

TÉLÉVISION: L'ÉCOUTE RESTE LA MÊME, SEULES LES PLATEFORMES CHANGENT

Écrivain: L'ÉQUIPE DE RÉDACTION

Source: infopresse

Date: 11/10/2016

Le pourcentage des Canadiens ayant regardé la télévision au cours du dernier mois, en ligne ou en direct sur un téléviseur classique, est le même qu'il y a 10 ans, soit 96%.

C'est ce que révèle, entre autres, le rapport Découvrabilité: Comment les Canadiens trouvent-ils leur contenu télé? de l'Observateur des technologies média (OTM).

Selon cette étude, qui porte sur la découvrabilité dans un monde multiplateforme, plus de la moitié des Canadiens (56%) regardent la télévision en ligne, et quatre Canadiens sur 10 utilisent un service de programmation par contournement comme Netflix. L'écoute linéaire demeure la principale façon des Canadiens de regarder la télévision, mais une heure sur 10 est maintenant consacrée à l'écoute de la télévision en ligne.

Tout comme l'indiquait la plus récente étude du Fonds des médias du Canada (FMC), l'OTM souligne que les recommandations d'amis jouent un grand rôle dans la découverte de nouvelles émissions de télé chez les 18 ans et plus. Ainsi, 59% découvrent de nouvelles émissions grâce au bouche à oreille et 27% considèrent que c'est leur principal moyen pour en trouver. Ce résultat grimpe à 39% chez les milléniaux, dont seulement 9% se disent atteints pas la pub.

En outre, 38% des Canadiens affirment qu'il leur est facile de trouver de nouvelles émissions de télévision, même si cette proportion varie selon le profil démographique et le niveau d'écoute.