



PROFILS D'ÉCOUTE DES CANADIENS

Le 17 janvier 2019 – L'Observateur des technologies médias (OTM) publie son rapport d'analyse de la segmentation des auditoires.

L'industrie cherche de plus en plus à comprendre la manière dont différents auditoires s'identifient aux contenus médias et interagissent avec ceux-ci. Ce rapport se penche sur les différents profils d'écoute des Canadiens établis d'après les données autodéclarées à l'OTM en matière d'écoute de la télévision et de contenu vidéo. Il identifie et décrit cinq différents profils d'écoute, déterminés en fonction des données démographiques, des habitudes d'écoute, des abonnements à divers services : il s'agit des traditionnels, des expérimentateurs, des hybrides, des tout-équipés et des tout-en-ligne.

Faits saillants du [rapport d'analyse de la segmentation des auditoires](#) :

- Près de la moitié de tous les Canadiens regardent une combinaison de contenu traditionnel et de contenu en ligne.
- Les auditeurs traditionnels passent 90 % de leur temps d'écoute à regarder la télévision et du contenu vidéo sur un téléviseur et sont abonnés à un service de télévision payant (p. ex., par câble ou par satellite).
- Les auditeurs expérimentateurs utilisent encore beaucoup les plateformes traditionnelles, mais ils commencent à accéder à certains de leurs contenus au moyen de services de contournement et en ligne : ils passent de 60 % à 90 % de leurs temps d'écoute sur des plateformes traditionnelles.
- Les auditeurs hybrides partagent équitablement leur temps d'écoute (40 %-60 %) entre les plateformes traditionnelles et les nouvelles plateformes, selon ce qui convient le mieux à leurs besoins du moment.
- Les auditeurs tout-équipés ont commencé à utiliser davantage les plateformes numériques pour le contenu télévisuel et vidéo qu'ils consomment (60 % à 90 %), mais ils n'ont pas encore complètement abandonné les plateformes traditionnelles.
- Les auditeurs tout-en-ligne passent 90 % et plus de leur temps à regarder la télévision ou du contenu audio par l'entremise de plateformes en ligne et de services par contournement comme Netflix.

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 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 au : 1 855 898-4999.