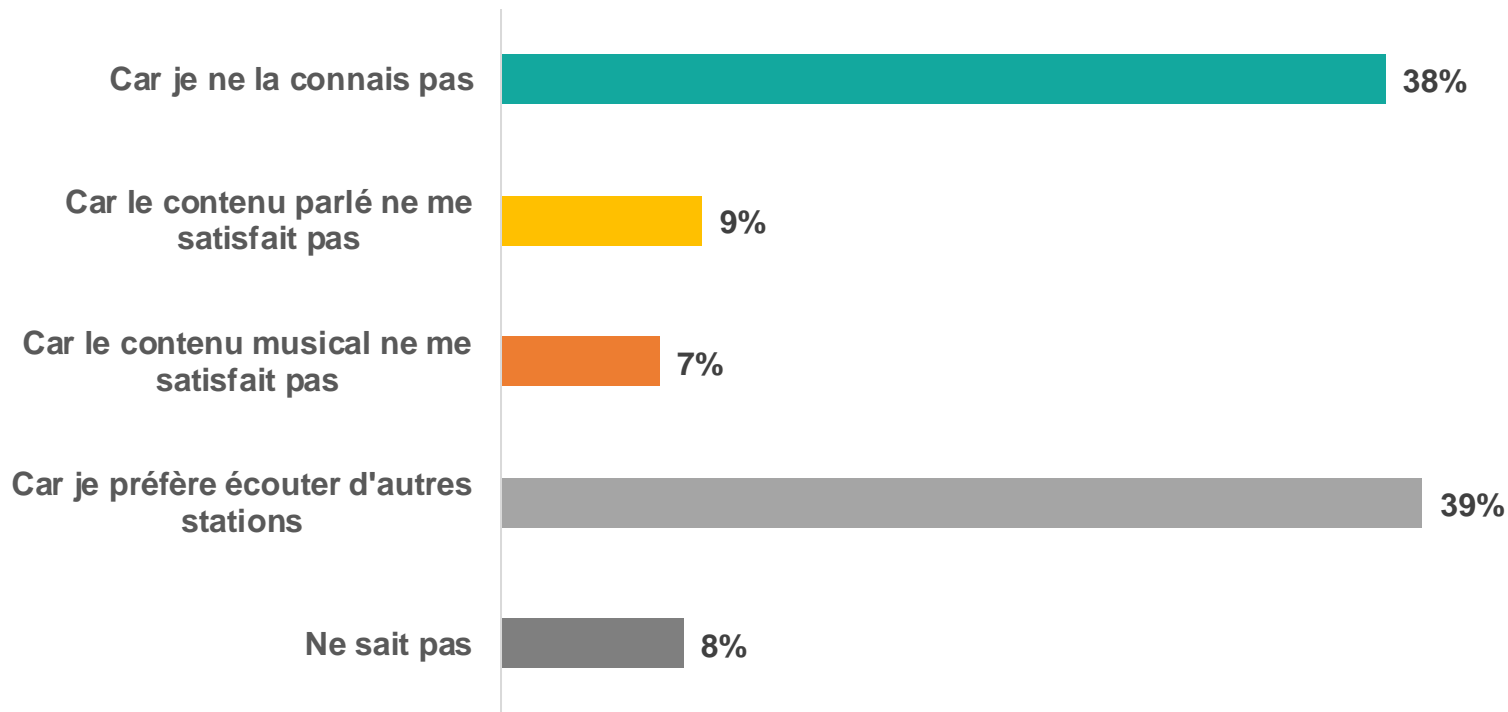
*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Raison de ne pas écouter une des stations de radio membres de l'ARCQ

Q9. Veuillez choisir l'énoncé qui vous convient le mieux: Je n'écoute pas la station.../

Base : Ceux qui n'écoutent pas une station de radio locale membre de l'ARCQ (n=584)



