



Les Canadiens et les longs métrages

Quelques tendances observées entre les trois études réalisées en 2012, 2013 et 2014

Août 2014

Le contexte



- *Téléfilm* souhaite devenir une référence sur le marché en aidant les principaux acteurs de l'industrie à mieux connaître leur marché, favoriser une réflexion sur les principaux enjeux et éventuellement déboucher sur du contenu plus en ligne avec les besoins des différents marchés cibles.
- Plusieurs recherches ont été effectuées au cours des dernières années ayant comme objectif de mieux connaître et comprendre les habitudes de consommation de différents segments de Canadiens en matière de longs métrages.
- Ce document présente les tendances telles qu'observées par *Ad hoc recherche* entre les trois sondages pancanadiens, réalisés en 2012, 2013 et 2014.

La méthodologie



- Afin de soulever ces grandes tendances, une analyse de données approfondie a été effectuée, comparant les résultats de l'étude de 2013 et 2014 (réalisée par *Ad hoc recherche* auprès de 1 800 et 3 078 Canadiens respectivement) à ceux de l'étude de 2012 (réalisée par *Research Now* auprès de 1 859 Canadiens).
- Rappelons enfin que :
 - La population des trois études était constituée de Canadiens de toutes les provinces du pays, âgés de 18 ans et plus en 2012 et de 15 ans et plus en 2013-2014 et pouvant s'exprimer en français ou en anglais;
 - Les recherches ont été réalisées sous forme de sondages par panels Web;
 - Les résultats des études ont été pondérés selon la région, l'âge et le sexe afin de refléter le mieux possible la population à l'étude.

Mises en garde



- Étant donné que l'étude de 2012 a été menée par *Research Now* et que nous n'avions en main que les réponses obtenues lors du sondage, nous avons été confrontés à certaines difficultés méthodologiques en raison d'un manque d'information :
 1. Nous n'avions pas d'informations précises, ni sur la façon dont les gens ont été sélectionnés et invités à participer au sondage en 2012, ni sur les quotas qui ont été appliqués lors de la collecte des données.
 2. L'étude s'adressait à l'ensemble de la population canadienne incluant les personnes ne regardant pas de films sur une base annuelle. Ces personnes ont donc été extraites de l'échantillon de 2012 pour assurer une meilleure comparabilité des résultats.
 3. L'année 2012 ayant été une première mouture, certaines questions ont été abandonnées, d'autres ajoutées en 2013. Par conséquent, seules les questions identiques entre les trois années ont pu être comparées.

Le profil des répondants



DES PROFILS DE RÉPONDANTS GLOBALEMENT SEMBLABLES À TRAVERS LES ANNÉES

- La répartition des répondants selon les principales variables sociodémographiques s'avère globalement la même d'un sondage à l'autre :
- Fruit des efforts de pondération pour redresser les trois échantillons, leur distribution en termes de provinces, de grandes régions et de sexe est quasiment similaire;
- On note en revanche, en 2013 et 2014, plus de répondants résidant dans une ville (57 % et 53 % contre 2012 : 46 %) et légèrement moins de personnes ayant complété un niveau universitaire (38 % et 39 % contre 45 % en 2012).

	TOTAL		
	2012 n=1 859	2013 n=1 800	2014 n=3 078
Province			
Alberta	10 %	11 %	9 %
Colombie-Britannique	12 %	13 %	14 %
Manitoba	6 %	4 %	5 %
Nouveau-Brunswick	2 %	2 %	2 %
Terre-Neuve/Labrador	2 %	2 %	1 %
Nouvelle-Écosse	3 %	3 %	3 %
Ontario	38 %	38 %	38 %
Île-du-Prince-Édouard	0 %	0 %	1 %
Québec	24 %	24 %	24 %
Saskatchewan	3 %	3 %	3 %
Grandes régions			
Québec	24 %	24 %	24 %
Ontario	38 %	38 %	38 %
Ouest	31 %	31 %	31 %
Atlantique	7 %	7 %	7 %
Lieu de résidence			
Dans une ville	46 % ↓	57 % ↑	53 % ▼
Dans une banlieue d'une grande ville	38 % ↑	26 % ↓	26 %
Dans une région rurale	16 %	18 %	21 % ▲
Sexe			
Homme	49 %	49 %	49 %
Femme	52 %	51 %	51 %
Scolarité			
SOUS-TOTAL : Secondaire ou moins	20 % ↓	28 % ↑	27 %
SOUS-TOTAL : Collège	35 %	34 %	34 %
SOUS-TOTAL : Université	45 % ↑	38 % ↓	39 %
Revenu			
SOUS-TOTAL : Moins de 40 000\$	26 % ↑	22 % ↓	21 %
SOUS-TOTAL : De 40 000\$ à 79 999\$	38 %	41 %	37 % ▼
SOUS-TOTAL : 80 000\$ et plus	36 %	38 %	42 % ▲

