L’auditeur Virgin Radio

Saison 2020/2021

Saison 2020/2021 : septembre 2020 – Juin 2021 (hors avril)

L’auditeur Virgin Radio

1.7 million d’auditeurs quotidiens

75mn de durée d’écoute par auditeur

Une structure d’audience féminine

Audience Cumulée en Structure

690 000 auditeurs
84mn de DEA

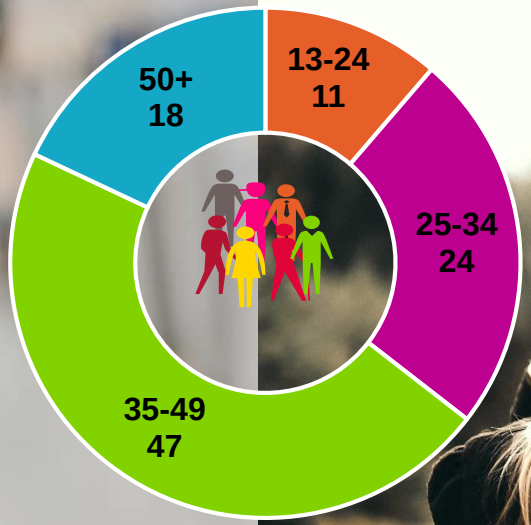
1 012 000 auditrices
69mn de DEA

Source : Médiamétrie 126 000 radio. Moyenne LV – AC, AC structure & DEA – 13 ans et + - 5h-24h – Sept20-Juin21 (hors avril) - AC exacte = 1 702 000 auditeurs

L’auditeur Virgin Radio

112 000 auditeurs à chaque instant entre 5h et 24h

Surreprésentation des 25-49 ans par rapport aux musicales



Age moyen

39 ans

47% de 35-49 ans
(+14 points stations musicales)

24% de 25-34 ans
(+6 points stations musicales)

Source : Médiamétrie 126000 - Moy LV – 5h/24h – Sept 2020 / Juin 2021 (hors avril) – Quart d’heure moyen en structure – Age moyen calculé sur le QHM

L’auditeur Virgin Radio

Des jeunes adultes à diverses étapes de la vie

Nouveaux parents

26%

+10 points vs stations musicales

personnes ayant la charge d’enfant(s), dont aucun n’a atteint 11 ans

Parents confirmés

11%

+2 points vs stations musicales

personnes ayant la charge d’enfant(s), dont au moins un a 11 ans ou plus, et au moins un a moins de 11 ans

Parents expérimentés

20%

+3 points vs stations musicales

personnes ayant la charge d’enfant(s), ayant tous atteint 11 ans, et dont au moins un a moins de 25 ans

Les Jeunes à la maison

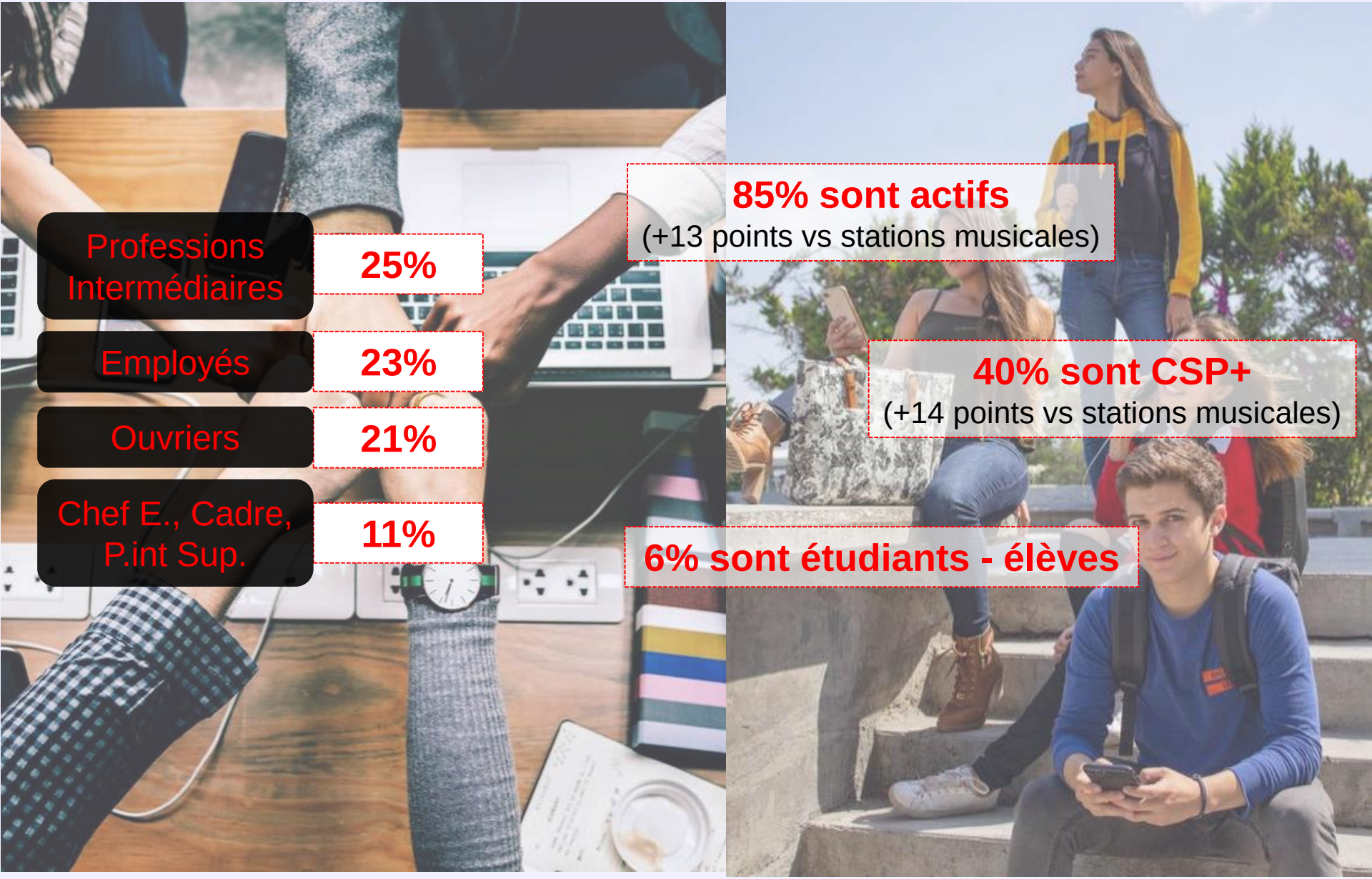
8%

-3 points vs stations musicales

Personnes de moins de 25 ans, vivant au domicile parental

Source : Médiamétrie 126000 - Moyenne LV - 5h/24h – Sept 2020 / Juin 2021 (hors avril) – Quart d’heure moyen en structure

L’auditeur Virgin Radio



Professions Intermédiaires	25%
Employés	23%
Ouvriers	21%
Chef E., Cadre, P.int Sup.	11%

85% sont actifs
(+13 points vs stations musicales)

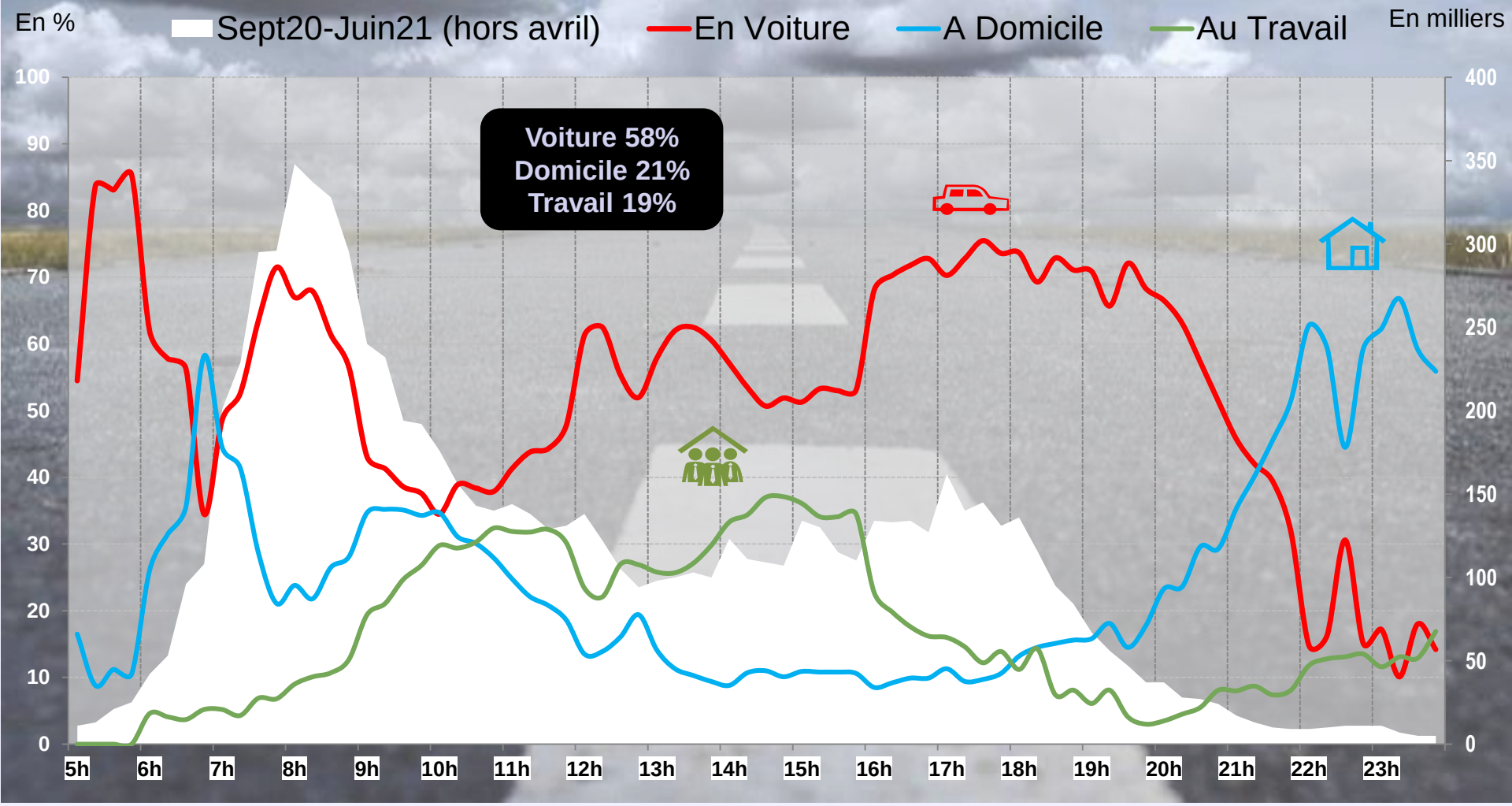
40% sont CSP+
(+14 points vs stations musicales)

6% sont étudiants - élèves

Source : Médiamétrie 126000 - Moyenne LV - 5h/24h – Sept 2020 / Juin 2021 (hors avril) – Quart d’heure moyen en structure

Localisation d'écoute de Virgin Radio

L'écoute de Virgin Radio se fait majoritairement en mobilité entre 7h et 21h, notamment autour des pics de 8h et de 17h. L'écoute à domicile est plus importante sur le 6h-7h ou après 21h. L'écoute au travail est plus importante sur le 10h-16h.

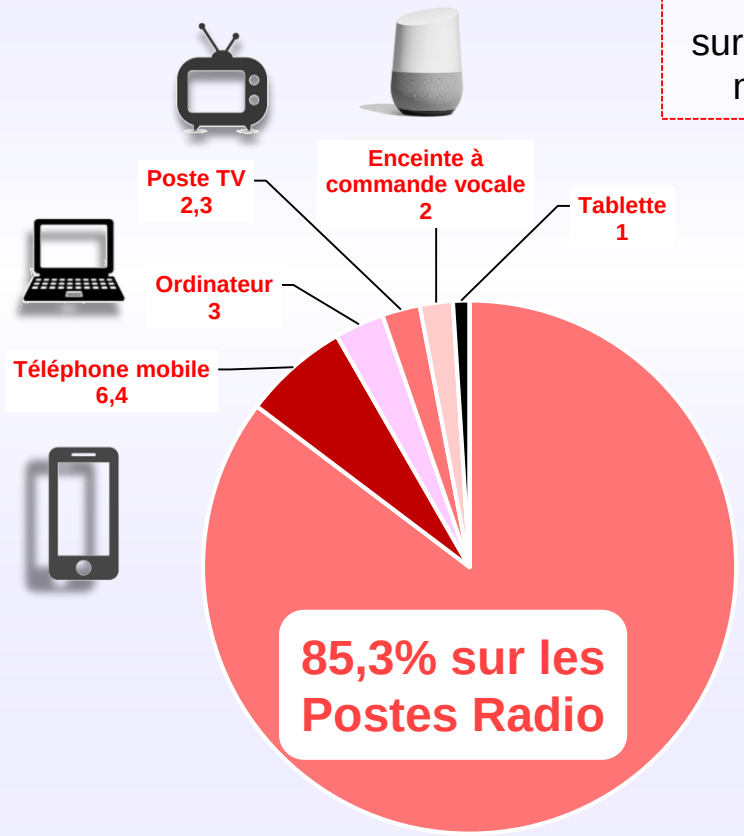


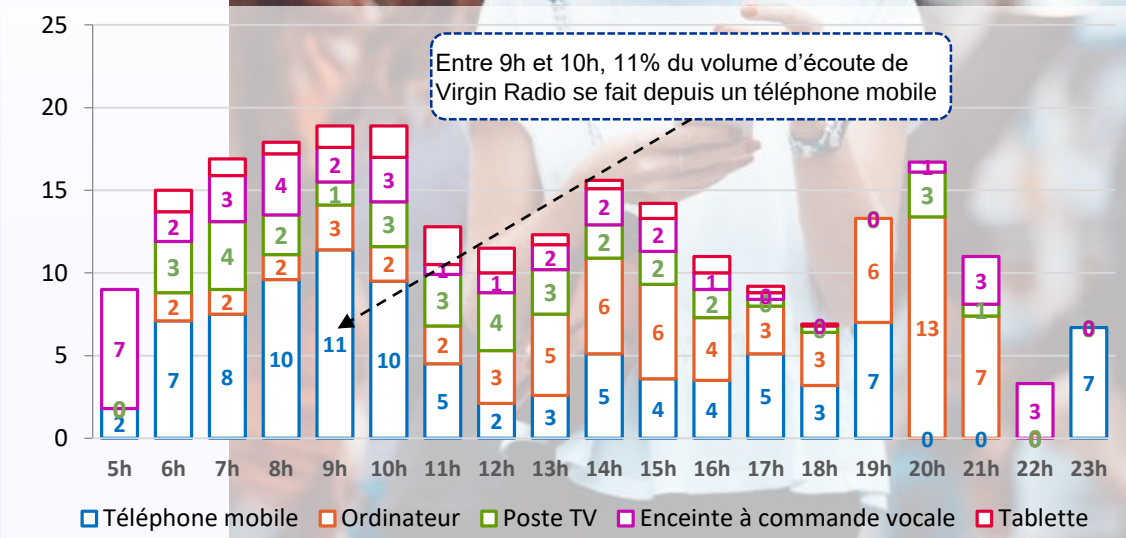
Source : Panel 2020-2021 / Part de marché des localisations de Virgin Radio /13+ / Période Lundi-Vendredi 15jours / 126000 Radio QHM en millier Sept20-Juin21 (hors avril)

Contribution des supports dans le volume d'écoute de Virgin Radio

Les nouveaux supports représentent aujourd'hui 14,7% du volume d'écoute de Virgin Radio, dont 6,4% depuis un téléphone mobile. Les postes de radio restent encore très largement utilisés puisque leur part dans le volume d'écoute de Virgin Radio atteint 85,3%.

