



# RAPPORT SUR LES AUDITOIRES CANADIENS

Focus sur les communautés de langue  
officielle en situation minoritaire

Novembre 2018

# FINANCEMENT DE L'ÉTUDE

Téléfilm Canada est un organisme culturel fédéral voué à la réussite de l'industrie audiovisuelle canadienne sur les plans culturel, commercial et industriel. Au nom du gouvernement du Canada, en tant que société d'État, Téléfilm apporte son soutien à des entreprises dynamiques et des talents créateurs, offrant une aide financière à des projets cinématographiques canadiens et assurant la promotion des succès et des talents du secteur audiovisuel canadien dans des festivals, des marchés et des événements sur la scène régionale, nationale et internationale.

Dans un contexte où le comportement du public change rapidement, Téléfilm a commencé à recueillir des données sur les auditoires en 2012 afin d'offrir aux intervenants de l'industrie une information commerciale sur la consommation de contenu média par les canadiens et pour faire le suivi des tendances. Depuis 2016, Téléfilm fait appel aux services de Nielsen Media afin de mener des études sur les consommateurs au sein du marché canadien.

Téléfilm a fait équipe avec d'autres organismes de financement et des groupes de recherche afin de financer les études et de faire en sorte qu'elles soient largement diffusées. La présente étude a été financée en partenariat avec le Fonds des médias du Canada (FMC).

Pour toute question, veuillez vous adresser à [SR@telefilm.ca](mailto:SR@telefilm.ca).



# AVERTISSEMENT ET AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

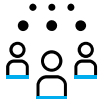
Les renseignements contenus dans le présent document sont la propriété exclusive de Téléfilm Canada et ne peuvent être utilisés, reproduits ou divulgués à un tiers sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de l'auteur. L'utilisation de ce document engage le détenteur à le protéger, ainsi que les renseignements qu'il contient, contre toute perte, tout vol ou usage contraire à son objet. Tout matériel ou renseignement fourni par Téléfilm Canada et toute donnée recueillie par Nielsen seront traités de façon confidentielle par Nielsen et seront conservés de façon sécuritaire dans les locaux de Nielsen (conformément aux normes de l'industrie et aux lois applicables).

Les opinions, constatations, conclusions et recommandations exprimées dans le présent document appartiennent à l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles de Téléfilm Canada ou du FMC. Les bailleurs de fonds ne sont en aucune manière liés par les recommandations contenues dans ce document.

# MÉTHODOLOGIE ET CONTEXTE

# OBJECTIFS

Les principaux objectifs de l'édition 2018 de l'étude sont les suivants :



Comprendre la consommation de contenu par les communautés de langue officielle en situation minoritaire du Canada. Cet objectif a été établi en association avec l'Alliance des producteurs francophones du Canada et l'English Language Arts Network du Québec.

L'étude porte également sur l'engagement à l'égard du contenu canadien et sur les possibilités d'établir des liens avec les auditoires.

# MÉTHODOLOGIE

- Nielsen a réalisé un sondage en ligne (CAWI) auprès de Canadiens âgés de 15 ans et plus afin de connaître leurs habitudes, leurs comportements et leurs attitudes en matière de consommation de contenu média.
- Le sondage a été réalisé entre le 30 mars et le 18 avril 2018.
- La durée moyenne du sondage était de 32 minutes.
- Un total de 3 004 Canadiens ont été sondés dans le cadre de cette étude, dont les quotas ont été établis en fonction de l'âge, du sexe et de la région.
- Les données présentées dans le présent rapport ont été pondérées selon l'âge, le sexe et la région pour correspondre à la répartition des données sociodémographiques au Canada.

Âge	Total	Québec	Reste du Canada
15-34	703	120	583
35-54	1 350	281	1069
55+	951	243	708
<b>Total</b>	<b>3 004</b>	<b>644</b>	<b>2360</b>