Base: ensemble des répondants

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013

↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

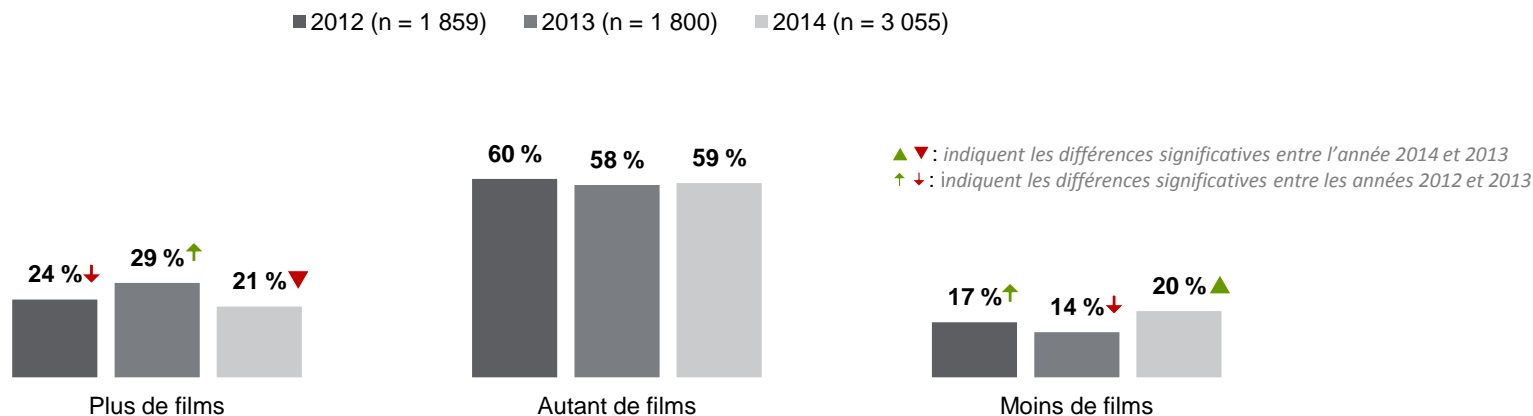
UNE CONSOMMATION DE LONGS MÉTRAGES EN BAISSE EN 2014



- **Plusieurs indicateurs de fréquences de consommation de films sont en baisse cette année.** Le plus éloquent est celui de la consommation **perçue** de films par les Canadiens. On observe en 2014 une quasi-parité entre les consommateurs qui estiment en regarder davantage et ceux qui en regardent moins qu'il y a un an (respectivement 21 % et 20 % - voir graphique à la page suivante).
- Ce résultat marque une rupture avec l'étude de 2013 où deux fois plus de consommateurs estimaient regarder davantage de films que l'année précédente (respectivement 29 % c. 14 %) et dans une moindre mesure, avec celle de 2012 (24 % et 17 % respectivement).
 - Les raisons spontanées (question ouverte donc sans choix de réponse prédéfinis) avancées par les Canadiens pour expliquer la baisse de la consommation perçue de films gravitent essentiellement (72 %) autour du **manque de temps libre** (travail, enfants, étude, etc.) à consacrer à l'écoute de films.
 - D'autres raisons plus secondaires sont également spontanément citées par les répondants, notamment **le transfert qui se fait vers les séries** (7 % des mentions) et **le coût de plus en plus prohibitif d'aller au cinéma** (3 %).
- La fréquence moyenne annuelle déclarée de visionnement de films passe quant à elle de 85 à 78 films par année entre 2013 et 2014 (données non disponibles pour 2012).
- La pratique demeure toutefois bien incrustée dans les habitudes des Canadiens puisqu'ils sont plus de la moitié à écouter au moins un film par semaine (53 % et 52 % respectivement en 2013 et 2014).

L'évolution de l'écoute de films

QA4. Comparé à il y a un an, diriez-vous que vous regardez...



Base: ensemble des répondants

Les séries au banc des accusés

- Les téléséries / téléromans expliquent sans aucun doute une partie importante de la baisse de consommation de films. Elles se révèlent comme étant **le produit culturel les plus consommés par les Canadiens** : plus de quatre Canadiens sondés sur cinq (81 %) s'y adonnent au moins une fois par semaine (c. 52 % pour les films) pour une fréquence moyenne totale de 174 épisodes par année. De surcroît, environ le quart des Canadiens sondés (24 %) indiquent qu'ils consomment davantage de téléséries comparativement à il y a un an.

↪ Le format plus court d'un épisode comparativement à un long métrage favorise grandement cette fréquence d'écoute significativement plus élevée. Également, la variété des genres disponibles n'a jamais été aussi bonne de même que l'accessibilité par le biais de différentes plateformes de diffusion.

- ↪ Il s'agit désormais d'un **contenu complètement intégré dans les habitudes d'écoute**. Les séries font clairement compétition aux longs métrages pour le temps d'écoute discrétionnaire des consommateurs canadiens. D'ailleurs, l'écoute de séries **en direct à la télé** représente un rendez-vous minimalement hebdomadaire de près de deux Canadiens sur trois (63 % c. 30 % pour les films). **Le lien qu'entretiennent les Canadiens pour les séries est par conséquent beaucoup plus fort que pour les films.**



