

ON PARLE DE NOUS

INFOPRESSE^{IP}

LES CANADIENS ABANDONNENT LEUR SERVICE DE TÉLÉVISION

Écrivain: L'ÉQUIPE DE RÉDACTION

Source: infopresse

Date: 10/08/2017

De plus en plus de Canadiens mettent fin à leur abonnement à un service de télévision payant, rapporte la plus récente étude de l'Observateur des technologies médias. En voici les faits saillants.

De moins en moins de Canadiens possèdent un abonnement à un service de télévision. Ils sont passés de 86% en 2005 à 75% cette année.

Plus de la moitié (52%) des Canadiens ont déjà eu un service de télévision par câble, fibre optique ou satellite, mais l'ont annulé. Par ailleurs, 36% des Canadiens n'ont jamais été branchés à un service payant. Ensemble, ils représentent 21% de la population canadienne

Les désabonnés (72%) comme les jamais branchés (68%) regardent la télévision en ligne et plus de la moitié (56% et 52% respectivement) regardent des contenus sur Netflix chaque semaine.

Alors qu'ils quittent souvent la maison familiale pour la première fois, les étudiants (20%) et les 18-34 ans (18%) sont les plus susceptibles à n'avoir jamais été branchés.

Alors que la moitié des Canadiens ne considèrent pas se désabonner lors la prochaine année, près du quart de la population envisage de le faire.

Certains groupes sont plus enclins à se désabonner que d'autres. C'est le cas des minorités visibles (34%), les ménages ayant uniquement des appareils cellulaires à la maison (32%) et des ménages avec de jeunes enfants (29%). À l'inverse, les Canadiens de plus de 65 ans (14%), les personnes au niveau moindre d'éducation (18%) et les femmes (21%) sont moins susceptibles de se désabonner.

La réduction des services, ou la câbloréduction, est le phénomène de retirer des chaînes ou des bouquets de chaînes afin d'en réduire le coût. À ce titre, le quart des Canadiens ont modifié leur abonnement ces 12 derniers mois.

Fait à noter, les familles plus fortunées sont plus susceptibles de réduire leurs services que les ménages moins aisés. Cela pourrait s'expliquer par le fait que les ménages au plus gros revenu ont plus de forfaits, donc plus de chaînes à supprimer.