



10 | 2023

« LES FRANÇAIS·E·S & LE PODCAST NATIF »

5ÈME ÉDITION
DU BAROMETRE



HAVAS Paris



Gaîté Lyrique



1018 PERSONNES INTERROGÉES

dont 218 auditeur·ice·s hebdo de podcasts natifs (issus d'un échantillon national représentatif de la population française 18-64 ans et d'un sur-échantillon d'auditeur·ice·s de podcasts natifs).

Représentativité assurée par la méthode des quotas, sur les critères de sexe, âge, CSP, région et taille d'agglomération.



RECUEIL ONLINE

DU 11 AU 24 AOÛT 2023

SYNTHESE DES ENSEIGNEMENTS

LES FRANÇAIS.E.S PLUS QUE JAMAIS À LÉCOUTE

À quelques jours de l'ouverture de la 6ème édition du Paris Podcast Festival à la Gaité Lyrique, la 5ème édition de l'étude CSA/ HavasParis dévoile son baromètre 2023 du rapport des Français.e.s au podcast natif. L'enquête observe comme chaque année l'évolution de l'écoute de podcasts natifs en France, et la place qu'il prend dans le quotidien des auditeur.ice.s. Cette année, les résultats sont significatifs : avec une nette hausse des écoutes sur un an, le podcast natif n'est plus une simple tendance culturelle mais s'installe comme une véritable pratique culturelle dans nos vies. Les auditeur.ice.s plébiscitent la "conversation" dans tous les sens du terme.

LE PODCAST NATIF : UNE PRATIQUE INSTALLÉE

Les résultats du baromètre CSA/Havas Paris sont sans appel : la notoriété du podcast natif progresse, 40% des personnes interrogées disent désormais savoir ce qu'est un podcast natif, contre 31% en 2022. En découle une hausse significative de la part d'auditeurs (+5 points), avec 37% d'auditeur.ice.s en France en 2023 au sein du panel, et une nette évolution dans la typologie de public : le podcast attire de nouveaux profils, notamment plus de femmes et de personnes entre 50 et 64 ans.

Les Français.e.s écoutent plus de podcasts mais aussi plus longtemps : 1/3 des sondés écoutent des podcasts pendant plus de 30 minutes, contre 1/4 seulement en 2022.

Le podcast s'affirme comme le média de la déconnexion, comme le déclarent 81% des sondé.e.s, à l'abri d'un monde souvent décrit comme brutal et violent.

MÉDIA DE LA CONVERSATION ÉCLAIRÉE EN 2023

Le format conversationnel s'impose parmi les formats préférés des auditeur.ice.s du panel, plébiscité à 81%, en évolution de 10 points par rapport en 2022. Les auditeur.ice.s aiment écouter les conversations mais aussi créer un lien personnel avec les podcasteur.ice.s : 63% des auditeur.ice.s hebdomadaires les suivent sur les réseaux sociaux et interagissent avec leurs contenus.

Si l'écoute de podcasts est une pratique encore majoritairement solitaire (73%, stable sur un an), elle donne aussi lieu à de réelles conversations, notamment auprès des cercles amicaux des auditeur.ice.s de podcast. 73% des auditeur.ice.s hebdomadaires déclarent parler des podcasts écoutés avec au moins un.e proche, et des ami.e.s dans 36% des cas. Au même titre que les livres ou les séries, le podcast est devenu l'objet de recommandations dans les conversations amicales, et nourrit un dialogue dans la vie quotidienne.

En résumé, le baromètre 2023 témoigne du retour à l'essence de la promesse du podcast : se reconnecter à soi, avec une écoute solitaire et attentive, tout en créant du lien avec les autres.

MÉDIA DE LA RELATION ET DE LA CONFIANCE

Le podcast fait désormais partie intégrante de la vie de ses auditeur.ice.s et incarne également pour 88% d'entre eux.elles le média de la confiance, devant les médias traditionnels que sont la radio, la presse et la télévision, et devant les réseaux sociaux, qui incarnent la profusion d'images et la société de l'infox.

Le podcast natif se place comme point de repère, avec des contenus que les auditeur.ice.s considèrent de qualité, sourcés, et portés par des experts. Une confiance qui se traduit sur une influence réelle de ces contenus sur leur quotidien : 81% des auditeur.ice.s estiment que le podcast les a fait changer d'avis ou de regard sur un sujet. Au-delà des opinions, le podcast pousse 71% des auditeur.ice.s du panel à faire évoluer des pratiques de leur vie quotidienne.

L'ENGAGEMENT AU CŒUR DE L'EXPRESSION DES MARQUES

Depuis plusieurs années, les marques se saisissent du podcast pour se raconter et créer du lien avec leurs client.e.s, mais elles doivent le faire en phase avec les attentes des auditeur.ice.s d'aujourd'hui. De fait, les sujets ayant trait à l'engagement séduisent de plus en plus les auditeurs : 78% des auditeur.ice.s estiment que le podcast est un moyen de faire changer les choses.

Cette tendance s'illustre dans la perception des auditeur.ice.s : 86% des auditeur.ice.s hebdomadaires estiment que le podcast est un bon moyen de s'exprimer pour les marques, à condition qu'elles servent une grande cause ou un engagement pour 64% des auditeur.ice.s, chiffre en hausse de 8 points en 1 an.

De manière générale, en investissant le podcast, les marques gagnent en proximité avec leurs client.e.s pour 81% du panel, et se rendent également plus intéressantes pour 79% des auditeur.ice.s hebdomadaires.



PARIS
PODCAST
FESTIVAL

LE PODCAST NATIF : UNE ECOUTE EN FORTE HAUSSE



HAVAS Paris

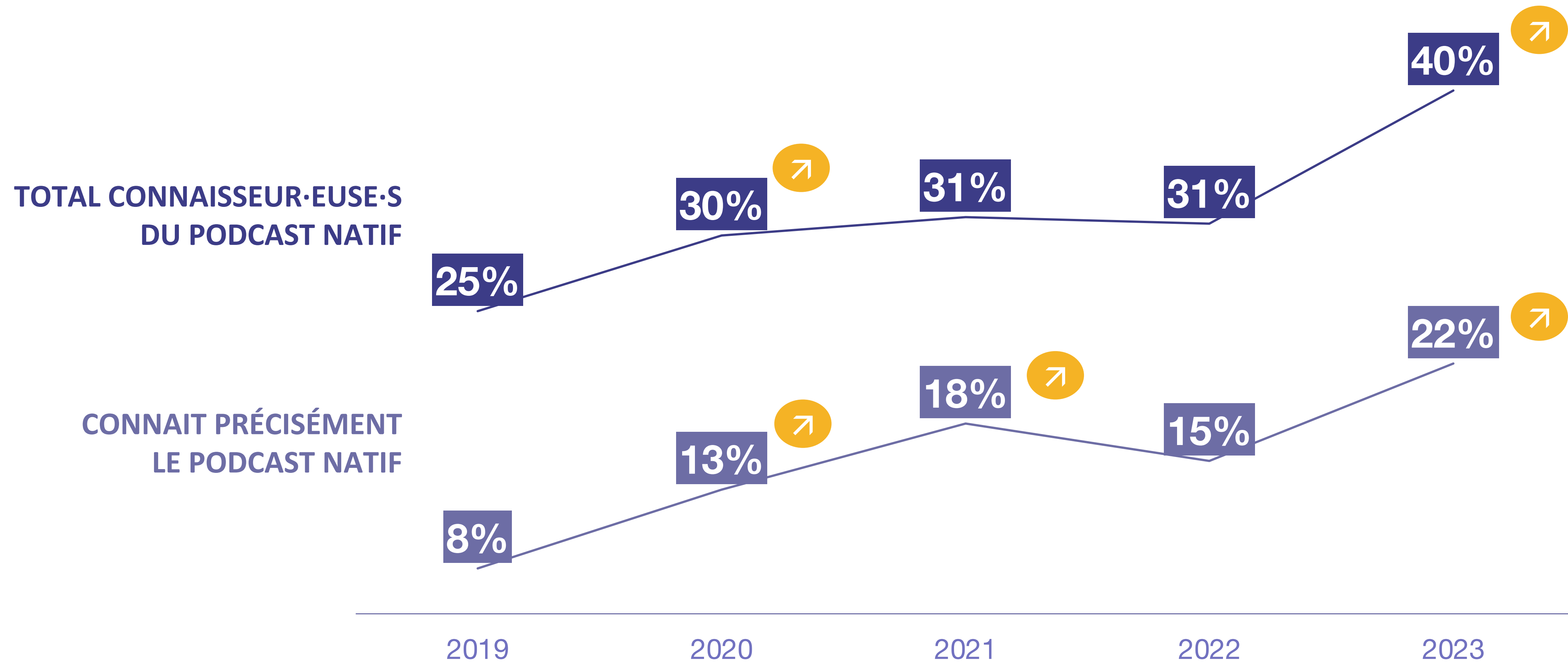


Gaîté Lyrique

LE PODCAST NATIF EST DESORMAIS « CONNU »

NOTORIÉTÉ DU PODCAST NATIF

Base : Ensemble



Q. Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler de podcasts ?

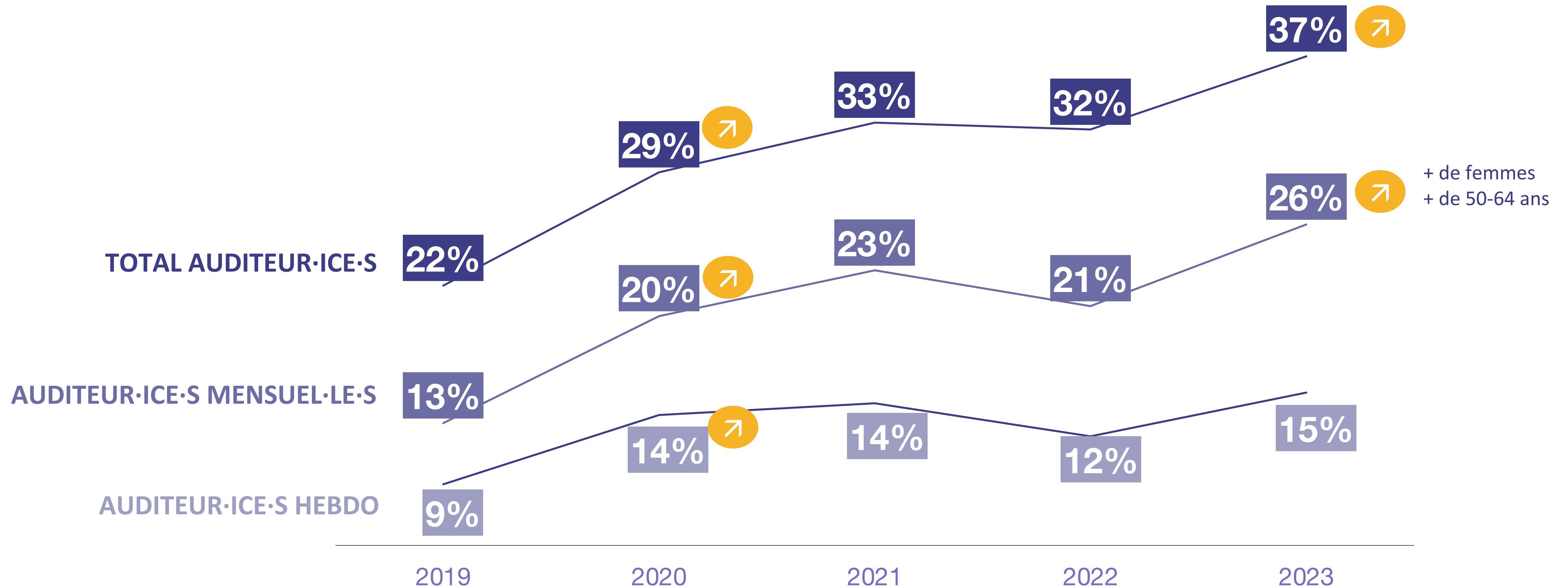


Différence significative par rapport à la vague précédente

ET UNE PROPORTION D'AUDITEUR·ICE·S EN NETTE PROGRESSION

ÉCOUTE DU PODCAST NATIF

Base : Ensemble



Q. Personnellement, à quelle fréquence écoutez-vous les médias audio suivants ?



Différence significative par rapport à la vague précédente

DES AUDITEUR·ICE·S HEBDO TOUJOURS TRÈS ASSIDU.E.S

AUDITEUR·ICE·S HEBDO DE PODCASTS NATIFS

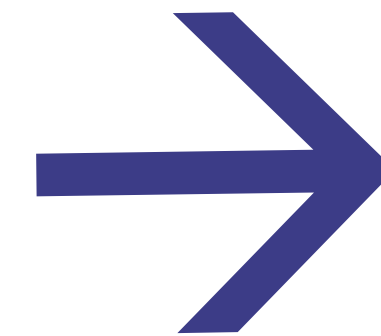
Base : Ensemble

FRÉQUENCE D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



12% en 2022



TOUS LES JOURS OU PRESQUE

23%

3 À 5 FOIS PAR SEMAINE

31%

1 À 2 FOIS PAR SEMAINE

46%

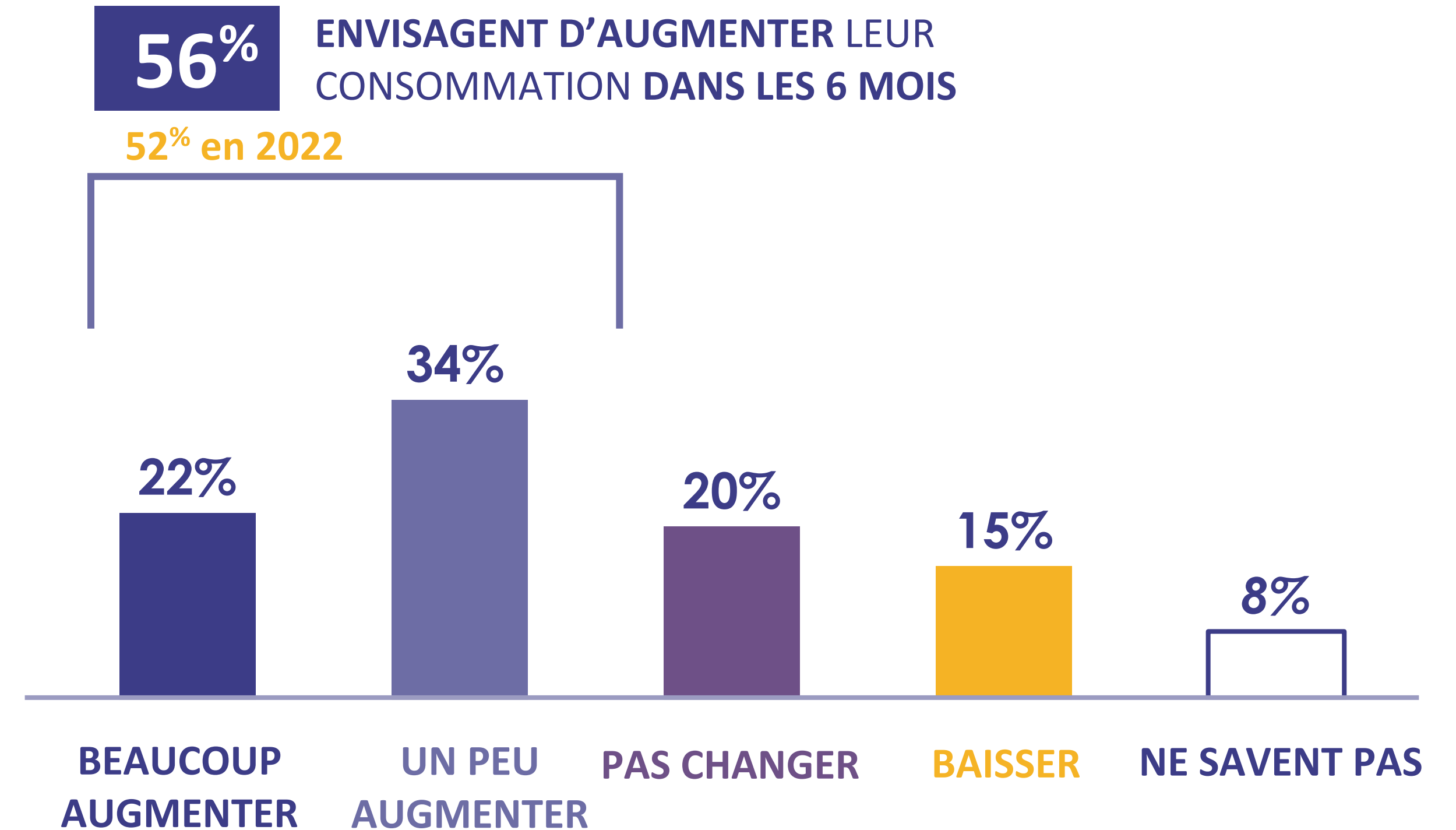
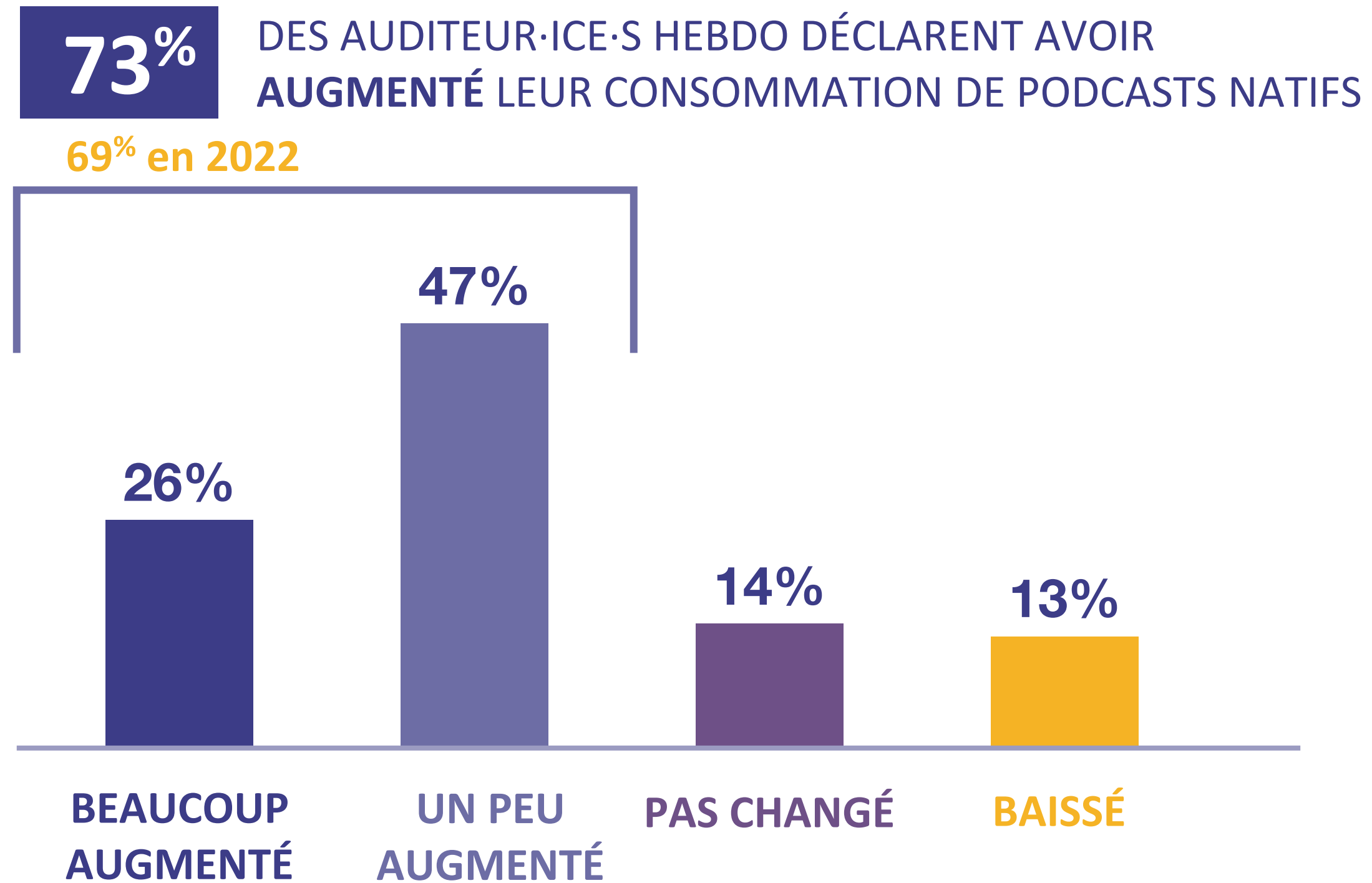
Q. Personnellement, à quelle fréquence écoutez-vous les médias audio suivants ?