DES MODES DE VISIONNEMENT NUMÉRIQUE DE PLUS EN PLUS INCONTOURNABLES



- **En 2014, l'écoute de films est toujours un événement multiplateformes.** Les moyens pour accéder à du contenu n'ont jamais été aussi nombreux et démocratisés. Les Canadiens consultent les plateformes de visionnement suivantes **au moins une fois par mois** :
 - Cinéma (26 %);
 - DVD / Blu-Ray leur appartenant (41 %);
 - Film sur un appareil mobile (17 %);
 - Vidéo sur demande ou télévision à la carte (22 %);
 - En direct à la télé (63 %);
 - Streaming payant à la pièce ou sur abonnement (30 %).
- **La baisse sensible d'écoute de films en 2014 se répercute sur la majorité des plateformes. Deux d'entre elles sont particulièrement touchées :**
 - **Les films sur DVD / Blu-Ray** qui étaient regardés au moins une fois par semaine par 25 % des Canadiens en 2012, 19 % en 2013 et seulement 14 % en 2014 (ou 52 %, 48 % et 41 % respectivement si on regarde les mentions « au moins une fois par mois »).
 - **Les films regardés en direct lorsqu'ils passent à la télévision.** Ils étaient près d'un Canadien sur deux à le faire à chaque semaine en 2012 (49 %), mais seulement 32 % en 2013 et 30 % en 2014.
- **Deux plateformes sont en progression depuis 2012 :**
 - **Le « Streaming » payant à la pièce ou sur abonnement** (diffusion en continu, ex. : *Netflix, Illico Club à volonté*) se révèle également comme un moyen de visionnement en hausse (2014 : 18 % d'utilisation contre 2012 : 14 %). Il s'agit de la seule plateforme où une hausse est observée sur les trois années.
 - **Les films regardés sur un appareil mobile** tels une tablette, un téléphone intelligent, un PSP, etc. avec une incidence mensuelle de 9 % en 2012 et de 17 % en 2014 (4 % et 6 % respectivement sur une base hebdomadaire).

Les modes de visionnement

QA7
QA8

Il est aujourd'hui possible de regarder des films à différents endroits et sur différentes plateformes technologiques. À quelle fréquence diriez-vous que vous avez utilisé les moyens suivants au cours de la dernière année?

Moyenne annuelle	TOTAL		
	2012 n=1,859	2013 n=1,800	2014 n=2,404
Films regardés au cinéma			
Moins d'une fois par mois	74 % ↑	70 % ↓	75 % ▲
Quelques fois par mois	21 % ↓	25 % ↑	23 % ▼
Une fois par semaine ou plus	5 %	5 %	3 % ▼
Films sur DVD / Blu-Ray / VHS dont vous êtes propriétaire			
Moins d'une fois par mois	47 % ↓	53 % ↑	59 % ▲
Quelques fois par mois	28 %	29 %	27 %
Une fois par semaine ou plus	25 % ↑	19 % ↓	14 % ▼
Films sur un appareil mobile tel un iPad ou autre tablette, un téléphone intelligent, le PlayStation Portable (PSP) de Sony, etc.			
Moins d'une fois par mois	91 % ↑	80 % ↓	83 % ▲
Quelques fois par mois	5 % ↓	11 % ↑	11 %
Une fois par semaine ou plus	4 % ↓	9 % ↑	6 % ▼
Films regardés via la vidéo sur demande ou télévision à la carte (ex. : Fibe, Illico)			
Moins d'une fois par mois	77 % ↑	72 % ↓	78 % ▲
Quelques fois par mois	15 %	16 %	15 %
Une fois par semaine ou plus	8 % ↓	12 % ↑	7 % ▼
Films regardés en direct lorsqu'ils passent à la télévision			
Moins d'une fois par mois	28 % ↓	38 % ↑	37 %
Quelques fois par mois	23 % ↓	31 % ↑	33 %
Une fois par semaine ou plus	49 % ↑	32 % ↓	30 %
« Streaming » payant à la pièce ou sur abonnement (diffusion en continu; ex. : Netflix, iTunes)			
Moins d'une fois par mois	79 % ↑	72 % ↓	70 %
Quelques fois par mois	8 % ↓	12 % ↑	12 %
Une fois par semaine ou plus	14 % ↓	17 % ↑	18 %

Base: ensemble des répondants

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013

↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

Les modes de visionnement (Région)

QA7
QA8

Il est aujourd'hui possible de regarder des films à différents endroits et sur différentes plateformes technologiques. À quelle fréquence diriez-vous que vous avez utilisé les moyens suivants au cours de la dernière année?

