

MESURE DE L'ATTENTION SUR RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7

The
Media Leader_



CONSUMER
SCIENCE &
ANALYTICS

CSA

Vos contacts CSA :

Yves Del Frate - CEO

Valérie Baudo – Directrice département Media & Content

SEPTEMBRE 2026

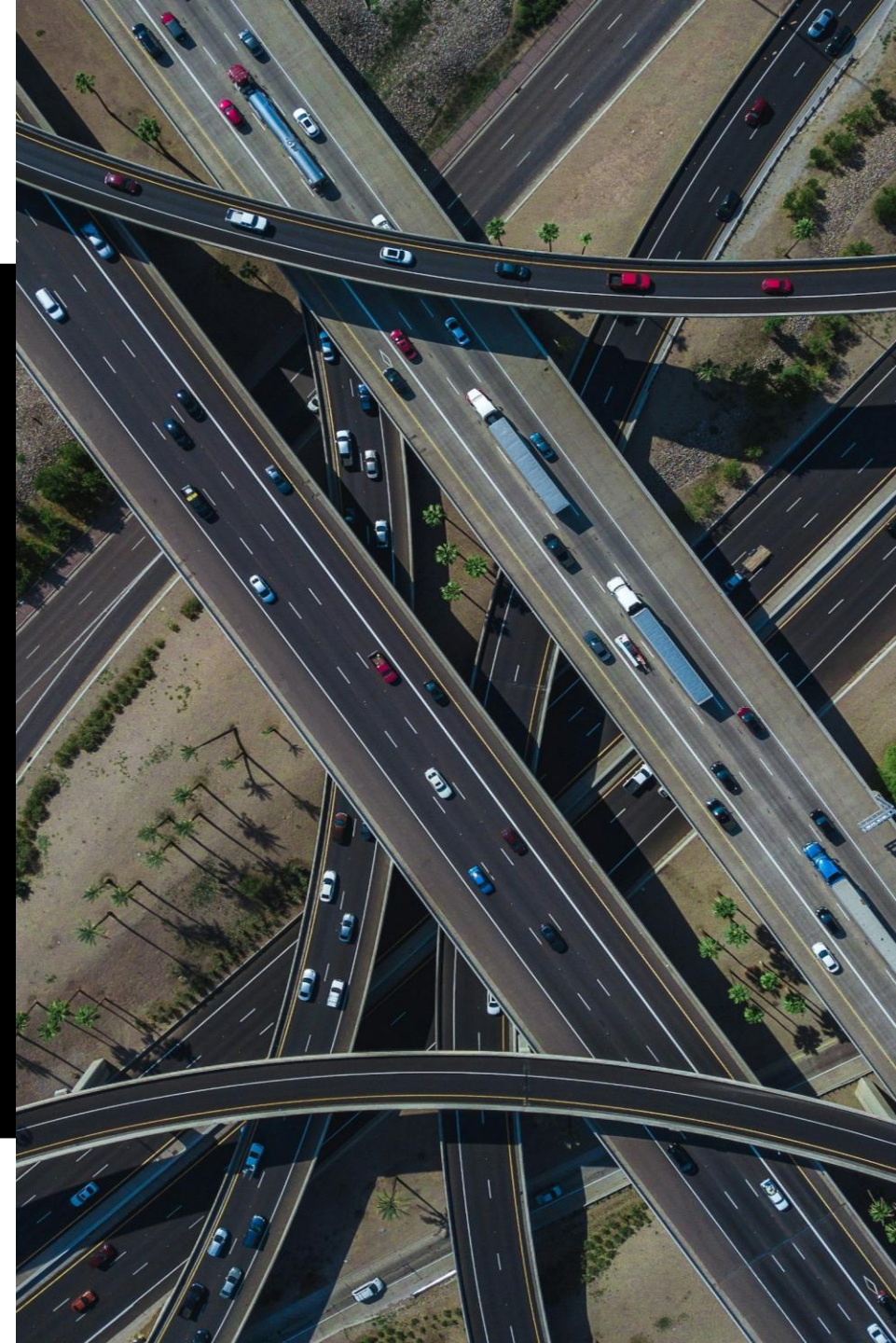
OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

UNE ETUDE MENEES AUPRES DES FRANCAIS POUR :

**DRESSER UN ÉTAT DES LIEUX SUR L'ATTENTION PORTÉE À RADIO VINCI
AUTOROUTES VS LES AUTRES RADIOS ET IDENTIFIER LES BENEFICES
SPECIFIQUES QUE CET ENVIRONNEMENT PEUT OFFRIR AUX MARQUES**

