

L'OPINION DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Septembre 2016

Enquête réalisée par CROP

pour le Centre d'études sur les médias

dans le cadre du colloque « L'avenir de la culture

à l'ère numérique : les défis pour l'État ».



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

Méthodologie

Contexte et objectifs

Le Centre d'études sur les médias a mandaté CROP pour mesurer l'opinion des Québécois à l'égard des plateformes numériques permettant de consommer de la musique ou des produits audiovisuels.

Les pages suivantes font état des résultats.

Méthodologie

Collecte de données

La collecte de données en ligne s'est déroulée du **15 au 19 septembre 2016** par le biais d'un panel web.

Au total, **1000 questionnaires** ont été complétés.

Pondération et caractère représentatif de l'échantillon

Les résultats ont été pondérés afin de refléter la distribution de la population à l'étude selon le sexe, l'âge, la langue maternelle et le niveau de scolarité des répondants.

Notons que compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Comment lire les données

Il est possible que la somme des résultats présentés n'égalise pas toujours 100 % puisqu'il s'agit de pourcentages arrondis.

Les différences significativement plus...

...**élevées** sont indiquées **EN BLEU** et **SOULIGNÉES**

...**basses** sont indiquées **EN ROUGE**, **EN GRAS** et **EN ITALIQUES**

Utilisation des plateformes numériques

Consomme de la musique ou de l'audiovisuel sur une plateforme numérique

Base: ensemble des répondants

RÉGION	RÉGION			SEXE		AGE			LANGUE MATERNELLE		
	TOTAL	MTL RMR franco	QC RMR	RESTE DU QC	HOM.	FEM.	18-34	35-54	55+	FRANCO	NON-FRANCO
(%)	n= 1000	366	193	298	449	551	243	372	385	825	175
Utilise une plateforme numérique	78	77	70	78	81	74	<u>90</u>	<u>84</u>	62	76	<u>85</u>
N'utilise aucune plateforme numérique	22	23	<u>30</u>	22	19	<u>26</u>	10	16	<u>38</u>	24	15
REVENU	REVENU					SCOLARITÉ					
	TOTAL	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.		
(%)	n= 1000	233	197	162	119	166	239	462	299		
Utilise une plateforme numérique	78	73	81	78	78	<u>83</u>	73	79	<u>82</u>		
N'utilise aucune plateforme numérique	22	<u>27</u>	19	22	22	17	<u>27</u>	21	18		

Presque 8 Québécois sur 10 ont utilisé une plateforme numérique pour consommer de la musique ou des produits audiovisuels au cours de la dernière année. La pratique est moins répandue dans la région de Québec, chez les 55 ans et plus, chez les personnes gagnant moins de 40 M\$ et celles qui ne sont pas scolarisées. Au contraire, elle est plus répandue chez les moins de 55 ans, les non-francophones, les personnes les plus scolarisées et celles ayant les revenus les plus élevés.

Consomme du contenu canadien et québécois sur une plateforme numérique

Base: ensemble des répondants

RÉGION	RÉGION			SEXE		AGE			LANGUE MATERNELLE			
	TOTAL	MTL RMR	QC RMR	RESTE DU QC	HOM.	FEM.	18-34	35-54	55+	FRANCO	NON-FRANCO	
(%)	n= 1000	366	193	298	449	551	243	372	385	825	175	
Consomme du contenu canadien ou québécois sur une plateforme numérique	67	68	58	69	<u>71</u>	62	<u>75</u>	<u>74</u>	52	67	65	
Ne consomme aucun contenu canadien ou québécois	11	9	12	9	10	12	<u>15</u>	10	10	9	<u>20</u>	
N'utilise aucune plateforme numérique	22	23	30	22	19	26	10	16	38	24	15	
		REVENU				SCOLARITÉ						
(%)	TOTAL	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.			
	n= 1000	233	197	162	119	166	239	462	299			
Consomme du contenu canadien ou québécois sur une plateforme numérique	67	64	70	67	61	69	62	69	68			
Ne consomme aucun contenu canadien ou québécois	11	9	11	11	<u>17</u>	14	11	10	14			
N'utilise aucune plateforme numérique	22	<u>27</u>	19	22	22	17	<u>27</u>	21	18			

Près de 7 Québécois sur 10 ont consommé du contenu canadien ou québécois (85 % de ceux qui utilisent une plateforme numérique). La proportion est moindre dans la région de Québec chez les femmes et les 55 ans et +. C'est le contraire chez les hommes et les moins de 55 ans.

