

CORD-CUTTING : UNE TENDANCE DE CONSOMMATION À SURVEILLER

Source: Grenier aux nouvelles

Date: 15/11/2017

Le cord-cutting est une tendance de consommation caractérisée par le désabonnement à la télé ou le débranchement au câble. Ce phénomène est provoqué principalement par le désir des consommateurs d'avoir accès à du bon contenu, en tout temps et à partir de n'importe quel écran. L'Observateur des technologies médias (OTM) nous partage son rapport 2017 sur le sujet, Club Illico nous parle de la stratégie mise en place pour s'y adapter et des consommateurs nous expliquent pourquoi ils n'ont jamais eu un service télé ou encore, pourquoi ils ont coupé leur forfait.

Qui sont les cord-cutters ?

Ils sont classés en quatre groupes selon le rapport de l'OTM. Les « désabonnés » potentiels, abonnés à un service de télé payant qui croient y mettre fin ; les « câbloréducteurs », abonnés à un service payant qui ont réduit le nombre de chaînes incluses dans leur forfait ; les « désabonnés » qui ont déjà eu un service télé, mais l'ont abandonné et finalement, les « jamais branchés » qui ne se sont jamais abonnés à un service de télévision payant.

L'étude dénote que les « câbloréducteurs » ont retiré certaines chaînes qui ne les intéressaient pas afin de diminuer les coûts associés à leur service. Ils ont tout de même encore un intérêt pour les contenus visuels, tout comme les désabonnés potentiels. Ces deux groupes « déclarent regarder moins la télévision dans une semaine type, mais disent encore s'installer devant le téléviseur environ 12 heures par semaine. Ils ajoutent à cela la télévision en ligne sur Netflix et d'autres sources. »

Le rapport relate que le groupe des « jamais branchés » « comprend des personnes âgées qui avaient une antenne et qui ne veulent pas payer pour un service de télévision, ainsi que les jeunes adultes qui viennent de quitter le foyer familial et qui n'ont pas pris d'abonnement. »