



Publicités : ignorées ou aimées?

OTM JR. | 27 octobre 2022

L'OTM Jr publie un nouveau rapport sur la façon dont les adolescents réagissent aux publications avec publicités lorsqu'ils sont sur les réseaux sociaux. Les médias sociaux occupent une grande place dans la vie de nombreux adolescents, et il est difficile de les comprendre à titre d'individus si on ne tient pas compte de l'importance que les médias ont dans leur vie. Leur prédominance et la quantité d'information que les médias sociaux sont en mesure de recueillir sur leurs utilisateurs permettent à ces plateformes de personnaliser leurs contenus et publicités. Il est essentiel de comprendre comment les adolescents perçoivent la publicité et y réagissent, compte tenu de la nature unique des médias sociaux.

Ce rapport donne un bref aperçu de l'utilisation des médias sociaux chez les Canadiens de 12 à 17 ans et se concentre sur leurs comportements concernant les publicités sur les médias sociaux.

Faits saillants du rapport :

- L'utilisation des médias sociaux est demeurée stable depuis 2020. Près de neuf adolescents sur dix utilisent une plateforme de média social régulièrement.
- Quand une publicité apparaît pendant l'utilisation d'une application de média social, la grande majorité des adolescents la saute dès que c'est possible. Les adolescentes, les enfants du milieu et les adolescents qui possèdent un téléphone Samsung sont davantage portés à regarder la publicité quand elle apparaît.
- On observe une petite préférence pour les publicités présentées par des influenceurs plutôt que par des marques ou des vedettes. YouTube est de loin la plateforme citée par les adolescents pour les publicités qu'ils préfèrent.



ACCÉDER AU PORTAIL DE L'OTM

À propos de l'OTM

L'Observateur des technologies médias (OTM©) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada. Avec plus de 12 000 entretiens téléphoniques réalisés chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 200 000 Canadiens (répartis en parts égales entre francophones et anglophones) au cours des dix dernières années, ce qui en fait l'enquête de suivi sur les technologies médias la plus précise et complète qui soit. Pour en savoir plus sur l'OTM, visitez notre portail à l'adresse www.mtm-otm.ca ou appelez au : 1 855 898-4999.