

Résumé de notre recherche

# *Streaming vidéo payant*

# Sommaire exécutif



Avec le brouillage des frontières entre la vidéo sur demande avec publicité et celle par abonnement, sans oublier la lutte des entreprises contre le partage des mots de passe, nous nous attendons à voir évoluer les comportements des consommateurs à l'égard des services de *streaming* payants au Canada. L'été dernier, Numeris a effectué un sondage en ligne afin d'en savoir davantage sur ces services souscrits par les ménages canadiens. Les principales conclusions du sondage sont présentées ci-contre.

1

72 % des répondants font partie d'un ménage qui paye pour au moins un service de *streaming* vidéo. Les répondants les plus susceptibles d'être abonnés à un tel service sont ceux qui font partie d'un ménage de trois personnes ou plus, qui comprend des enfants et dont les revenus sont plus importants.

2

La plupart des ménages qui ont recours au *streaming* vidéo payant sont abonnés à au moins deux de ces services (60 %).

3

Environ la moitié des répondants abonnés au *streaming* vidéo payant y consacre 25 \$ ou plus par mois.

4

Seuls 34 % des répondants qui payent un service de *streaming* vidéo affirment partager leur accès avec des personnes en dehors de leur ménage.

5

14 % des répondants indiquent avoir résilié un service de *streaming* vidéo au cours de la dernière année. 56 % d'entre eux l'ont fait parce qu'ils n'utilisaient pas suffisamment leur abonnement.

6

Un peu plus de la moitié des répondants (56 %) affirment que leur ménage paye un abonnement à Amazon Prime, et 84 % d'entre eux déclarent utiliser Prime Video pour regarder des émissions de télévision et des films.

# Mise en contexte

- Netflix a récemment annoncé de nombreuses modifications de ses services, notamment l'ajout de publicité et la restriction du partage des mots de passe.
- En outre, de nombreux médias prévoient une augmentation de l'adoption des services de vidéo sur demande avec publicité (AVOD).
- De nombreuses sources sur le marché, dont VAM, rapportent le nombre d'utilisateurs de services de *streaming* vidéo payants, mais peu d'informations sont disponibles sur les personnes qui paient pour ces services et sur les facteurs qui motivent les abonnements et les résiliations.
- Numeris a désiré effectuer un sondage afin de d'en apprendre davantage et de mieux comprendre les changements potentiels au niveau du comportement des auditoires dans un contexte de constante évolution du paysage médiatique canadien.
- Notre rapport se focalise donc sur les services vidéo payants.



# Méthodologie du sondage

- Partenariat avec EKOS et utilisation de leur panel de recherche Probit
  - Probit est un panel de recherche fondé sur la probabilité et constitué à l'aide d'un processus de composition aléatoire (CA) qui permet l'échantillonnage à partir d'une base de sondage regroupant les lignes téléphoniques fixes et cellulaires, assurant ainsi une couverture complète des Canadiens ayant accès au téléphone. La distribution du processus de sélection est conçue pour refléter la population réelle du Canada (telle qu'elle est définie par Statistique Canada). À ce titre, notre panel composé de plus de 100 000 membres est considéré comme représentatif du grand public canadien.
- Le sondage en ligne, réalisé en anglais et en français, invitait les répondants à s'exprimer sur les services de *streaming* audio et vidéo pour lesquels ils paient au sein de leur ménage.
- 1 036 adultes répartis sur l'ensemble du territoire canadien ont répondu au sondage en juillet 2022.
- Il est à noter que ce sondage s'est limité aux Canadiens qui ont accès à l'Internet.



