



QUE REGARDENT LES FRANCOPHONES EN CONTINU?

POPULARITÉ DES CONTENUS VIDÉO EN LIGNE SELON LES GENRES

Ottawa, le 27 septembre 2018 – Dans son dernier rapport, l'Observateur des technologies médias (OTM) examine la popularité des contenus vidéo en ligne selon les genres. La population en général passe plus de temps que jamais à regarder des vidéos en ligne, et a délaissé les vidéos maison de chats des premiers sites de visionnement. Ce type de vidéo est encore bien présent sur YouTube, mais des contenus de format long sont aussi accessibles sur d'autres services, comme Netflix et les sites web de radiodiffuseurs.

Dans le présent rapport, nous recensons les genres de contenu que les francophones regardent en ligne, et nous examinons les genres les plus populaires sur chacune des sources en ligne analysées.

Les principales observations tirées de ces nouvelles données sur la **Popularité des contenus vidéo en ligne selon les genres** comprennent notamment ce qui suit :

- Les nouvelles sont le genre que les francophones regardent le plus en ligne, suivies de près par les contenus d'action et dramatiques. Des cinq genres inclus dans ce rapport, ce sont les sports qui ont le moins la faveur des internautes.
- Les hommes s'intéressent généralement plus que les femmes aux sports, aux nouvelles et aux documentaires en ligne. Pour ce qui est des contenus d'action et dramatiques, les habitudes de visionnement des hommes ne diffèrent pas tellement de celles des femmes.
- Les francophones se tournent vers les services de visionnement en ligne pour avoir leur dose de dramatiques, mais vers YouTube pour les comédies et les documentaires. Ils utilisent les services de visionnement en ligne des principaux radiodiffuseurs pour accéder aux contenus de nouvelles.

Ce rapport est maintenant disponible sur le portail de l'OTM.

À PROPOS DE L'OTM

L'Observateur des technologies médias (OTM©) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada. Avec plus de 12000 entrevues téléphoniques réalisées chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 140 000 Canadiens (répartis en parts égales entre francophones et anglophones) au cours des dix dernières années, ce qui en fait l'enquête de suivi sur les technologies médias la plus précise et complète qui soit. Pour en savoir plus sur l'OTM, visitez notre portail à l'adresse www.mtm-otm.ca ou appelez au : 1 855 898-4999.