

# Les plateformes numériques de diffusion culturelle: opportunité ou menace?

Q. Croyez-vous que les plateformes numériques comme Netflix, iTunes ou Spotify sont plutôt une opportunité ou plutôt une menace pour les créateurs québécois/canadiens (chanteurs, cinéastes, etc.) ?

		Âge						Langue maternelle			Province					
	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Français	Anglais	Autre	Atl	QC	ON	MB/SK	AB	BC
<i>Total pondéré :</i>	1463	169	238	248	294	242	272	313	839	302	102	347	563	98	160	193
<i>Total absolu :</i>	1463	87	153	211	334	286	392	367	934	159	96	399	581	121	117	149
<b>Plutôt une opportunité</b>	<b>57%</b>	71%	82%	63%	58%	46%	30%	46%	59%	64%	55%	47%	62%	58%	55%	62%
<b>Plutôt une menace</b>	<b>14%</b>	18%	9%	11%	13%	18%	15%	30%	11%	6%	9%	27%	10%	10%	13%	6%
<b>Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre</b>	<b>29%</b>	11%	9%	26%	29%	35%	55%	24%	31%	31%	36%	26%	28%	31%	32%	32%

# Présence du contenu canadien/qubécois sur les plateformes de diffusion culturelle

Q. Trouvez-vous que les créations culturelles québécoises/canadiennes sont trop présentes, juste assez présentes, ou pas assez présentes sur les plateformes numériques comme Netflix, iTunes, Spotify, etc?

	Total	Âge						Langue maternelle			Province					
		18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Français	Anglais	Autre	Atl	QC	ON	MB/SK	AB	BC
<i>Total pondéré :</i>	1463	169	238	248	294	242	272	313	839	302	102	347	563	98	160	193
<i>Total absolu :</i>	1463	87	153	211	334	286	392	367	934	159	96	399	581	121	117	149
<b>Trop présente</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>	7%	6%	5%	5%	4%	5%	5%	9%	4%	6%	7%	8%	6%	4%
<b>Juste assez présente</b>	<b>28%</b>	<b>37%</b>	28%	32%	28%	28%	<b>19%</b>	<b>20%</b>	<b>31%</b>	29%	31%	<b>20%</b>	<b>32%</b>	<b>37%</b>	<b>20%</b>	34%
<b>Pas assez présente</b>	<b>37%</b>	34%	<b>54%</b>	34%	38%	32%	<b>29%</b>	<b>50%</b>	<b>34%</b>	32%	30%	<b>47%</b>	35%	<b>25%</b>	34%	36%
<b>Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre</b>	<b>29%</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>	28%	28%	<b>35%</b>	<b>49%</b>	26%	30%	30%	35%	27%	27%	30%	<b>40%</b>	26%

# Contribution financière des grandes plateformes de diffusion culturelle au financement de la culture

Q. Selon vous, est-ce que les entreprises multinationales de diffusion culturelle (comme Netflix, iTunes, Spotify, etc.) devraient contribuer directement au financement de la culture québécoise/canadienne?

	Total	Âge						Langue maternelle			Province					
		18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Français	Anglais	Autre	Atl	QC	ON	MB/SK	AB	BC
<i>Total pondéré :</i>	1463	169	238	248	294	242	272	313	839	302	102	347	563	98	160	193
<i>Total absolu :</i>	1463	87	153	211	334	286	392	367	934	159	96	399	581	121	117	149
<b>Oui</b>	<b>61%</b>	<b>73%</b>	66%	58%	<b>52%</b>	65%	57%	<b>76%</b>	<b>55%</b>	61%	65%	<b>66%</b>	61%	53%	<b>46%</b>	65%
<b>Non</b>	<b>17%</b>	14%	17%	<b>22%</b>	<b>21%</b>	14%	<b>12%</b>	<b>7%</b>	<b>20%</b>	18%	15%	17%	16%	16%	<b>24%</b>	16%
<b>Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre</b>	<b>22%</b>	<b>13%</b>	17%	20%	<b>27%</b>	21%	<b>31%</b>	<b>17%</b>	<b>25%</b>	22%	21%	<b>17%</b>	23%	<b>30%</b>	29%	19%

## Un sondage Internet réalisé auprès de citoyens dans l'ensemble des régions du Canada.

La présente étude a été réalisée par le biais d'un sondage Internet auprès de **1463 Canadiens entre le 17 et le 20 octobre 2016** dans toutes les régions du Canada.

### Pondération et marge d'erreur

Les données finales du sondage ont été pondérées à l'aide des données du recensement de 2011 selon l'âge, le sexe, la langue maternelle, la région et le niveau de scolarité de façon à garantir un échantillon représentatif de la population.

Aux fins de comparaison, un échantillon probabiliste **de 1463 répondants** aurait une marge d'erreur **de +/- 2,6% et ce, dans 19 cas sur 20.**

### Sondage Internet

Les répondants de cette étude ont été sélectionnés aléatoirement à partir du panel Internet LégerWeb, comprenant plus de 400 000 ménages canadiens selon un procédé de stratification des listes d'invitation assurant la représentativité optimale des répondants. Les panélistes ont été recrutés aléatoirement à partir des enquêtes téléphoniques de Léger. De nombreux contrôles de qualité assurent la représentativité et la fiabilité des sondages Léger issus de son panel d'internautes. Léger est une firme certifiée Sceau d'Or par l'Association de recherche et intelligence marketing du Canada, la plus haute cote de fiabilité de l'association.