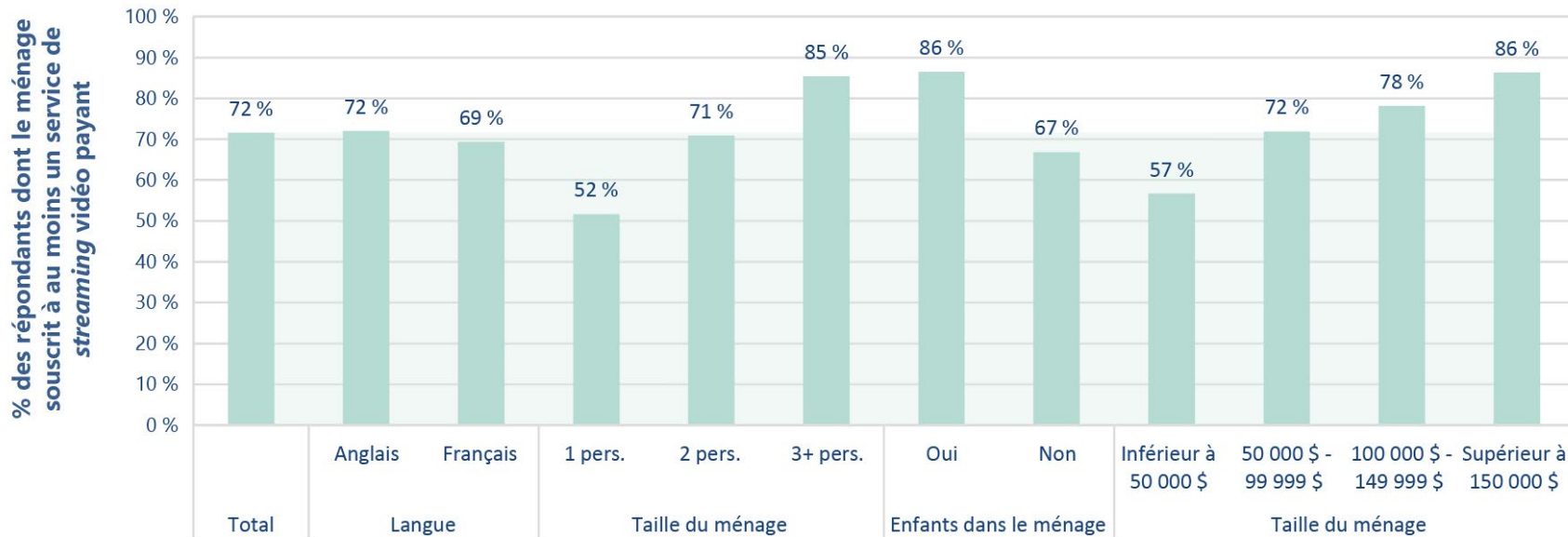


# Payer pour des services de *streaming* vidéo

---

# Streaming vidéo payant au sein du ménage

Répondants appartenant à un ménage où l'on paie pour au moins un service de *streaming* vidéo

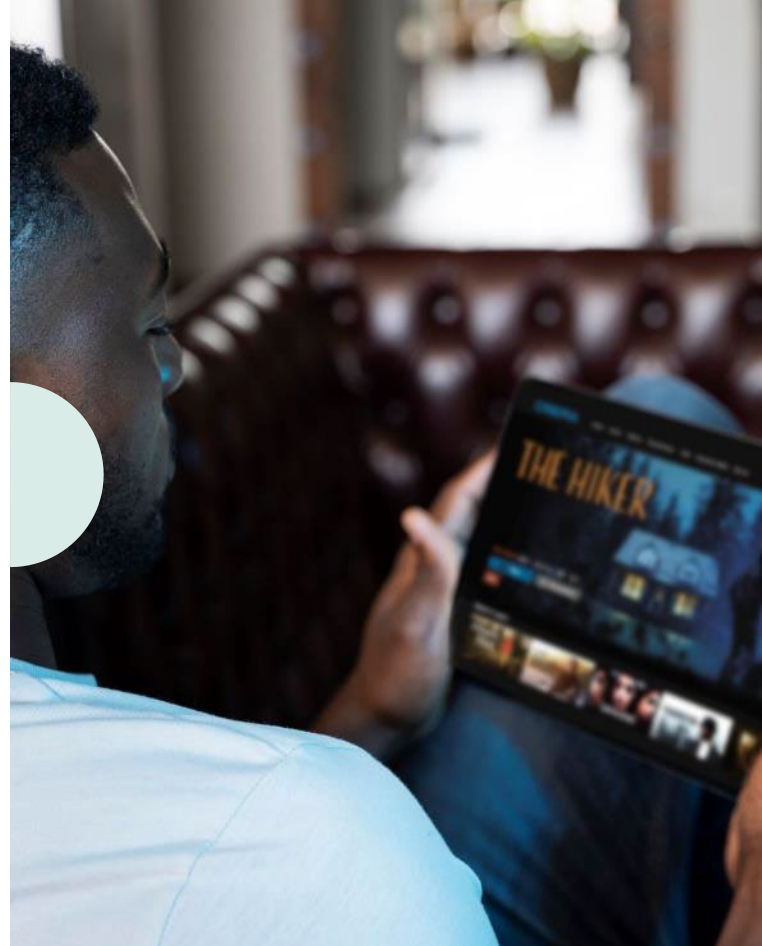


Base : tous les répondants



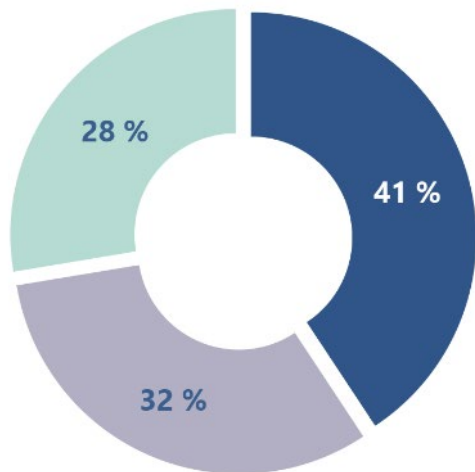
# Streaming vidéo payant au sein du ménage (suite)

