



Visionnement connecté par les jeunes au Québec

Visionnement connecté par les jeunes au Québec

Décembre 2017

Équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM

Christine Thoër, Département de communication sociale et publique

Florence Millerand, Département de communication sociale et publique

Alexandre Coutant, Département de communication sociale et publique

Collaborateurs

Léger Recherche

Équipe de projet

Claire Bourget, directrice principale, Recherche marketing – CEFRIO

Katherine Vachon, chargée de projet, Recherche marketing – CEFRIO

Marie-Ève Lacombe, chargée de projet, Recherche marketing – CEFRIO

Équipe de coordination de l'édition – CEFRIO

Guillaume Ducharme, vice-président, Communications et affaires corporatives

Annie Lavoie, conseillère en communications

Crédits photos

Pexel

© CEFRIO 2017. Tous droits réservés. L'information contenue dans ce document ne peut être utilisée ou reproduite par une tierce partie, à moins d'une autorisation écrite du CEFRIO.

Table des matières

Introduction	5
Objectifs de recherche	7
Méthodologie	9
Profil des répondants	11
1. Les foyers québécois : connectés et équipés	12
2. Les jeunes et les appareils numériques	15
3. L'environnement de visionnement	17
4. La place du contenu francophone	23
5. La découverte et le partage des contenus regardés en ligne	25
6. Les activités réalisées sur Internet	29
7. Le choix des contenus visionnés en ligne	31
Conclusion	37
Bibliographie	39

Liste des tableaux

Tableau 1 : Les appareils disponibles au foyer avec jeunes pour accéder à du contenu sur Internet.....	13
Tableau 2 : Les services d'abonnements payants dont disposent les foyers avec jeunes	14
Tableau 3 : Les appareils numériques dont les jeunes disposent personnellement	15
Tableau 4 : Les appareils utilisés pour le visionnement connecté par les jeunes.....	16
Tableau 5 : La fréquence de visionnement en ligne de contenus par les jeunes pour se divertir	18
Tableau 6 : Les moments consacrés par les jeunes au visionnement connecté	21
Tableau 7 : Pourcentage des jeunes qui regardent seuls les contenus en ligne	21
Tableau 8 : Le lieu de visionnement par les jeunes	22
Tableau 9 : La langue d'écoute des contenus connectés par les jeunes.....	23
Tableau 10 : La quantité de choix de contenu en français sur Internet par les jeunes	23
Tableau 11 : L'usage des sous-titres par les jeunes.....	24
Tableau 12 : Les manières dont sont trouvés les contenus par les jeunes	25
Tableau 13 : Satisfaction des jeunes des recommandations de contenus reçues	26
Tableau 14 : Le partage du contenu visionné en ligne avec d'autres personnes.....	27
Tableau 15 : Les moyens de partage utilisés par les jeunes	27
Tableau 16 : Les personnes avec qui les jeunes partagent le contenu visionné en ligne aimé	27
Tableau 17 : La proportion des jeunes qui lisent les commentaires d'autres usagers	28
Tableau 18 : La proportion des jeunes qui écrivent des commentaires à d'autres usagers	28
Tableau 19 : Une journée type des jeunes sur Internet (en semaine).....	29
Tableau 20 : Une journée type des jeunes sur Internet (en fin de semaine)	30
Tableau 21 : Les applications ou sites Web utilisés pour du contenu connecté par les jeunes	31
Tableau 22 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 12-15 ans	35
Tableau 23 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 16-18 ans	35
Tableau 24 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 19-25 ans	35
Tableau 25 : Les chaînes de YouTubers les plus regardées au cours du dernier par mois.....	36
Tableau 26 : Nombre d'abonnés des YouTubers en date du 11 mai 2017.....	36

Liste des figures

Figure 1 : Le temps passé en semaine par les jeunes à regarder des contenus connectés	19
Figure 2 : Le temps passé en fin de semaine par les jeunes à regarder des contenus connectés ...	19
Figure 3 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 12 à 15 ans.....	33
Figure 4 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 16 à 18 ans.....	33
Figure 5 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 19 à 25 ans.....	34

Introduction

Le divertissement en ligne est une pratique de plus en plus répandue chez les Québécois. Nos données les plus récentes indiquent que 60 % des adultes québécois regardent des vidéos en ligne sur des plateformes comme YouTube¹. Sans surprise, ce sont les jeunes de 18 à 24 ans qui en visionnent le plus (84 %). À ce sujet, de plus en plus, le contenu vidéo sur Internet s'adresse aux jeunes, dont les 12-18 ans, et même les moins de 12 ans. Certains sites Web permettent de visionner des épisodes complets en ligne, d'interagir et de consulter des contenus exclusifs. Or, jusqu'à aujourd'hui, on en savait peu sur les habitudes des jeunes en matière de visionnement connecté, particulièrement chez les jeunes de moins de 18 ans. Que regardent-ils sur le Web? Comment choisissent-ils le contenu qu'ils visionnent? Via quelles plateformes y accèdent-ils?

À la suite d'une série de groupes de discussion réalisés sur le sujet par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM, le CEFRIO a réalisé une enquête Web pour répondre à ces questionnements et pour ainsi mieux comprendre les habitudes de visionnement en ligne des jeunes québécois de 12 à 25 ans.