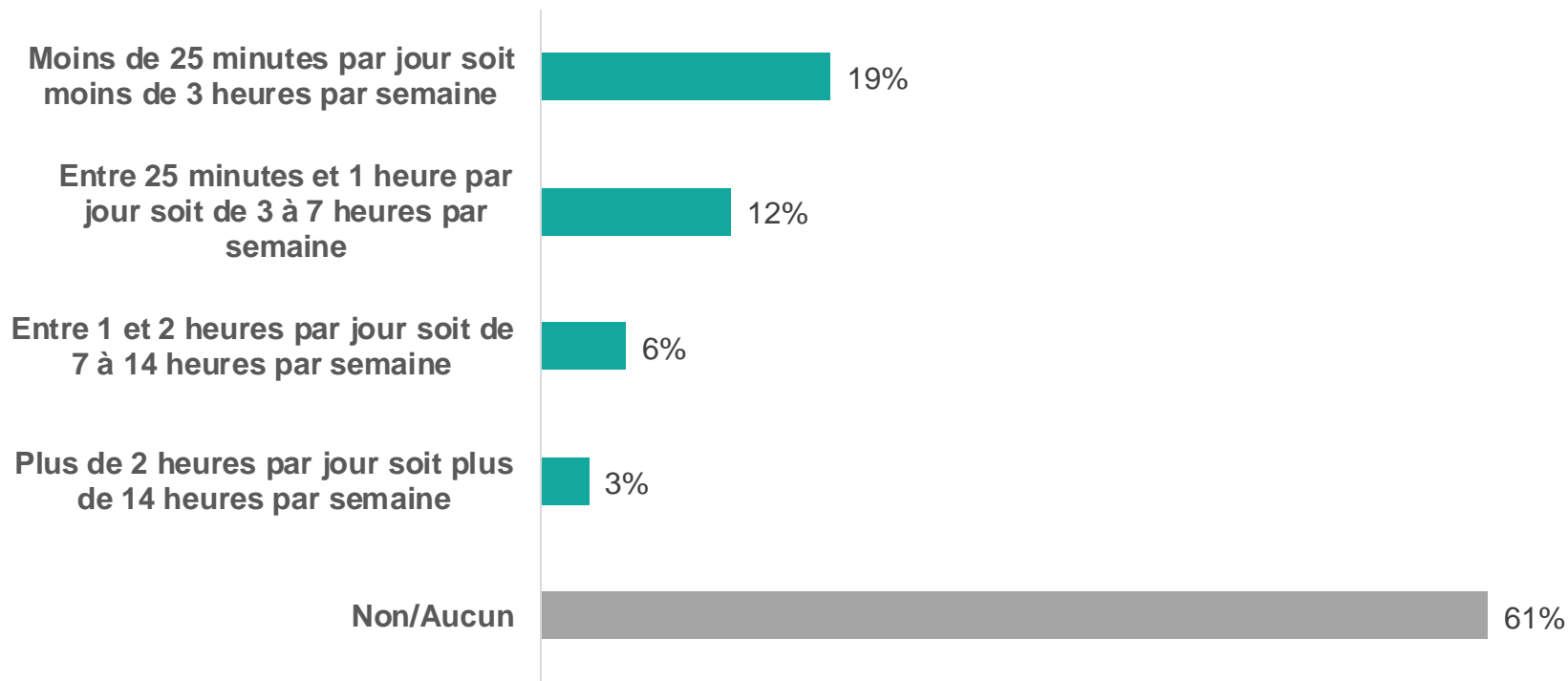
Écoute de baladodiffusion

Écoute de baladodiffusion



Q10. Sur une semaine normale écoutez-vous de la baladodiffusion? /

Base : Tous les répondants (n=937)