- 7 répondants sur 10 ont déclaré qu'eux-mêmes ou un membre de leur ménage paient un abonnement à au moins un service de *streaming* vidéo.
- Les ménages les plus susceptibles de souscrire à un service de *streaming* vidéo payant sont ceux qui comptent un plus grand nombre de personnes, qui comprennent des enfants et dont les revenus sont plus importants.
- Les répondants appartenant à des ménages d'une seule personne et dont le revenu est inférieur à 50 000 \$ sont moins susceptibles de souscrire à un service de *streaming* vidéo payant.
- Les répondants francophones sont également moins susceptibles de faire partie d'un ménage qui paye pour un service de *streaming* vidéo.



## Nombre de souscriptions à des services de *streaming* vidéo payants au sein d'un ménage

■ Un ■ Deux ■ Trois ou plus



Base : tous les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.

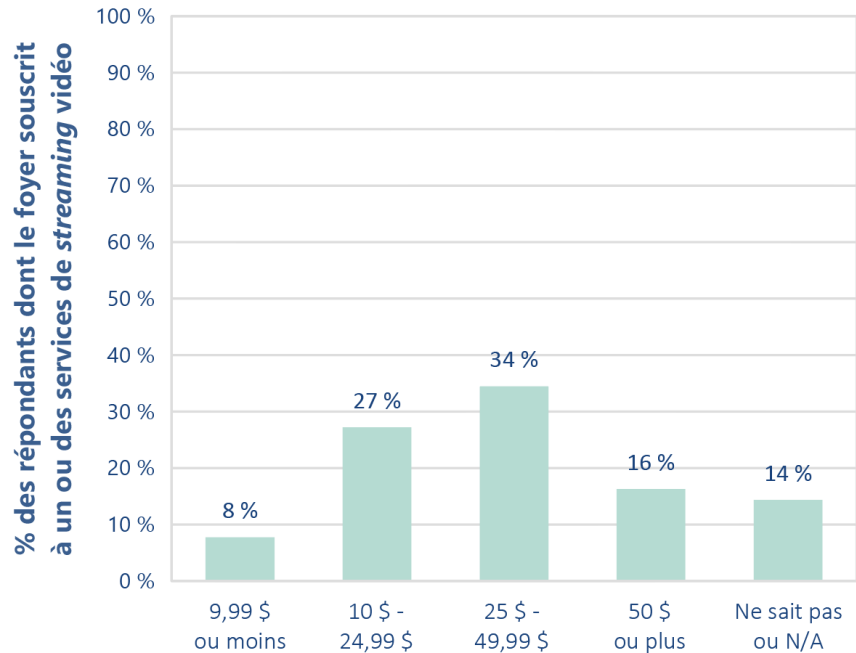
## Nombre de souscriptions à des services de *streaming* vidéo

- La majorité des répondants appartiennent à des ménages qui paient pour au moins deux services de *streaming* vidéo.
- Un peu plus du quart des répondants appartiennent à des ménages qui paient pour trois services de *streaming* vidéo ou plus.





## Montant mensuel payé par les ménages pour des services de streaming vidéo

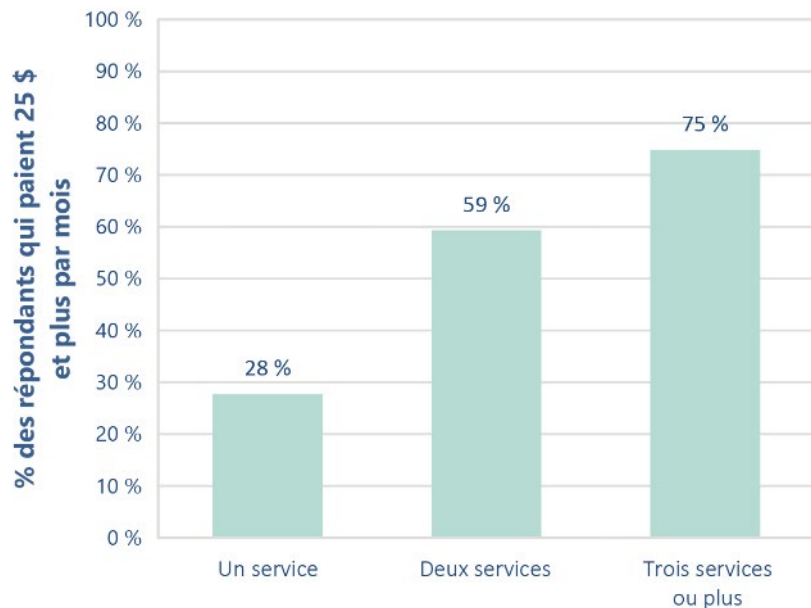


Base : tous les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.