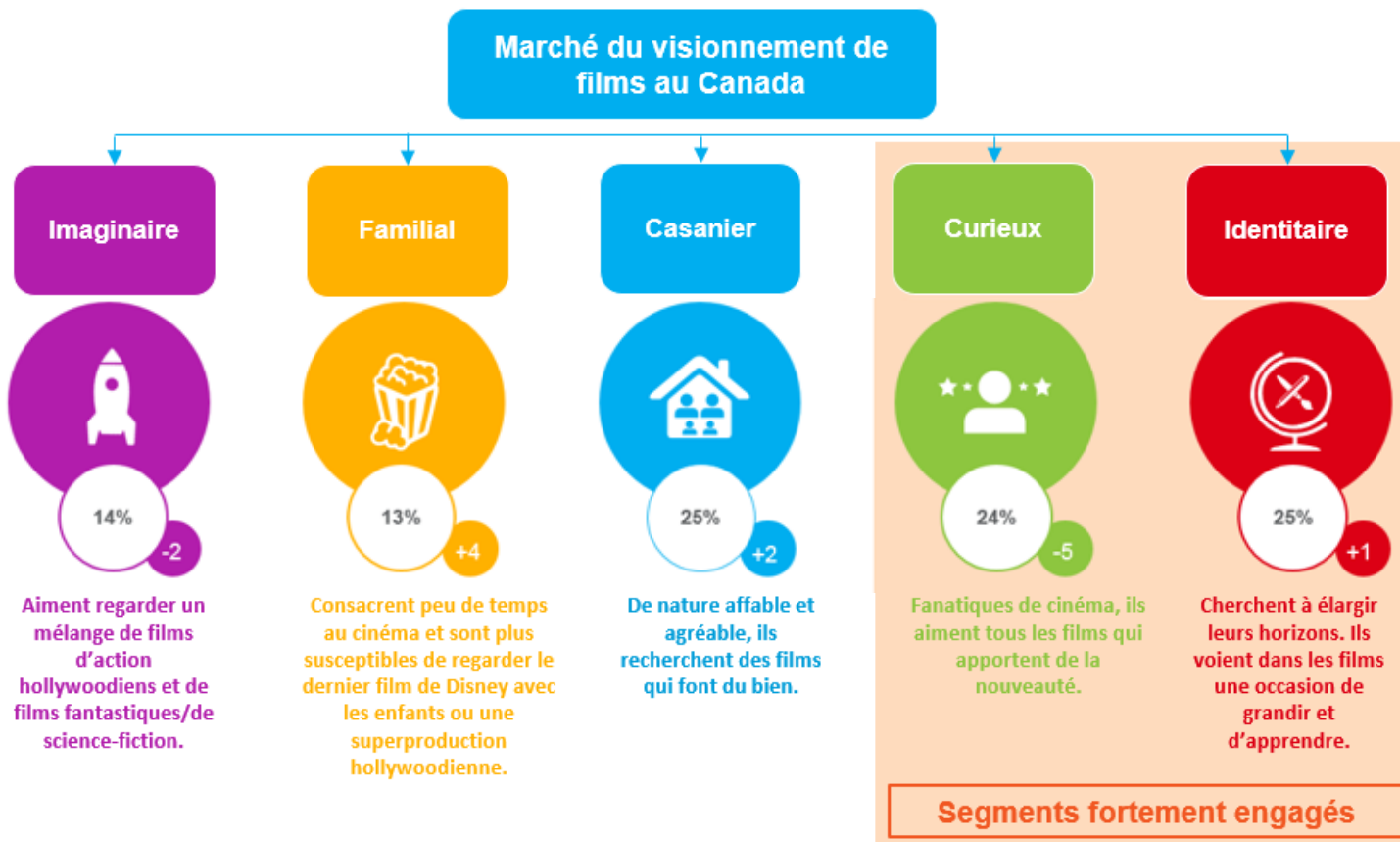
Sexe	Total	Québec	Reste du Canada
Homme	1403	324	1079
Femme	1601	320	1281
<b>Total</b>	<b>3004</b>	<b>644</b>	<b>2360</b>

Langue	Total	Québec	Reste du Canada
Anglais	1950	110	1840
Français	553	455	98
Autre	501	79	422
<b>Total</b>	<b>3004</b>	<b>644</b>	<b>2360</b>

Région	Total
C.-B.	399
Alberta	300
Manitoba/ Sask.	300
Ontario	1 068
Québec	644
Atlantique	293
<b>Total</b>	<b>3 004</b>

# SEGMENTS D'AUDITOIRE DU MARCHÉ CANADIEN

Cinq segments de consommation de films ont été identifiés dans l'édition 2016 de l'étude:



# SEGMENTS D'AUDITOIRE DU MARCHÉ CANADIEN

Les deux segments fortement engagés:

## Curieux

24%

- Ce sont de **grands** consommateurs de films.
- Ils ont des goûts éclectiques.
- Ils regardent des films pour **grandir, apprendre, s'évader** et avoir du **plaisir**.
- Ils aiment et soutiennent les films canadiens.
- Ils croient qu'il est important de promouvoir les films canadiens.
- Ils recherchent la **nouveauté** et s'attendent à plus de **diversité** dans les films.

## Identitaire

25%

- Ce sont des consommateurs de films **modérés**.
- Leurs choix sont davantage motivés par la variété et la qualité que par le genre.
- Ils regardent des films pour des **raisons identitaires et culturelles** et pour **s'épanouir**.
- Ils sont ouverts et réceptifs aux films canadiens – en particulier ceux du Québec – mais ils sont plus passifs (ne les cherchent pas activement).
- Ils sont attirés par la **qualité, la diversité et les affinités culturelles**.