Moyenne annuelle	Région											
	Ouest			Ontario			Québec			Atlantique		
	2012 n=566	2013 n=457	2014 n=538	2012 n=721	2013 n=463	2014 n=571	2012 n=446	2013 n=442	2014 n=769	2012 n=126	2013 n=438	2014 n=526
Films regardés au cinéma												
Moins d'une fois par mois	76 %	71 %	73 %	73 % ↑	67 % ↓	72 %	75 %	72 %	79 % ▲	72 %	71 %	81 % ▲
Quelques fois par mois	19 % ↓	25 % ↑	23 %	22 % ↓	28 % ↑	25 %	20 %	21 %	20 %	21 %	24 %	17 % ▼
Une fois par semaine ou plus	5 %	4 %	4 %	5 %	5 %	3 %	5 %	7 %	2 % ▼	6 %	4 %	3 %
Films sur DVD / Blu-Ray / VHS dont vous êtes propriétaire												
Moins d'une fois par mois	48 %	51 %	54 %	46 %	48 %	55 % ▲	49 % ↓	60 % ↑	68 % ▲	42 % ↓	57 % ↑	69 % ▲
Quelques fois par mois	29 %	30 %	31 %	27 % ↓	33 % ↑	29 %	24 %	21 %	20 %	37 % ↑	24 % ↓	23 %
Une fois par semaine ou plus	22 %	20 %	16 %	27 % ↑	19 % ↓	17 %	27 % ↑	19 % ↓	12 % ▼	21 %	19 %	8 % ▼
Films sur un appareil mobile tel un iPad ou autre tablette, un téléphone intelligent, le PlayStation Portable (PSP) de Sony, etc.												
Moins d'une fois par mois	90 % ↑	82 % ↓	78 %	91 % ↑	77 % ↓	84 % ▲	95 % ↑	82 % ↓	87 % ▲	90 % ↑	82 % ↓	85 %
Quelques fois par mois	7 %	9 %	15 % ▲	5 % ↓	14 % ↑	11 %	2 % ↓	10 % ↑	7 %	5 %	11 %	9 %
Une fois par semaine ou plus	4 % ↓	9 % ↑	8 %	4 % ↓	9 % ↑	6 %	3 % ↓	8 % ↑	6 %	5 %	8 %	6 %
Films regardés via la vidéo sur demande ou télévision à la carte (ex. : Fibe, Illico)												
Moins d'une fois par mois	76 %	75 %	78 %	75 % ↑	68 % ↓	78 % ▲	78 %	74 %	74 %	88 % ↑	74 % ↓	84 % ▲
Quelques fois par mois	18 %	16 %	13 %	15 % ↓	20 % ↑	16 %	14 %	12 %	16 %	8 %	11 %	13 %
Une fois par semaine ou plus	7 %	9 %	8 %	10 %	13 %	6 % ▼	8 % ↓	14 % ↑	9 % ▼	5 % ↓	15 % ↑	4 % ▼
Films regardés en direct lorsqu'ils passent à la télévision												
Moins d'une fois par mois	29 % ↓	39 % ↑	38 %	30 % ↓	37 % ↑	36 %	23 % ↓	35 % ↑	36 %	30 % ↓	39 % ↑	43 %
Quelques fois par mois	26 % ↓	33 % ↑	36 %	23 % ↓	32 % ↑	34 %	22 %	26 %	30 %	21 %	28 %	30 %
Une fois par semaine ou plus	45 % ↑	28 % ↓	26 %	47 % ↑	30 % ↓	31 %	55 % ↑	39 % ↓	34 %	49 % ↑	33 % ↓	27 % ▼
« Streaming » payant à la pièce ou sur abonnement (diffusion en continu; ex. : Netflix, iTunes)												
Moins d'une fois par mois	77 % ↑	67 % ↓	62 %	78 % ↑	69 % ↓	69 %	84 %	82 %	82 %	70 %	66 %	69 %
Quelques fois par mois	8 % ↓	15 % ↑	14 %	8 % ↓	11 % ↑	13 %	5 % ↓	8 % ↑	8 %	13 %	12 %	11 %
Une fois par semaine ou plus	14 %	18 %	24 % ▼	15 % ↓	20 % ↑	18 %	11 %	10 %	10 %	17 %	23 %	21 %

Base: ensemble des répondants

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013
 ↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

L'INDUSTRIE DOIT CRÉER DAVANTAGE D'ENGOUEMENT POUR SES FILMS



- L'analyse des critères de choix d'un film laisse planer un certain désintéressement des Canadiens envers les différents attributs et éléments porteurs d'un long métrage.
- L'importance accordée à chacun des éléments suivants a baissé depuis la mesure initiale de 2012 :
 - Les acteurs / actrices du film (score moyen sur 10 de 7,0 en 2012, 6,8 en 2013 et 6,6 en 2014);
 - Les prix remportés, par exemple *Oscars*, *Jutra*, *Prix Écrans Canada*, etc. (5,4, 4,9 et 4,6 respectivement);
 - Le réalisateur du film (4,8, 4,4 et 4,2 respectivement);
 - Le scénariste du film (4,2, 3,7 et 3,6 respectivement).
- **Le genre de film** (ex. : science-fiction, drame, comédie) demeure l'élément clé lorsque vient le temps de choisir un film. L'importance accordée est la plus élevée des dix éléments évalués et le seul à afficher une moyenne globale avoisinant le 8 sur 10 (8,0 en 2012, 8,1 en 2013 et en légère baisse à 7,8 en 2014).
- **Le sujet / l'histoire / les faits et/ou le livre dont le film est inspiré** constitue également un critère important lors d'un choix de films aux yeux de plus de la moitié des répondants (score moyen stable à 7,4 / 7,3 au cours des trois années).

Les critères de choix d'un film (suite)

QB3. Quel degré d'importance accordez-vous aux différents éléments suivants lorsque vient le temps de choisir un film?

	TOTAL		
	2012 n=1 859	2013 n=1 800	2014 n=3 078
Le réalisateur du film			
SOUS-TOTAL : Pas important	34 % ↓	40 % ↑	43 % ▲
SOUS-TOTAL : Moyennement important	50 % ↑	45 % ↓	45 %
SOUS-TOTAL : Important	16 %	15 %	12 % ▼
Moyenne	4,8 ↑	4,4 ↓	4,2 ▼
Les acteurs / actrices du film			
SOUS-TOTAL : Pas important	7 % ↓	10 % ↑	11 %
SOUS-TOTAL : Moyennement important	45 %	45 %	49 % ▲
SOUS-TOTAL : Important	48 %	45 %	41 % ▼
Moyenne	7,0 ↑	6,8 ↓	6,6 ▼
Le pays d'origine du film			
SOUS-TOTAL : Pas important	44 % ↓	51 % ↑	50 %
SOUS-TOTAL : Moyennement important	44 % ↑	38 % ↓	40 %
SOUS-TOTAL : Important	13 %	11 %	10 %
Moyenne	4,2 ↑	3,8 ↓	3,8
Le genre de film (ex.: science-fiction, drame, comédie)			
SOUS-TOTAL : Pas important	3 %	3 %	4 % ▲
SOUS-TOTAL : Moyennement important	29 % ↑	26 % ↓	28 %
SOUS-TOTAL : Important	69 %	72 %	68 % ▼
Moyenne	8,0	8,1	7,8 ▼
Le scénariste du film			
SOUS-TOTAL : Pas important	43 % ↓	50 % ↑	54 % ▲
SOUS-TOTAL : Moyennement important	48 % ↑	41 % ↓	40 %
SOUS-TOTAL : Important	9 %	9 %	7 % ▼
Moyenne	4,2 ↑	3,7 ↓	3,6 ▼

