

L'impact des sites web des télévisions communautaires autonomes du Québec

Données statistiques sur l'écoute en ligne



FEDERATION DES TELEVISIONS COMMUNAUTAIRES AUTONOMES DU QUEBEC

Étude réalisée par :

Sylvie-Anne Rheault
Conseillère à la concertation et au soutien
Fédération des télévisions communautaires
autonomes du Québec
Téléphone : 819 604-7900
fedetvc@fedetvc.qc.ca



Table des matières

INTRODUCTION	3
METHODOLOGIE	3
SITE WEB.....	4
TABLEAU 1 – REPARTITION EN POURCENTAGE DES TCA QUI ONT OU NON UN SITE INTERNET	4
TABLEAU 2- REPARTITION EN POURCENTAGE DU CONTENU RETROUVE SUR LES SITES INTERNET DES TCA .	5
TABLEAU 3 – REPARTITION EN POURCENTAGE DE L’INTERET D’OBTENIR DE LA PUBLICITE GOUVERNEMENTALE SOUS FORME DE BANNIERE POUR LE SITE INTERNET DES TCA.....	5
TABLEAU 4 – REPARTITION EN POURCENTAGE DES RESSOURCES FINANCIERES INVESTIES PAR ANNEE POUR LES SITES INTERNET DES TCA	6
TABLEAU 5 – REPARTITION EN POURCENTAGE DES TCA QUI ONT FAIT AFFAIRE OU NON AVEC UNE FIRME SPECIALISEE POUR LA CONCEPTION DU SITE INTERNET	6
TABLEAU 6 – REPARTITION EN POURCENTAGE DU NOMBRE DE VISITEURS DES SITES INTERNET DES TCA ...	7
PLATEFORME DE DIFFUSION	7
TABLEAU 7 – REPARTITION EN POURCENTAGE DES PLATEFORMES DE DIFFUSION UTILISEES PAR LES TCA ...	7
TABLEAU 8 – REPARTITION EN POURCENTAGE DU MONTANT DEBOURSE POUR LA PLATEFORME DE DIFFUSION PAR LES TCA	8
TABLEAU 9 – NOMBRE DE CLICS MOYEN SUR LES EMISSIONS DIFFUSEES SUR LE SITE INTERNET DES TCA	8
L’IMPACT DU SITE INTERNET	9
TABLEAU 10 – REPARTITION EN POURCENTAGE DU TYPE D’EMISSIONS PRESENTEES SUR LE SITE INTERNET DE LA TCA	9
TABLEAU 11 – REPARTITION EN POURCENTAGE DE L’ATTRACTION DU TELESPECTATEUR VERS LE CANAL LINEAIRE DE LA TCA A PARTIR DU SITE WEB	9
TABLEAU 12 – REPARTITION EN POURCENTAGE DE LA FACILITE OU NON DE NAVIGATION SUR LE SITE INTERNET DES TCA	10
TABLEAU 13 – REPARTITION EN POURCENTAGE DES MEDIAS SOCIAUX UTILISES PAR LES TCA.....	10
TABLEAU 14 – NOMBRE MOYEN DE GENS QUI SUIVENT LES TCA SUR LES RESEAUX SOCIAUX	11
TABLEAU 15 – REPARTITION EN POURCENTAGE DU MOTIF DE L’UTILISATION DES MEDIAS SOCIAUX PAR LES TCA	11

L'impact des sites web des télévisions communautaires autonomes du Québec

Données statistiques sur l'écoute en ligne

Introduction

L'objectif de cette enquête est de fournir davantage de données statistiques à la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (la Fédération), qui regroupe 40 télévisions communautaires autonomes (TCA) au 31 juillet 2016. Celles-ci sont réparties dans 14 des 17 régions administratives de la province.

Dans le cadre du virage numérique qui bouleverse le modèle traditionnel de télédiffusion, ces données seront pertinentes pour la Fédération afin de fournir à ses partenaires, en plus de la Mesure d'impact et profils d'auditoire des télévisions communautaires autonomes du Québec, toutes les informations pertinentes sur le rôle et l'importance des TCA dans leur milieu et même au-delà. La Fédération souhaite mettre en lumière que les sites web des télévisions communautaires autonomes apportent une plus-value à la programmation originale diffusée sur le canal linéaire.

C'est pourquoi la Fédération a réalisé cette enquête sur *L'impact des sites web des télévisions communautaires autonomes du Québec*.

Méthodologie

La Fédération souhaite documenter l'apport des sites internet au rayonnement des TCA, l'utilisation des réseaux sociaux et l'impact de ceux-ci.

Les télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération ont été visées par la présente enquête. Le questionnaire a été construit et mis à jour pour les besoins de l'enquête et a été envoyé électroniquement.

L'exercice a permis de rejoindre 35 télévisions communautaires autonomes sur les 40 qui étaient membres de la Fédération au 31 juillet 2016. Le nombre de TCA rejointes étant de 87.5%, les résultats de l'étude sont représentatifs de l'ensemble des TCA membres de la Fédération. Les résultats obtenus peuvent donc être généralisés à l'ensemble des télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération.