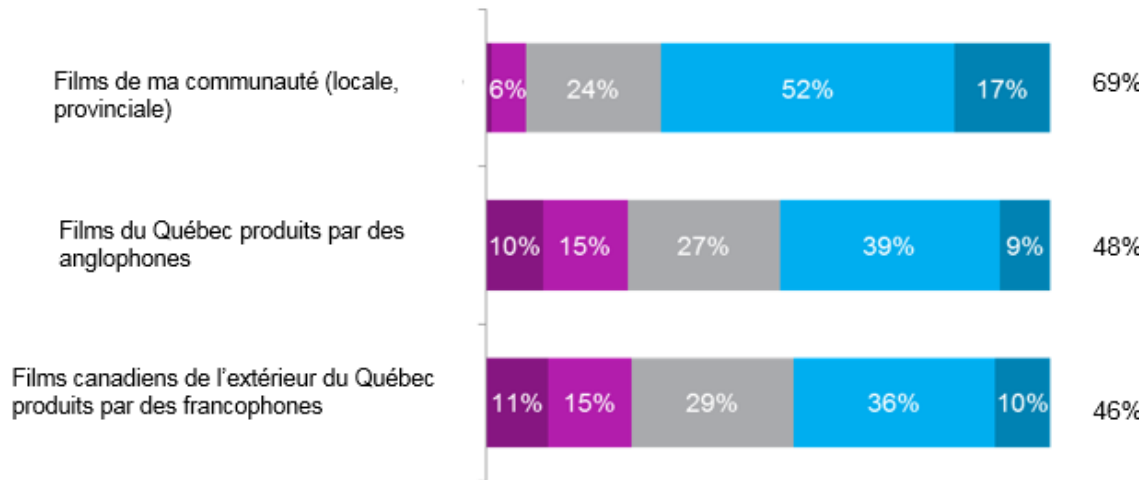


# PRINCIPALES CONCLUSIONS

# INTÉRÊT POUR DIFFÉRENTS TYPES DE FILMS CANADIENS

Les résidents du Québec et les franco-canadiens sont plus susceptibles d'être intéressés par des films produits par des membres des communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada

- 1 - Pas du tout intéressé
- 2 - Pas très intéressé
- 3 - Neutre
- 4 - Un peu intéressé
- 5 - Très intéressé



2018 Intéressés (4,5) n=1 601	Anglais		Français	
	Reste du Canada Intéressés (4,5) n=999	Québec Intéressés (4,5) n=60	Reste du Canada Intéressés (4,5) n=56	Québec Intéressés (4,5) n=243
	A	B	C	D
69%	67%	70%	72%	72%
48%	41%	73% AD	68% A	56% A
46%	35%	56% A	68% A	75% AB

ABCD beaucoup plus élevé que chez les autres sous-groupes

DS2A. Dans quelle mesure les types de films canadiens suivants vous intéressent-ils?  
Base : Ont un intérêt pour les films canadiens et sont aussi des consommateurs de films (2018 n=1,601)

# LES CONSOMMATEURS INTÉRESSÉS AUX FILMS CANADIENS PRODUITS PAR LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE PARTAGENT DES SIMILARITÉS

Les sous-groupes suivants sont beaucoup plus susceptibles d'être intéressés (4,5) par des films de leur communauté  
**69%**

- Femmes
- Il y a des enfants de moins de 18 ans dans le foyer
- Peuvent nommer un film canadien
- Ont regardé un film canadien dans les 12 derniers mois
- Ont assisté à un festival de films canadien, américain ou international
- Appartiennent au segment Curieux\*

Les sous-groupes suivants sont beaucoup plus susceptibles d'être intéressés (4,5) par des films du Québec produits par des anglophones  
**48%**

- **Résidents du Québec (61%)**
- Possèdent un diplôme universitaire ou d'études supérieures
- **Peuvent nommer un film canadien**
- **Ont regardé un film canadien dans les 12 derniers mois**
- **Ont assisté à un festival de films canadien, américain ou international**
- **Connaissent Téléfilm**
- **Appartiennent au segment Curieux\***

Les sous-groupes suivants sont beaucoup plus susceptibles d'être intéressés (4,5) par des films canadiens de l'extérieur du Québec produits par des francophones  
**46%**

- **Résidents du Québec (71%)**
- Grands consommateurs de films ou consommateurs modérés
- **Peuvent nommer un film canadien**
- **Ont regardé un film canadien dans les 12 derniers mois**
- **Ont assisté à un festival de films canadien, américain ou international**
- **Connaissent Téléfilm**
- **Appartiennent au segment Curieux\***

\*Consulter l'annexe pour la définition des segments

DS2A. Dans quelle mesure les types de films canadiens suivants vous intéressent-ils?