Pas d'évolution significative vs 2022

AVEC UNE CONSOMMATION QUI NE CESSE D'AUGMENTER, TOUJOURS PLUS VITE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



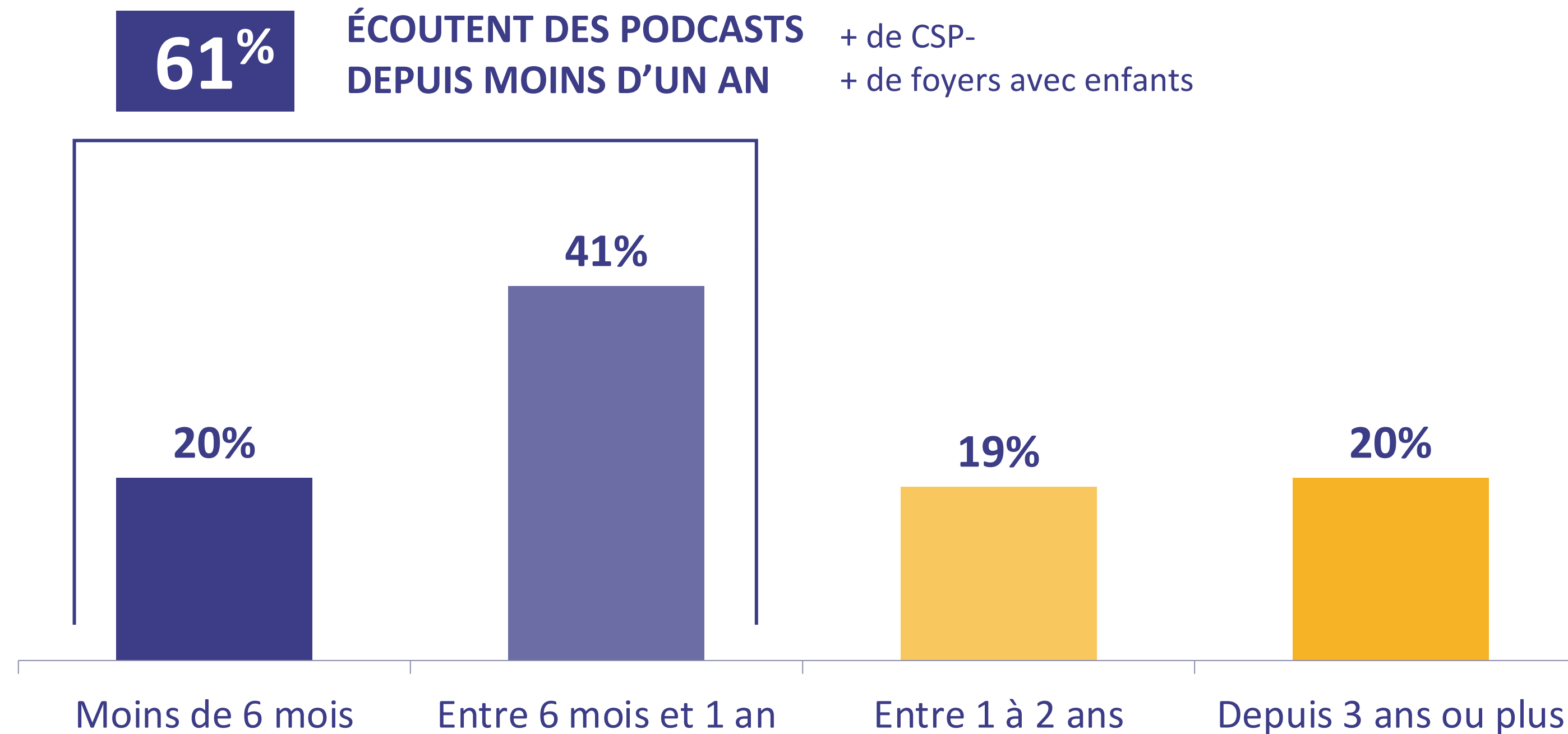
Q. Depuis que vous écoutez des podcasts natifs, diriez-vous que votre consommation de podcasts natifs... ?

Q. Dans les 6 mois à venir, pensez-vous que votre consommation de podcasts natifs va... ?

ET UN MÉDIA QUI SÉDUIT DE NOUVEAUX.ELLES AUDITEUR·ICE·S

ANCIENNETÉ D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



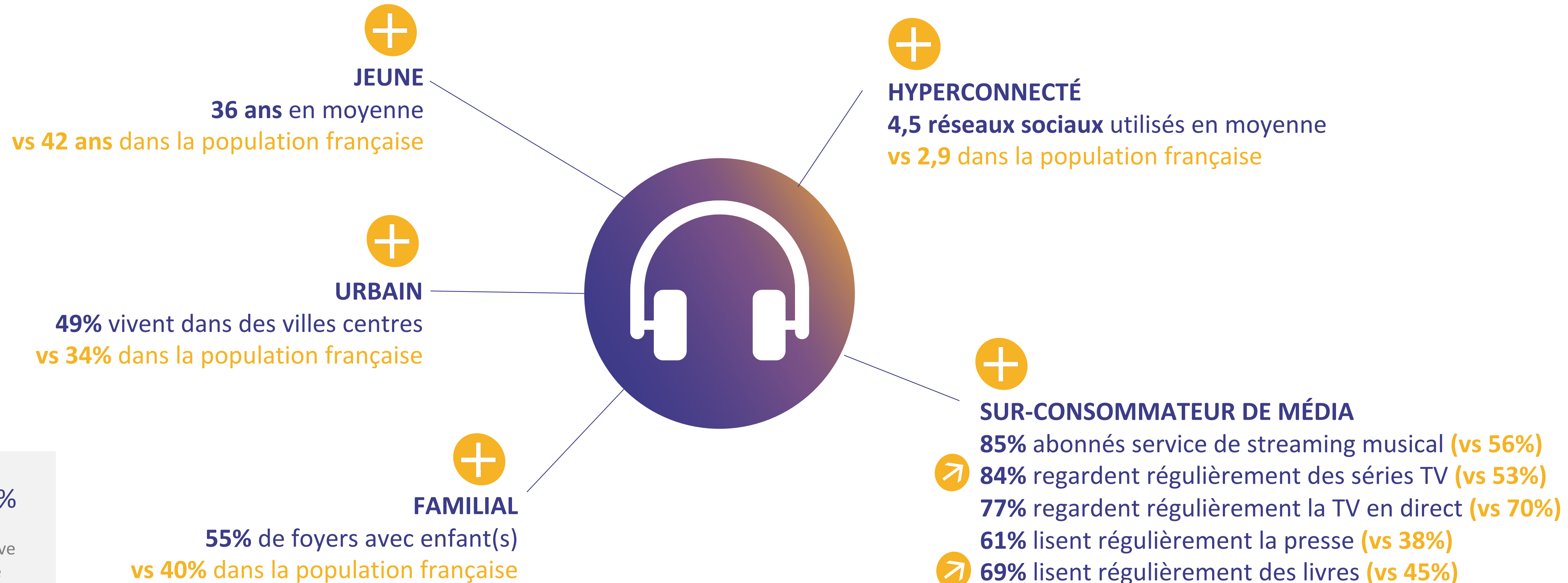
Q. Depuis quand environ écoutez-vous des podcasts natifs, c'est-à-dire des programmes et contenus audio (émissions, récits, chroniques...) jamais diffusés à la radio ?



Pas d'évolution significative vs 2022

MAIS UN PROFIL QUI ÉVOLUE PEU

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Différence significative par rapport à 2022



Différence significative par rapport à la population française 18-64 ans

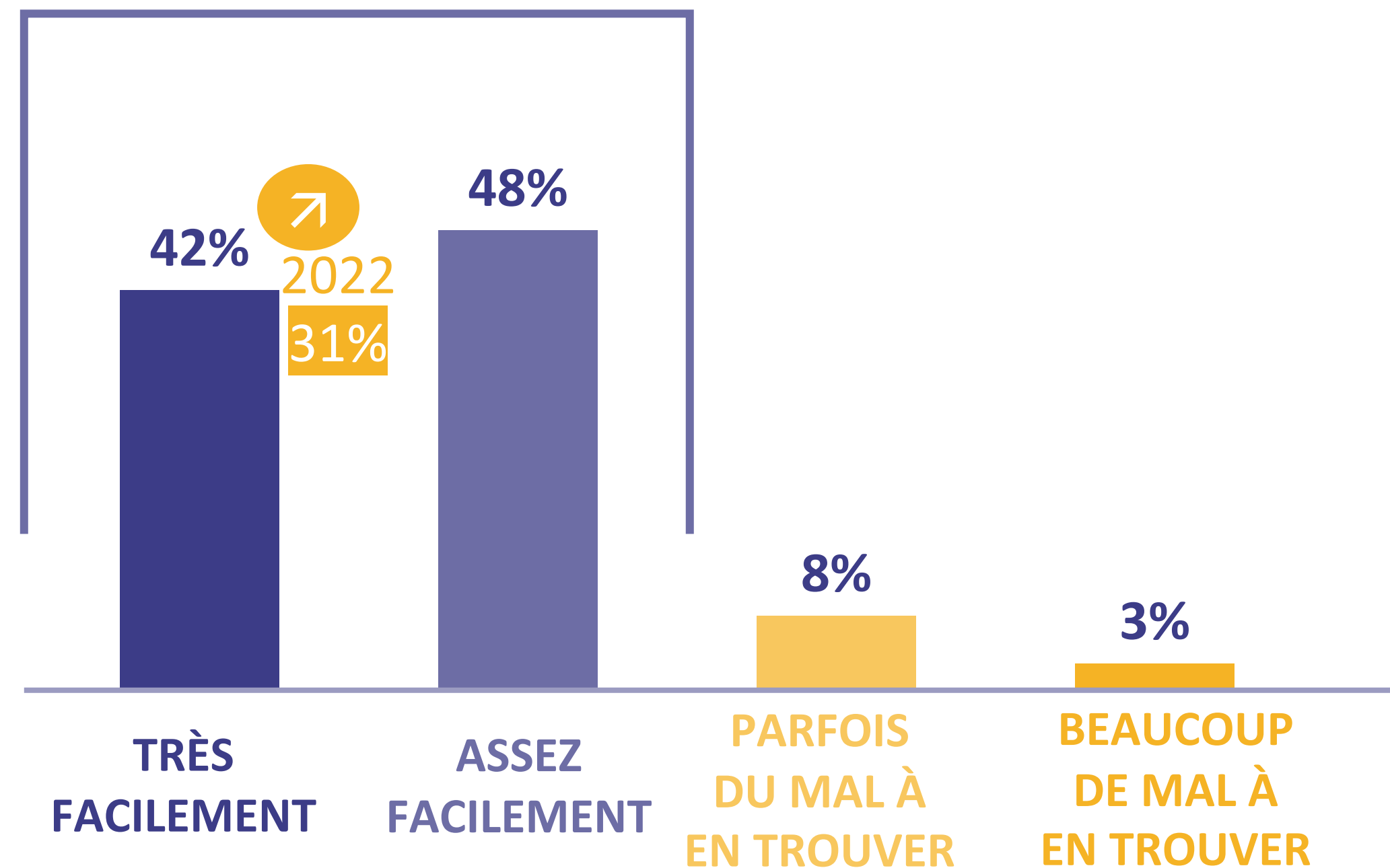
UN ACCÈS AUX PODCASTS NATIFS DE PLUS EN PLUS FACILE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

89%

**TROUVENT FACILEMENT DE NOUVEAUX
PODCAST NATIFS QUI LES INTÉRESSENT**

68% AUDITEUR·ICE·S OCCASIONNEL·LE·S (MOINS D'UNE FOIS PAR SEMAINE)



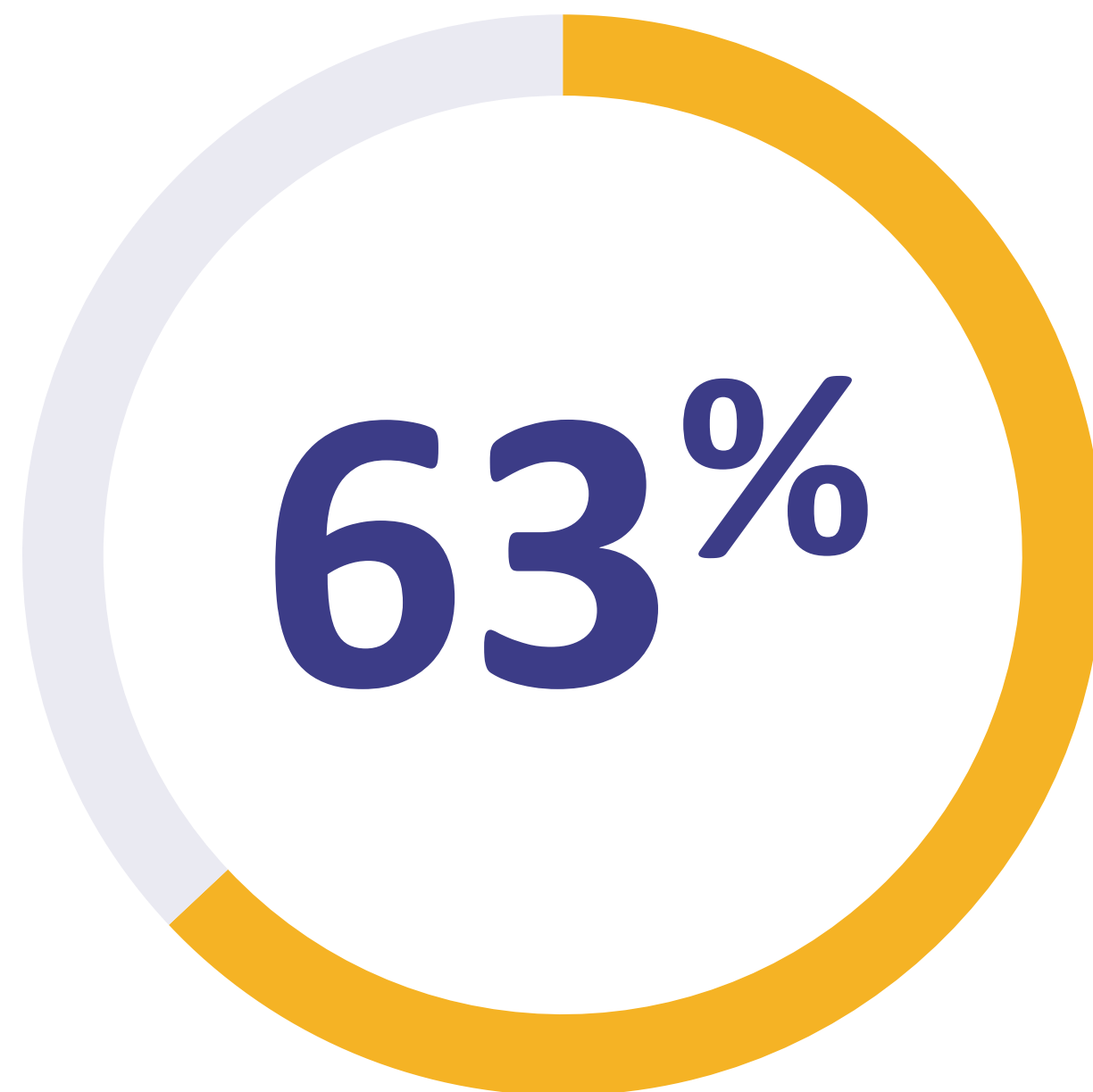
Q. Voici différentes phrases concernant la recherche de nouveaux podcasts natifs à écouter. Vous personnellement, de quelle phrase vous sentez-vous le plus proche ?

↗ Différence significative par rapport à 2022

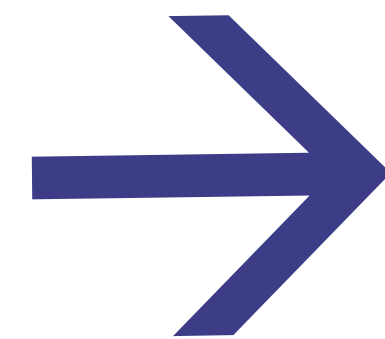
... MAIS QUI RESTE COMPLEXE POUR LES NON-AUDITEUR·ICE·S

NON-AUDITEUR·ICE·S DE PODCASTS NATIFS

Base : Ensemble

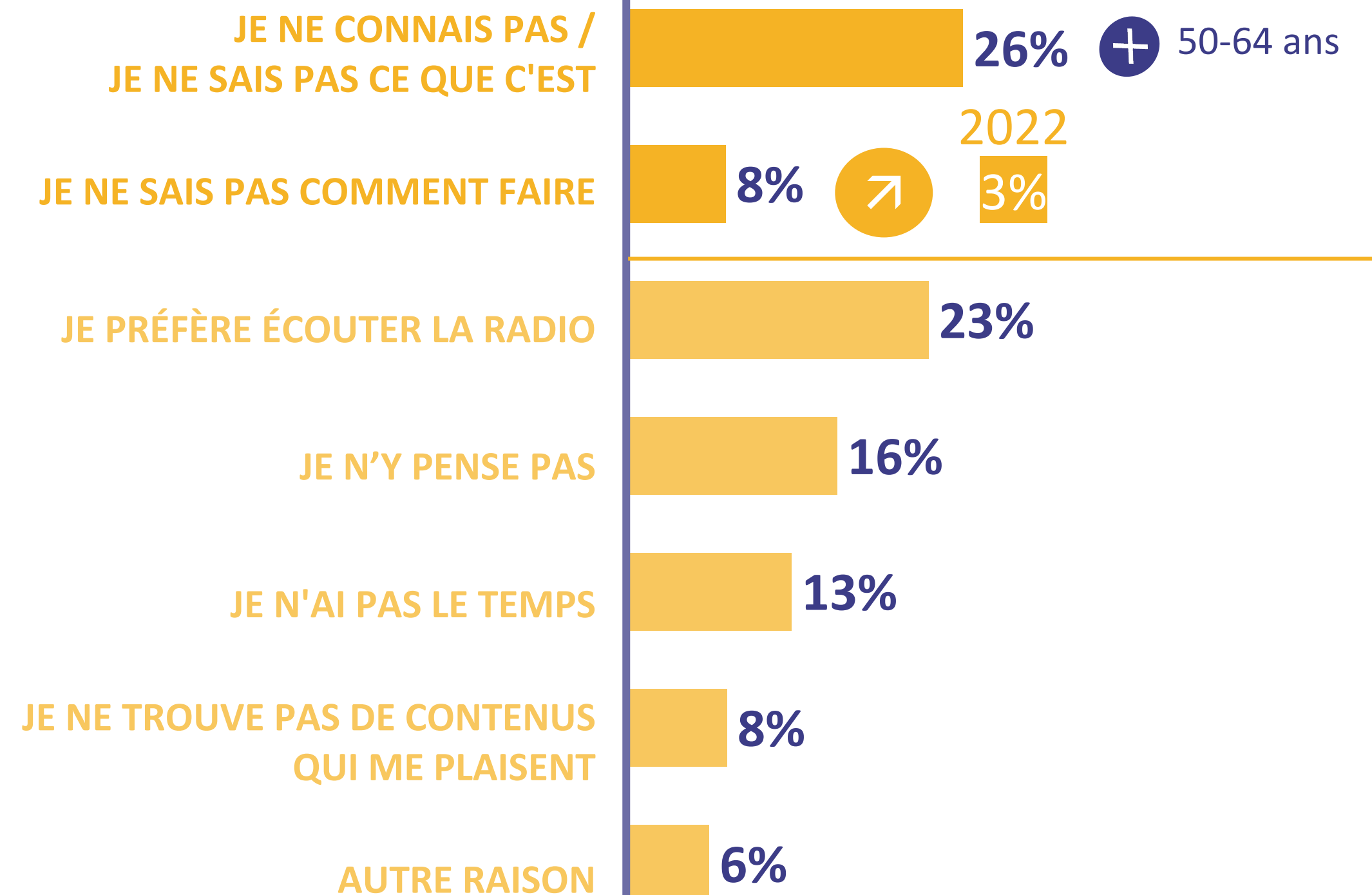


68% en 2022 ↘



RAISON PRINCIPALE POUR NE PAS ÉCOUTER DE PODCAST NATIF

Base : Non-auditeur·ice·s de podcast natif



Q. Vous avez indiqué que vous n'écoutez pas de podcast natif.
Pour quelle raison principale vous n'en écoutez pas ?



Différence significative par rapport à 2022

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the image.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