Les résultats de cette enquête ont permis de constater que les habitudes et le contexte de visionnement connecté varient avec l'âge. En effet, selon qu'ils appartiennent à l'un ou l'autre des 3 segments d'âge des 12-15 ans, des 16-18 ans ou des 19-25 ans, les jeunes ont des habitudes de visionnement sur le Web qui sont différentes. Les plus jeunes privilégient le contenu de courte durée. L'équipement utilisé pour le visionnement connecté varie aussi selon que ces jeunes habitent encore ou non chez leurs parents. De manière générale, l'ensemble des jeunes sont très actifs sur Internet et ils regardent fréquemment du contenu en ligne. Nos résultats indiquent aussi que, malgré l'offre grandissante de contenu en anglais sur le Web, les jeunes québécois de 12 à 25 ans regardent aussi du contenu en français, comme par exemple des séries québécoises.

Nous espérons que les résultats de cette recherche apporteront un éclairage sur la jeune clientèle que constitue les jeunes de 12 à 25 ans au Québec en matière de visionnement connecté, et que les producteurs et diffuseurs de l'industrie sauront s'en inspirer pour offrir à cette jeune clientèle du contenu de qualité toujours renouvelé.

¹ CEFRIO, 2016, *NETendances - Le divertissement en ligne au Québec*, en ligne, enquête menée auprès de 1 000 adultes québécois, [<http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-FasciculeDivertissementenligne-FINAL.pdf>].



Objectifs de recherche

Les objectifs visés par cette recherche sur les habitudes de visionnement connecté chez les jeunes québécois de 12 à 25 ans sont les suivants :

- Identifier les équipements servant au visionnement connecté par les jeunes internautes québécois et les raisons motivant ces choix. Une distinction est faite entre les appareils mobiles et les autres types d'appareils;
- Identifier les modalités de visionnement du contenu vidéo en ligne des jeunes internautes québécois, notamment le moment de la journée ou de la semaine où ils en regardent, la durée de leur écoute et leur lieu de visionnement;
- Identifier les contenus visionnés de type films, émissions, séries, vidéos ou clips;
- Identifier les facteurs d'influence (parents, amis, réseaux sociaux, suggestions faites par les sites de diffusion), déterminant le choix en ligne du contenu vidéo, ainsi que les sources (site Internet, média social, courriel, publicité sur Internet, etc.) qui renvoient les jeunes vers les plateformes de divertissement vidéo sur Internet;
- Identifier les plateformes de diffusion de vidéos (Netflix, Tou.tv, YouTube, Vimeo, sites illégaux, iTunes, etc.) utilisées par les jeunes internautes québécois;
- Identifier la langue dans laquelle les jeunes internautes visionnent le contenu vidéo en ligne et comparer celle-ci avec la langue parlée à la maison.



Méthodologie

L'enquête a été administrée sur Internet en utilisant le panel « LégerWeb » de la firme Léger Recherche Stratégie Conseil. La collecte a été réalisée du 7 au 20 février 2017 auprès de 1 504 jeunes âgés de 12 à 25 ans. Il s'agit de jeunes francophones ou non francophones mais dont une des langues parlées régulièrement au foyer est le français. Une autorisation a été demandée aux parents des jeunes âgés de 12 à 15 ans pour la participation de ces derniers à l'étude. La durée moyenne pour répondre au questionnaire a été de 13 minutes.

Par ailleurs, des quotas ont été imposés selon les variables suivantes :

- L'âge : un tiers des répondants âgés de 12 à 15 ans, un tiers des répondants âgés de 16 à 18 ans et un tiers des répondants âgés de 19 à 25 ans;
- La région : la moitié des répondants habitant la région de Montréal RMR, la moitié des répondants habitant les autres régions du Québec;
- Le genre : la moitié des garçons/hommes, la moitié des filles/femmes.

Finalement, à l'aide des statistiques de la population du Québec de l'Institut de la statistique du Québec, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge et les régions afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

TOTAL RÉPONDANTS : 1 504			
	Total non pondéré	Total pondéré	Total %
Région :			
MTL RMR	686	576	38 %
Autres régions	818	928	62 %
Âge :			
12 à 15 ans	500	396	26 %
16 à 18 ans	502	331	22 %
19 à 25 ans	502	778	52 %
Genre :			
Garçon	703	763	51 %
Fille	801	741	49 %

Note :

Les chiffres **en rouge** dans ce rapport indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % – **en gras rouge**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

Les chiffres **en bleu** dans ce rapport indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % – **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.



Profil des répondants

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Total pondéré	1504	396	331	778
Unité familiale :				
Nucléaire c.-à-d. avec père et mère	46 %	63 %	42 %	40 %
Recomposée	12 %	16 %	15 %	8 %
Monoparentale	14 %	20 %	20 %	9 %
Autre	19 %	0 %	4 %	35 %
Sans réponse	9 %	1 %	19 %	8 %
Nombre de personnes au foyer :				
1	5 %	0 %	1 %	9 %
2	20 %	9 %	10 %	29 %
3	24 %	21 %	22 %	26 %
4 et +	48 %	70 %	49 %	36 %
Sans réponse	3 %	0 %	18 %	0 %
Revenu du ménage :				
Moins de 20 000 \$	12 %	5 %	10 %	17 %
20 000 \$ - 39 999 \$	14 %	9 %	9 %	20 %
40 000 \$ - 59 999 \$	14 %	14 %	11 %	15 %
60 000 \$ - 79 999 \$	11 %	18 %	9 %	9 %
80 000 \$ - 99 999 \$	10 %	14 %	10 %	7 %
100 000 \$ - 119 999 \$	8 %	12 %	9 %	6 %
120 000 \$ ou plus	12 %	18 %	12 %	8 %
Sans réponse	19 %	10 %	30 %	18 %

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Total pondéré	1504	396	331	778
Langue parlée à la maison :				
Le français seulement	81 %	85 %	82 %	79 %
Le français et l'anglais	15 %	12 %	13 %	18 %
Le français et l'arabe	1 %	1 %	1 %	1 %
Le français et une autre langue	3 %	2 %	4 %	2 %
Lieu de naissance du répondant, de la mère et du père :				
Néo-Canadien ²	12 %	10 %	14 %	13 %
Canadien	87 %	90 %	86 %	87 %
Sans réponse	1 %	0 %	0 %	1 %

² Considéré comme un Néo-Canadien si le répondant ou au moins l'un de ses parents (père, mère ou les deux) est né à l'extérieur du Canada.