Le questionnaire a été envoyé par courrier électronique aux responsables des télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération d'avril 2016 à juillet 2016. Il répond aux standards méthodologiques fixant le niveau de confiance à 95% et la marge d'erreur à $\pm 5\%$. Le masculin sera utilisé dans le présent document afin d'éviter la lourdeur du texte et d'en faciliter la lecture. En aucun cas l'utilisation du genre masculin se veut discriminatoire, étant utilisé de façon neutre.

Au cours de cette enquête, la Fédération a demandé aux responsables des télévisions communautaires autonomes d'expliquer l'apport de leur site internet à leur travail et leur rayonnement. Nous avons fait une agglomération des réponses les plus fréquentes. Les sites web des TCA permettent d'accroître l'accessibilité de la programmation qu'elles offrent sur le canal linéaire. 40% des membres affirment que l'accès à leur programmation en ligne permet de rejoindre un plus grand auditoire, tant sur leur territoire de couverture médiatique pour les gens qui n'ont pas accès au canal communautaire de la TCA que pour rejoindre les gens de leur communauté maintenant établis à l'extérieur. 20 % des répondants considèrent que le site internet permet l'écoute en ligne à tout moment aux téléspectateurs et ce, peu importe où ils se trouvent. Les membres ont également fait mention que le site internet leur permet d'avoir une plus grande visibilité tant dans leur communauté qu'à l'extérieur que celle-ci, notamment par des « partages » qui sont faits sur les réseaux sociaux. Certains affirment que les plateformes de diffusion sur le web permettent un visionnement rapide, c'est-à-dire qu'il n'y plus à attendre la reprise télé pour voir l'émission. Le site internet et les réseaux sociaux procurent une plus grande accessibilité pour la communauté et permettent de garder le contact avec les téléspectateurs.

Un faible pourcentage des membres de la Fédération (6%) considère que leur site internet est désuet, mais que le Plan culturel numérique du Québec permettra de l'améliorer (3%). 6% des télévisions communautaires autonomes trouvent que la gestion d'un site internet est difficile et complexe, faute de ressources humaines attirées et de ressources financières.

Les sites web des télévisions communautaires autonomes sont des outils complémentaires aux émissions d'information qui permettent de diffuser des communiqués de presse, de la publicité - qui est interdite sur le canal communautaire -, ainsi que des activités culturelles et communautaires.

Site web

Tableau 1 – Répartition en pourcentage des TCA qui ont ou non un site internet

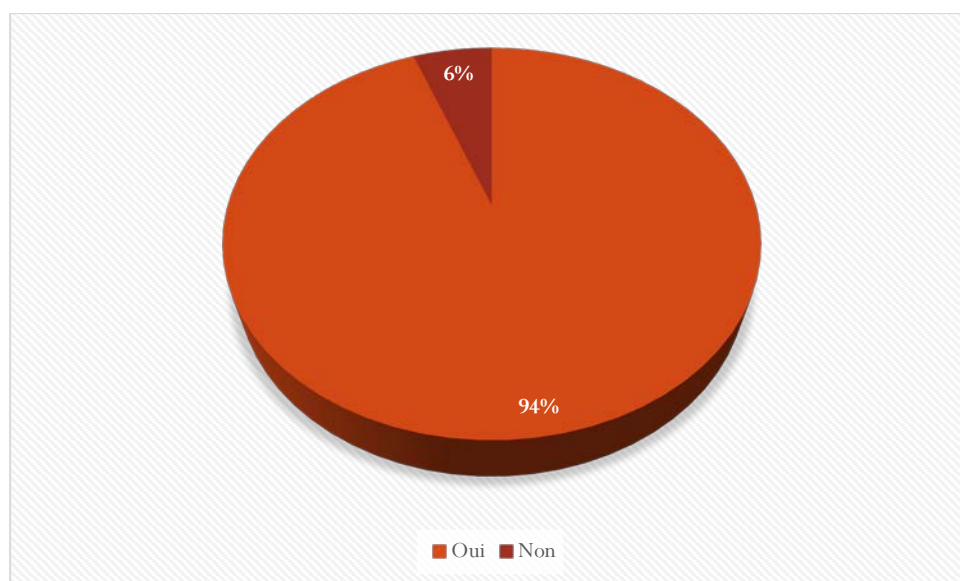


Tableau 2- Répartition en pourcentage du contenu retrouvé sur les sites internet des TCA

