

Rapport Trimestriel sur le Visionnement Télévisuel

T1 2026



Faits saillants pour le T1 2026

Le visionnement en continu affiche une portée d'audience élevée et constante (85-90 %) malgré des heures de visionnement mensuelles fluctuantes. Sa part globale d'utilisation totale a augmenté de 8 points de pourcentage (du T1 2023 au T1 2026), atteignant 37 % à mesure que les habitudes de visionnement s'éloignent de la télévision linéaire.

La consommation médiatique canadienne révèle un net renversement démographique : la télévision linéaire offre une portée stable pour les 55 ans et plus, tandis que le visionnement en continu, bien que fluctuant, engage efficacement les jeunes publics, surtout pendant les périodes de fêtes.

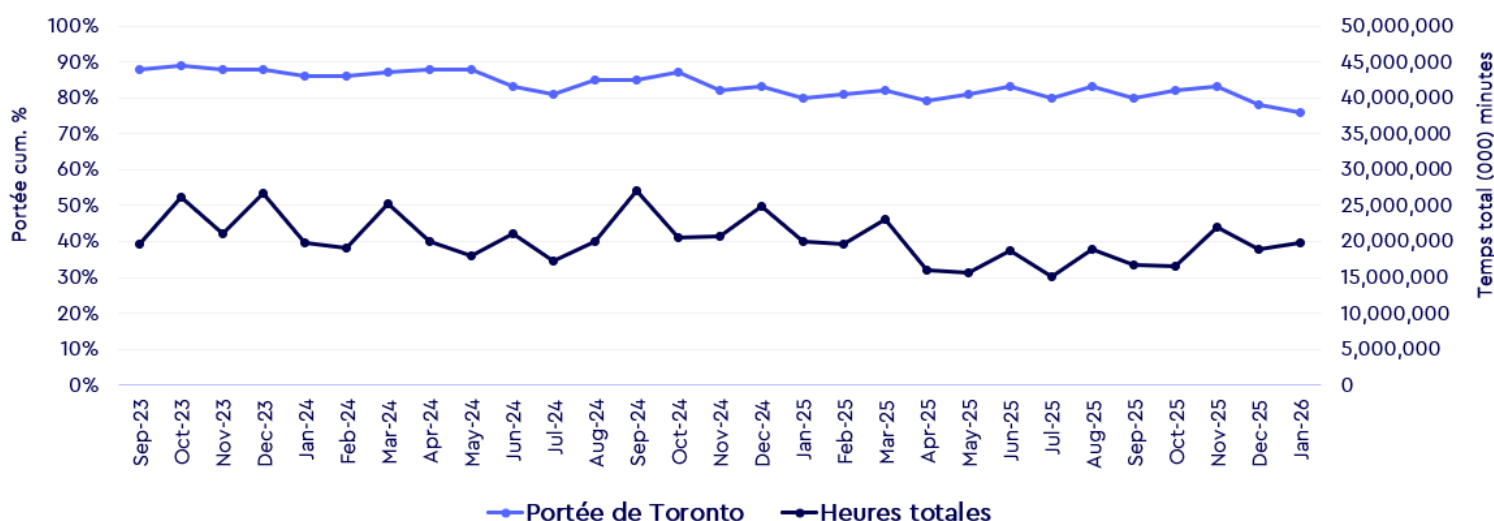
YouTube domine le visionnement en continu canadien avec 38 % des parts (T1 2026), alors qu'Amazon Prime (29 %) dépasse Netflix (20 %), révélant un marché concentré avec des préférences de plateforme nuancées entre les audiences anglophones et francophones du Canada.

Les audiences canadiennes-françaises affichent une préférence distincte pour le contenu local, TVA Montréal+ (95K AMA) dominant l'auditoire combiné de la télévision linéaire et du visionnement en continu sur ce marché.

Le Streaming Atteint Une Audience Constamment Élevée

- Bien que le visionnement en continu à Toronto atteigne constamment 85-90 % de l'auditoire, les heures de visionnement mensuelles ont fluctué de manière significative, oscillant entre 16 et 28 millions de minutes. Ça suggère que, même si une large portion du public torontois est constamment accessible via le streaming, son engagement réel et le temps passé à regarder varient considérablement, ce qui indique des tendances saisonnières fluctuantes.

