



L'OTM JUNIOR DÉVOILE UNE NOUVELLE SÉRIE DE DONNÉES !

DÉCOUVREZ LES HABITUDES D'ÉCOUTE DES JEUNES CANADIENS

Le 7 mai 2020 - L'OTM Junior, un produit de l'Observateur des technologies médias (OTM) – le plus important outil de recherche sur l'utilisation des technologies et la possession d'appareils technologiques – se penche sur les habitudes de consommation des médias des Canadiens âgés de 2 à 17 ans. Cette saison, l'OTM Junior s'intéresse plus particulièrement à l'écoute de Netflix et de Disney+, aux balados, à YouTube, à TikTok, et à l'utilisation des contrôles parentaux, entre autres, afin de mieux comprendre les habitudes des jeunes consommateurs canadiens de médias.

Voici quelques faits saillants du nouveau rapport « La génération de demain » :

- 88 % des familles avec des enfants à la maison ont accès à au moins un service de visionnement en ligne, Netflix arrivant en tête, suivi d'Amazon Prime Vidéo et de Disney+.
- Un peu plus de la moitié des parents mentionnent avoir activé la fonction de contrôle parental sur au moins un de leurs appareils ou services. Les parents de jeunes enfants âgés de 2 à 6 ans sont plus susceptibles d'avoir recours au contrôle parental (60 %) que les parents d'adolescents (40 %).
- Les familles anglophones (53 %) utilisent plus souvent des services par contournement en covisionnement que les familles francophones (48 %), lesquelles regardent plus souvent la télévision traditionnelle en covisionnement (51 % vs 49 %).
- Plus de 8 enfants sur 10 ont regardé du contenu sur YouTube au cours du dernier mois, et ce, quotidiennement dans une proportion de 53 %.
- Facebook domine encore chez les adultes canadiens (18 ans et plus). Toutefois, Instagram est le site de réseautage social le plus populaire auprès des adolescents canadiens (12 à 17 ans), 67 % d'entre eux l'utilisant.

Pour en savoir plus, consultez notre site web [ici](#) ou communiquez avec nous pour que nous vous expliquions en quoi ces rapports uniques peuvent vous aider à comprendre le comportement des jeunes Canadiens.

[VOIR LE RAPPORT](#)

À PROPOS DE L' OTM JR.

L'OTM Junior, une division de l'Observateur des technologies médias, a produit la première étude annuelle sur les jeunes et les médias au Canada. L'OTM Junior a sondé un groupe de répondants en ligne composé de 1 660 ménages répartis en parts égales entre anglophones et francophones. Sur les 1 660 ménages sondés, il a été possible de recueillir des données sur 2 270 enfants. L'OTM Junior est une réalisation du Service de la recherche et de l'analyse stratégique de CBC/Radio-Canada.

Pour plus de détails ou si avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter par courriel à mtm.otm@radio-canada.ca ou par téléphone au 1-855-898-4999.