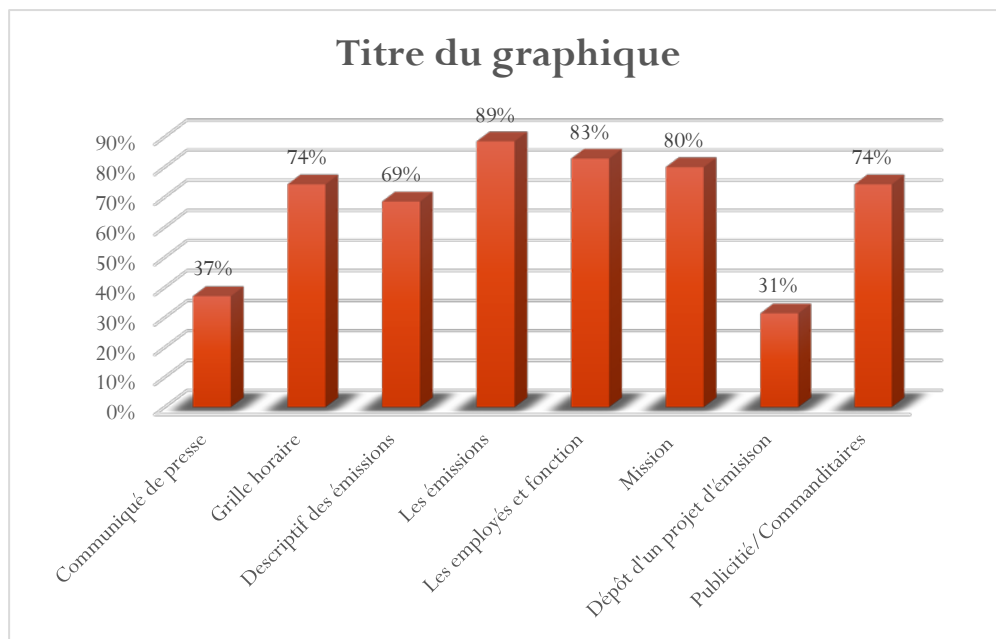


Tableau 3 - Répartition en pourcentage de l'intérêt d'obtenir de la publicité gouvernementale sous forme de bannière pour le site internet des TCA

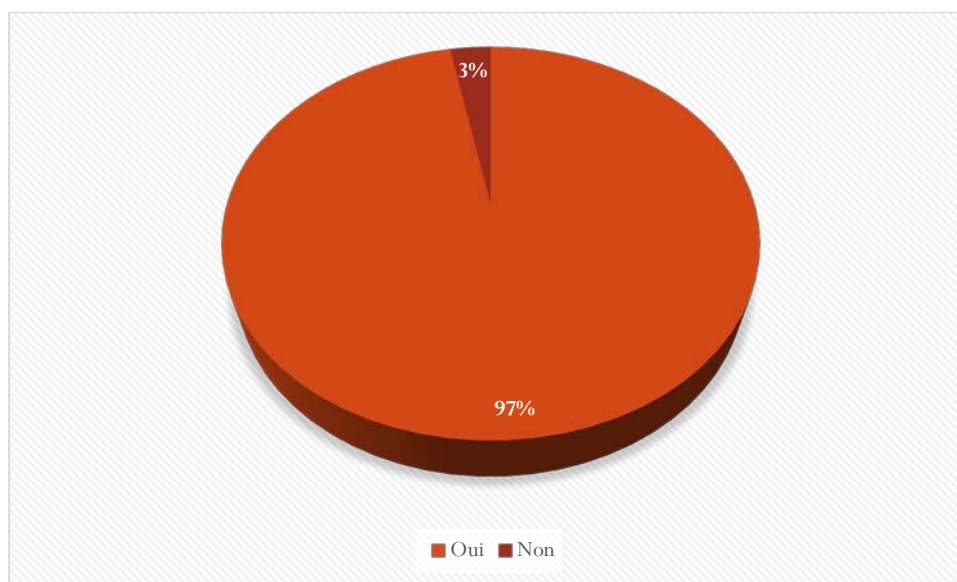


Tableau 4 – Répartition en pourcentage des ressources financières investies par année pour les sites internet des TCA