1. Les foyers québécois : connectés et équipés

La grande majorité des foyers québécois comptant des jeunes de 12 à 25 ans dispose d'une connexion Internet à très haute vitesse à la maison (90 %), permettant entre autres de regarder des films en haute définition ou de jouer en ligne, sans coupure ou interruption. Chez l'ensemble des foyers québécois, ce pourcentage est de 63 % en 2016³.

Au Québec, en 2017, chez les foyers qui en possèdent, on compte en moyenne 1 ordinateur de table, 2 ordinateurs portables, 2 téléviseurs HD et 2 consoles de jeux vidéo⁴. Ainsi, on constate que les foyers disposent maintenant d'une variété d'équipements pour accéder à des contenus en ligne dont notamment des ordinateurs, des tablettes, des télévisions HD de type Smart TV ou des consoles de jeux. Cependant, nos résultats indiquent que hors du foyer familial, les jeunes âgés de 19 à 25 ans sont relativement moins nombreux à faire usage de tablettes, de consoles de jeux vidéo, d'enregistreurs numériques haute définition ou même d'ordinateurs fixes. Le revenu du ménage influence le type d'équipement dont disposent les foyers. Les foyers dont le revenu familial annuel est de 80 000 \$ et plus sont plus nombreux à posséder à la maison des équipements électroniques leur permettant d'accéder à des contenus en ligne : dans ce groupe, 78 % possèdent des tablettes, 71 % des consoles de jeux et 70 % des enregistreurs numériques HD.

En 2017, 33 % des foyers québécois disposent d'une télévision connectée Smart TV.

Source : NETendances 2017, Portrait numérique des foyers québécois

³ CEFRIO, 2016, *NETendances – Portrait numérique des foyers québécois*, en ligne, enquête menée auprès de 1 002 adultes québécois, [<http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/Fascicule2016-Portraitnumriquedesfoyersqubcois02112016.pdf>].

⁴ CEFRIO, 2017, *NETendances – Portrait numérique des foyers québécois*, en ligne, enquête menée auprès de 1 002 adultes québécois, [http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/Fascicule2017-Portraitnumriquedesfoyersqubcois_final.pdf].

Tableau 1 : Les appareils disponibles au foyer avec jeunes pour accéder à du contenu sur Internet

	Total	Foyers avec 12-15 ans	Foyers avec 16-18 ans	Foyers avec 19-25 ans
Connexion Internet très haute vitesse	90 %	88 %	89 %	90 %
Téléphone intelligent	86 %	81 %	86 %	89 %
Ordinateur portable	83 %	79 %	82 %	86 %
Tablette numérique	65 %	77 %	74 %	55 %
Consoles de jeux vidéo	64 %	73 %	66 %	59 %
Enregistreur numérique haute définition	54 %	65 %	59 %	46 %
Ordinateur fixe	52 %	60 %	58 %	46 %
Télévision haute définition de type Smart TV	48 %	52 %	52 %	45 %
Baladeur numérique ou MP3	24 %	34 %	23 %	18 %
Lecteur multimédia en continu	22 %	18 %	21 %	24 %

Question : À la maison, lesquels des appareils suivants peuvent être utilisés pour accéder à des films, émissions, séries, vidéos ou clips en ligne ? Base : Total répondants (n= 1 504)

Par ailleurs, regarder la webtélé est une pratique de plus en plus courante chez les Québécois. En effet, en 2017, 50 % des adultes québécois regardent ou téléchargent via le Web des émissions, des séries télévisées ou des films⁵. Bien que la webtélé gratuite demeure populaire, les Québécois sont plus nombreux en 2017 à télécharger du contenu vidéo payant. Malgré que près de la moitié des adultes québécois ne dépensent rien en produits de divertissement en ligne, ils sont tout de même 37 % à le faire. Et, lorsqu'ils le font, ils dépensent moins de 10 \$ par mois⁶.

En 2017, 53 % des foyers québécois branchés à Internet sont abonnés à un service payant pour visionner des films ou des séries. Cette proportion était de 40 % en 2016.

Source : NETendances 2017, Portrait numérique des foyers québécois

⁵ CEFRIQ, 2017, NETendances - Le divertissement en ligne au Québec, enquête menée auprès de 1 003 adultes québécois, à paraître en janvier 2018.,

⁶ Idem.

Parmi les services d'abonnements payants pour visionner des films ou des séries sur Internet, Netflix ressort nettement comme le plus populaire, en étant présent dans 50 % de l'ensemble des foyers comptant des jeunes de 12 à 25 ans. De plus, les foyers de la région métropolitaine de Montréal disposent d'un abonnement à Netflix dans une proportion de 61 % contre 43 % pour le reste du Québec. Le deuxième service d'abonnement payant le plus populaire est Club Illico, présent dans 26 % de l'ensemble des foyers.