**Une étude comparative entre l'écoute du 107.7 et les autres
radios afin de mesurer :**

- L'attention des auditeurs
- La mémorisation des messages publicitaires
- L'impact sur l'image des radios
- Le passage à l'action en point de vente

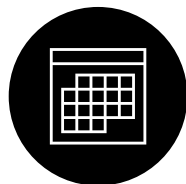


METHODOLOGIE

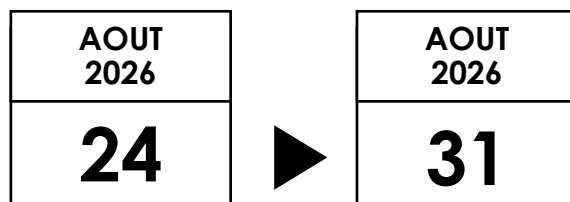


MODE DE RECUEIL

Questionnaire auto-administré en ligne auprès d'internautes issus de notre Access panel CSA Link.



DATES DE TERRAIN



CIBLE INTERROGÉE

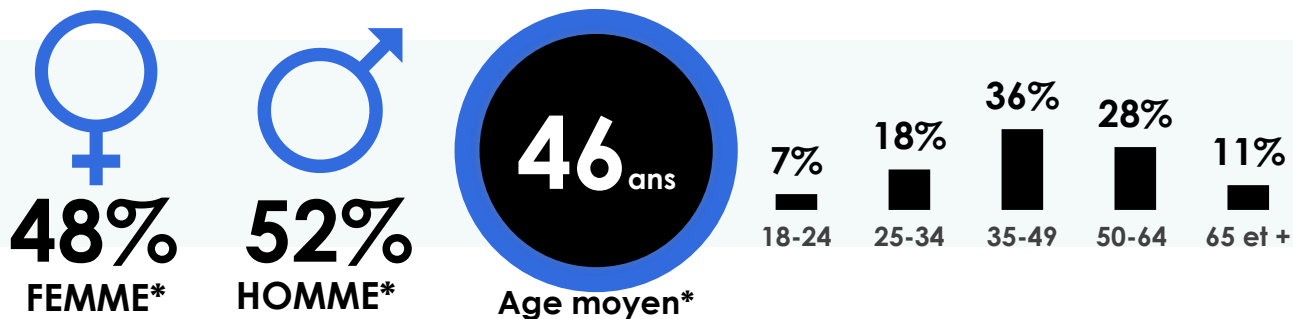
505 Français
âgés de 18 ans et plus, représentatifs
de la population française

**Usagers réguliers ou récents du
réseau des autoroutes couvert par
Radio VINCI Autoroutes**

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas sur les variables de : sexe, âge, csp répondants, région d'habitation.

ÉCHANTILLON REPRÉSENTATIF DES FRANÇAIS ÂGÉS DE 18 ANS ET +

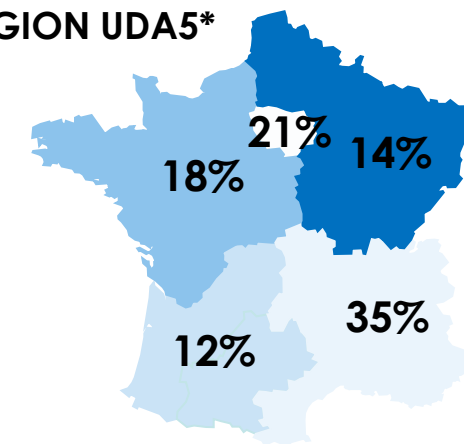
Base totale (n=505)



TAILLE D'AGGLOMÉRATION*

Moins de 2K habitants
2K - 20K habitants
20K - 100K habitants
Plus de 100K habitants
Agglomération parisienne

RÉGION UDA5*



12%
13%
15%
41%
19%

PROFESSION ACTUELLE*

60%
CSP+

27%
CSP-

13%
INACTIFS

Agriculteur exploitant	1%	Employé(e)	21%	Retraité	10%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	6%	Ouvrier(e)	6%	Etudiant	1%
Cadre supérieur, profession intellectuelle supérieure, profession libérale	25%			Autre, sans profession	2%
Profession intermédiaire	28%				

FOYER SANS ENFANT

51%

FOYER AVEC ENFANTS

49%

PARTIE 1

QUALITE D'ATTENTION



Près d'un tiers des Français interrogés écoutent Radio VINCI Autoroutes 107.7 chaque semaine. Une écoute renforcée chez les moins de 35 ans, les franciliens et les CSP+. L'écoute du 107.7 est dépendante des déplacements.

