



Date

HAVAS PARIS CONTINUE DE MISER SUR LE PODCAST AVEC LE PARIS PODCAST FESTIVAL

Pour la quatrième année consécutive, Havas Paris se pose en partenaire majeur du Paris Podcast Festival : étude exclusive cosignée avec CSA, récentes productions très novatrices, point de vue singulier.... Rendez-vous à la Gaité Lyrique !



La 4^{ème} édition du Paris Podcast Festival battra son plein dès demain à la Gaité Lyrique.

Un rendez-vous dont l'agence Havas Paris est de nouveau le partenaire de référence et ce pour la 4^{ème} année consécutive. Ainsi, parmi les temps forts, la présentation en avant-première de la 3^{ème} édition du baromètre 2021 CSA/Havas Paris sur le rapport des Français·e·s au podcast natif.

Entre bouche à oreille, soit d'apprendre ou recherche de personnalités inspirantes, les Français·e·s confirment que le podcast est bel et bien devenu une pratique culturelle ancrée dans leur quotidien. L'étude 2021 observe ainsi une forte évolution des courbes d'écoute en deux ans, et ce, chez tous les publics : près de 10% d'évolution sur l'ensemble du panel interrogé entre 2019 et 2021. L'écoute de podcasts natifs concerne désormais 1/3 des Français de 18 à 64 ans.

Le podcast est devenu un véritable réflexe : près de 80% des auditeur·ice·s déclarent que le podcast fait partie de leur quotidien (contre 74% en 2020). Il s'impose également comme un média qui fait du bien. Ainsi 69% estiment que le podcast permet de se réconcilier avec soi-même et 82% que c'est un moyen de se recentrer sur soi. Une écoute qui permet, selon 85% des personnes interrogées, de « se poser » avec une écoute plus concentrée que les années précédentes : 15 % déclarent ne rien faire d'autre quand ils écoutent un podcast (une augmentation de 6 % vs 2020). Et qui permet de gagner en ouverture d'esprit et de nourrir les conversations.

Côté marques, les résultats s'avèrent également très positifs. 87% des auditeur·ice·s hebdomadaires estiment que proposer des podcasts est un bon moyen de communiquer pour une marque. Et 78% seraient intéressé·e·s pour que les marques ou les entreprises qu'ils·elles aiment proposent leurs propres podcasts. Les podcasts de marque peuvent aussi inciter à l'engagement : se renseigner, changer d'avis, acheter...

Pour découvrir l'intégralité des résultats de ce baromètre enrichi d'une table-ronde avec les acteurs du secteur animée par Chloé Tavitan, Directrice des narrations audio Havas Paris/HRCLS, rendez-vous sur la scène de la Gaité Lyrique ce jeudi à 11h30.

Ce nouveau festival sera également l'occasion pour l'agence de présenter aux publics deux récentes productions signées HRCLS (maison de production intégrée de Havas Paris) :

- « Un Autre Cheval » pour Château Cheval Blanc (LVMH), Jeudi 14 octobre à 17h30
- « Réparer les violences » pour la Maison des femmes de Saint-Denis, samedi 16 octobre à 19h30

« Les marques ont déjà investi le média podcast et ce de plusieurs façons : d'abord comme un canal publicitaire classique en sponsorisant des podcasts existants. Mais aussi et surtout en proposant leurs propres contenus. Ce qui est intéressant c'est de penser des formats créatifs qui sortent de la publicité classique et travaillent toutes les potentialités de l'audio.

Les auditeurs n'attendent pas des pubs géantes de 15 minutes mais des histoires singulières et authentiques. Plus que des podcasts « de marque », il s'agit de raconter des histoires « qui marquent » grâce au pouvoir de la voix et de l'audio » Chloé Tavitan (HRCLS) & Jeanne Bariller (Havas Paris).

À propos d'Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : www.havasparis.com

Contact presse Havas Paris

Fouzia Kamal

fouzia.kamal@havas.com / +336 24 51 86 44

**HAVAS
PARIS**