## Coût mensuel des services de *streaming* vidéo

- La majorité des répondants ont déclaré que leur ménage dépense moins de 50 \$ par mois en *streaming* vidéo.
- Environ un tiers d'entre eux ont plutôt déclaré dépenser entre 25 et 50 \$.
- Les répondants dépensant plus de 50 \$ par mois sont plus nombreux que ceux qui dépensent moins de 10 \$ par mois.
- Ce phénomène est probablement lié à l'augmentation du coût des forfaits de base de nombreux services.

## Part des répondants qui paient plus de 25 \$ par mois, en fonction du nombre de services souscrit par le ménage



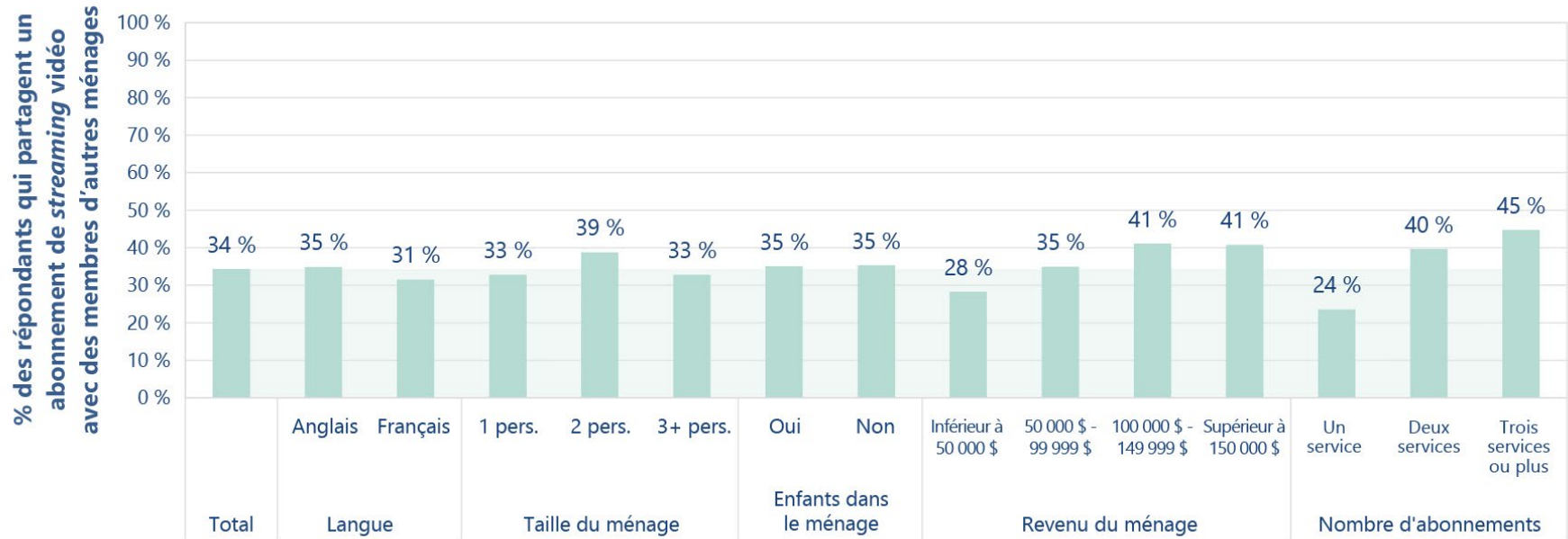
Base : tous les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.

## Coût mensuel des services de *streaming* vidéo (suite)

- Comme on pouvait s'y attendre, les ménages souscrivant à davantage de services de *streaming* vidéo sont plus susceptibles de payer 25 \$ ou plus par mois pour leurs abonnements; sans doute du fait qu'ils sont abonnés à un plus grand nombre de services ou à des services plus coûteux.
- Néanmoins, un quart des ménages qui n'ont qu'un abonnement de *streaming* vidéo déclarent payer 25 \$ ou plus par mois, ce qui laisse supposer que les services auxquels ils s'abonnent sont plus coûteux.

# Partage d'abonnements vidéo

Part des répondants qui partagent un abonnement à un service de *streaming* vidéo avec des personnes en dehors de leur ménage



Base : tous les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.



# Partage d'abonnements vidéo (suite)

- Environ un tiers des répondants ont déclaré partager l'accès à leur service de *streaming* vidéo payant avec d'autres personnes en dehors de leur ménage.
- Ce constat est valable pour plusieurs groupes démographiques, mais le nombre de services souscrit par le ménage semble être lié au fait que ce dernier partage ou non son abonnement.
  - Seuls 24 % des ménages abonnés à un seul service de *streaming* vidéo partagent leur accès avec d'autres personnes.
  - Toutefois, 45 % des ménages comptant trois abonnements ou plus partagent leur accès.