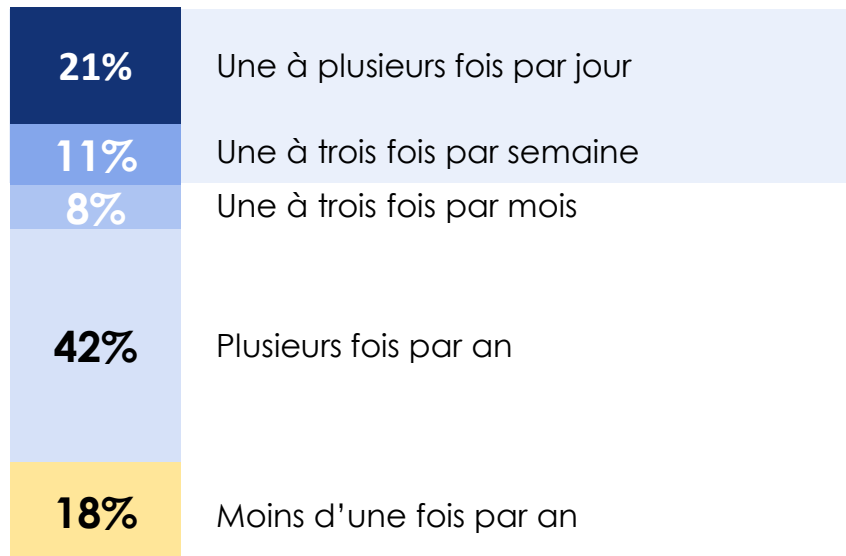
FRÉQUENCE D'ECOUTE

Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7

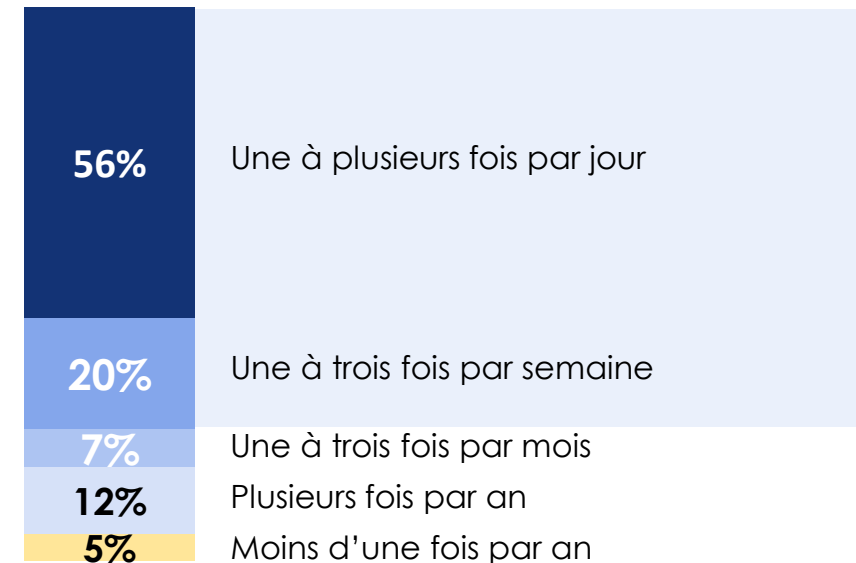
Moins de 35 ans : 48%
Foyer avec enfants : 46%
IDF : 44%
CSP+ : 36%

