

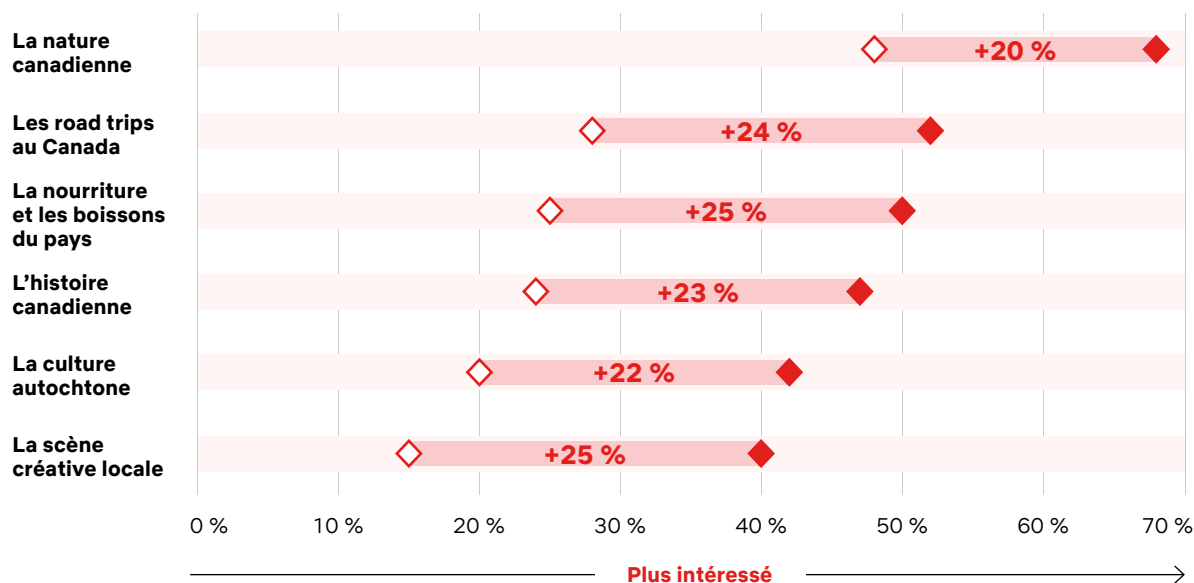
Comment le contenu canadien stimule le tourisme mondial et développe de plus grandes affinités culturelles avec le pays

Nous avons constaté que le contenu canadien est un moyen puissant de rapprocher les gens du Canada. Il développe des affinités culturelles plus profondes avec le pays et a une incidence significative sur le tourisme.



Les personnes ayant regardé du contenu canadien sont davantage intéressées par :

◇ Les personnes n'ayant pas vu de contenu canadien ◆ Les personnes ayant vu du contenu canadien



Globalement, les personnes qui ont regardé du contenu canadien sont :



2,1

fois **plus susceptibles** de mentionner que le pays est leur **première destination de voyage**



2,7

fois **plus susceptibles** de vouloir **apprendre le français**

“

Le contenu canadien sur Netflix a contribué à me faire apprécier l'histoire et la culture du Canada

un Américain de 74 ans

”

Netflix contribue à ce que les gens deviennent amoureux du Canada

Netflix propose des contenus canadiens captivants — documentaires, émissions de télévision et films — à des auditoires fidèles dans plus de 190 pays différents. Notre recherche a révélé que le contenu Netflix produit au Canada a un effet énorme sur les affinités culturelles en révélant le côté authentique du Canada, en immergeant les spectateurs dans la culture locale et en mettant en valeur des endroits éloignés.



Jusqu'au déclin

Les membres qui ont regardé ce **film d'action** sont **davantage intéressés** par les attrait suivants du Canada...



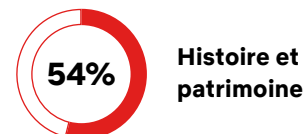
Phil a faim

Les membres qui ont regardé ce **documentaire de voyage** sont **davantage intéressés** par...



Anne with an E

Les membres qui ont visionné cette **dramatique historique** sont **davantage intéressés** à...



Le membres de Netflix sont :



1,8

fois **plus susceptibles** d'avoir **vu du contenu canadien** que les personnes qui ne regardent pas Netflix

Méthodologie : En novembre, la recherche BASIS a évalué les répercussions du contenu canadien sur les affinités envers la culture du Canada et le tourisme au Canada.

Le rapport regroupe les résultats d'études menées au Brésil, en France, en Allemagne, aux États-Unis, en Australie et en Suède. Au total, nous avons interrogé 13 500 personnes et testé 20 titres de Netflix.