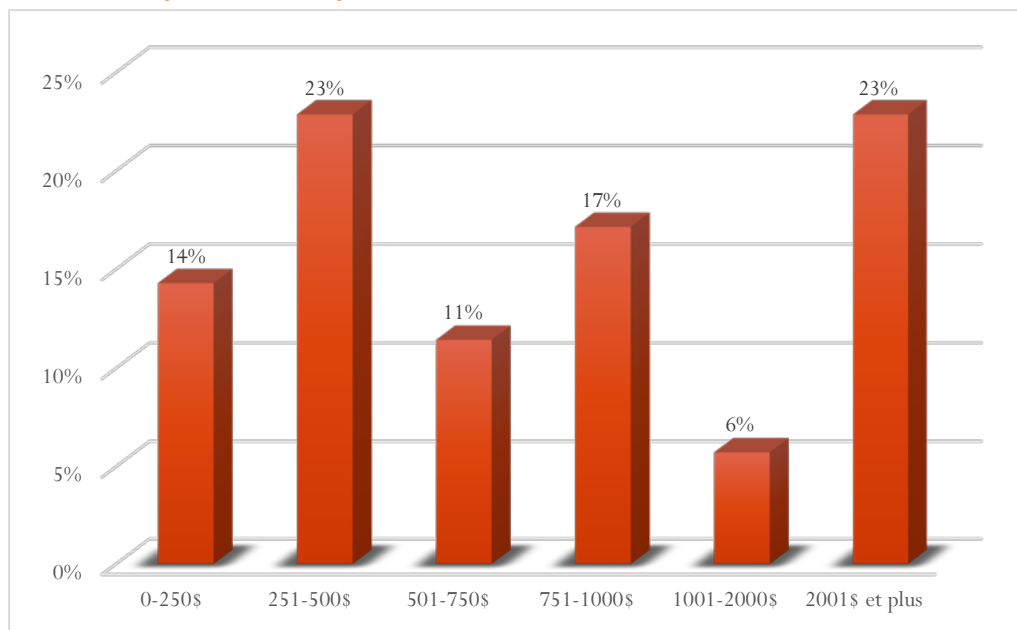


Tableau 5 – Répartition en pourcentage des TCA qui ont fait affaire ou non avec une firme spécialisée pour la conception du site internet

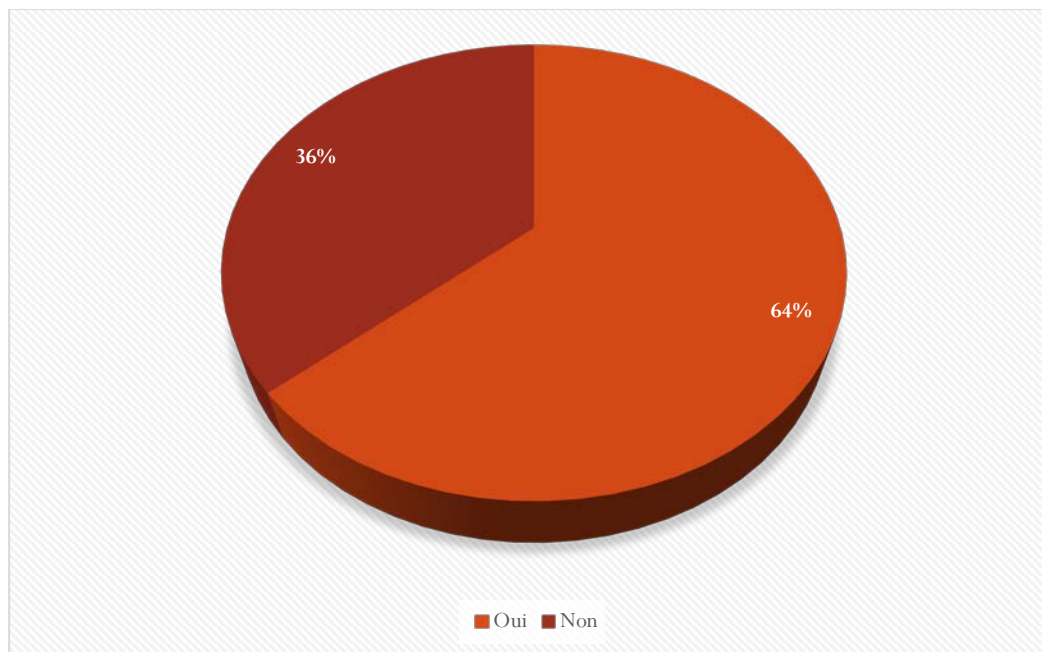
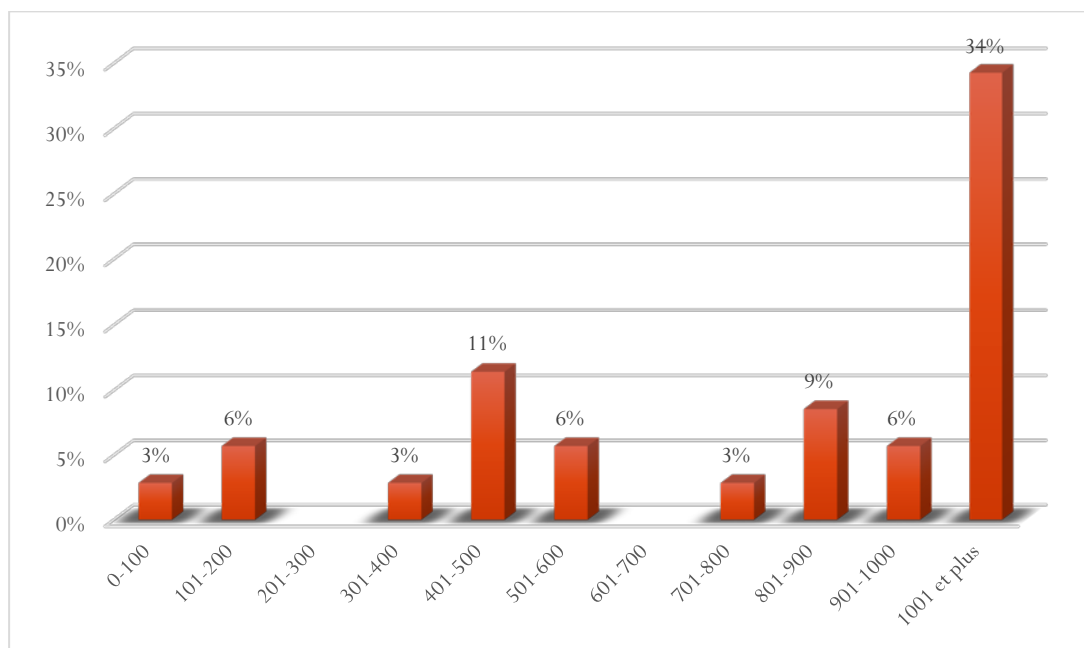


