

11/05/2022, France

appiniomètre

Insights & Tendances | Marques & Marchés

01

Insights de la semaine

Cette semaine — [Les Podcasts](#)

Combien de Français écoutent régulièrement des podcasts ? Quand les Français écoutent-ils des podcasts ? Quelles sont les catégories les plus appréciées ? Les Français sont-ils prêts à payer pour écouter des podcasts ?

[Page 2](#)

02

Tracking de tendances

Le Hype Tracker est le rendez-vous privilégié des consommateurs pour connaître leur avis sur les sujets les plus populaires du moment.
- [Le cyberharcèlement, Internet of Things, Big Data...](#)

[Page 5](#)

03

Comportement des consommateurs

Produits, marques et passion – Que consomment les Français et quelles sont leurs principales préoccupations ? Ont-ils des marques préférées, et quelles sont-elles ? Jetez un coup d'œil à notre tracker bihebdomadaire.

[Page 7](#)

01

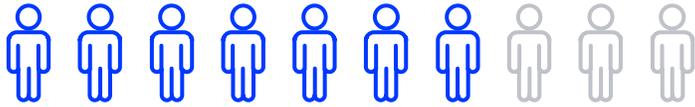
Insights de la semaine

Cette semaine —
Les podcasts

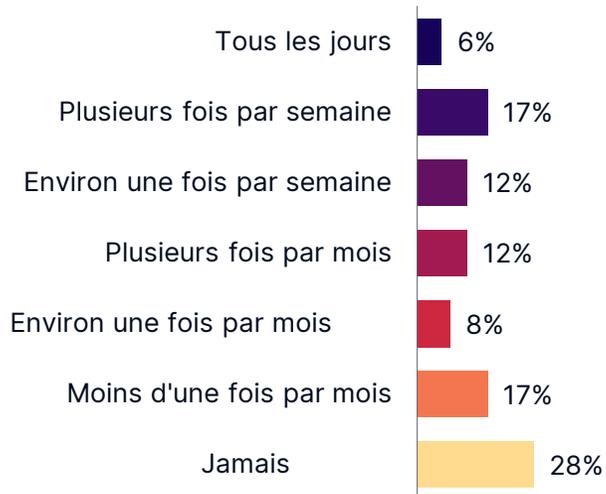


Cette semaine — Les podcasts

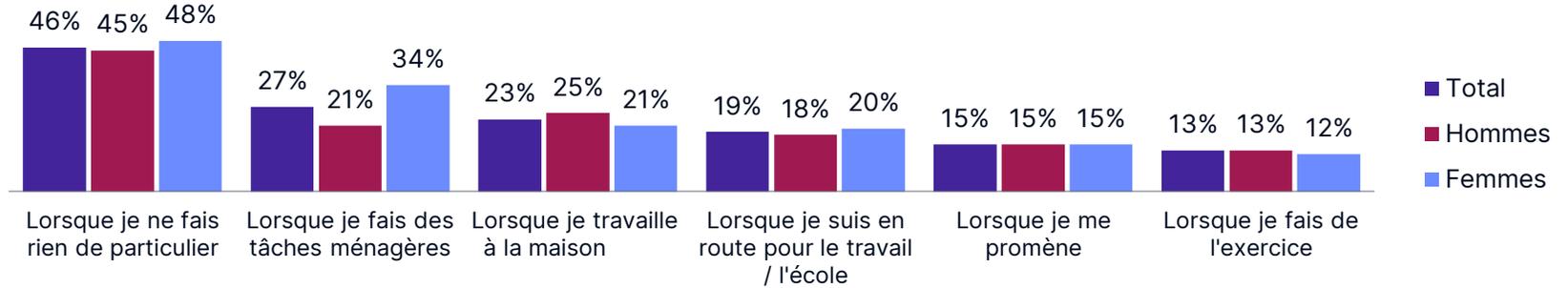
7 Français sur 10 écoutent des podcasts.



