

Sondage d'opinion sur les livres, les **longs métrages**, les **périodiques canadiens** et les **œuvres musicales**

Sommaire exécutif

Préparé pour le ministère du Patrimoine canadien
4 septembre 2012

Date d'attribution du contrat : 30 mars 2012

N° de contrat : C1111-110948-001-CY

Date d'exécution : du 2 au 19 juin 2012

Personne-ressource au Ministère : POR-ROP@pch.gc.ca



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien

This report is also available in English

Sommaire exécutif



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien

Sommaire exécutif

Objectifs de recherche et méthodologie

Le ministère du Patrimoine canadien a commandé un sondage afin de connaître les attitudes et les opinions de la population à l'égard des livres, des **longs métrages**, des **périodiques canadiens** et des **œuvres musicales**, ainsi que **les valeurs qu'ils y rattachent**. La recherche comportait plusieurs objectifs :

- ✓ Évaluer le degré de connaissance et de découverte des Canadiens envers les produits culturels canadiens, et l'accès à ces produits.
- ✓ Comprendre les **points de vue et les** opinions des Canadiens sur les produits culturels canadiens.
- ✓ **Comprendre l'effet** de la consommation des produits culturels sur le bien-être émotionnel et le sentiment d'appartenance des Canadiens.
- ✓ Analyser et interpréter ces aspects à la lumière de différents facteurs démographiques : l'âge, le sexe, le revenu du ménage, le niveau de scolarité, la région et l'origine ethnique, pour n'en nommer que quelques-uns.

Les résultats du sondage fourniront au Ministère les renseignements les plus récents qui lui **seront utiles pour** évaluer l'efficacité des politiques et des programmes actuels, et d'orienter ses décisions futures **en matière de politiques**.

Voici quelques considérations importantes au sujet de la méthodologie de cette étude :

- ✓ Un total de n=2 003 entrevues ont été réalisées avec des Canadiens âgés de 18 ans et plus lors d'un sondage national indépendant effectué **au moyen de** la technologie ITAO (**entrevue** téléphonique assistée par ordinateur).
- ✓ La collecte de données s'est déroulée du 2 au 19 juin 2012.
- ✓ Les données ont été pondérées pour reproduire **la véritable distribution** de la population **selon l'âge et le sexe** dans chaque région, **à partir des** plus récentes données de recensement.
- ✓ Compte tenu de la méthode d'échantillonnage **utilisée** et de la taille de **l'échantillon**, nous pouvons affirmer en toute confiance que les résultats présentés dans ce rapport sont représentatifs de la population adulte canadienne.

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Adoption de la technologie et des médias sociaux

Presque tous les Canadiens ont accès à un ordinateur et presque tous sont connectés à Internet, à la maison, au travail ou ailleurs. Les technologies portables sont de plus en plus populaires : six Canadiens sur dix possèdent un lecteur de musique numérique portatif; près de la moitié possède un téléphone intelligent et environ un sur quatre possède une tablette ou un lecteur numérique. Ces technologies sont particulièrement populaires auprès des jeunes Canadiens.

Deux tiers (65 %) des répondants utilisent les médias sociaux au moins une fois par mois; les jeunes (18 à 34 ans) sont deux fois plus nombreux à faire du réseautage social que les personnes de plus de 55 ans.

Résultats du sondage – Livres

Les Canadiens comptent sur diverses sources pour découvrir de nouveaux livres. Le bouche-à-oreille et les visites dans les grandes chaînes de librairies sont les moyens qu'ils privilégient pour faire la découverte de livres, suivis des listes de livres à succès, les prix, les critiques, ainsi que les bibliothèques. Lorsqu'il s'agit de faire découvrir de nouveaux livres, la recherche sur Internet n'a pas encore supplanté les méthodes traditionnelles – environ quatre Canadiens sur dix consultent souvent ou parfois les sites Web des détaillants de livres pour découvrir des livres, comparativement à 60 % pour les grandes chaînes de librairies.