	TOTAL		
	2012 n=1 859	2013 n=1 800	2014 n=3 078
Le sujet / l'histoire / les faits et/ou le livre dont le film est inspiré			
SOUS-TOTAL : Pas important	7 %	8 %	7 %
SOUS-TOTAL : Moyennement important	36 %	35 %	37 %
SOUS-TOTAL : Important	58 %	57 %	56 %
Moyenne	7,4	7,3	7,3
Le bouche à oreille, les recommandations de parents ou amis			
SOUS-TOTAL : Pas important	5 % ↓	8 % ↑	N.A.
SOUS-TOTAL : Moyennement important	34 % ↓	39 % ↑	N.A.
SOUS-TOTAL : Important	61 % ↑	53 % ↓	N.A.
Moyenne	7,6 ↑	7,2 ↓	N.A.
La bande sonore du film			
SOUS-TOTAL : Pas important	37 %	37 %	39 % ▲
SOUS-TOTAL : Moyennement important	51 %	49 %	50 %
SOUS-TOTAL : Important	11 % ↓	14 % ↑	11 % ▼
Moyenne	4,5	4,5	4,4 ▼
Le fait qu'il s'agisse d'un film québécois			
SOUS-TOTAL : Pas important	29 % ↓	44 % ↑	39 %
SOUS-TOTAL : Moyennement important	48 % ↑	41 % ↓	46 %
SOUS-TOTAL : Important	23 % ↑	16 % ↓	15 %
Moyenne	5,3 ↑	4,3 ↓	4,5
Les prix remportés (ex. : Oscar, Jutra, Prix Écrans Canada, prix gagnés à un festival)			
SOUS-TOTAL : Pas important	28 % ↓	33 % ↑	37 % ▲
SOUS-TOTAL : Moyennement important	47 %	47 %	46 %
SOUS-TOTAL : Important	25 % ↑	20 % ↓	16 % ▼
Moyenne	5,4 ↑	4,9 ↓	4,6 ▼

Cet énoncé ne concerne que les Québécois

Base: ensemble des répondants

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013
 ↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

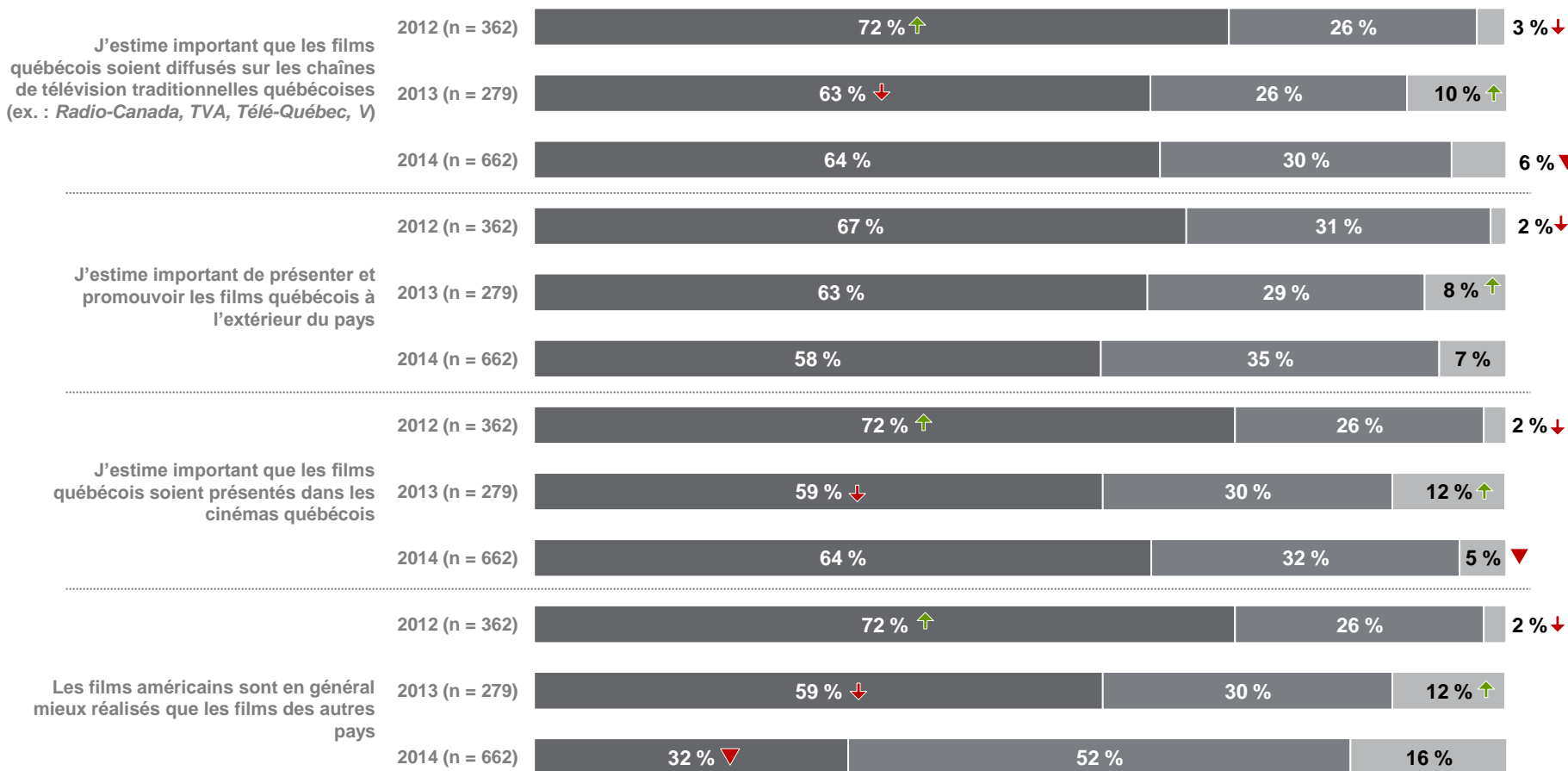
**LES QUÉBÉCOIS
FRANCOPHONES ONT UNE
OPINION GLOBALEMENT
POSITIVE DE LEUR
INDUSTRIE DU FILM MAIS
CETTE OPINION EST SOUS
PRESSION**

