



REGARDER DES CONTENUS AVEC LES ENFANTS

Le 26 novembre 2020 - L'OTM Junior publie un rapport sur les jeunes et les parents qui regardent du contenu vidéo ensemble. Le visionnement de contenus vidéo est depuis longtemps une activité familiale. Malgré l'avènement de nouvelles sources de contenus et l'augmentation du nombre d'appareils personnels qui ont rendu le visionnement de vidéos une expérience plus individuelle, les parents continuent de se joindre à leurs enfants pour visionner des contenus. Le présent rapport offre un aperçu du covisionnement de la télévision linéaire, des services de vidéos par abonnement et de YouTube par les parents et les enfants âgés de 2 à 17 ans dans le marché canadien.

Voici quelques faits saillants de ce rapport :

- La grande majorité des parents regardent au moins un peu de contenu avec leurs enfants. Presque tous les parents (95 %) covisionnent la télévision linéaire avec leurs enfants et 93 % covisionnent avec eux des contenus sur des services de vidéo sur demande sur abonnement (VSDA) comme Netflix ou Disney+. Même si YouTube est le service vidéo le moins susceptible d'être utilisé pour le covisionnement avec des enfants, on observe tout de même que sept parents sur huit le font avec les leurs.
- En général, plus les enfants avancent en âge, plus le temps consacré au covisionnement avec leurs parents diminue. Tandis que les parents s'impliquent généralement plus dans ce que regardent leurs enfants plus jeunes, il semble que les adolescents se voient confier plus de responsabilités concernant ce qu'ils visionnent.
- Lorsque les parents passent plus de temps à covisionner des contenus avec leurs enfants, ils sont plus susceptibles d'être ceux qui choisissent quoi visionner. Plus les enfants avancent en âge, plus ce sont eux qui choisissent les contenus qu'ils regardent avec leurs parents.

Et ne manquez pas notre nouvelle infographie sur la découvrabilité. Cette dernière explore les manières utilisées par les parents pour découvrir du contenu vidéo et télévisuel adapté à leurs enfants.

VOIR LE RAPPORT ET L'INFOGRAPHIE GRATUITE

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 1660 ménages sondés, il a été possible de recueillir des données sur 2270 enfants. L'OTM Junior est une réalisation du Service de la recherche et de l'analyse stratégique de CBC/Radio-Canada.

Pour vous renseigner sur les abonnements à l'OTM Junior, communiquez avec Sylvie Danetz par courriel à sdanetz@nlogic.ca ou au téléphone au 647.438.1258.