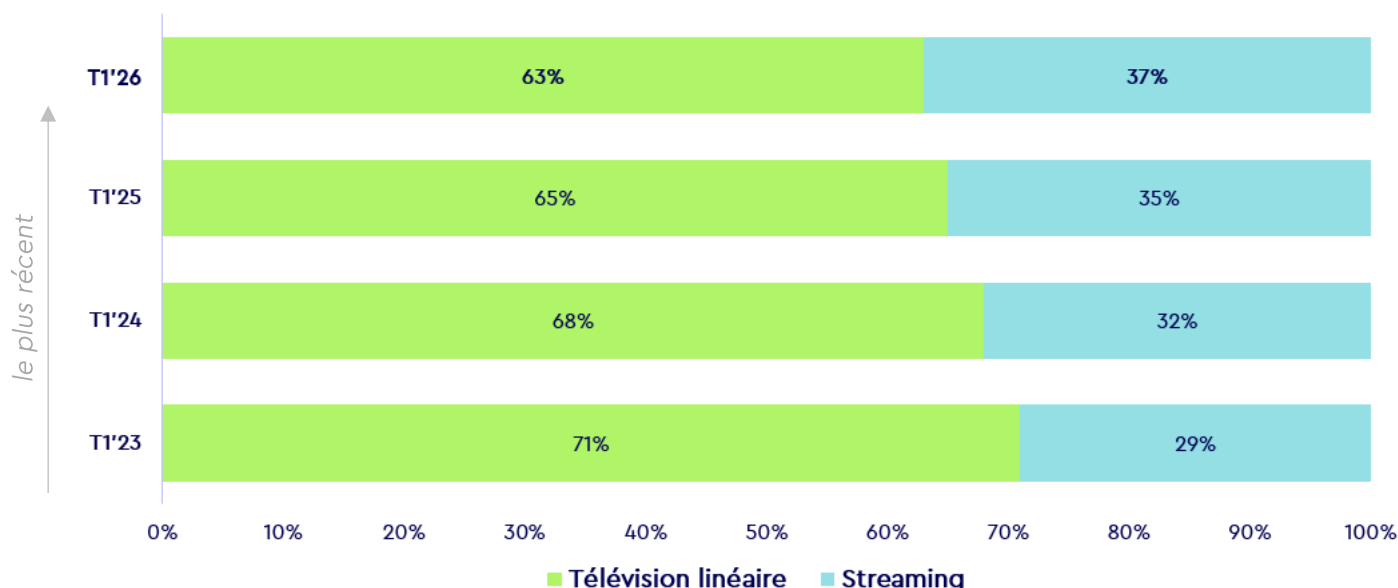
Portée totale end streaming et heures de visionnage par mois
Sept. 2023 à Janv. 2026



La Part De Marché Du Streaming A Bondi De 8 Points Au Cours Des 3 Dernières Années