Tableau 2 : Les services d'abonnements payants dont disposent les foyers avec jeunes

	Total	Foyers avec 12-15 ans	Foyers avec 16-18 ans	Foyers avec 19-25 ans
Netflix	50 %	37 %	46 %	58 %
Club Illico	26 %	27 %	25 %	27 %
Forfait Extra d'ICI Tou.tv	9 %	7 %	8 %	10 %
CraveTV	2 %	0 %	1 %	2 %
Autre service	8 %	8 %	9 %	7 %
Aucun de ces services	29 %	38 %	30 %	24 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	2 %

Question : À la maison, disposez-vous des services d'abonnements payants suivants pour visionner des films ou des séries sur Internet ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Les jeunes ont également beaucoup insisté sur le fait qu'Internet favorise le visionnement d'une grande diversité de séries et leur permet de construire une grille très personnalisée qui peut s'entrecroiser avec le visionnement de certaines émissions à la télévision (journal télévisé, émissions de sport notamment le hockey, certaines émissions d'affaires publiques).

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

2. Les jeunes et les appareils numériques

La présente enquête permet de constater que les jeunes de 16 à 25 ans disposent personnellement en grande majorité d'un téléphone intelligent. Quant aux plus jeunes de 12 à 15 ans, ils disposent personnellement davantage d'une tablette numérique, probablement celle de leurs parents.

Une étude réalisée en 2014 par la firme Ipsos auprès de 1 944 jeunes âgés de 18 à 32 ans révélait que 2 jeunes sur 3 possédaient déjà un téléphone intelligent depuis l'âge de 13 ans. Cette étude révélait également que 73 % des jeunes conservaient leur téléphone mobile avec eux en tout temps. Non seulement le taux d'adoption est de plus en plus élevé chez les jeunes, mais aussi le téléphone intelligent est de plus en plus présent dans la vie de tous les jours des jeunes.

Source : Durand, Luc (2017), Ipsos Québec

Tableau 3 : Les appareils numériques dont les jeunes disposent personnellement

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Téléphone intelligent	81 %	51 %	89 %	94 %
Tablette numérique	49 %	63 %	46 %	43 %
Ordinateur fixe	36 %	31 %	35 %	39 %
Ordinateur portable	74 %	50 %	70 %	88 %

Question : Disposez-vous personnellement d'un(e) ... ?

Base : Total répondants (n= 1 504) Plusieurs réponses possibles

La tablette numérique : préférée des plus jeunes pour le visionnement connecté

Pour le visionnement connecté, 47 % des jeunes de 12 à 15 ans utilisent la tablette numérique. Pour leur part, les jeunes âgés de 16 à 25 ans optent davantage pour l'ordinateur fixe ou portable de même que le téléphone intelligent.

Tableau 4 : Les appareils utilisés pour le visionnement connecté par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Ordinateur fixe ou portable	65 %	43 %	58 %	79 %
Téléphone intelligent	45 %	31 %	54 %	48 %
Télévision standard haute définition	37 %	35 %	39 %	38 %
Tablette numérique	33 %	47 %	34 %	25 %
Télévision haute définition (HD) de type Smart TV	26 %	27 %	24 %	26 %
Console de jeux vidéo	26 %	27 %	27 %	26 %
Lecteur multimédia en continu	12 %	11 %	12 %	14 %
Baladeur numérique et MP3	7 %	17 %	5 %	3 %

Question : Quand vous regardez en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips, sur quels appareils le faites-vous ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

3. L'environnement de visionnement

Les jeunes québécois de 12 à 25 ans consomment du contenu de manière connectée fréquemment et plus longtemps durant la fin de semaine. De plus, ils le font principalement seuls, à la maison et en soirée.

En 2017, regarder des vidéos en ligne sur des plateformes comme YouTube est l'activité de divertissement pratiquée par une grande proportion d'adultes québécois (59 %) ⁷. Le même constat est fait chez les jeunes dans la présente étude, alors que plus de la moitié des 12 à 25 ans interrogés (57 %) regardent quotidiennement en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour se divertir. Ceci étant dit, les plus jeunes y passent plus de temps, et de façon plus fréquente. D'ailleurs, 63 % des 12 à 15 ans le font quotidiennement.

⁷ CEFRIO, 2017, *NETendances - Le divertissement en ligne au Québec*, enquête menée auprès de 1 003 adultes québécois, à paraître en janvier 2018.

Tableau 5 : La fréquence de visionnement en ligne de contenus par les jeunes pour se divertir

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
De façon quotidienne	57 %	63 %	57 %	54 %
De façon hebdomadaire	30 %	26 %	33 %	31 %
De façon mensuelle	11 %	10 %	9 %	13 %

Question : Aujourd’hui, à quelle fréquence regardez-vous en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour vous divertir ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