À quelle fréquence écoutez-vous des podcasts ?
Répondants qui connaissent les podcasts

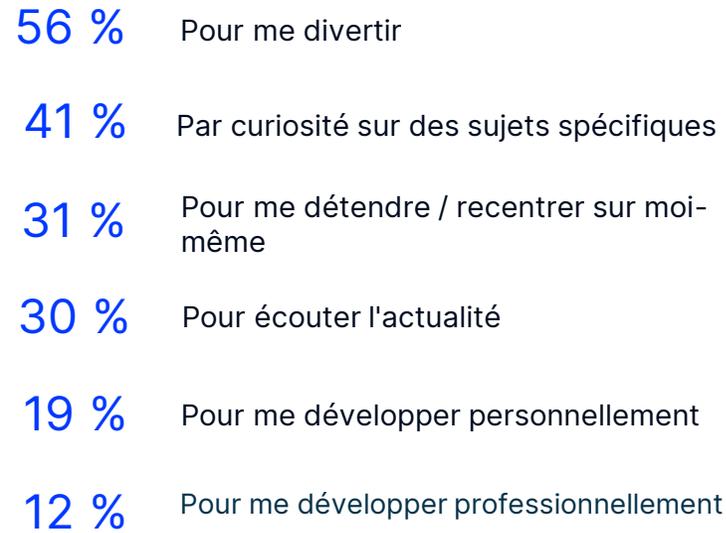


À quel(s) moment(s) les Français écoutent-ils des podcasts ?
Répondants qui écoutent des podcasts



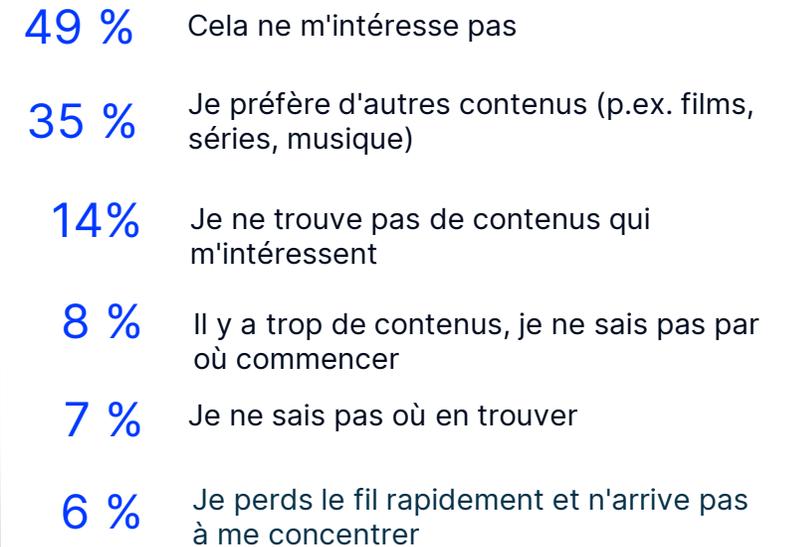
Les raisons pour lesquelles les Français écoutent des podcasts

Répondants qui écoutent des podcasts



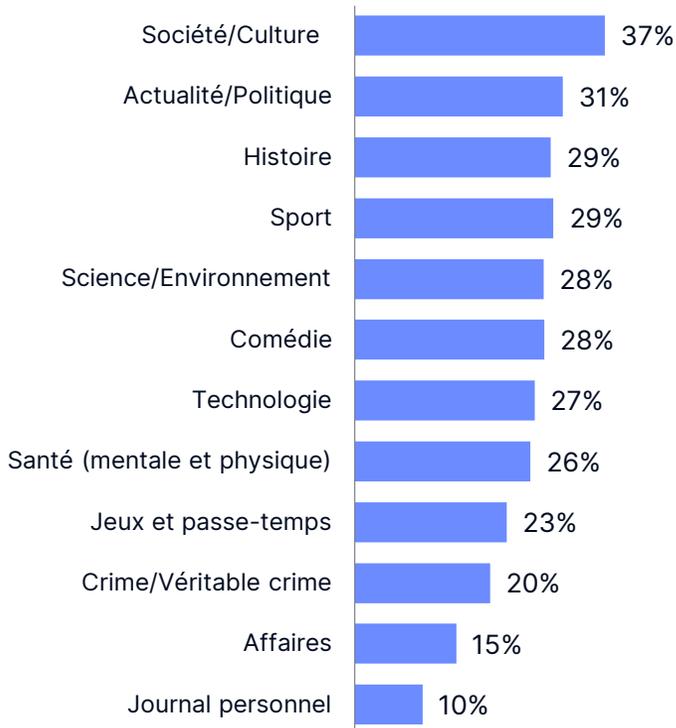
Les raisons pour lesquelles les Français n'écoutent pas de podcasts