14,7%
sur les supports multimédia



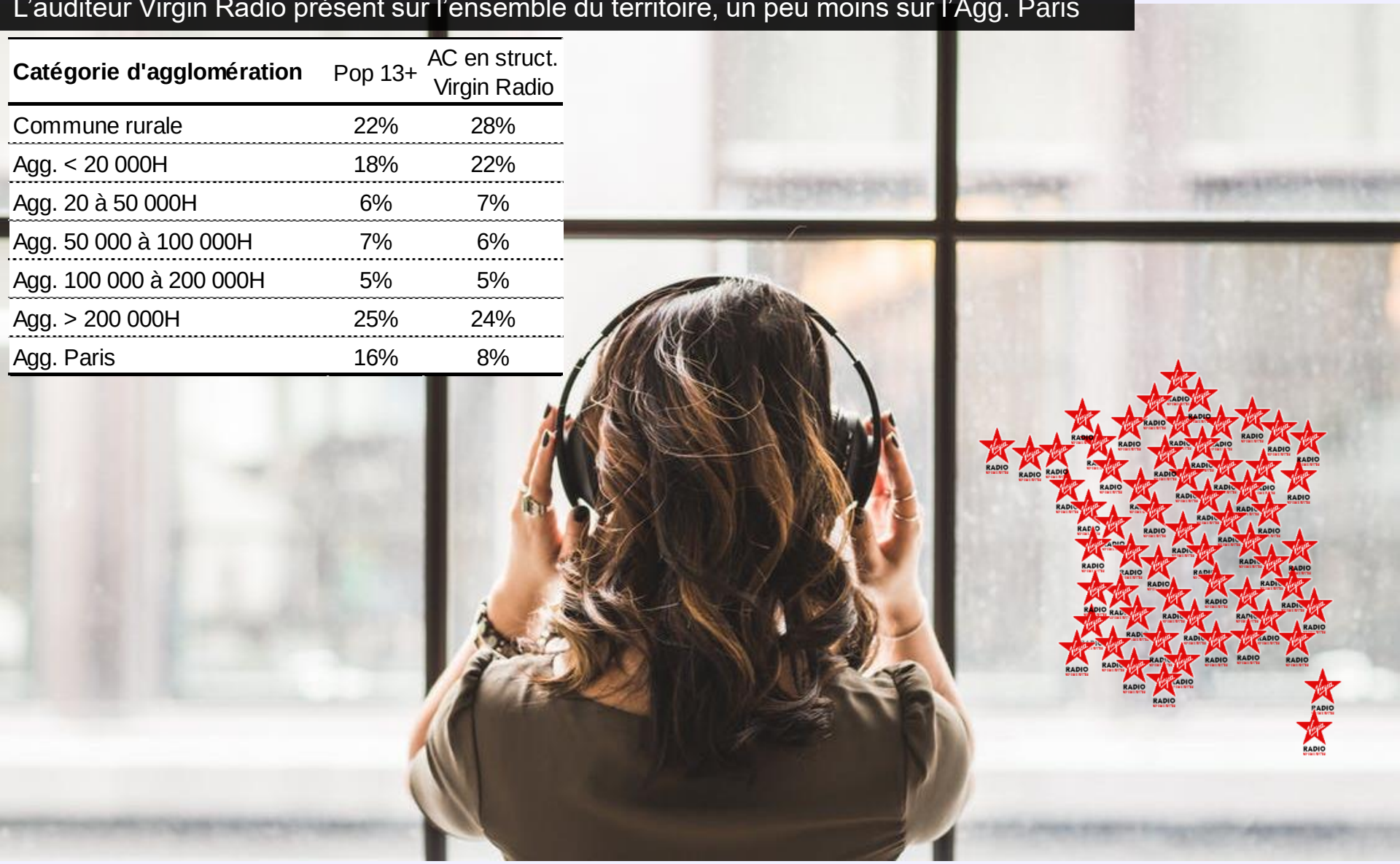


Source : Médiamétrie - Global Radio Cumul Sept-Oct 20 et Janv-Mars 21 – Virgin Radio – 5h/24h – Contribution en % - 13 + - LV

L’auditeur Virgin Radio

L’auditeur Virgin Radio présent sur l’ensemble du territoire, un peu moins sur l’Agg. Paris

Catégorie d'agglomération	Pop 13+	AC en struct. Virgin Radio
Commune rurale	22%	28%
Agg. < 20 000H	18%	22%
Agg. 20 à 50 000H	6%	7%
Agg. 50 000 à 100 000H	7%	6%
Agg. 100 000 à 200 000H	5%	5%
Agg. > 200 000H	25%	24%
Agg. Paris	16%	8%



Source : Médiamétrie 126000 - Moyenne LV - 5h/24h – Sept 20 / Juin 21 (hors avril) – Audience cumulée en structure

L’auditeur Virgin Radio et la radio

Un lien fort de l’auditeur Virgin Radio avec le Média Radio

Manu Payet : "Je me lève chaque matin en me disant que je vais retrouver celles et ceux qui nous écoutent, celles et ceux à qui on raconte nos vies, avec qui on se marre et parfois avec qui on parle de choses plus sérieuses, de la vie quoi, de nos vies. Se parler, échanger, on en a plus que jamais besoin. Je suis très heureux de retrouver l’année prochaine toutes celles et ceux avec qui nous partageons ces moments !**"**

	% d’accord
La Radio vous permet d'écouter la musique que vous aimez	89%
La Radio vous parle de manière chaleureuse	89%
La Radio vous informe de ce qui ce passe dans le monde	86%
La Radio arrive à vous distraire tous les jours	83%
La Radio vous permet d'écouter de la musique variée	81%
La Radio a su évoluer	80%
La Radio vous informe de ce qui se passe dans votre ville et votre région	80%
La Radio est un média en lequel vous avez confiance	77%
La Radio est un média auquel vous êtes particulièrement attaché	70%

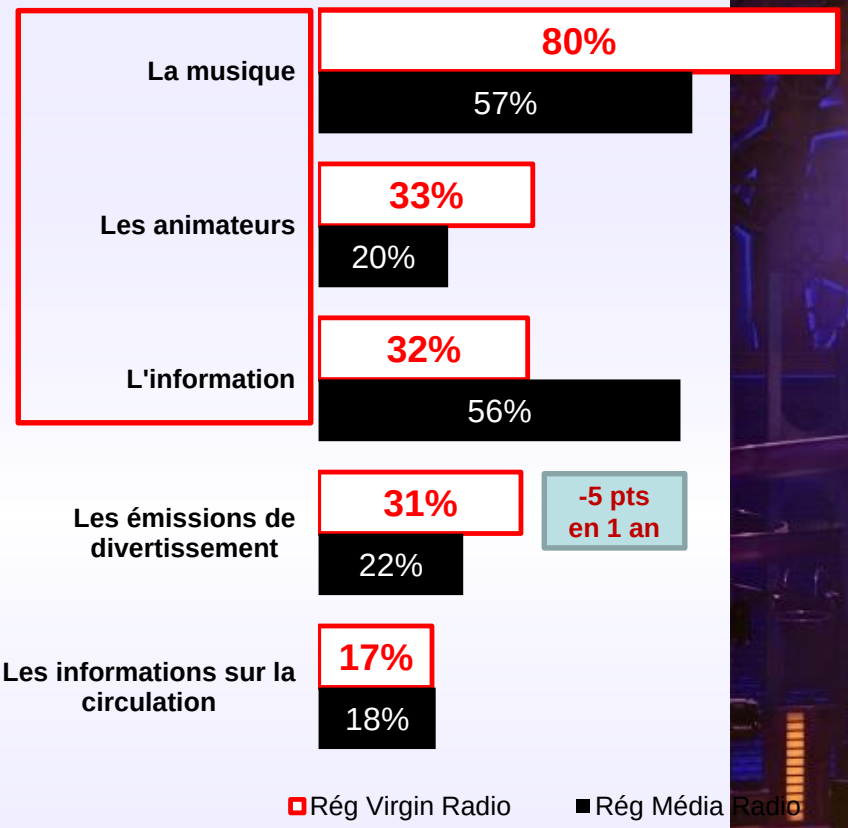
+9 pts en 1 an

Le média radio occupe une place importante dans le cœur des auditeurs de Virgin Radio.
Selon eux, ce qui caractérise la Radio, c’est d’abord la musique (et sa diversité même si celle-ci recule un peu), la relation chaleureuse (ce qui la distingue des services de streaming), l’information et le divertissement. La dimension locale est renforcée avec une progression de 9 points en 1 an.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et + / Cible auditeurs réguliers de Virgin Radio 5h/24h

L'auditeur Virgin Radio et la radio

Motivation d'écoute de la radio

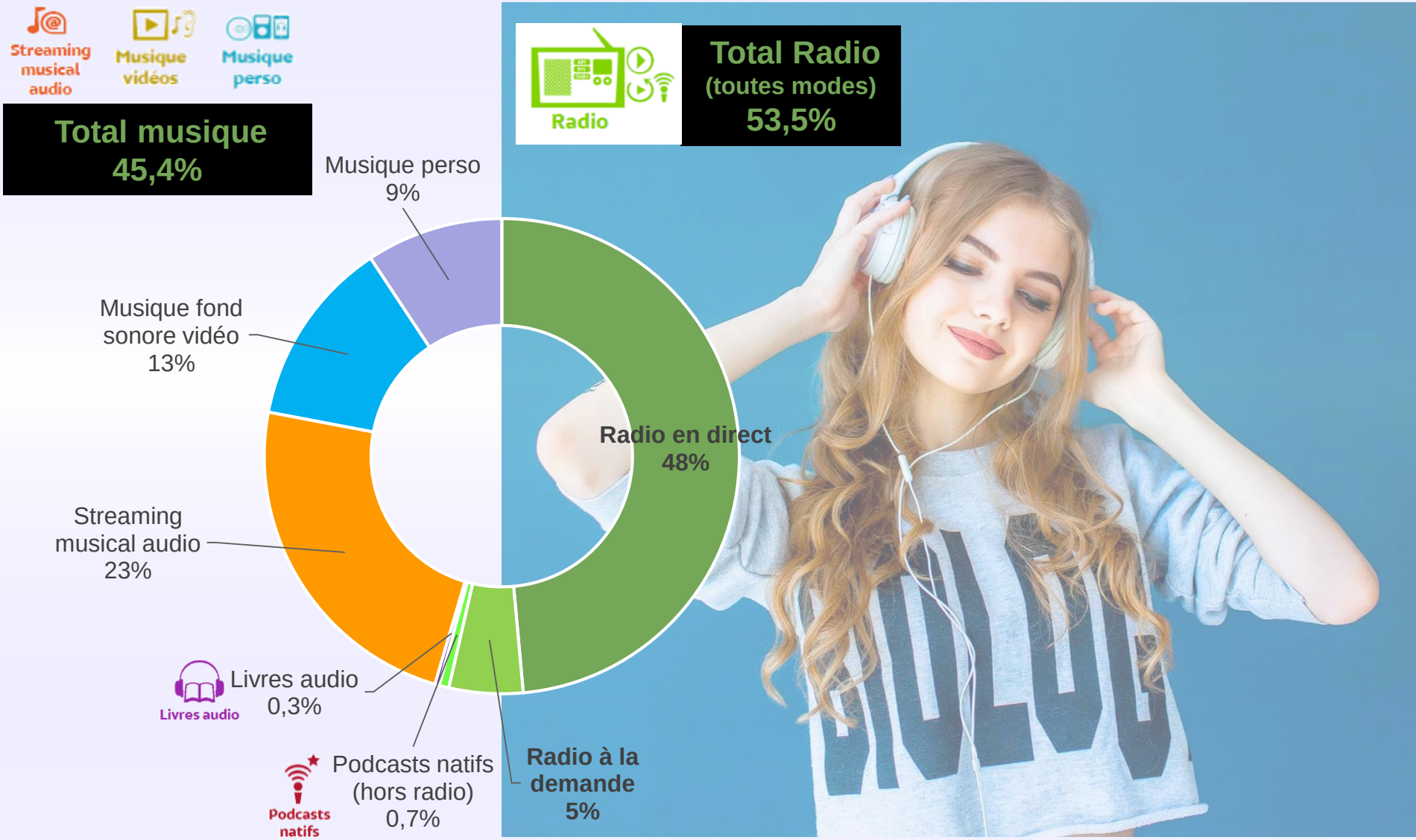


Chez les auditeurs Virgin Radio, la musique est au cœur de leurs motivations de l'écoute de la radio. **Les animateurs, l'information et le divertissement** sont aussi des motifs importants pour écouter la radio. Ainsi,80% des auditeurs de Virgin radio écoutent la radio pour la musique (+5 pts en 1 an), 33% d'entre eux pour les animateurs, 32% pour l'information et 31% pour les émissions de divertissement (-5 pts en 1 an).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et la radio

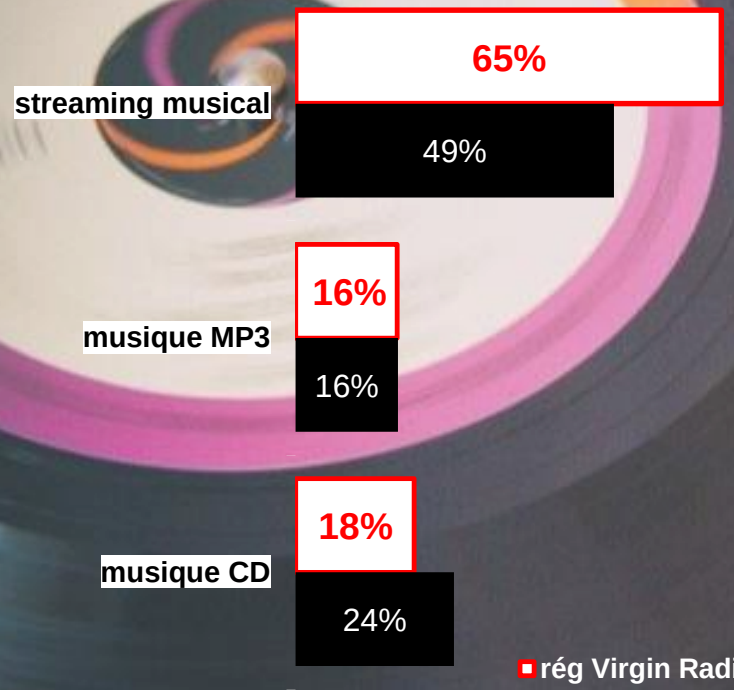
Chaque jour, les auditeurs Virgin Radio consacrent **plus de temps sur le média Radio** (53,5% du volume d’écoute) que sur les autres offres audio.



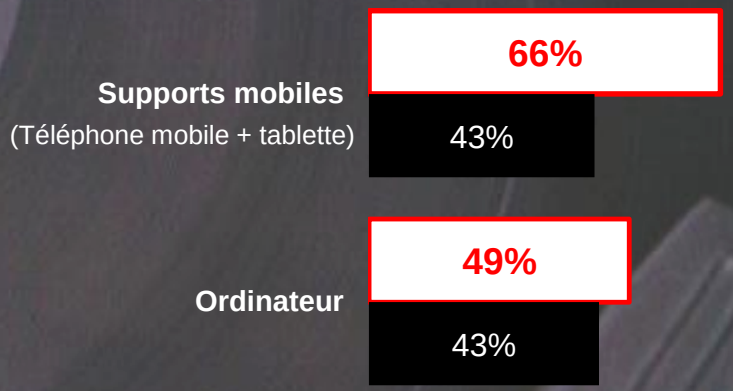
Source Médiamétrie: Global Audio 2021 - Auditeurs de Virgin Radio 13 ans et + (30 derniers jours)

L’auditeur Virgin Radio et la musique consommée sur les autres offres que la radio

Ecoute au moins 1 à 2 fois par semaine



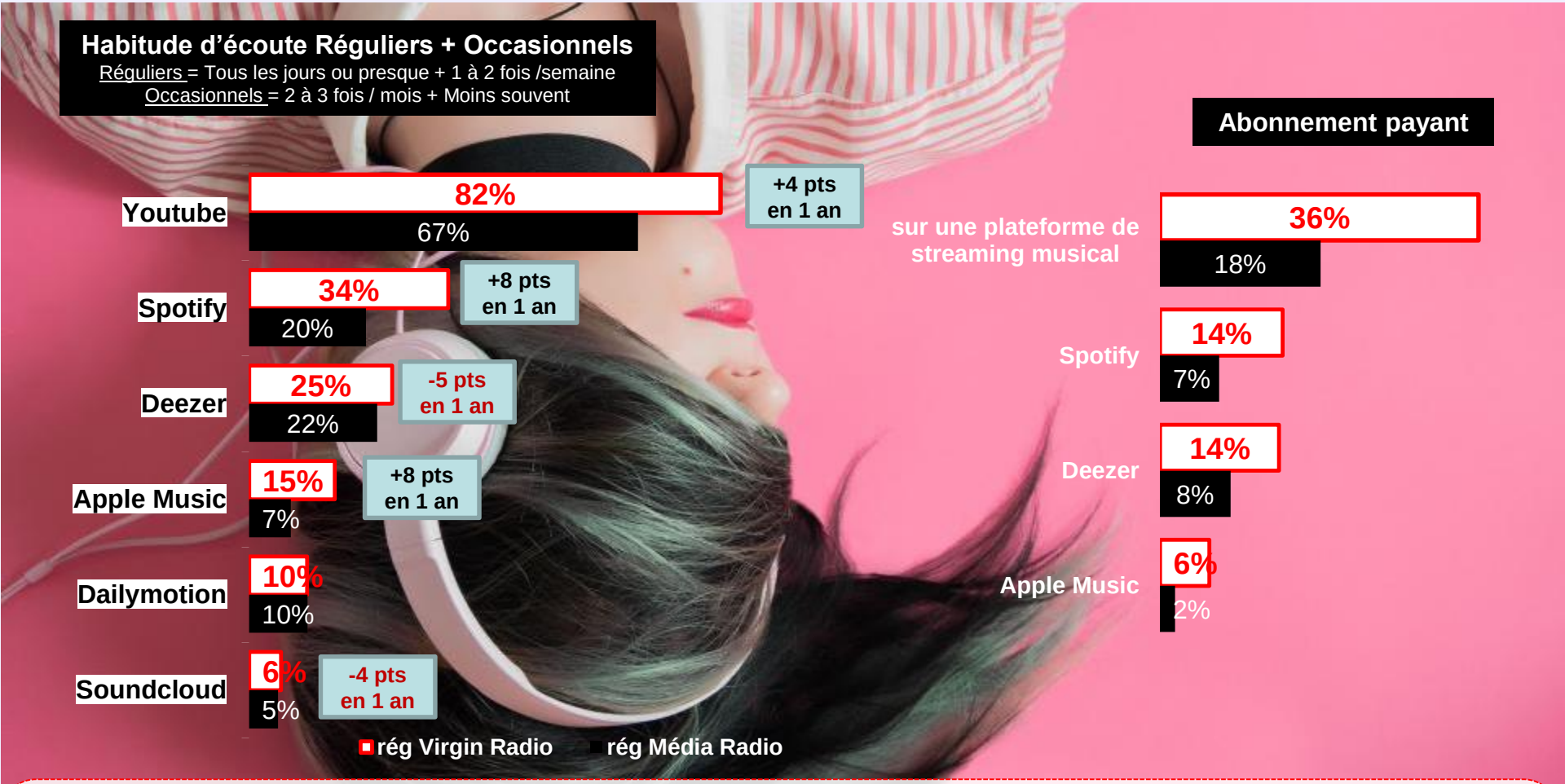
Support d'écoute streaming musical



Les auditeurs Virgin Radio écoutent la musique à la radio mais aussi en streaming, en MP3 ou sur CD.
Ils sont plus nombreux que les auditeurs de la radio, à écouter de la musique en streaming et ils utilisent davantage les supports mobiles que l’ordinateur pour l’écoute du streaming musical.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et l’offre streaming



Parmi les plateformes musicales, Youtube arrive en tête avec 82% de fréquentation au moins occasionnelle, loin devant Spotify (34%) et Deezer (25%). Deezer est en baisse de 5 points en 1 an quand Youtube et Spotify gagnent respectivement 4 et 8 points)

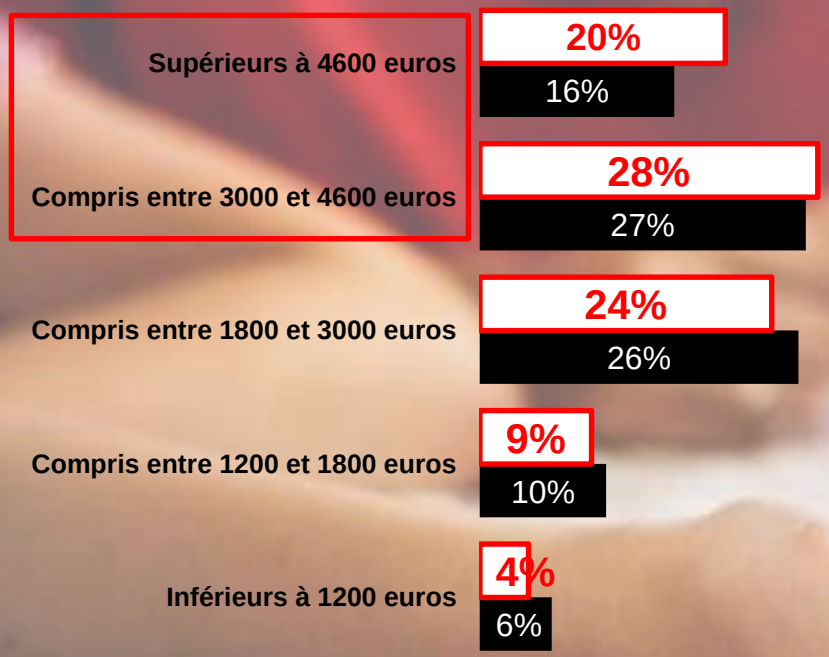
36% des auditeurs Virgin Radio ont un abonnement payant (2 fois plus que les auditeurs radio). Ils sont plus nombreux à choisir les offres payantes de Spotify (14%) ou Deezer (14%) que celle d’Apple Music (6%).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