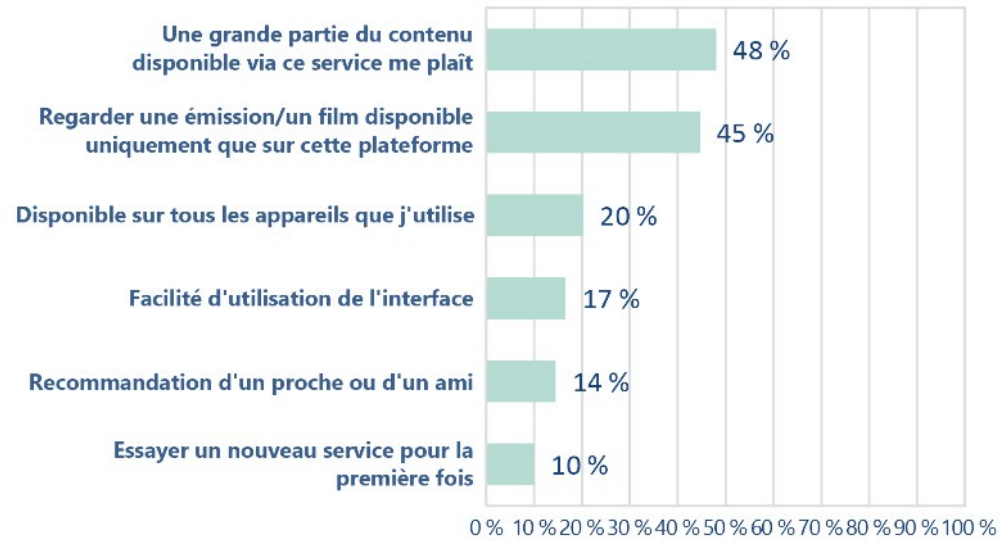




- Le contenu est la principale raison pour laquelle les répondants s'abonnent à un service de *streaming* vidéo.
- Les autres raisons sont évoquées beaucoup moins souvent.

# Raisons de s'abonner

Principales raisons de s'abonner à un service de *streaming*



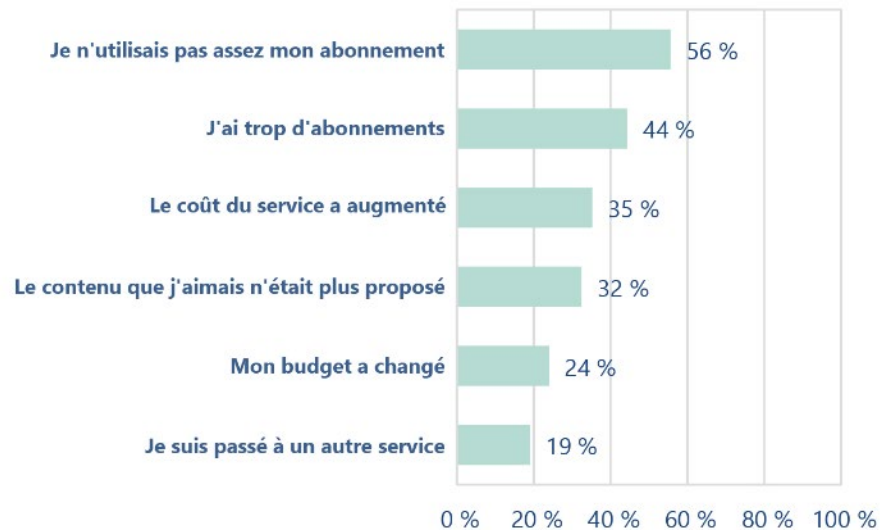
Base : les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.



- Seuls 14 % des répondants ont déclaré avoir résilié un abonnement à un service de *streaming* vidéo au cours de la dernière année.
- Un peu plus de la moitié des répondants ont déclaré avoir résilié leur abonnement, car ils ne s'en servent pas suffisamment.
- Les raisons motivant la résiliation sont beaucoup plus variées que celles qui motivent l'abonnement.

# Raisons de résilier

Principales raisons de résilier son abonnement à un service de *streaming*



Base : les répondants ayant résilié un abonnement à un service de *streaming* vidéo au cours de la dernière année.