Profil de consommation des répondants

stations membres et concurrentes

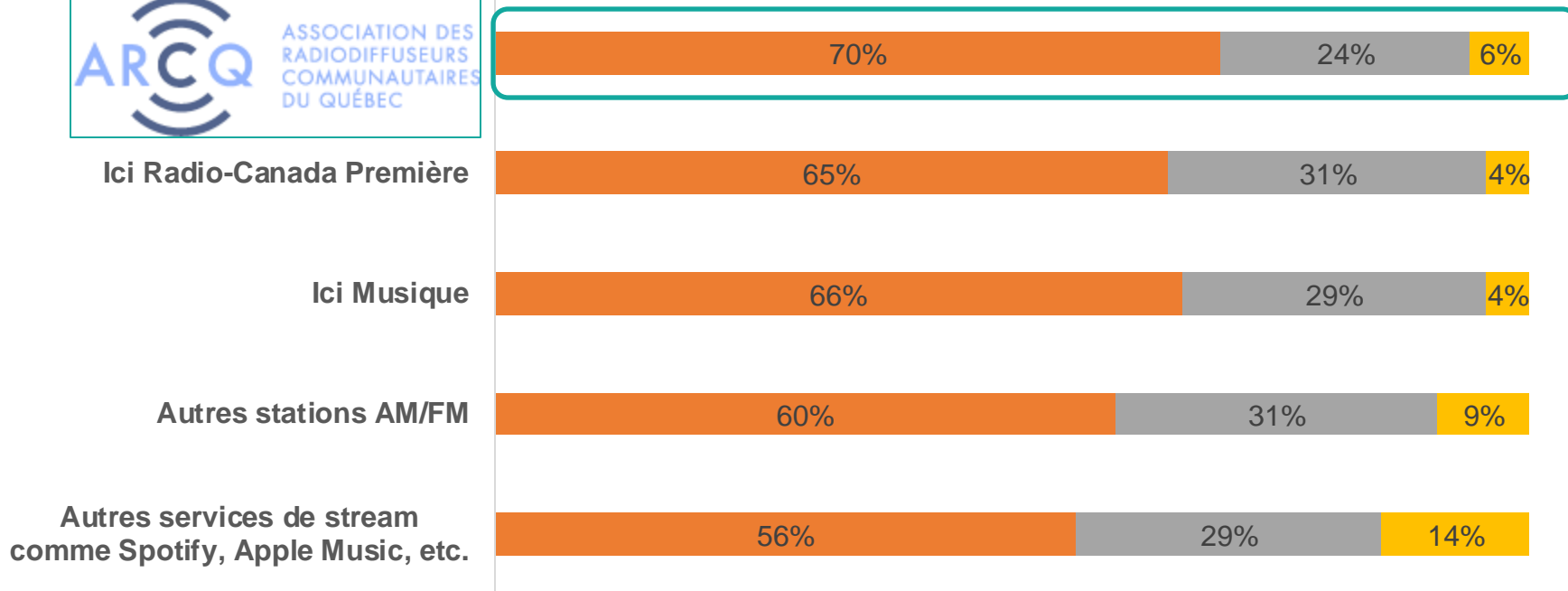
Responsable des achats d'épicerie

QP1. Quel membre de votre foyer est responsable pour les achats d'épicerie ?

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)



■ Moi, la plupart du temps/toujours ■ Partage la tâche, à nombre égal, avec un autre membre ■ Quelqu'un d'autre, la plupart du temps/toujours



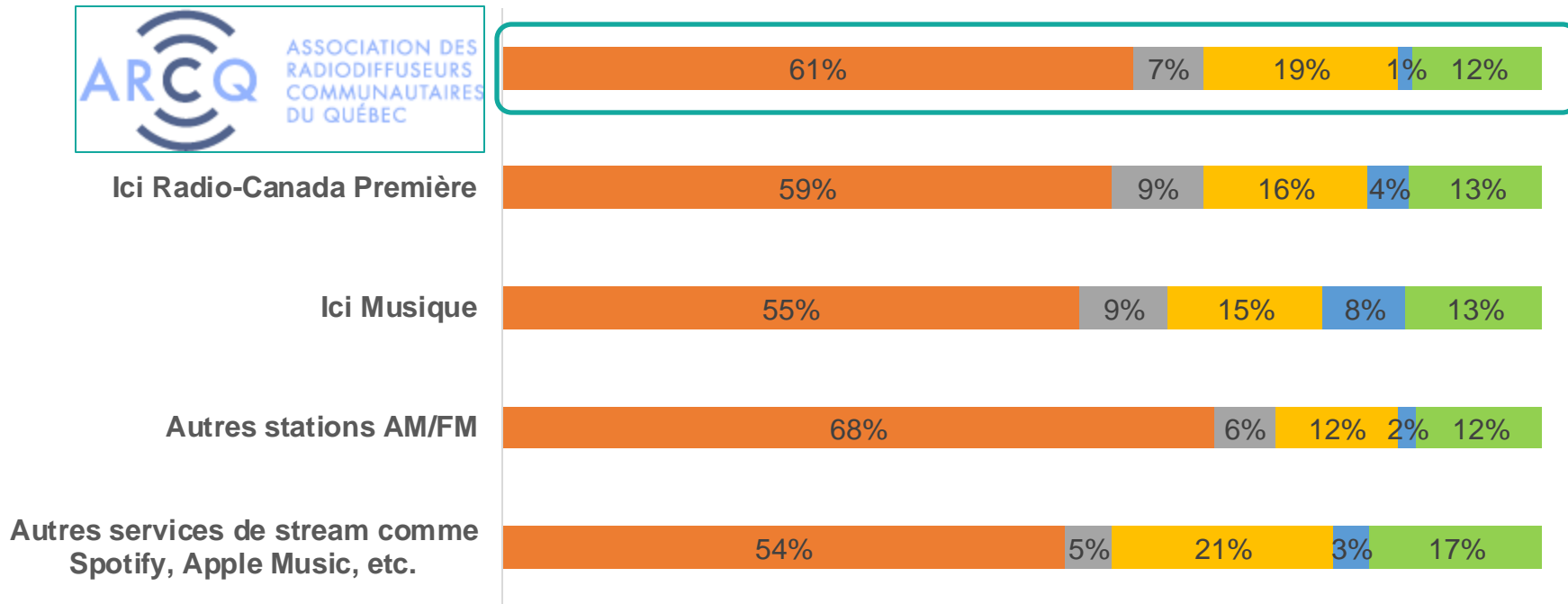
Achat ou location de véhicule (2 dernières années)