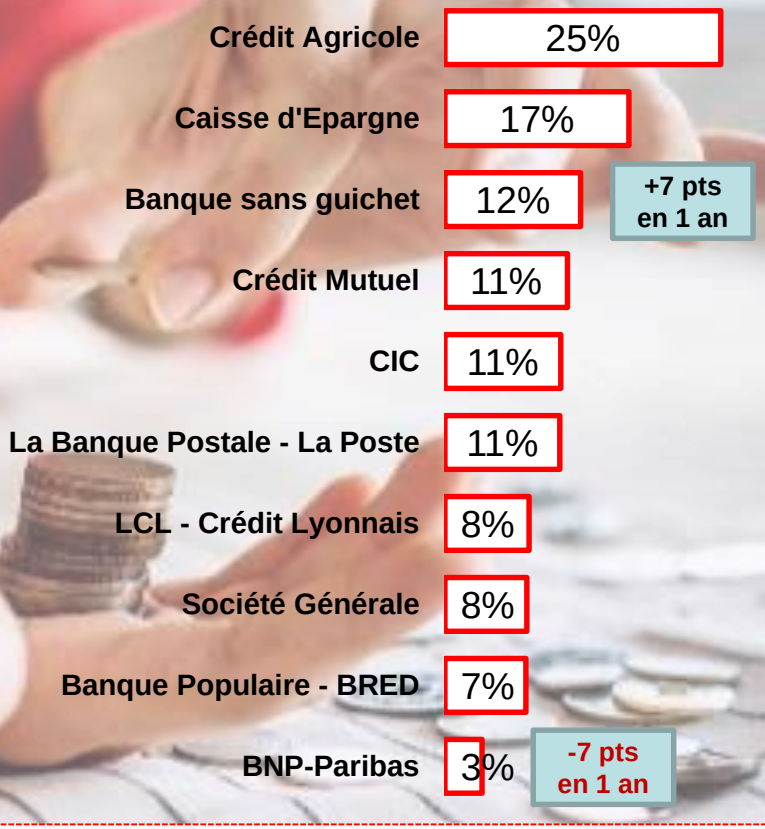
L'auditeur Virgin Radio au quotidien

Des auditeurs au revenu élevé

Revenus disponibles du foyer



Détenteur d'un compte bancaire

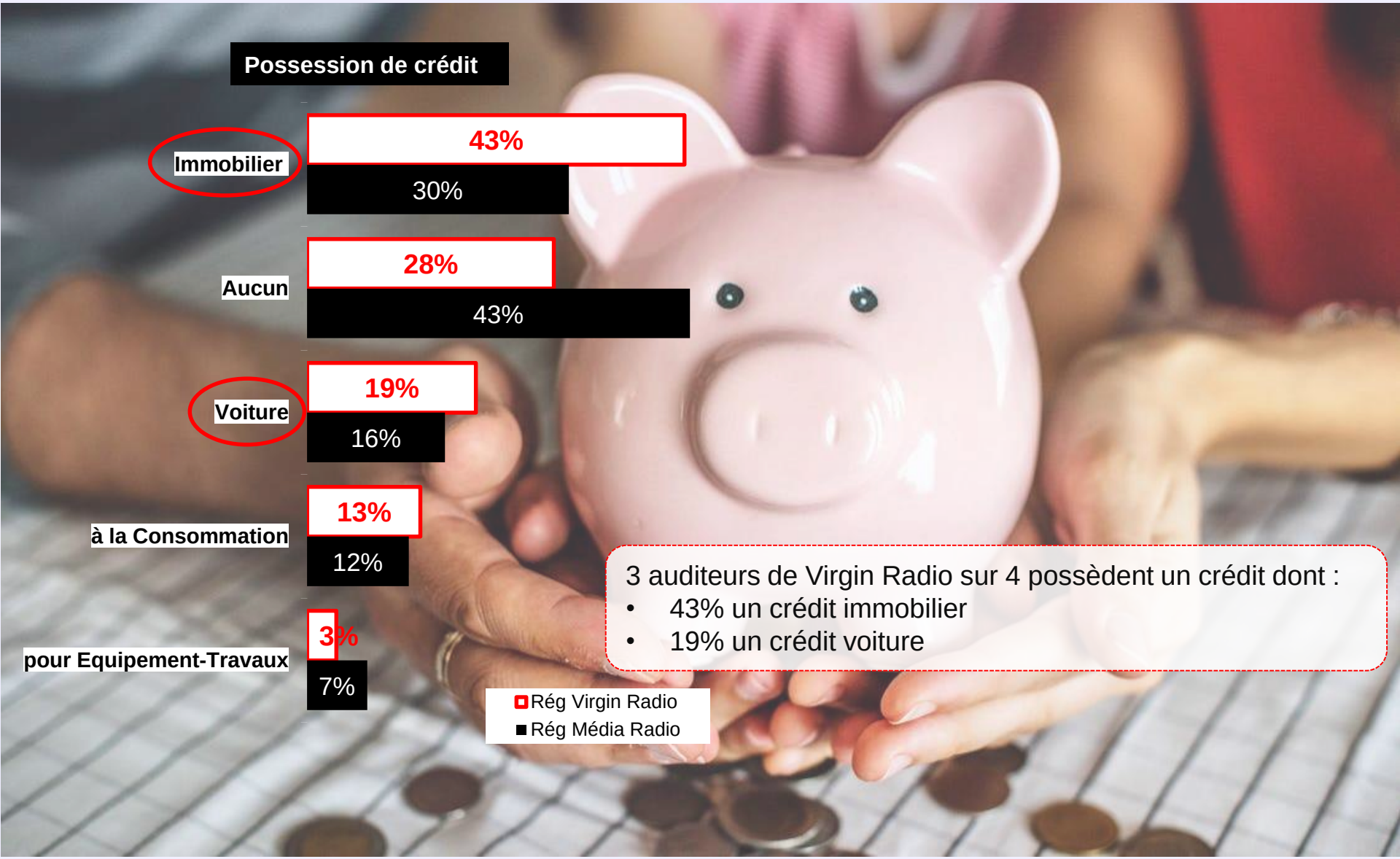


Les auditeurs Virgin Radio disposent de revenus élevés : **48%** d'entre eux ont des revenus **supérieurs à 3000 euros**.
Ils détiennent des comptes bancaires principalement au Crédit Agricole et à la Caisse d'Epargne..
Ils sont 12% à avoir un compte bancaire dans une banque sans guichet (chiffre qui a doublé en 1 an)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio au quotidien

L'auditeur Virgin Radio réalise ses projets d'installation



3 auditeurs de Virgin Radio sur 4 possèdent un crédit dont :

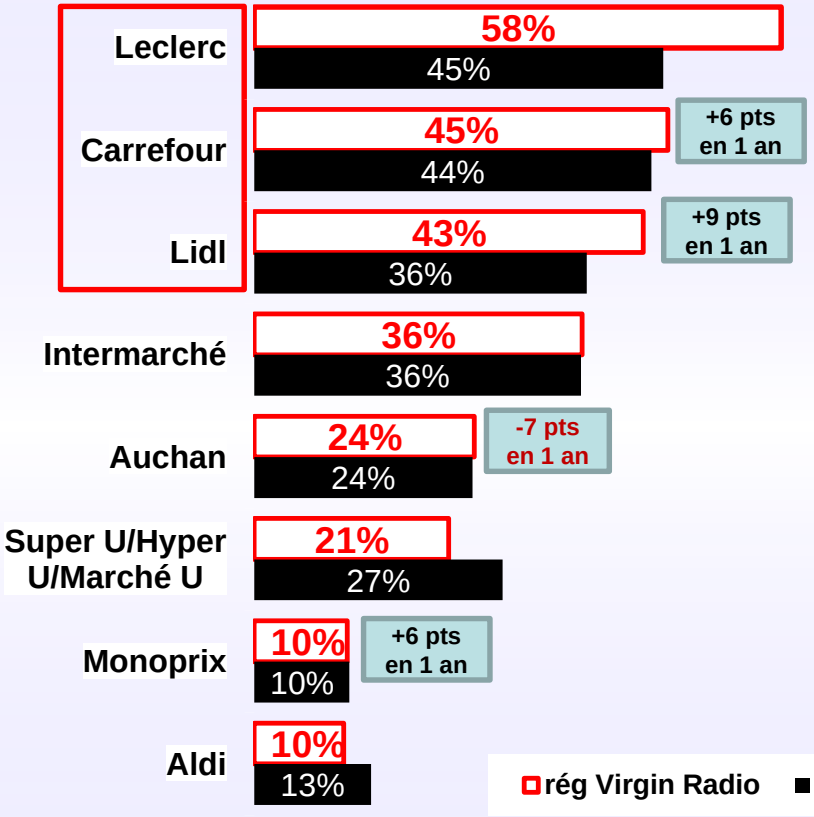
- 43% un crédit immobilier
- 19% un crédit voiture

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

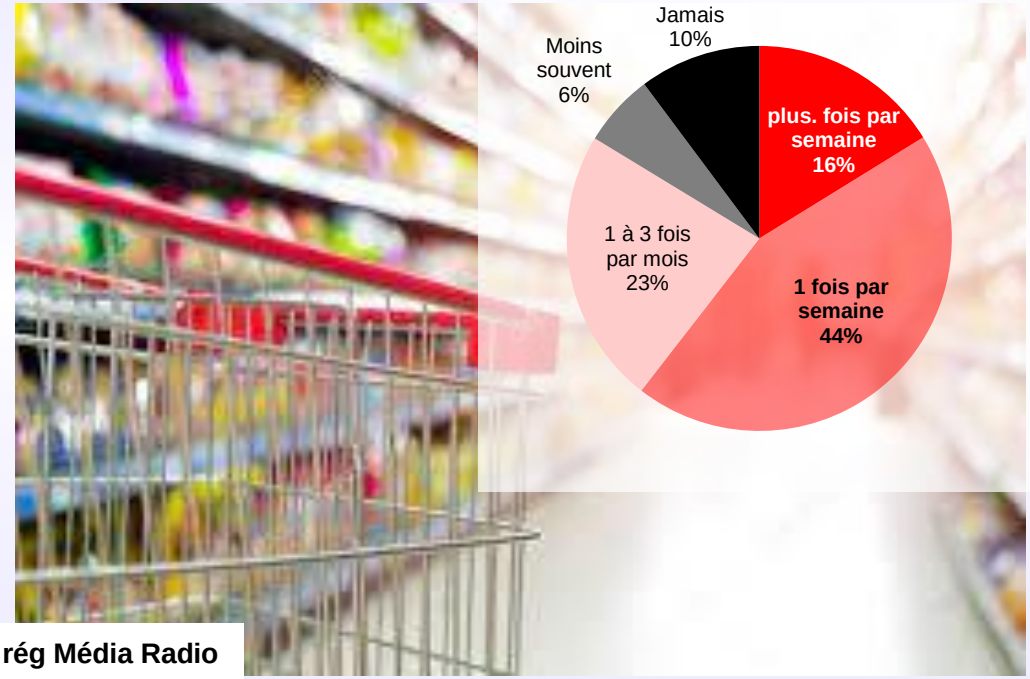
L'auditeur Virgin Radio au quotidien

L'auditeur Virgin Radio et les supermarchés

hypermarchés/ supermarchés fréquentés



Auditeurs Virgin Radio : Fréquence d'achat dans un hypermarché ou un supermarché



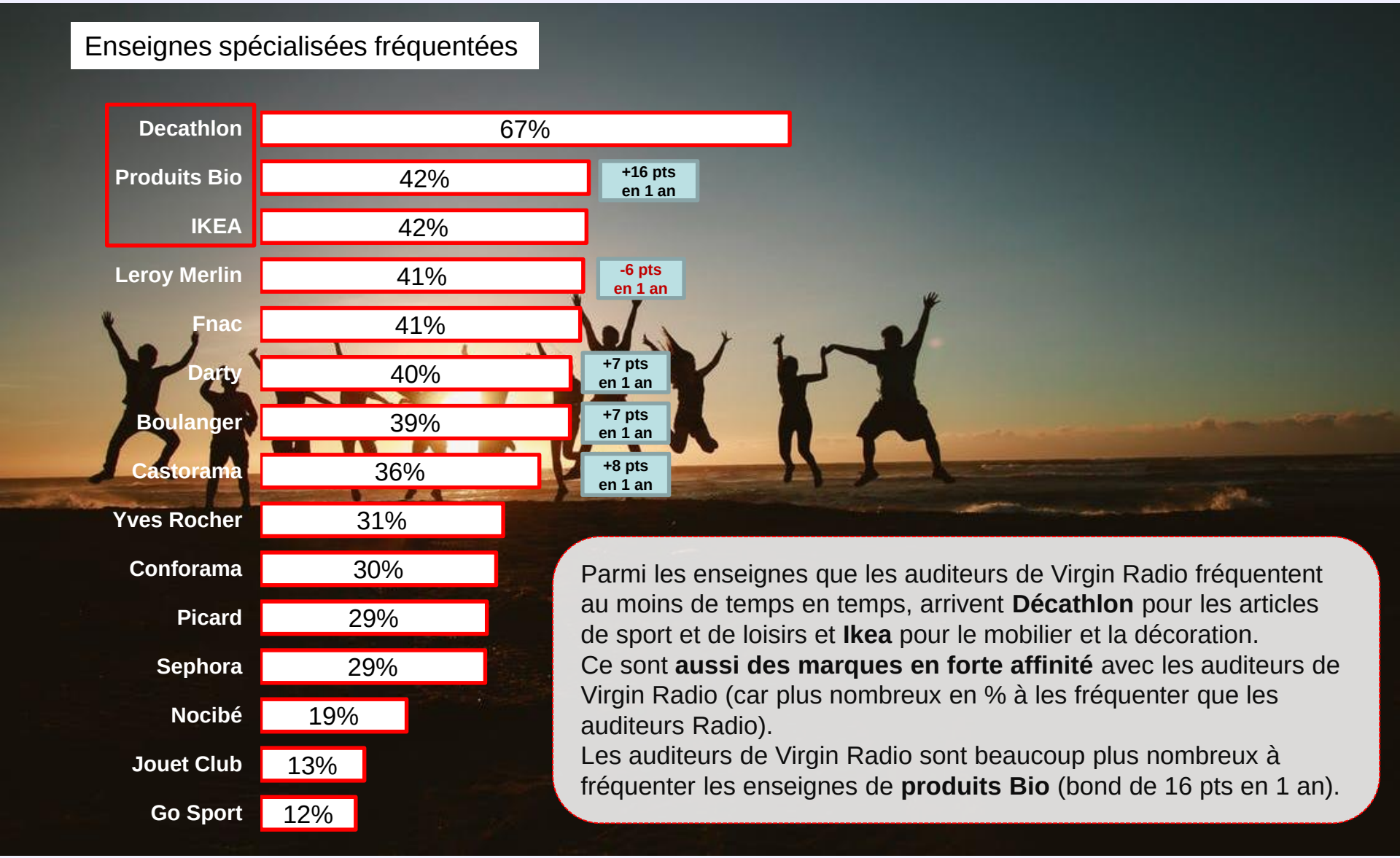
Les auditeurs de Virgin Radio se rendent régulièrement dans les hypermarchés / supermarchés pour faire leurs courses : 60% s'y rendent au moins 1 fois par semaine. Ils sont cependant un peu moins nombreux que l'an passé à les fréquenter plusieurs fois par semaine (16% vs 22% en 2020).
Leclerc, Carrefour et Lidl sont les enseignes fréquentées par le plus grand nombre d'auditeurs Virgin Radio.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio au quotidien

L'auditeur Virgin Radio et les enseignes spécialisées

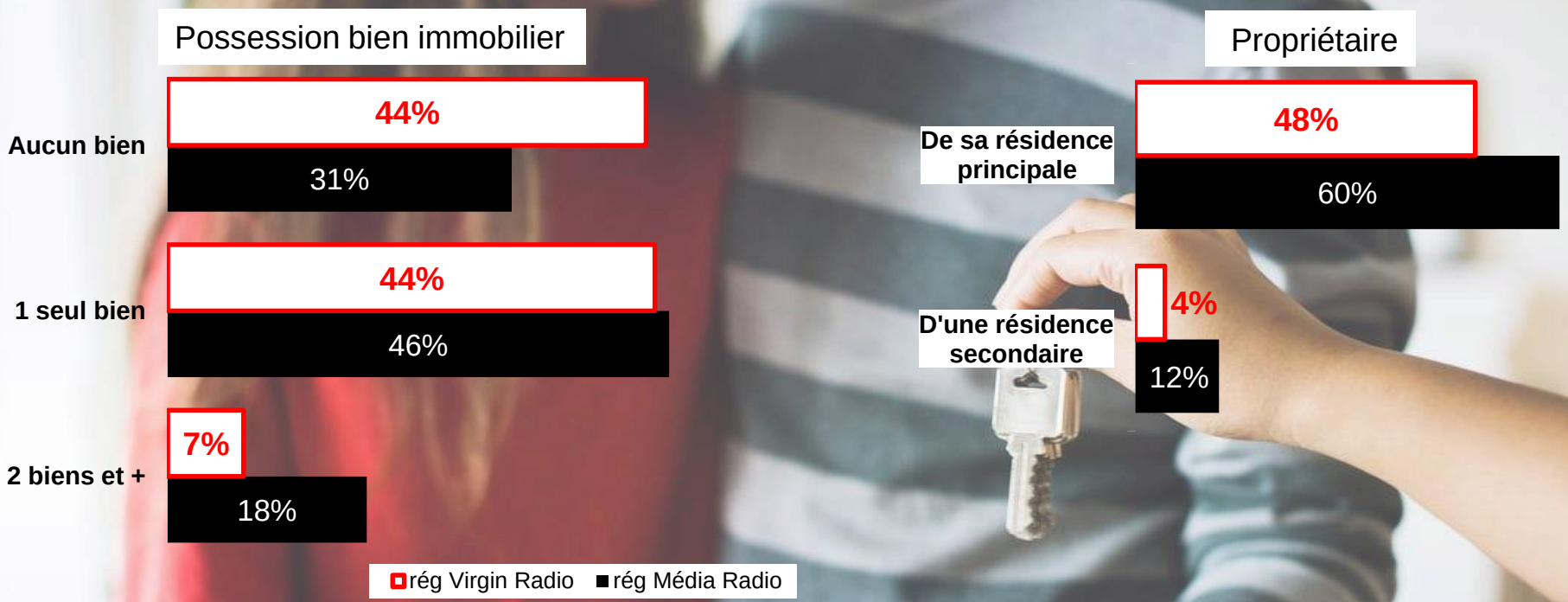
Enseignes spécialisées fréquentées



Parmi les enseignes que les auditeurs de Virgin Radio fréquentent au moins de temps en temps, arrivent **Décathlon** pour les articles de sport et de loisirs et **Ikea** pour le mobilier et la décoration.
Ce sont **aussi des marques en forte affinité** avec les auditeurs de Virgin Radio (car plus nombreux en % à les fréquenter que les auditeurs Radio).
Les auditeurs de Virgin Radio sont beaucoup plus nombreux à fréquenter les enseignes de **produits Bio** (bond de 16 pts en 1 an).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et l’immobilier