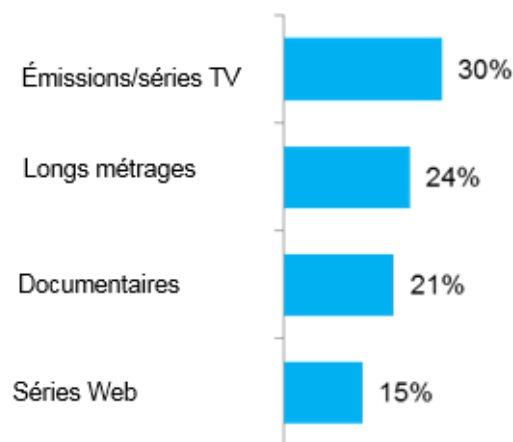
Base : Ont un intérêt pour les films canadiens et sont aussi des consommateurs de films (2018 n=1 601)

# CONNAISSANCE DES PRODUCTIONS DES MEMBRES DE COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

Les résidents du Québec sont plus susceptibles de connaître les productions en anglais du Québec que les résidents du reste du Canada sont susceptibles de connaître les productions en français de l'extérieur du Québec

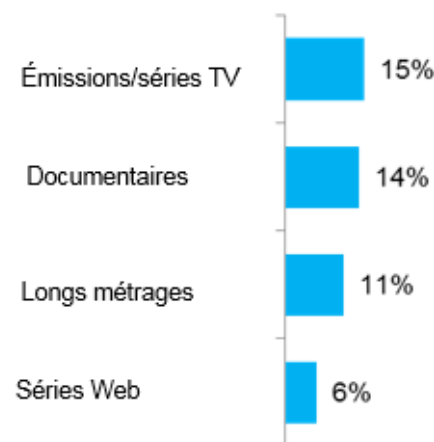
## Connaissance des productions en anglais produites au Québec

(Parmi les répondants du Québec)



## Connaissance des productions en français produites à l'extérieur du Québec

(Parmi les répondants de l'extérieur du Québec)



CC8A. Connaissez-vous les types de productions suivants réalisés au Québec par des producteurs anglophones?

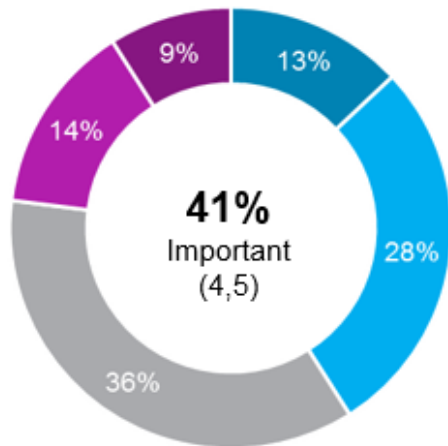
Base : Tous les répondants du Québec (2018 n=644)

CC8B. Connaissez-vous les types de productions suivants réalisés au Canada à l'extérieur du Québec par des producteurs francophones?

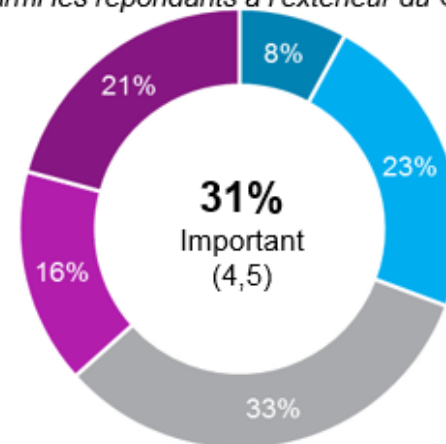
Base : Répondants de l'extérieur du Québec (2018 n=2 360)

# IMPORTANCE DE VOIR DES PRODUCTIONS PORTANT SUR LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

**Importance de voir des productions portant sur la communauté anglophone du Québec**  
(Parmi les répondants du Québec)



**Importance de voir des productions portant sur la communauté francophone de l'extérieur du Québec**  
(Parmi les répondants à l'extérieur du Québec)



■ (5) Très important   ■ (4) Un peu important   ■ (3) Neutre   ■ (2) Pas très important   ■ (1) Pas du tout important

