



COVID-19 ET HABITUDES DE CONSOMMATION DES SPORTS

Ottawa, le 9 juin 2020 – L'OTM publie son dernier rapport Les sports au temps de la COVID-19. Le monde des sports, comme de nombreux pans de la société canadienne, a été lourdement touché par la pandémie de COVID-19. Tandis que les ligues sportives ont été obligées de suspendre les compétitions se tenant devant un public, tant pour la sécurité des joueurs que celle du public, les amateurs de sports ont dû trouver d'autres façons pour avoir leur dose de sports. Le présent rapport donne un aperçu de certaines des activités auxquelles les amateurs de sports s'adonnent pour accéder à des contenus sportifs pendant cette période. Cette étude est fondée sur les réponses de 4 000 internautes canadiens.

Faits saillants sur Les sports au temps de la COVID-19 :

- Près de la moitié des Canadiens qui regardent habituellement des contenus sportifs continuent de trouver des façons d'en consommer pendant la pandémie de COVID-19. 30 % des consommateurs de sports déclarent avoir regardé d'anciens matchs ou des classiques pour avoir leur dose de sports. On observe aussi qu'un cinquième de ces consommateurs regardent des séquences de classiques, tandis qu'un sixième regardent des documentaires sportifs.
- La majorité des consommateurs de sports (53 %) ont choisi de ne pas consommer de contenu sportif disponible pendant la pandémie. Près des deux tiers des femmes qui suivent les sports ont déclaré avoir cessé d'en regarder. On observe aussi que la majorité des amateurs de sports plus âgés se sont abstenus de regarder des contenus sportifs pendant toute la pandémie.
- Les sports électroniques ont été considérés comme une solution de rechange aux sports traditionnels, mais ils demeurent une activité très spécialisée. Les jeunes consommateurs de sports et les amateurs de sports des ménages aisés sont plus susceptibles de regarder des sports électroniques.

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