LE PODCAST NATIF, UN MÉDIA DE CONFIANCE & DU QUOTIDIEN



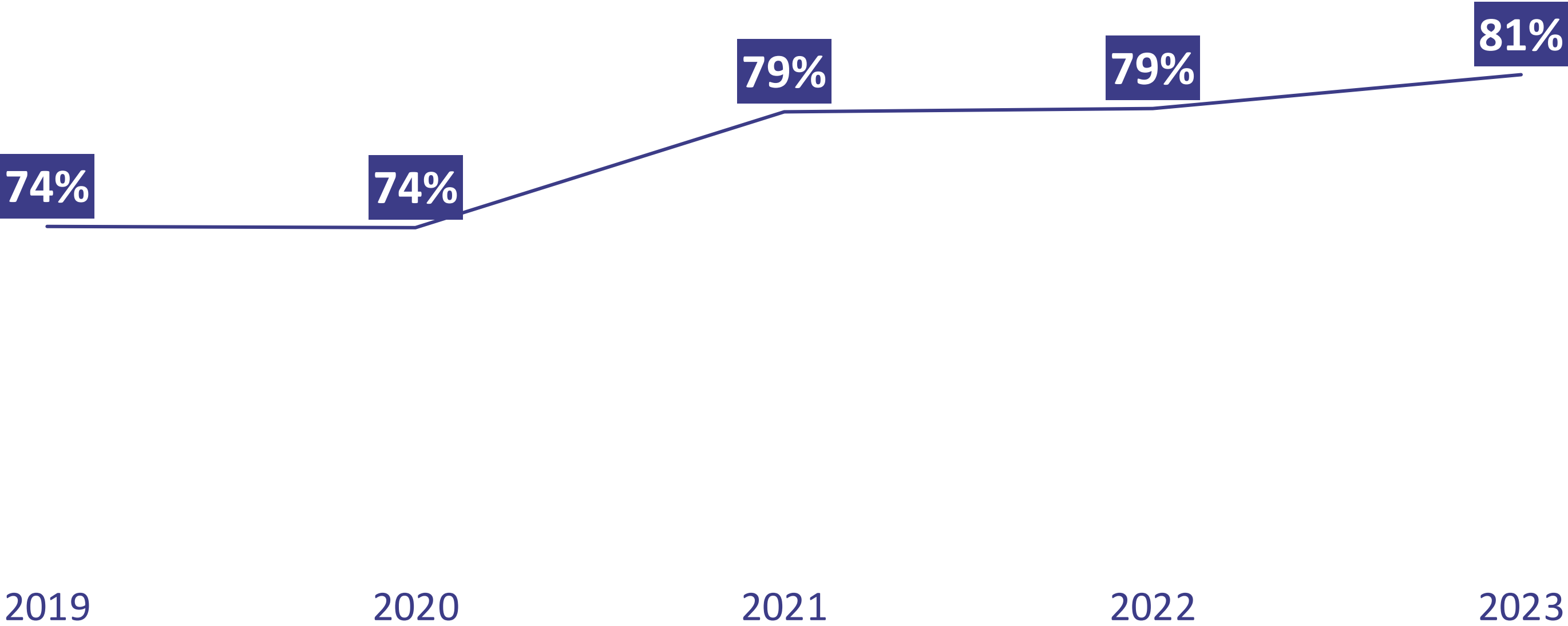
HAVAS Paris



Gaîté Lyrique

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

C'EST UNE **HABITUDE**, QUELQUE CHOSE ANCRÉ DANS LE QUOTIDIEN, LES SEMAINES



Q. Aujourd'hui, écouter des podcasts natifs, c'est pour vous... ?

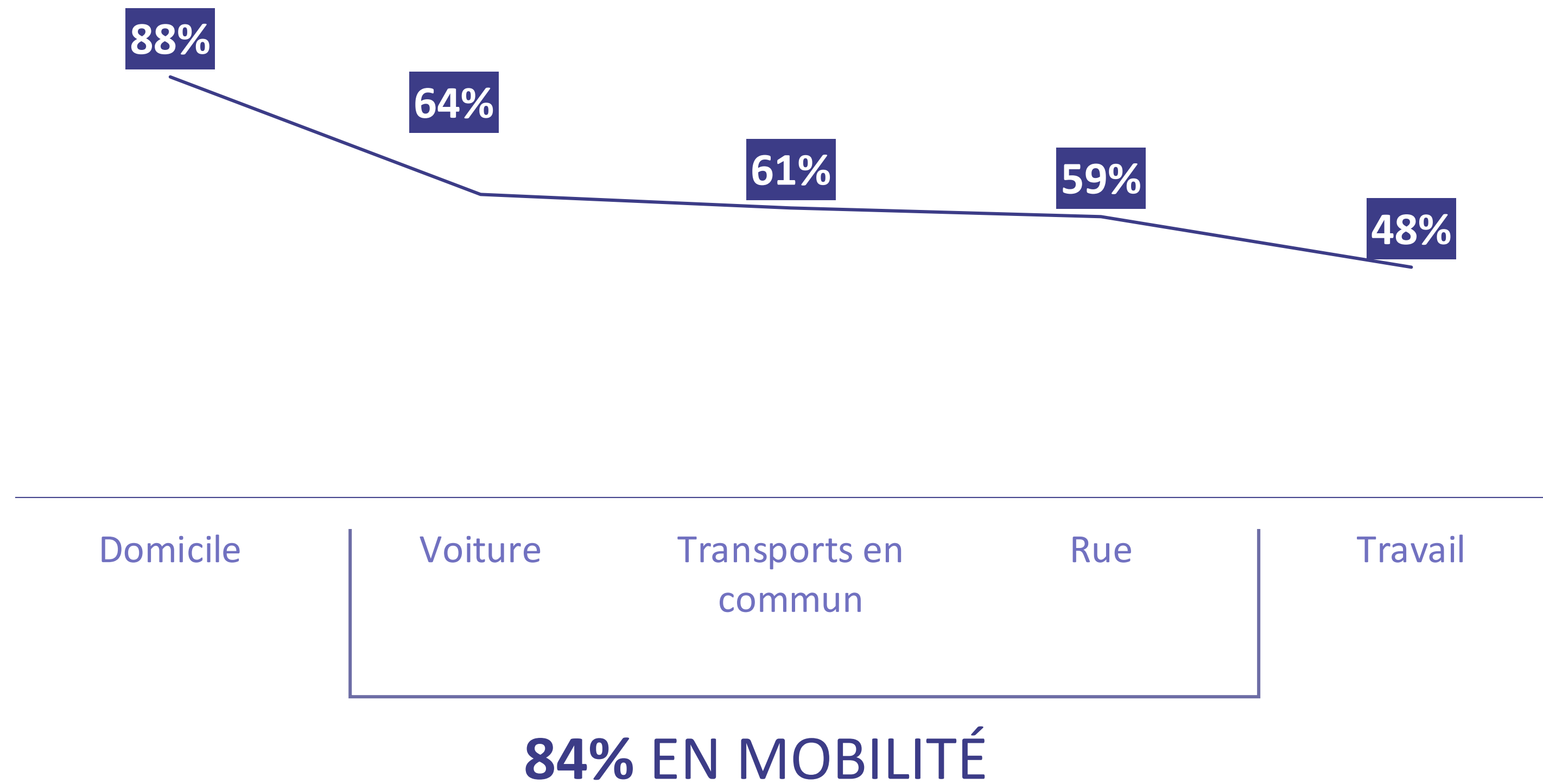


Pas d'évolution significative vs 2022

QUI NOUS SUIV PARTOUT

LIEUX D 'ÉCOUTE (SOUVENT OU DE TEMPS EN TEMPS)

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



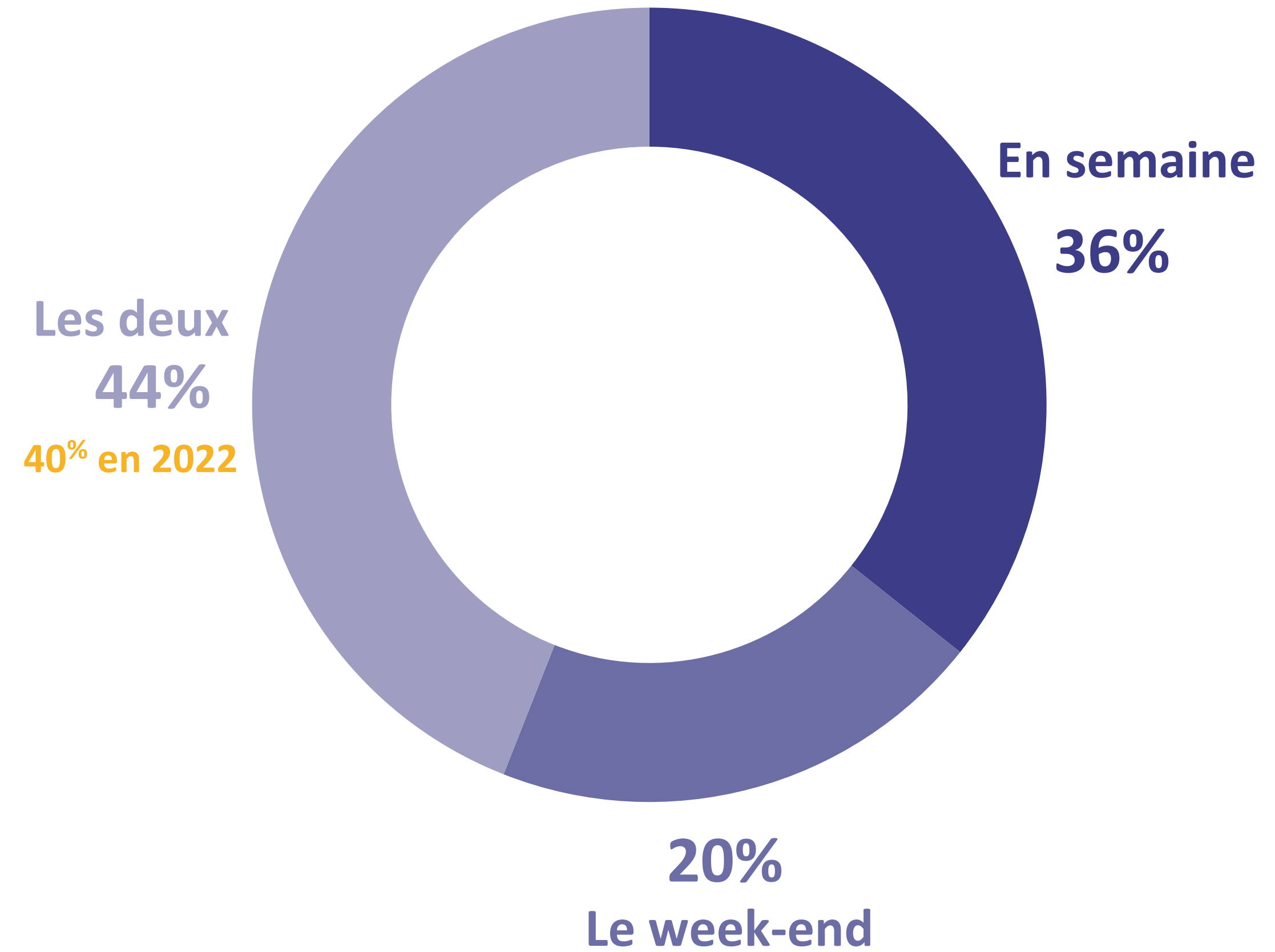
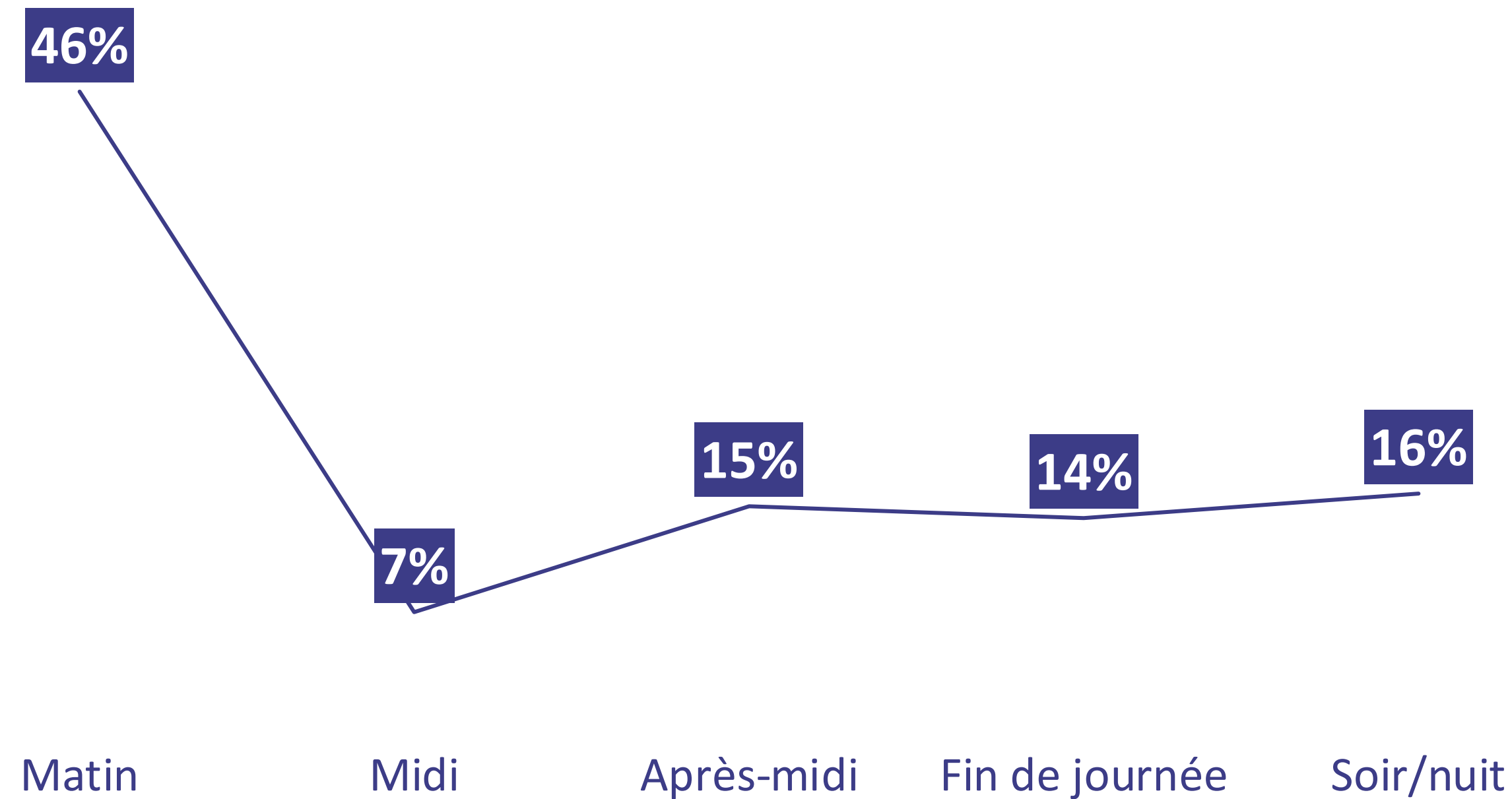
Q. A quelle fréquence vous arrive-t-il d'écouter des podcasts natifs dans les lieux suivants ?



Pas d'évolution significative vs 2022

MOMENTS D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Et vous le faites en général plutôt... ? / Et vous le faites généralement... ?

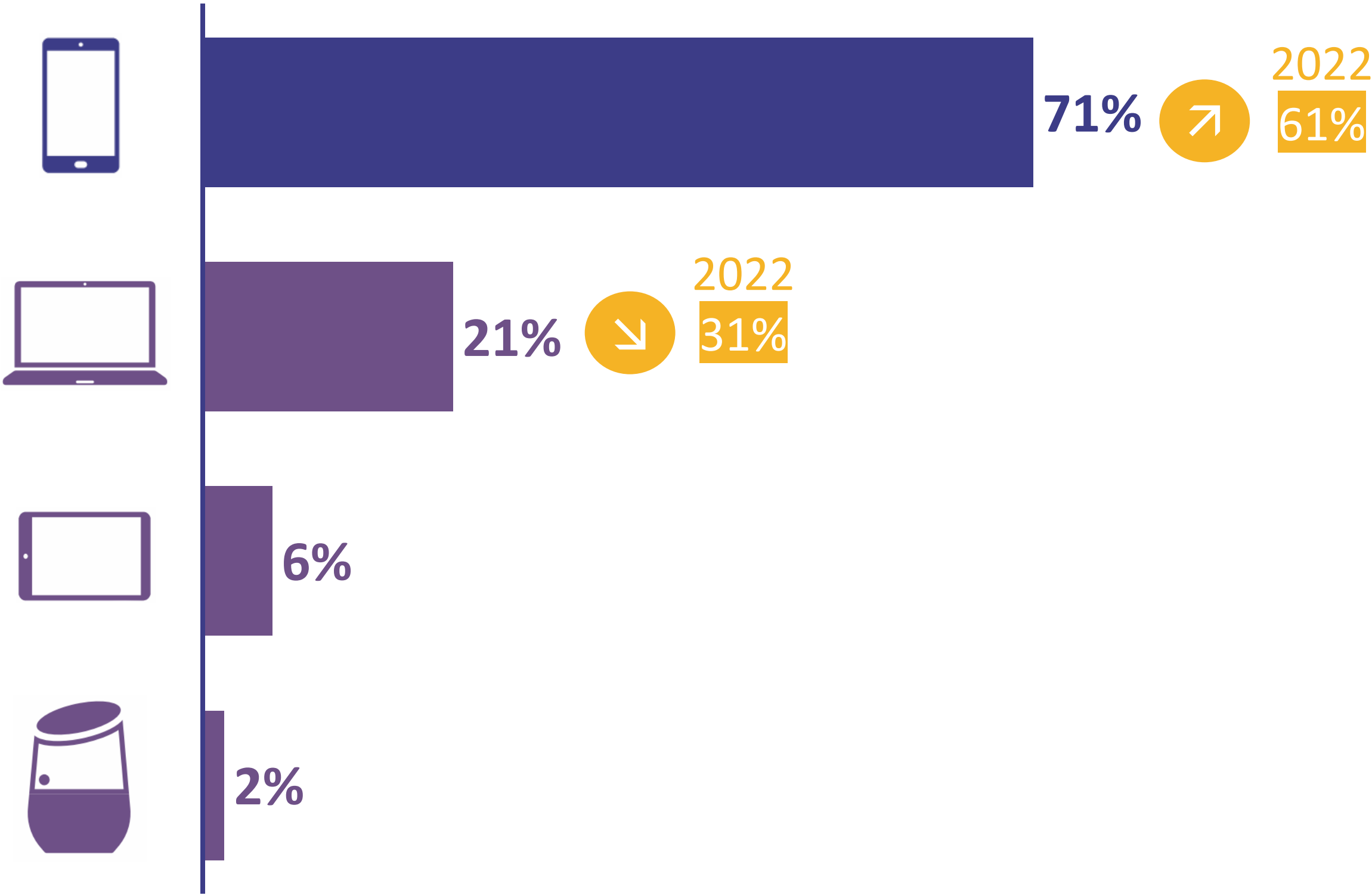


Pas d'évolution significative vs 2022

À L'ABRI DANS NOS SMARTPHONES

SUPPORT PRINCIPAL D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Habituellement, vous écoutez des podcasts natifs avec...

