

# Baromètre de la radio 2.0

1<sup>er</sup> semestre 2014



**RADIO2.0**

## Baromètre de la Radio 2.0

Réalisé en collaboration avec 5 acteurs majeurs :



Sur la base de déclaratifs secteurs, annonceurs en volume d'impressions servies sur le 1er semestre 2014.

# Une forte progression dès le mois de mars

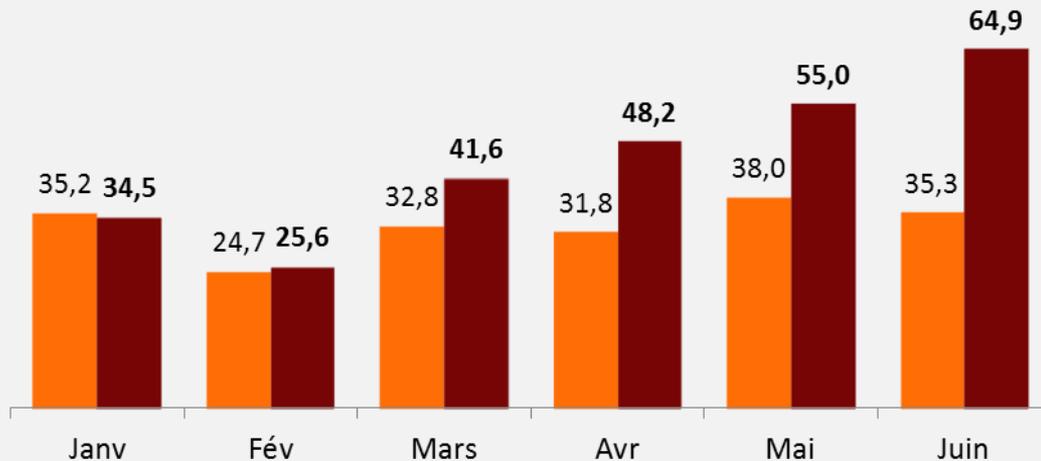
Saisonnalité - en millions d'impressions servies par mois - 1<sup>er</sup> semestre 2014 vs 2013