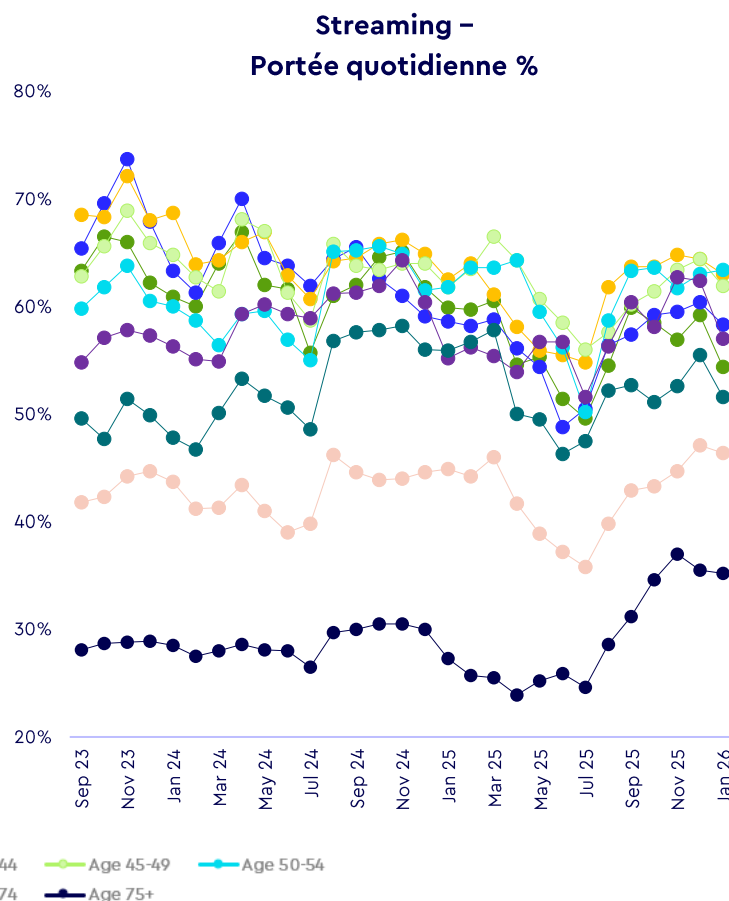
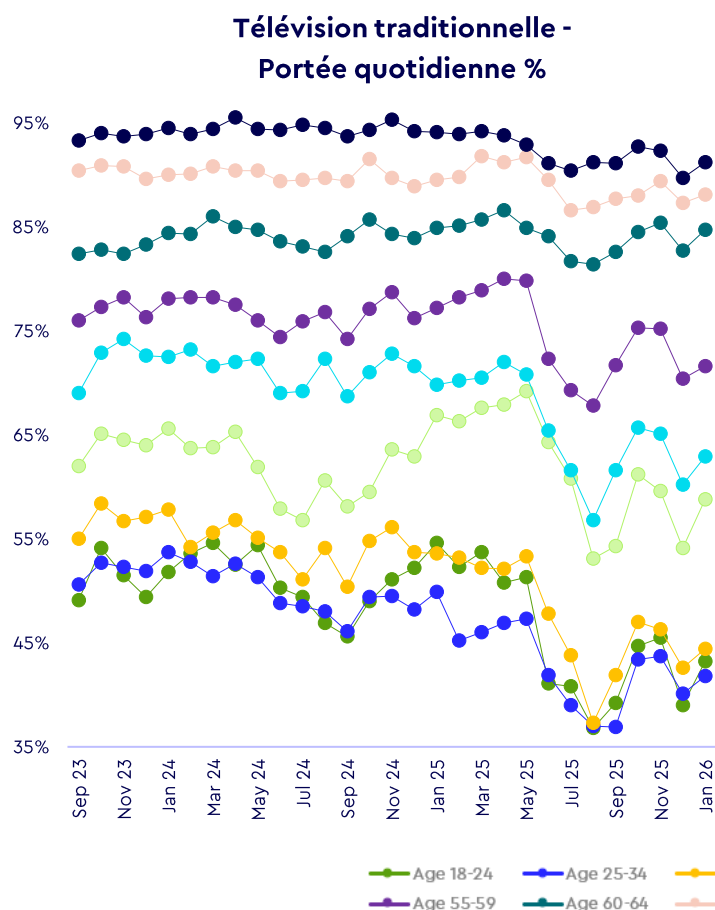
- La part du streaming a constamment augmenté d'année en année, passant de 29 % au T1 2023 à 37 % au T1 2026 (une augmentation de 8 points de pourcentage), tandis que la télévision linéaire a diminué de 71 % à 63 % durant la même période.

Part de l'utilisation totale (18+)



Rejoindre les Canadiens : Télé Linéaire ou Streaming

- **Le renversement démographique** : La portée de la télé linéaire est directement liée à l'âge, alors que la consommation de streaming inverse la tendance, atteignant son sommet chez les publics plus jeunes.
- La télé linéaire est stable pour les 55 ans et plus, mais a connu une chute spectaculaire durant l'été (juin-août 2025) pour les moins de 45 ans. Cependant, le streaming, universellement volatile, reflète cette réalité avec des hausses pendant les fêtes (sept.-déc.) et des accalmies estivales (juin-août)



Comment Naviguer Les Hauts Et Les Bas Saisonniers ?