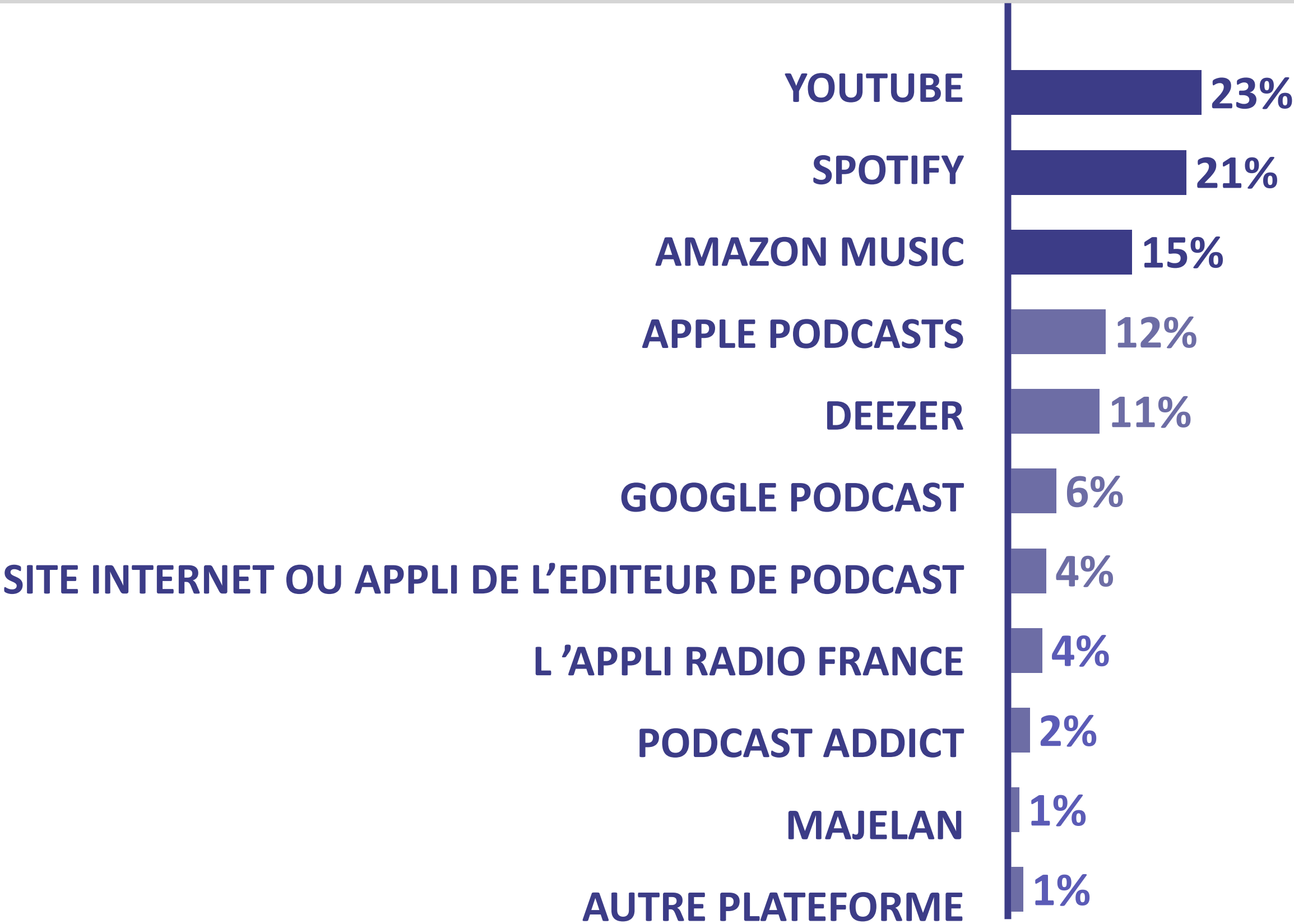


Différence significative par rapport à 2022

... QUE L'ON TROUVE NOTAMMENT VIA YOUTUBE ET DES APPLIS DE STREAMING MUSICAL ...

PLATEFORME D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Sur quelle plateforme écoutez-vous généralement vos podcasts natifs ?

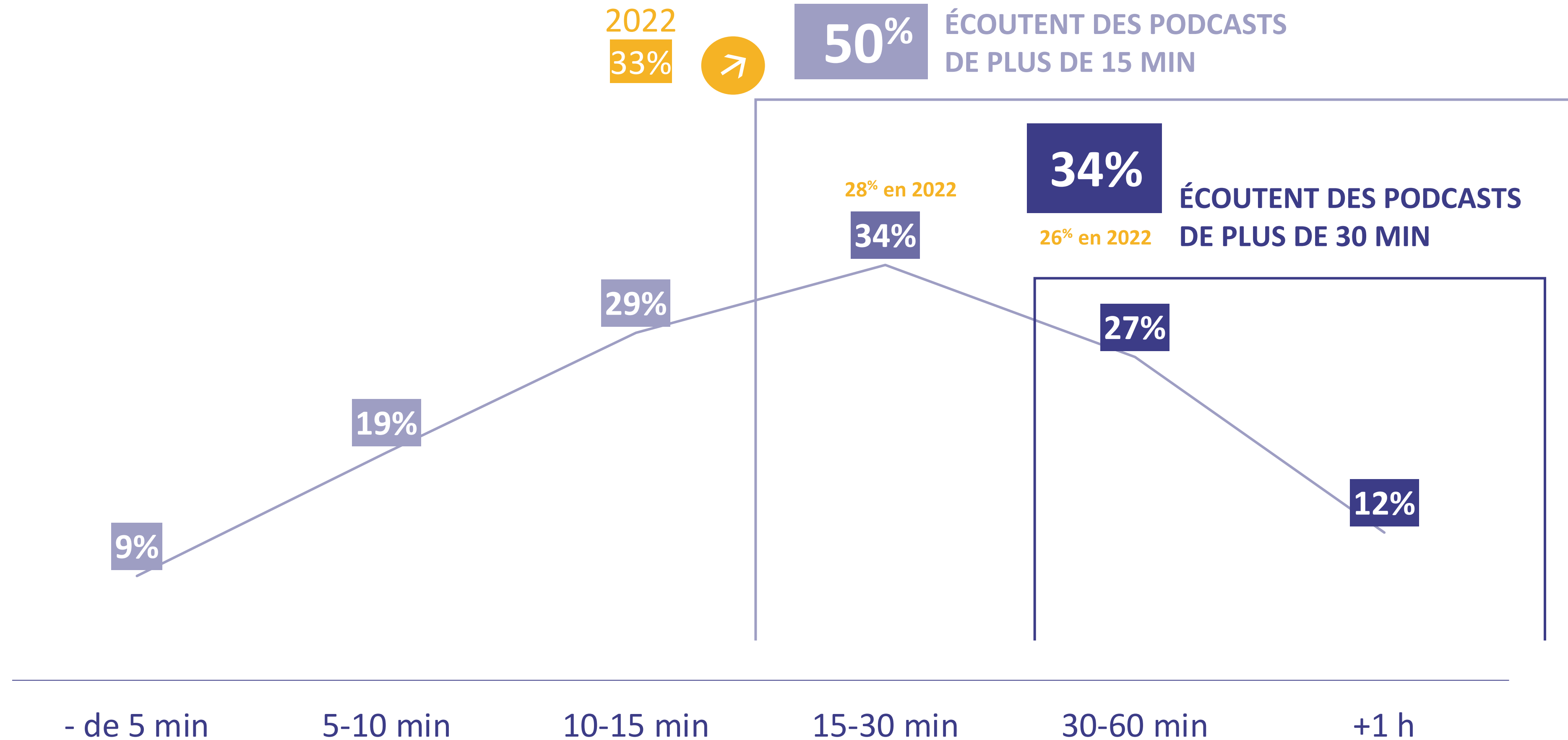


Pas d'évolution significative vs 2022

ON Y CONSACRE DE PLUS EN PLUS DE TEMPS

DURÉE MOYENNE DES PODCASTS NATIFS ÉCOUTÉS HABITUELLEMENT

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Quelle est la durée moyenne des podcasts natifs que vous écoutez habituellement ?

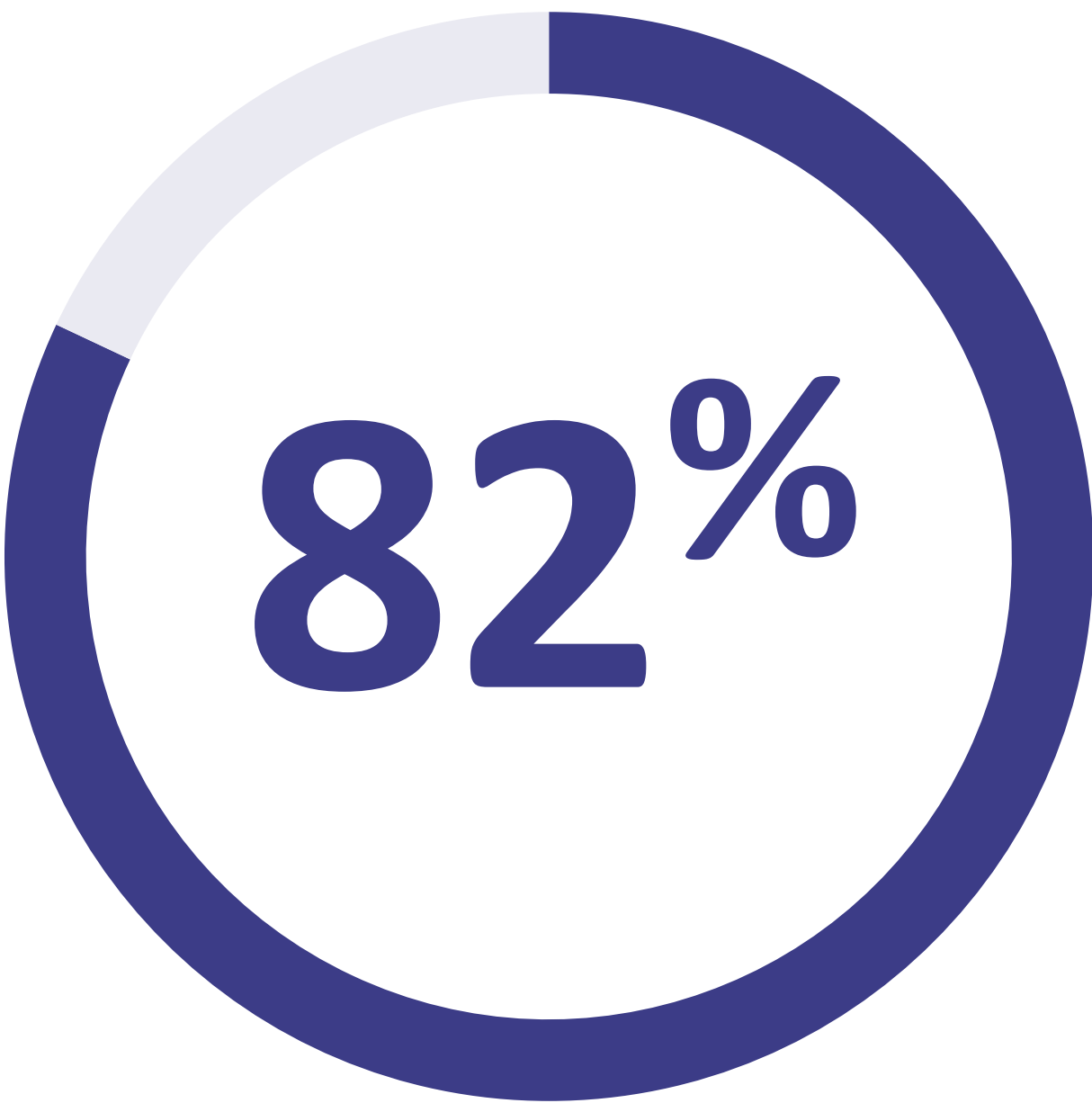


Différence significative par rapport à la vague précédente

... ET QUI ACCOMPAGNE D'AUTRES ACTIVITÉS, MÊME SI MOINS SOUVENT QU'AVANT

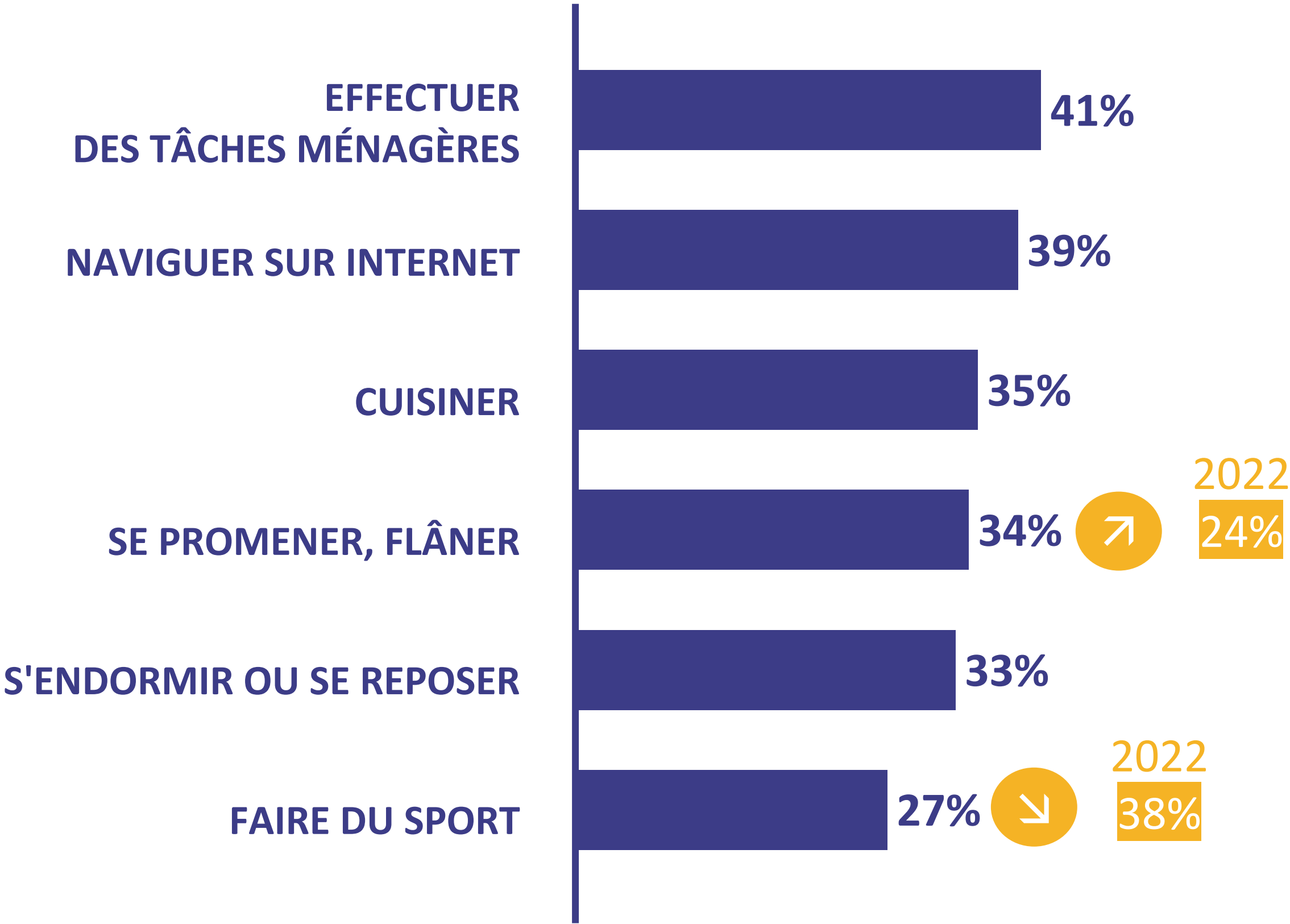
Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

Base : Activités en simultané ne serait-ce que de temps en temps



89% en 2022

DISENT QU'IL LEUR ARRIVE
DE FAIRE AUTRE CHOSE EN
MÊME TEMPS, NE SERAIT-CE
DE TEMPS EN TEMPS



Q. Quand vous écoutez un podcast natif, faites-vous généralement autre chose en même temps ?
Q. Quelle(s) activité(s) vous arrive-t-il généralement de faire en écoutant un podcast natif ?



