

Automne 2020 - Habitudes d'écoute Télévision des Canadiens



La saison Télévision de l'automne 2020 ne ressemblait à aucune autre auparavant. La pandémie de la COVID-19 a entraîné des retards dans les lancements de programmation d'automne et des saisons de sports professionnels décalées et atypiques. Alors que la menace d'une deuxième vague se profilait, les Canadiens attendaient avec impatience les premières de leurs émissions de télévision préférées qui ont débuté à la fin d'octobre et en novembre. Les éliminatoires de la NBA et de la LNH 2019-2020 ont eu lieu des mois plus tard que d'habitude, et le début de leurs saisons 2020-2021 a été retardé jusqu'à la fin de décembre pour la NBA et en janvier 2021 pour la LNH. Les élections américaines ont attiré un public sans précédent en novembre alors que les téléspectateurs ont attendu plusieurs jours qu'un nouveau président américain soit officiellement déclaré. Pendant que les provinces décrétaient des confinements partiels, la saison des Fêtes a amené sa programmation saisonnière comme le tournoi du Championnat du monde de hockey junior, du contenu des Fêtes et des marathons de séries, ajouté à cela, les périodes de débrouillage de plusieurs chaînes spécialisées.

La télévision a rejoint 
25 508 000
téléspectateurs chaque semaine au Canada anglais.

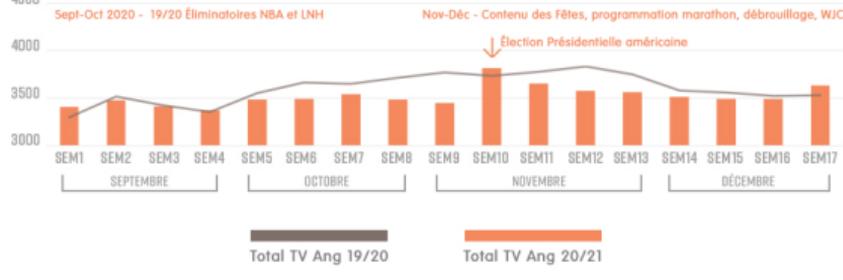
Auprès des principaux groupes-cible, la télévision a enregistré une portée hebdomadaire moyenne de :
81% A25-54 **79%** A18-49 **76%** A18-34

Comparativement à l'automne précédent, les A25-54 et A18-49 ont maintenu 93% de leur portée et les A18-34, 91%.

Source: Numeris Canada, Canada Anglo, sem 1-17 20/21, 2+, Lu-Di 2a-2a, PortéeMoyHeb (000), PortéeMoyHeb %

LE CANADA ANGLAIS A MAINTENU 98% DE SON AUDITOIRE

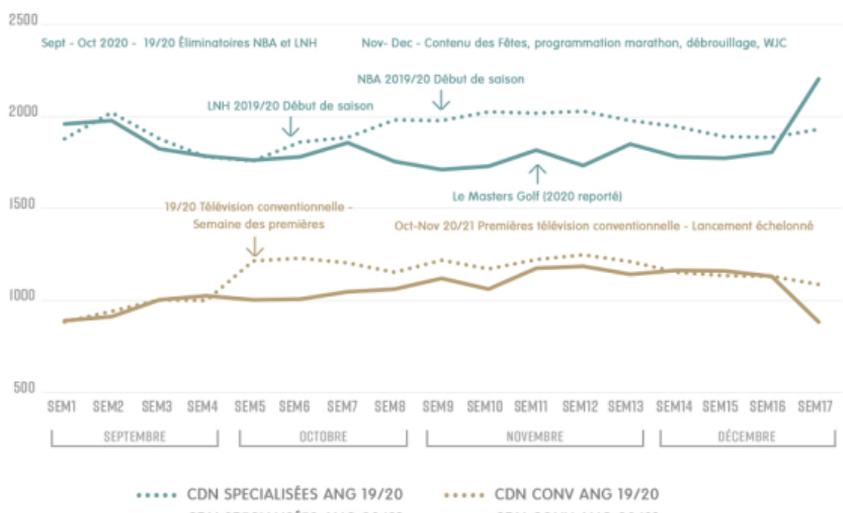
Bien que l'écoute globale se soit maintenue à 98% cet automne par rapport à l'année précédente, une baisse de 11% de l'écoute auprès des A25-54 a été constatée en raison du retard de diffusion pour les premières des émissions en heures de grande écoute et des saisons de sports professionnels. La télévision totale a enregistré une augmentation de 3% pour les 2+ en novembre, lorsque la plupart des émissions en heures de grande écoute étaient de retour, avec une forte augmentation (10%) de l'écoute de la télévision canadienne anglaise conventionnelle pour les 2+ et A25-54, par rapport au mois d'octobre précédent. Cet automne, les préparatifs de l'élection américaine ont attiré les téléspectateurs en octobre pour les débats présidentiels et de la vice-présidence, culminant avec des records d'auditoires le jour des élections, le 3 novembre.



