

les affaires

LA PANDÉMIE ACCÉLÈRE LES TENDANCES

Source: Les Affaires

Date: 16/02/2022

L'enquête NETendances 2020, réalisée par l'Académie de la transformation numérique (ATN), en collaboration avec BIP Recherche, montrait qu'une majorité (63 %) d'adultes québécois reconnaissait avoir passé plus de temps devant les écrans depuis le début de la pandémie. Cette tendance s'est poursuivie en 2021. Selon leur plus récente enquête, environ le tiers des adultes québécois disposant d'une connexion Internet résidentielle ont modifié leur service d'accès à Internet. D'après les données colligées, on peut lire que 34 % d'entre eux ont changé leur connexion Internet pour une version plus rapide, 34 % ont passé à un forfait Internet de type « illimité » et 29 % ont modifié leur forfait Internet afin d'avoir accès à une plus grande capacité de téléchargement.

À l'échelle pancanadienne, une enquête de Statistique Canada intitulée L'utilisation d'Internet à l'ère de la COVID-19, menée de novembre 2020 à mars 2021, confirme cette tendance et révèle que « 75 % des Canadiens de 15 ans et plus s'adonnaient plus souvent à diverses activités liées à Internet depuis le début de la pandémie ».

On observe par ailleurs au Québec une poursuite du recul des abonnements à un service de télévision. « C'est maintenant 66 % des foyers québécois qui sont abonnés à un service de télévision par fibre optique ou par câblodistribution, ce qui représente une baisse de 6 points de pourcentage depuis 2020 et une baisse de 13 points de pourcentage depuis 2018 », peut-on lire dans le dernier portrait numérique des foyers québécois de NETendances.

Cette tendance n'est pas circonscrite au Québec ni au Canada, mais se confirme aussi aux États-Unis selon une récente enquête du Pew Research Center. « La proportion d'adultes américains qui regardent la télévision par câble ou par satellite a chuté de 76 % en 2015 à 51% en 2021. »

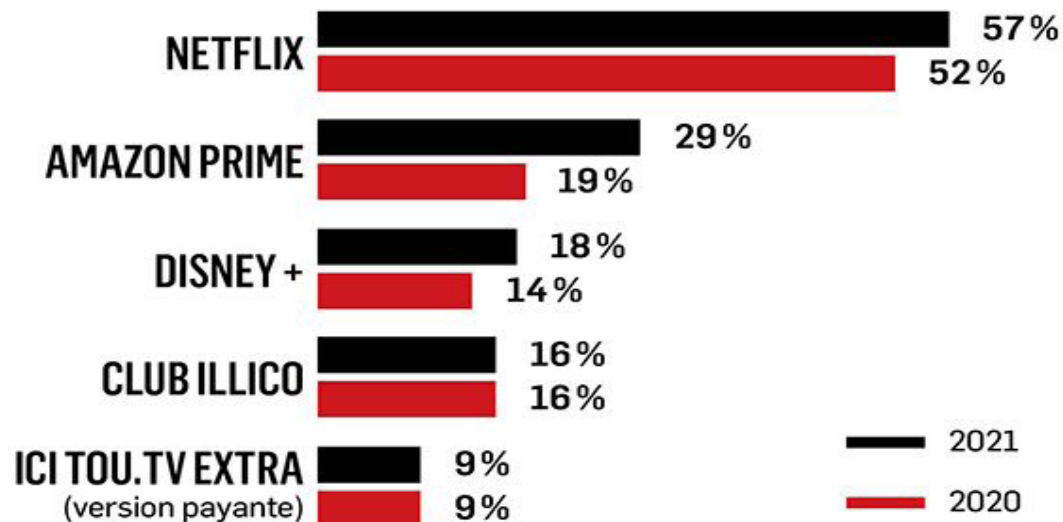
La pandémie a profité aux multiples plateformes qui offrent des services payants de vidéo en continu. Une étude réalisée au printemps 2020 auprès d'environ 4000 Canadiennes et Canadiens par l'Observateur des technologies médias du Service de la recherche et de l'analyse stratégique de CBC/Radio-Canada révélait que le quart des Canadiens avait choisi d'ajouter un ou plusieurs nouveaux services de vidéo en continu à leur « bouquet d'abonnements » pendant la crise sanitaire.

La télé traditionnelle dépassée

Les Québécois se tournent davantage vers des services payants de vidéo en continu. On lit dans l'enquête NETendances: « Pour la première fois, en 2021, on observe une plus forte proportion d'adultes québécois abonnés à des services payants de visionnement en ligne (p.ex.:Netflix, Amazon Prime Vidéo ou Disney+) qu'à un service (aussi payant) de télévision par fibre optique ou par câblodistribution. » Selon les données

de 2020 et 2021, le taux d'abonnement à au moins un service payant est passé de 40 % en 2016 à 73 % en 2021 (il était de 71 % en 2020). Netflix demeure le plus populaire, avec 57 % des parts de marché québécois, suivi d'Amazon Prime Vidéo (29 %), de Disney+ (18 %) et de Club illico (16 %). Amazon Prime Vidéo a connu la plus forte hausse depuis l'an dernier (+10 points de pourcentage), suivi de Netflix (+5 points de pourcentage) et de Disney+ (+4 points de pourcentage).

Les services payants de visionnement en ligne ont conquis les foyers du Québec



Source : NETendances 2021