

## LE CONFINEMENT SOURIT AUX PLATEFORMES VIDÉOS

Source: Le Devoir

Date: 28/07/2020

Les mois du confinement printanier auront permis aux sites et aux applis d'informations de faire le plein de visiteurs et aux différentes plateformes de vidéo sur demande comme Netflix de doper leur nombre d'abonnés au Canada, selon un coup de sonde récent détaillé en deux rapports de l'Observateur des technologies médias (OTM), publiés mardi.

L'OTM, un produit du service Recherche et Analyse de CBC/Radio-Canada, a sondé par Internet entre le 22 avril et le 4 mai quelque 4000 Canadiens, dont une moitié de francophones. La pandémie, montre un premier rapport sur les changements dans les habitudes de consommation des médias, aura amené les internautes canadiens à augmenter considérablement leur utilisation des appels vidéos (+ 4,1 points sur une échelle de 10), des sites et applications d'information (+ 3 points) ainsi que des services de vidéo en continu (+ 3,3 points).

D'ailleurs, selon le rapport de l'OTM axé sur ce que l'on appelle des services de contournement, 23 % des francophones et 25 % des anglophones ont choisi d'ajouter un ou plusieurs nouveaux services du genre à leur bouquet d'abonnements pendant la pandémie. L'OTM prend en compte notamment Netflix, Crave, Amazon Prime, Disney +, Apple TV + CBC Gem, Club illico et ICI TOU.TV EXTRA.

### 68%

C'est la part des internautes francophones sondés qui sont abonnés à un service de contournement. Ce pourcentage est de 77% chez les anglophones.

### 49%

C'est la part des francophones sondés qui sont abonnés à Netflix, qui demeure le service le plus populaire au Canada. 67% des répondants anglophones sont abonnés à Netflix, une différence de 18 points de pourcentage. Deux tiers des abonnés de Netflix utilisent le service chaque jour.

### 13%

des francophones et 20% des répondants anglophones étaient abonnés au service Disney +, créé en novembre 2019. Le Club illico, quant à lui, recueillait les faveurs de 17% des répondants francophones.

### 33%

C'est la part des abonnés à un service de contournement qui partagent leur compte avec un autre ménage. Ce taux augmente à 43% pour les abonnés de Netflix et à 31% pour ceux de Disney +.

**-0,3 point**

C'est la baisse sur l'échelle de mesure de l'utilisation des médias (qui oscille entre + ou - 10 points) de la consommation de la radio traditionnelle pendant la pandémie.