Répondants qui n'écoutent jamais de podcasts



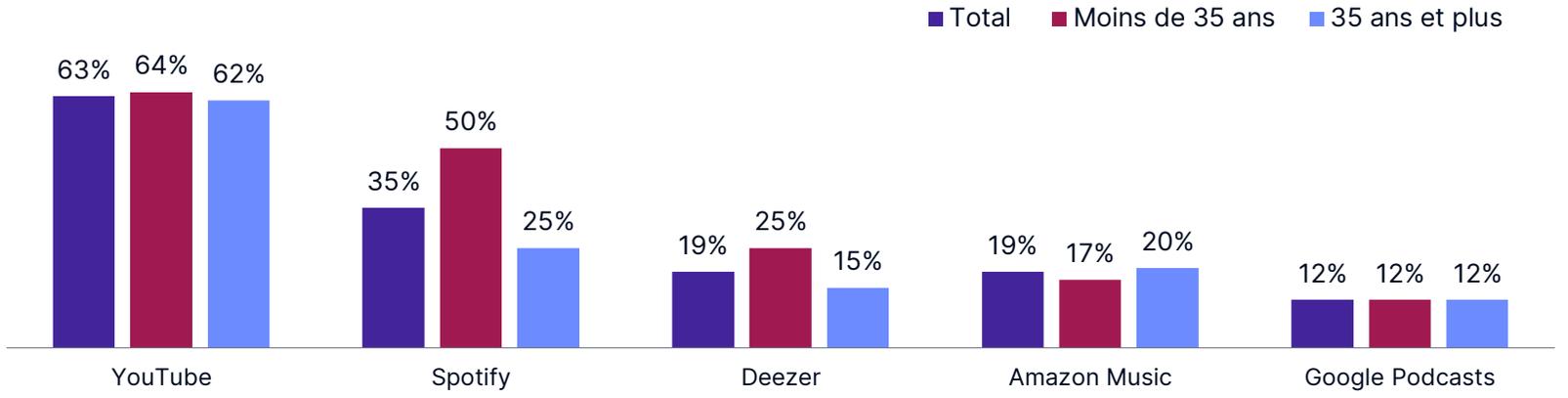
Quels sont les sujets les plus écoutés ?

Répondants qui écoutent des podcasts



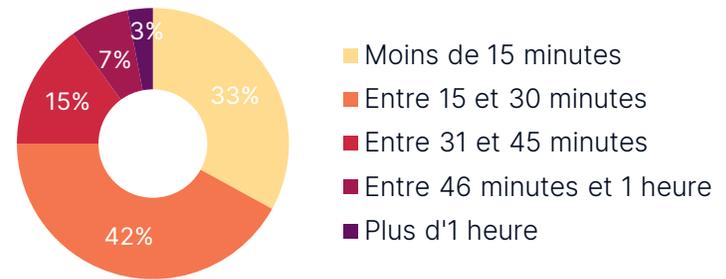
Quelles sont les plateformes utilisées ?

Répondants qui écoutent des podcasts

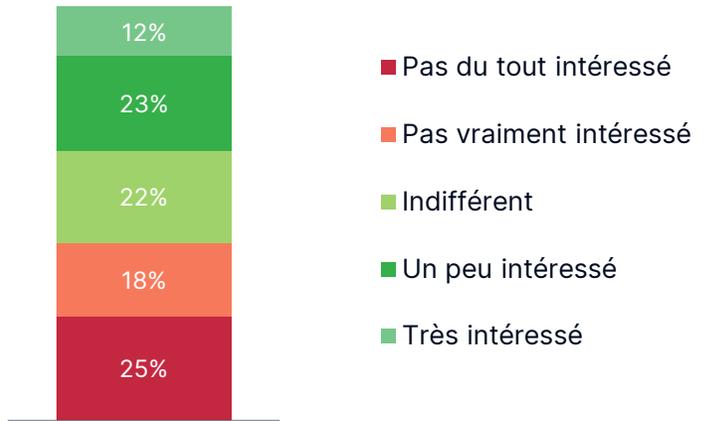


Quelle est la durée idéale d'un podcast ?