Même si les deux tiers des Canadiens accèdent aux médias sociaux, seulement 17 % utilisent les sites de réseaux sociaux pour découvrir de nouveaux livres.

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Livres (suite)

Notre étude **suggère** que les Canadiens lisent plus de livres **aujourd'hui** qu'il y a un an. **Alors que près** de deux tiers des répondants (65 %) **affirment** que leurs habitudes de lecture sont demeurées **à peu près** les mêmes **comparativement à 12 mois plus tôt**, 22 % **croient qu'ils** lisent plus de livres, alors que 12 % **pensent qu'ils** en lisent moins.

Un aspect important touchant l'industrie du livre depuis les cinq dernières années est la popularité croissante des livres **numériques** et des **dispositifs qui ont facilité la consommation de ce format de livre**. Notre étude révèle que :

- Un Canadien sur cinq (21 %) lit des livres **numériques parfois** ou **souvent**; ce nombre est appelé à augmenter dans la prochaine année, puisque 23 % des répondants prévoient qu'ils liront de plus en plus de livres **numériques** au cours des douze prochains mois, alors que **seulement** 3 % **prévoient qu'ils** en liront moins.
- Du point de vue de la technologie, **parmi les Canadiens qui lisent des livres numériques**, quatre sur dix utilisent **des lecteurs numériques**; trois sur dix utilisent un ordinateur et 28 %, une tablette.
- Lorsqu'il s'agit de se procurer **des livres numériques**, 47 % des Canadiens qui lisent **des livres numériques** les téléchargent gratuitement, alors que 40 % les empruntent à la bibliothèque ou de leurs amis. Moins du tiers des répondants utilisent les librairies virtuelles comme le site d'Amazon (28 %), Kobo (27 %) ou **iBookstore d'Apple** (25 %).

Nous avons présenté aux répondants une série de questions sur l'accessibilité et l'importance des **livres** canadiens, ainsi que sur la pertinence de ces histoires pour les Canadiens. Voici les résultats :

- Presque tous (92 %) sont d'avis qu'il est important pour les Canadiens d'avoir accès à des **livres** canadiens.
- En ce qui a trait à l'accessibilité, 89 % des répondants croient qu'il est facile de trouver des livres d'auteurs étrangers, comparativement à 78 % qui estiment qu'il est facile de trouver des livres d'auteurs **canadiens**.
- Plus des trois quarts des répondants sont d'avis que les **œuvres non romanesques canadiennes** les tiennent informés sur des sujets qui concernent la vie des Canadiens (77 %) et que les **œuvres** de fiction **canadiennes** leur permettent d'apprécier les histoires racontées d'un point de vue canadien (77 %).

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Longs métrages

La technologie influence la manière dont les Canadiens visionnent les longs métrages. Même si les plateformes traditionnelles de distribution comme les chaînes de télévision traditionnelles (89 %), les salles de cinéma et les ciné-parcs (79 %), et l'achat de DVD et de Blu-ray (66 %) demeurent populaires, d'autres plateformes, plus récentes, ont emboîté le pas. Ainsi, près de la moitié des Canadiens regardent des films par le biais de services comme la vidéo sur demande ou à la carte plusieurs fois par année, alors qu'un répondant sur trois télécharge des films ou les visionne en continu sur Internet. En fait, 12 % des Canadiens téléchargent des films ou les visionnent en continu sur Internet au moins une fois par semaine. L'Internet supplante presque toutes les autres plateformes pour la fréquence d'utilisation hebdomadaire, sauf les chaînes de télévision traditionnelles.

L'étude a permis de mesurer le niveau de connaissance des Canadiens concernant un échantillonnage de films canadiens. Environ la moitié des répondants connaissaient les films *Resident Evil: l'Au-delà* et *Goon*; près de deux répondants sur cinq avaient entendu parler de *Starbuck* et *Le Monde de Barney*, et environ le quart connaissait *Monsieur Lazhar*, *Incendies* ou *Une méthode dangereuse*. Malgré qu'il ait été lancé uniquement dans les salles de cinéma du Québec au moment du sondage, 16 % avaient entendu parler de *Laurence Anyways*.