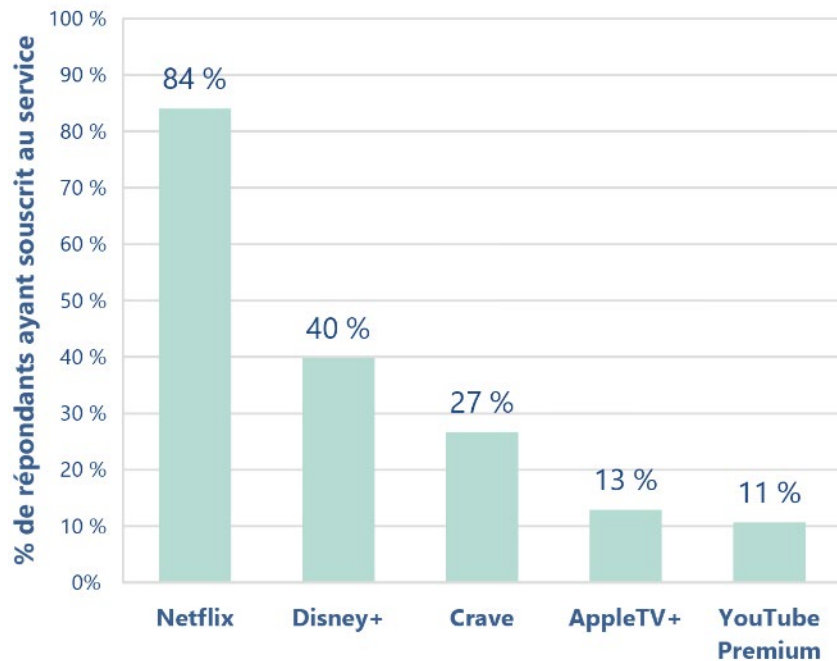


# Services de *streaming* vidéo

---



## Principaux services de *streaming* payants



Base : les répondants dont le ménage souscrit à un ou des services de *streaming* vidéo payant.

# Principaux services de *streaming* payants

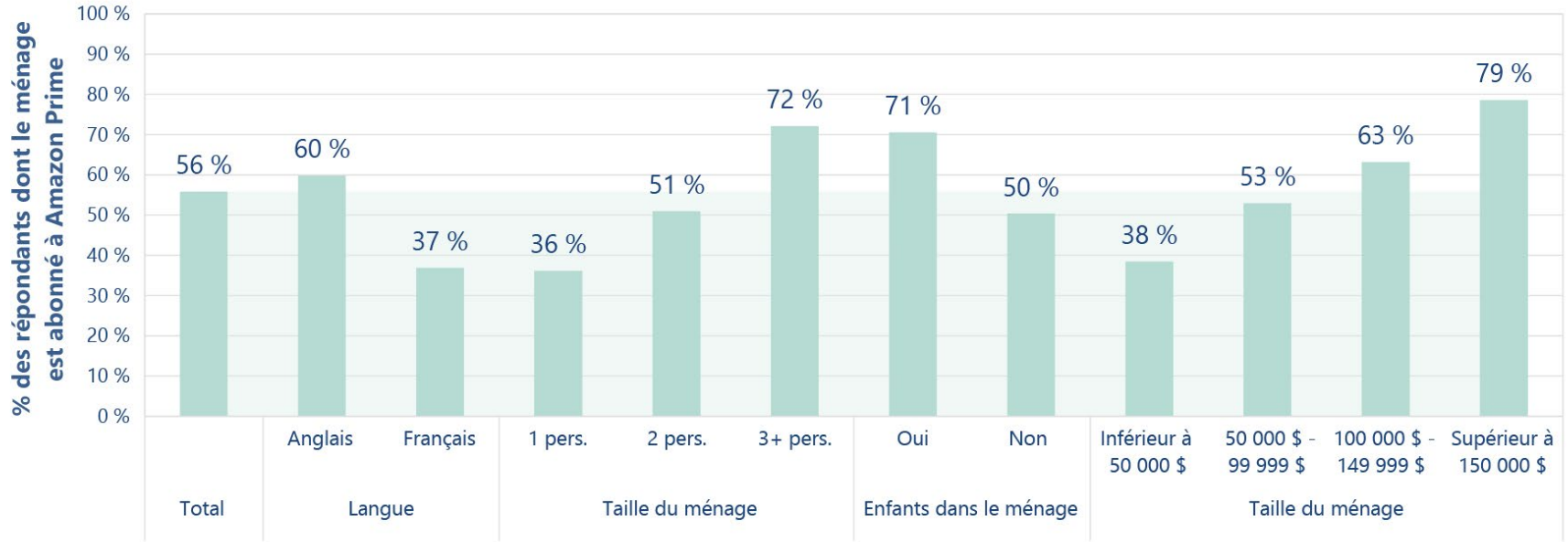


- Netflix est le service le plus populaire parmi les répondants abonnés à un service de *streaming* vidéo payant.
- Il est suivi de Disney+, dont la popularité est deux fois moindre que celle de Netflix.