Répondants qui écoutent des podcasts



Dans quelle mesure seriez-vous intéressé d'écouter des podcasts des marques que vous aimez ?



€ **78%** des Français ne sont **pas prêts à payer** pour écouter des podcasts (82 % des femmes vs. 74 % des hommes).

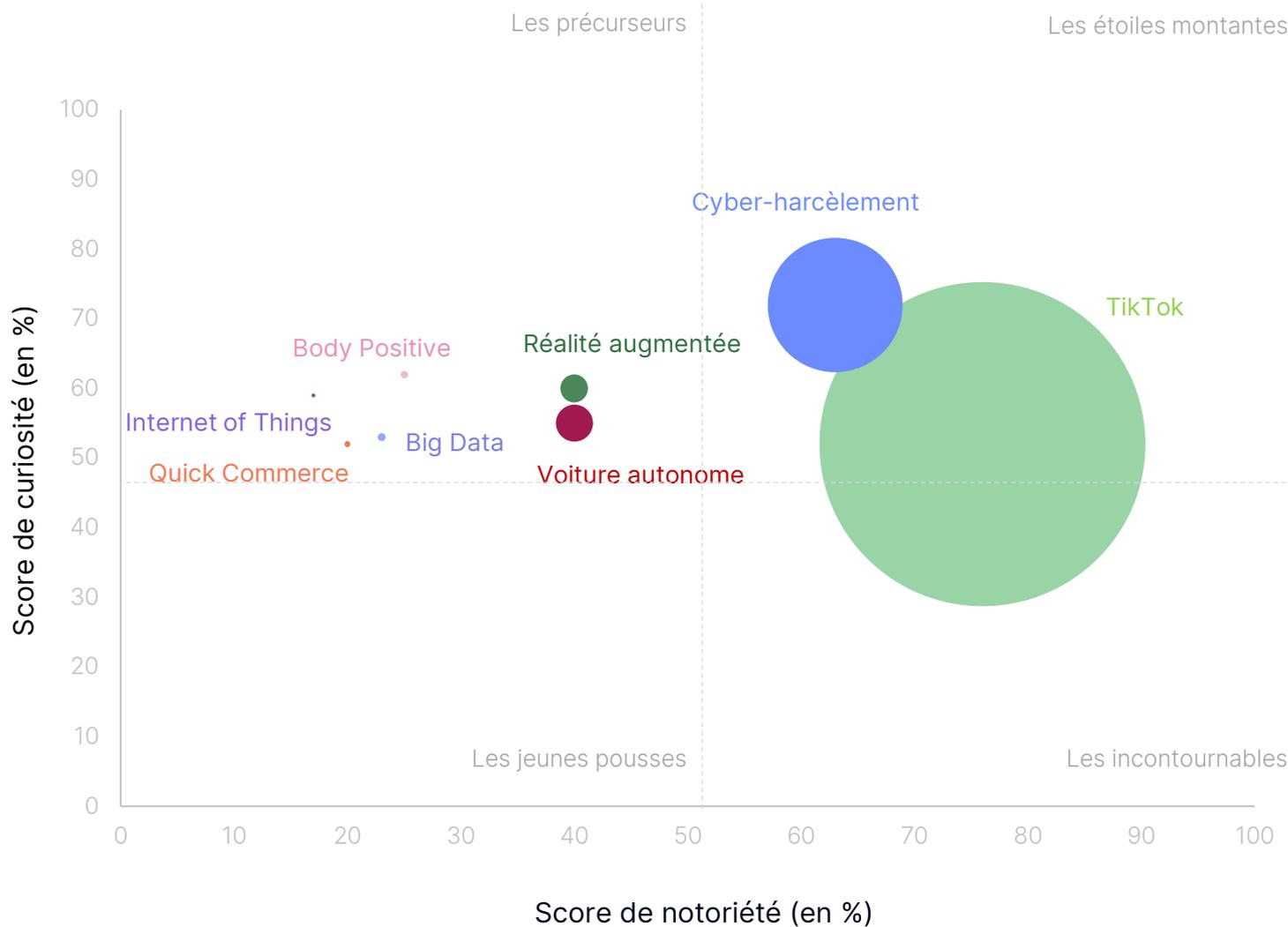
02

Tracking de tendances

Le Hype Tracker vous donne un accès privilégié aux opinions des consommateurs sur les sujets les plus brûlants du moment. Découvrez une sélection sélective de sujets tendance proposés par nos experts du secteur.

Effet de mode ou tendance sur le long terme ? Nous analysons l'état des lieux des catégories établies et émergentes pour déterminer la portée de certains des plus importants buzz du moment.





Score de notoriété

