



LES DONNÉES DE L'AUTOMNE 2021 DE L'OTM ANALYSENT LES HABITUDES MÉDIATIQUES DES CANADIENS, Y COMPRIS CEUX ISSUS DE LA DIVERSITÉ

Source: CBC/Radio-Canada

Date: 23/02/2022

Le tout dernier rapport sur les grandes tendances met l'accent sur la découvrabilité des contenus, le cumul des abonnements aux services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), les services de VSDA préférés des Canadiens, le coût des services et leur accessibilité, les habitudes de consommation des populations issues de la diversité, les appareils utilisés pour jouer aux jeux vidéo, les jeux en ligne avec d'autres personnes et plus encore.

L'OTM publie son rapport sur les grandes tendances de l'automne 2021 et la façon dont les Canadiens redéfinissent leurs habitudes médiatiques alors que nous continuons à sortir de la pandémie de COVID-19. Ce rapport offre un aperçu des cinq grandes tendances 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 produirons cette saison.

Faits saillants du rapport sur les grandes tendances :

- Malgré les nouveaux services offerts, les abonnés aux services de VSDA affirment toujours que Netflix est leur service préféré, suivi par Amazon Prime Vidéo et Disney+. Cependant, les Canadiens ne se contentent plus de s'abonner à un seul service et le cumul des abonnements aux services de VSDA est plus courant que jamais.
- La hausse des coûts généralisée a-t-elle une incidence sur la capacité des Canadiens à s'abonner à tous les services qu'ils veulent ? Les inquiétudes concernant la hausse des coûts ne concernent pas seulement les ménages à faible revenu, elles sont partagées par toutes les catégories de revenus. Près de trois ménages sur cinq affichant les plus hauts revenus estiment que le coût de ces services limite leur capacité à s'offrir tout ce qu'ils veulent.
- Les jeux vidéo continuent de jouer un rôle de divertissement important, plus de la moitié des internautes canadiens y jouent. Alors que les hommes utilisent généralement plus les consoles de jeu que les femmes (30 % contre 15 %), ces dernières sont nettement plus susceptibles de jouer à des jeux sur leur téléphone intelligent ou leur tablette que les hommes (66 % contre 35 %).

- La grande majorité des Canadiens (70 %) sont toujours abonnés à un service de télévision traditionnel. Cependant, les services de VSDA détiennent désormais une part importante du marché, avec 77 % de Canadiens abonnés. Cette même tendance est observée chez les Canadiens issus de la diversité (Canadiens racisés, nouveaux arrivants, Autochtones et Canadiens handicapés), qui sont moins susceptibles de s'abonner à un service de télévision traditionnel et beaucoup plus susceptibles de s'abonner à un service de VSDA.
- Avec la multitude d'options à leur disposition, comment les Canadiens découvrent-ils de nouveaux contenus à regarder ? Les recommandations d'amis et des membres de la famille demeurent la manière la plus répandue de découvrir de nouveaux contenus télévisés et vidéo. Cependant, les suggestions personnalisées par le biais de logiciels basés sur des algorithmes et les médias sociaux figurent de plus en plus parmi les principaux moyens que les Canadiens utilisent pour découvrir du contenu.