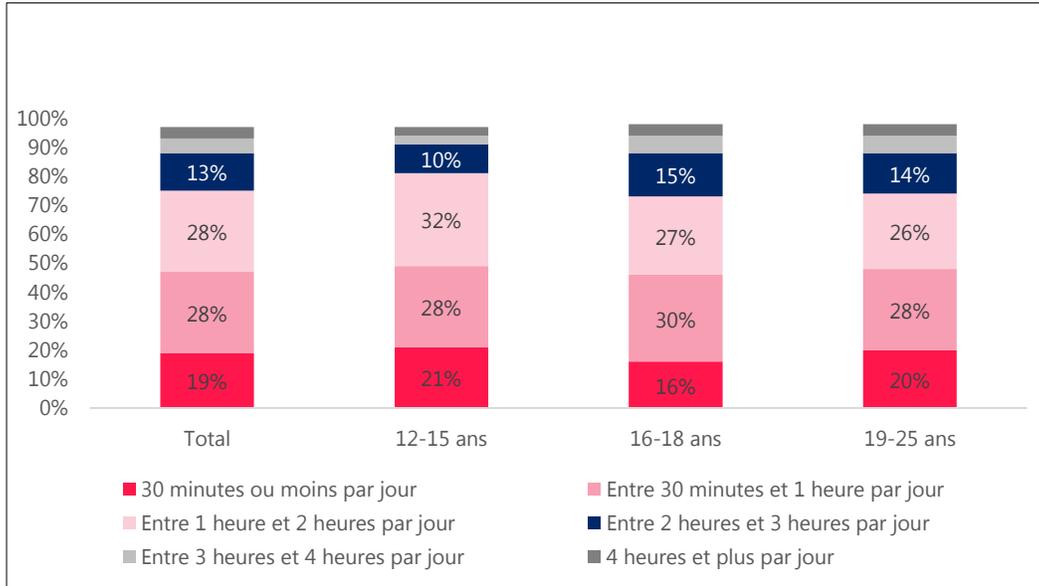
Résultat de groupes de discussion réalisés par l’équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l’UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Le temps accordé au visionnement de séries occupe une place importante dans le quotidien des jeunes. La totalité des jeunes participants rencontrés dans le cadre de groupes de discussion ont mentionné pratiquer des « marathons » ou « *binge-watching* », c’est-à-dire qu’ils visionnent en rafale sur une longue durée (une journée entière ou même une fin de semaine complète) des épisodes d’une série. Selon eux, le *streaming* incite le visionnement en rafale, la plateforme leur proposant généralement d’autres épisodes quelques secondes après le visionnement d’un premier. Avant de commencer le visionnement d’une série, certains jeunes attendent même qu’une quantité suffisante d’épisodes soient disponibles. De cette façon, ils n’ont pas à patienter entre les épisodes et ils en écoutent plus d’un à la fois. De plus, on observe que le dispositif d’enchaînement automatique sur Netflix comme sur Facebook favorise le visionnement d’un grand nombre de vidéos.

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

En plus de regarder fréquemment du contenu en ligne, les jeunes consacrent beaucoup de temps à cette activité. En semaine, ils sont la moitié à y consacrer une heure et plus par jour alors qu’en fin de semaine, c’est près de 3 jeunes sur 4 (73 %) qui en font autant. On constate aussi que durant la fin de semaine, ce sont les jeunes de 12-15 ans qui passent davantage de temps à regarder du contenu en ligne avec 82 % des jeunes de ce groupe qui y consacrent une heure et plus par jour.

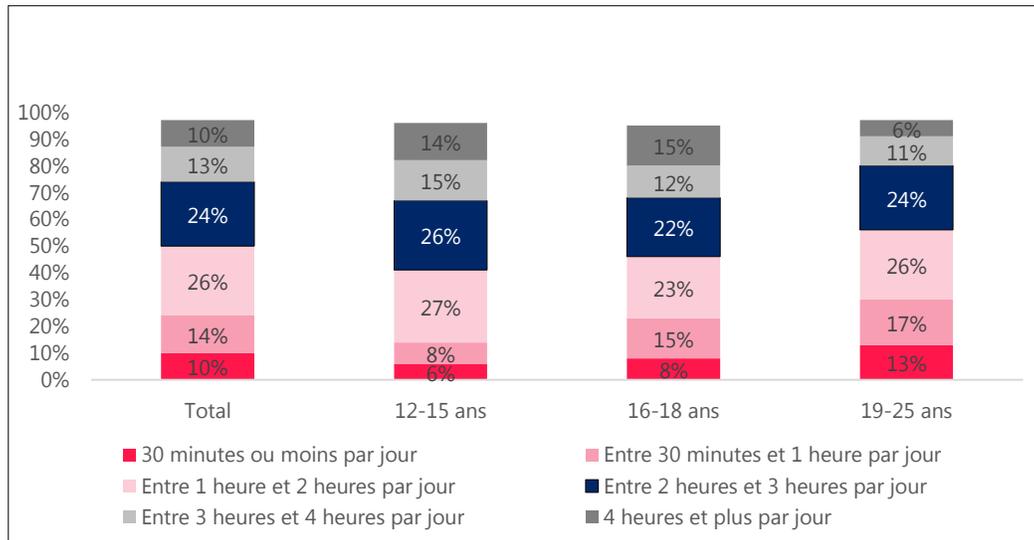
Figure 1 : Le temps passé en semaine par les jeunes à regarder des contenus en ligne



Question : Lors d'une journée type de semaine/fin de semaine, combien de temps passez-vous en ligne à regarder des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour vous divertir ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Figure 2 : Le temps passé en fin de semaine par les jeunes à regarder des contenus en ligne



Question : Lors d'une journée type de semaine/fin de semaine, combien de temps passez-vous en ligne à regarder des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour vous divertir ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Tous les participants ont rapporté avoir eu des difficultés à évaluer le temps qu'ils consacraient aux activités et contenus de divertissement en ligne. Plusieurs raisons étaient mentionnées. Tout d'abord, les jeunes s'engagent dans plusieurs activités simultanées sur Internet et trouvent peu aisé d'identifier le temps consacré à une activité en particulier. Ensuite, évaluer le temps consacré à visionner des contenus au format court, comme les vidéos sur YouTube, leur est difficile parce qu'ils en regardent un grand nombre d'affilée, et ne savent pas dire, au final combien ils en ont vu. Par ailleurs, pour les plus jeunes, qui regardent des contenus télévisuels à la télévision ou sur Internet (entre autres sur les sites de rediffusion), identifier ce qui est visionné de manière connectée ou via la télévision traditionnelle ne semble pas toujours évident, et ce d'autant plus que le téléviseur peut être utilisé pour accéder à des contenus en ligne, par exemple via une console de jeux connectée.