Source: Numeris Canada, Canada Anglo, sem 1-17 19/20, sem 1-17 20/21, 2+, Lu-Di 2a-2a, AMM (000)

LE CONTENU TÉLÉVISION A VARIÉ CHAQUE SEMAINE L'AUTOMNE DERNIER

Les séries éliminatoires de la saison 2019-2020 de la LNH et de la NBA ont finalement débuté en septembre, ce qui a permis à l'auditoire des chaînes spécialisées canadiennes anglaises de se maintenir au même niveau ceux de l'année précédente. Octobre a marqué le début de la nouvelle saison télévisée et a entraîné un retour régulier de l'auditoire vers les chaînes conventionnelles. Celles-ci ont enregistré des augmentations de 4% en 2+ et de 6% en A25-54 et A18-49 pour la semaine du 12 octobre par rapport à la semaine précédente. La saison télévision des Fêtes a commencé en novembre et s'est poursuivie en décembre, avec du contenu saisonnier et des chaînes spécialisées offrant une programmation marathon et des périodes de débrouillage. Le mois de décembre a apporté une excellente nouvelle aux amateurs de sport avec le retour de la NBA le 22 décembre, et toujours un favori des fêtes, le retour du tournoi du Championnat du monde de hockey junior, le lendemain de Noël.



Source: Numeris Canada, Canada Anglo, sem 1-17 19/20, sem 1-17 20/21, 2+, Lu-Di 2a-2a, AMM (000)

L'écoute Télévision des principaux groupes-cible cet automne

Cet automne, alors que la pandémie de COVID-19 évoluait, des changements d'écoute ont été constatés auprès de tous les groupes-cibles. Alors qu'en moyenne les adolescents passaient plus de temps devant leur téléviseur, le nombre moyen d'heures par semaine chez les adultes variait selon les marchés.



Enfants 2-11

La télévision a rejoint 76%* des enfants, conservant 90% des enfants qui ont regardé la télévision l'automne dernier. Montréal Anglo a connu la plus forte augmentation, avec 4% plus d'enfants que cet automne. Toronto / Hamilton a enregistré une augmentation du temps passé par les enfants devant la télévision, soit, en moyenne, 5% d'heures de plus par semaine.



Adolescents 12-17

La télévision a rejoint 80%* des adolescents, conservant 92% des adolescents par rapport à l'automne dernier. Cet automne, les adolescents ont passé en moyenne 14,3 heures par semaine devant leur téléviseur, contre 14,1 pour la même période l'an dernier. Edmonton a enregistré la plus forte augmentation avec 22%, suivie de Vancouver / Victoria avec 13% et de Montréal Anglo avec 7%.



Adultes 18-34

La télévision a rejoint 76%* des A18-34, conservant 91% des téléspectateurs A18-34 par rapport à l'automne dernier. Calgary et Vancouver / Victoria ont tous deux enregistré une augmentation de 2% des heures d'écoute moyennes hebdomadaires pour les A18-34, principalement dû aux chaînes spécialisées.



Adultes 18-49

La télévision a rejoint 79%* des A18-49, conservant 93% des téléspectateurs A18-49 par rapport à l'automne dernier. Toronto / Hamilton et Calgary ont tous deux vu leurs heures d'écoute moyennes hebdomadaires se maintenir, tandis que Vancouver / Victoria a enregistré une augmentation de 2%, tant auprès de la télévision conventionnelle qu'auprès des chaînes spécialisées.



Adultes 25-54

La télévision a rejoint 81%* des A25-54, conservant 93% des A25-54 qui ont regardé la télévision par rapport à l'automne dernier. Vancouver / Victoria et Toronto / Hamilton ont vu leurs heures d'écoute moyennes hebdomadaires se maintenir, tandis que Montréal Anglo a enregistré une augmentation de 2%, principalement dû aux chaînes spécialisées.

Source: Numeris Canada, Canada Anglo, sem 1-17 20/21, 2+, Lu-Di 2a-2a, PortéeMoyHeb %, HrsMoyHeb
* Portée moyenne hebdomadaire