Nous avons présenté aux répondants une série de questions sur l'accessibilité, la promotion et l'importance des films canadiens. Voici les résultats :

- Neuf répondants sur dix sont d'avis qu'il est important que les Canadiens aient accès aux films canadiens (90 %) et 77 % s'intéressent aux films canadiens.
- En ce qui a trait à la distribution et à l'accessibilité, près de la moitié des Canadiens estiment qu'ils peuvent facilement trouver et regarder des films canadiens et 73 % s'accordent pour dire que les télédiffuseurs canadiens devraient présenter plus de films canadiens à la télévision. Les deux tiers (65 %) des répondants estiment que les salles de cinéma devraient présenter plus de films canadiens.
- La moitié (50 %) des répondants s'accordent pour dire que les histoires racontées dans les films canadiens les concernent, et 36 % croient que les films canadiens font l'objet d'une bonne promotion et qu'ils sont bien annoncés.

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Périodiques

Plus de sept répondants sur dix (72 %) lisent les magazines imprimés. De ce nombre, plus des trois quarts (77 %) peuvent *souvent* ou *parfois* distinguer facilement les magazines canadiens des magazines non canadiens.

Alors que près de la moitié des répondants (48 %) ont affirmé que tous ou presque tous les magazines imprimés qu'ils lisent sont canadiens, 32 % des lecteurs de magazines numériques ont répondu que tous ou presque tous **les magazines qu'ils lisent** sont canadiens. Les autres résultats relatifs aux magazines imprimés sont les suivants :

- La majorité des lecteurs choisissent les magazines imprimés canadiens plutôt que les magazines étrangers parce que les articles les concernent davantage (46 %) et que les sujets les intéressent (32 %).
- Près de quatre répondants sur cinq sont d'avis qu'ils peuvent *souvent* ou *parfois* trouver un magazine imprimé canadien sur un sujet qui les intéresse.
- Ceux qui ne lisent pas les magazines imprimés ont invoqué le manque de temps (24 %) et le peu d'intérêt pour les produits offerts (21 %).

Près des trois quarts des Canadiens ne lisent jamais **de** magazines numériques, alors que 14 % le font rarement 9 %, parfois et 5 %, souvent. Ceux qui ne lisent pas les magazines numériques ou qui n'en lisent pas *d'avantage* ont indiqué qu'ils préfèrent l'expérience que procure la lecture d'un magazine imprimé (24 %), qu'ils ne possèdent pas de lecteur **numérique** ou de tablette (13 %) ou qu'ils manquent de temps (10 %).

L'univers des magazines numériques évoluera certainement au cours de la prochaine année. Environ un non-lecteur sur dix a indiqué qu'il est très probable ou plutôt probable qu'il commencera à lire des magazines numériques au cours des six prochains mois, alors que 23 % des lecteurs de magazines numériques prévoient en lire davantage durant la même période.

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Périodiques (suite)

Environ neuf répondants sur dix (91 %) sont d'avis qu'il est important que les Canadiens aient accès aux magazines canadiens.

- Plus de 80 % s'accordent pour dire que les magazines canadiens les aident à apprécier la culture canadienne et d'en apprendre davantage sur le Canada.
- Bien que sept répondants sur dix sont d'avis que les magazines canadiens reflètent leurs expériences et leurs perspectives, moins de la moitié (48 %) ont répondu que c'est aussi le cas avec les magazines étrangers.
- En terminant, près de quatre répondants sur cinq ont affirmé qu'ils comptent sur leur journal communautaire pour être informés sur ce qui se passe dans leur collectivité.