- **Une majorité de Québécois francophones estiment être d'accord avec plusieurs énoncés touchant leur industrie du film.** Toutefois, on sent une baisse de ferveur sur certains indicateurs clés :
 - « **J'estime important que les films québécois soient diffusés sur les chaînes de télévision traditionnelles québécoises** (ex. : *Radio-Canada, TVA, Télé-Québec, V*) » est jugé important par 64 % des Québécois francophones, mais cela marque une baisse sur son sommet de 2012 (72 %).
 - Même scénario pour l'énoncé « **J'estime important que les films québécois soient présentés dans les cinémas québécois** » qui passe de 72 % en 2012 à 64 % cette année.
 - Les Québécois francophones semblent de moins en moins comprendre l'importance du rayonnement des films d'ici à l'extérieur du pays. L'énoncé « **J'estime important de présenter et promouvoir les films québécois à l'extérieur du pays** » est passé de 67 % en 2012, à 63 % en 2013 à 58 % en 2014.
 - « **Le jeu des acteurs, la réalisation et la production font en sorte que la qualité des films québécois est aussi bonne que la qualité des films d'autres provenances** » demeure un élément important (55 %), mais il s'agit là aussi d'une baisse comparativement à 2012 (62 %), mais tout de même une légère hausse comparativement à 2013 (50 %).
- **Un effort concerté des acteurs de l'industrie est requis** pour entretenir son image, promouvoir sa contribution à la société québécoise, ses retombées diverses et développer un sentiment d'appartenance encore plus fort auprès de la population. Ceci dit, deux bonnes nouvelles émergent des graphiques des pages 13 et 14 :
 - L'énoncé « **Les films américains sont en général mieux réalisés que les films des autres pays** » est en chute libre depuis 2012 passant de 72 % cette année-là à 59 % en 2013 et à 32 % en 2014. Aucun autre indicateur ne subit une telle baisse.
 - Pour chacun des énoncés, il y a très peu de Québécois francophones qui sont en désaccord avec chacun des énoncés (entre 2 % et 16 %) démontrant ainsi que bien qu'il y ait encore du travail à faire, l'industrie se porte globalement assez bien.

La perception de l'industrie québécoise

QC2. Veuillez maintenant indiquer votre degré d'accord avec les quelques énoncés suivants portant sur l'industrie du film.