QP5. Avez-vous PERSONNELLEMENT acheté ou loué un véhicule au cours des 2 DERNIÈRES ANNÉES?

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)



■ Non, pas au cours des 2 dernières années ■ Oui, loué neuf ■ Oui, acheté neuf ■ Oui, loué usagé ■ Oui, acheté usagé



Dépense de consommation (1/3)

QP9A à QP9E. Veuillez cocher le montant que vous avez PERSONNELLEMENT dépensé au cours de la DERNIÈRE ANNÉE pour vous-même ou d'autres (soit sur place ou en ligne) parmi les catégories suivantes.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

VÊTEMENTS/CHAUSSURES POUR ENFANTS

Rien	56%	52%	51%	59%	56%	52%
1 \$ à 249 \$	23%	20%	26%	19%	23%	18%
250 \$ à 499 \$	13%	16%	15%	8%	13%	18%
500 \$ et plus	9%	11%	8%	13%	8%	12%

VÊTEMENTS POUR HOMMES

Rien	26%	25%	26%	30%	27%	22%
1 \$ à 249 \$	44%	37%	38%	42%	46%	46%
250 \$ à 499 \$	21%	30%	28%	20%	17%	18%
500 \$ et plus	9%	8%	8%	8%	10%	13%



Dépense de consommation (2/3)

QP9A à QP9E. Veuillez cocher le montant que vous avez **PERSONNELLEMENT** dépensé au cours de la **DERNIÈRE ANNÉE** pour vous-même ou d'autres (soit sur place ou en ligne) parmi les catégories suivantes.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

VÊTEMENTS POUR FEMMES

Rien	33%	24%	37%	12%	33%	27%
1 \$ à 249 \$	30%	33%	29%	25%	31%	29%
250 \$ à 499 \$	20%	25%	19%	39%	19%	23%
500 \$ et plus	17%	19%	15%	25%	17%	21%

ÉQUIPEMENT SPORTIF (N'IMPORTE LEQUEL)

Rien	49%	45%	40%	42%	51%	35%
1 \$ à 249 \$	30%	32%	34%	28%	30%	39%
250 \$ à 499 \$	11%	12%	18%	18%	9%	18%
500 \$ et plus	10%	11%	9%	12%	10%	9%



Dépense de consommation (3/3)

QP9A à QP9E. Veuillez cocher le montant que vous avez **PERSONNELLEMENT** dépensé au cours de la **DERNIÈRE ANNÉE** pour vous-même ou d'autres (soit sur place ou en ligne) parmi les catégories suivantes.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

PETITS APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS (P.EX.: GRILLE-PAIN)

Rien	42%	30%	37%	27%	44%	36%
1 \$ à 249 \$	41%	45%	45%	46%	41%	46%
250 \$ à 499 \$	11%	15%	8%	14%	9%	14%
500 \$ et plus	6%	9%	10%	13%	6%	5%



Achat et intention d'achat (1/3) (2 dernières et 2 prochaines années)

QP10A à QP10E. Veuillez cocher les produits que vous avez **PERSONNELLEMENT** acheté au cours des 2 **DERNIÈRES ANNÉES**, ou avez l'intention d'acheter au cours des 2 **PROCHAINES ANNÉES**.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

LIT/MATELAS

Acheté au cours des 2 dernières années	23%	29%	22%	51%	19%	32%
Intention d'acheter au cours des 2 prochaines années	20%	19%	31%	15%	19%	24%
Aucun	60%	56%	51%	36%	65%	51%

MEUBLES (SAUF LIT/MATELAS)