# Abonnements Amazon Prime

## Ménages payant un abonnement à Amazon Prime

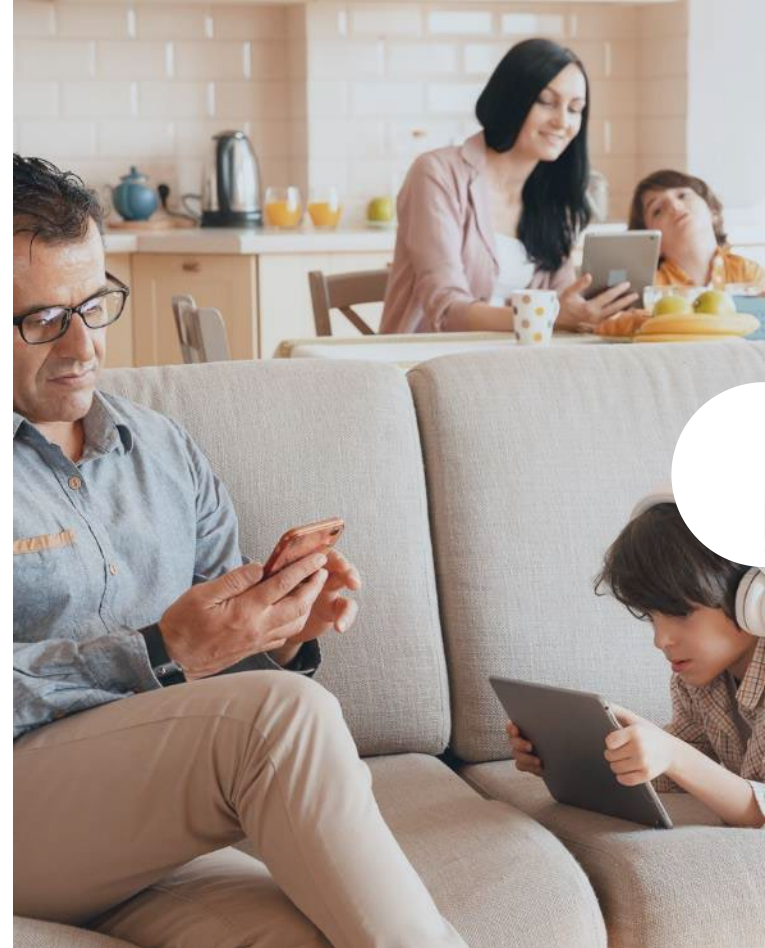


Base : tous les répondants.



# Abonnements Amazon Prime (suite)

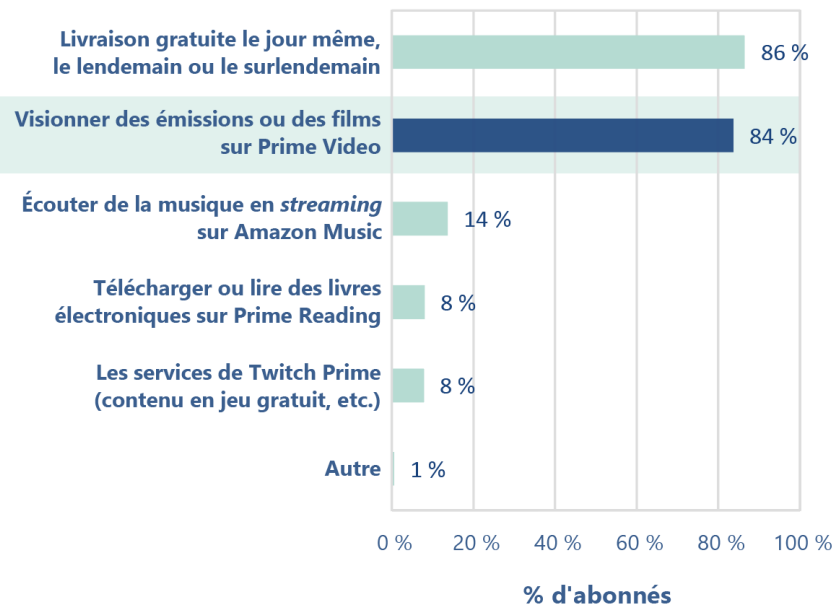
- Un peu plus de la moitié des répondants ont déclaré que leur ménage paye un abonnement à Amazon Prime.
- Les ménages les plus susceptibles d'être abonnés à Amazon Prime sont ceux qui comptent un plus grand nombre de personnes, qui comprennent des enfants et dont les revenus sont plus importants.
- Les répondants francophones sont moins susceptibles de faire partie d'un ménage abonné à Amazon Prime, tout comme les répondants qui vivent seuls et ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 50 000 \$.
- Amazon Prime offre à ses abonnés de nombreux avantages, notamment la livraison rapide et gratuite des articles de la boutique Amazon, de même que l'accès aux diverses propriétés médias d'Amazon, comme la vidéo, la musique, les jeux vidéo et les livres électroniques.





- La livraison rapide et gratuite est le principal avantage utilisé par les abonnés.
- La plupart des abonnés ont également déclaré utiliser Prime Video pour écouter des émissions de télévision ou des films.
- Les autres avantages offerts par Amazon Prime sont loin d'être aussi populaires.

