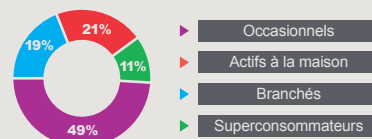


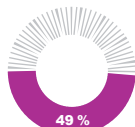
SEGMENTS DU MARCHÉ DE LA CONSOMMATION DE FILMS AU CANADA

LES CONSOMMATEURS DE FILMS AU CANADA SE DIVISENT EN QUATRE SEGMENTS DE MARCHÉ :



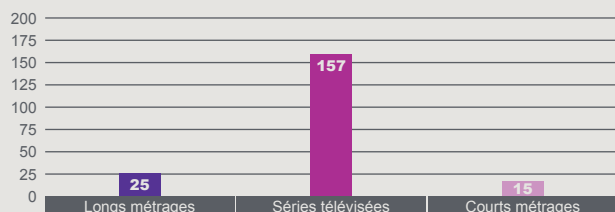
OCCASIONNELS

49 % DES CONSOMMATEURS DE FILMS DU MARCHÉ CANADIEN



- ▶ Ce segment est le moins actif pour ce qui est de la consommation de films.
- ▶ L'âge moyen des consommateurs de ce segment est de 49 ans.
- ▶ Ils sont moins actifs économiquement; 28 % sont retraités.
- ▶ Les consommateurs occasionnels regardent peu de films; 25 films par année en moyenne.
- ▶ Les ménages sont de plus petite taille, avec moins d'enfants à la maison.
- ▶ On compte plus de femmes dans ce segment (56 %).
- ▶ Les consommateurs occasionnels sont plus éduqués.
- ▶ Ils sont également plus fortunés (43 % ont un revenu par ménage supérieur à 80 000 \$).
- ▶ Le bouche à oreille ainsi que la télévision et la radio sont leurs principales sources d'information pour choisir des films.

CONSOMMATION ANNUELLE



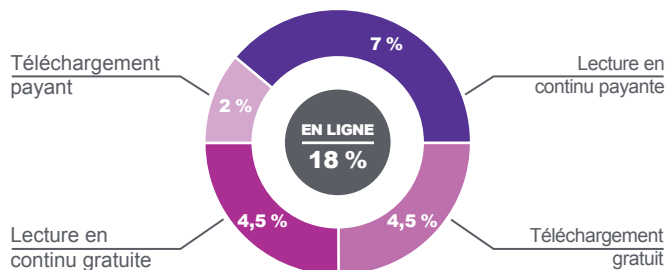
PROPORTION DE FILMS VISIONNÉS SELON LE LIEU



VISIONNEMENT À LA MAISON, PAR PLATEFORME



VISIONNEMENT EN LIGNE, PAR TYPE



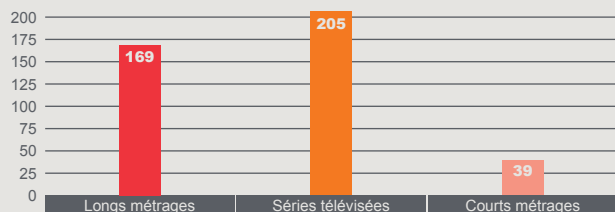
ACTIFS À LA MAISON

21 % DES CONSOMMATEURS DE FILMS DU MARCHÉ CANADIEN



- ▶ Les consommateurs de ce segment sont les plus âgés des quatre segments.
- ▶ Ils ont en moyenne 51 ans, et 44 % ont plus de 55 ans.
- ▶ Beaucoup d'entre eux sont retraités et ont davantage le temps de regarder des films.
- ▶ Ils regardent les films principalement à la maison, sur les plateformes traditionnelles.
- ▶ Ils vont rarement au cinéma.
- ▶ Ils regardent un nombre croissant de films.
- ▶ 26 % ont un revenu par ménage inférieur à 40 000 \$.
- ▶ Les ménages sont de plus petite taille, avec une moyenne de 2,4 personnes par ménage.
- ▶ La plupart d'entre eux ont fait des études collégiales.
- ▶ La télévision et la radio sont leurs principales sources d'information pour choisir des films.

CONSOMMATION ANNUELLE



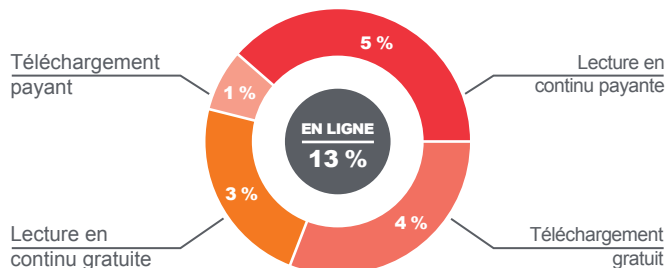
PROPORTION DE FILMS VISIONNÉS SELON LE LIEU



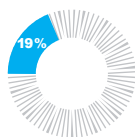
VISIONNEMENT À LA MAISON, PAR PLATEFORME