Différence significative par rapport à 2022

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the image.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

LE MEDIA DE L'OUVERTURE À UNE CONVERSATION ECLAIRÉE



HAVAS Paris

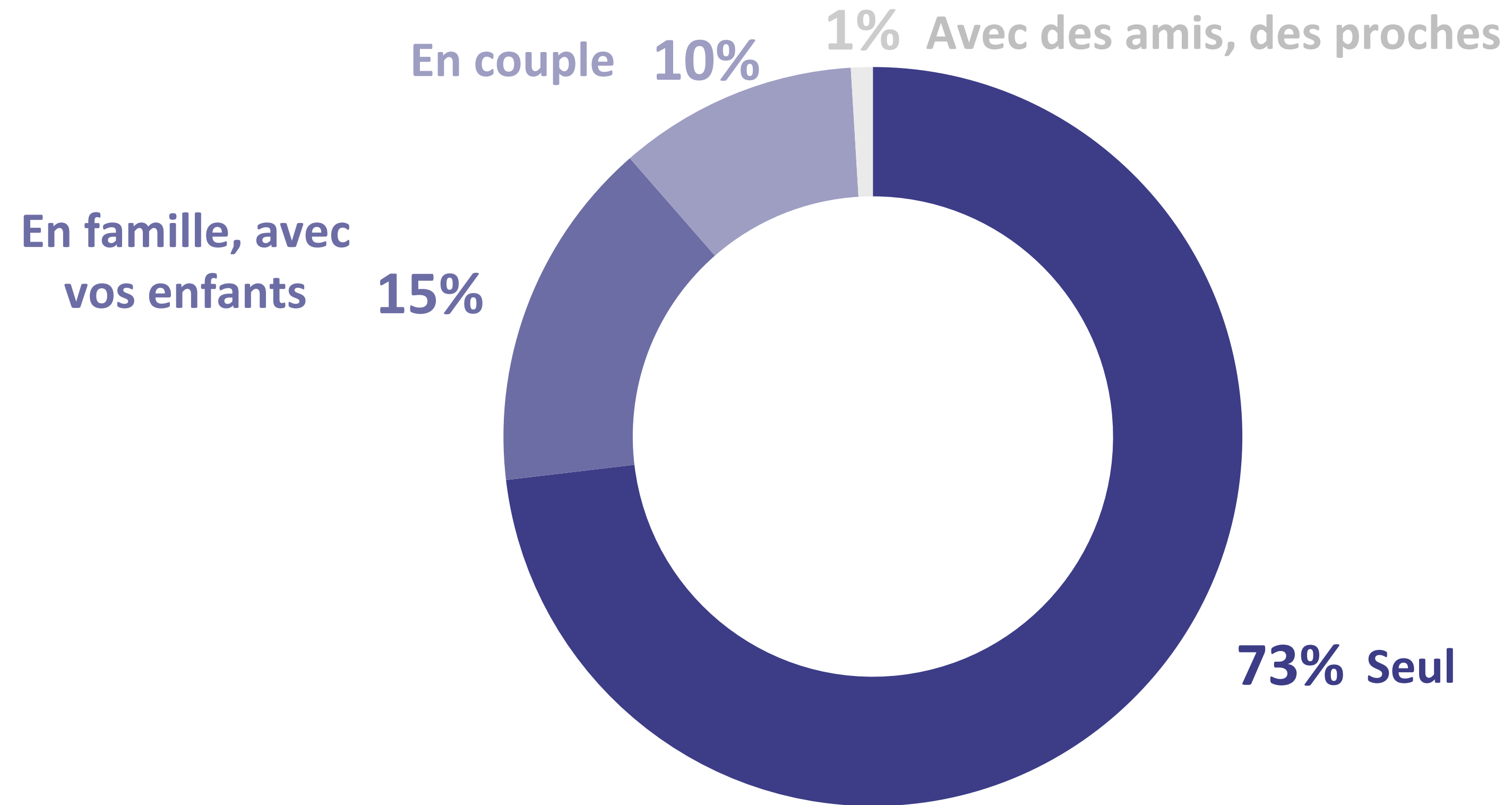


Gaîté Lyrique

UNE ÉCOUTE SOLITAIRE ...

MOMENTS D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Généralement, vous écoutez du podcast natif :



Pas d'évolution significative vs 2022

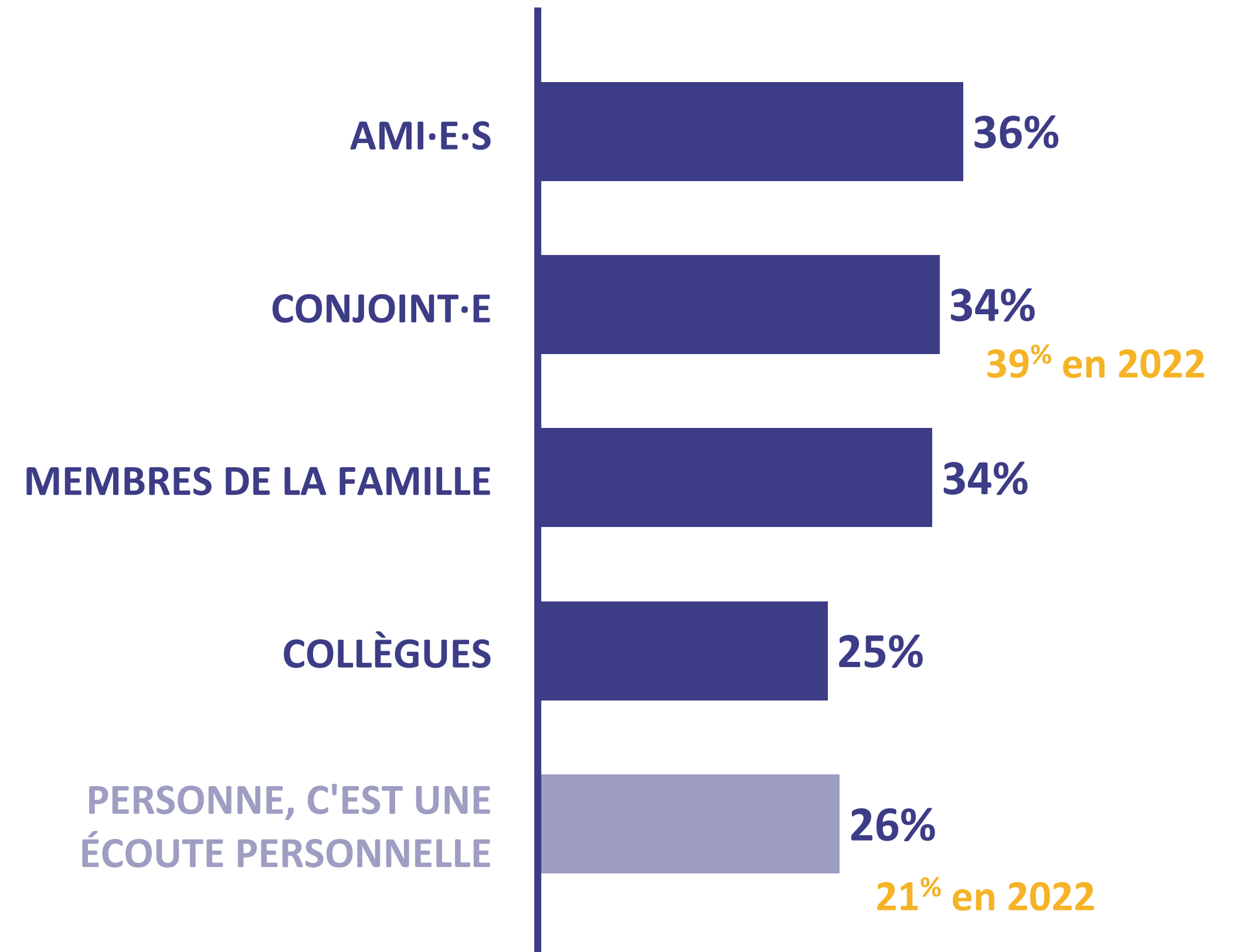
... MAIS QUI NE POUSSE PAS À LA SOLITUDE

PARLENT DES PODCASTS ÉCOUTÉS AVEC...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



DES AUDITEUR·ICE·S HEBDO
PARLENT DES PODCASTS
QU'ILS ONT ÉCOUTÉS AVEC
AU MOINS UN PROCHE



Q. Avec qui parlez-vous des podcasts que vous écoutez ?



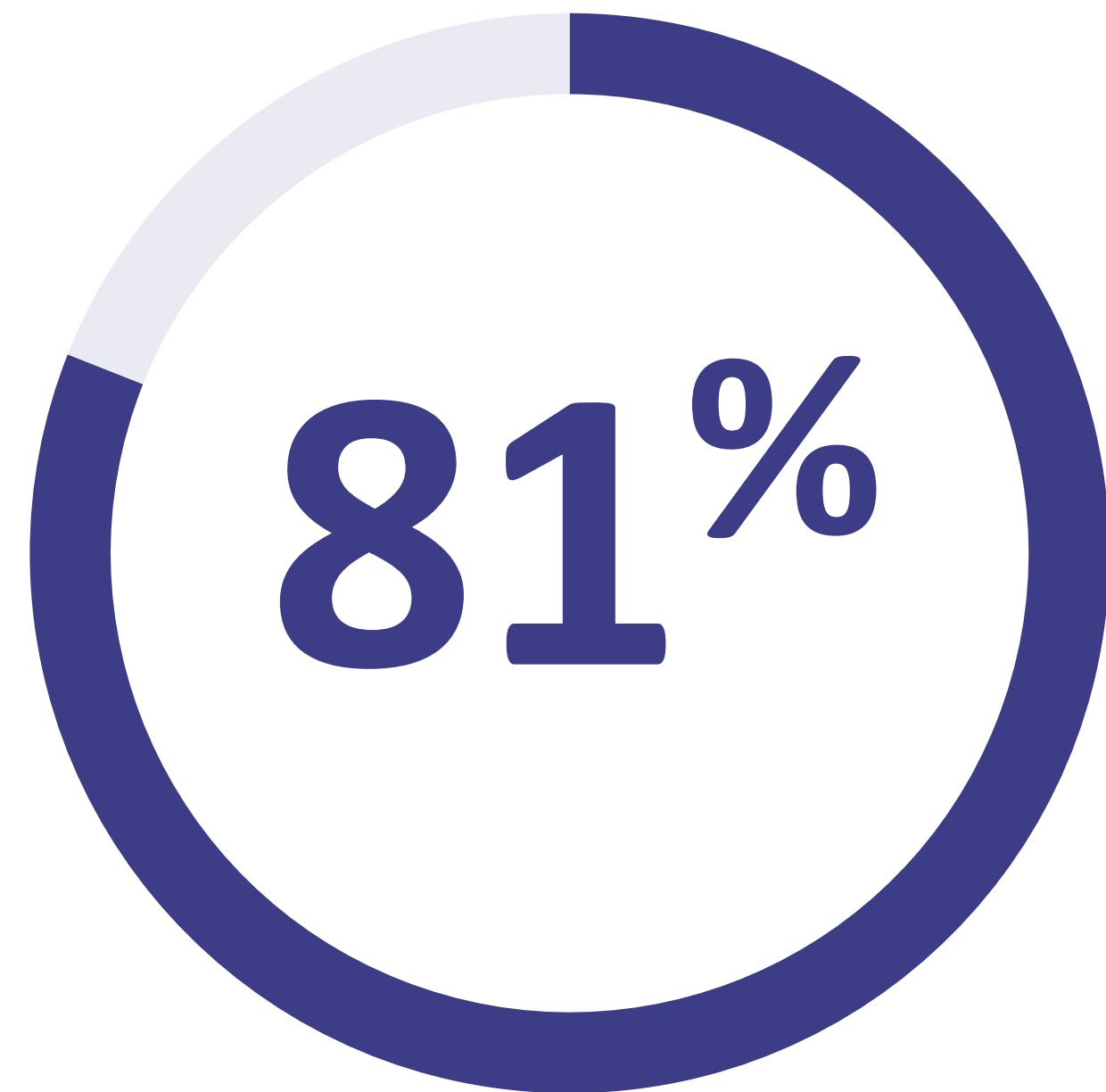
Pas d'évolution significative vs 2022

... QUI NOUS FAIT CHANGER D'AVIS

L'ÉCOUTE DE PODCASTS NATIFS VOUS A DÉJÀ...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

FAIT CHANGER D'AVIS / DE REGARD SUR UN SUJET



Dont 37% déclarent Oui tout à fait



2022
25%

Q. . Et êtes-vous d'accord ou non avec les phrases suivantes ?

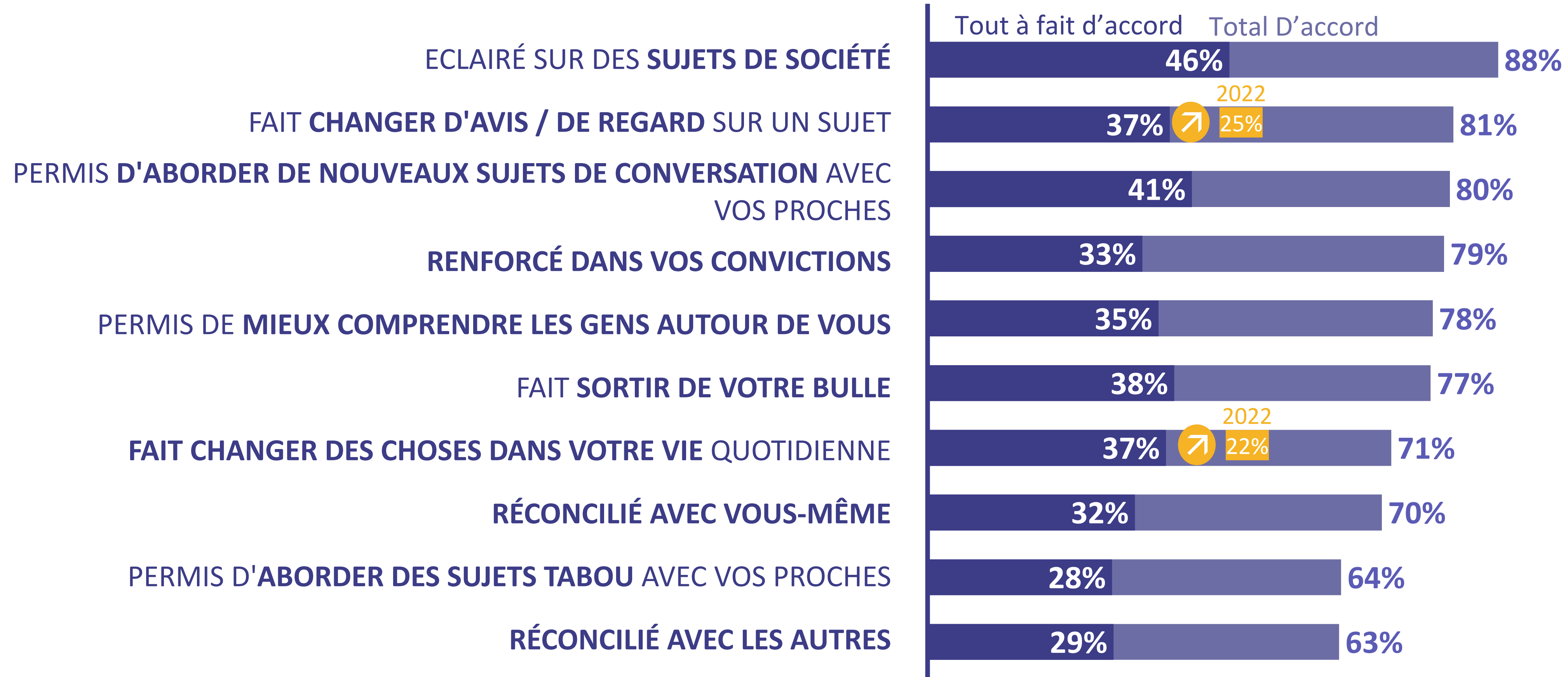


Différence significative par rapport à la vague précédente

... NOUS ÉCLAIRE SUR LES SUJETS DE SOCIÉTÉ ET NOURRIT LES DISCUSSIONS...

L'ÉCOUTE DE PODCASTS NATIFS VOUS A DÉJÀ...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Vous personnellement, êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?

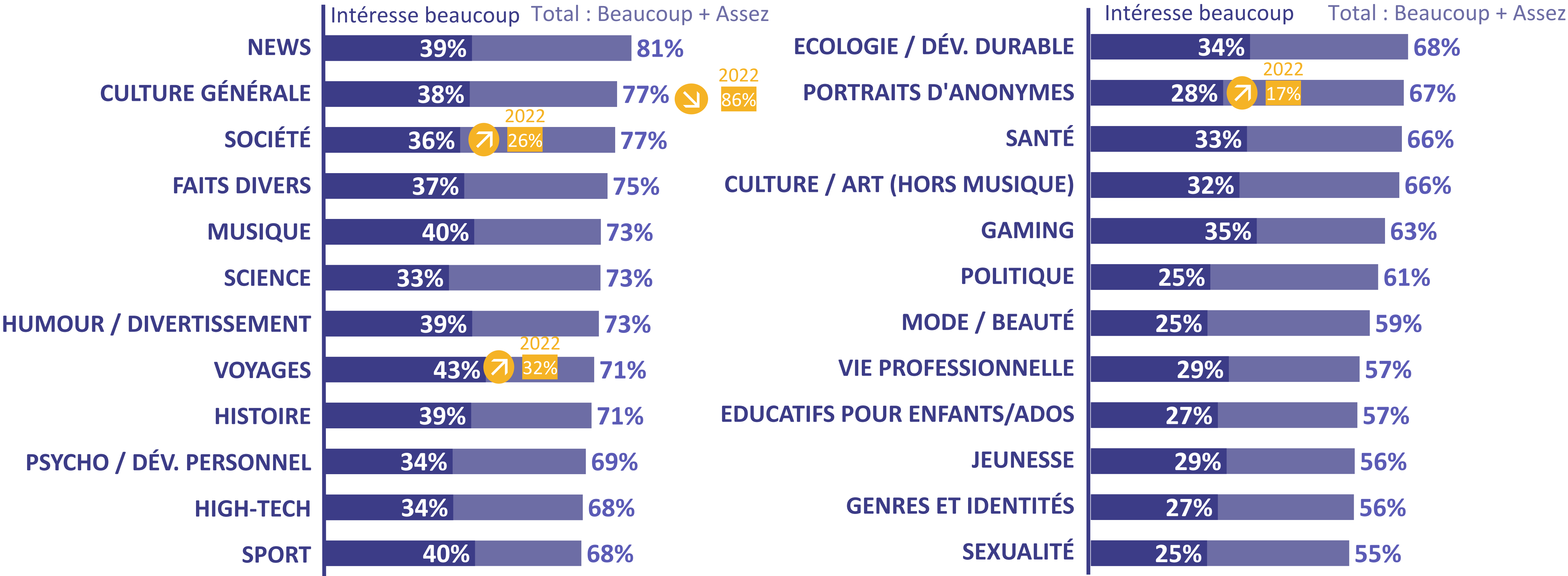


Différence significative par rapport à la vague précédente

AVEC UN INTÉRÊT MARQUÉ POUR DE NOMBREUSES THÉMATIQUES...

INTÉRÊT POUR LES THÉMATIQUES DE PODCASTS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Parmi les thématiques suivantes possibles en podcast natif, quelles sont celles qui vous intéressent le plus ?

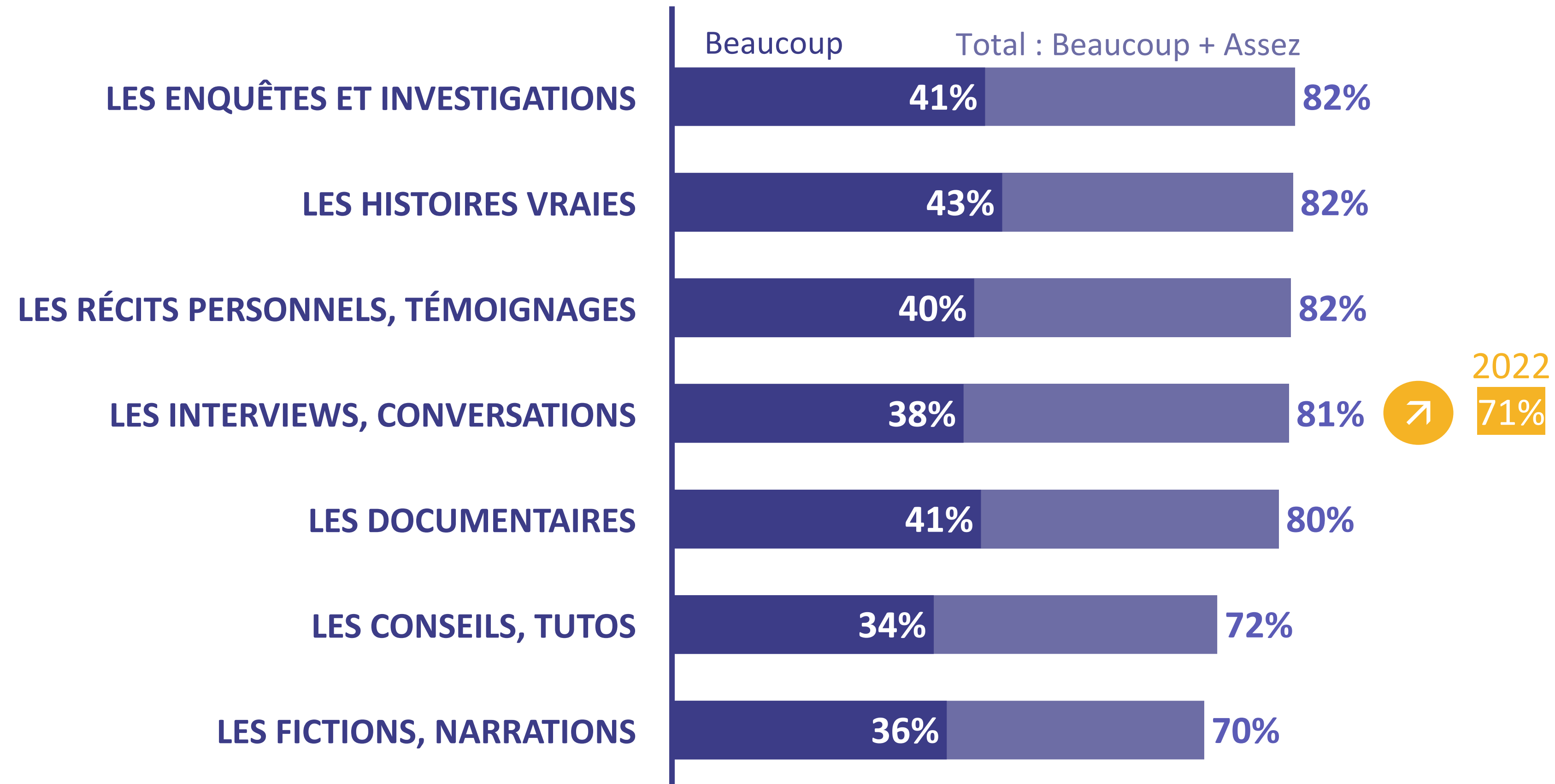


Différence significative par rapport à la vague précédente

... LE FORMAT CONVERSATIONNEL A LE VENT EN POUPE !