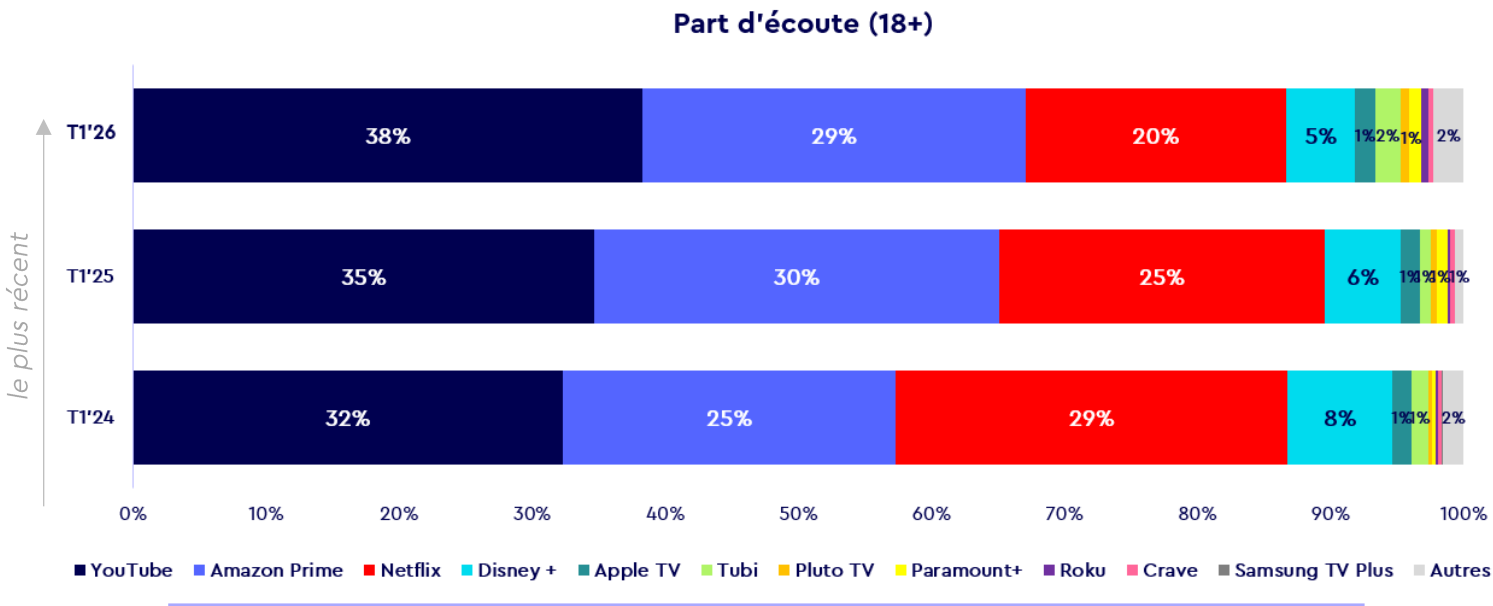
Cohorte des 55 ans et plus : Leur propre télé linéaire Cette démographie montre une consommation de télé linéaire stable toute l'année. C'est leur principal et plus fiable canal médiatique. Ne courez pas après les tendances pour ce segment; la fiabilité est essentielle.