32% Au moins une fois/semaine



AUTRES RADIOS

76% Au moins une fois/semaine

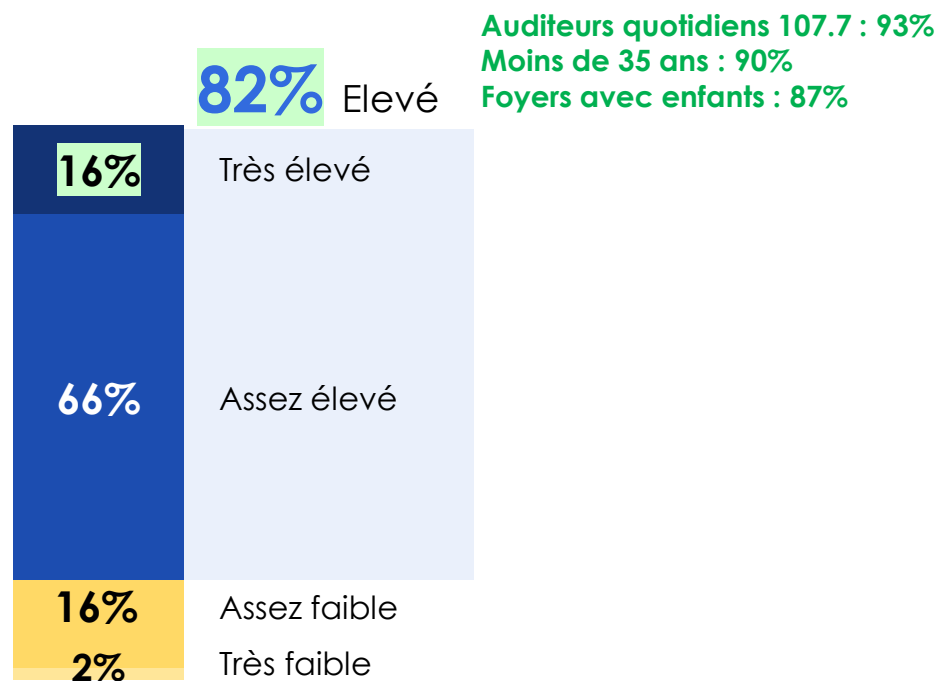


Radio VINCI Autoroutes 107.7 capte davantage l'attention de ses auditeurs que les autres radios