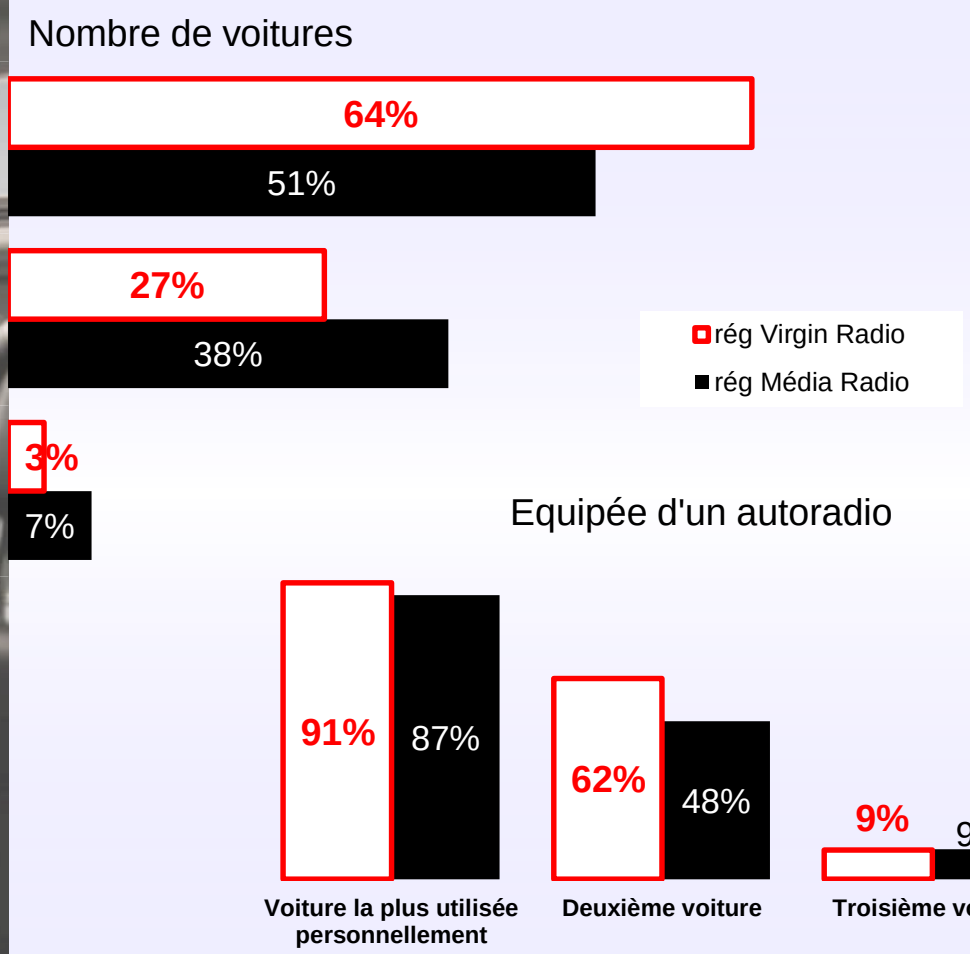
Les auditeurs de Virgin Radio sont potentiellement concernés par le jeu du loyer :

- 44% d’entre eux n’ont aucun bien immobilier et payent très probablement un loyer
- 48% sont propriétaires de leur résidence principale (43% ayant un crédit immobilier)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et la voiture

L’importance de la voiture et de la radio chez l’auditeur Virgin Radio



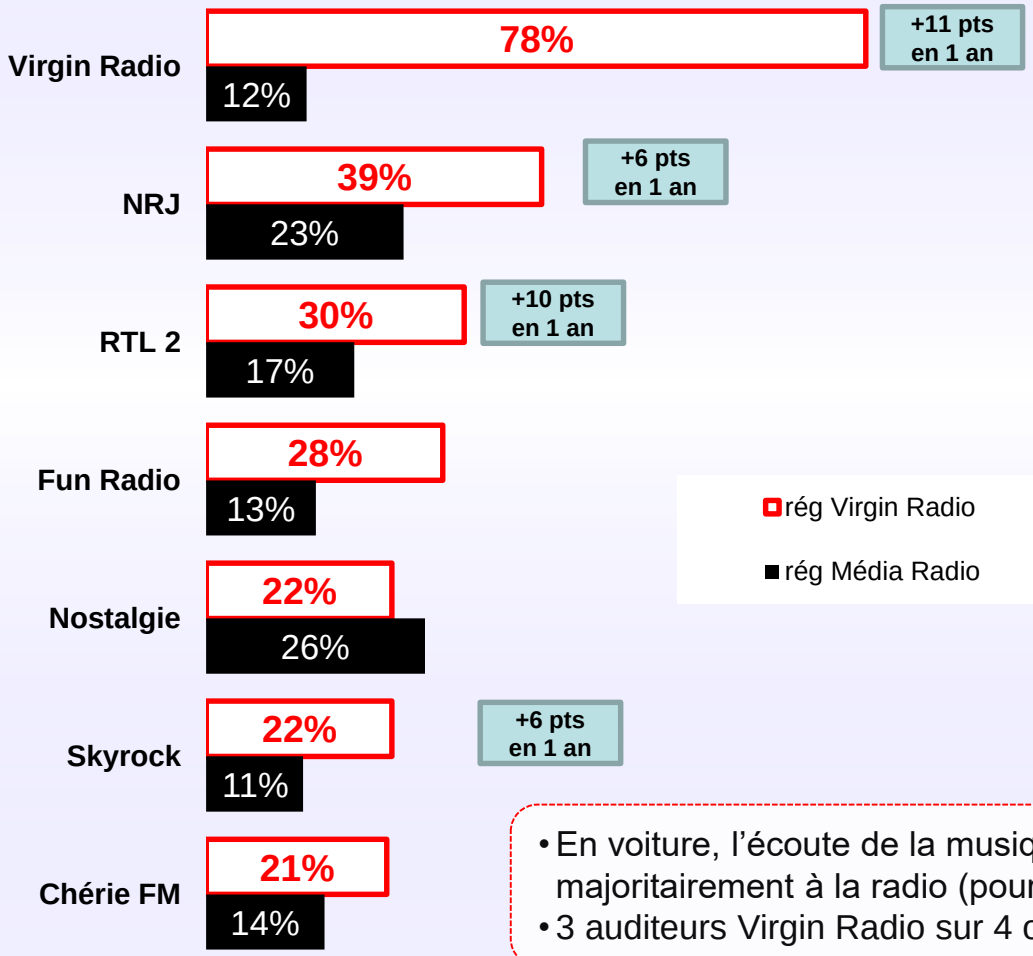
Les auditeurs Virgin Radio sont 64% à posséder 2 voitures et plus.
Leurs voitures sont davantage équipées en autoradio que la moyenne des auditeurs Radio

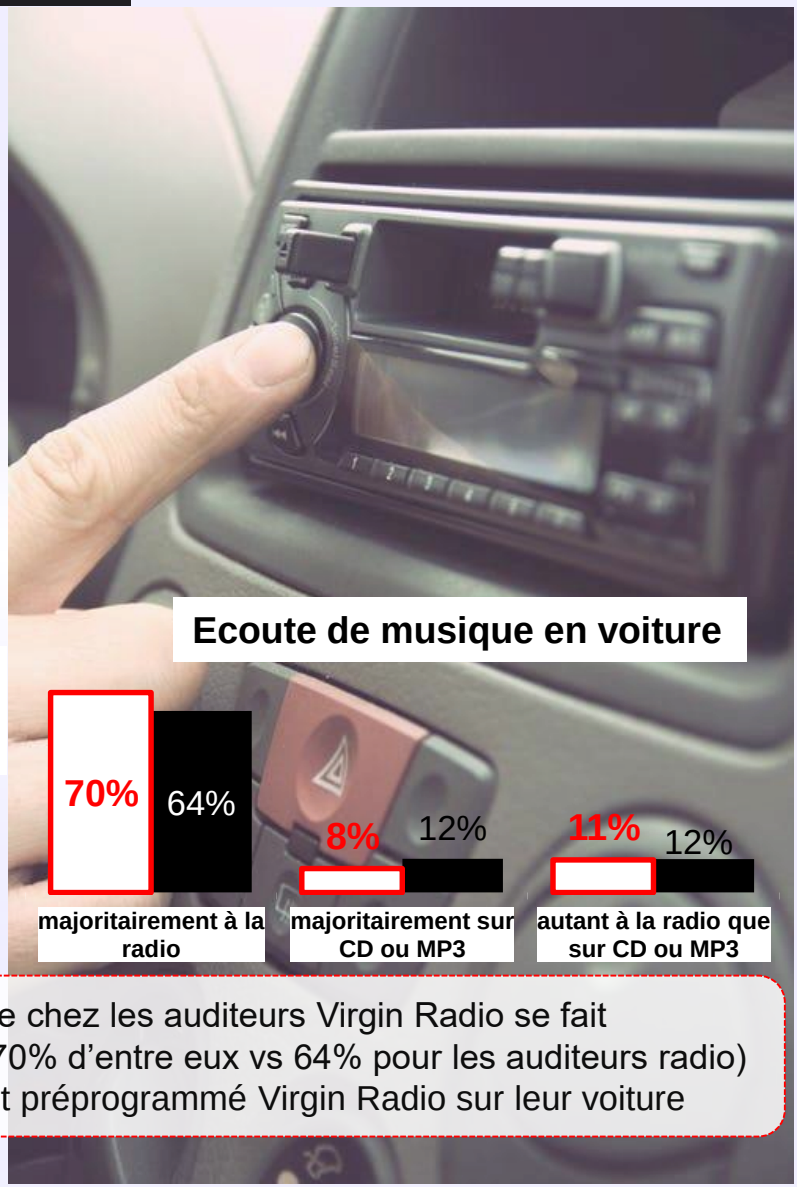
Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et la voiture

L'importance de la voiture et de la radio chez l'auditeur Virgin Radio

Stations préprogrammées sur l'autoradio
de la voiture la plus utilisée personnellement





- En voiture, l'écoute de la musique chez les auditeurs Virgin Radio se fait majoritairement à la radio (pour 70% d'entre eux vs 64% pour les auditeurs radio)
- 3 auditeurs Virgin Radio sur 4 ont préprogrammé Virgin Radio sur leur voiture

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et la voiture

L’auditeur Virgin Radio la voiture pratique

Catégorie de voiture

	Virgin Radio	Média Radio
Berline	26%	25%
Voiture Compact	24%	24%
Break-Monospace	23%	20%
4x4-Jeep-Véhicule tout terrain	3%	4%
Voiture de sport-Coupé-Décapotable	2%	2%

Type d’achat

	Virgin Radio	Média Radio
Achat du vehicule d'occasion	59%	47%
Achat du vehicule neuf	28%	36%

rég Virgin Radio ■ rég Média Radio

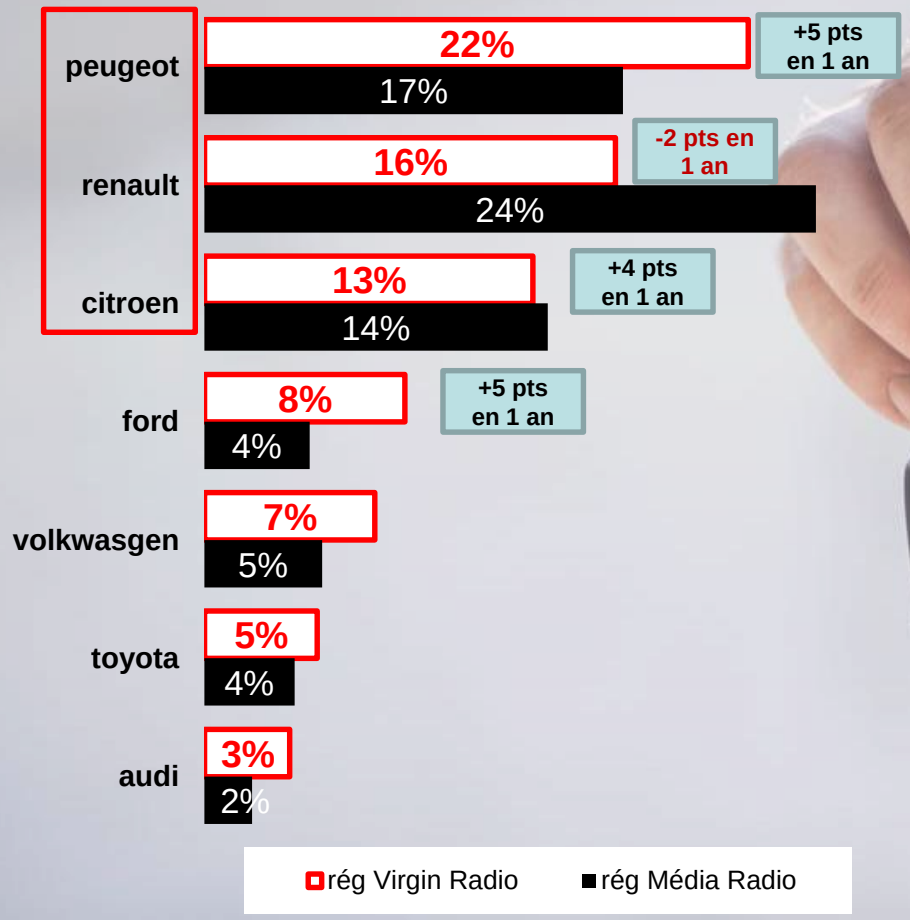
Les auditeurs de Virgin Radio optent davantage pour la **voiture pratique** correspondant mieux à leur rythme de vie. Ils sont plus nombreux à acheter leur **voiture d’occasion (59%)** que neuve (28%).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et la voiture

L’auditeur Virgin Radio privilégie les marques françaises

Marque de la voiture principale



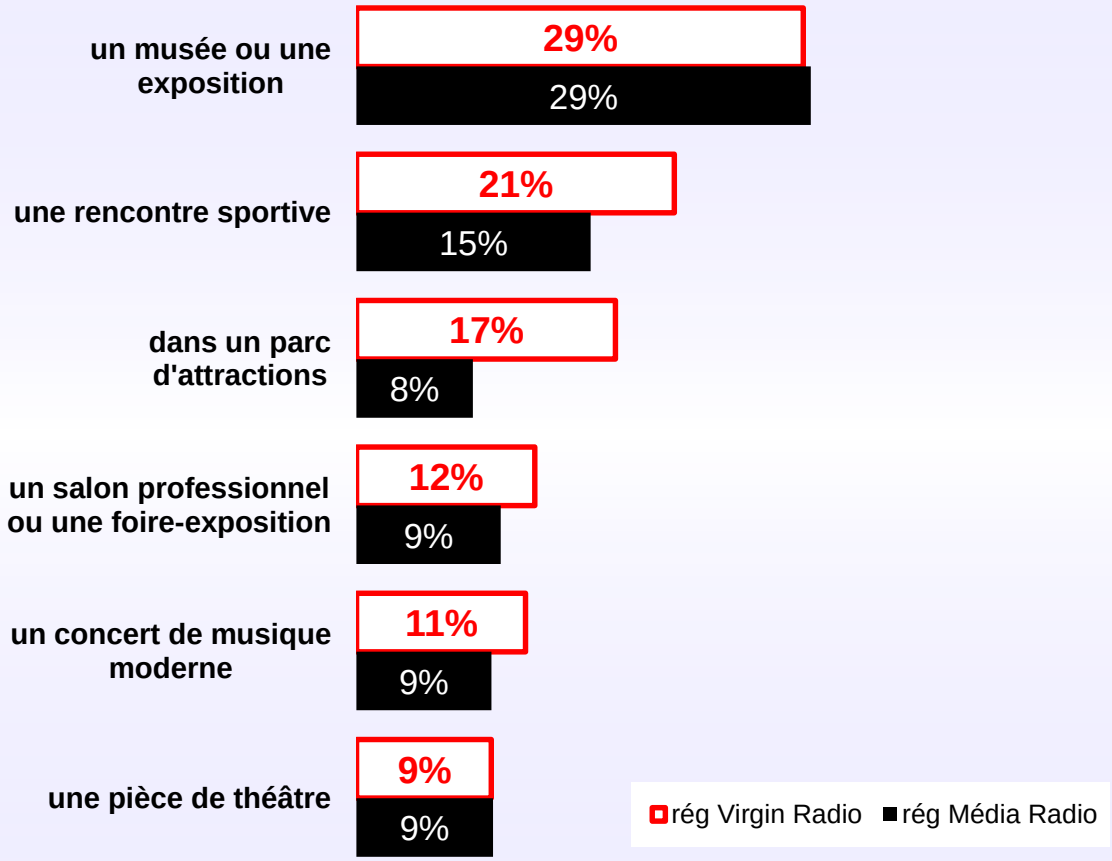
Les auditeurs Virgin Radio roulent en majorité dans des voitures de marque française (Peugeot, Renault, Citroën). Ford et Volkswagen sont leurs marques étrangères préférées.

