



## Influence de l'étape de vie sur l'écoute de la radio chez les post-boumeurs

Les habitudes d'écoute et la consommation médiatique des personnes sont grandement influencées par leur étape de vie. Les 8,4 millions de post-boumeurs canadiens ne font pas exception à cette règle.

Plusieurs changements de vie importants surviennent entre les âges de 18 à 34 ans. Cela fait en sorte que la vie des post-boumeurs peut être très différente d'un individu à l'autre. Certains d'entre eux se consacrent à leurs études ou à leur carrière alors que d'autres veulent fonder une famille. Pour bien comprendre les habitudes d'écoute des auditeurs en fonction des différentes étapes de vie, Numeris a divisé les post-boumeurs en trois groupes : Les Dépendants, les Indépendants et les Parents.



Peu importe l'étape de vie, la radio joue un rôle important dans le quotidien des post-boumeurs. Bien comprendre les subtilités au plan de la consommation audio chez les divers groupes des post-boumeurs est essentiel pour les annonceurs, les agences de publicité et les radiodiffuseurs afin de bien cibler ces consommateurs et d'adapter leurs messages publicitaires en conséquence.



Voici les différences au plan de la consommation audio chez les post-boumeurs :





## Statistiques à citer :

Les Dépendants affichent le pourcentage le plus élevé au plan du téléchargement/écoute de la musique sur leur mobile/ordinateur

Les Indépendants obtiennent les taux les plus élevés de moyennes d'heures d'écoute radiophonique par semaine, d'écoute de contenu radiophonique en continu et de téléchargement/écoute de balados

En général, les Parents qui écoutent du contenu radiophonique en continu présentent une moyenne d'heures d'écoute de la radio par semaine plus élevée (les Parents y consacrent 6,4 heures et les Parents qui écoutent du contenu radiophonique en continu, 8 heures)