**Disponibilité des contenus
canadiens ou québécois et facilité à
les trouver**

Disponibilité du contenu canadien et québécois

Base: ensemble des répondants

Le contenu canadien et québécois y est ...

LANGUE MATERNELLE	REVENU					SCOLARITÉ					
	TOTAL	NON-FRANCO	FRANCO	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.
(%)	n= 1000	825	175	233	197	162	119	166	239	462	299
SUFFISANT (nettement et plutôt suffisant)	64	62	<u>72</u>	66	<u>73</u>	59	66	54	<u>70</u>	63	58
INSUFFISANT (plutôt et nettement insuffisant)	36	38	28	34	27	41	34	<u>46</u>	30	37	<u>42</u>

Les deux tiers des Québécois croient qu'il y a suffisamment de contenu canadien et québécois sur les plateformes numériques. Chez tous les groupes, la proportion est supérieure à 50 %. Les personnes ayant des revenus élevés (100 M\$ et +) et les universitaires se situent en bas de la moyenne. C'est le contraire pour les non-francophones.

Il n'y en a aucune différence selon la région, le sexe et l'âge. Il n'y en a pas non plus selon la plateforme utilisée.

Q. Diriez-vous qu'il y a suffisamment ou pas de produits audiovisuels canadiens ou québécois et de musique canadienne ou québécoise sur les plateformes numériques?

Facilité à trouver du contenu canadien et québécois

Base: ensemble des répondants

Le contenu canadien et québécois y est ...

REVENU	REVENU					SCOLARITÉ			
	TOTAL	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.
(%)	n= 1000	233	197	162	119	166	239	462	299
FACILE À TROUVER (très et assez facile)	67	71	70	64	67	60	70	68	60
DIFFICILE À TROUVER (assez et très difficile)	33	29	30	36	33	<u>40</u>	30	32	<u>40</u>

Les deux tiers des Québécois estiment que le contenu canadien et québécois est facile à trouver. Il y a des différences significatives en fonction du revenu et de la scolarité, alors qu'il n'y en a aucune selon la région, le sexe, l'âge et la langue maternelle. La plateforme utilisée n'est pas, non plus, un facteur. Les personnes dont les revenus sont supérieurs à 100 M\$ et les personnes ayant fait des études universitaires estiment que le contenu canadien et québécois est plus difficile à trouver.

Q. Diriez-vous qu'il est facile ou difficile de trouver des produits audiovisuels canadiens ou québécois et de la musique canadienne ou québécoise sur les plateformes numériques?

Rôle des gouvernements

Rôle des gouvernements dans la diffusion des produits canadiens et québécois

Base: ensemble des répondants

Laquelle de ces affirmations correspond le mieux à votre opinion :

(%)	TOTAL	RÉGION			SEXE		AGE			LANGUE MATERNELLE	
		MTL RMR FRANCO	QC RMR	RESTE DU QC	HOM.	FEM.	18-34	35-54	55+	FRANCO	NON-FRANCO
n=	1000	366	193	298	449	551	243	372	385	825	175
Les gouvernements doivent intervenir pour assurer la production, la promotion et la visibilité des produits canadiens et québécois sur les plateformes numériques comme ils le font déjà pour les médias traditionnels	58	<u>65</u>	42	61	54	<u>61</u>	48	57	<u>66</u>	<u>61</u>	48
Les gouvernements n'ont pas à intervenir concernant les produits canadiens et québécois sur les plateformes numériques	42	35	<u>58</u>	39	<u>46</u>	39	<u>52</u>	43	34	39	<u>52</u>

Près de 6 Québécois sur 10 sont favorables à l'intervention des gouvernements pour ... Il y a des différences significatives en fonction de la région, du sexe, de l'âge et de la langue maternelle, mais aucune selon le revenu et la scolarité. Les résidents de Québec, les 18-34 ans et les non-francophones sont majoritairement défavorables aux interventions gouvernementales en la matière.