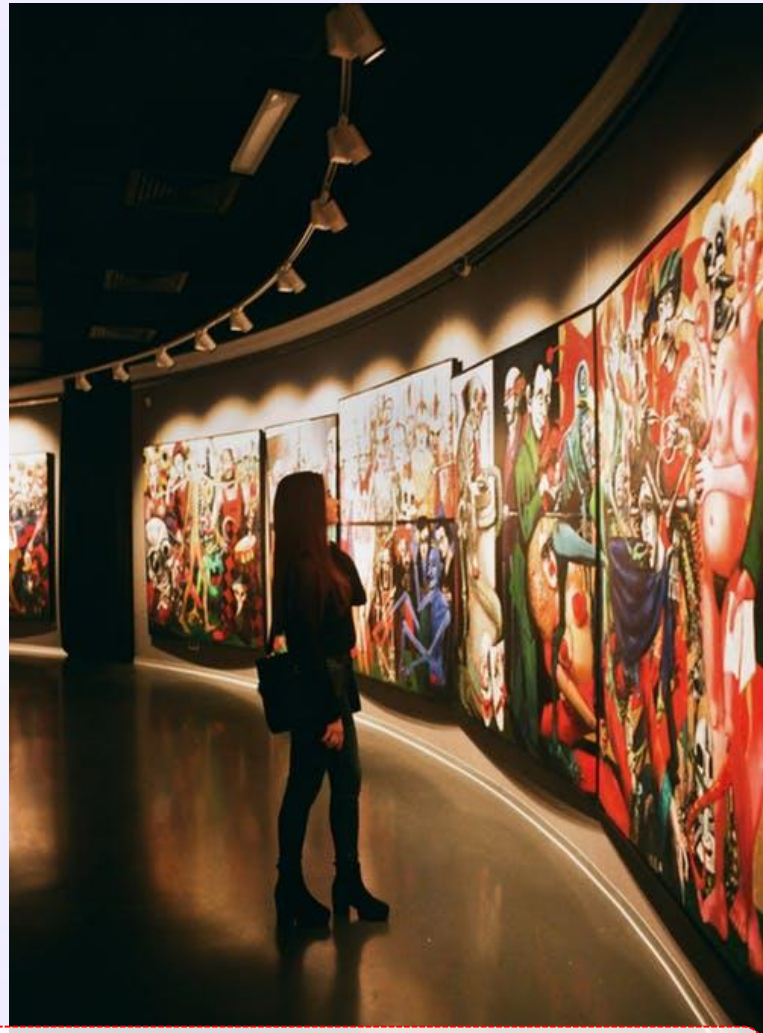
Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio aime les sorties

Est allé plusieurs fois au cours des 12 DM…





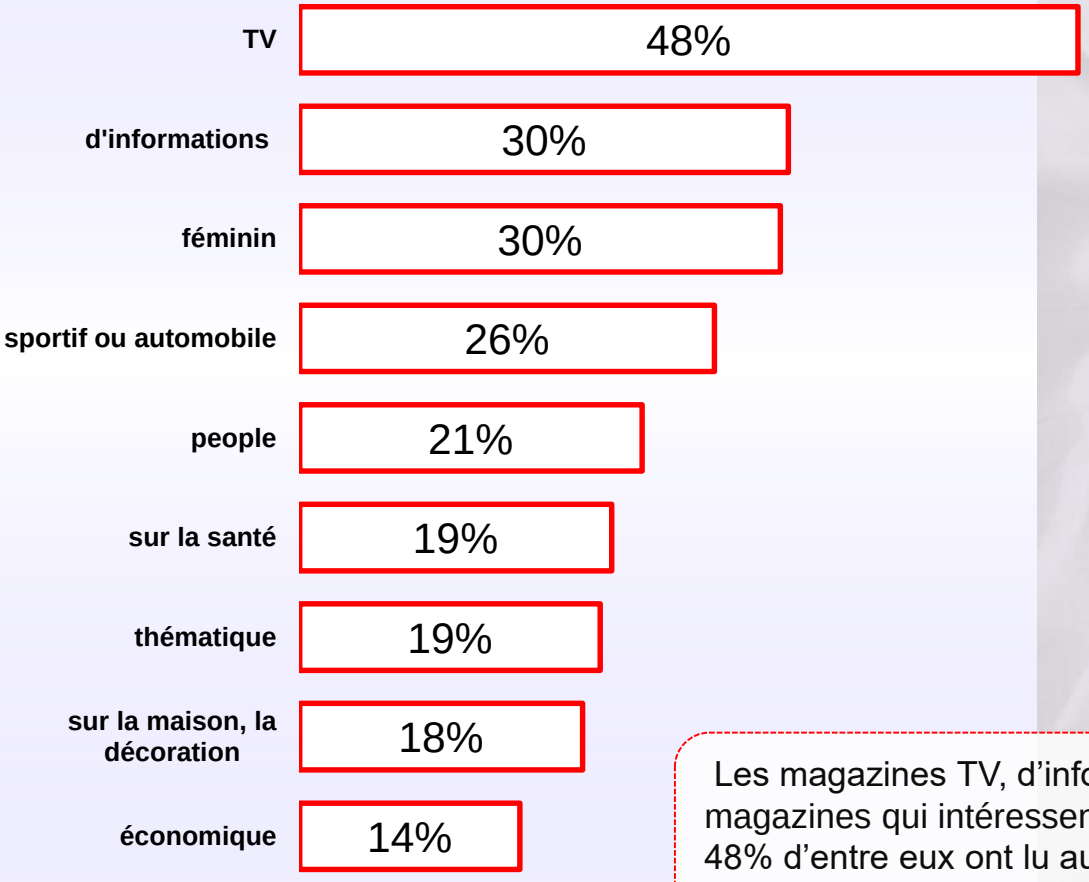
Les auditeurs Virgin Radio sont nombreux à avoir pu visiter les musées. En comparaison des auditeurs de la radio, ils ont une forte appétence pour se rendre à **des rencontres sportives ou dans des parcs d’attractions**.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio consomme la presse magazine

Part des auditeurs Virgin Radio ayant lu un magazine ces 30 derniers jours



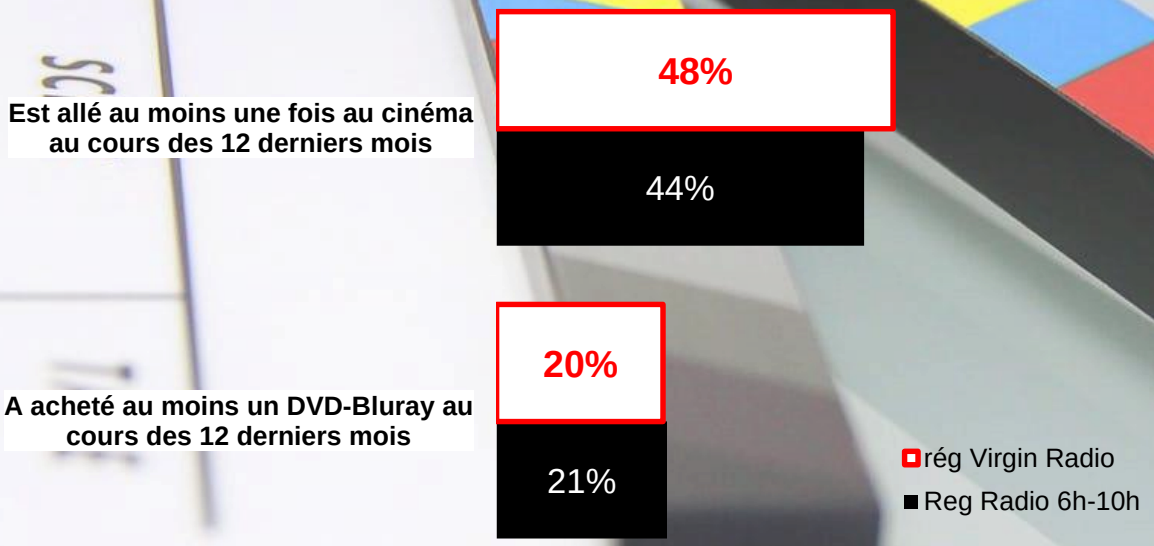
Les magazines TV, d’informations, féminin, sportif ou automobile sont les magazines qui intéressent le plus les auditeurs Virgin Radio.
48% d’entre eux ont lu au moins un magazine TV ces 30 derniers jours, 30% au moins un magazine d’informations.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio freiné dans ses habitudes au cours des 12 derniers mois

Fréquentation de cinémas et achats de DVD

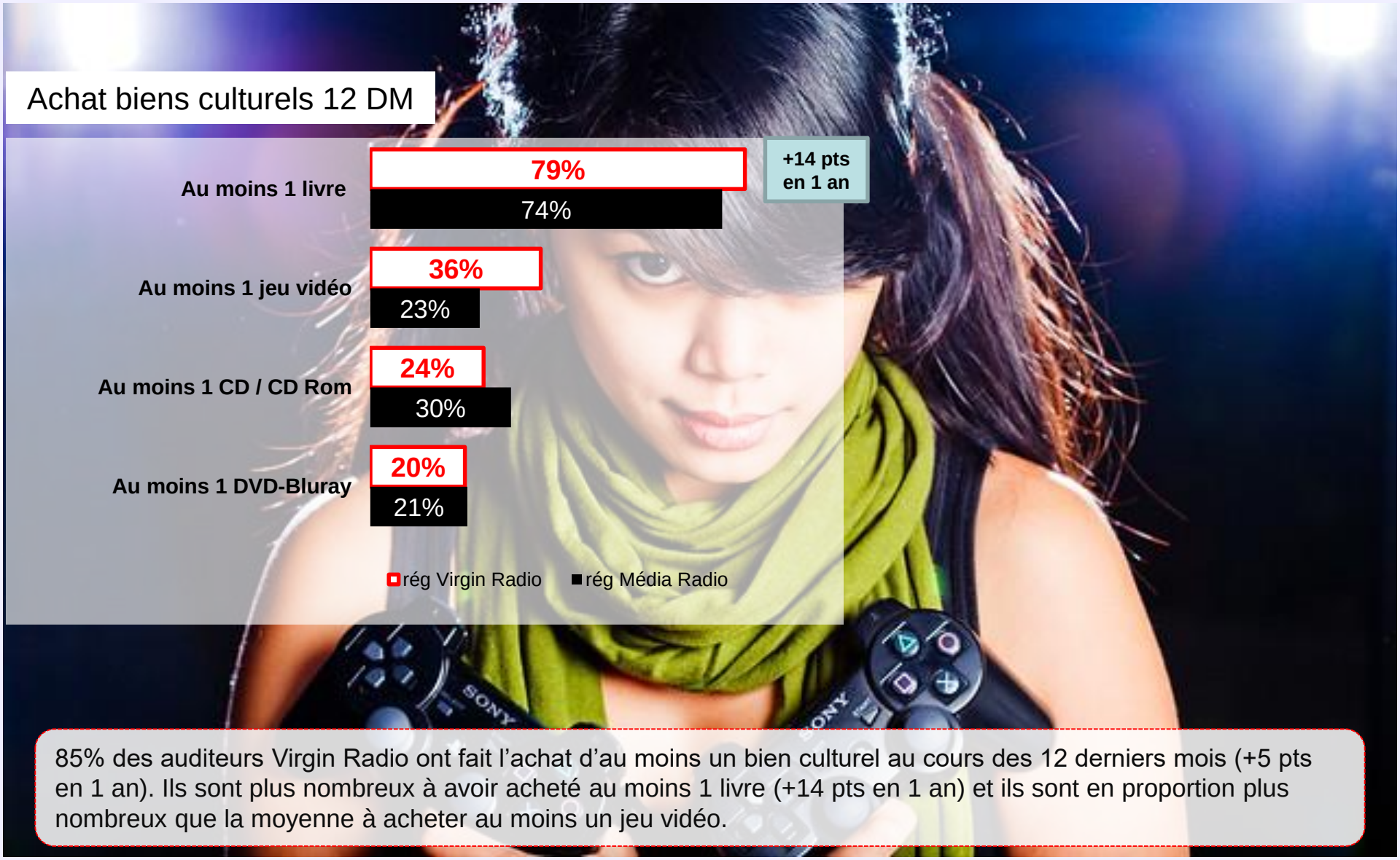


Près d’1 auditeur Virgin Radio sur 2 est allé au cinéma au moins une fois au cours des 12 derniers mois (48% exactement). La longue fermeture des cinémas au cours de l’année a logiquement fait reculer ce chiffre de 30%. 20% d’entre eux ont acheté au moins un DVD-Bluray au cours des 12 derniers mois

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et les loisirs

L'auditeur Virgin Radio s'est davantage intéressé aux livres



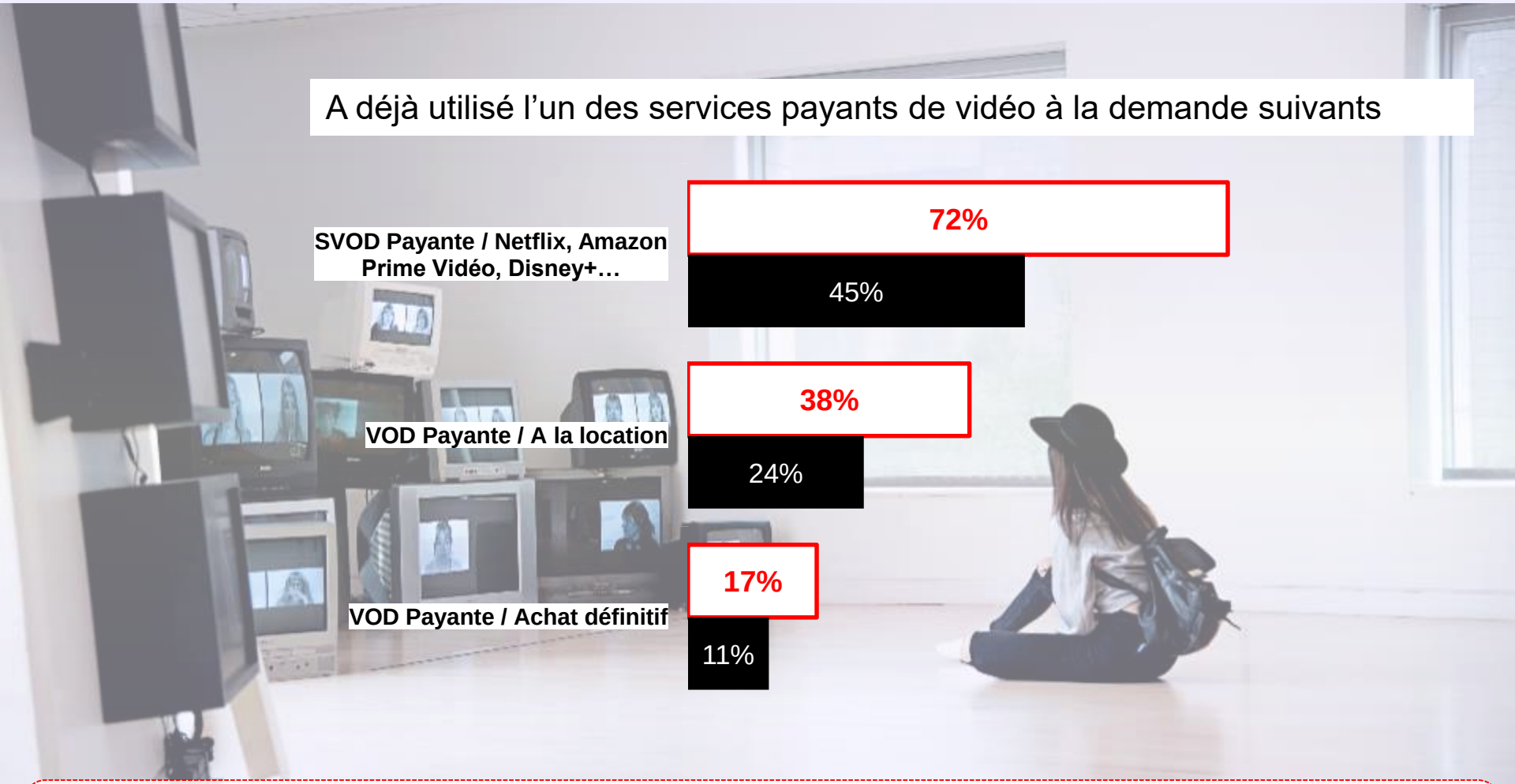
85% des auditeurs Virgin Radio ont fait l'achat d'au moins un bien culturel au cours des 12 derniers mois (+5 pts en 1 an). Ils sont plus nombreux à avoir acheté au moins 1 livre (+14 pts en 1 an) et ils sont en proportion plus nombreux que la moyenne à acheter au moins un jeu vidéo.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio branché sur la VOD payante