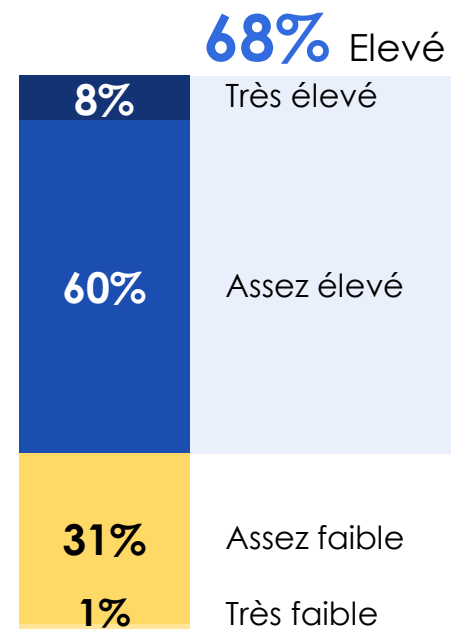
NIVEAU D'ATTENTION LORS DE L'ÉCOUTE

Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

SUR RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7



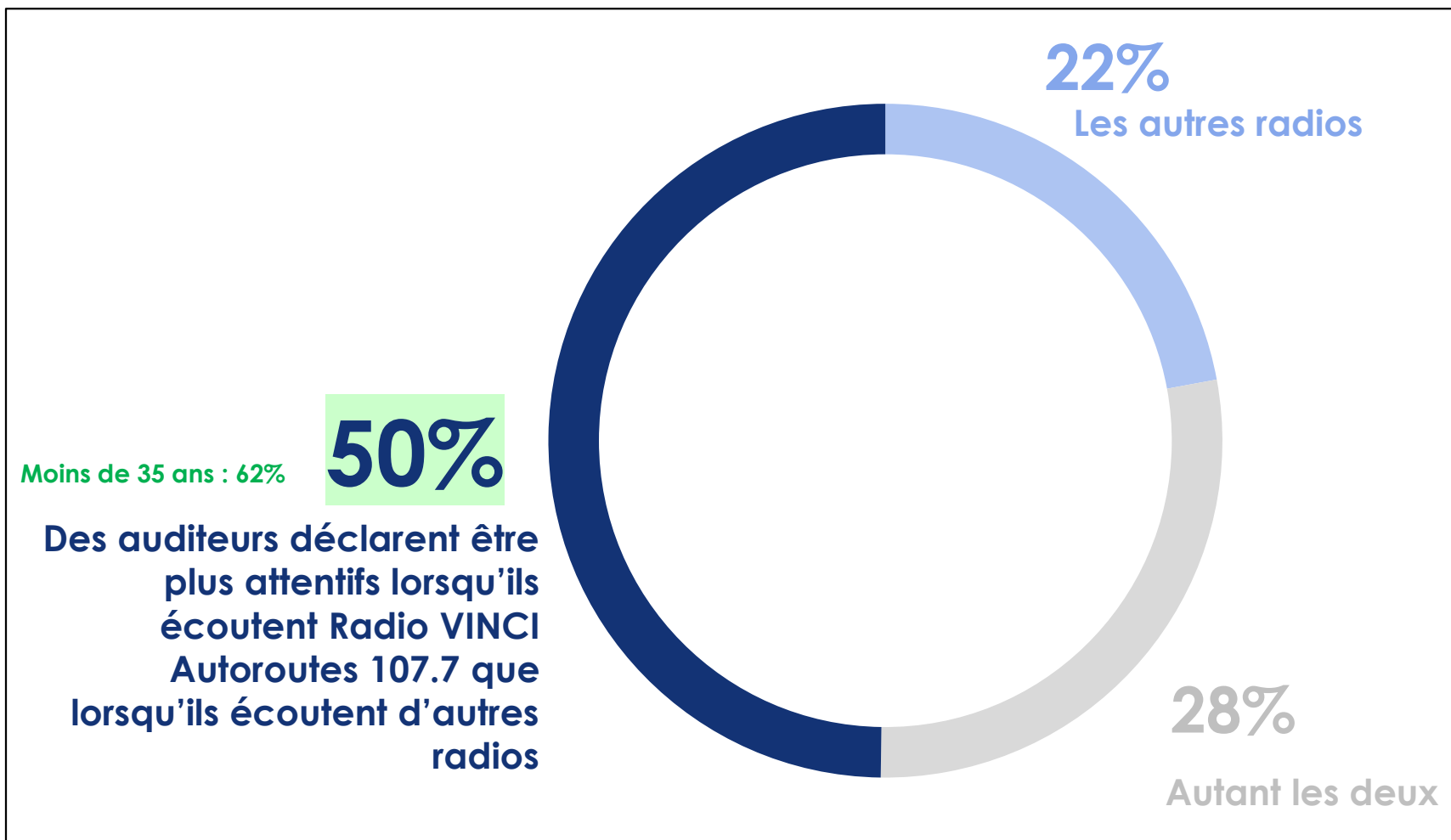
SUR LES AUTRES RADIOS



Un auditeur sur deux se déclare plus attentif sur Radio VINCI Autoroutes 107.7 que sur les autres radios

