



LES DONNÉES DU PRINTEMPS 2022 DE L'OTM SE PENCHENT SUR LE PARTAGE DE COMPTE DE VSDA, LE TEMPS PASSÉ SUR TIKTOK ET INSTAGRAM ET LA FAÇON DONT LES CANADIENS DÉCOUVRENT DE NOUVELLES MUSIQUES

Source: CBC/Radio-Canada

Date: 06/30/2022

L'OTM publie ses rapports sur les grandes tendances du printemps 2022 et sur l'adoption des technologies médias qui s'intéressent au désabonnement, au partage de compte des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), au temps passé sur les réseaux sociaux, à la découvrabilité de la musique, aux marques de téléviseurs, et bien plus encore. Ces rapports donnent un aperçu en matière d'activités médias et de technologie, pour vous permettre de mieux comprendre les comportements des Canadiens, et vous donner un avant-goût des nouveaux rapports et infographies que nous produisons cette saison.

Faits saillants du rapport sur les grandes tendances :

- La croissance des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) sur le marché se poursuit, tout comme les frais associés à ces derniers. Pour réduire ces coûts, près de la moitié des abonnés aux services de VSDA partagent au moins un de leurs services avec un autre ménage;
- Pour la première fois, l'OTM a demandé aux Canadiens comment ils découvrent de nouvelles musiques. La radio AM/FM a peut-être perdu du terrain pendant la pandémie, mais il s'agit toujours de la source favorite des auditoires pour découvrir de la nouvelle musique (22 %), suivie des recommandations personnalisées des services de musique en continu (17 %);
- La majorité des Canadiens continuent d'être abonnés à un service de télévision payant comme le câble, la fibre optique et le satellite; cependant, une partie de la population a choisi de renoncer à son service de télévision et regarde du contenu uniquement en ligne. Près d'un Canadien sur cinq a annulé son service de télévision, et un sur huit n'a jamais eu un tel service;
- Le réseautage social fait partie intégrante des habitudes médiatiques des Canadiens, qui déclarent y consacrer environ neuf heures par semaine. Bien que Facebook soit le réseau social le plus populaire, les utilisateurs de TikTok déclarent passer le plus de temps à utiliser les réseaux sociaux en général (17,1 heures par semaine);

- La possession d'une télévision est presque omniprésente chez les Canadiens. Interrogés sur les marques de téléviseurs, trois Canadiens sur dix ont déclaré posséder un téléviseur Samsung, suivi de LG (17 %) et de Sony (12 %).

Les rapports d'adoption des technologies médias sur les marchés anglophone et francophone sont aussi disponibles, ainsi que les dernières données du printemps 2022 et l'aperçu des grandes tendances. Si vous avez besoin d'un compte personnalisé pour accéder à l'OTM, contactez-nous.