## Les avantages d'Amazon Prime utilisés par les répondants

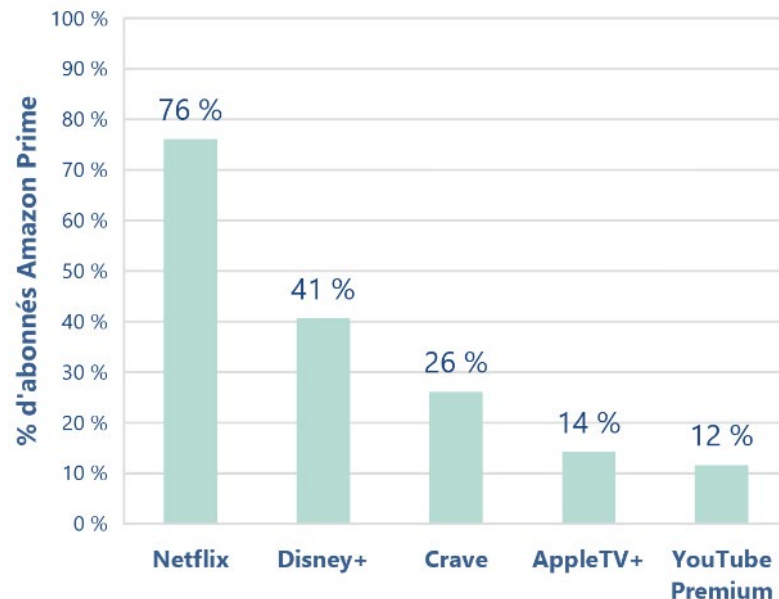


Base : tous les répondants dont le ménage est abonné à Amazon Prime



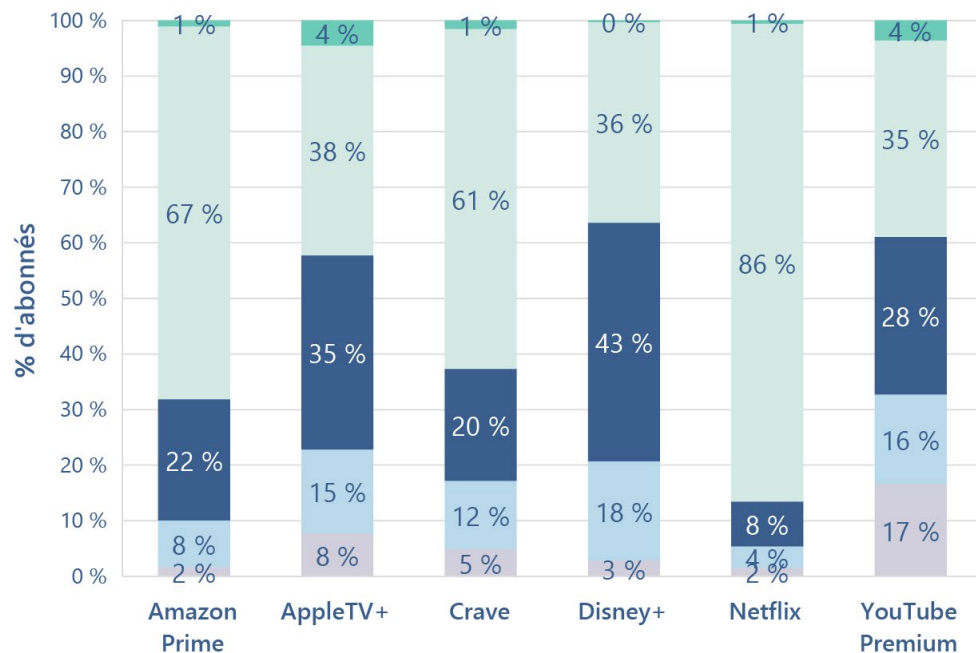
- 86 % des abonnés de Amazon Prime paient également pour au moins un service de *streaming* vidéo.
- Les services les plus populaires auprès des abonnés de Prime correspondent aux services les plus populaires auprès de l'ensemble des abonnés aux services de *streaming* vidéo payants.

## Autres services de *Streaming* utilisés par les abonnés d'Amazon Prime



## Durée de l'abonnement

■ Moins de trois mois ■ De trois mois à un an ■ D'un an à deux ans ■ Deux ans ou plus ■ Ne sait pas



Base : les abonnés au service.

- Les abonnés à Amazon Prime, Crave et Netflix sont plus susceptibles de déclarer être abonnés depuis deux ans ou plus, ce qui laisse supposer que leur clientèle est plus fidèle.
- En revanche, les répondants qui souscrivent aux services Disney+ et AppleTV+ sont plus susceptibles d'être abonnés depuis moins de deux ans, ce qui pourrait découler du fait que ces services sont relativement nouveaux (ils ont tous deux été lancés au T4 de 2019).
- Environ un tiers des répondants qui sont abonnés à YouTube Premium le sont depuis moins d'un an, ce qui suggère que ce service connaît un plus haut taux de désabonnement.