Moins de 45 ans : Rejoignez-les là où ils se trouvent

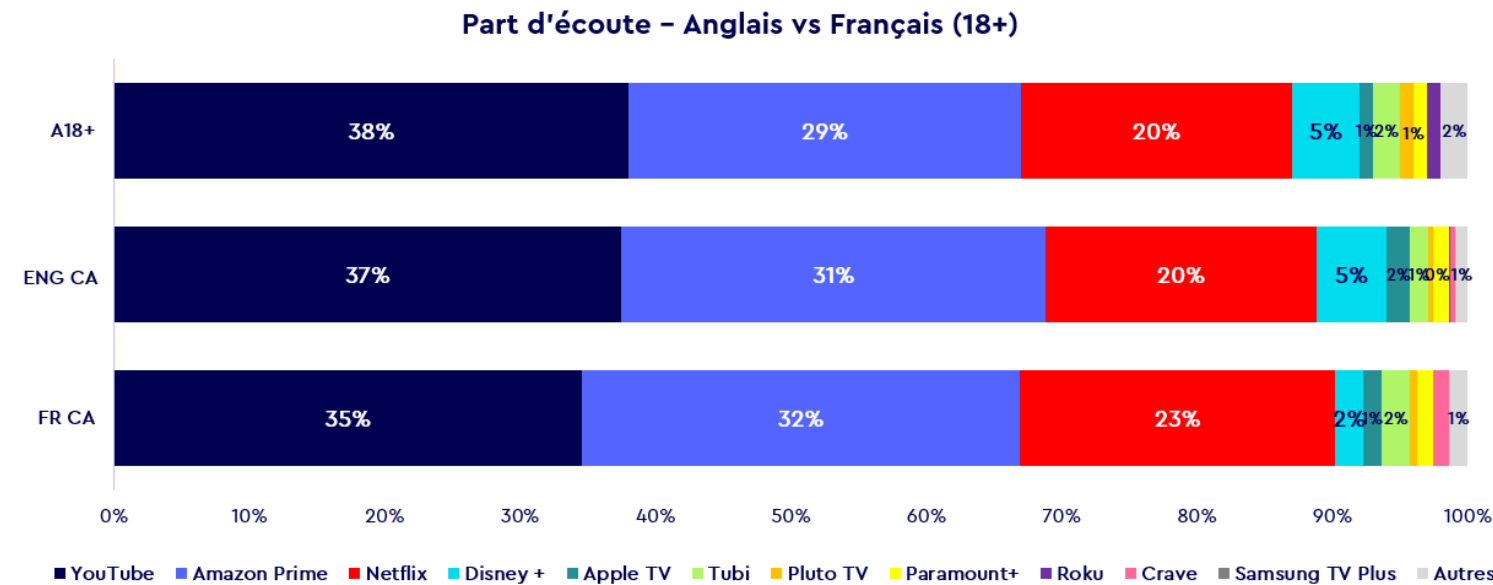
- Pendant les périodes de pointe des fêtes (sept.-déc.): Maximisez le *streaming* pendant les fêtes en anticipant les budgets, en réservant l'inventaire à l'avance et en utilisant de la créativité spécifique aux fêtes sur les plateformes de *streaming* durant le T4/T1 pour capter la consommation et l'intention d'achat maximales des jeunes publics. Complétez avec d'autres efforts numériques.
- À l'inverse, pendant les accalmies estivales (juin-août): Quand les écrans sont moins sollicités, à l'exception des sports, comparativement à la saison des fêtes du T1, adaptez-vous au "Mobile-First" (réseaux sociaux, audio) et à l'expérientiel (affichage extérieur, événements).

YouTube Domine Le Visionnement En Continu Et Continue De Croître

- YouTube a consolidé sa première place, sa part de marché en visionnement en continu passant de 32 % (T1 2024) à 38 % (T1 2026).
- Netflix a connu la baisse la plus marquée, chutant de 29 % (T1 2024) à 20 % (T1 2026) et tombant à la 3e place, étant dépassé par Amazon Prime.
- Amazon Prime s'est hissé à la 2e place, sa part passant de 25 % (T1 2024) à 29 % (T1 2026) après avoir atteint un sommet de 30 % (T1 2025); toutes les autres plateformes se sont maintenues sous les 5 %, confirmant ainsi une concentration du marché du visionnement en continu sur les trois principaux acteurs.



- YouTube domine le visionnement en continu dans les deux marchés, mais sa position est légèrement plus forte au Canada anglais (37 %) par rapport au Canada français (35 %).
- Netflix (23 % au Canada français contre 20 % au Canada anglais) et Amazon Prime (32 % au Canada français contre 31 % au Canada anglais) trouvent légèrement plus d'écho auprès des téléspectateurs franco-canadiens.
- Disney+ est plus faible au Canada français, avec un écart de 3 points par rapport au Canada anglais, ce qui pourrait refléter des différences de contenu ou de préférences linguistiques.