Profil des répondants

Profil des répondants

Base : ensemble des répondants

	TOTAL
SEXE	1000
Hommes	49
Femmes	51
REVENU-MÉNAGE	
Moins de 40 K\$	28
40 K\$ à 79 K\$	36
80 K\$ et plus	23
Je préfère ne pas répondre	13
OCCUPATION	
Temps plein	49
Temps partiel	9
Chômeur(se)	5
À la maison	6
Retraité(e)	25
Étudiant(e)	6

	TOTAL
RÉGION	1000
Île de Montréal	24
Rive-sud de Montréal	12
Rive-nord de Montréal	12
Québec RMR	10
Reste du Québec	42
AGE	
18-34 ans	27
35-54 ans	36
55 ans et plus	37
SCOLARITÉ	
Secondaire ou moins	35
Collège	44
Université	22
LANGUE MATERNELLE	
Français	80
Anglais ou autre langue	20

Annexe

**Réponses détaillées concernant
les plateformes utilisées**

Plateformes numériques utilisées pour consommer de la musique ou de l'audiovisuel

Base: ensemble des répondants

(%)	TOTAL	RÉGION			SEXE		AGE			LANGUE MATERNELLE	
		MTL RMR	QC RMR	RESTE DU QC	HOM.	FEM.	18-34	35-54	55+	FRANCO	NON-FRANCO
n=	1000	509	193	298	449	551	243	372	385	825	175
YouTube	65	67	56	65	67	63	<u>78</u>	<u>73</u>	47	62	<u>76</u>
Netflix	27	<u>31</u>	21	23	27	26	<u>50</u>	25	11	24	<u>37</u>
ici.tou.tv	17	16	18	19	16	19	19	17	17	<u>21</u>	2
Spotify	15	17	12	14	16	15	<u>31</u>	15	4	15	16
illico.tv	14	<u>17</u>	14	11	13	15	15	15	11	<u>16</u>	6
Google Play Music	13	<u>16</u>	8	11	13	13	<u>22</u>	14	6	12	<u>18</u>
Apple Music	10	<u>13</u>	3	10	11	10	<u>19</u>	10	4	9	14
Stringray Musique pour mobiles	8	6	<u>12</u>	8	9	6	9	7	7	<u>9</u>	3
Crave TV	5	<u>7</u>	2	3	5	5	<u>9</u>	4	2	4	<u>7</u>
Icimusique.ca	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2
Shomi	2	<u>3</u>	1	1	2	1	3	2	1	1	3
CBCMusic.ca	2	<u>3</u>	2	0	2	1	2	2	2	1	<u>6</u>
Streaming / stations gratuites sur Internet	1	1	1	0	0	1	0	0	<u>2</u>	0	<u>2</u>
iTunes	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Autre	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	<u>4</u>
N'utilise aucune plateforme numérique	22	21	<u>30</u>	22	19	<u>26</u>	10	16	<u>38</u>	<u>24</u>	15

Q. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé les plateformes numériques suivantes pour consommer de la musique ou des produits audiovisuels (vidéos, webséries, séries télé ou films)?

Plateformes numériques utilisées pour consommer de la musique ou de l'audiovisuel

Base: ensemble des répondants

	REVENU						SCOLARITÉ		
	TOTAL	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.
(%)	n= 1000	233	197	162	119	166	239	462	299
YouTube	65	64	66	66	62	67	61	66	70
Netflix	27	23	24	28	33	32	20	28	<u>35</u>
ici.tou.tv	17	15	15	17	<u>29</u>	15	17	16	21
Spotify	15	16	16	15	11	19	13	18	14
illico.tv	14	11	14	18	16	11	12	<u>16</u>	12
Google Play Music	13	11	<u>20</u>	12	9	13	7	<u>16</u>	16
Apple Music	10	10	10	14	9	11	7	12	12
Stringray Musique pour mobiles	8	6	6	7	7	<u>12</u>	5	<u>10</u>	6
Crave TV	5	5	5	<u>8</u>	5	2	4	5	5
Icimusique.ca	3	3	4	2	6	2	2	3	<u>6</u>
Shomi	2	1	2	3	2	0	0	2	2
CBCMusic.ca	2	2	1	1	1	1	2	1	3
Streaming / stations gratuites sur Internet	1	0	1	1	<u>3</u>	1	0	1	<u>2</u>
iTunes	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Autre	2	1	4	2	4	1	3	2	2
Aucune de ces plateformes	22	<u>27</u>	19	22	22	17	<u>27</u>	21	18

Q. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé les plateformes numériques suivantes pour consommer de la musique ou des produits audiovisuels (vidéos, webséries, séries télé ou films)?

