



OTM 18+ | 18 février 2021

Données de l'automne 2020 de l'Observateur des technologies média – la COVID-19 continue de modifier les habitudes de consommation médiatique des canadiens

Dans son nouveau rapport Aperçu des grandes tendances, l'OTM s'intéresse aux services de vidéo sur demande par abonnement, à l'engouement pour les bloqueurs de publicités, au développement de la baladodiffusion et, à l'essor de TikTok.

[L'Observateur des technologies médias \(OTM\)](#), un produit de recherche de CBC/Radio-Canada, publie aujourd'hui l'Aperçu des grandes tendances. Ce rapport met en évidence l'impact continu de la COVID-19 sur les habitudes de consommation médiatique des Canadiens.

Faits saillants :

- La popularité des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) a presque doublé au cours des cinq dernières années. À l'automne 2020, nous continuons d'observer une hausse, avec 77 % de Canadiens s'abonnant à ces services ou ayant accès à un des nombreux services de VSDA comme Netflix et Amazon Prime Vidéo, entre autres.
- La COVID-19 ayant entraîné la fermeture des cinémas à travers le pays et la sortie de plusieurs films à succès directement sur les services de VSDA, on a pu observer une hausse fulgurante du nombre de films présentés en ligne durant la pandémie. Pour l'automne 2020, 51 % des Canadiens disent avoir regardé un film en ligne contre 41 % avant la pandémie.
- Bien que nous ayons constaté une légère baisse de l'écoute des balados au début de la pandémie et en raison de l'absence de déplacements, on observe maintenant une hausse de l'écoute au fur et à mesure que les auditeurs adoptent de nouvelles habitudes. Trois Canadiens sur dix disent avoir écouté un balado, soit une hausse de 26 % par rapport à l'an dernier.
- Alors que les Canadiens continuent de rester à la maison, il y a un site de médias sociaux qui en a divertifié un grand nombre, principalement les jeunes. TikTok a plus que triplé en popularité au cours de la dernière année, ralliant 15 % des réseauteurs sociaux.

Pour obtenir le rapport sur l'Aperçu des grandes tendances, visitez le [site de l'OTM](#). Les versions française et anglaise des rapports d'adoption des technologies médias de l'OTM ainsi que les plus récentes données d'automne 2020 sont accessibles aux abonnés.



Vous avez peut-être remarqué notre nouveau look, l'[OTM](#) et l'[OTM JR](#) sont désormais disponibles ensemble sur le même site ! Vous pourrez accéder à toutes les données et rapports avec les mêmes identifiants de connexion que ceux que vous utilisez. L'OTM est également ravi d'annoncer que nous lançons un nouveau produit dans notre gamme - l'OTM Nouveaux arrivants. L'OTM Nouveaux arrivants sonde les personnes arrivées au Canada au cours des cinq dernières années. Ce sondage permet de déterminer les habitudes de consommation des médias et les modes d'adoption des technologies par ce segment de la population canadienne en pleine croissance. Pour en savoir plus sur ce produit, visitez [notre site](#) et découvrez ce à quoi vous pouvez vous attendre au printemps 2021 !

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 200 000 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.