YouTube Domine Le Visionnement En Continu Au Canada; Le Canada Français, Lui, Préfère Le Contenu Local

- **Canada (total):** YouTube (709K AMA) domine largement le visionnement en continu, doublant Amazon Prime (297K), les plateformes de vidéos courtes (TikTok, Instagram Reels) se classant également bien.
- **Canada anglais:** Le classement reflète celui du Canada (total) (avec YouTube, Amazon Prime, TikTok et Netflix en tête), ce qui témoigne d'une forte préférence pour les plateformes de visionnement en continu mondiales par abonnement et les plateformes sociales.
- **Canada français:** À l'inverse, TVA Montréal+ (95K AMA) domine le classement combiné, surpassant YouTube et confirmant une forte affinité pour le contenu local francophone.

Les 20 principales chaînes en continu – T1 2026
Selon les AMA (000s) – 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	YOUTUBE	709	11	CRUNCHYROLL	14
2	AMAZON PRIME VIDEO	297	12	CRAVE	14
3	TIKTOK	296	13	PARAMOUNT PLUS	10
4	NETFLIX	191	14	PLUTO TV	9
5	INSTAGRAM REELS	151	15	SRC MONTREAL (CBFT)+	7
6	DISNEY PLUS	65	16	SPORTSNET ONT+	6
7	FACEBOOK VIDEO	41	17	ROKU CHANNEL	5
8	TWITCH TV	37	18	DAILY MOTION	4
9	APPLETV PLUS	24	19	FUBOTV	3
10	TUBITV	18	20	DAZN	2

Les 20 principales chaînes de télévision traditionnelle et Streaming –
T1 2026 Selon les AMA (000s) – 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	YOUTUBE	709	11	CITYTV ONTARIO (CITY)+	78
2	AMAZON PRIME VIDEO	297	12	W NETWORK+	71
3	TIKTOK	296	13	LCN+	69
4	NETFLIX	191	14	CTV TORONTO (CFTO)+	65
5	INSTAGRAM REELS	151	15	DISNEY PLUS	65
6	SPORTSNET ONT+	127	16	HISTORY+	62
7	TVA MONTREAL+	121	17	GLOBAL BC	54
8	TSN+	117	18	GLOBAL ONTARIO (CIII)+	53
9	INDIENET+	87	19	TSN1+	50
10	SRC MONTREAL (CBFT)+	80	20	RDI+	46

Les 20 principales chaînes Streaming – T1 2026
Selon les AMA (000s) – Anglais 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	YOUTUBE	146	11	TUBITV	3
2	AMAZON PRIME VIDEO	76	12	PARAMOUNT PLUS	3
3	TIKTOK	71	13	PLUTO TV	3
4	NETFLIX	53	14	SPORTSNET ONT+	2
5	INSTAGRAM REELS	15	15	CBS NEWS	1
6	DISNEY PLUS	15	16	FUBOTV	1
7	APPLETV PLUS	8	17	CRUNCHYROLL	1
8	TWITCH TV	6	18	GLOBAL ONTARIO (CIII)+	1
9	FACEBOOK VIDEO	6	19	TSN+	0.4
10	CRAVE	5	20	DAILY MOTION	0.3

Les 20 principales chaînes de télévision traditionnelle et Streaming – T1 2026
Selon les AMA (000s) – Anglais 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	YOUTUBE	146	11	TSN+	25
2	AMAZON PRIME VIDEO	76	12	CHCH+	20
3	TIKTOK	71	13	INSTAGRAM REELS	15
4	SPORTSNET ONT+	68	14	DISNEY PLUS PURE PLAY	15
5	NETFLIX	53	15	W NETWORK+	14
6	CTV TORONTO (CFTO)+	48	16	CBC TORONTO (CBLT)+	10
7	CITYTV ONTARIO (CITY)+	42	17	TSN4+	10
8	CP24 ONTARIO+	34	18	YES TV TORONTO	10
9	INDIENET+	30	19	CTV COMEDY+	10
10	GLOBAL ONTARIO (CIII)+	29	20	SHOWCASE+	9