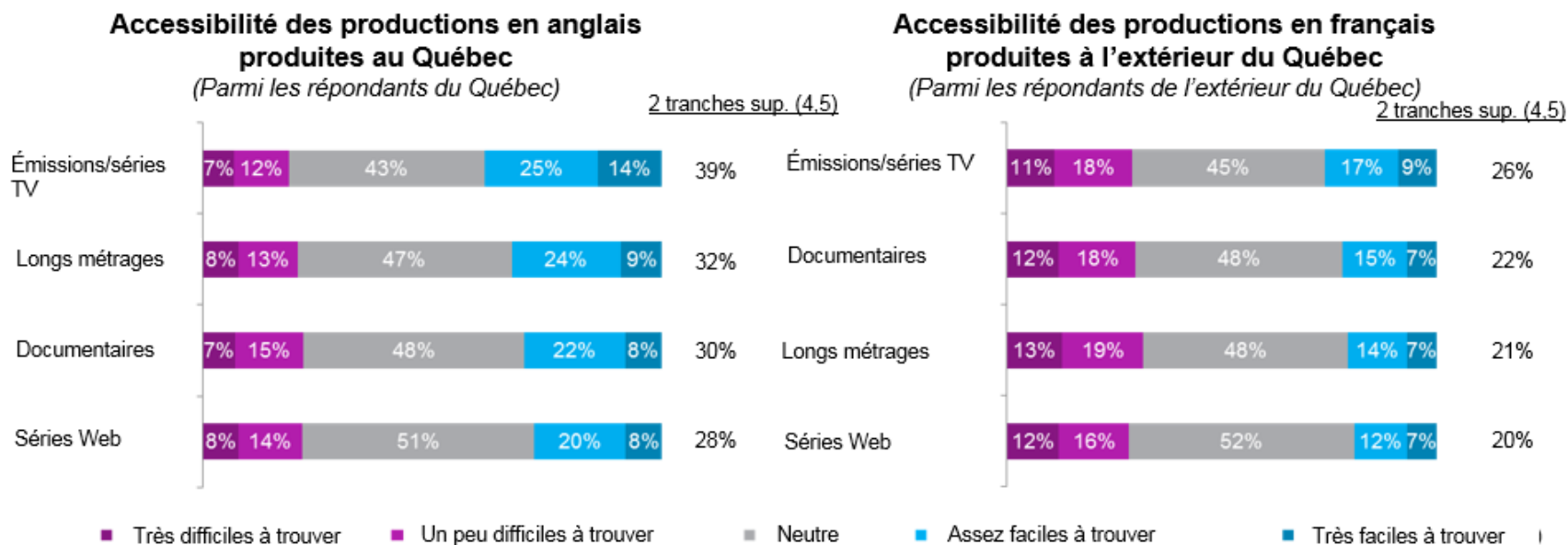
CC9A. Dans quelle mesure est-ce important pour vous de voir des productions (longs métrages/ documentaires/ émissions/séries télévisées etc.) qui racontent des histoires sur la communauté anglophone du Québec?

Base : Tous les répondants du Québec (2018 n=644)

CC9B. Dans quelle mesure est-ce important pour vous de voir des productions (longs métrages/ documentaires/ émissions/séries télévisées etc.) qui racontent des histoires sur la communauté francophone de l'extérieur du Québec?

Base : Répondants à l'extérieur du Québec (2018 n=2 360)

# ACCESSIBILITÉ DES PRODUCTIONS PORTANT SUR LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE



CC10A. Dans quelle mesure les productions en anglais produites au Québec sont-elles faciles à trouver dans votre communauté?

Base : Tous les répondants du Québec (2018 n=644)

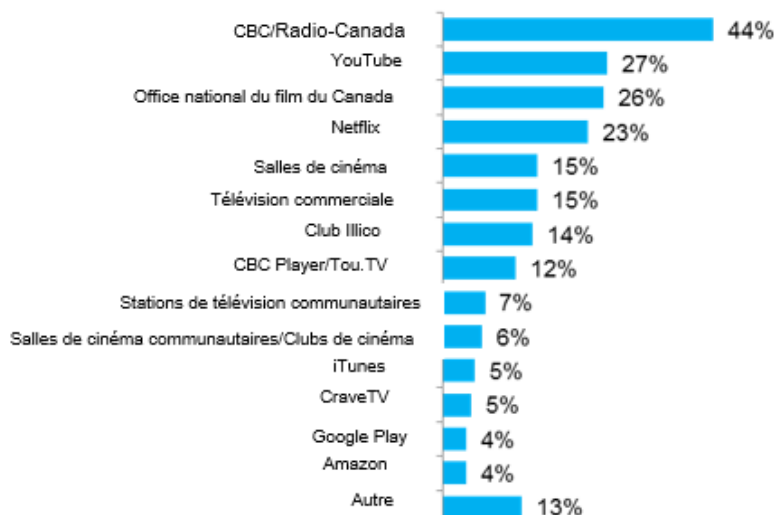
CC10B. Dans quelle mesure les productions en français produites à l'extérieur du Québec sont-elles faciles à trouver dans votre communauté?