INTÉRÊT POUR LES FORMATS DE PODCASTS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. En termes de formats, quels sont ceux qui vous intéressent le plus en podcast natif ?



Différence significative par rapport à la vague précédente

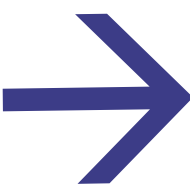
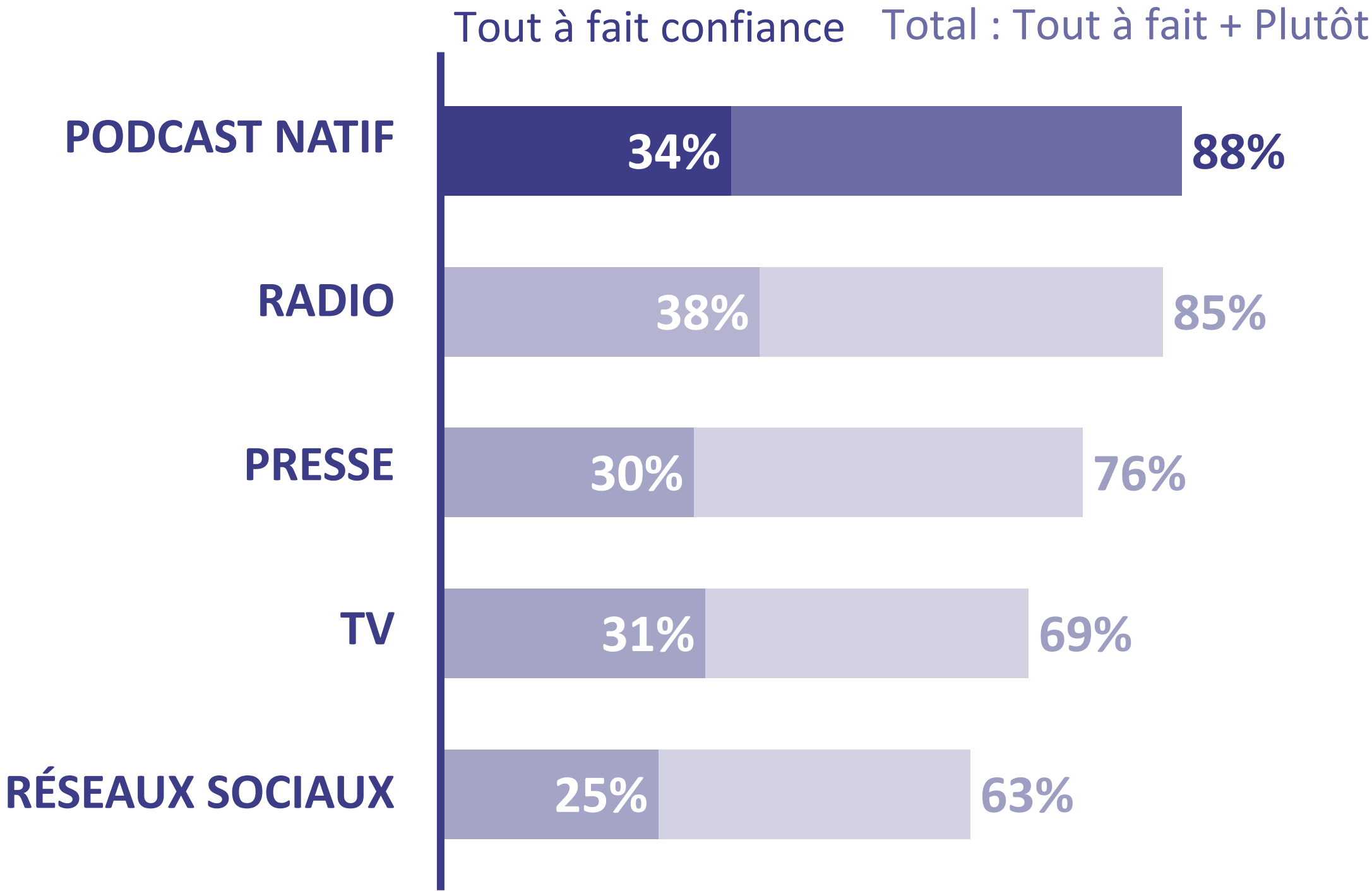
UN MEDIA DE CONFIANCE AUPRÈS DE SES AUDITEUR.ICE.S

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

CRITÈRES DE CONFIANCE

Base : Font confiance aux podcasts

NOUVEAU



NOUVEAU

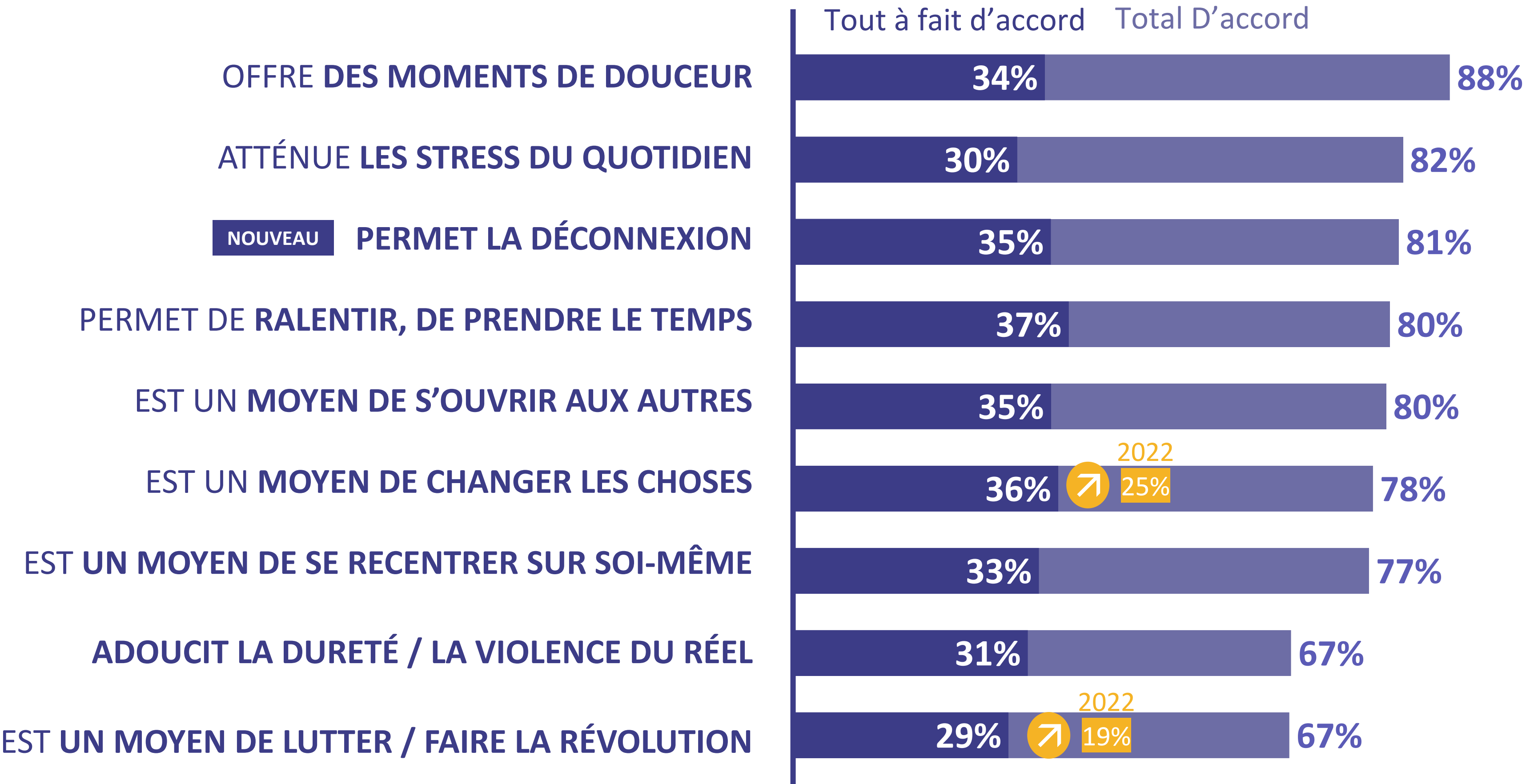


Q. Quel degré de confiance accordez-vous aux informations fournies par les médias suivants ?
Q. Sur quel(s) critère(s) jugez-vous qu'un podcast est digne de confiance ?

ET QUI ADOUCIT LE QUOTIDIEN

LE PODCAST ...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Vous personnellement, êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?

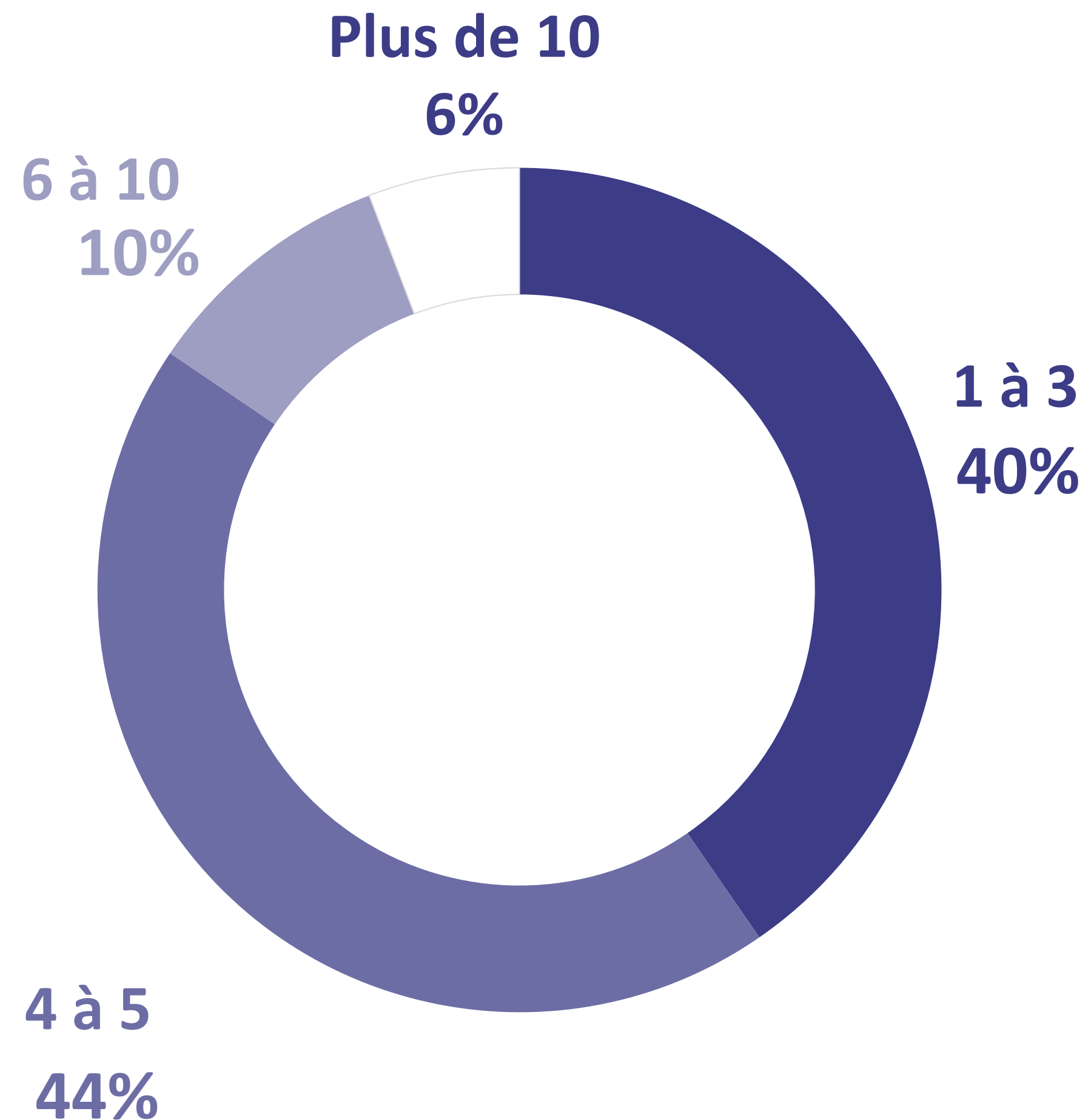


Différence significative par rapport à la vague précédente

DES AUDITEUR·ICE·S RÉGULIÈREMENT À LA RECHERCHE DE NOUVEAUTÉS, MEME SI LES HABITUDES SEMBLENT S'INSTALLER

NOMBRE DE PODCASTS DIFFÉRENTS ÉCOUTÉS

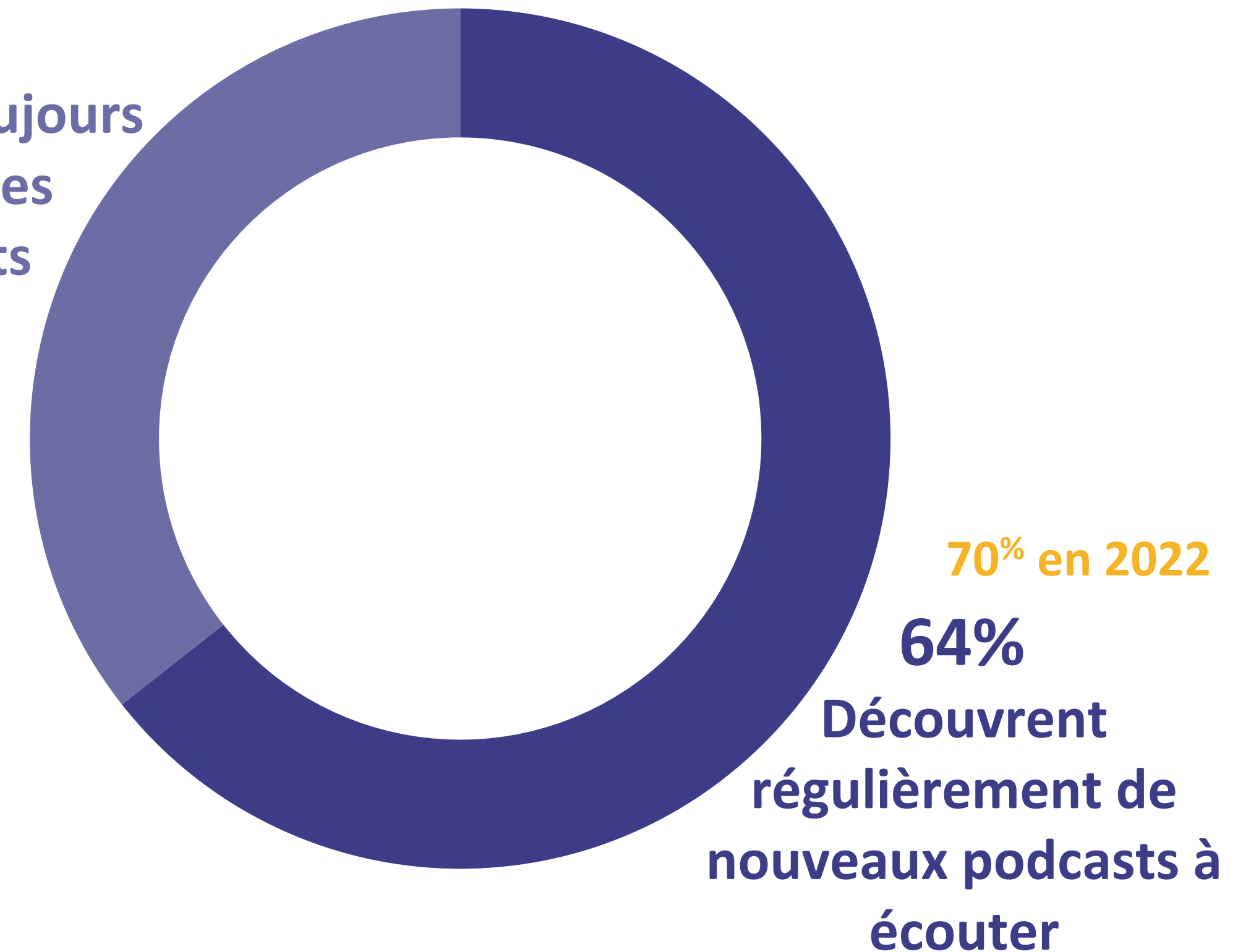
Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



HABITUDES D'ÉCOUTE

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

Écoutent toujours
les mêmes
podcasts
36%
30% en 2022



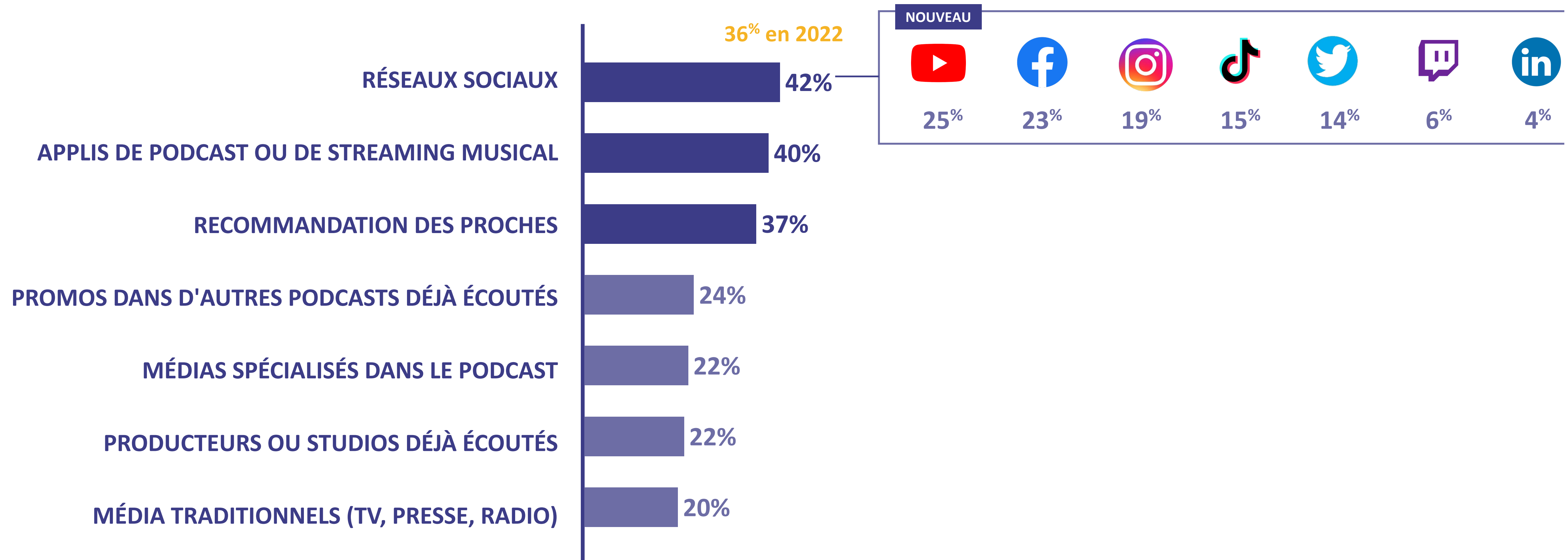
Q. Combien de podcasts différents écoutez-vous régulièrement ?