Combien de consommateurs ont entendu parler de cette tendance ?

Score de curiosité

Parmi ceux qui en ont entendu parler, quelle est la part de ceux qui la trouvent intéressante ?

Le Buzz Appinio (Taille de la bulle)

Plus la taille de la bulle est grande, plus le produit est populaire auprès du grand public. Par conséquent, plus la bulle est petite, plus le produit est niche. Le buzz est calculé par la proportion de personnes qui ont entendu parler d'un sujet particulier par rapport aux personnes qui n'en ont jamais entendu parler.

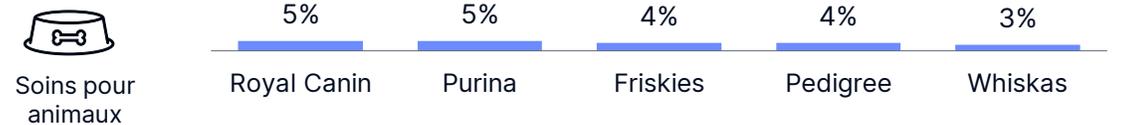
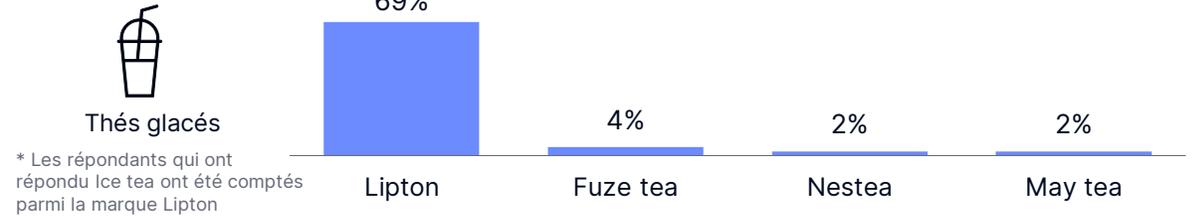
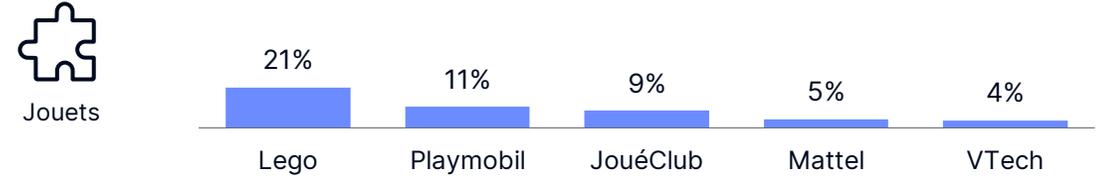
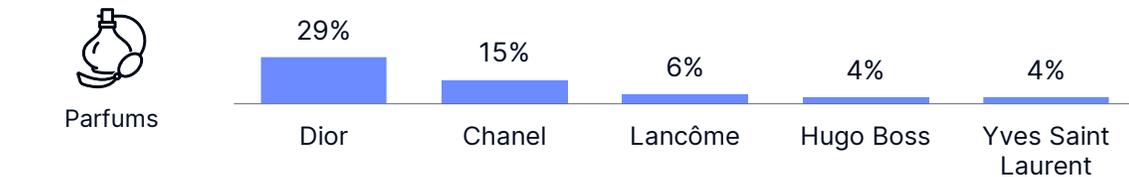
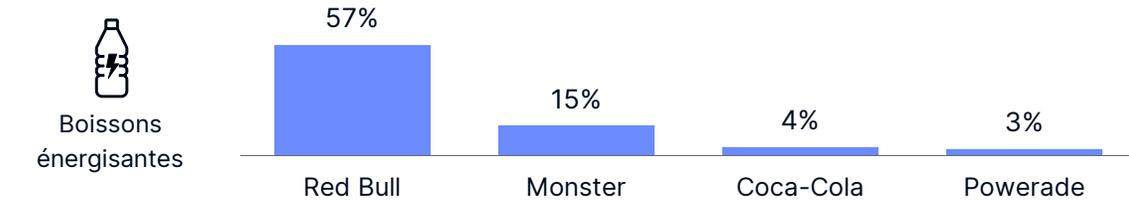
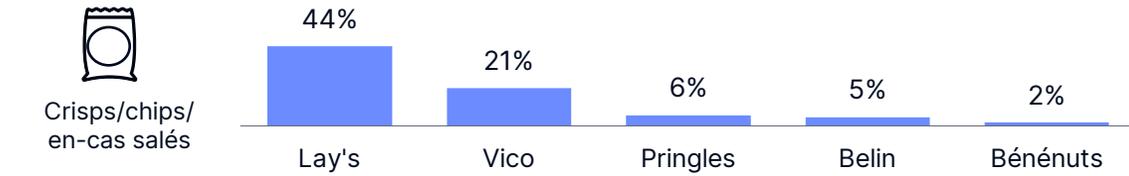
03