Tableau 6 – Répartition en pourcentage du nombre de visiteurs des sites internet des TCA



Plateforme de diffusion

Tableau 7 – Répartition en pourcentage des plateformes de diffusion utilisées par les TCA

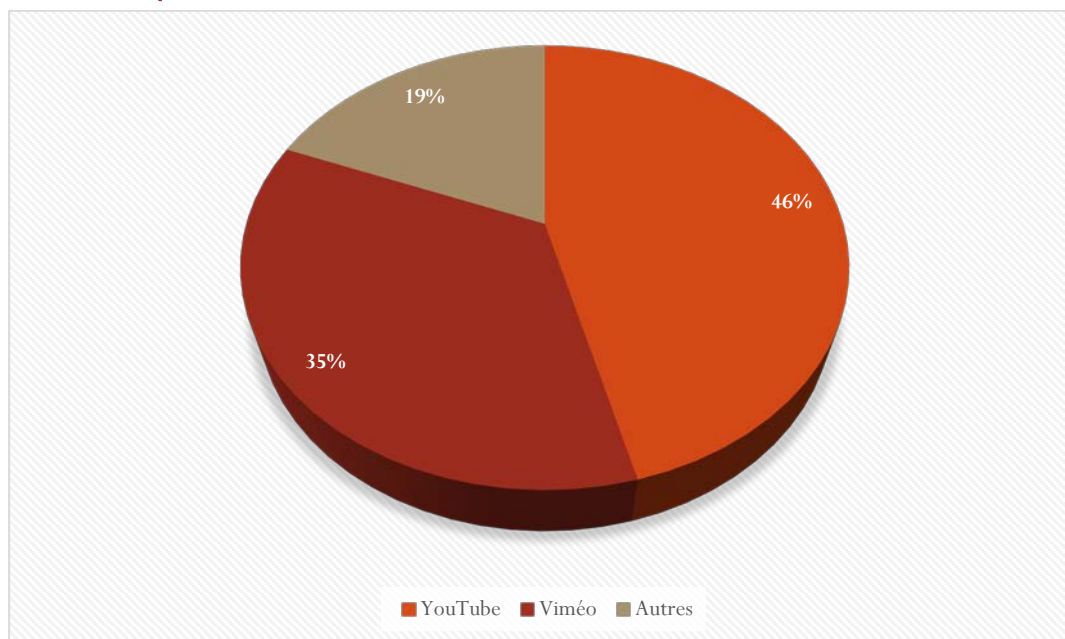


Tableau 8 – Répartition en pourcentage du montant déboursé annuellement pour la plateforme de diffusion par les TCA