Les 20 principales chaînes Streaming – T1 2026
Selon les AMA (000s) – Français 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	YOUTUBE	48	11	APPLETV PLUS	1
2	AMAZON PRIME VIDEO	27	12	DAILY MOTION	1
3	TIKTOK	20	13	PLUTO TV	1
4	NETFLIX	16	14	NOOVO MONTREAL	1
5	INSTAGRAM REELS	16	15	CRUNCHYROLL	1
6	SRC MONTREAL (CBFT)+	3	16	PARAMOUNT PLUS	1
7	FACEBOOK VIDEO	3	17	TVA MONTREAL+	1
8	CRAVE	2	18	TWITCH TV	0.4
9	TUBITV	2	19	DAZN	0.1
10	DISNEY PLUS	1	20	PLEX	0.1

Les 20 principales chaînes de télévision traditionnelle et Streaming – T1 2026
Selon les AMA (000s) – Français 18+

Rank	Stations	AMA (000)	Rank	Stations	AMA (000)
1	TVA MONTREAL+	95	11	INSTAGRAM REELS	16
2	SRC MONTREAL (CBFT)+	71	12	TQ TOTAL	12
3	YOUTUBE	48	13	ADDIK+	12
4	LCN+	38	14	TVA SPORTS+	11
5	AMAZON PRIME VIDEO	27	15	SERIES++	11
6	NOOVO MONTREAL	26	16	CANAL D+	9
7	RDS+	23	17	ELLE FICTIONS+	9
8	RDI+	21	18	TV5+	8
9	TIKTOK	20	19	CANAL VIE+	8
10	NETFLIX	16	20	PRISE 2+	8

Principaux réseaux et plateformes (Total T1 2026)

Les 40 principales plateformes et réseaux T1 2026 Selon les AMA (000s)

Stations	A18+	A18-24	A25-34	A35-44	A45-49	A50-54	A55-59	A60-64	A65-74	A75+
YouTube	709	90	191	145	53	52	46	44	64	25
Amazon Prime Video	297	22	50	68	22	25	21	25	45	20
TikTok	296	50	68	57	24	26	17	23	21	12
Netflix	191	16	36	44	19	24	11	13	20	8
Instagram Reels	151	11	39	34	11	14	12	10	16	5
Sportsnet Ont+	127	8	15	19	14	9	9	12	19	22
TVA Montreal+	121	4	4	6	6	7	8	17	40	29
TSN+	117	6	11	11	8	11	10	17	25	18
indieNET+	87	3	5	5	3	4	5	11	23	28
SRC Montreal (CBFT)+	80	2	3	6	4	5	5	11	28	17
Citytv Ontario (CITY)+	78	3	5	8	4	3	6	9	20	21
W Network+	71	1	4	5	2	5	3	6	28	18
LCN+	69	5	5	3	1	4	5	9	19	19
CTV Toronto (CFTO)+	65	2	5	5	2	2	4	7	18	20
Disney PLUS	65	6	16	20	5	4	4	5	5	1
History+	62	7	4	2	3	4	5	10	18	9
Global BC	54	2	3	2	1	3	6	6	16	15
Global Ontario (CIII)+	53	2	3	4	3	2	4	7	14	14
TSN1+	50	3	4	5	4	5	5	7	11	7
RDI+	46	1	3	3	1	2	2	10	12	13
CBC News Network+	45	1	1	1	2	1	4	6	9	22
Sportsnet Pac+	44	2	4	3	2	5	5	3	12	7
RDS+	43	4	4	5	2	4	3	5	9	7
Facebook Video	41	1	4	4	2	5	5	4	11	6
CP24 Ontario+	40	2	4	4	2	2	7	5	6	10
Sportsnet East+	38	2	4	4	3	2	3	4	8	9
Twitch TV	37	5	25	4	1	1	0	1	0	0
USA Network+	37	4	3	1	2	4	3	5	11	4
CHCH+	36	2	3	1	1	2	2	5	11	8
Global Edmonton (CITV)+	34	2	1	1	1	4	2	4	11	9
Showcase+	34	1	2	3	3	2	2	5	12	3
Sportsnet West+	34	3	2	5	2	3	2	3	8	5
Noovo Montreal (CFJP)+	33	1	2	4	2	4	2	5	9	4
CTV Comedy+	33	1	2	2	3	2	3	6	11	4
CTV Sci-Fi+	32	2	1	2	2	4	3	5	10	2
GameTV+	30	0	2	0	1	1	4	2	14	6
TSN4+	29	1	4	3	2	3	3	4	5	5
CTV News Channel+	28	1	1	1	1	1	1	2	10	9
Home Network+	27	1	2	2	1	2	2	4	6	6
Tele Quebec Total	25	1	1	1	1	1	1	4	8	6
SportsnetOne+	25	2	3	3	2	2	2	3	4	4

