

# LES CANADIENS REGARDENT PLUS QUE JAMAIS DES FILMS EN LIGNE

Source: Radio-Canada

Date: 21/02/2021

Les Canadiens ont certainement mangé davantage de maïs soufflé dans le confort de leur foyer qu'au cinéma l'année dernière. Selon la plus récente enquête de l'Observateur des technologies médias de CBC/Radio-Canada, « ce sont les films en ligne qui ont connu la plus forte augmentation de la consommation de contenu vidéo ».

En 2020, 61 % des Canadiens de 18 ans et plus ont regardé un film en ligne; soit 10 points de pourcentage de plus qu'en 2019. Le phénomène est bien entendu attribuable à la pandémie de COVID-19, qui a entraîné la fermeture des salles de cinéma, et au fait que plusieurs superproductions sont sorties directement en ligne.

Sur le marché francophone, 54 % des gens ont regardé des longs métrages en ligne, comparativement à 32 % avant la pandémie. Une proportion encore importante de personnes plus âgées préfèrent visionner des films de façon traditionnelle, à partir de leur récepteur, par exemple.

Le nombre de Canadiens qui regardent maintenant la télévision en ligne est tout de même passé de 73 % à 77 % l'année dernière.

La popularité des services de vidéo sur demande par abonnement connaît une hausse soutenue d'année en année : elle a presque doublé en cinq ans. Pas moins de 69 % des répondants utilisent ces services sur leur téléviseur, contre 15 % sur leur ordinateur et 10 % sur leur tablette ou téléphone intelligent.

Il est intéressant de noter que Netflix compte plus de la moitié des ménages francophones du Canada au nombre de ses abonnés (54 %), suivi d'Amazon Prime Video, à 20 %, de Disney+, à 14 %, et de Club Illico, à 13 %.

Une transformation dans la consommation vidéo s'observe aussi sur les réseaux sociaux chez les jeunes. L'utilisation de TikTok a plus que triplé en 2020. Quelque 42 % des adolescents de 12 à 17 ans ont adopté l'application de partage de vidéos. Cette proportion est de 19 % chez les 18 à 30 ans et de 11 % chez les 31 à 39 ans.

Pour réaliser son enquête, l'Observateur des technologies médias a sondé plus de 4000 anglophones et plus de 4000 francophones.

### Les balados gagnent en popularité

En cours d'année, l'arrêt des déplacements en raison de la pandémie a entraîné une baisse de l'écoute

d'émissions en baladodiffusion, mais la population a rapidement pris de nouvelles habitudes.

Et voilà que les balados suscitent de plus en plus d'intérêt auprès de 31 % des Canadiens; c'est 5 points de pourcentage de plus qu'en 2019. L'humour et la politique sont les genres les plus populaires.

Les balados sont moins populaires chez les francophones sondés; 21 % d'entre eux en écoutent. Ils misent en plus grand nombre sur la radio AM/FM en continu sur Internet (27 %). Bien que l'écoute sur récepteur traditionnel ait décliné chez les télétravailleurs qui ont délaissé leur voiture, beaucoup d'entre eux ont intégré la radio en continu dans leur routine.

Dans le monde, Chartable révélait au début du mois que près de deux nouveaux balados à la minute ont vu le jour chaque semaine en 2020. La société spécialisée dans l'analyse de la baladodiffusion en comptabilisait un total de près 900 000 à la fin de l'année, une hausse de 280 %.

La monétisation et l'attrait du public pour ce mode de diffusion demeurent encore des défis. D'après Axios, les balados les plus réputés, qui ne représentent que 1 % du total, font l'objet de 99 % des téléchargements.