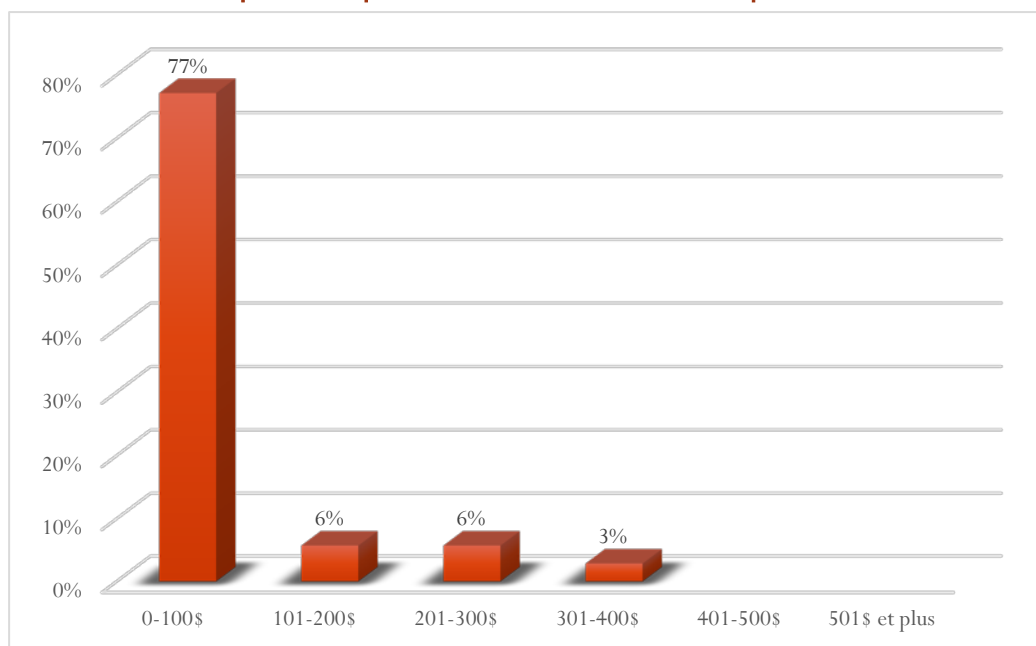
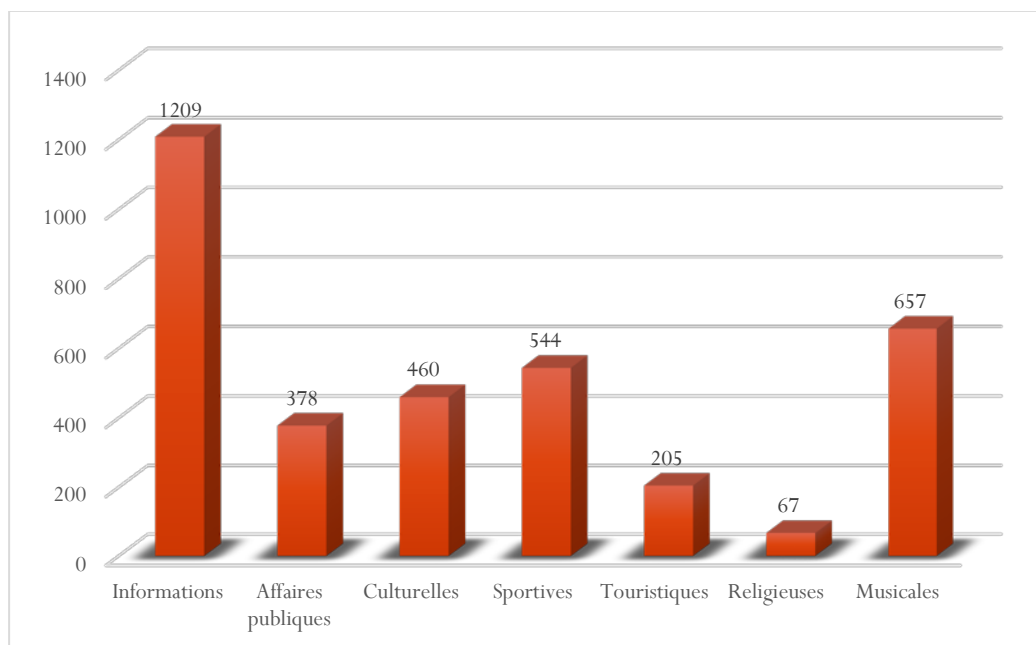


Tableau 9 – Nombre de clics moyen sur les émissions diffusées sur le site internet des TCA



L'impact du site internet

Tableau 10 – Répartition en pourcentage du type d'émissions présentées sur le site internet de la TCA

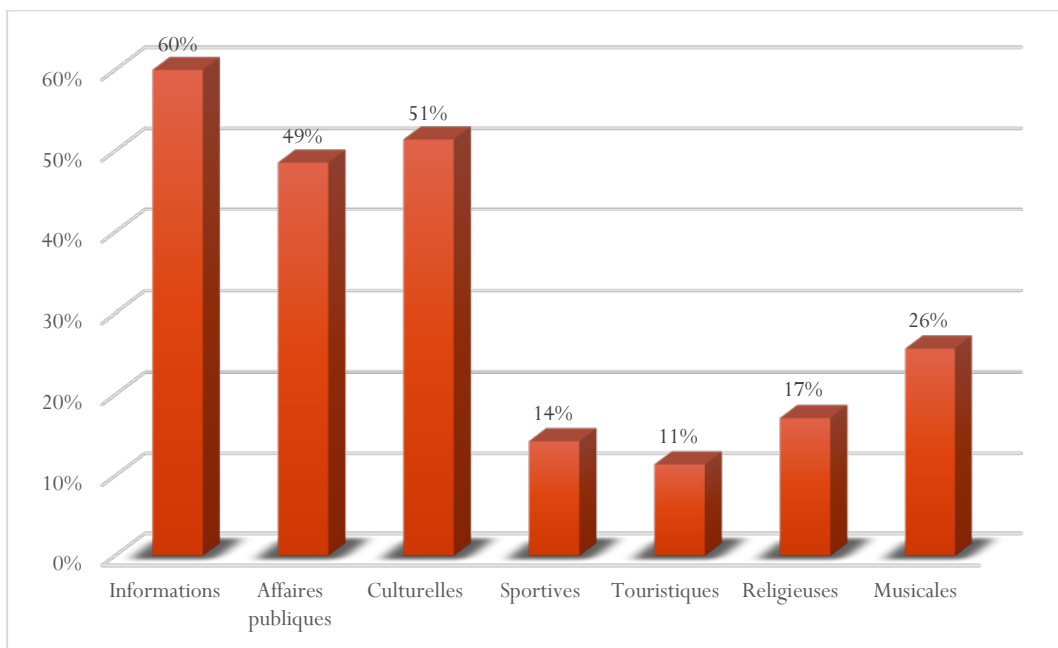


Tableau 11 – Répartition en pourcentage de l'attraction du téléspectateur vers le canal linéaire de la TCA à partir du site web

