



Découvrabilité du contenu au Canada

OTM 18+ / OTM JR. | 11 janvier 2024

L'Observateur des technologies médias (OTM) publie trois nouveaux rapports sur les diverses méthodes qu'utilisent les Canadiens pour découvrir de nouveaux contenus à regarder et à écouter.

Dans un paysage médiatique en constante évolution, les producteurs de contenu sont sans cesse à la recherche de façons novatrices d'entrer en contact avec de nouveaux auditoires. Si certaines méthodes restent fermement ancrées dans la tradition, comme les publicités dans les médias traditionnels tels que la télévision et la radio, d'autres adoptent une approche plus moderne, comme les campagnes dans les médias sociaux et les recommandations personnalisées sur les plateformes en ligne. De plus, la bonne vieille stratégie du bouche-à-oreille continue de jouer un rôle important dans la découvrabilité de contenu. Il faut aussi noter que différents types de contenu peuvent nécessiter des méthodes distinctes pour entrer en contact avec de nouveaux auditoires de façon efficace.

Pour notre analyse la plus approfondie réalisée à ce jour sur la découvrabilité, les rapports de l'OTM 18+ « Quoi regarder? » et « Quoi écouter? » se penchent sur la consommation des émissions de télévision, des films, de la musique et des balados par les Canadiens de 18 ans et plus. Le troisième rapport, « Trouver quelque chose de nouveau à regarder », propose un aperçu de la découvrabilité des contenus télévisés et vidéo chez les adolescents canadiens (12 à 17 ans).

Faites saillants des trois rapports :

- **Bouche-à-oreille** : Les recommandations des amis, des membres de la famille et des collègues demeurent la méthode la plus populaire pour découvrir de nouveaux contenus autant chez les adolescents que chez les adultes dans les quatre types de contenus observés dans nos sondages : télévision, films, musique et balados.
- **Émission de télévision et films** : Il y a beaucoup de chevauchements entre les méthodes utilisées pour trouver de nouvelles émissions et de nouveaux films à regarder. Les francophones sont plus portés que les anglophones à se fier aux publicités à la télévision et à la radio pour découvrir de nouvelles émissions. Parmi les francophones qui regardent des vidéos, un peu moins de la moitié (47 %) trouvent de nouveaux contenus télévisés par l'entremise des publicités à la télévision et à la radio; parmi les anglophones, ils sont seulement 32 % à utiliser ce moyen.
- **Nouvelle musique** : Près de la moitié (49 %) des auditeurs de musique trouvent de nouveaux contenus à écouter à la radio AM/FM. Souvent considérée comme un moyen plus traditionnel d'écouter de la musique, la radio demeure une vitrine pour le nouveau contenu.
- **Balados** : Pour découvrir de nouveaux contenus, les auditeurs de balados utilisent moins de méthodes que les consommateurs d'autres médias. En effet, plus de la moitié d'entre eux mentionnent seulement une ou deux méthodes parmi celles nommées dans le sondage. Par contre, en ce qui concerne les émissions de télé, les films et la musique, plus de la moitié des répondants disent utiliser trois méthodes ou plus.
- **Médias sociaux** : En ce qui concerne les campagnes de promotion et de marketing, les adolescents sont plus portés à mentionner les médias sociaux que la publicité. Le tiers des adolescents disent découvrir du nouveau contenu par les médias sociaux, où il est possible de promouvoir du contenu de nombreuses manières.

[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 12000 entretiens téléphoniques réalisés chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 200000 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.