Plateformes numériques utilisées pour consommer du contenu canadien et québécois

Base: ensemble des répondants

(%)	TOTAL	RÉGION			SEXE		AGE			LANGUE MATERNELLE	
		MTL RMR	QC RMR	RESTE DU QC	HOM.	FEM.	18-34	35-54	55+	FRANCO	NON-FRANCO
n=	1000	509	193	298	449	551	243	372	385	825	175
YouTube	45	44	38	47	<u>49</u>	41	<u>56</u>	<u>53</u>	28	43	50
ici.tou.tv	12	12	13	13	10	<u>15</u>	11	12	14	<u>15</u>	2
Netflix	11	<u>14</u>	6	10	11	12	<u>21</u>	10	6	10	<u>18</u>
illico.tv	9	10	11	8	8	11	10	11	8	<u>11</u>	3
Spotify	8	9	7	7	9	7	<u>15</u>	8	3	8	7
Google Play Music	5	6	2	5	5	6	6	6	3	5	5
Apple Music	5	6	2	5	6	4	<u>8</u>	5	3	5	4
Stringray Musique pour mobiles	5	4	7	5	<u>6</u>	3	4	4	6	5	3
Crave TV	2	<u>3</u>	1	1	2	2	<u>4</u>	2	1	2	4
Icimusique.ca	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2
Shomi	1	<u>2</u>	0	0	1	1	1	1	0	1	1
CBCMusic.ca	1	<u>2</u>	1	0	2	1	1	2	1	0	<u>5</u>
iTunes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Streaming / stations gratuites sur Internet	0	0	<u>1</u>	0	0	0	0	0	0	0	0
Autre	1	1	2	1	<u>2</u>	1	1	1	2	1	1
Aucun contenu canadien ou québécois	11	13	12	9	10	12	<u>15</u>	10	10	9	<u>20</u>
N'utilise aucune plateforme numérique	22	21	<u>30</u>	22	19	<u>26</u>	10	16	<u>38</u>	<u>24</u>	15

Q. Et au cours de la dernière année, sur quelles plateformes avez-vous consommé de la musique ou des produits audiovisuels canadiens ou québécois?

Plateformes numériques utilisées pour consommer du contenu canadien et québécois

Base: ensemble des répondants

REVENU	REVENU						SCOLARITÉ		
	TOTAL	- 40M\$	40-60M\$	60-80M\$	80-100M\$	100M\$ +	SEC.	COLL.	UNIV.
(%)	n= 1000	233	197	162	119	166	239	462	299
YouTube	45	47	44	46	37	44	45	45	44
ici.tou.tv	12	11	11	12	<u>22</u>	11	12	11	<u>16</u>
Netflix	11	9	11	10	16	14	7	<u>14</u>	14
illico.tv	9	8	12	9	10	8	8	<u>12</u>	7
Spotify	8	8	9	7	3	9	7	<u>10</u>	6
Google Play Music	5	4	7	5	4	7	3	7	5
Apple Music	5	5	4	6	7	7	3	6	6
Stringray Musique pour mobiles	5	4	4	4	5	7	2	<u>7</u>	4
Crave TV	2	2	3	2	2	1	2	2	2
Icimusique.ca	2	1	3	1	4	1	1	1	<u>4</u>
Shomi	1	0	2	1	1	0	0	<u>2</u>	0
CBCMusic.ca	1	2	1	0	1	0	2	0	2
iTunes	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Streaming / stations gratuites sur Internet	0	0	0	0	0	<u>1</u>	0	0	0
Autre	1	1	3	2	1	0	2	2	0
Aucun contenu canadien ou québécois	11	9	11	11	17	14	11	10	14
Aucune de ces plateformes	22	<u>27</u>	19	22	22	17	<u>27</u>	21	18

Q. Et au cours de la dernière année, sur quelles plateformes avez-vous consommé de la musique ou des produits audiovisuels canadiens ou québécois?