A déjà utilisé l’un des services payants de vidéo à la demande suivants

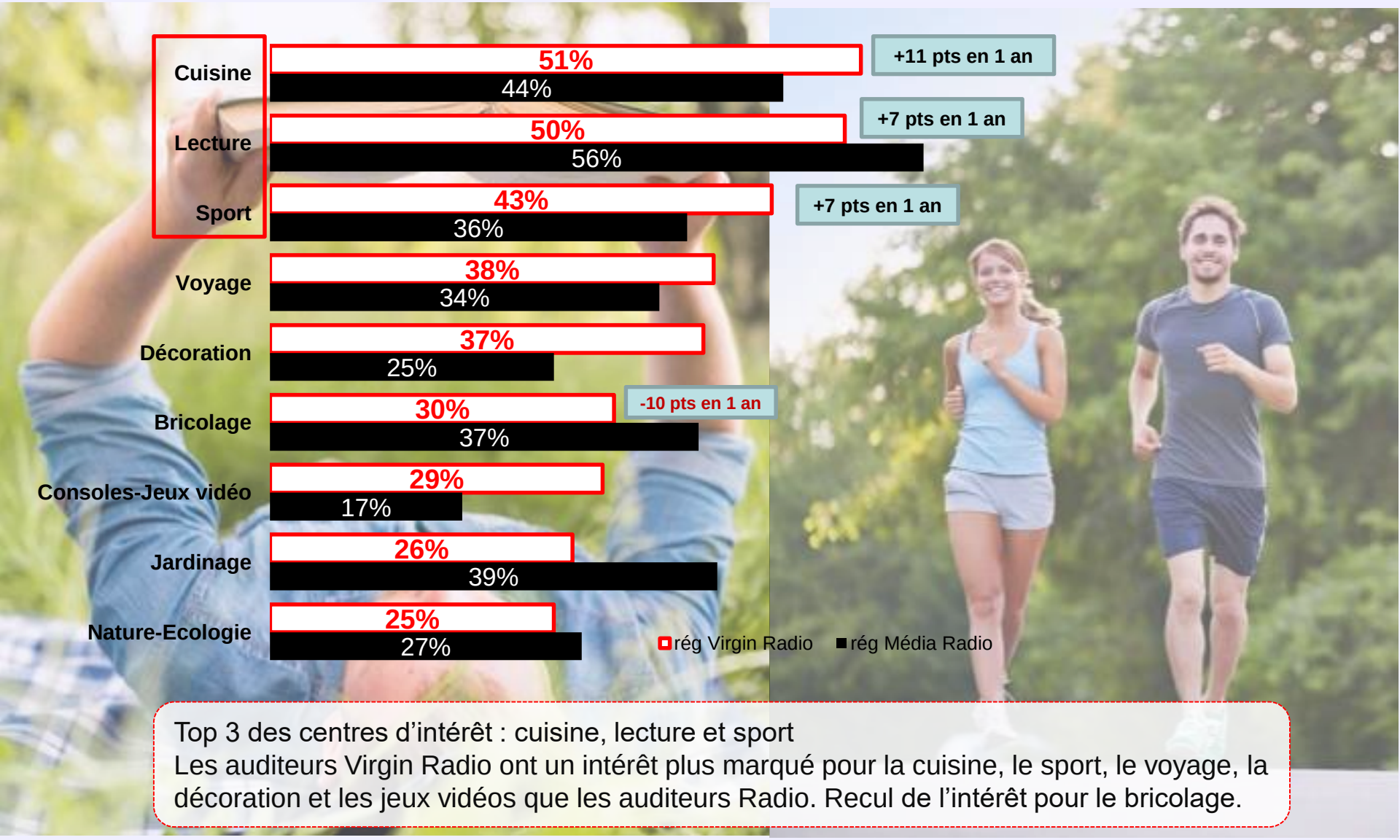


- Les auditeurs Virgin Radio consomment davantage la VOD payante que les auditeurs Radio.
- 72% d’entre eux ont déjà utilisé la SVOD payante (Netlix, Amazon prime vidéo, Disney+…); et même 2 auditeurs sur 3 au cours des 30 derniers jours

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et les loisirs

Les centres d'intérêt des auditeurs de Virgin Radio



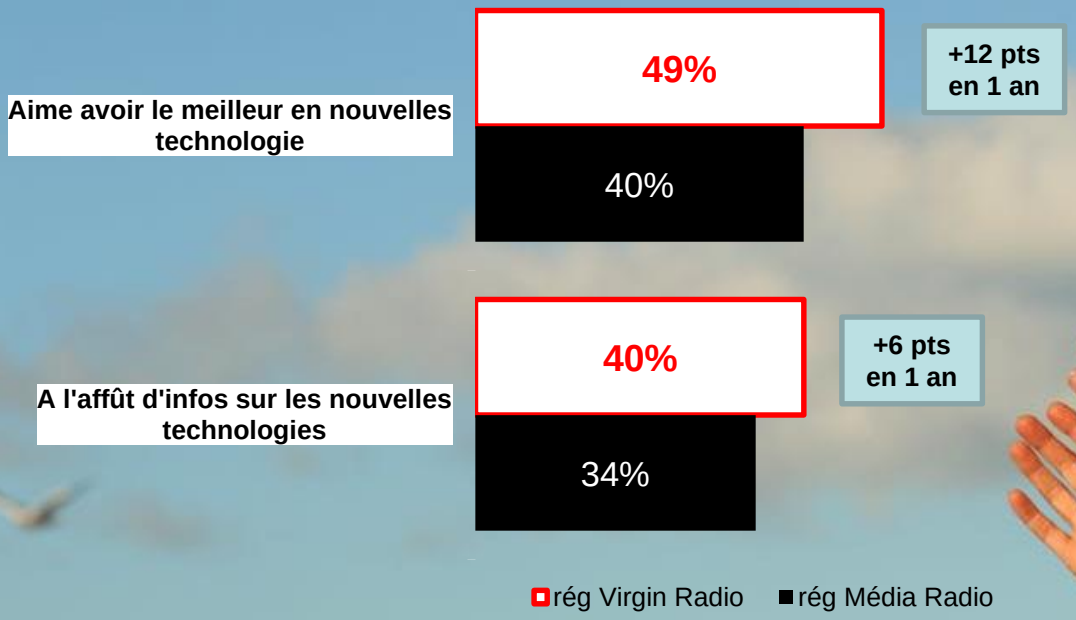
Top 3 des centres d'intérêt : cuisine, lecture et sport
Les auditeurs Virgin Radio ont un intérêt plus marqué pour la cuisine, le sport, le voyage, la décoration et les jeux vidéos que les auditeurs Radio. Recul de l'intérêt pour le bricolage.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio très technophile

D’accord avec les affirmations suivantes



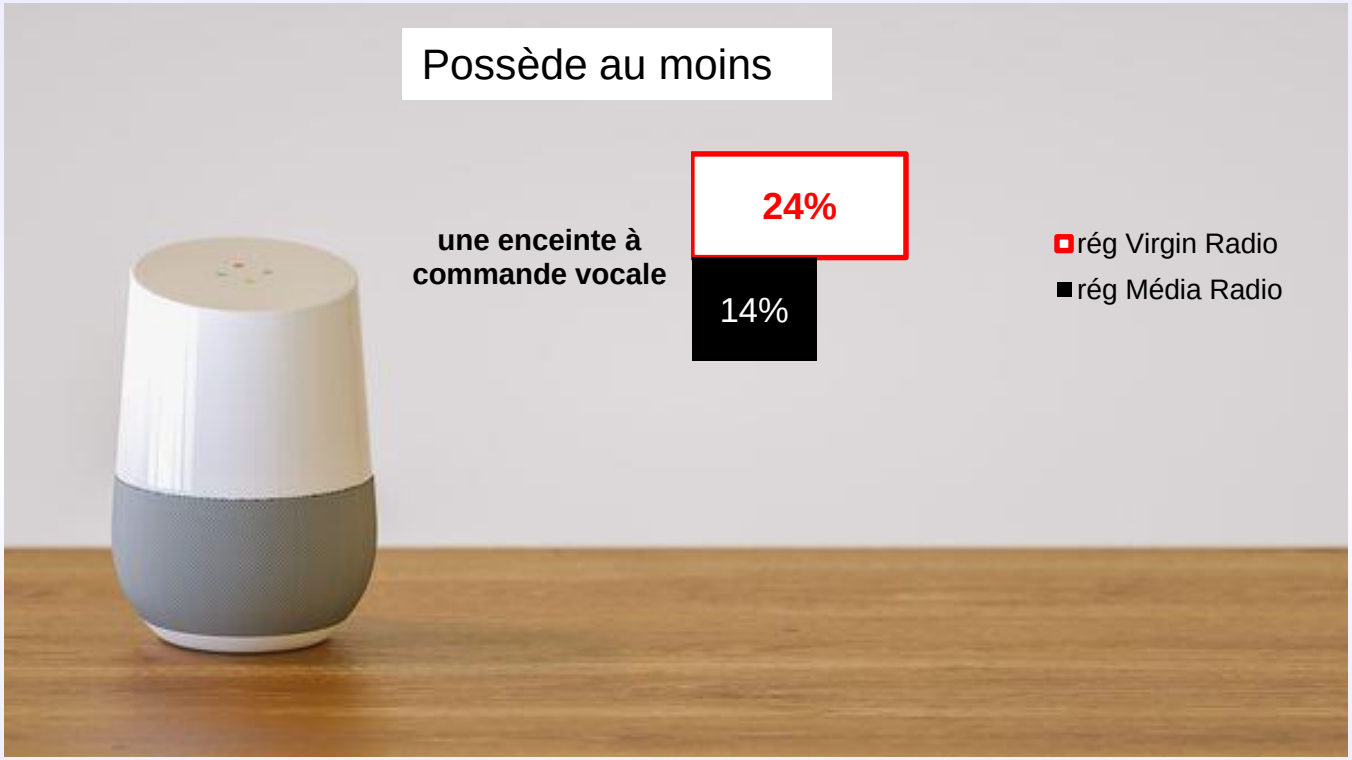
Les auditeurs Virgin Radio sont accros aux nouvelles technologies :

- ils sont exigeants et aiment avoir le meilleur en nouvelles technologies (49%)
- Ils suivent de très près les sorties des nouvelles technologies (40% à l’affût d’infos)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio équipé d’enceinte connectée



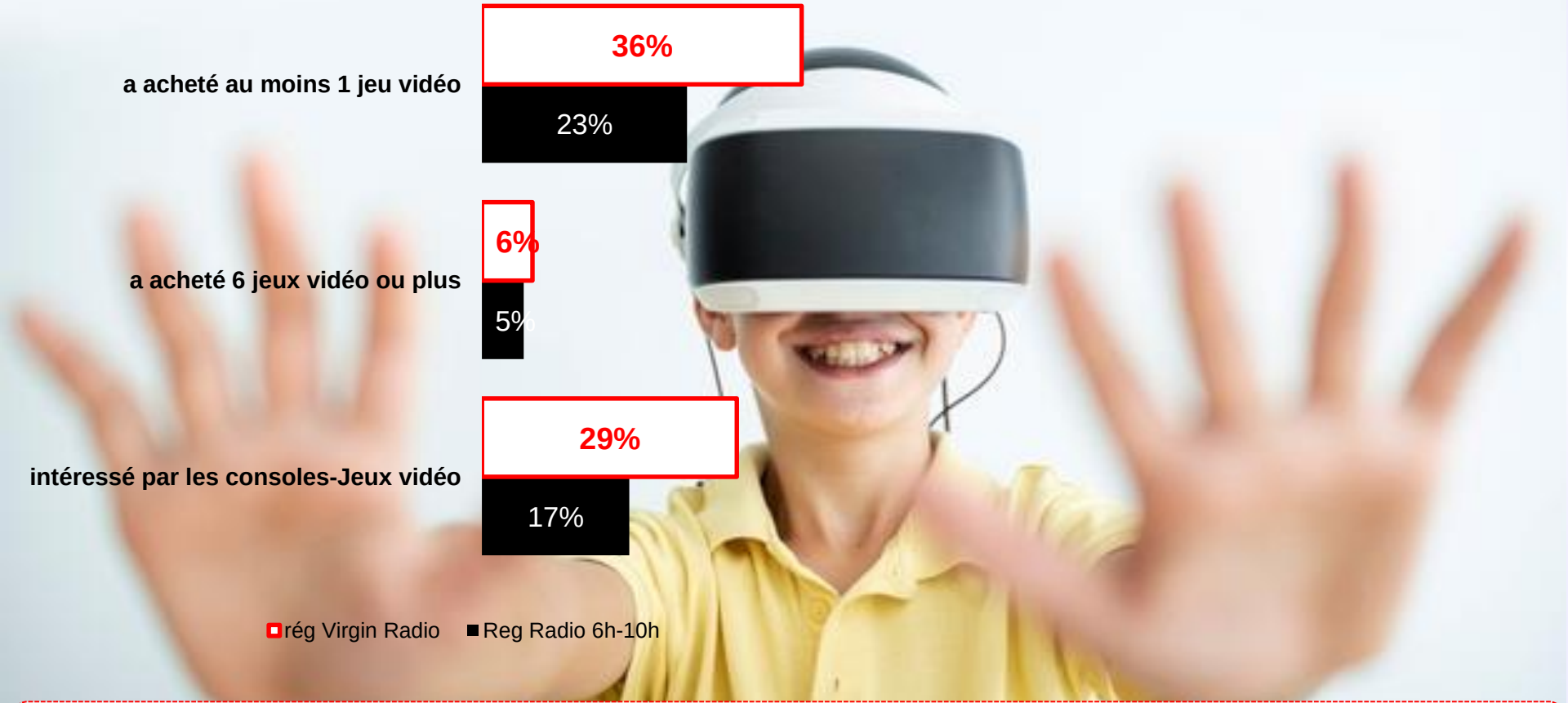
¼ des auditeurs Virgin Radio sont équipés d’enceintes connectées (vs 14% pour les auditeurs du média Radio)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio, un adepte du jeu vidéo

Intérêt et achats de jeux-vidéos

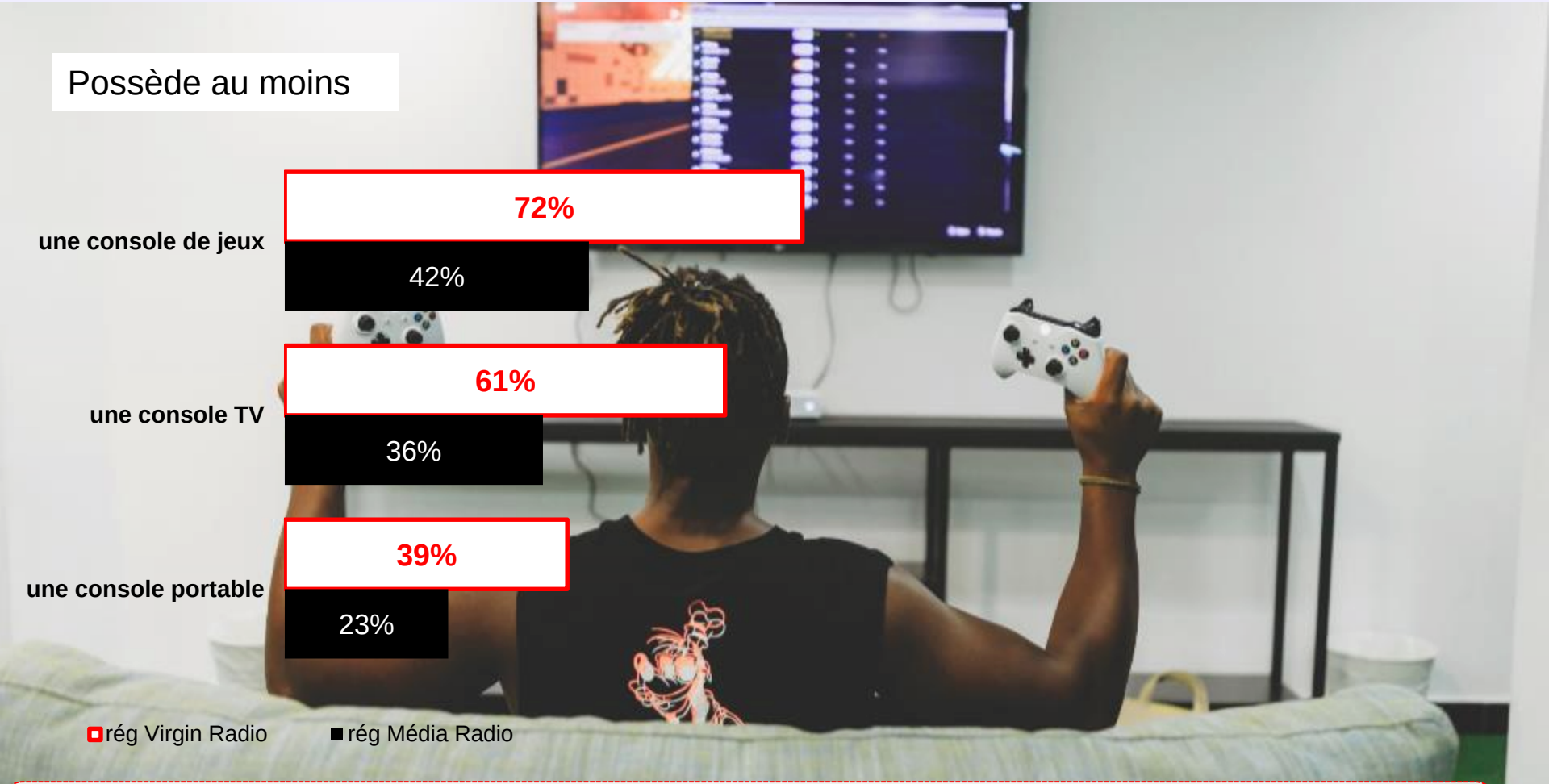


- 36% des auditeurs Virgin Radio ont acheté au moins un jeu vidéo durant ces 12DM (vs 23% des auditeurs Radio).
- 29% citent les consoles-jeux vidéo parmi leurs centres d’intérêts (vs 17% chez les auditeurs Radio).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

L’auditeur Virgin Radio suréquipé en consoles de jeux



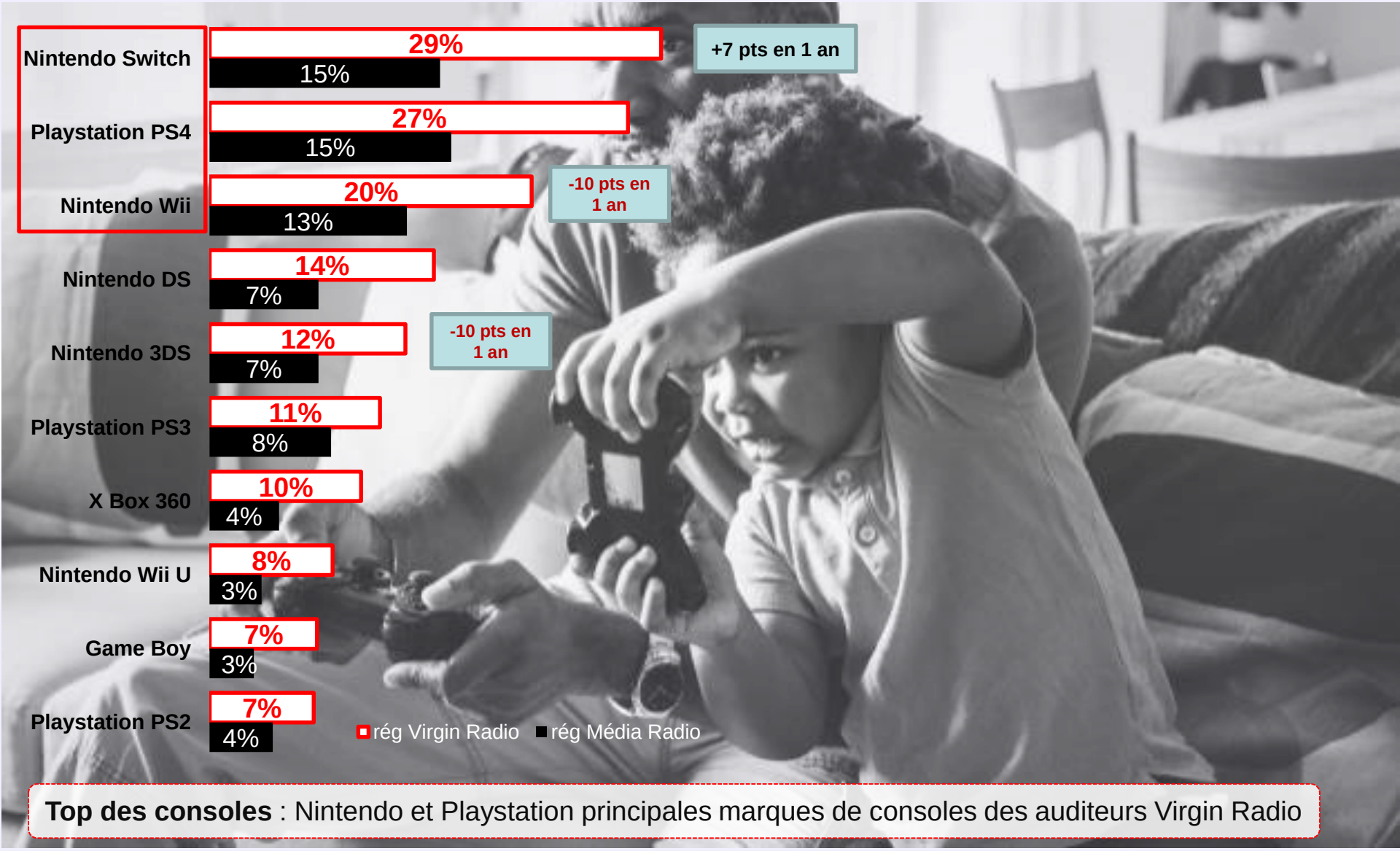
Les auditeurs Virgin Radio sont plus nombreux à être équipés en consoles de jeux vidéos que les auditeurs Radio :