# 269,8

millions d'impressions  
servies

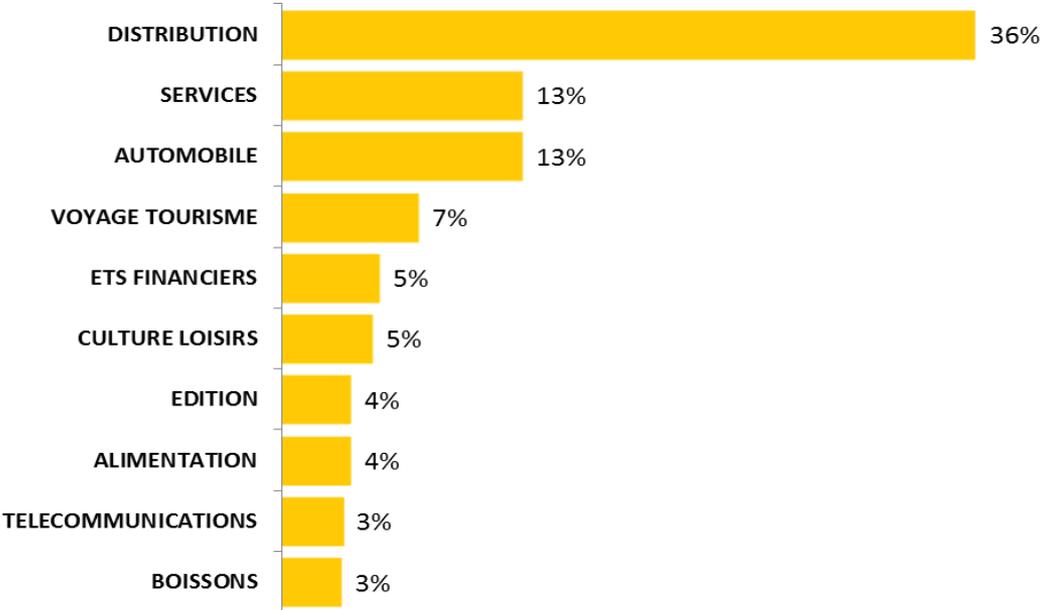
## +36%

vs 1<sup>er</sup> semestre 2013

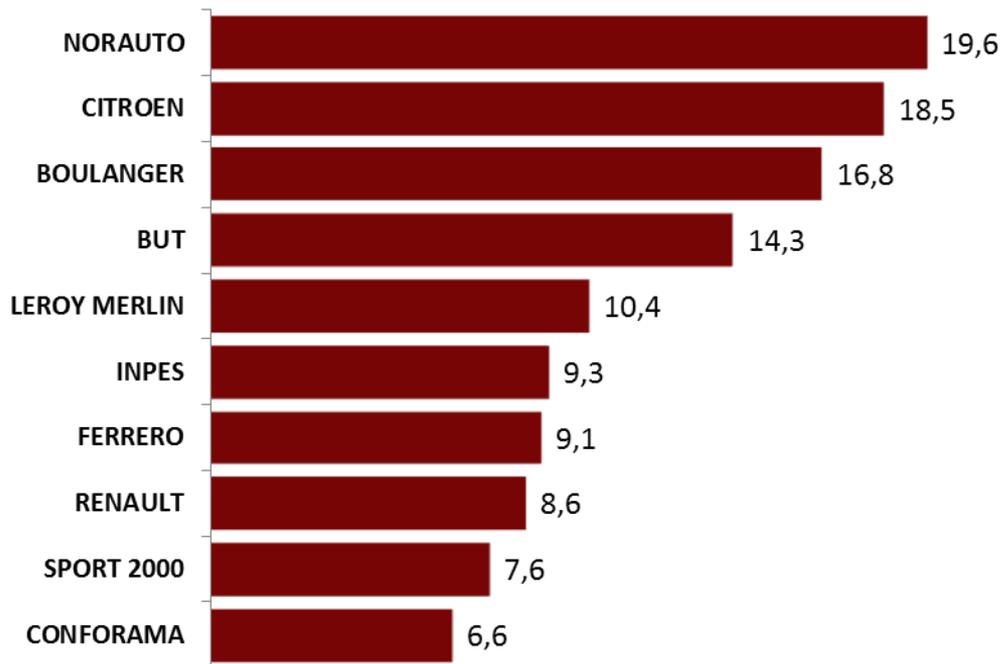


# Distribution : plus d'un 1/3 des impressions

Top secteurs en % des impressions servies – 1<sup>er</sup> semestre 2014



Les 10 premiers annonceurs en millions d'impressions servies – 1<sup>er</sup> semestre 2014

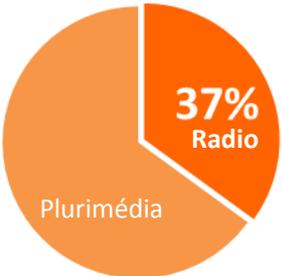


94

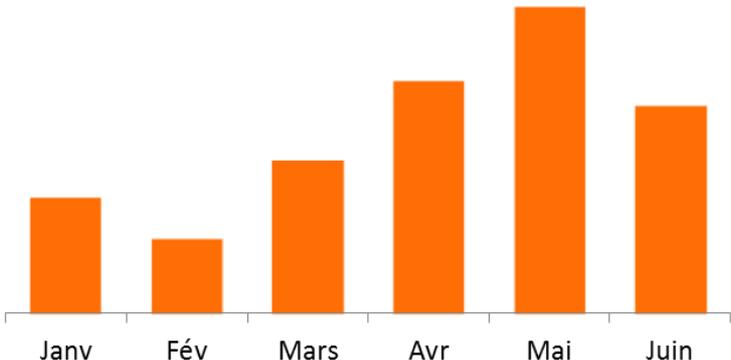
Annoncesur  
sur la radio 2.0

**14**  
Enseignes généralistes  
et spécialisées

➔ **134** campagnes au semestre  
Des dispositifs audio seul  
pour **70%** des campagnes



