



OTM 18+ | 11 mai 2022

État des lieux de la télévision payante

L'OTM publie un nouveau rapport sur la façon dont les francophones utilisent leur télévision et paient pour leur service. Même si de nombreux commentateurs ont annoncé que les services de VSDA comme Netflix et Prime Vidéo allaient provoquer un exode important des abonnés des services payants de télévision traditionnels, cela n'a pas été le cas. Ce rapport se penche sur la manière dont ces différents types de contenu coexistent, ainsi que sur la situation actuelle des services de télévision payants (câble, satellite, fibre optique).

Faits saillants de ce rapport :

- Bien que les abonnements aux services de télévision soient à la baisse depuis plus d'une décennie, leur nombre demeure relativement élevé; trois ménages francophones sur quatre y sont abonnés. Le câble demeure le moyen le plus répandu de recevoir la télévision payante (42 %), suivi de la télévision par fibre optique (25 %) et par satellite (8 %).
- Malgré la popularité grandissante des services de VSDA, les francophones consacrent plus de temps à regarder la télévision traditionnelle. Les abonnements aux services de VSDA sont souvent utilisés en parallèle avec les services traditionnels de télévision payants.
- Vidéotron (38 %) et Bell (27 %) détiennent les deux tiers du marché de la télévision payante. Plus spécifiquement, Bell domine le marché de la télévision par satellite et par fibre optique tandis que Vidéotron s'impose sur le marché de la télévision par câble.
- La plupart des abonnés à la télévision optent aussi pour d'autres services offerts par leur fournisseur. Les clients de Vidéotron, de Bell, de Telus et de Rogers sont en grande partie abonnés à trois, ou même quatre services du même fournisseur.

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 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.