- 72% des auditeurs de Virgin Radio possèdent au moins une console de jeux (vs 42% des auditeurs Radio)
- 61% d’entre eux ont au moins une console TV et 39% au moins une console portable

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

Le top 10 des consoles chez l’auditeur Virgin Radio



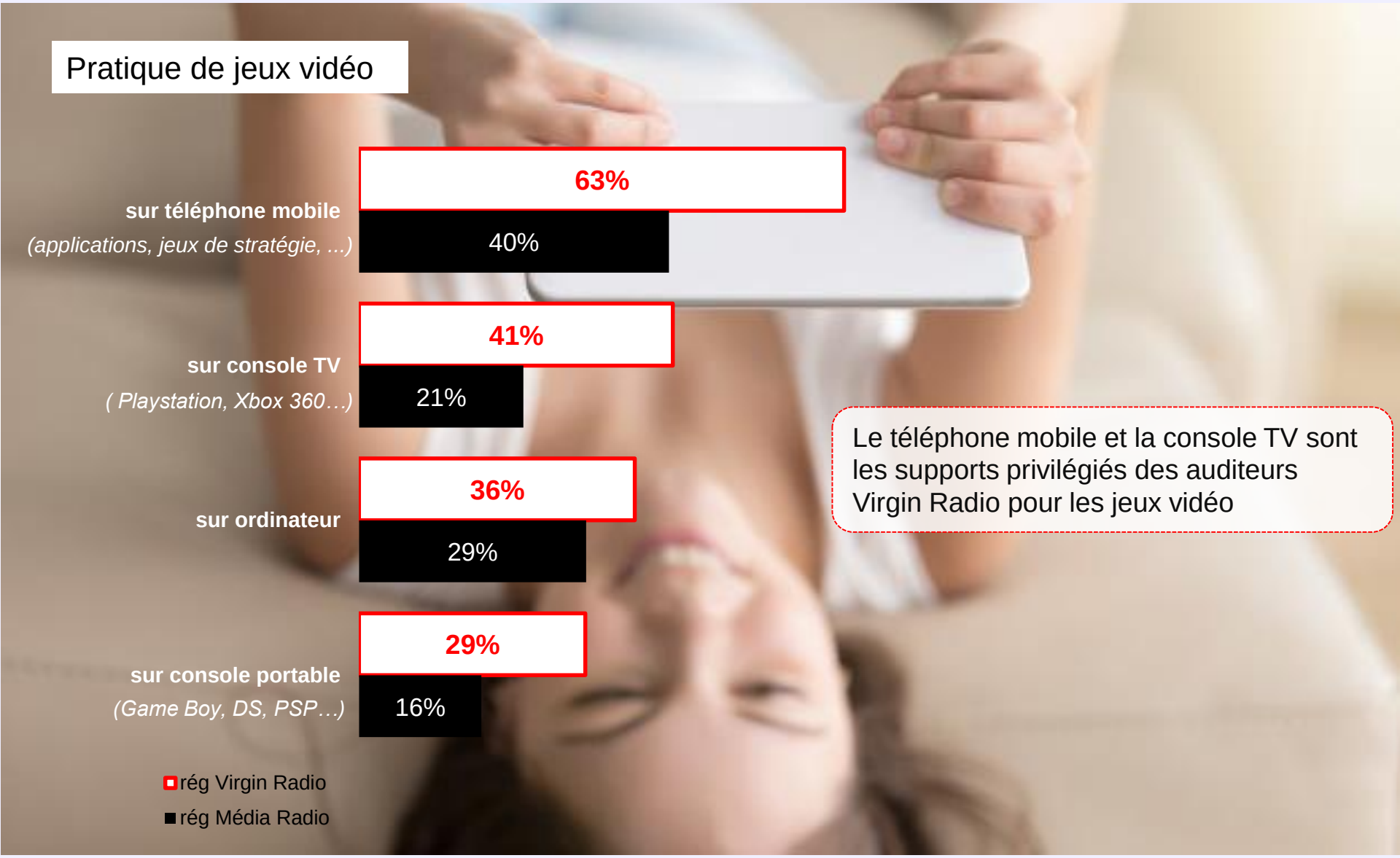
Top des consoles : Nintendo et Playstation principales marques de consoles des auditeurs Virgin Radio

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et les loisirs

L'auditeur Virgin Radio joue sur tous les supports

Pratique de jeux vidéo



Le téléphone mobile et la console TV sont les supports privilégiés des auditeurs Virgin Radio pour les jeux vidéo

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les loisirs

Un joueur assidu sur le téléphone mobile

Pratique assidue de jeux vidéo
Tous les jours ou presque + Trois ou quatre fois par semaine

sur téléphone mobile *(applications, jeux de stratégie, ...)*	**41%**
sur ordinateur	**11%**
sur console TV *(Playstation, Xbox 360…)*	**10%**
sur console portable *(Game Boy, DS, PSP…)*	**7%**

rég Virgin Radio

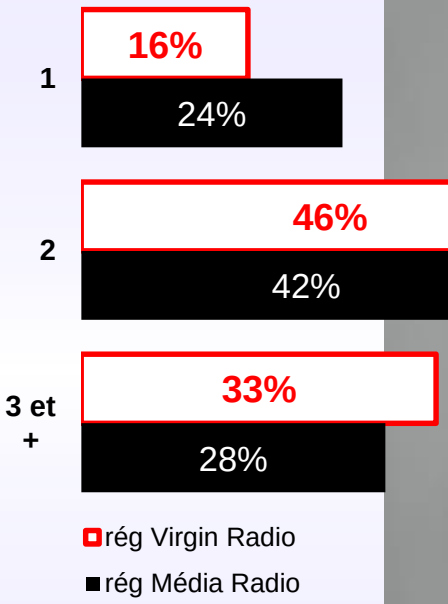
Le téléphone mobile est le support sur lequel les auditeurs du Virgin Radio jouent le plus assidûment aux jeux vidéo.
41% d’entre eux jouent sur téléphone mobile au moins trois ou quatre fois par semaine (11% sur ordinateur; 10% sur console TV)

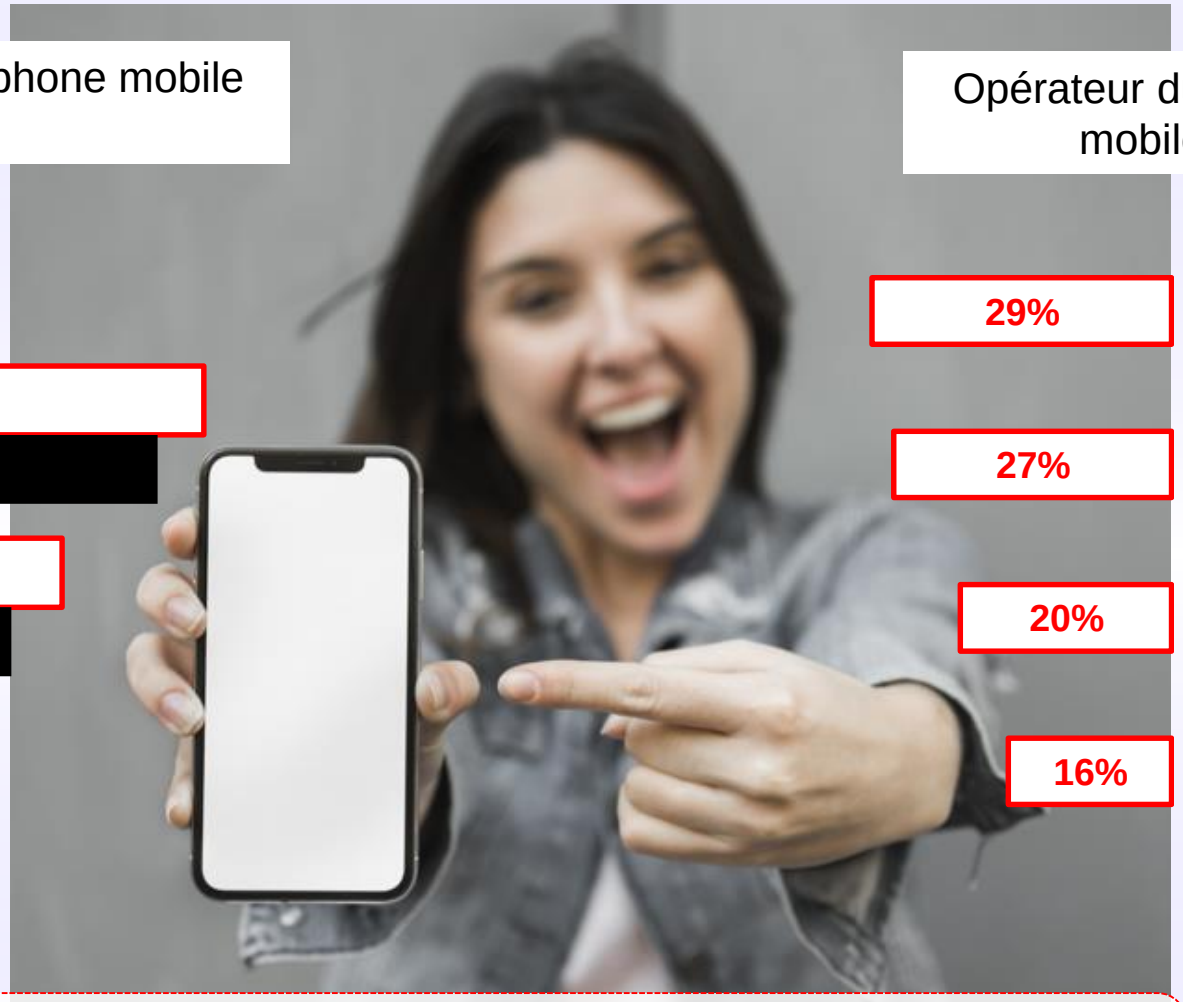
Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et le téléphone mobile

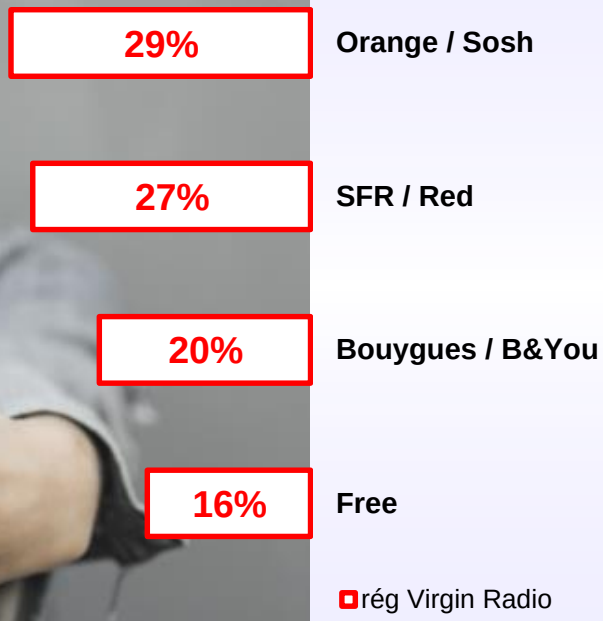
L’auditeur Virgin Radio suréquipé en téléphones mobiles

Equipement de téléphone mobile dans le foyer





Opérateur du téléphone mobile personnel



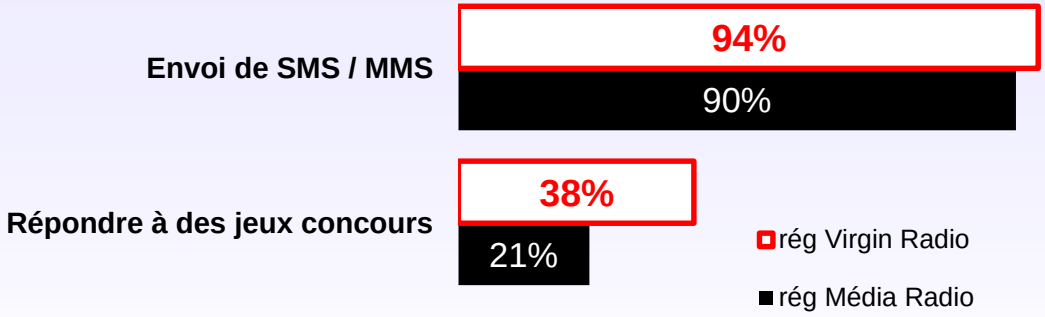
94% des auditeurs Virgin Radio possèdent un téléphone mobile
Leur foyer est équipé de 2 téléphones mobiles et plus (79%)
Le prix du forfait est la 1ère motivation de leur choix d’opérateur (59%; +15 points en 1 an)

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

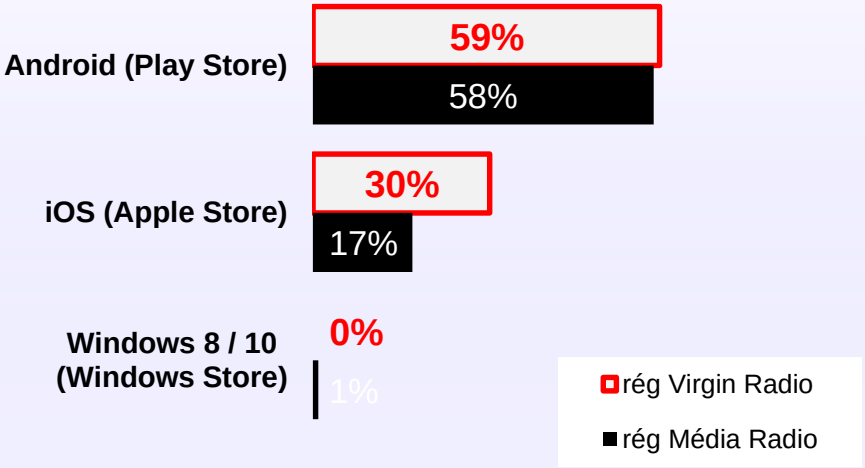
L’auditeur Virgin Radio et le téléphone mobile

L’auditeur Virgin Radio actif sur mobile

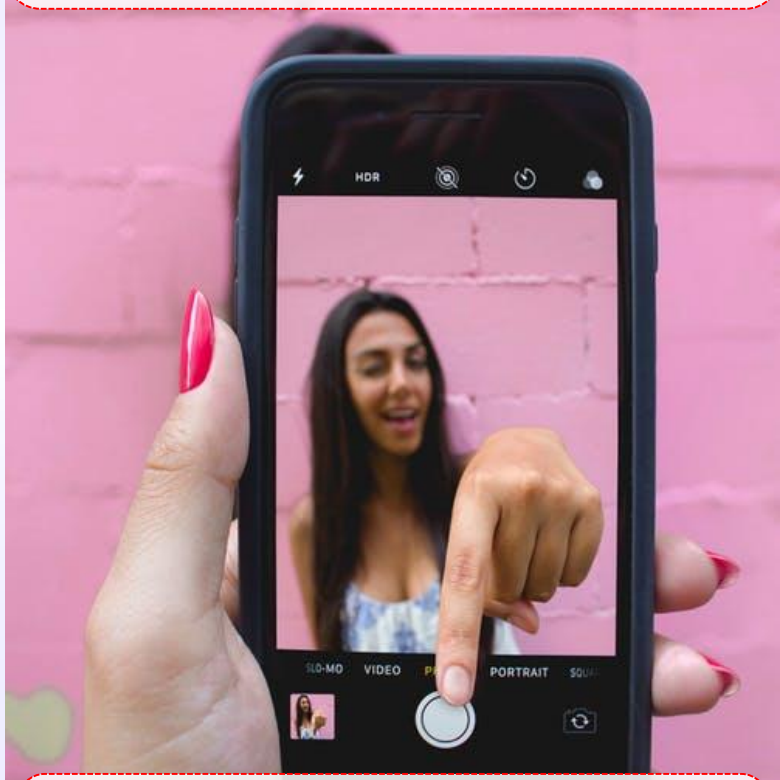
Usage du téléphone mobile



Système d'exploitation du téléphone mobile



Les auditeurs Virgin Radio sont plus nombreux à répondre à des jeux concours via leur téléphone mobile (38% vs 21%). Ils sont aussi plus nombreux qu’il y a un an (+12 pts).



