



# Comprenez le paysage télévisuel canadien changeant avec les nouveaux rapports de l'OTM

**OTM 18+ & OTM JR. | 2 avril 2025**

Alors que le paysage de la consommation télévisuelle continue d'évoluer, il devient de plus en plus essentiel de comprendre la dynamique entre les options de visionnage traditionnelles et numériques. La prolifération des services de diffusion en continu et du contenu sur demande a fondamentalement transformé la façon dont les auditoires consomment la programmation télévisuelle.

Par conséquent, les diffuseurs, les créateurs de contenu et les annonceurs doivent adapter leurs stratégies pour atteindre et engager efficacement les téléspectateurs dans cet environnement dynamique et fragmenté.

Afin de faire la lumière sur ces tendances évolutives, l'Observateur des technologies médias (OTM) a publié deux nouveaux rapports exhaustifs, chacun se concentrant sur un groupe démographique distinct. Le rapport de l'OTM 18+ « La télé dans tous ses états » fournit une analyse approfondie du marché francophone adulte (18 ans et plus), examinant les abonnements à la télévision payante, la relation entre la vidéo sur demande par abonnement (VSDA) et les services de télévision payante, le rôle des fournisseurs de services et les stratégies de regroupement. Séparément, le rapport de l'OTM Junior « Regard sur les jeunes et la télévision traditionnelle » offre des informations précieuses sur les habitudes de visionnage des enfants francophones, analysant leur consommation de télévision traditionnelle dans le contexte plus large des sources vidéo disponibles.

Les principales conclusions du rapport de l'OTM 18+ « La télé dans tous ses états » comprennent :

- **Abonnements à la télévision payante :** Bien que les abonnements aux services de télévision sur le marché francophone aient diminué de 28 % au cours de la dernière décennie, une majorité significative est toujours abonnée à un service de télévision payante;
- **Services de VSDA :** Dans le marché francophone, les abonnements à la VSDA se maintiennent au même niveau que ceux de la télévision payante, et ce, malgré un recul du taux de pénétration des services de VSDA au cours des deux dernières années;
- **Ménages regardant la télévision en ligne seulement :** Nous observons une augmentation des ménages francophones qui choisissent de regarder principalement du contenu en ligne et qui deviennent donc ce que nous appelons des « ménages regardant la télévision en ligne seulement ».

Les principales conclusions du rapport de l'OTM Junior « Regard sur les jeunes et la télévision traditionnelle » comprennent :

- **Télévision linéaire :** La télévision linéaire continue d'être une partie importante de la consommation médiatique des enfants francophones, sept enfants sur dix la regardant mensuellement. Cependant, comme pour les générations plus âgées, nous constatons un déclin;
- **Plateformes en ligne :** YouTube et les services de VSDA sont plus populaires que la télévision linéaire chez les enfants francophones, plus de quatre enfants sur cinq les regardant au cours d'un mois typique;
- **Contenu en langue anglaise :** Plus de deux enfants francophones sur cinq âgés de 2 à 11 ans regardent du contenu en anglais au cours d'une semaine typique. Cela indique un niveau d'exposition important à une autre langue par le biais du contenu vidéo, même si les enfants ont deux fois plus tendance à regarder du contenu en français.

... (+) ... [ACCÉDER AU 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 entretiens téléphoniques réalisées chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 300 000 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](http://www.mtm-otm.ca) ou appelez au : 1 855 898-4999.