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

On constate qu'en fin de semaine, les moments consacrés au visionnement connecté sont plus répartis à travers la journée. Par ailleurs, en semaine, ce sont 86 % des jeunes qui visionnent du contenu en ligne en soirée, comparativement à 56 % qui le font en soirée durant la fin de semaine. A titre de comparaison, du côté de la télévision, c'est aussi la majorité des émissions québécoises francophones qui sont présentées en soirée.

Tableau 6 : Les moments consacrés par les jeunes au visionnement connecté

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
En semaine				
En matinée	19 %	23 %	17 %	17 %
En après-midi, incluant le lunch	19 %	17 %	15 %	21 %
En soirée, incluant le souper	86 %	88 %	86 %	85 %
Un peu n'importe quand	14 %	12 %	16 %	14 %
En fin de semaine				
En matinée	28 %	38 %	21 %	25 %
En après-midi, incluant le lunch	31 %	40 %	30 %	28 %
En soirée, incluant le souper	56 %	52 %	52 %	60 %
Un peu n'importe quand	40 %	45 %	47 %	35 %

Question : En semaine (lundi au vendredi) / la fin de semaine (samedi et dimanche), lorsque vous regardez en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour vous divertir, le faites-vous surtout ...?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Notre enquête montre également que le visionnement des films, émissions, séries, vidéos ou clips se fait surtout en solitaire. Cela est particulièrement vrai chez les jeunes de 12-18 ans. Quant au lieu de visionnement, c'est principalement à la maison que les jeunes s'installent pour visionner films, émissions, séries, vidéos ou clips pour se divertir.

Tableau 7 : Pourcentage des jeunes qui regardent seuls les contenus en ligne

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui, toujours ou presque	35 %	42 %	42 %	29 %
Oui, assez souvent	41 %	40 %	47 %	39 %
Oui, mais seulement à l'occasion	18 %	16 %	9 %	22 %
Non, jamais	5 %	2 %	2 %	8 %
Ne savent pas	1 %	-	-	2 %

Question : Quand vous regardez en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips, le faites-vous seul(e) ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Tableau 8 : Le lieu de visionnement par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Total à la maison :	97 %	99 %	99 %	96 %
À la maison, dans votre chambre	73 %	72 %	83 %	70 %
À la maison, ailleurs que dans votre chambre	60 %	60 %	53 %	64 %
Total ailleurs :	20 %	16 %	19 %	23 %
En visite chez des amis ou membres de votre famille	9 %	9 %	8 %	9 %
À l'école	7 %	4 %	9 %	8 %
Au travail <i>*(16 ans et plus)</i>	4 %	0 %	1 %	7 %
Dans les transports (autobus, métro, auto, taxi)	4 %	4 %	4 %	4 %
Dans un lieu public (bibliothèque, café, cybercafé, parc)	4 %	2 %	6 %	4 %

Question : Où êtes-vous généralement installés pour regarder en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips pour vous divertir ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes Québécois de 12 à 25 ans

Les jeunes québécois visionnent des vidéos en ligne en accomplissant des tâches qu'ils jugent peu intéressantes, pratiquant ainsi le multitâches. Parmi les activités mentionnées, la vaisselle, le ménage et les devoirs sont des activités superposées à l'écoute de vidéos en ligne. On choisit ainsi des séries ou vidéos plus courts et plus légers. Chez les jeunes femmes, le bruit de fond occasionné par une série est sécurisant particulièrement lorsqu'elles sont seules à la maison. Il s'agit d'ailleurs d'un moyen d'occuper son temps lorsqu'on est seul.

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

4. La place du contenu francophone

Lorsque le contenu n'est pas disponible en français, c'est en anglais que 99 % des jeunes que nous avons interrogés regardent en ligne les films, les émissions, les séries, les vidéos et les clips. L'anglais est de loin la deuxième langue d'écoute la plus utilisée, dominant nettement toute autre langue. Par exemple, l'espagnol est utilisé comme deuxième langue par seulement 6 % des répondants. Le français a tout de même sa place dans le visionnement connecté chez les jeunes, et ce, surtout au sein du groupe des 12-15 ans. Dans ce groupe, ils sont 76 % à regarder toujours ou la plupart du temps en français les films, les émissions, les séries, les vidéos et les clips sur Internet comparativement à 59 % chez les 16-18 ans et de 49 % chez les 19-25 ans.

Ce sont seulement 52 % des jeunes interrogés qui trouvent qu'il y a en français sur Internet un bon choix de films, émissions, séries, vidéos ou clips. C'est encore plus vrai de la part des jeunes de 12-15 ans (62 %). Ceci étant dit, comme nous le verrons plus loin dans ce rapport, les séries québécoises dites « premium » ont la cote auprès des jeunes.

Tableau 9 : La langue d'écoute des contenus connectés par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Toujours en français	22 %	31 %	22 %	18 %
La plupart du temps en français	36 %	45 %	37 %	31 %
Parfois en français	32 %	19 %	32 %	39 %
Jamais en français	9 %	5 %	9 %	11 %
Ne savent pas	1 %	-	-	1 %

Question : En quelle(s) langue(s) sont les films, émissions, séries, vidéos ou clips que vous regardez en ligne ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Tableau 10 : La quantité de choix de contenu en français sur Internet par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui	52 %	62 %	47 %	49 %
Non	38 %	25 %	42 %	44 %
Ne savent pas	10 %	13 %	11 %	7 %

Question : Trouvez-vous qu'il y a en français sur Internet un bon choix de films, émissions, séries, vidéos ou clips ? **Base :** Total répondants (n= 1 504)

Puisqu'ils écoutent souvent du contenu en anglais, les jeunes de 19 à 25 ans font usage plus souvent de sous-titres (41 % avec mentions toujours ou assez souvent) lorsqu'ils écoutent du contenu de manière connectée.

