

LA PRESSE

Une irrésistible ascension

Source: La Presse

Date: 12/10/2023

165 \$

Il s'agit du revenu annuel moyen généré en 2022 au Canada par utilisateur d'une plateforme de vidéo sur demande, selon le site Statista. Toujours selon cette source, et d'après des données qui n'ont pu être corroborées auprès de Statistique Canada, ce revenu annuel moyen par utilisateur était de 105 \$ en 2017.

Changement devant l'écran

Il n'a guère fallu de temps à Netflix pour ébranler la forteresse des télédistribeurs comme Vidéotron et Bell. À peine trois ans après son arrivée, un sondage mené par Media Technology Monitor en 2013 révélait que 25 % des Canadiens étaient abonnés à Netflix. L'arrivée coup sur coup de six autres plateformes dans les années suivantes a sonné l'assaut final : en 2020, même au Québec, plus réfractaire au début, on comptait plus d'abonnés au streaming qu'à la télédistribution.

Les revenus de ces plateformes ont suivi une ascension encore plus spectaculaire. De 232 millions en 2012, ils ont grimpé à 2,4 milliards en 2023.

24 %

Proportion des répondants québécois qui affirment être abonnés à trois plateformes et plus en 2022 ; 19 % en ont deux et 29 %, une seule, selon le Portrait numérique des foyers québécois.

Netflix, toujours en tête

On le constate, même au Québec, ce sont trois grandes plateformes américaines, avec toutefois une offre francophone abondante, qui dominent le marché. Netflix demeure bien en selle avec plus d'un Québécois sur deux qui affirme y être abonné.

La plateforme québécoise qui fait le mieux est Club illico, qui s'est hissée dix ans après son lancement à la quatrième place, à égalité avec Crave. Celle-ci profite manifestement au Québec du lancement de son volet francophone en 2020, qui compte aujourd'hui quelque 11 500 heures de contenu, selon Bell.