COMPARATIF DU NIVEAU D'ATTENTION LORS DE L'ÉCOUTE

Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

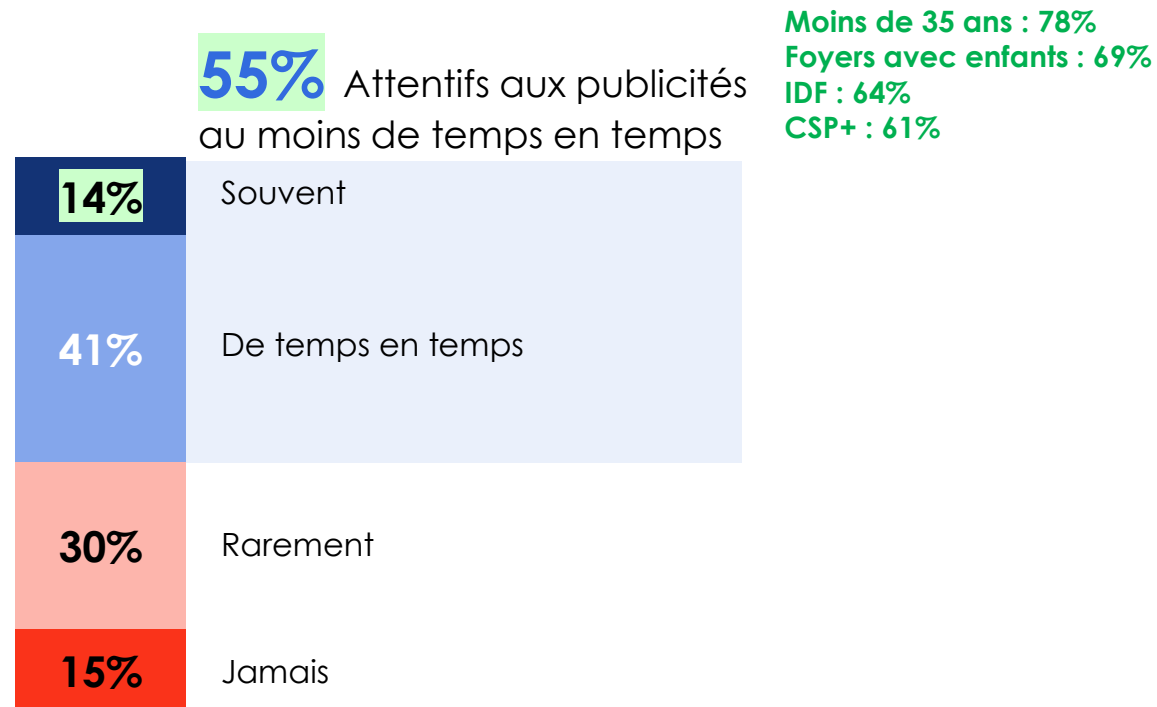


Une meilleure attention portée aux messages publicitaires sur Radio VINCI Autoroutes 107.7, notamment parmi les plus jeunes conducteurs, les franciliens, les familles et CSP+

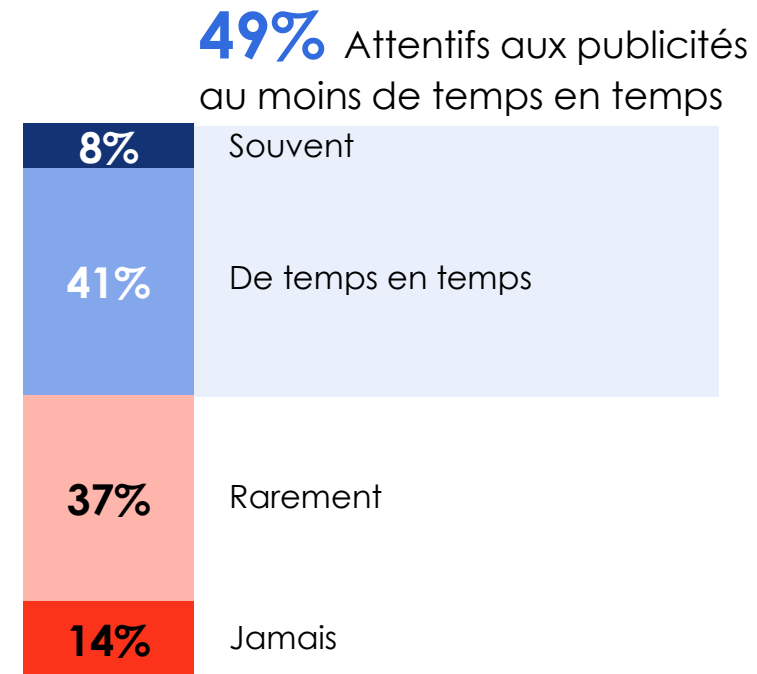
ATTENTION PORTEE AUX ANNONCES PUBLICITAIRES

Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

SUR RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7



SUR LES AUTRES RADIOS



PARTIE 2

IMPACT DES PUBLICITES SUR L'IMAGE DES MARQUES

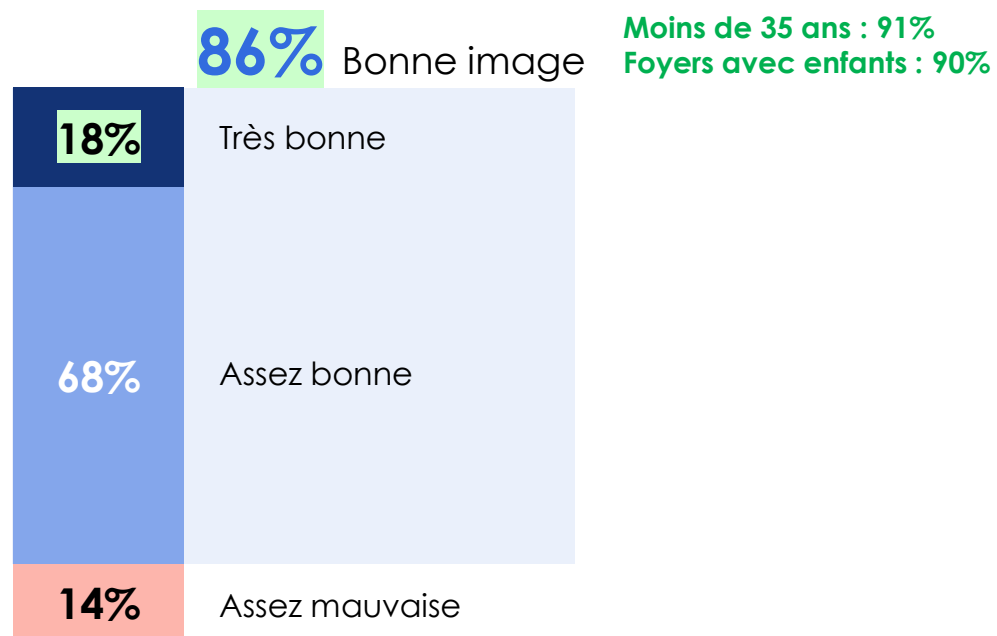


Au global, une bonne image des marques qui communiquent en radio, particulièrement sur le 107.7

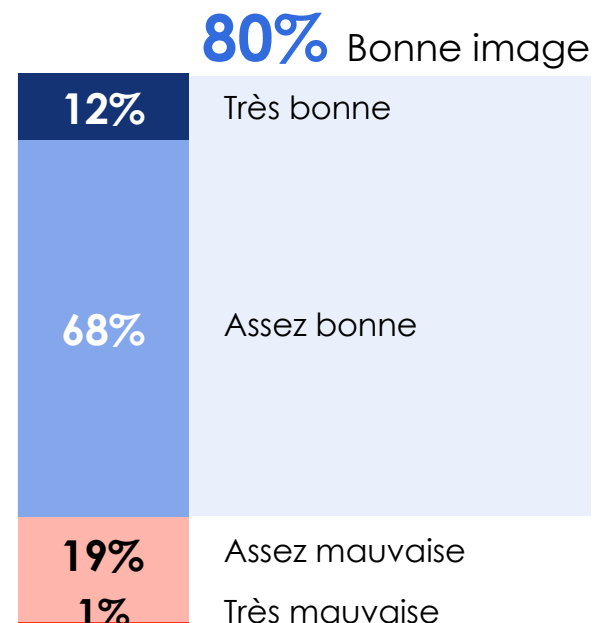
IMAGE DES MARQUES QUI FONT DE LA PUBLICITÉ

Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

SUR RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7



SUR LES AUTRES RADIOS



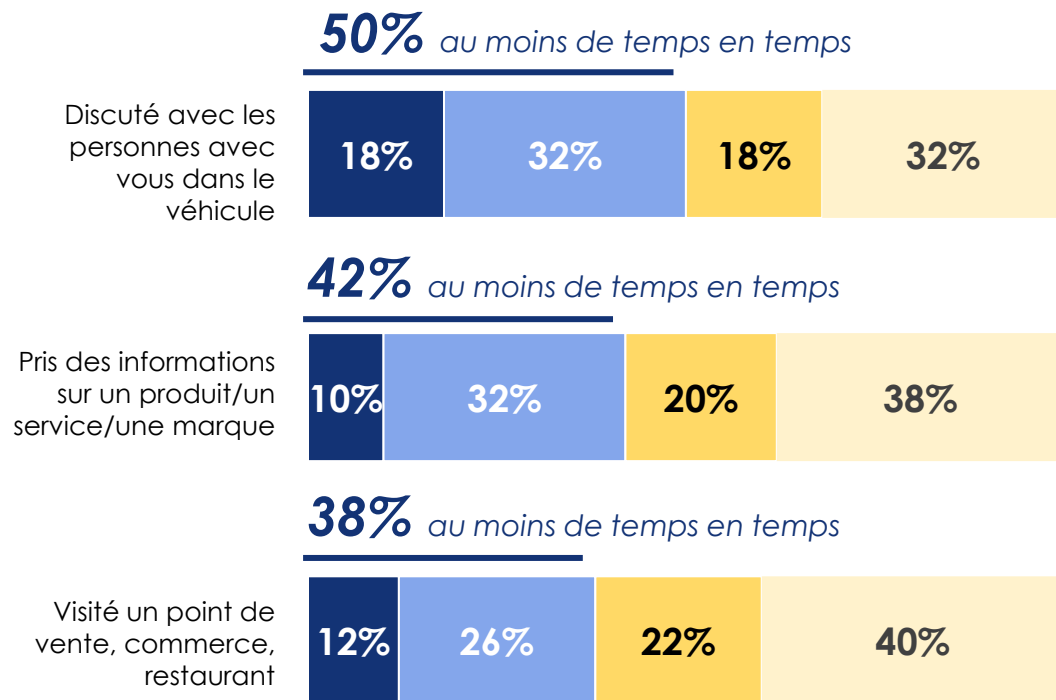
Les campagnes diffusées sur le 107.7 génèrent des interactions pour la moitié des passagers.
La prise de renseignement et le passage à l'action viennent ensuite et se révèle identique entre
Radio VINCI Autoroutes 107.7 et les autres radios.