Android et IOS sont les principaux système d’exploitation du téléphone mobile des auditeurs Virgin Radio.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et internet

L’auditeur Virgin Radio a un abonnement internet du foyer avec téléphone fixe, télévision (et aussi avec téléphone mobile)

Abonnement internet du foyer

Avec téléphone fixe	85%
Avec télévision	77%
Avec téléphone mobile	46%

FAI utilisés dans leur foyer pour se connecter à Internet

Orange - Sosh	29%
SFR - Numéricable	27%
Free	24%
Bouygues Telecom	18%

rég Virgin Radio

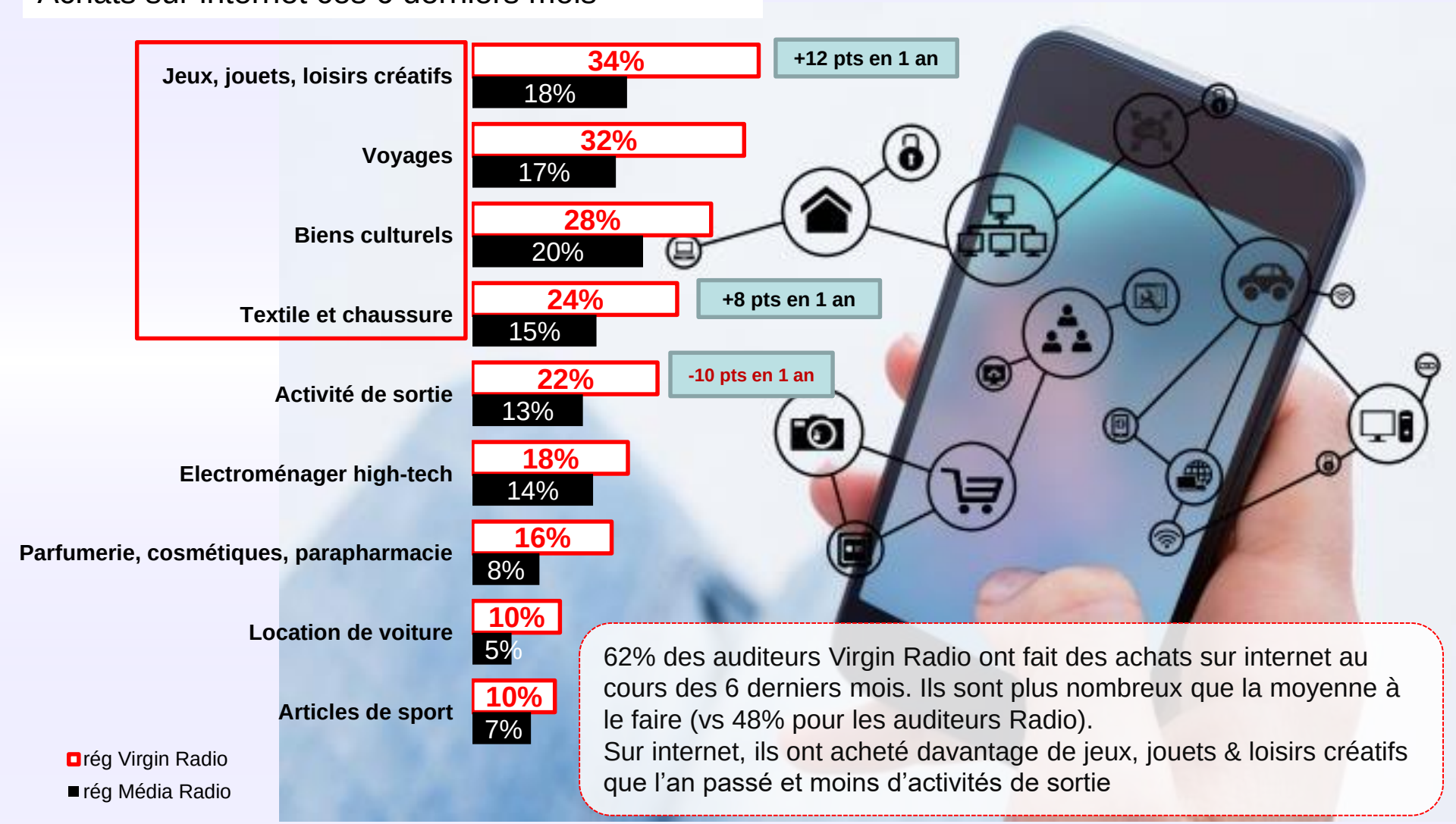
94% des auditeurs du Virgin Radio disposent d’un accès internet à domicile. Orange, SFR et Free sont leurs principaux fournisseurs d’accès à internet.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et internet

Un consommateur connecté

Achats sur internet ces 6 derniers mois



62% des auditeurs Virgin Radio ont fait des achats sur internet au cours des 6 derniers mois. Ils sont plus nombreux que la moyenne à le faire (vs 48% pour les auditeurs Radio).
Sur internet, ils ont acheté davantage de jeux, jouets & loisirs créatifs que l'an passé et moins d'activités de sortie

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et les voyages

L’auditeur Virgin Radio aime voyager

Au moins 1 voyage au cours des 12 DM
(hors raisons professionnelles)

Rappels :
- Achats de voyages sur internet 6DM (32%)
- Le voyage fait partie des centres d’intérêt (38%)

en France	78%	-7 pts en 1 an
en Europe	24%	-17 pts en 1 an
hors d'Europe	9%	-7 pts en 1 an

rég Virgin Radio

Les restrictions ont limité les possibilités de voyages en 2020/2021 (net recul des voyages en 1 an).
Malgré cela, 3 auditeurs Virgin Radio sur 4 ont fait au moins 1 voyage en France au cours des 12 derniers mois.
Près d’1 auditeur sur 4 a voyagé au moins une fois en Europe et près d’1 auditeur sur 10 hors d’Europe.

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et les voyages

Les auditeurs Virgin Radio partent en vacances surtout en été

Période des vacances 12 derniers mois

En été	69%	
Hors été et hiver	24%	-15 pts en 1 an
En hiver, à la montagne	17%	
En hiver, au soleil	6%	

Mode de transport pour les vacances

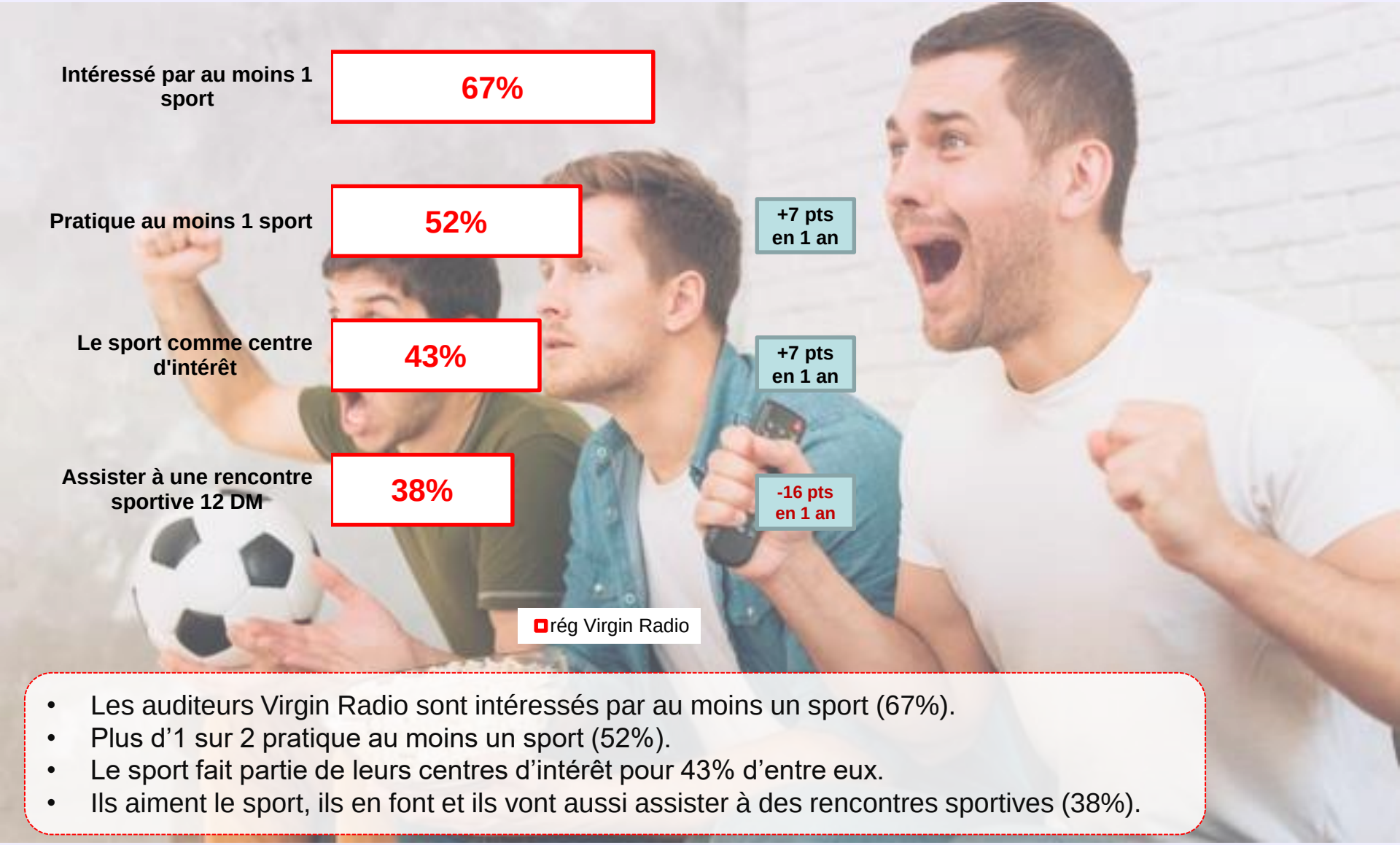
Voiture	75%	
Train	26%	
Avion	22%	-11 pts en 1 an
Bateau	6%	

- 3 sur 4 auditeurs Virgin Radio sont partis en vacances au cours des 12 derniers mois.
- L'été est la principale période des vacances pour 69% d'entre eux (stable en 1 an). 24% d'entre eux partent également hors vacances été et hiver (-15 pts en 1 an).
- Et pour partir en vacances, ils privilégient d'abord la voiture (75%), le train (26%) et l'avion (22%; en net recul du fait des restrictions).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L’auditeur Virgin Radio et le sport

L’auditeur Virgin Radio aime le sport



Intéressé par au moins 1 sport	67%	
Pratique au moins 1 sport	52%	+7 pts en 1 an
Le sport comme centre d'intérêt	43%	+7 pts en 1 an
Assister à une rencontre sportive 12 DM	38%	-16 pts en 1 an

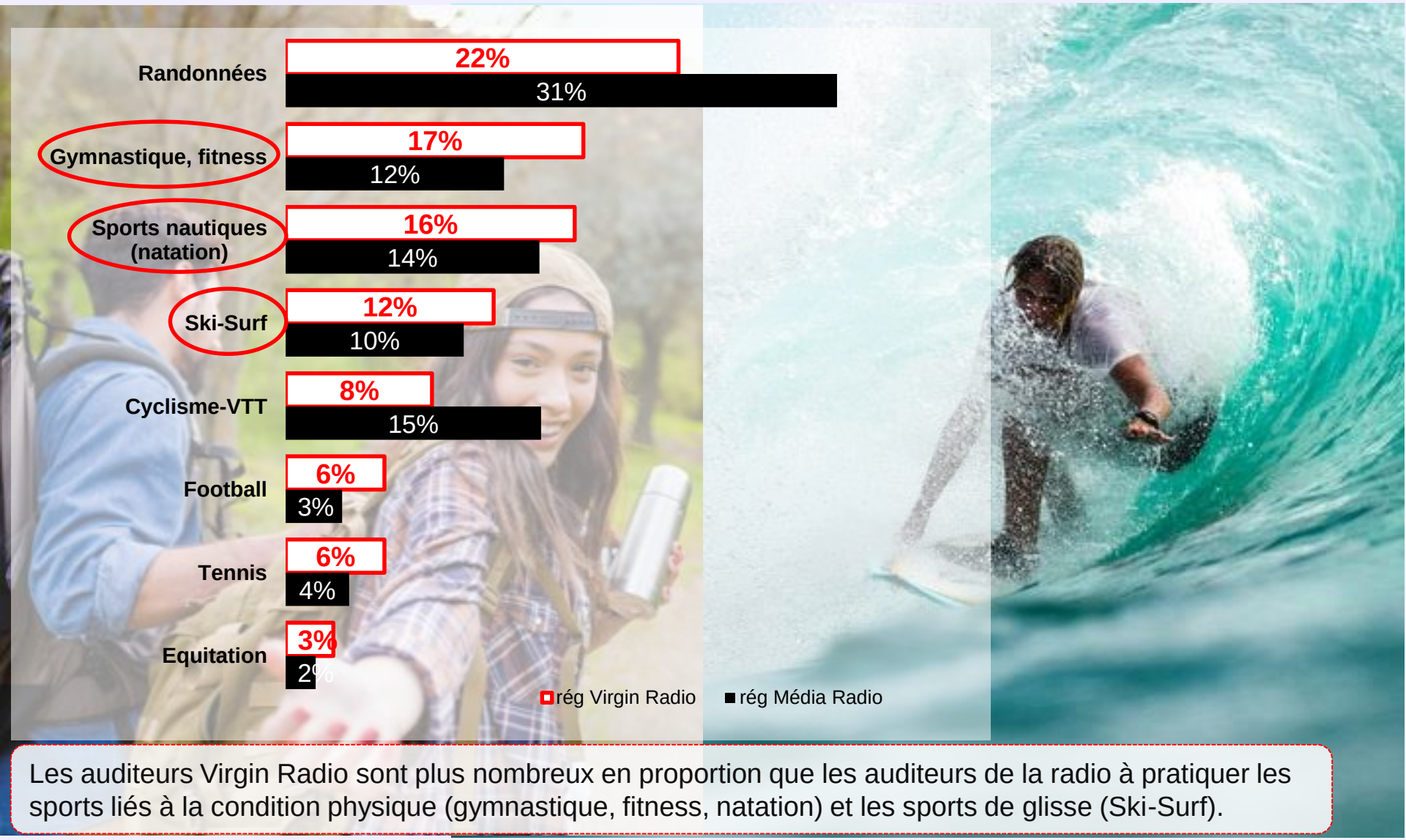
rég Virgin Radio

- Les auditeurs Virgin Radio sont intéressés par au moins un sport (67%).
- Plus d’1 sur 2 pratique au moins un sport (52%).
- Le sport fait partie de leurs centres d’intérêt pour 43% d’entre eux.
- Ils aiment le sport, ils en font et ils vont aussi assister à des rencontres sportives (38%).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et le sport

Les sports pratiqués par les auditeurs Virgin Radio

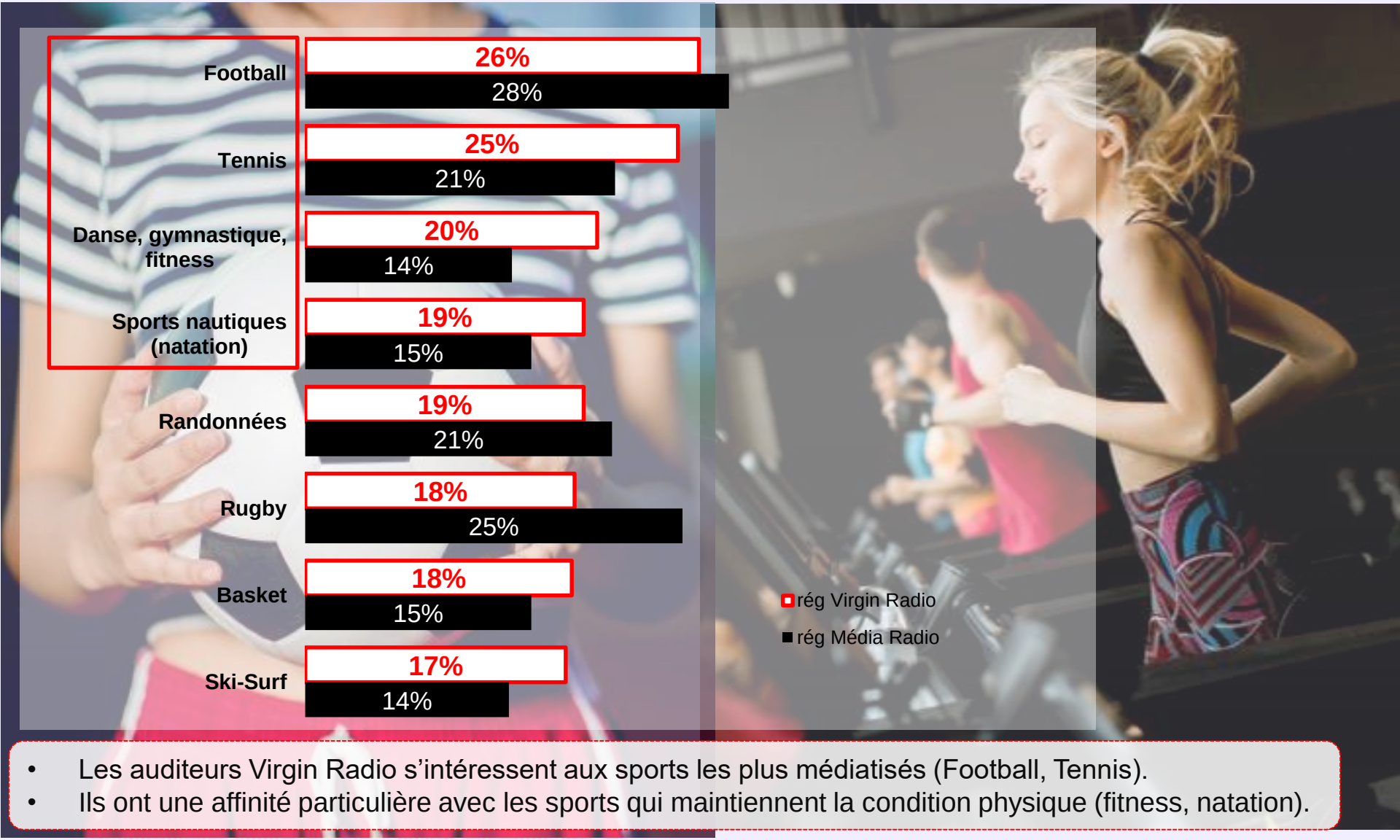


Les auditeurs Virgin Radio sont plus nombreux en proportion que les auditeurs de la radio à pratiquer les sports liés à la condition physique (gymnastique, fitness, natation) et les sports de glisse (Ski-Surf).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio

L'auditeur Virgin Radio et le sport

Les sports qui intéressent les auditeurs Virgin Radio



- Les auditeurs Virgin Radio s'intéressent aux sports les plus médiatisés (Football, Tennis).
- Ils ont une affinité particulière avec les sports qui maintiennent la condition physique (fitness, natation).

Source: Panel 2020-2021 – Lundi/Vendredi 15 jours Audience cumulée en structure - 13 ans et +
Cibles auditeurs réguliers 5h/24h : de Virgin Radio et du média Radio