



CONSOMMATION DES SERVICES PAR CONTOURNEMENT DES FRANCOPHONES : NETFLIX DOMINE T-IL TOUJOURS ?

Le 22 août 2019 – Dans ces nouveaux rapports, l'Observateur des technologies médias (OTM) et l'OTM Junior produisent deux études approfondies sur les services par contournement. Pour la première fois depuis son lancement, et contrairement à ses concurrents qui ont connu une croissance à deux chiffres au cours de la saison dernière, la croissance de Netflix a relenti. Alors que l'arrivée d'autres services par contournement est attendue à l'automne au Canada, découvrez les tendances actuelles de ce marché. Dans l'ensemble, ces services sont devenus une part importante de la consommation de télévision en ligne, aussi bien pour les adultes que pour les enfants. Ces rapports analysent la popularité de plusieurs services par contournement auprès des francophones (âgés de 2 ans et plus), le profil démographique des différents abonnés, ainsi que la manière dont ils consomment des contenus médias en général.

Les principales observations tirées de ces nouveaux rapports sur les **services de télévision par contournement** comprennent :

- La croissance des services par contournement est particulièrement rapide : alors qu'en 2011, peu après le lancement de Netflix au Canada, seulement 3 % des foyers francophones y étaient abonnés, ils sont dorénavant 45 %.
- Parmi les différents services par contournement mesurés par l'OTM (Club Illico, Amazon Prime Vidéo, ICI TOU.TV EXTRA et Crave) Netflix est de loin le plus populaire.
- En général, les abonnés aux services par contournement sont de grands amateurs de contenu télévisuel. Ils sont 87 % à regarder la télévision hertzienne ou à être abonnés à un service de télévision payant.
- 57 % des francophones âgés de 2 à 17 ans utilisent les services par contournement. Cette utilisation varie selon les tranches d'âge : 50 % des 2 à 6 ans consomment du contenu sur ces services, contre 60 % des 7 à 11 ans et des 12 à 17 ans.

Ces rapports sont maintenant disponibles sur les portails de l'OTM et de l'OTM Junior !

[VOIR LE RAPPORT DE L'OTM](#)

[VOIR LE RAPPORT DE L'OTM JUNIOR](#)

À PROPOS DE L' OTM ET L'OTM JUNIOR

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 12 000 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.

L'OTM Junior, une division de l'Observateur des technologies médias, a produit la première étude annuelle sur les jeunes et les médias au Canada. Diverses questions ont été posées à un groupe de répondants en ligne composé de 1 660 ménages canadiens, répartis en parts égales entre francophones et anglophones. Sur les 1 660 ménages sondés, il a été possible de recueillir des données sur 2 270 enfants.

Pour en savoir plus sur l'OTM et l'OTM Junior, visitez nos portails aux adresses www.mtm-otm.ca et www.mtmjunior.ca/fr/ ou appelez au : 1 855 898-4999.