Acheté au cours des 2 dernières années	25%	25%	30%	21%	22%	30%
Intention d'acheter au cours des 2 prochaines années	21%	25%	21%	39%	20%	35%
Aucun	58%	57%	53%	44%	62%	43%

*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



Achat et intention d'achat (2/3) (2 dernières et 2 prochaines années)

QP10A à QP10E. Veuillez cocher les produits que vous avez **PERSONNELLEMENT** acheté au cours des 2 **DERNIÈRES ANNÉES**, ou avez l'intention d'acheter au cours des 2 **PROCHAINES ANNÉES**.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

ÉQUIPEMENT ÉLECTRONIQUE

Acheté au cours des 2 dernières années	36%	37%	38%	42%	35%	47%
Intention d'acheter au cours des 2 prochaines années	26%	28%	30%	25%	25%	30%
Aucun	46%	45%	39%	33%	48%	33%

ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE

Acheté au cours des 2 dernières années	33%	38%	36%	45%	31%	33%
Intention d'acheter au cours des 2 prochaines années	21%	19%	24%	22%	22%	25%
Aucun	51%	52%	46%	37%	53%	48%

*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.

Achat et intention d'achat (3/3) (2 dernières et 2 prochaines années)

QP10A à QP10E. Veuillez cocher les produits que vous avez **PERSONNELLEMENT** acheté au cours des 2 **DERNIÈRES ANNÉES**, ou avez l'intention d'acheter au cours des 2 **PROCHAINES ANNÉES**.

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)

	TOTAL		Ici Radio-Canada Première	Ici Musique	Autres stations AM/FM	Autres services de stream Ex. Spotify, Apple Music, etc.
n=	696					

APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS

Acheté au cours des 2 dernières années	31%	41%	28%	41%	29%	33%
Intention d'acheter au cours des 2 prochaines années	22%	22%	27%	32%	21%	27%
Aucun	52%	46%	49%	28%	53%	46%

*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.

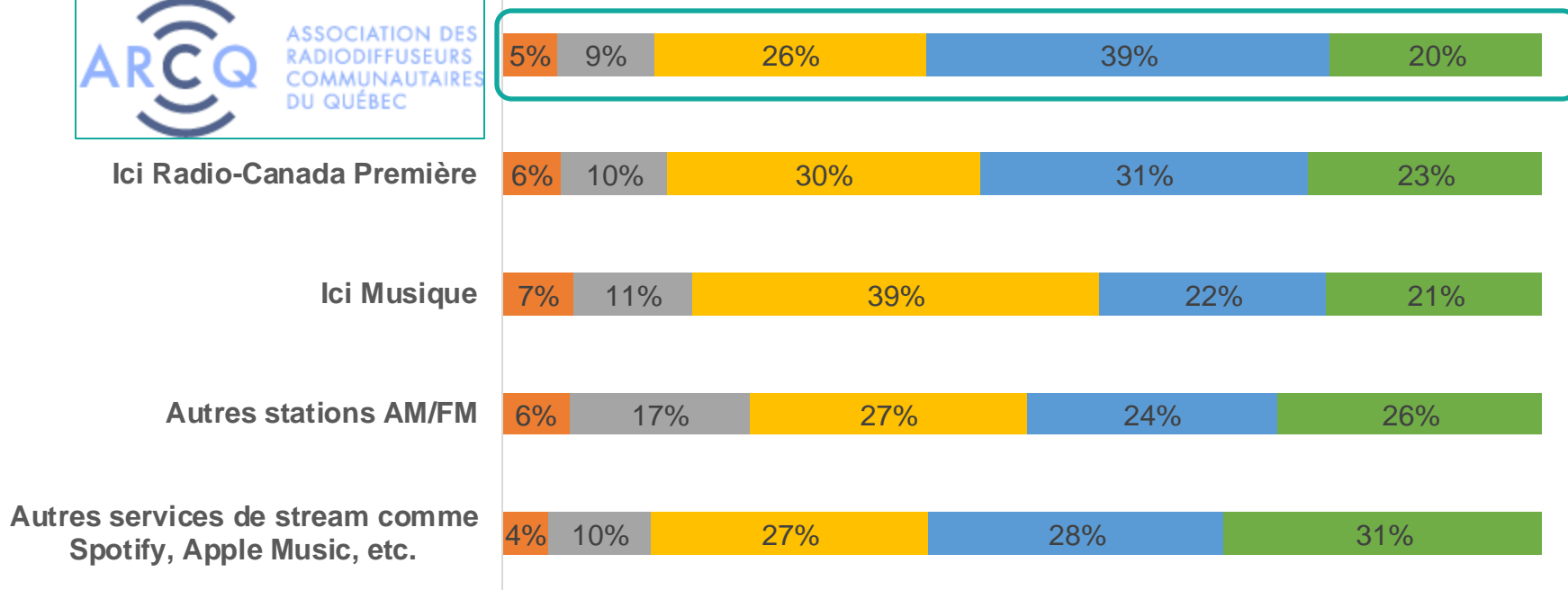
Dépense dans les restaurants (dernier mois)