■ D'accord ■ Ni d'accord ni en désaccord ■ En désaccord



Base: les Québécois francophones

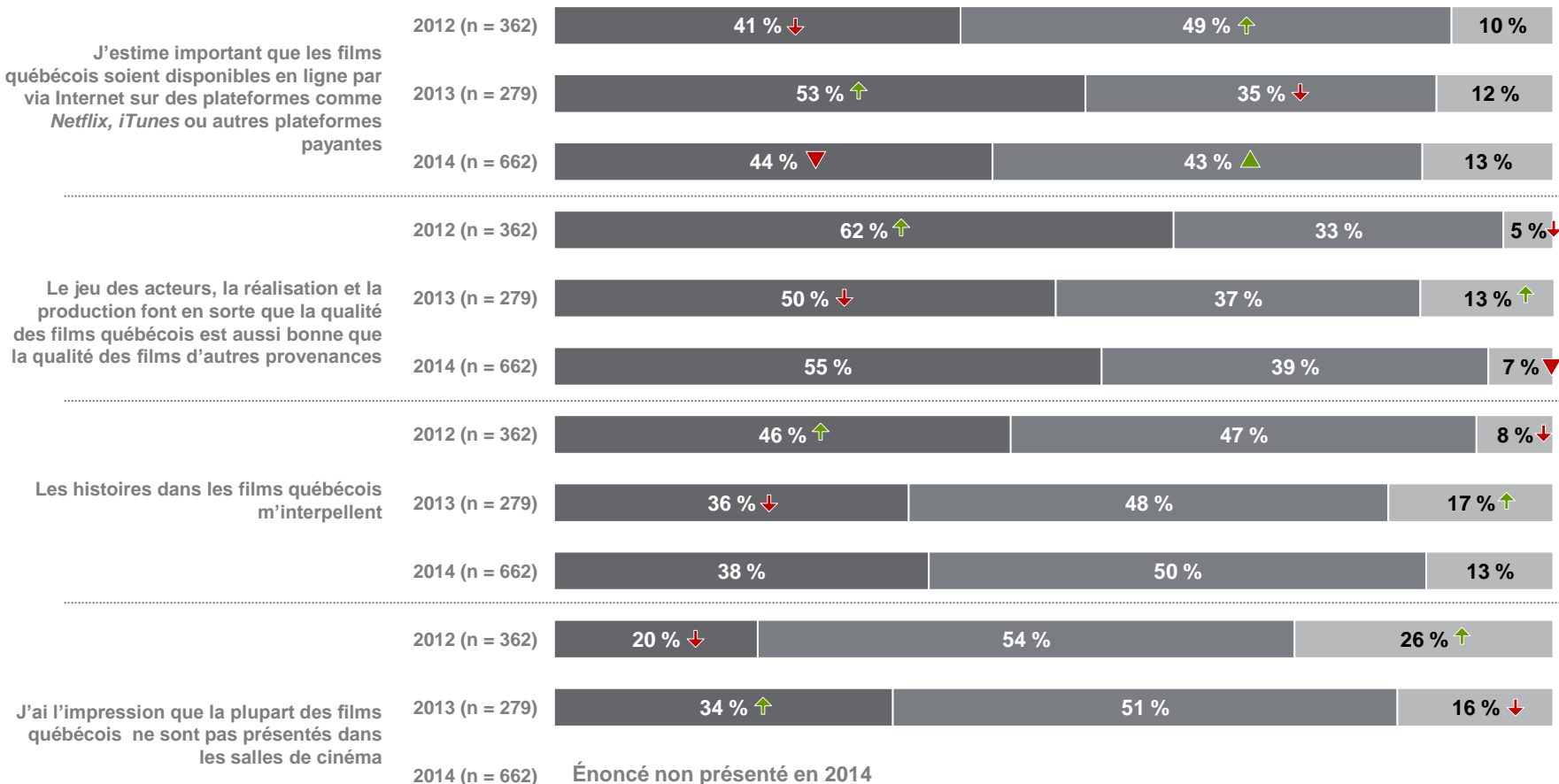
▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013

↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

La perception de l'industrie québécoise (suite)

QC2. Veuillez maintenant indiquer votre degré d'accord avec les quelques énoncés suivants portant sur l'industrie du film.

■ D'accord ■ Ni d'accord ni en désaccord ■ En désaccord



Base: les Québécois francophones

▲▼: indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013

↑↓: indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

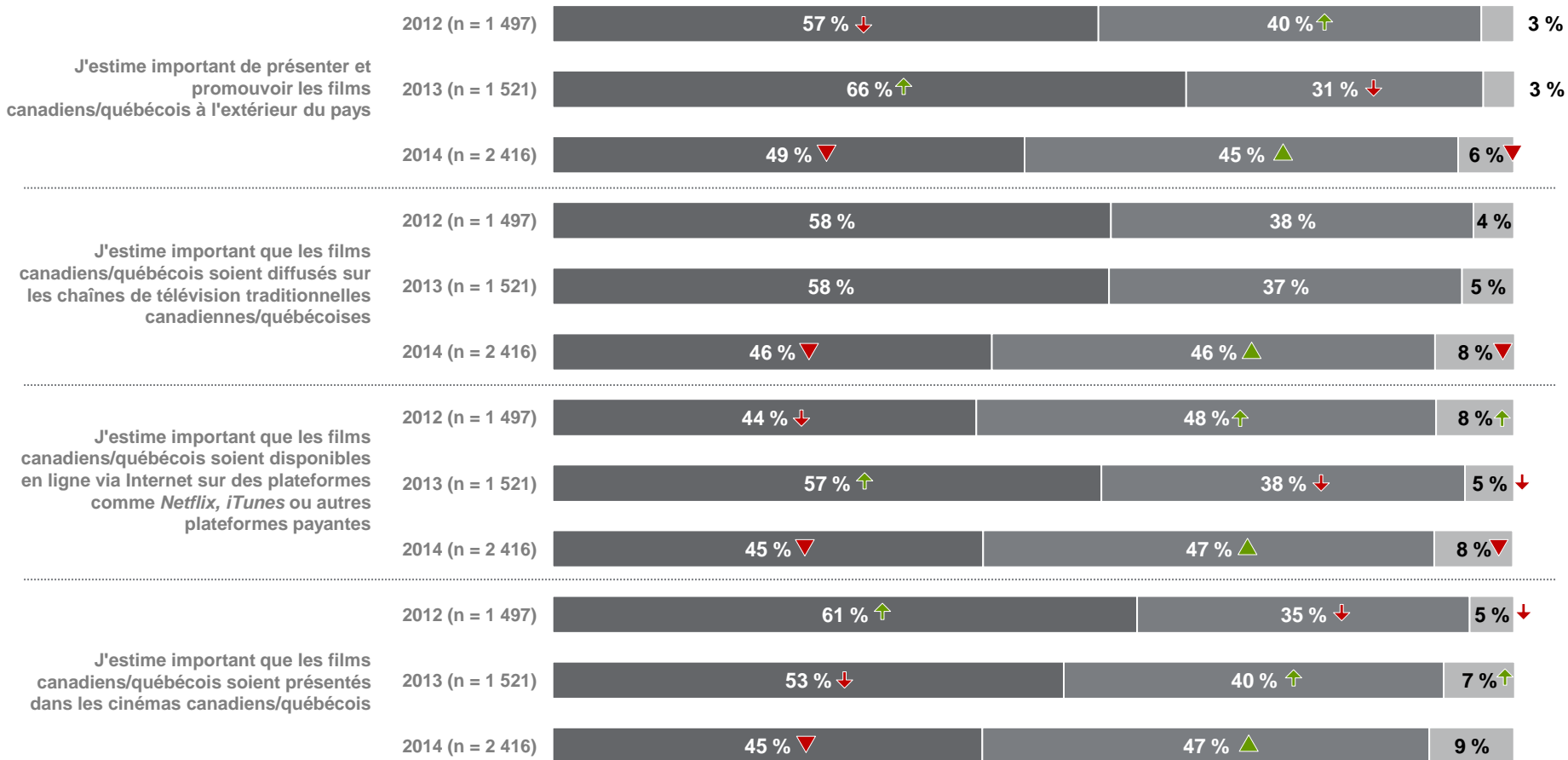
**UNE PERCEPTION DE
L'INDUSTRIE À BÂTIR
AUPRÈS DES CANADIENS
ANGLOPHONES. IL RESTE
VISIBLEMENT BEAUCOUP
À FAIRE**