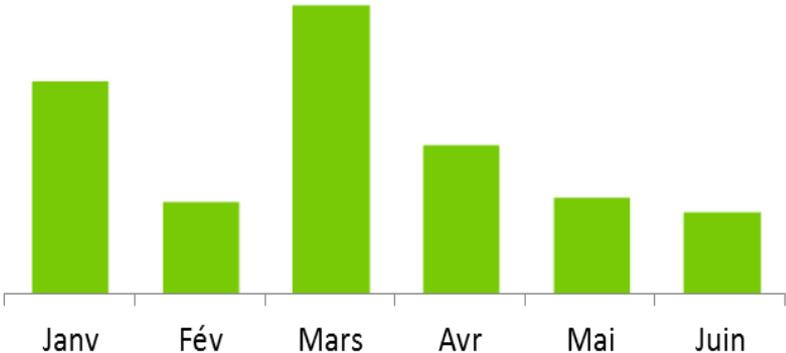
213 enseignes



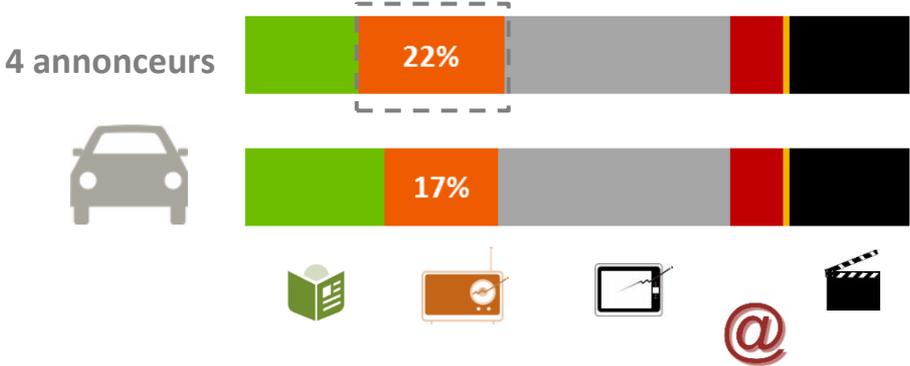
Part de marché de la radio dans le secteur de la distribution  
1<sup>er</sup> semestre 2014

Saisonnalité mensuelle sur la base des impressions servies – 1<sup>er</sup> semestre 2014

**13%**  
des impressions



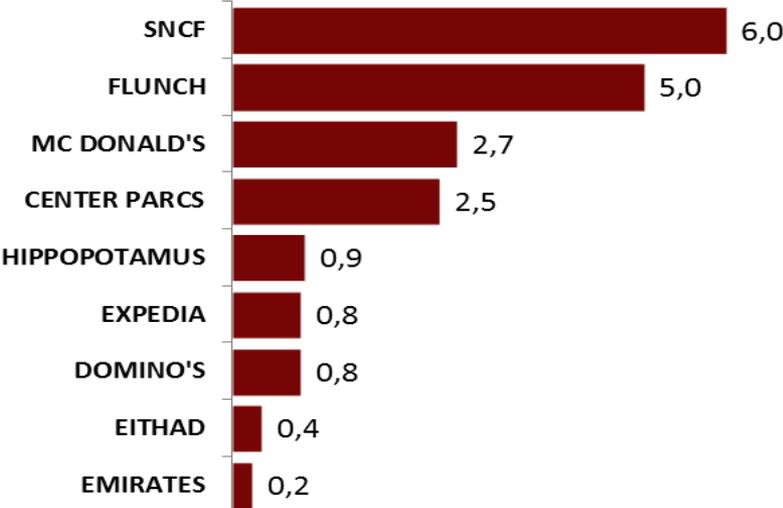
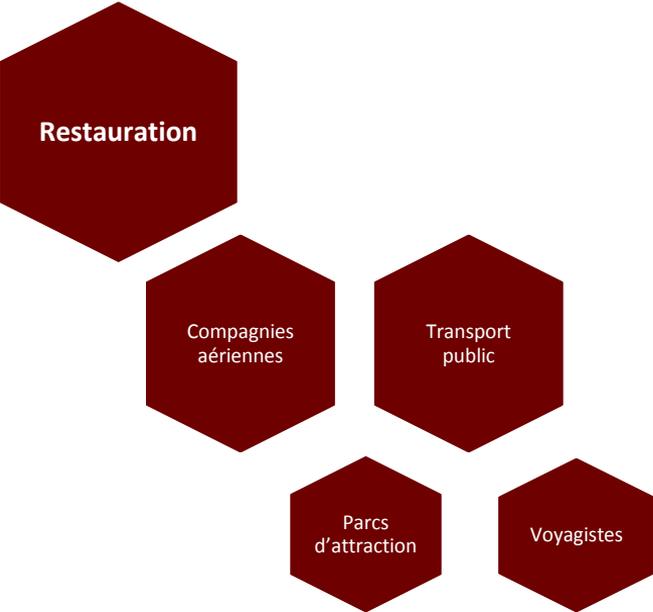
➤ La radio plus importante dans les mix des annonceurs présents en radio 2.0



➤ 53% des campagnes en Audio + Display

Saisonnalité mensuelle sur la base des impressions servies – 1<sup>er</sup> semestre 2014

Top annonceurs en millions d'impressions servies- 1<sup>er</sup> semestre 2014



➤ **83%** des campagnes en Audio seul

## Conclusion

- ✓ *+36% du volume d'impressions avec une forte activité sur le deuxième trimestre*
- ✓ *Un nombre d'annonceurs en constante progression*
- ✓ *Des annonceurs issus de tous secteurs d'activité : la distribution, les services et l'automobile omniprésents*
- ✓ *Des dispositifs majoritairement audio seul*
- ✓ *Un media à part entière dans les stratégies media des annonceurs*

## Baromètre Radio 2.0

*merci*