QP11. Au cours du DERNIER MOIS, combien avez-vous dépensé PERSONNELLEMENT dans des restaurants? /

Base : Tous les répondants en ligne (n=696)



■ Rien ■ 1\$-49\$ ■ 50\$-99\$ ■ 100\$-199\$ ■ 200\$ ou plus

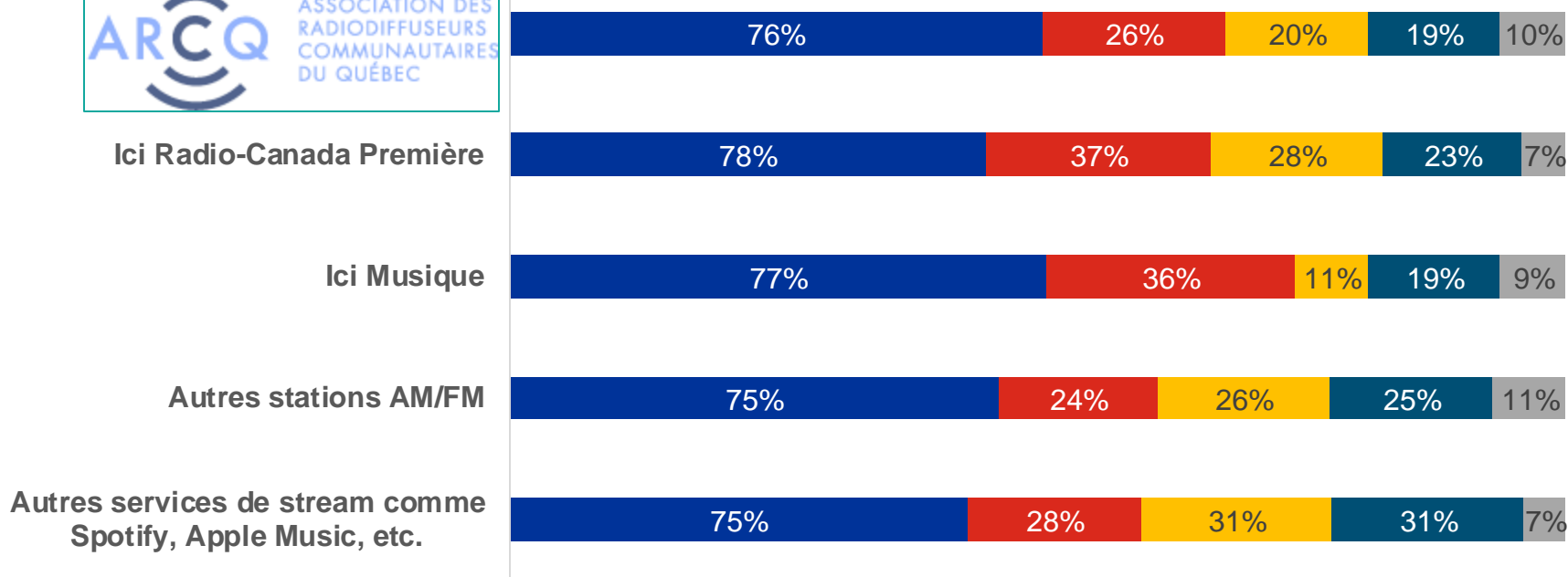


Destination vacances (dernière année)

QP13. Veuillez cocher, parmi les régions suivantes, toutes celles où vous avez pris des vacances au cours des 3 DERNIÈRES ANNÉES./ Base : Tous les répondants en ligne (n=696) / Question à réponses multiples*



■ Au Québec ■ Au Canada, dans une autre province ■ Dans une destination internationale ■ Aux Etats-Unis ■ Aucune d'entre elles



*Il s'agit d'une question à réponses multiples, le total peut excéder 100 %.