Comportement des consommateurs



Marques Top of Mind

Voici les premières marques auxquelles les consommateurs pensent en fonction des différentes catégories :



Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai (21)	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
1.	 Nourriture	91 %	90 %	90 %	91 %	92 %	91 %	92 %	91 %	90 %	93 %	94 %	93 %	93 % (=)
		11 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %	10 %	12 %	11 %	9 %	9 %	10 %	11 %
		69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	70 %	71 %	67 %	67 %	69 %	67 %	68 %	64 %
2.	 Boissons non alcoolisées	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	77 %	77 %	76 %	76 %	78 %	80 %	81 %	81 % (=)
		10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %	8 %	10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %
		61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	62 %	62 %	59 %	58 %	61 %	61 %	61 %	59 %
3.	 Produits d'hygiène	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	70 %	72 %	73 %	74 %	77 %	80 %	78 %	79 % (+1)
		15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %	13 %	15 %	13 %	13 %	12 %	12 %	14 %
		51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	51 %	50 %	49 %	52 %	54 %	55 %	53 %	51 %
4.	 Vêtements	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	60 %	62 %	62 %	67 %	66 %	63 %	65 %	68 % (+3)
		31 %	24 %	24 %	20 %	19 %	24 %	24 %	25 %	25 %	26 %	16 %	21 %	21 %
		10 %	25 %	29 %	29 %	29 %	27 %	28 %	27 %	30 %	30 %	31 %	29 %	28 %
5.	 Boissons alcoolisées	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	54 %	52 %	52 %	50 %	53 %	56 %	56 %	56 % (=)
		7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %	5 %	8 %	7 %	6 %	6 %	6 %	9 %
		40 %	42 %	41 %	45 %	46 %	43 %	43 %	38 %	37 %	42 %	42 %	43 %	39 %
6.	 Médicaments	54 %	54 %	53 %	52 %	56 %	58 %	60 %	61 %	64 %	64 %	55 %	52 %	55 % (+3)
		5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	6 %	4 %	7 %	7 %	5 %	7 %	7 %	6 %
		46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	49 %	51 %	49 %	51 %	53 %	39 %	39 %	39 %

Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai (21)	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
7.	 Chaussures	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	43 %	45 %	45 %	50 %	49 %	51 %	51 %	55 % (+4)
		20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %	17 %	17 %	16 %	14 %	16 %	15 %
		10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %	23 %	22 %	24 %	25 %	25 %	23 %	26 %
8.	 Produits de beauté / maquillage	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	44 %	43 %	46 %	45 %	49 %	49 %	48 %	50 % (+2)
		15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %	14 %	17 %	13 %	13 %	10 %	12 %	12 %
		22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	25 %	24 %	23 %	24 %	28 %	29 %	26 %	26 %
9.	 Livres	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	42 %	42 %	44 %	44 %	47 %	49 %	47 %	50 % (+3)
		14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	14 %	13 %	15 %	15 %	14 %	13 %	12 %	10 %
		19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	24 %	22 %	24 %	23 %	25 %	26 %	25 %	25 %
10.	 Jouets	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	31 %	31 %	37 %	32 %	35 %	43 %	46 %	45 % (-1)
		10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %	9 %	11 %	9 %	9 %	13 %	13 %	13 %
		10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	16 %	17 %	20 %	17 %	19 %	20 %	23 %	18 %
11.	 Equipement de cuisine	20 %	24 %	25 %	21 %	25 %	27 %	27 %	29 %	33 %	33 %	39 %	37 %	41 % (+4)
		6 %	7 %	8 %	5 %	6 %	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %	8 %	9 %	10 %
		12 %	14 %	14 %	13 %	16 %	16 %	17 %	17 %	20 %	20 %	24 %	21 %	21 %
12.	 Décoration	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	38 %	43 %	52 %	42 %	42 %	39 %	38 %	40 % (+2)
		15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %	16 %	22 %	14 %	14 %	9 %	9 %	11 %
		10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	17 %	19 %	21 %	19 %	20 %	21 %	20 %	19 %

Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai (21)	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
13.	 Equipement électrique	23 %	25 %	28 %	21 %	23 %	27 %	27 %	31 %	30 %	30 %	37 %	36 %	39 % (+3)
		11 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	10 %	13 %	12 %	10 %	11 %	10 %	12 %
		8 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	12 %	13 %	13 %	14 %	19 %	17 %	16 %
14.	 Appareils ménagers	21 %	24 %	20 %	21 %	24 %	26 %	26 %	30 %	30 %	32 %	37 %	34 %	39 % (+5)
		10 %	10 %	10 %	9 %	9 %	9 %	9 %	12 %	11 %	10 %	7 %	9 %	10 %
		9 %	11 %	12 %	10 %	10 %	13 %	12 %	13 %	14 %	15 %	20 %	16 %	18 %
15.	 Meubles	17 %	22 %	21 %	19 %	21 %	24 %	24 %	25 %	27 %	30 %	34 %	32 %	36 % (+4)
		10 %	8 %	8 %	7 %	8 %	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	8 %	8 %	11 %
		7 %	10 %	10 %	9 %	11 %	12 %	12 %	11 %	15 %	15 %	16 %	16 %	16 %
16.	 Bijoux	16 %	21 %	22 %	18 %	18 %	21 %	23 %	28 %	29 %	30 %	31 %	31 %	36 % (+5)
		9 %	9 %	9 %	6 %	7 %	7 %	7 %	12 %	9 %	9 %	7 %	9 %	10 %
		7 %	9 %	11 %	9 %	9 %	11 %	11 %	12 %	14 %	15 %	16 %	14 %	15 %
17.	 Matériel de sport / fitness	18 %	22 %	23 %	19 %	22 %	23 %	22 %	23 %	27 %	27 %	33 %	31 %	34 % (+3)
		10 %	9 %	7 %	7 %	7 %	9 %	7 %	9 %	9 %	8 %	8 %	8 %	10 %
		7 %	10 %	13 %	10 %	11 %	10 %	11 %	11 %	12 %	13 %	17 %	31 %	15 %

Méthode et collecte des données

Echantillon	1000 Français
Pays	France
Âge	16 à 65 ans
Date de l'étude	05 au 09 Mai 2022

Représentativité nationale en termes d'âge et de sexe.

Contacts



Jean-Yves Laffon
Country Manager France

Téléphone +49 15 2320 52 909
E-Mail jean-yves.laffon@appinio.com