

Les 5 dernières tendances en matière de consommation des médias au Canada

Source: Isarta infos

Date: 05/29/2024

L'Observateur des technologies médias (OTM), lié à CBC/Radio-Canada, vient de publier son traditionnel aperçu des grandes tendances sur les comportements de consommation des médias canadiens. Voici les 5 faits saillants.

1- Les jeunes générations possèdent moins la télévision

Est-ce dû à leur moindre budget ou à une tendance plus profonde de consommation ? Toujours est-il que si la télévision tient une place prépondérante dans les foyers canadiens (plus de 94 % de taux de possession pour les personnes de plus de 43 ans), elle n'est possédée que par 81 % des 18-25 ans. En termes de marques, Samsung (36 %), LG (18 %) et Sony (14 %) représentent quasiment les trois quart du marché.

2- Les plateformes numériques plutôt que la télévision par câble

Sans surprise, les services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), type Netflix, Disney+, Crave ou Prime Vidéo, connaissent un large engouement au sein de la population: près de 8 Canadiens sur 10 (78 %) possèdent un abonnement à l'une de ces plateformes. Le pourcentage est légèrement moindre (66 %) pour les abonnements à un service de télévision payant (câble, satellite, fibre optique). La moitié des répondants (51 %) sont tout de même abonnés aux deux types de service. Pour quelles raisons garder un abonnement à la télévision traditionnelle ? Le contenu répondent les sondés. Notamment pour regarder les nouvelles (47 %) ou les sports (41 %).

3- Une connexion rapide à domicile n'est pas encore majoritaire

Bien que quasiment la totalité (94 %) des ménages possèdent une connexion Internet à la maison, certains groupes démographiques, comme les Canadiens âgés (81 %) et les ménages à faible revenu (87 %), rencontrent des difficultés à y accéder. De manière surprenante, moins de la moitié des Canadiens (48 %) connaissent la vitesse de leur connexion Internet à domicile. Et parmi ceux qui maîtrisent cette information, moins de la moitié (47 %) possèdent une vitesse « rapide » excédant 500 mégaoctets par seconde (Mo/s).

4- Quel regard sur les publicités en ligne ?

Un item qui va intéresser particulièrement les marketeurs : plus de 4 Canadiens sur 10 (44%) ont déjà cliqué sur une publicité en ligne et près de 40 % d'entre eux ont effectué un achat après les avoir vues.

5- Une « Netflix fatigue » ?

Au cours de la dernière année, les abonnements aux services de VSDA comme Netflix et Amazon Prime ont légèrement diminué. L'augmentation des coûts, le retrait du partage de comptes et la lassitude quant au contenu peuvent avoir contribué à cette baisse, » tente d'expliquer le rapport.

C'est une des raisons pour lesquelles ces plateformes ont commencé à intégrer des publicités dans leurs programmes en échange d'économies sur les abonnements. Un marché encore balbutiant : 13 % des répondants ont déjà vu une publicité sur Netflix et 19 % du Crave.