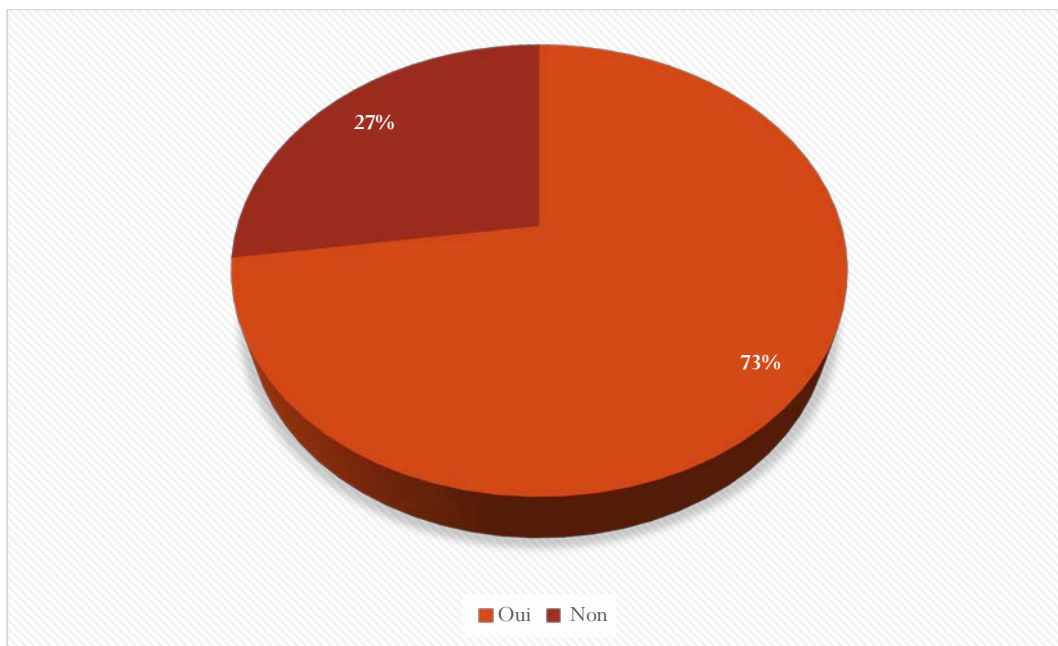


Tableau 12 – Répartition en pourcentage de la facilité ou non de navigation sur le site internet des TCA