POUVOIR INCITATIF DES PUBLICITES

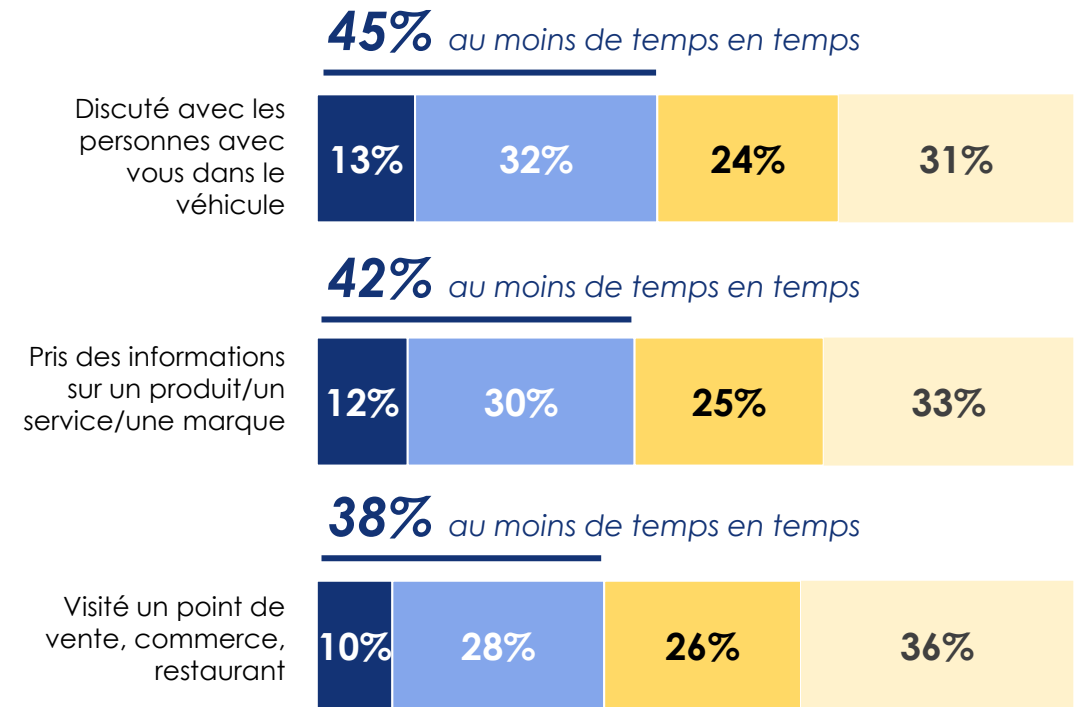
Base Ensemble des Français usagers du réseau VINCI Autoroutes (n=505)

■ Souvent ■ Rarement
■ De temps en temps ■ Jamais

SUR RADIO VINCI AUTOROUTES 107.7



SUR LES AUTRES RADIOS



Ce qu'il faut retenir...

EN QUELQUES MOTS...

#1

Une audience stratégique et fidèle

1/3 des usagers écoutent Radio VINCI Autoroutes 107.7 chaque semaine, avec une écoute renforcée auprès de cibles stratégique à fort pouvoir d'achat : CSP+ et franciliens

#2

Un contexte d'écoute favorable qui capte l'attention...

82% déclarent un niveau d'attention élevé : des auditeurs en situation de conduite, à la recherche d'informations utiles, immédiates et directement liées à leur trajet

#3

... et renforce l'écoute des annonces publicitaires

55% déclarent être attentifs aux annonces publicitaires diffusées, légèrement au dessus des autres radios (49%)

#4

Des marques qui peuvent bénéficier des valeurs d'utilité et d'attention du 107.7

86% des Français ont une bonne image des marques qui communiquent sur Radio VINCI Autoroutes, en particulier les familles et les conducteurs de moins de 35 ans.

#5

Des publicités qui génèrent des discussions dans l'habitacle

Un auditeur sur deux discute avec les autres passagers d'une publicité diffusée sur Radio VINCI Autoroutes 107.7, au moins occasionnellement.

MERCI !



The
Media Leader

