

UN CANADIEN SUR HUIT ABONNÉ AUX PETITS FORFAITS DE BASE TÉLÉVISUELS

Source: Infopresse

Date: 21/08/2017

Quel effet ont eu les «petits forfaits de base» télévisuels sur les abonnements au Canada? Un rapport de l'Observatoire des technologies médias (OTM) révèle que seulement 12% des adultes au pays profitent de ces offres.

En mars 2016, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a rendu une décision ordonnant que les fournisseurs de service de télévision offrent un forfait d'abonnement à la télévision à un coût minimale mensuel de 25\$. Ces forfaits d'abonnement sont appelés «petits forfaits de base» et permettent aux consommateurs de choisir ces forfaits comme base, puis d'ajouter des chaînes individuelles grâce à un système appelé «service à la carte».

Selon un sondage de l'OTM, au Canada, seulement un abonné à la télévision sur huit (12%) recourt à ces petits forfaits. À titre comparatif, en 2017, 75% des Canadiens sont abonnés à un service de télévision payant. Ces données regroupent la télévision par câble, satellite et fibre optique. Quant au service à la carte, 65% des abonnés à un petit forfait de base au pays utilisent cette option, tandis qu'un quart des abonnés (25%) n'ayant pas de petit forfait de base ont employé le service à la carte.

L'exception québécoise

Le Québec présente le plus haut taux d'abonnement aux petits forfaits de base (19%), mais l'OTM indique que cette plus forte probabilité s'explique par le fait que ce type d'abonnement existait ici bien avant la décision du CRTC. À titre comparatif, 9% des adultes en Ontario optent pour les petits forfaits de base. Pour les provinces de l'Atlantique, cette proportion s'établit à seulement 4%. Incidemment, les petits forfaits de base les plus populaires au pays sont offerts au Québec. À ce chapitre, le podium est occupé par Cogeco (24%), Vidéotron (22%) et Telus Optik (17%).

Pas une question de revenus

Fait à noter, l'adoption des petits forfaits de base a été uniforme dans toutes les catégories de revenus annuels: 12% pour les moins de 35 000\$, 15% pour les 35 000\$ à 75 000\$, 13% pour les 75 000\$ à 100 000\$, 12% pour les 100 000\$ à 150 000\$, 12% pour les 150 000\$ à 200 000\$, et 13% pour les plus de 200 000\$.

De plus, au pays, 29% des détenteurs de petits forfaits de base sont de nouveaux abonnés, c'est-à-dire qu'ils ne détenaient pas d'abonnement à la télévision auparavant.

Ces données indiquent deux choses: d'abord, que les petits forfaits de base n'ont pas vraiment suscité d'intérêt chez les Canadiens à faible revenu, puis que cette option n'a pas fait augmenter considérablement le nombre d'abonnés canadiens à la télévision: les nouveaux abonnés ne représentent qu'environ 3% de la population au pays.

L'influence des plateformes de contournement

Autre révélation du rapport de l'OTM: les francophones qui s'abonnent à des services de télévision par contournement sont plus susceptibles d'avoir de petits forfaits de base. Au pays, 13% des abonnés à Netflix sont aussi abonnés à un petit forfait de base télévisuel. Chez les francophones, 27% des membres du Club illico (Vidéotron) et 33% des abonnés de Tou.tv Extra (Radio-Canada) sont aussi abonnés à un petit forfait de base.