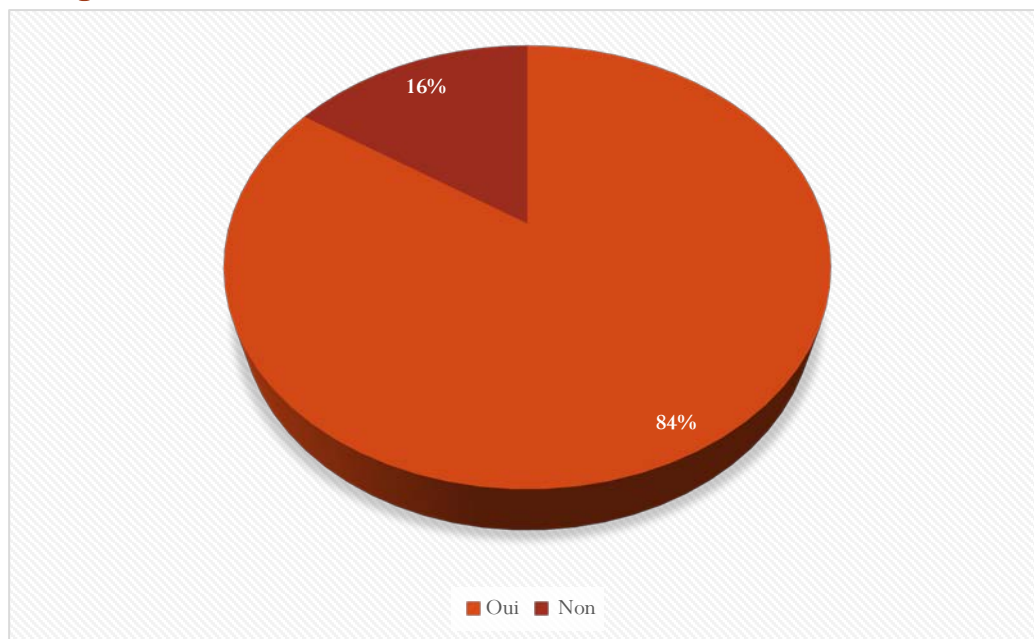


Tableau 13 – Répartition en pourcentage des médias sociaux utilisés par les TCA

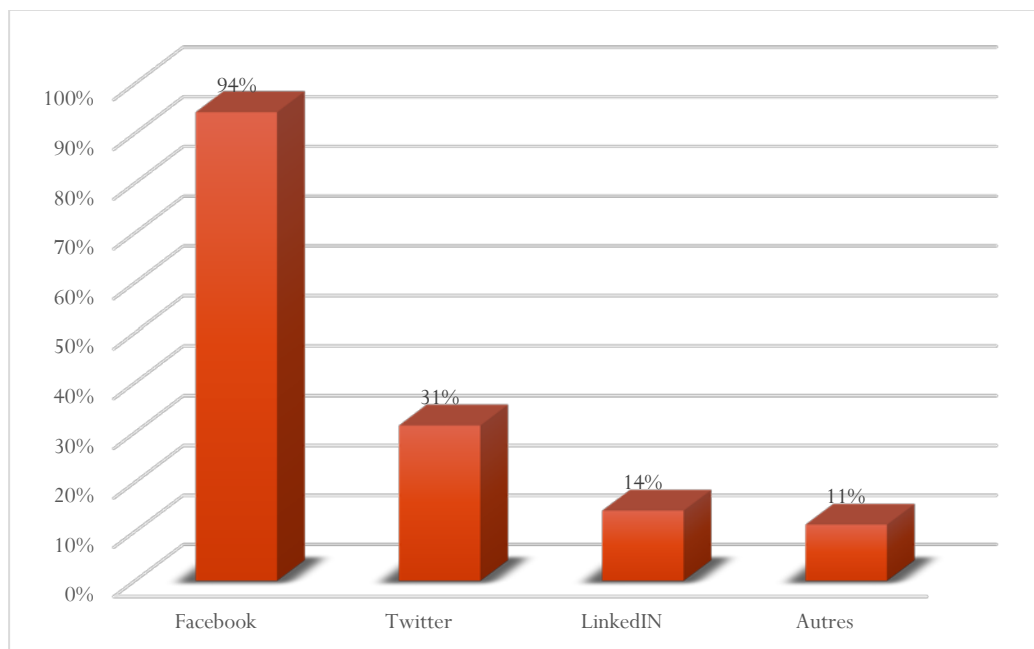


Tableau 14 – Nombre moyen de gens qui suivent les TCA sur les réseaux sociaux

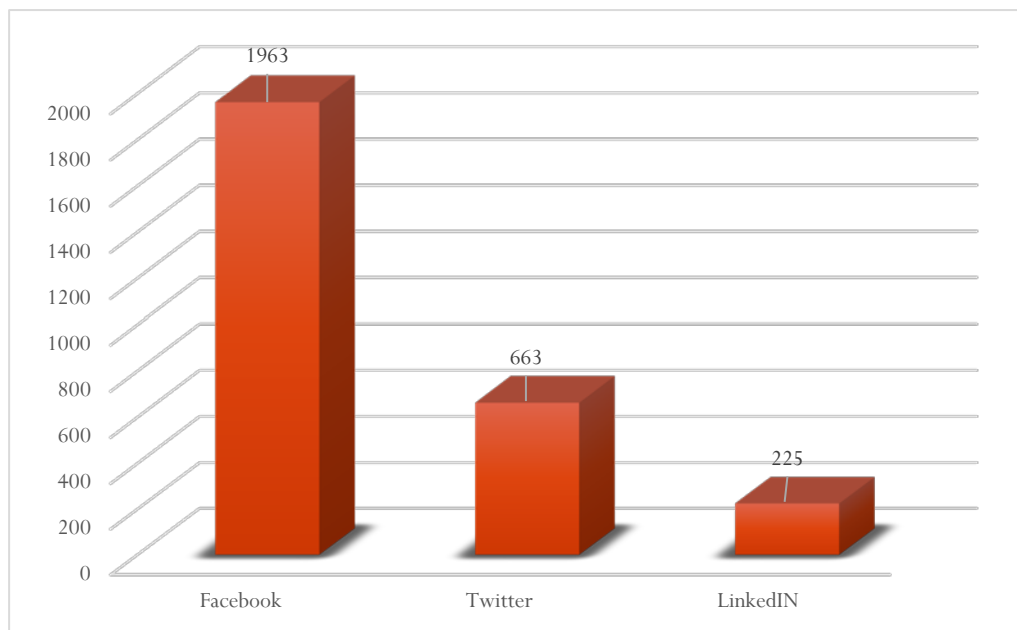


Tableau 15 – Répartition en pourcentage du motif de l'utilisation des médias sociaux par les TCA