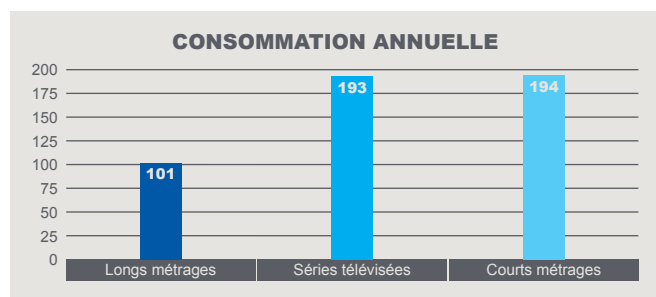
VISIONNEMENT EN LIGNE, PAR TYPE



BRANCHÉS

19 % DES CONSOMMATEURS DE FILMS DU MARCHÉ CANADIEN


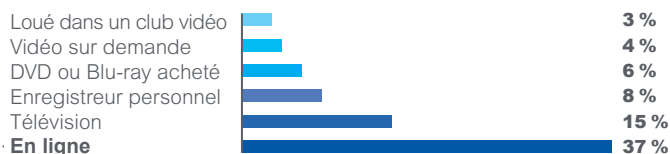
- ▶ L'âge moyen des consommateurs de ce segment est de 40 ans, et 47 % ont moins de 35 ans.
- ▶ Ce sont de grands utilisateurs d'Internet.
- ▶ Ils consomment de plus en plus de films.
- ▶ Ils ont très peu recours à la vidéo sur demande et aux enregistreurs personnels et ils regardent peu les DVD et les disques Blu-ray qu'ils possèdent.
- ▶ 74 % des consommateurs branchés sont économiquement actifs, et 17 % sont aux études.
- ▶ On compte plus d'hommes dans ce segment (56 %).
- ▶ 76 % ont un revenu par ménage inférieur à 40 000 \$.
- ▶ Les ménages sont de plus grande taille, avec une moyenne de 2,9 personnes par ménage.
- ▶ On remarque plus d'enfants dans les ménages.
- ▶ Internet est leur principale source d'information pour choisir des films.



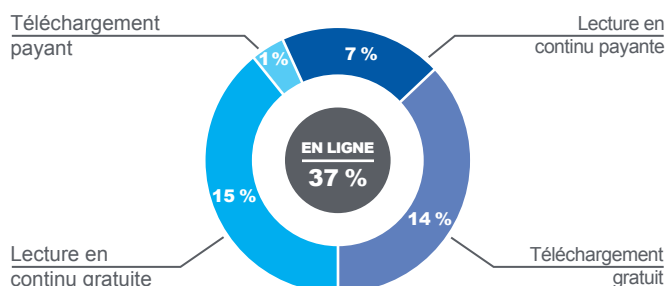
PROPORTION DE FILMS VISIONNÉS SELON LE LIEU



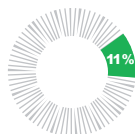
VISIONNEMENT À LA MAISON, PAR PLATEFORME



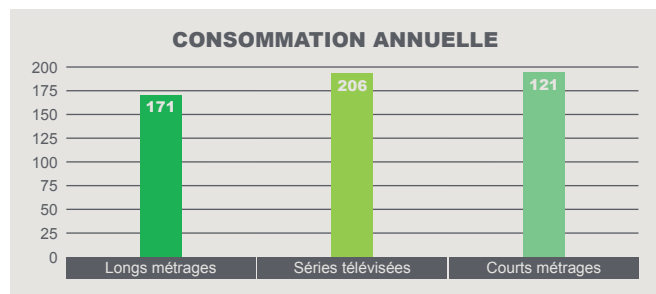
VISIONNEMENT EN LIGNE, PAR TYPE



SUPERCONSOMMATEURS

11 % DES CONSOMMATEURS DE FILMS DU MARCHÉ CANADIEN


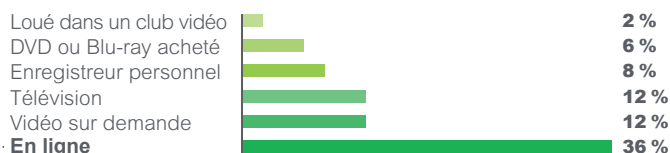
- ▶ Les consommateurs de ce segment sont les plus jeunes des quatre segments.
- ▶ Ils ont en moyenne 36 ans, et plus de 50 % ont moins de 35 ans.
- ▶ Ils regardent toutes sortes de contenu, sur toutes les plateformes, et ils utilisent abondamment la lecture en continu et le téléchargement.
- ▶ Les ménages sont de plus grande taille, avec une moyenne de 3,2 personnes par ménage.
- ▶ On remarque plus d'enfants dans les ménages.
- ▶ Les superconsommateurs regardent plus de films que jamais auparavant.
- ▶ Ils sont plus actifs économiquement; 57 % travaillent à temps plein.
- ▶ 17 % sont aux études.
- ▶ On compte plus d'hommes dans ce segment (56 %).
- ▶ Internet est leur principale source d'information pour choisir des films.



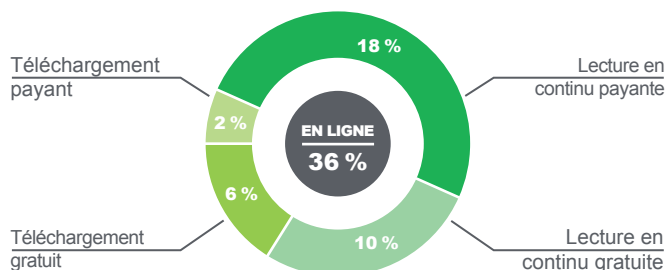
PROPORTION DE FILMS VISIONNÉS SELON LE LIEU



VISIONNEMENT À LA MAISON, PAR PLATEFORME



VISIONNEMENT EN LIGNE, PAR TYPE



Source : Ces données proviennent d'un sondage réalisé par Ad hoc recherche à la demande de Téléfilm Canada. Le sondage a été effectué du 11 au 19 mars 2013 auprès de 1 800 Canadiens âgés de 15 ans et plus ayant vu au moins un film au cours de la dernière année. Les résultats ont un seuil de confiance de 95 % et une marge d'erreur de $\pm 2,31$ %; ils ont été pondérés selon la région, l'âge et le sexe afin de refléter le mieux possible la population canadienne.