

DEUX FRANCOPHONES SUR TROIS ÉCOUTENT DES CONTENUS AUDIO SUR LE WEB

Source: Infopresse

Date: 25/07/2017

L'Observateur des technologies médias (OTM) se penche sur le monde de l'audio en ligne, avec un nouveau rapport qui révèle que 93% des milléniaux francophones (18-34 ans) au pays écoutent en ligne des contenus audio en continu.

YouTube, services de musique en continu, baladodiffusions ou encore stations de radio AM/FM en ligne: la consommation de contenus audio, désormais facilement disponibles et accessibles sur presque tous les appareils connectés à internet, est en hausse au pays.

Selon le rapport Environnement audio: écoute des contenus en ligne en 2017, publié par l'OTM, deux francophones sur trois écoutent des contenus audio en continu sur une ou l'autre des plateformes. Chez les plus jeunes, cette proportion grimpe considérablement: 95% pour les étudiants francophones, 85% pour les ménages francophones avec des enfants de moins de 12 ans à la maison, et 93% des milléniaux francophones (de 18-34 ans).

YouTube, bien plus que de la vidéo

Connue d'abord comme un site de partage de vidéos, la plateforme YouTube contient aussi un large éventail de contenus audio gratuits. Tellement que cette propriété de Google est en fait la plateforme la plus populaire pour l'écoute de contenus audio.

Ainsi, 56% des francophones au pays utilisent YouTube pour écouter des contenus audio, devançant largement les services de musique en continu tels que Spotify et autres Apple Music (25%). Les radios AM/FM en ligne suivent dans une proportion de 21%, suivies par les services de baladodiffusion (18%).

Toutefois, l'OTM précise que les services de musique en continu sont les plateformes avec la plus forte croissance d'utilisation, notamment par le fait qu'ils regroupent un large éventail de genres musicaux en un seul endroit. Alors qu'en 2012, 6% des francophones recouraient à ces services, en 2017, 27% ont utilisé au moins une fois un service de musique en continu lors d'un même mois.

Aussi, malgré leur regain de popularité, les balados ne représentent qu'environ un dixième du temps consacré à l'écoute de contenus audio en ligne.

L'ordinateur, populaire

Malgré la forte pénétration de l'appareil mobile, l'ordinateur demeure l'outil technologique préféré pour l'écoute de contenus audio en ligne. En effet, 63% des francophones le privilégient devant le téléphone

intelligent (56%) et la tablette (35%). Le téléviseur connecté, lui, ferme la marche, étant employé par 19% des participants à l'étude.

Pour expliquer ces préférences, l'OTM indique un désir de commodité: les personnes écoutent principalement ces contenus sur leur ordinateur pendant qu'ils travaillent ou naviguent sur internet, et ils choisissent l'écoute sur leur téléphone intelligent pendant leurs déplacements.

Un sommaire du rapport Environnement audio: écoute des contenus en ligne en 2017 peut être consulté ici.