

COVID-19 ET HABITUDES DE CONSOMMATION MÉDIAS DES CANADIENS

UNE ÉTUDE SPÉCIALE DE L'OTM DU PRINTEMPS 2020 RÉVÈLE UNE UTILISATION ACCRUE DES TECHNOLOGIES ET DES CHANGEMENTS DANS LES MODES DE COMMUNICATION PENDANT LA PANDÉMIE.



Ottawa, le 28 mai 2020 – L'Observateur des technologies médias (OTM), un produit de recherche de CBC/Radio-Canada, a annoncé aujourd'hui la publication de son dernier rapport *Aperçu des grandes tendances*. En raison de la pandémie de COVID-19, les Canadiens ont modifié leurs activités quotidiennes, et ce rapport donne un aperçu des tendances quant à leur utilisation des technologies et des modes de communication durant cette période. Cette étude est fondée sur les réponses de 4 000 internautes canadiens.

Faits saillants du rapport ***Aperçu des grandes tendances sur les effets de la pandémie de COVID-19*** :

- Les plateformes de communication numériques comme Facebook Messenger et Zoom ont connu une croissance incroyable ce printemps. Un peu plus de 6 internautes canadiens sur 10 ont fait un appel vidéo en ligne durant la pandémie de COVID-19, ce qui représente le double d'il y a cinq ans.
- Les Canadiens disposant de plus de temps, ils se sont davantage tournés vers des formes de divertissement traditionnelles et numériques. Les services par contournement affichent une hausse marquée de leur nombre d'abonnements, et les Canadiens sont plus nombreux à être abonnés à plusieurs de ces services. Les trois quarts des internautes canadiens sont actuellement abonnés à au moins un service par contournement, et le nombre de ceux qui sont abonnés à trois ou plus de ces services a augmenté de 58 % (12 % avant la COVID vs 19 % durant la COVID).
- En l'absence de programmation sportive diffusée en direct en raison de la pandémie de COVID-19, la moitié des amateurs de sport ont renoncé à remplacer ces programmes, mais l'autre moitié s'est tournée vers des matchs classiques (30 %), des extraits de compétitions et d'anciens matchs (21 %), ainsi que vers des documentaires sportifs (16 %).
- Un peu plus d'un internaute canadien sur six a utilisé une application de visionnement social comme Netflix Party pour regarder du contenu avec des amis et de la famille durant la pandémie de COVID-19. Pour le covisionnement social à distance durant la période de confinement, Facebook et YouTube arrivent en tête avec 36 % chacun, suivis par Netflix Party à 31 %.
- Les internautes canadiens se sont aussi tournés vers des sources non numériques pour rester informés durant la pandémie de COVID-19. Ce printemps, les trois quarts des internautes canadiens ont regardé une chaîne d'information canadienne, alors qu'ils n'étaient que 53 % à le faire avant la pandémie.

Pour obtenir une version gratuite du rapport sur l'*Aperçu des grandes tendances*, visitez le site de l'OTM. Les versions française et anglaise des rapports *Adoption de l'OTM* ainsi que les plus récentes données du printemps 2020 sont accessibles aux abonnés.

Pour plus d'informations, contactez-nous à l'adresse : mtm.otm@radio-canada.ca

VOIR LE RAPPORT

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 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. Pour en savoir plus sur l'OTM, visitez notre portail à l'adresse www.mtm-otm.ca ou appelez sans-frais le 1 855 898-4999 ou local au 613 288-6231 Jenny.Meadows@cbc.ca