Sources et références

Faire vivre nos marques

Un groupe média français puissant : Médiamétrie EAR Insights, Cumul Septembre 2025 – Mars 2026, L-D. 28 jours, 5h-24h, Couverture maximale 13+.
Présence en local, au national, à l'international : Médiamétrie EAR Insights, Cumul Septembre 2025 – Mars 2026. L-D. Couverture 28 jours et 1 semaine. Médiamétrie EAR National, Avril – Juin 2026. L-V. Audience Cumulée.

Total Audio Total Impact

Créer une empreinte mémorielle : Étude Listen & Feel NRJ Global x Iligo – Février 2022- Impact Mémoire x BDR 2024 – 105 spots radio de 2022 à 2024, 14 catégories.
Signature sonore : NRJ Global x ILIGO, Listen & Feel#2, 2023.
Audience – Le pouvoir du son : Médiamétrie EAR National, Avril – Juin 2026, L-V, 5h-24h, Audience Cumulée, 13+. Médiamétrie Global Audio, vague 2026, couverture 30DJ et Volume d'écoute / Base Auditeurs jour d'au moins une offre, cible 13-80 ans.
Audiences du média : Médiamétrie, Global Audio, couverture 30 derniers jours, vague 2026, évolution versus vague 2025
Proximité avec les animateurs : Audacy Music and Talent Study, US, 2025 //Radio Works, State of Radio - RAB US. Base auditeurs radio.
Mesure Envie d'Achat – Considération : NRJ GLOBAL X TOLUNA-HARRIS INTERACTIVE Septembre 2023. Comparaison contrat écoute NRJ 2023 vs NRJ 2012. Auditeurs NRJ 18-65 ans, Tous les Jours ou Presque.
Mesure Intention d'Achat : NRJ GLOBAL base de données , post-tests radio réalisés entre 2012 et 2024.
L'audio amplifie la performance de la vidéo :
NRJ Global x Iligo, étude Audio Transfer 2025 / NRJ Global x Iligo, étude Audio Impact 2026 / NRJ Global x HABS, juin 2026
CSA Data Consulting, benchmark modélisation, étude sur 350 vagues Radio de 2024 à 2026 sur les secteurs retails alimentaire et spécialisé.
NRJ Global x CSA Data Consulting, étude ROI Prédictif. Solution MMM Amplifié s'appuyant sur des benchmarks de campagnes de communication sur les secteurs Distribution spécialisée (167 campagnes), Banque (32 campagnes), Alimentation (41 campagnes) et Boisson (63 campagnes) de 2022 à 2025, analyse de 7 cas d'annonceurs avec optimisation du mix media à budget constant. ROI moyen (CT+MT+LT). ROI : Retour sur Investissement. Les performances de l'étude CSA Data Consulting ne préjugent pas des performances futures.

Sources et références

L’attention ne s’achète pas, elle se mérite

Less is More 9min/heure : KANTAR MEDIA, Radio Nationale, Durée publicitaire moyenne par heure et par station, hors parrainage.

Nouvelles opportunités pour prolonger la relation

Audiences - Hub Audio : Données Adserver Septembre 2026, donnée France.
CTV : ARCOM. Tendances Audio Vidéo 2026.

Nouvelles opportunités pour prolonger la relation

Audiences - Hub Audio : Données Adserver Septembre 2026, donnée France.
CTV : ARCOM - Tendances Audio Vidéo 2026 / Médiamétrie, Global Audio 2026, couverture 30 derniers jours, streaming musical vidéo fond sonore, cible 13-80 ans
Hub Retail Audio : NRJ Global x Bilendi France – Etude Canal Music – Août 2025

Lexique

Traduction

MOVES TO SUCCESS = MOUVEMENTS VERS LA RÉUSSITE
LESS IS MORE = LA SIMPLICITÉ EST EFFICACE
DCO = DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION
NEW = NOUVEAU
STREAMING = DIFFUSION DE CONTENU EN LIGNE
BRANDING = IMAGE DE MARQUE
DRIVE TO = TRAFIC
BRAND SAFE = SÛR POUR LA MARQUE
KPI = INDICATEUR CLÉ DE PERFORMANCE