- La perception qu'ont les Canadiens anglophones de l'industrie du film est assez similaires à celle des Québécois francophones dans la mesure où :
 - Il y a très peu de Canadiens anglophones en désaccord avec les différents énoncés (de 3 % à 17 %);
 - Plusieurs indicateurs sont en baisse cette année comparativement à 2012, notamment :
 - « **J'estime important de présenter et promouvoir les films canadiens à l'extérieur du pays** » (49 % en 2014 c. 57 % en 2012).
 - « **J'estime important que les films québécois soient diffusés sur les chaînes de télévision traditionnelles canadiennes** » (46 % en 2014 c. 58 % en 2012).
 - « **J'estime important que les films canadiens soient présentés dans les salles de cinéma** » (45 % en 2014 c. 61 % en 2012).
 - « **Le jeu des acteurs, la réalisation et la production font en sorte que la qualité des films canadiens est aussi bonne que la qualité des films d'autres provenances** » (35 % en 2014 c. 40 % en 2012).
 - « **Les films américains sont en général mieux réalisés que les films des autres pays** » est également en baisse marquée depuis 2012 passant de 61 % cette année-là à un maigre 36 % en 2014.
- Toutefois, **les Canadiens anglophones se montrent nettement moins positifs que les Québécois francophones au sujet de leur industrie.** Les proportions de gens d'accord avec les différents indicateurs sont généralement de 9 % à 20 % inférieures au Canada anglais. Les deux segments de consommateurs sont cependant sur la même longueur d'onde sur les deux indicateurs suivants :
 - « **J'estime important que les films canadiens soient disponibles en ligne via Internet sur des plateformes comme Netflix, iTunes ou autres plateformes payantes** ».
 - « **Les films américains sont en général mieux réalisés que les films des autres pays** ».

La perception de l'industrie canadienne

QC2. Veuillez maintenant indiquer votre degré d'accord avec les quelques énoncés suivants portant sur l'industrie du film.

■ D'accord ■ Ni d'accord ni en désaccord ■ En désaccord



Base: les Canadiens anglophones

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013
 ↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

La perception de l'industrie canadienne (suite)

QC2. Veuillez maintenant indiquer votre degré d'accord avec les quelques énoncés suivants portant sur l'industrie du film.

■ D'accord ■ Ni d'accord ni en désaccord ■ En désaccord

Les films américains sont en général mieux réalisés que les films des autres pays



J'ai l'impression que la plupart des films canadiens/québécois ne sont pas présentés dans les salles de cinéma



Le jeu des acteurs, la réalisation et la production font en sorte que la qualité des films canadiens/québécois est aussi bonne que la qualité des films d'autres provenances



Les histoires dans les films canadiens/québécois m'interpellent



Base: les Canadiens anglophones

▲ ▼ : indiquent les différences significatives entre l'année 2014 et 2013
 ↑ ↓ : indiquent les différences significatives entre les années 2012 et 2013

DES PRODUITS LOCAUX PLUS FACILES À IDENTIFIER POUR LES QUÉBÉCOIS FRANCOPHONES

- Tout comme en 2013, l'étude de 2014 démontre que la capacité des Québécois francophones à identifier les films d'ici est nettement plus élevée que celle des Canadiens anglophones.

Les Québécois francophones

- D'abord, **les Québécois francophones s'avèrent plus au courant des films locaux**. Ils réussissent mieux à identifier l'origine des films qui leur ont été présentés et repèrent ainsi aisément ceux d'origine québécoise, notamment : *Louis Cyr* et *Gabrielle*, reconnus films québécois par 99 % et 96 % respectivement.
 - De plus, on constate que plus de huit Québécois sur dix indiquent pouvoir nommer un film (85 %) ou une télésérie (87 %) d'origine canadienne ou québécoise. Un résultat impressionnant comparativement aux réponses obtenues auprès des Canadiens anglophones, dont seuls 38 % se disent capables de nommer un film canadien et 59 % une télésérie canadienne.

Les Canadiens anglophones

- Les Canadiens anglophones quant à eux, **parviennent difficilement à deviner l'origine des films** qui leur ont été présentés et leurs bonnes réponses ne dépassent pas la barre des 50 % pour la quasi-totalité des films évalués.