Base : Répondants de l'extérieur du Québec (2018 n=2 360)

# CBC/RADIO CANADA EST LA SOURCE LA PLUS FRÉQUEMMENT EMPLOYÉE POUR REGARDER DES PRODUCTIONS PORTANT SUR LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

Sources utilisées pour regarder du contenu

**Sources utilisées pour regarder des productions en anglais produites au Québec**  
(Parmi les répondants du Québec)



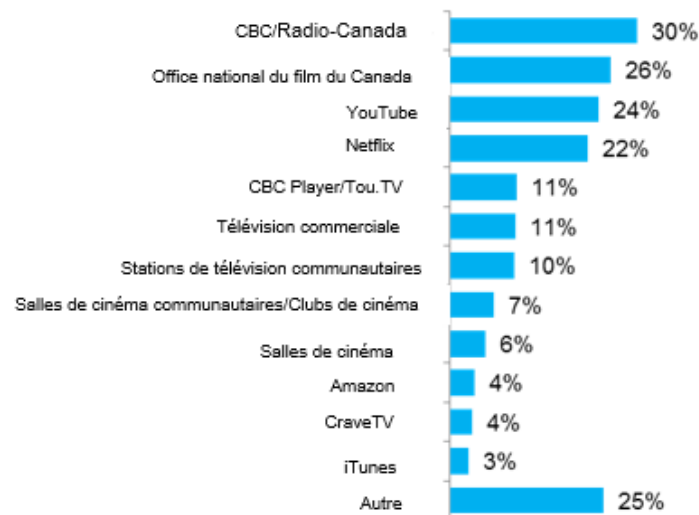
CC11A. Quelles sont les meilleures sources pour regarder des productions en anglais réalisées au Québec?

Base : Tous les répondants du Québec (2018 n=644)

CC11B. Quelles sont les meilleures sources pour regarder des productions en français réalisées à l'extérieur du Québec?

Base : Répondants à l'extérieur du Québec (2018 n=2 380)

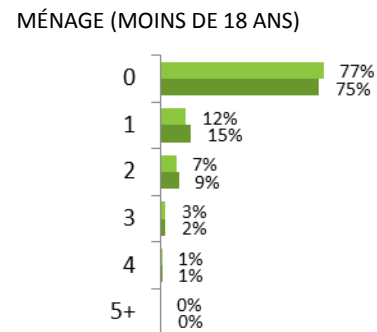
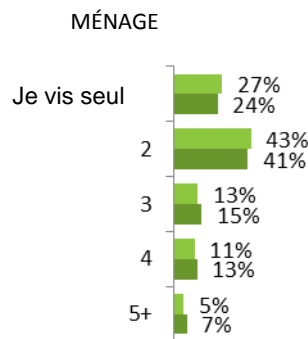
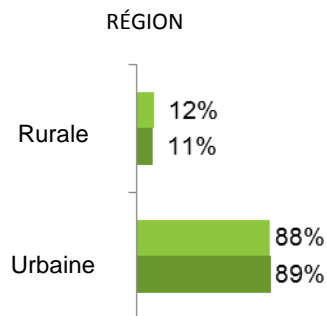
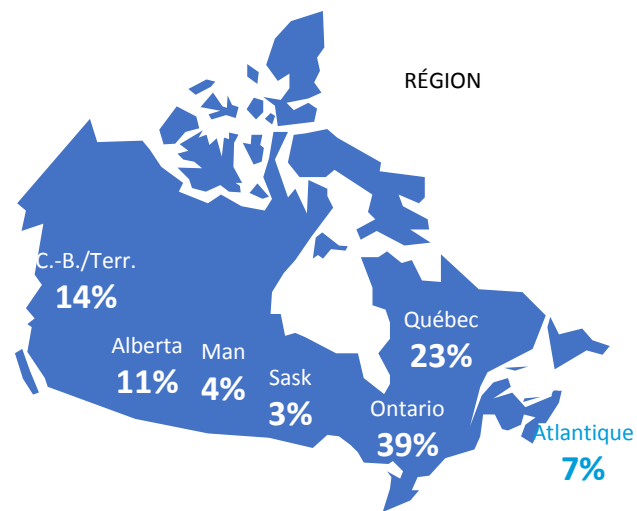
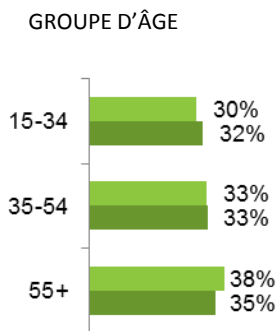
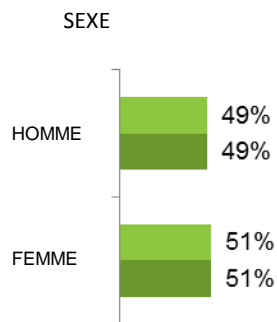
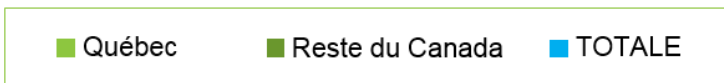
**Sources utilisées pour regarder des productions en français produites à l'extérieur du Québec**  
(Parmi les répondants de l'extérieur du Québec)