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

À leur avis, Internet favorise un visionnement d'une grande diversité de séries qui leur permet de se bâtir une grille personnalisée. De plus, le visionnement connecté permet une plus grande liberté quant au choix des versions. En effet, les jeunes participants aux groupes de discussion ont mentionné accéder aux versions originales des séries avec l'ajout de sous-titres en anglais. Par ailleurs, l'absence de pauses publicitaires est grandement appréciée.

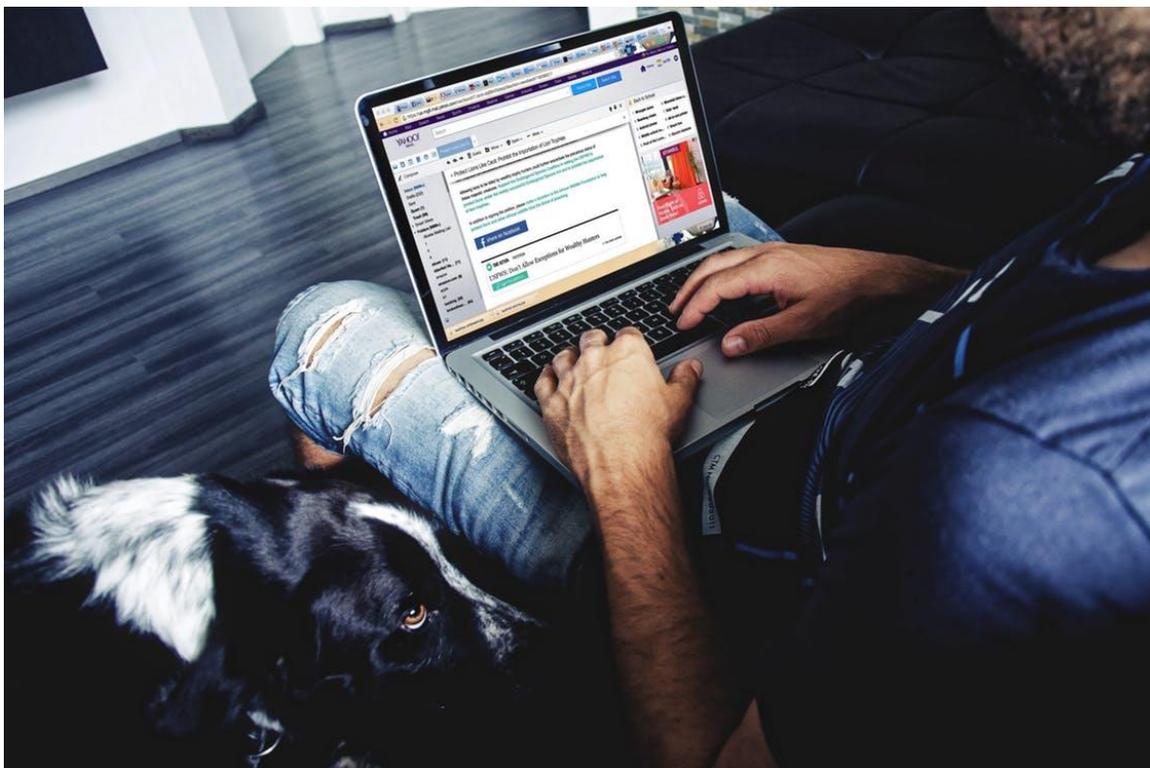
Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

Tableau 11 : L'usage des sous-titres par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Toujours ou presque	12 %	8 %	10 %	15 %
Assez souvent	23 %	19 %	20 %	26 %
Seulement à l'occasion	32 %	32 %	37 %	30 %
Jamais	32 %	40 %	33 %	28 %
Ne savent pas	1 %	1 %	-	1 %

Question : Vous arrive-t-il d'utiliser des sous-titres lorsque vous regardez des films, émissions, séries, vidéos ou clips en ligne qui ne sont pas en français ?

Base : Répondants n'écoutant pas toujours le contenu en ligne en français (n=1 167)



5. La découverte et le partage des contenus regardés en ligne

Les suggestions des amis : moyen privilégié utilisé pour trouver du contenu

Plus de la moitié (57 %) des jeunes interrogés trouvent du contenu à visionner par des suggestions d'amis en personne et 41 % via des suggestions d'amis via les réseaux sociaux comme Facebook. Les 2 réseaux sociaux les plus utilisés par ce groupe d'âge sont de loin Facebook et YouTube. Une autre façon de découvrir le contenu est directement sur les sites ou applications utilisées (par exemple : recommandations de YouTube, Netflix). Cette façon est utilisée par 42 % des jeunes interrogés.