Résultats du sondage – Musique

Même si les Canadiens comptent sur diverses sources pour découvrir la nouvelle musique, la radio et le bouche-à-oreille sont **les plus populaires**. **Les sources accessibles sur le web**, comme les stations de radio en ligne, les réseaux sociaux et les boutiques de musique en ligne font officiellement partie du courant dominant lorsqu'il s'agit de faire découvrir la nouvelle musique et YouTube mène dans le monde du virtuel : 21 % des répondants ont affirmé que c'est là qu'ils découvrent *souvent* la nouvelle musique alors qu'un autre 21 % le fait *parfois*. Contrairement aux livres, le web semble avoir supplanté les commerces de détail lorsqu'il s'agit de faire découvrir la nouvelle musique. Seulement 25 % des Canadiens découvrent *souvent* ou *parfois* la nouvelle musique chez les commerçants.

L'étude a révélé l'impact des réseaux sociaux sur la manière dont les Canadiens découvrent la nouvelle musique. Quelque 35 % des réseauteurs sociaux ont recommandé de la musique à leurs amis par l'entremise de ces réseaux au cours des trois derniers mois.

Sommaire exécutif

Résultats du sondage – Musique (suite)

L'étude a révélé ce qui suit au sujet de l'impact que **pourrait avoir** l'Internet sur la distribution de la musique au Canada dans les prochaines années :

- Environ deux Canadiens sur cinq **ont affirmé qu'ils** achèteront et téléchargeront probablement de la musique sur Internet au cours des six prochains mois.
- Nous avons demandé aux répondants quelle était la probabilité qu'ils s'abonnent à deux services de musique en ligne au cours des six prochains mois, **le premier étant accessible gratuitement, avec de la publicité** entre les chansons **alors que le deuxième, sans publicité permet l'accès à volonté à la musique** pour un prix mensuel. Un tiers **des répondants** (33 %) ont **affirmé** qu'il était *très* ou *plutôt* probable qu'ils s'abonneront au service en ligne de musique gratuit, alors que moins d'un cinquième (17 %) s'abonneront probablement au service en ligne de musique à volonté pour un prix mensuel.
- Lorsque nous leur avons demandé de quelle manière ils **prévoient acheter** de la musique à l'avenir parmi quatre options proposées, 13 % des répondants ont affirmé **qu'ils téléchargeront toute leur** musique **tandis que** 29 % ont dit qu'ils téléchargeront la majorité de leur musique. L'achat de CD ou de disques demeure populaire auprès de la moitié des Canadiens. De ce nombre, 26 % croient qu'ils achèteront la majorité de leur musique sous forme de CD ou de disques, et 25 % achèteront toute leur musique de cette façon.

Nous avons présenté aux répondants une série de questions sur l'accessibilité et l'importance de la musique canadienne. Voici les résultats :

- Plus de neuf répondants sur dix (92 %) sont **tout-à-fait** ou **plutôt d'accord qu'il** est important que les Canadiens aient accès aux œuvres musicales **d'artistes** canadiens.
- Dans le même ordre **de grandeur**, 89 % des répondants s'accordent pour dire que le fait d'écouter de la musique contribue à leur qualité de vie, tandis que 86 % ont répondu qu'il est important pour eux, **en tant que** Canadiens, que les artistes d'ici soient reconnus à l'échelle internationale.
- En ce qui concerne l'accessibilité, plus de trois répondants sur quatre (78 %) sont d'avis qu'ils peuvent trouver facilement de la musique d'artistes non-Canadiens en ligne, alors que 69 % sont d'avis qu'ils peuvent trouver facilement de la musique d'artistes canadiens en ligne.

Sommaire exécutif

Nom du fournisseur : Le groupe conseil Quorus Inc.

Numéro de contrat de TPSGC : C1111-110948-001-CY

Date d'attribution du contrat : 30 mars 2012

Montrant du contrat (TVH comprise) : 61 618,90 \$

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le ministère du Patrimoine canadien à l'adresse suivante : por-rop@pch.gc.ca

Annexe A – Questionnaires



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



Questionnaires



English
Questionnaire



French
Questionnaire

(Faire un double clic pour ouvrir le fichier pdf)