ANNEXE



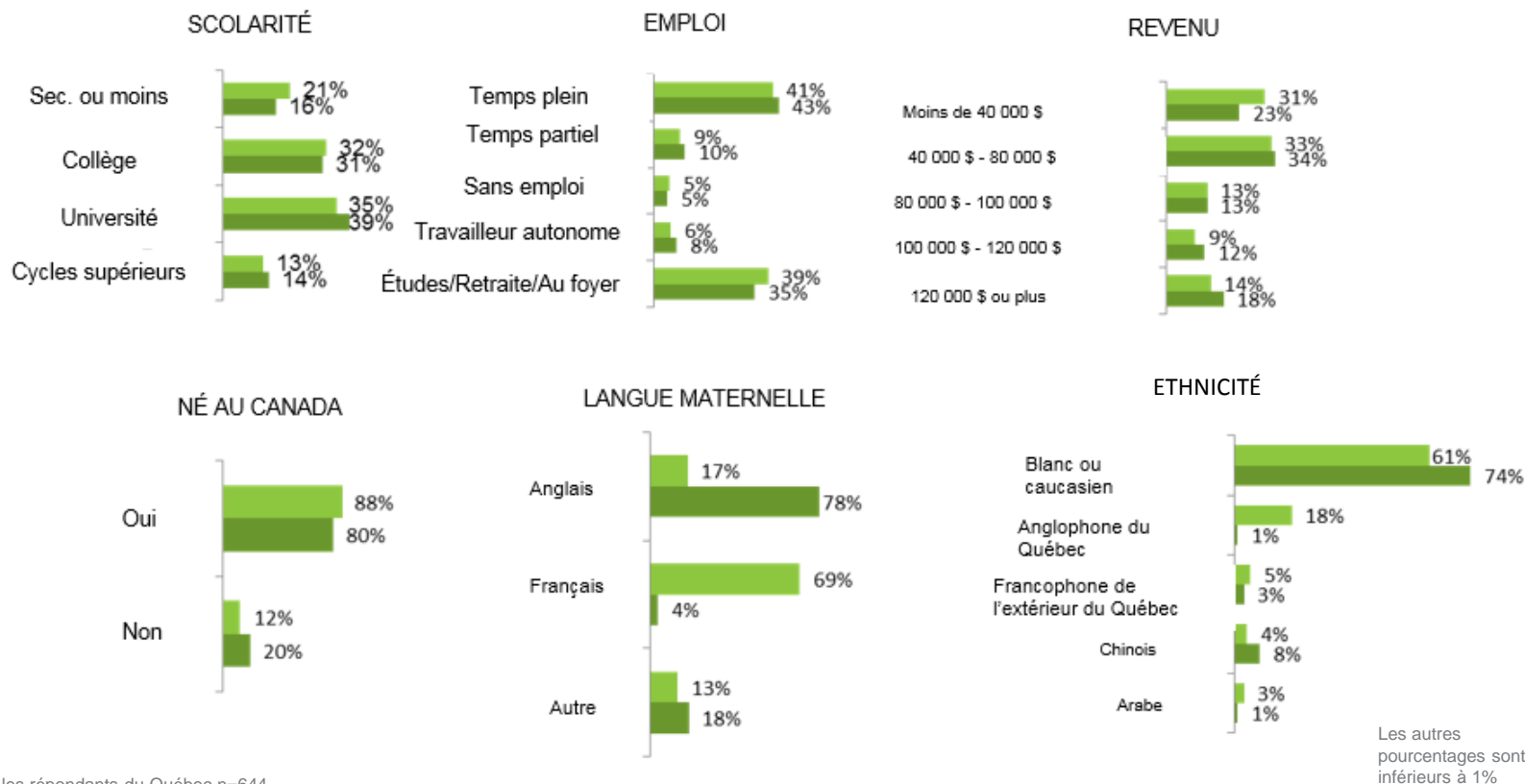
# DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES



Base : tous les répondants du Québec n=644  
 Base : tous les répondants hors Québec, n=2,360

# DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

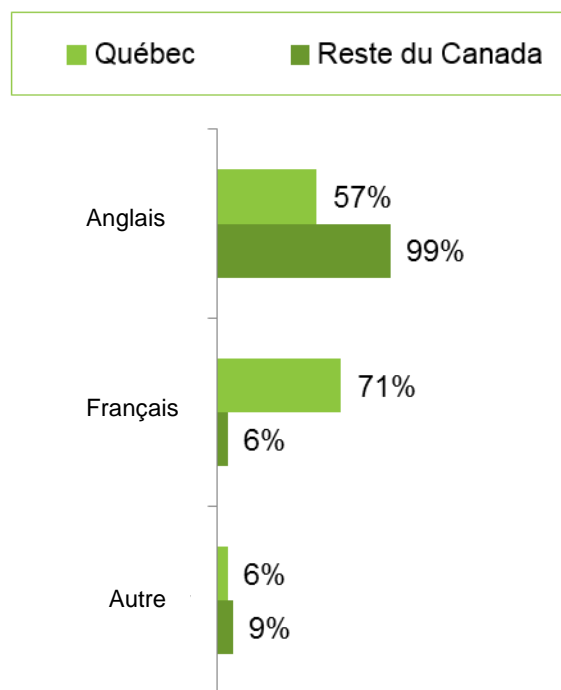
■ Québec ■ Reste du Canada



Base : tous les répondants du Québec n=644  
 Base : tous les répondants hors Québec, n=2,360