Q. Voici deux phrases concernant les habitudes d'écoute des podcasts. De laquelle vous sentez-vous personnellement le plus proche ?

DES RÉSEAUX SOCIAUX QUI FACILITENT LA DÉCOUVERTE DE NOUVEAUX PODCASTS...

DÉCOUVERTE DES PODCASTS NATIFS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Aujourd'hui, le plus souvent, comment découvrez-vous les podcasts natifs qui vous intéressent ?

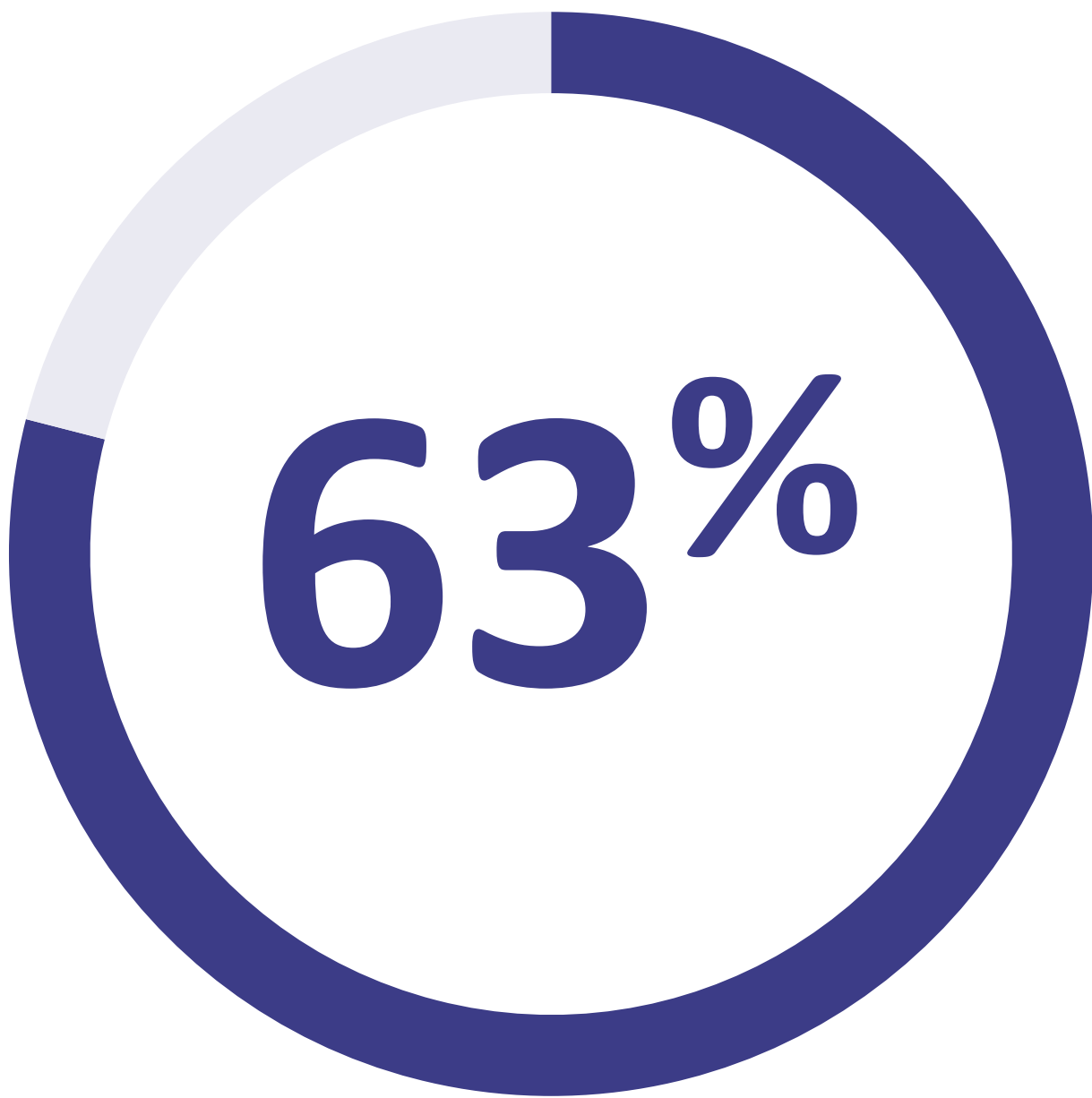


Pas d'évolution significative vs 2022

...ET QUI PERMETTENT DE MAINTENIR LE DIALOGUE ENTRE PODCASTEUR·ICE·S ET AUDITEUR·ICE·S

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

NOUVEAU

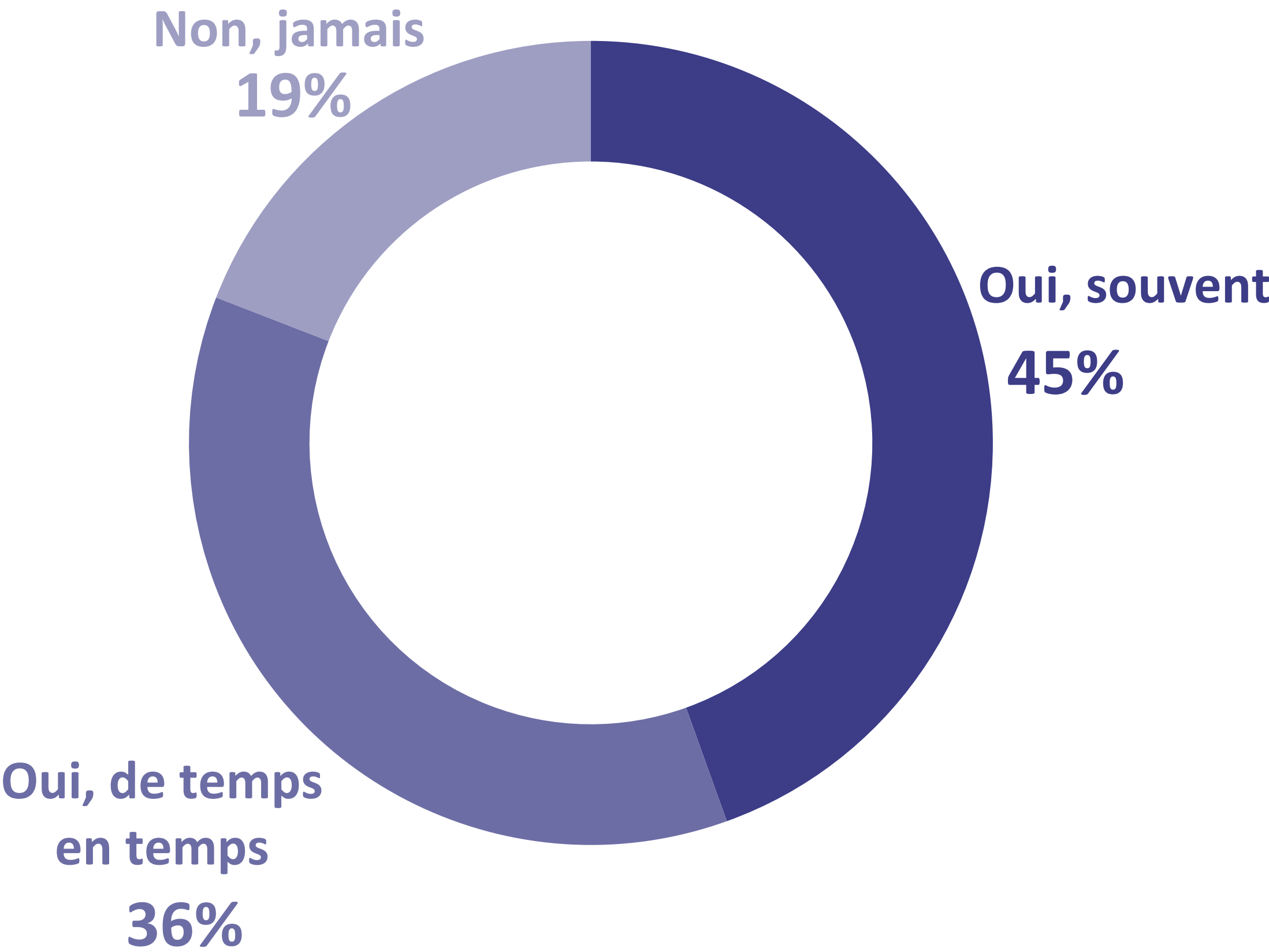


DES AUDITEUR·ICE·S HEBDO
SUIVENT DES PODCASTEURS
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

INTERAGISSENT AVEC DES PODCASTEURS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif qui suivent des podcasteurs sur les RS

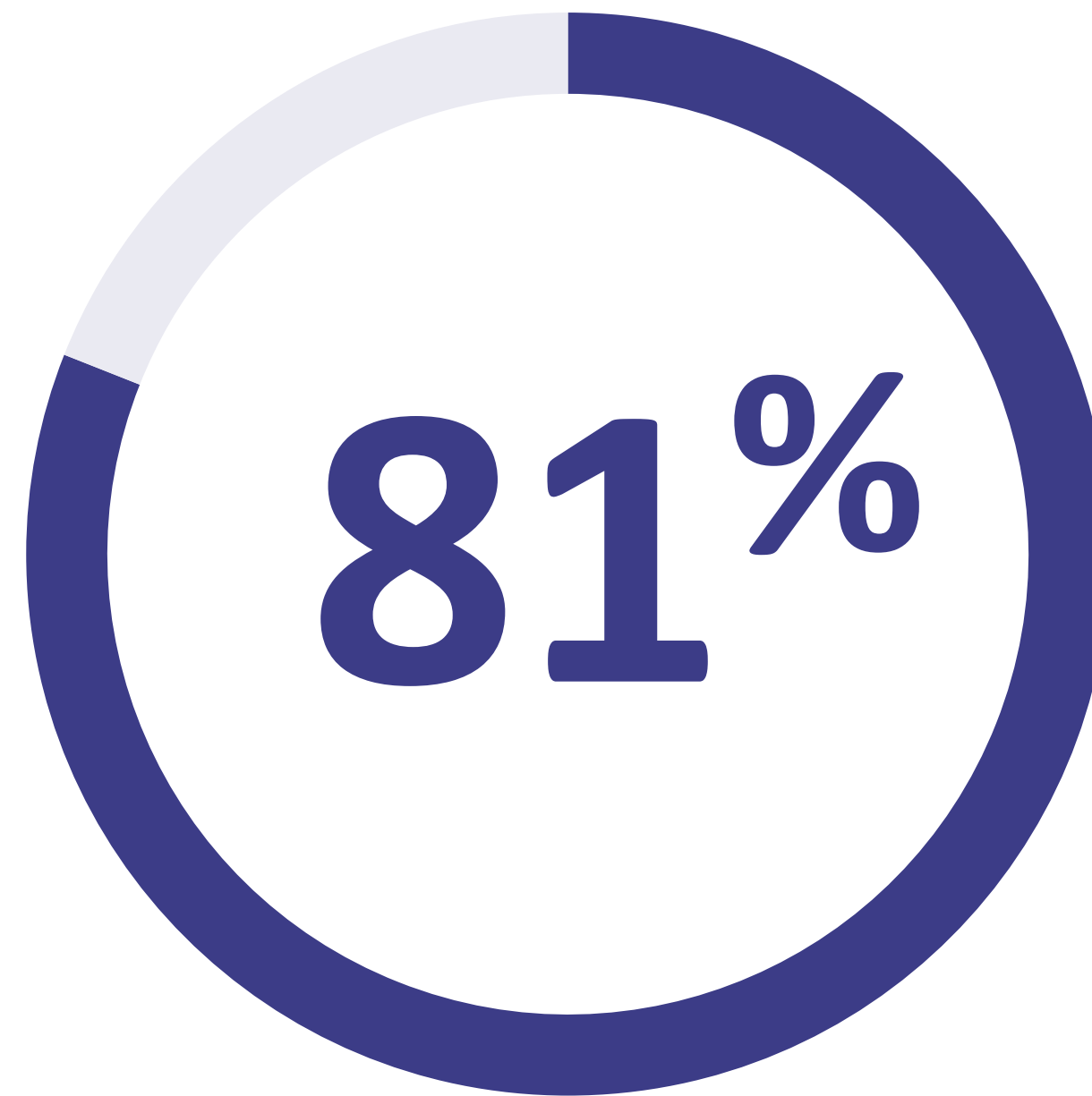
NOUVEAU



Q. Vous arrive-t-il de suivre des podcasteurs sur les réseaux sociaux ?
Q. Et vous arrive-t-il d'interagir, d'échanger avec eux à travers les réseaux sociaux ?

ET UN MÉDIA CONNECTÉ QUI PERMET LA DÉCONNEXION !

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



DES AUDITEUR·ICE·S HEBDO
ESTIMENT QUE LE PODCAST
PERMET LA DÉCONNEXION

NOUVEAU

Dont 35% déclarent Oui tout à fait

Q. Et êtes-vous d'accord ou non avec les phrases suivantes ?

The logo for the Paris Podcast Festival, featuring the text "PARIS PODCAST FESTIVAL" in a bold, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is surrounded by numerous concentric white circles of varying diameters, creating a ripple effect that fills the left side of the image.

PARIS
PODCAST
FESTIVAL

POUR LES MARQUES, UNE AUTRE FAÇON DE SE RACONTER



HAVAS Paris

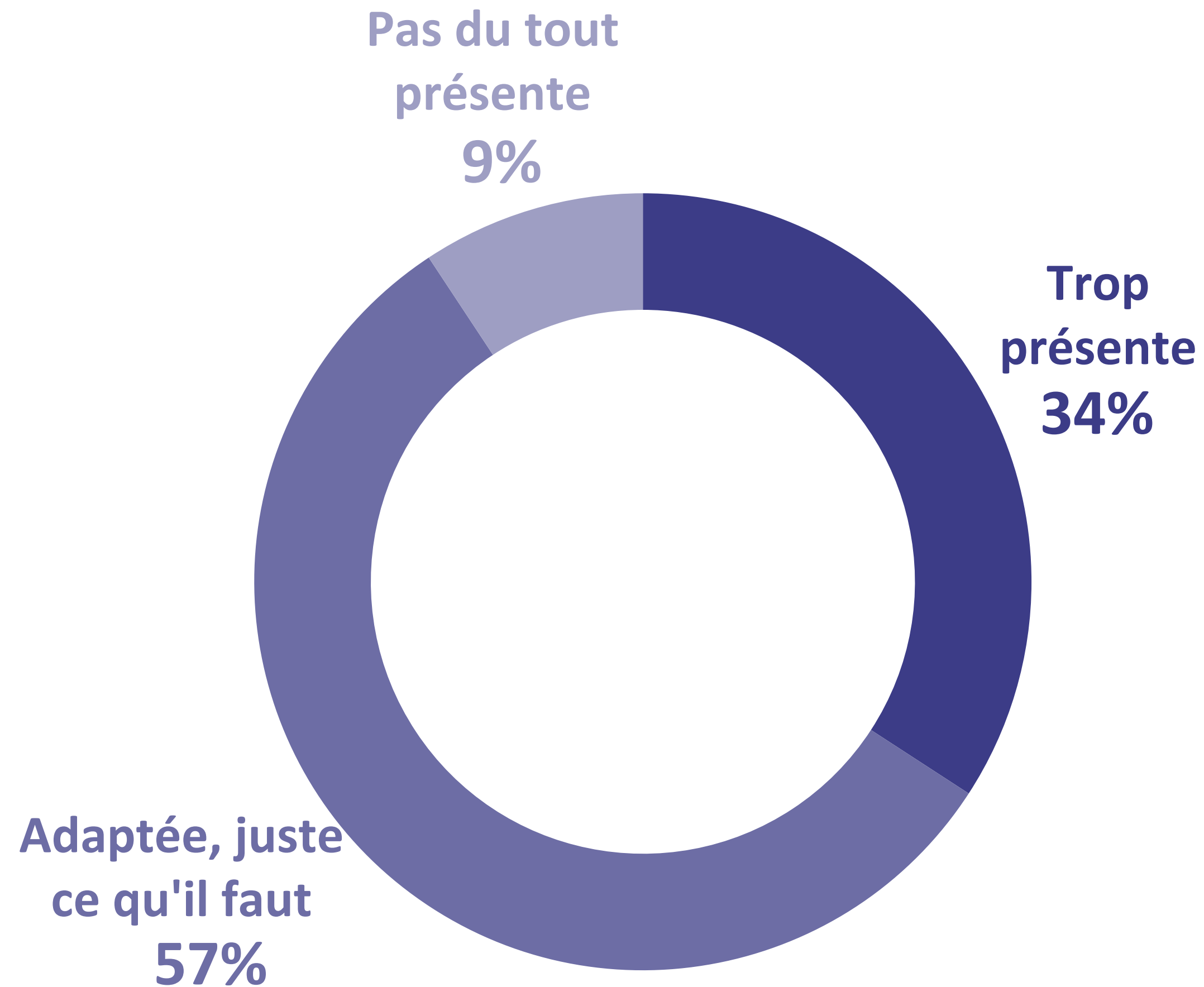


Gaîté Lyrique

UN BON ÉQUILIBRE DE LA PUBLICITÉ DANS LES PODCASTS NATIFS

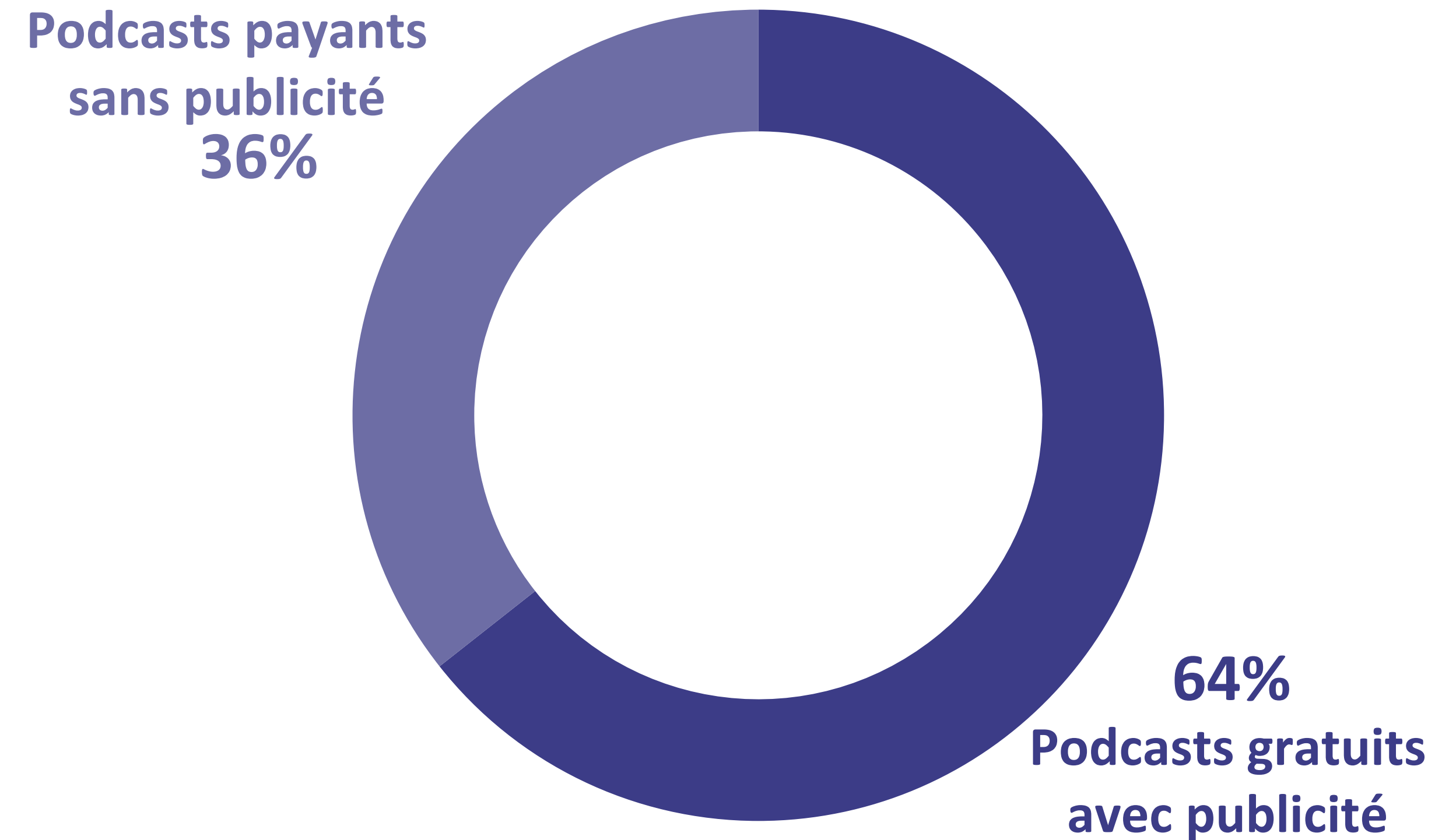
PRÉSENCE DES PUBLICITÉS DANS LES PODCASTS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



CHOIX ENTRE PODCASTS PAYANTS ET GRATUITS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Comment jugez-vous la présence des publicités dans les podcasts que vous écoutez ? / A choisir, que préférez-vous... ?