Principaux réseaux et plateformes (Heure de grande écoute)

Les 40 principales plateformes et réseaux en heure de grande écoute T1 2026
Selon les AMA (000)s

Stations	A18+	A18-24	A25-34	A35-44	A45-49	A50-54	A55-59	A60-64	A65-74	A75+
YouTube	1,012	121	259	227	79	77	66	62	88	35
Amazon Prime Video	536	32	83	123	43	50	40	46	79	40
TikTok	453	76	97	92	40	43	26	32	34	14
Netflix	431	34	71	97	44	52	27	35	51	21
Sportsnet Ont+	423	27	52	63	47	29	29	40	59	76
TSN+	290	17	31	31	20	24	27	40	57	42
TVA Montreal+	278	10	11	16	13	18	20	39	96	56
SRC Montreal (CBFT)+	270	6	9	19	14	17	18	37	95	55
Instagram Reels	235	17	54	54	19	24	18	17	23	7
indieNET+	205	6	12	14	6	6	9	21	49	81
Citytv Ontario (CITY)+	174	7	14	19	11	7	14	23	44	36
Global Ontario (CIII)+	146	5	10	13	8	7	11	18	42	33
TSN1+	135	10	12	14	10	12	13	18	27	19
CTV Toronto (CFTO)+	128	4	13	10	6	6	9	13	33	34
Sportsnet East+	125	7	15	14	9	8	11	12	25	26
Disney PLUS	125	11	29	39	11	9	7	9	9	2
Sportsnet Pac+	121	7	13	10	7	15	14	8	30	16
RDS+	116	11	11	16	6	11	9	13	23	17
W Network+	114	1	8	9	3	4	5	8	48	29
Sportsnet West+	112	10	8	18	7	10	7	8	27	16
Global BC	105	7	4	5	3	6	10	13	32	25
History+	101	4	9	3	3	6	11	16	32	17
Noovo Montreal (CFJP)+	95	4	8	12	6	12	7	12	23	11
TVA Sports+	81	6	7	9	4	6	5	10	16	18
TSN4+	75	4	12	11	4	5	7	10	11	10
LCN+	75	5	9	5	2	5	8	9	15	17
Sportsnet National ST+	71	7	12	19	10	11	3	3	4	2
Tele Quebec Total	69	2	2	3	3	3	3	11	24	18
CBC News Network+	67	1	1	2	1	1	4	7	12	38
SportsnetOne+	64	4	8	8	6	5	5	6	10	10
Facebook Video	64	2	5	7	4	8	7	7	17	8
Sportsnet Ont ST+	61	6	10	17	10	10	2	3	3	1
RDI+	61	2	4	2	1	3	4	12	16	16
CTV2 Barrie/Tor (CKVR)+	61	1	5	5	2	1	4	5	23	16
Showcase+	60	2	3	5	6	4	4	8	24	6
CHCH+	59	2	5	3	2	2	3	7	17	20
Twitch TV	58	6	42	7	1	1	0	1	0	0
Global Edmonton	57	2	2	2	2	5	3	9	18	14
Vision+	55	0	2	0	1	2	2	5	22	21
ADDIK+	54	4	4	3	1	3	3	11	16	10

Contributeurs



Astrid Rayni

Analyst principale, Recherche
WPP Media, Canada



Charu Verma

Directrice adjointe, Recherche
WPP Media, Canada



Ricky Lui

Directeur principal, Activation directe
WPP Media, Canada