# LANGUE DANS LAQUELLE LE CONTENU A ÉTÉ VU

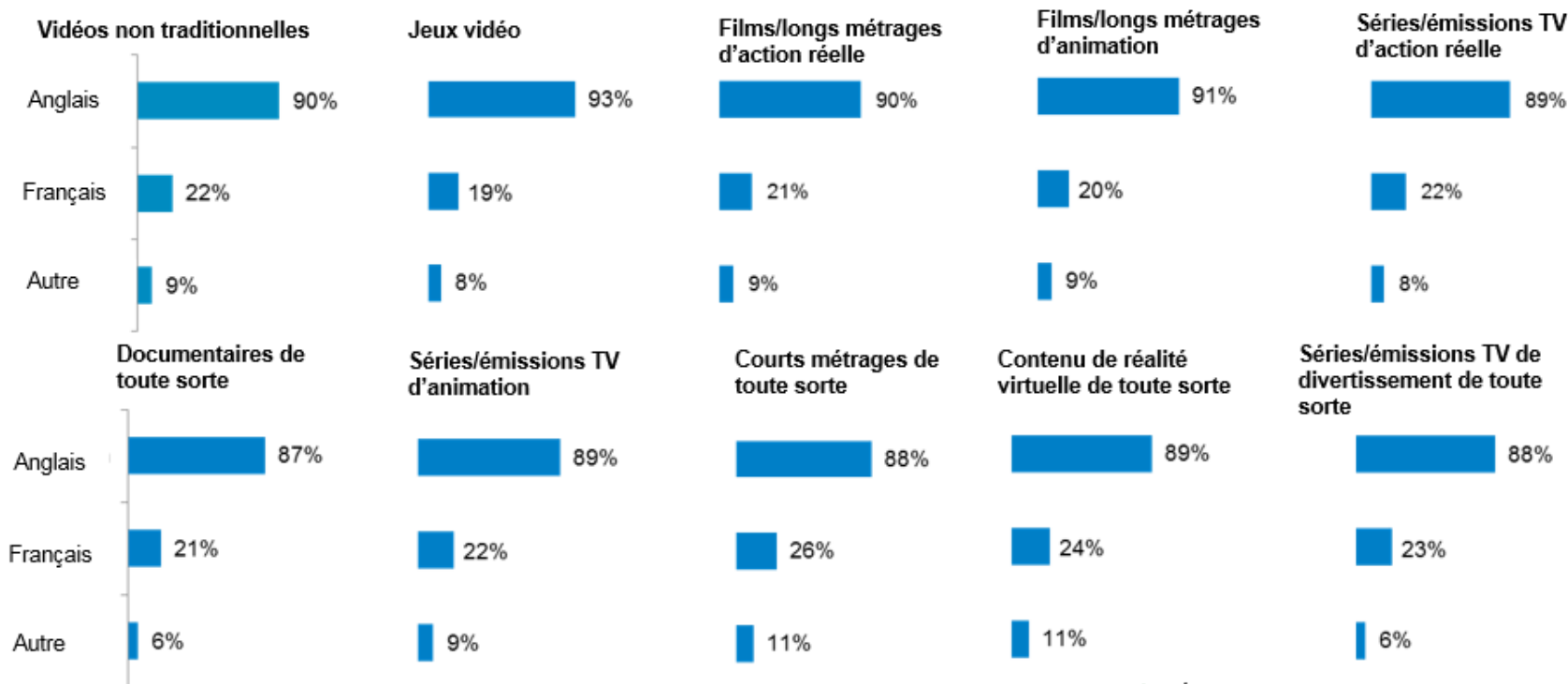
Pourcentage de répondants qui regardent du contenu par langue et région



Base : tous les répondants du Québec n=644  
Base : tous les répondants hors Québec, n=2,360

# CONTENUS LINGUISTIQUES REGARDÉS EN ANGLAIS ET FRANÇAIS

Pourcentage de répondants qui regardent différents contenus par langue



↑ ↓ Écart important par rapport à 2017

QVH6A. En pensant aux 12 derniers mois, dans quelles langues avez-vous regardé les types de contenu suivants?  
 Base : Ceux qui ont regardé du contenu dans les 12 derniers mois, n= la base varie

**TELEFILM**  
C A N A D A