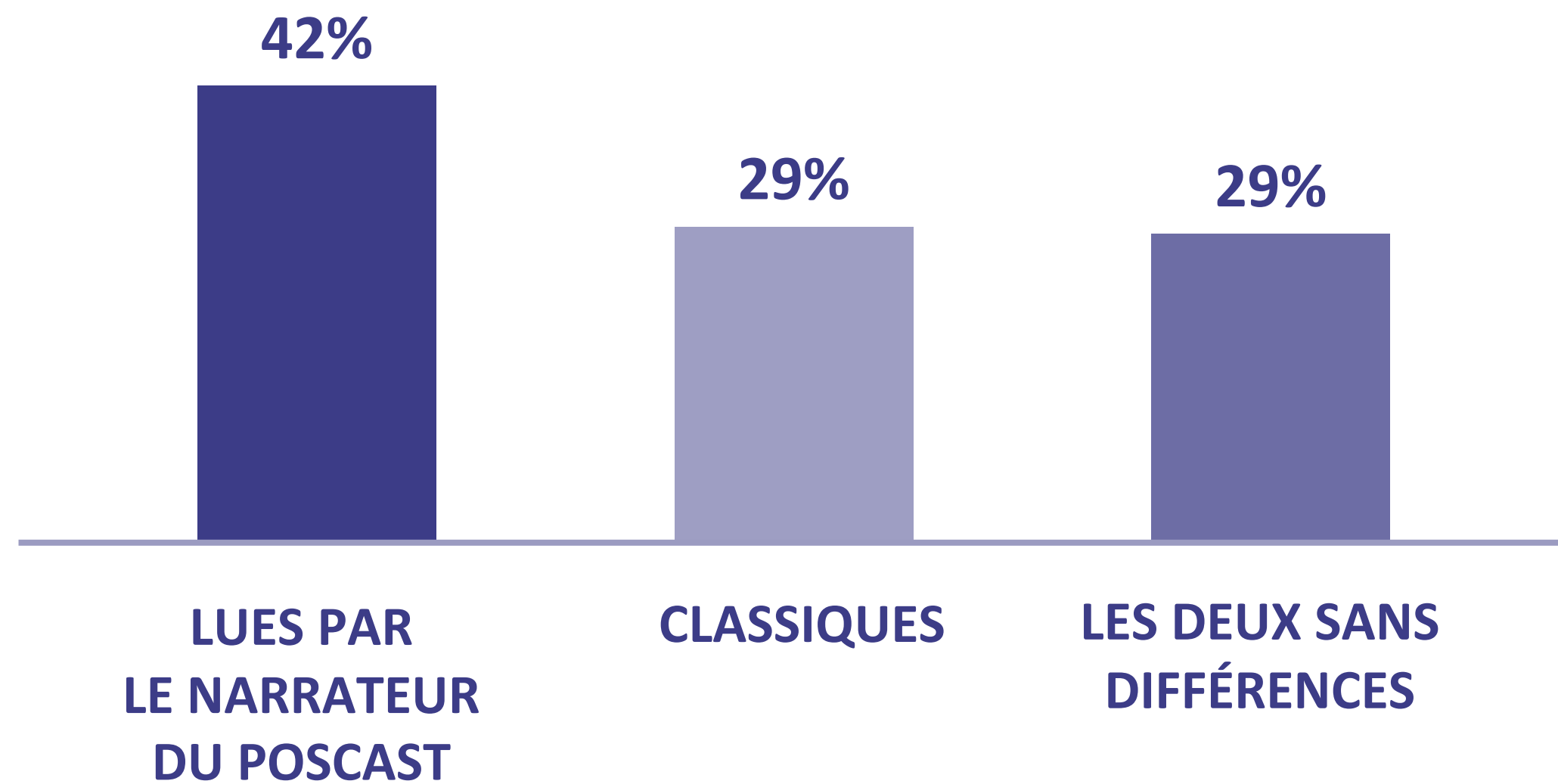


Pas d'évolution significative vs 2022

UNE PRÉFÉRENCE POUR LES PUBLICITÉS LUES PAR LE PODCASTEUR

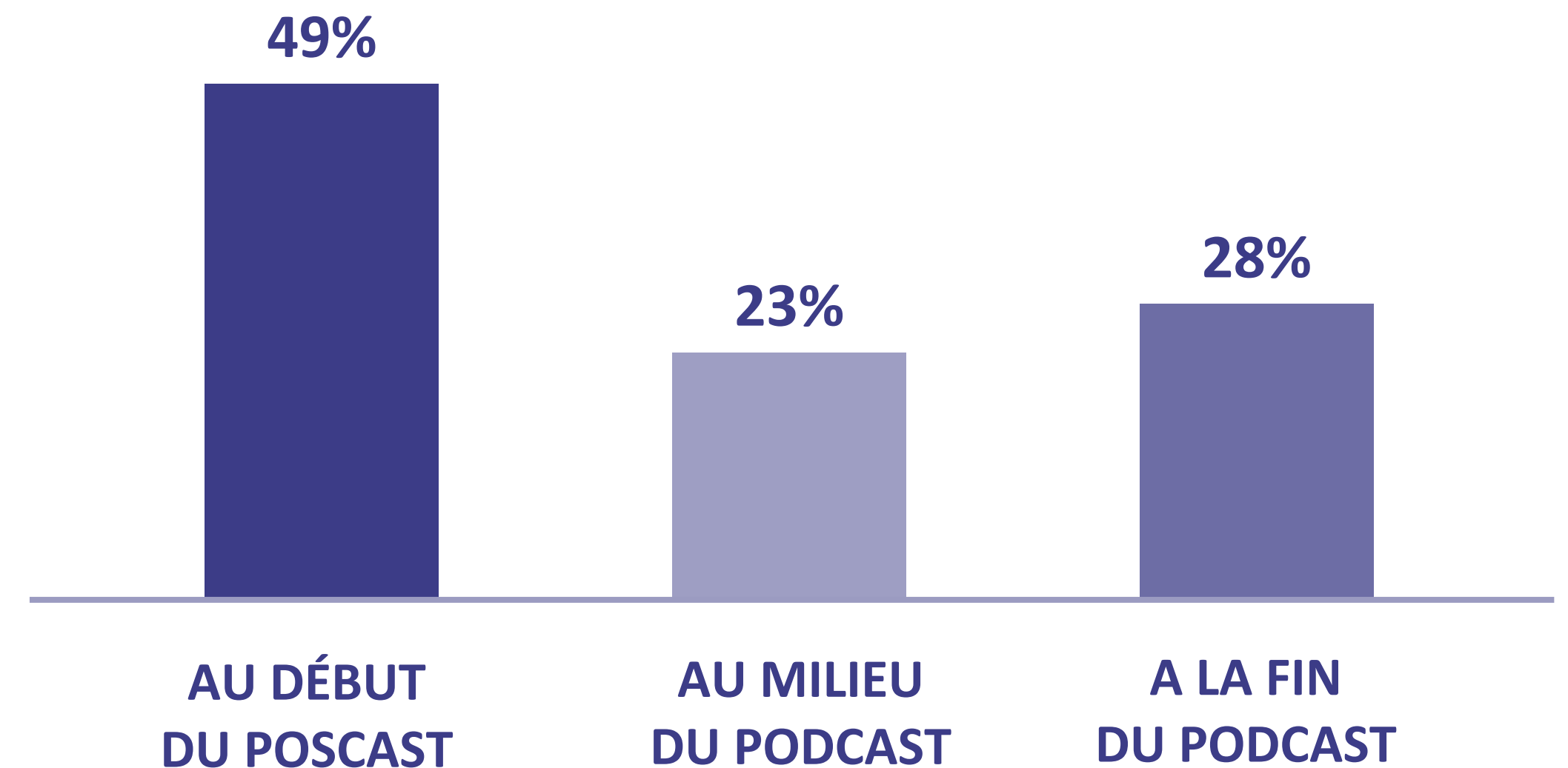
TYPE DE PUBLICITÉ PRÉFÉRÉ

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



MOMENT D'EXPOSITION À LA PUB PRÉFÉRÉ

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Et à choisir, vous préférez avoir des publicités... ?

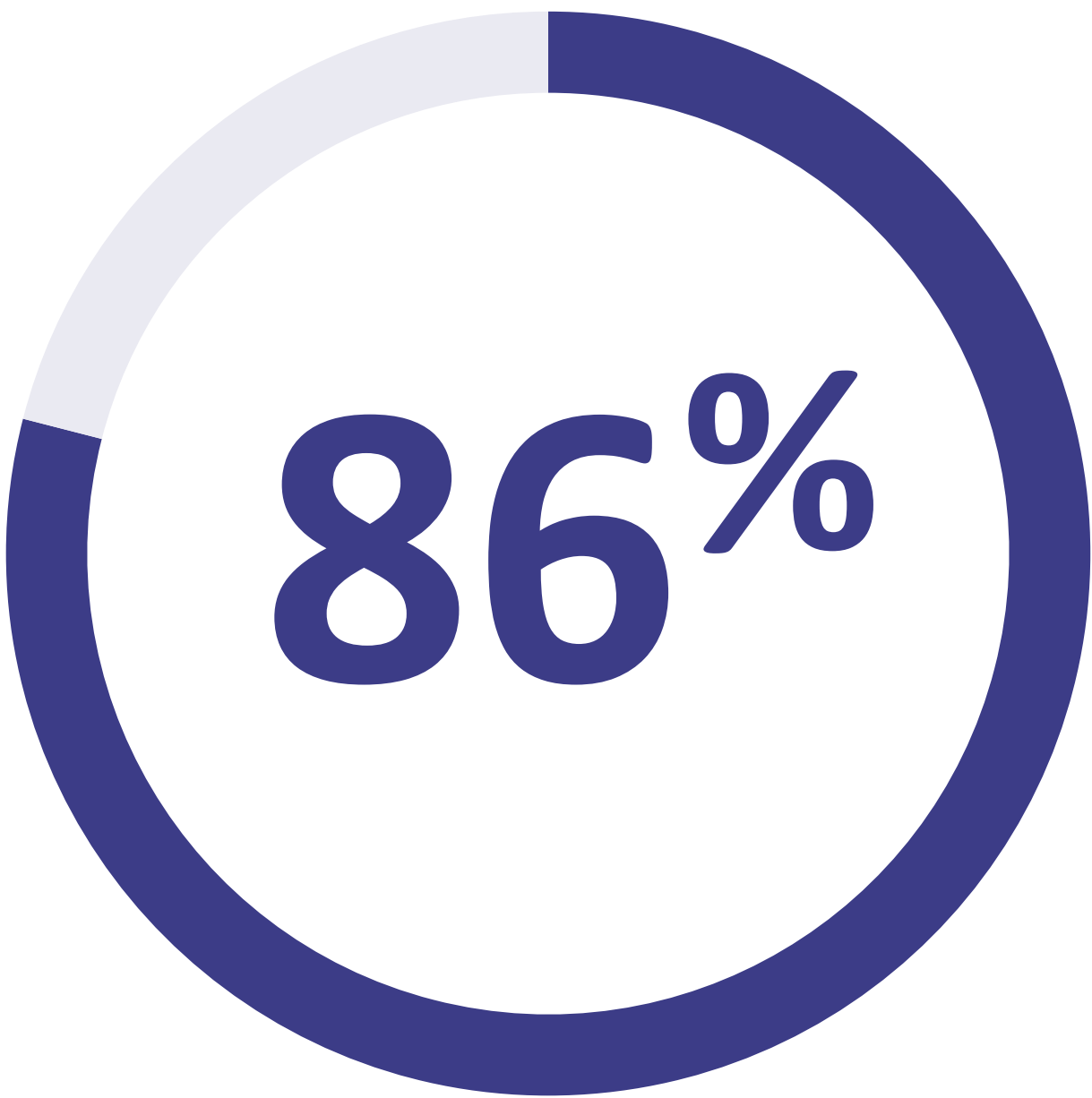
Q. En général, concernant les publicités dans les podcasts, vous êtes plus sensibles... ?



Pas d'évolution significative vs 2022

UNE PROXIMITÉ ET UN INTÉRÊT RENFORCÉ POUR LES MARQUES COMMUNIQUEANT À TRAVERS LES PODCASTS NATIFS

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif

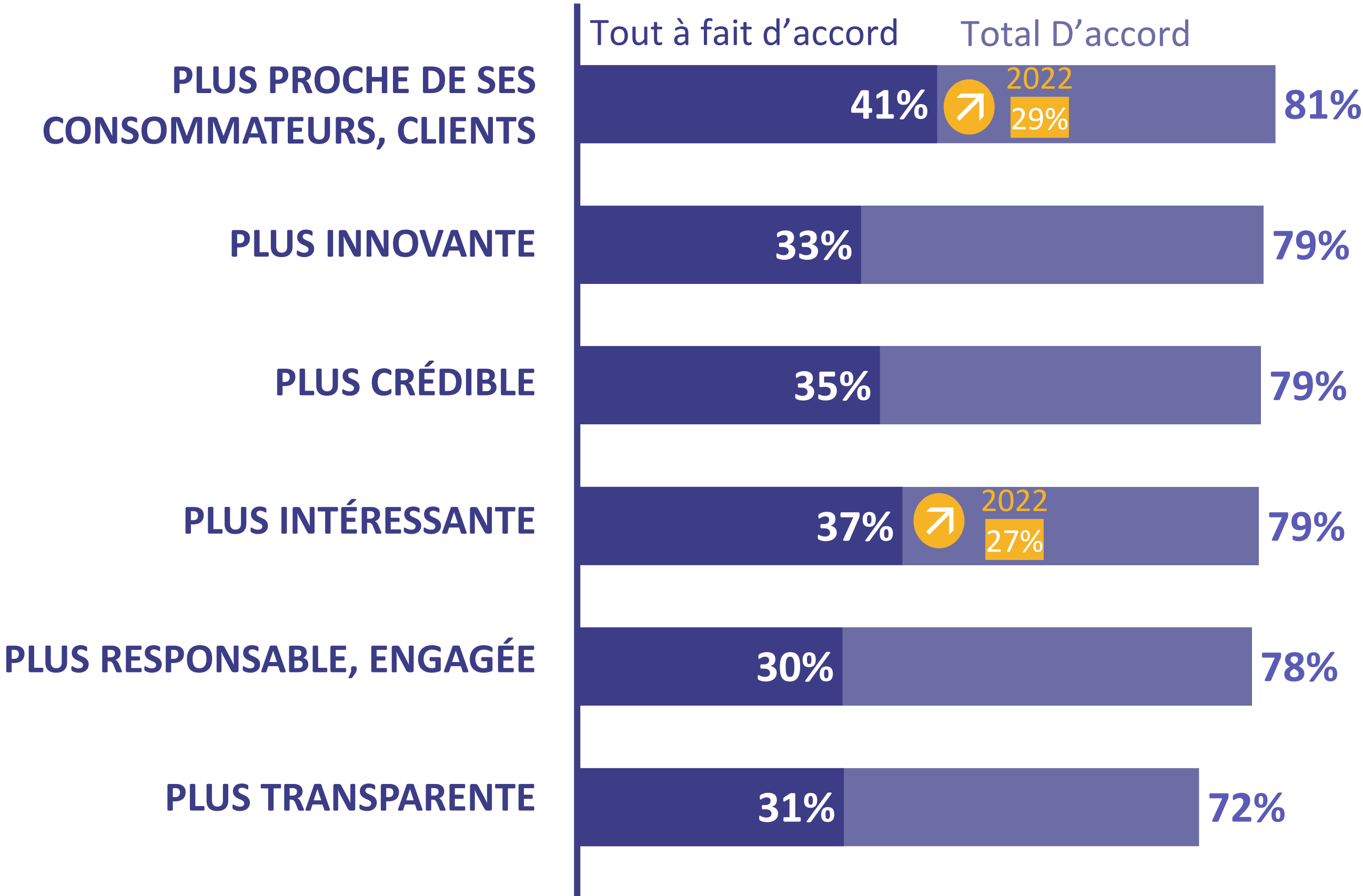


DES AUDITEUR·ICE·S HEBDO ESTIMENT QUE PROPOSER DES PODCASTS EST UN BON MOYEN DE COMMUNICATION POUR UNE MARQUE

Dont 31% déclarent Oui tout à fait

UNE MARQUE PROPOSANT DES PODCASTS NATIFS EST PERÇUE COMME...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Proposer des podcasts est-il pour une marque un bon moyen de s'exprimer, de communiquer ?
Q. Une marque qui fait des podcasts natifs vous apparaît comme une marque...



Différence significative par rapport à la vague précédente

A CONDITION DE SERVIR DES GRANDES CAUSES

À TRAVERS LEURS PROPRES PODCASTS, LES MARQUES DOIVENT PLUTÔT...

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Selon vous, lorsque les marques proposent leur propre podcast, elles doivent plutôt... ?

AVEC UN ENGAGEMENT ENCORE PLUS MARQUÉ

CALL-TO-ACTION DU PODCAST NATIF

Base : Auditeur·ice·s hebdo podcast natif



Q. Vous personnellement, êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?

MERCI



HAVAS Paris



Gaîté Lyrique