



HIVER 2026

Tendances d'écoute de la radio

Cet hiver, la radio s'est révélée d'une compagnie agréable pour les Canadiens, où qu'ils se trouvent. Qu'elle ait animé leur journée au travail, égayé leurs trajets quotidiens ou transformé une soirée tranquille à la maison en un moment musical, la radio a été au rendez-vous. Les stations AM/FM ont continué à offrir tout ce qu'aiment les auditeurs: de la musique entraînante, des retransmissions sportives passionnantes et les dernières actualités locales. Et grâce à la diffusion en continu, il suffisait d'un simple clic pour écouter la radio, où que l'on se trouve. La radio traditionnelle et la diffusion en continu ont prouvé ensemble que ce médium est non seulement fiable et flexible, mais est aussi un pilier essentiel et réconfortant de la vie quotidienne d'un bout à l'autre du pays.

Intelligence par NUMERIS

La radio AM/FM rejoint 79 % des Canadiens chaque semaine, qui y consacrent en moyenne près de 7 heures d'écoute.

Portée hebdomadaire la plus importante chez les 12+ :

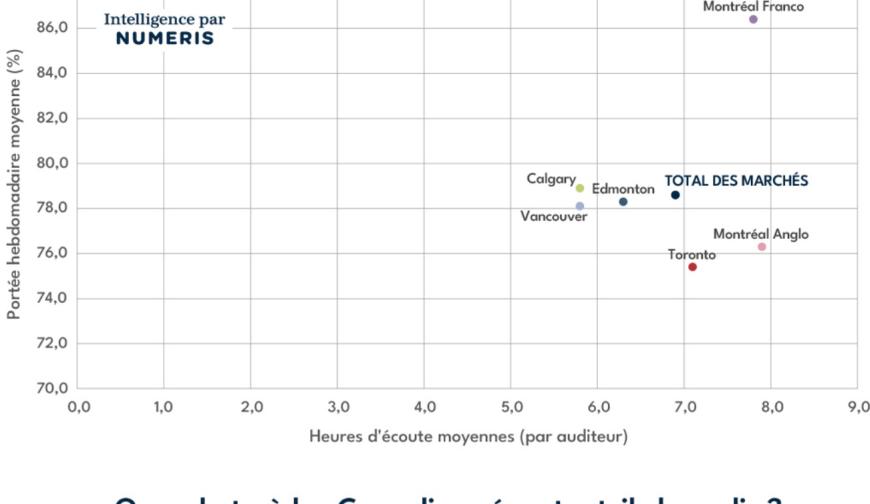
Heures d'écoute hebdomadaires les plus importantes chez les 12+ :



Quand portée rime avec engagement dans les marchés radio

Les auditeurs du marché de Montréal Franco s'imposent comme les meneurs en ce qui concerne la portée et le temps d'écoute, ce qui témoigne du lien profond qui les unit à la radio. Les marchés de l'Est, notamment ceux de Toronto et de Montréal Anglo, comptent peut-être un peu moins d'auditeurs à l'écoute, mais ceux-ci sont particulièrement fidèles et passent en moyenne plus de temps à écouter leurs stations préférées. En revanche, les marchés de l'Ouest, comme ceux de Calgary, d'Edmonton et de Vancouver, présentent un attrait plus large, avec un plus grand nombre d'auditeurs chaque semaine, même si leur engagement a tendance à être moins important. Cette dynamique brosse un tableau saisissant de la façon dont la radio est perçue différemment d'un océan à l'autre, reflétant les rythmes et les préférences uniques des Canadiens selon les régions.

Intersection entre la portée et le temps consacré à l'écoute de la radio dans les principaux marchés Canadiens 12+ - Hiver 2026



Quand et où les Canadiens écoutent-ils la radio ?

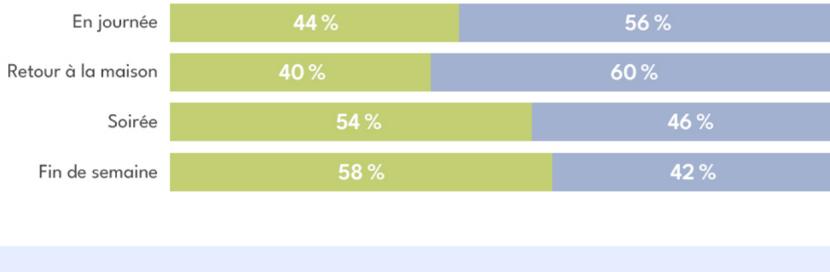
Les habitudes d'écoute de la radio des Canadiens reflètent la cadence de leur quotidien, s'adaptant parfaitement à tout ce que la journée leur réserve. Cet hiver, l'écoute de la radio tendait davantage vers l'écoute à domicile (52 %), en particulier pendant les moments privilégiés, comme le déjeuner (59 %), les soirées de détente (54 %) et les fins de semaine (58 %). Ces pics mettent en évidence le rôle important de la radio dans la création d'ambiances chaleureuses à la maison.

À l'inverse, l'écoute hors domicile atteint son apogée pendant les trajets en voiture (60 %) et se maintient à un bon niveau tout au long de la journée (56 %). La radio est sans aucun doute le compagnon idéal pendant les trajets quotidiens et les journées de travail chargées. Dans l'ensemble, les données dressent le portrait de la radio comme un média flexible et omniprésent qui tient compagnie aux Canadiens où qu'ils soient.

