

L'ÉCOUTE DU CONTENU AUDIO EN LIGNE AUGMENTE CHEZ LES FRANCOPHONES

Écrivain: ANAÏS BRASIER

Source: infopresse

Date: 06/12/2016

61% des Canadiens francophones écoutent des contenus audio en continu sur internet, selon une étude de l'Observateur des technologies médias (OTM).

C'est le résultat d'un sondage réalisé au téléphone et en ligne à l'automne 2015 et le printemps dernier par l'OTM, un produit du service de recherche et d'analyse de Radio-Canada/CBC. À titre comparatif, au printemps 2013, 45% des Canadiens francophones consommaient ce type de contenu.

Qui?

Le contenu web audio en continu est particulièrement populaire chez les étudiants: 95% en consomment. Les milléniaux sont aussi de fidèles auditeurs, car 91% écoutent du contenu audio en continu. Chez les 35-49 ans, cette proportion chute à 77%.

Les familles avec de jeunes enfants à la maison écoutent du contenu audio en continu à 84%, alors que 75% des foyers au revenu supérieur à 75 000\$ par année en consomment.

Où?

Parmi eux, 52% utilisent YouTube pour écouter du contenu audio, bien qu'il s'agisse à la base d'un site de partage de vidéos. C'est le moyen le plus employé par les internautes, devant les sites de radios AM et FM (21%), les services de musique en ligne en continu (18%) et la baladodiffusion (16%).

Les étudiants constituent le plus grand auditoire pour YouTube. Ainsi, 45% consomment du contenu audio sur cette plateforme, contre 37% pour les 18-34 ans, 32% pour les membres de foyers avec un revenu au-dessus de 100 000\$ et 27% pour les ménages avec des jeunes enfants. Ils constituent également le plus grand public pour la baladodiffusion avec 28% d'entre eux qui en consomment. Les 18-34 ans suivent de près avec 27%. Par contre, les 27-34 ans consomment le plus la radio AM/FM en ligne en continu. Alors que 31% en consomment, cette proportion atteint 29% pour les ménages au revenu supérieur à 100 000\$, 28% pour les 35-49 ans et 28% pour les étudiants.

Comment?

67% des Canadiens francophones utilisent l'ordinateur pour l'écoute de contenu audio en continu sur internet. C'est donc l'appareil privilégié pour ce type de contenu. Il est suivi du téléphone intelligent (52%), de la tablette (37%) et du téléviseur connecté à internet (14%).