Intelligence par NUMERIS

Proportion de l'écoute de la radio par lieu et par bloc horaire Canadiens 12+ - Hiver 2026

● À domicile ● Hors domicile



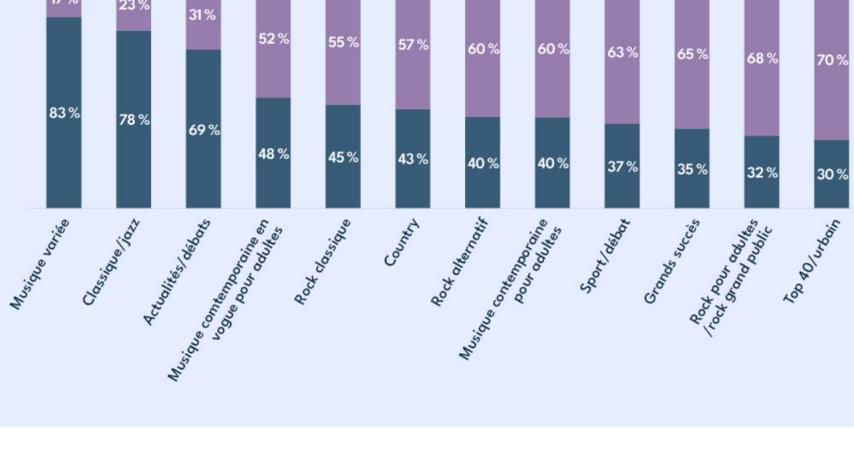
À la maison ou en déplacement : Comment l'écoute de la radio varie-t-elle selon la programmation ?

Les habitudes d'écoute de la radio révèlent des tendances uniques selon les types de contenu, laissant entrevoir comment les Canadiens intègrent la musique et l'information dans leur vie quotidienne. Les catégories Musique variée, Classique/jazz et Actualités/débats ont la cote à domicile: plus de 69 % des auditeurs s'en délectent dans le confort de leur foyer. Ces genres offrent souvent une agréable toile de fond pour les activités du quotidien ou permettent de s'informer sur l'actualité. Certaines catégories, comme Musique contemporaine en vogue pour adultes et Rock classique, invitent à l'équilibre, séduisant aussi bien ceux qui sont à la maison que ceux qui sont en déplacement. Par ailleurs, les genres entraînants (Top 40/urbain, Rock pour adultes/rock grand public, Grands succès...) ont tendance à être populaires auprès des auditeurs en déplacement, avec plus de 65 % d'entre eux qui les écoutent en dehors de leur domicile.

Intelligence par NUMERIS

Proportion de l'écoute de la radio par lieu et par type de contenu Canadiens 12+ - Hiver 2026

● À domicile ● Hors domicile



La radio en direct diffusée en continu* continue de séduire les auditeurs

La radio en direct diffusée en continu* demeure un mode d'écoute dynamique et en plein essor chez les Canadiens de tous âges et tous marchés confondus. Cet hiver, elle représentait 10 % de l'écoute totale de la radio AM/FM chez les Canadiens âgés de 12 ans et plus. Le taux d'engagement est encore plus élevé chez les jeunes adultes, 12 % des 18 à 34 ans et 13 % des 25 à 54 ans préférant écouter la radio en direct diffusée en continu. Si l'on examine les principaux marchés au sein du groupe des 25 à 54 ans, Vancouver arrive en tête avec une part de 20 % de la radio en direct diffusée en continu*, suivie de Montréal Anglo avec 16 % et d'Edmonton avec 13 %.

Intelligence par NUMERIS

Proportion de l'écoute de la radio en direct diffusée en continu* dans les principaux groupes démographiques - Hiver 2026

12+

10%

A18-34

12%

A25-54

13%

Intelligence par NUMERIS

Les trois principaux marchés de la radio en direct diffusée en continu* chez les 25-54 ans - Hiver 2026

MC de Vancouver

20%

MC de Montréal Anglo

16%

MC d'Edmonton

13%

Source: Numeris Radio Audimétrique, total des marchés CTRL, Hiver 2026 (Semaines 14 à 26), Lun. à Dim., 2h à 2h, 12+/A18-34/A25-54, AMM (000), Portée hebdo (%), Moyenne des heures d'écoute par semaine.

*Divulgué: La diffusion en continu de la radio AM/FM inclut l'écoute sur ordinateur personnel, téléphone intelligent, tablette, assistant vocal, etc. Le service audimétrique radio de Numeris mesure la diffusion en continu audio des stations de radio AM/FM membres séparément de leur signal radio par antenne. Le contenu radio diffusé en continu sur Internet est identique à celui par antenne, à moins d'indication contraire.

Le bilan de l'hiver 2026 démontre clairement que la radio reste l'un des médias les plus efficaces pour capter l'attention du public. Sa capacité à fidéliser les auditeurs, à offrir de l'information locale pertinente et à toucher les gens à des moments clés distingue la radio des autres médias.



Consultez notre site Web pour obtenir plus d'informations clés sur les comportements audio et vidéo des Canadiens.

[Consulter maintenant](#)



Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec l'équipe des Solutions clients de Numeris.

[J'ai des questions !](#)