Tableau 12 : Les manières dont sont trouvés les contenus par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Par des suggestions des amis en personne	57 %	53 %	58 %	59 %
Directement sur les sites ou applications utilisées (par exemple : recommandations de YouTube, Netflix)	42 %	38 %	43 %	44 %
Par des suggestions d'amis via les réseaux sociaux comme Facebook	41 %	40 %	42 %	41 %
Par une recherche sur Google ou autre moteur de recherche sur Internet	29 %	28 %	25 %	31 %
Par des suggestions de YouTubers et autres vedettes du Web	24 %	35 %	24 %	19 %
Par des suggestions des frère(s) ou sœur(s)	22 %	21 %	24 %	23 %
Par des suggestions des parents (mère/père)	21 %	22 %	25 %	18 %
Par de la publicité en ligne (par exemple sur Facebook)	16 %	12 %	16 %	18 %
Par des suggestions de sites Web spécialisés	8 %	2 %	6 %	11 %

Question : Comment trouvez-vous les films, émissions, séries, vidéos ou clips que vous regardez en ligne ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Tous les jeunes rencontrés ont par ailleurs mentionné visionner les vidéos proposées par les systèmes de recommandations personnalisées et automatisées. Ces suggestions automatisées les entraînent d'une vidéo à l'autre, étirant le temps de visionnement : « *Souvent sur YouTube, mettons j'ai aimé plein de YouTubers, puis là, ça me fait genre des suggestions basées sur ce que j'aime [...] je suis comme « hey, il a l'air cool celui-là », je clique dessus et il y a plein d'autres affaires* » (fille, 12-13 ans). Se laisser guider par les suggestions constitue pour certains une stratégie de recherche en soi (penser à un contenu connu que l'on a aimé pour en faire surgir d'autres) : « *Je n'ai pas d'idée précise, donc, je pense, à un film, et il y a beaucoup de suggestions, que ce soit sur YouTube, ou sur Google, il y a toujours des liens vers autre chose, films annexe ou connexe* » (garçon, 20-25 ans). En prenant pour point de départ un contenu qu'ils ont aimé, les jeunes n'éprouvent pas le besoin de réfléchir au genre précis auquel il appartient.

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

La satisfaction face aux suggestions reçues est d'ailleurs plutôt élevée. Elle est même de 91 % chez les jeunes de 12 à 15 ans, et de 89 % chez les 16 à 18 ans.

Tableau 13 : Satisfaction des jeunes des recommandations de contenus reçues

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui, toujours	16 %	14 %	14 %	17 %
Oui, la plupart du temps	72 %	77 %	75 %	69 %
Non, rarement	6 %	4 %	6 %	8 %
Non, jamais	1 %	1 %	1 %	1 %
Ne savent pas	5 %	4 %	4 %	5 %

Question : Êtes-vous satisfait en général des suggestions de films, émissions, séries, vidéos ou clips à regarder que vous proposent les sites comme YouTube et Netflix ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Les jeunes partagent les contenus qu'ils ont aimés avec d'autres

L'enquête révèle que les jeunes partagent leurs coups de cœur avec leurs amis proches surtout. C'est un peu plus vrai chez les jeunes de 19 à 25 ans (53 %) qui partagent un peu davantage avec d'autres les films, émissions, séries, vidéos ou clips qu'ils ont aimés. Ce partage des coups de cœur se fait surtout en personne (face à face) ainsi que par texto ou message instantané

Tableau 14 : Le partage du contenu visionné en ligne avec d'autres personnes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui, toujours ou presque	14 %	8 %	13 %	17 %
Oui, assez souvent	33 %	27 %	31 %	36 %
Oui, mais seulement à l'occasion	33 %	35 %	38 %	30 %
Non, jamais	19 %	28 %	18 %	15 %
Ne savent pas	1 %	2 %	-	2 %

Question : Partagez-vous les films, émissions, séries, vidéos ou clips que vous avez aimés avec d'autres personnes ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Tableau 15 : Les moyens de partage utilisés par les jeunes

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
En personne	71 %	61 %	64 %	77 %
Envoi d'un message (Messenger, texto ou autre messagerie et chat)	51 %	50 %	52 %	51 %
Le partage sur les réseaux sociaux	33 %	39 %	32 %	31 %
En parlant au téléphone	15 %	7 %	14 %	19 %
Par une ou des applications sur leur téléphone intelligent ou tablette	7 %	8 %	8 %	6 %
Envoi d'un courriel	6 %	5 %	5 %	6 %

Question : Comment partagez-vous les films, émissions, séries, vidéos ou clips à visionner en ligne ?

Base : Répondants qui partagent le contenu aimé (n= 1 196) *Plusieurs réponses possibles*

Tableau 16 : Les personnes avec qui les jeunes partagent le contenu visionné en ligne aimé

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Leurs amis proches	80 %	76 %	83 %	81 %
Leur famille (mère, père)	42 %	47 %	46 %	39 %
Leur famille (frères, sœurs)	39 %	38 %	39 %	39 %
Leurs amis moins proches	10 %	4 %	9 %	13 %
Les personnes avec qui ils échangent en ligne	10 %	11 %	10 %	10 %
Autres personnes	8 %	2 %	5 %	12 %

Question : Lorsque vous partagez les films, émissions, séries, vidéos ou clips que vous regardez en ligne, avec qui le faites-vous ?

Base : Répondants qui partagent le contenu aimé (n= 1 196) *Plusieurs réponses possibles*

Peu de jeunes lisent ou écrivent des commentaires sur le contenu visionné en ligne

Au total, 39 % des jeunes interrogés lisent toujours ou la plupart du temps les commentaires des autres usagers, par exemple sur YouTube. La proportion de ceux et celles qui écrivent des commentaires à d'autres usagers, par exemple sur une vidéo sur YouTube, est cependant plus faible. Seulement 11 % mentionnent le faire soit la plupart du temps (8 %) ou toujours (3 %).

Tableau 17 : La proportion des jeunes qui lisent les commentaires d'autres usagers

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui, toujours	6 %	5 %	6 %	6 %
Oui, la plupart du temps	33 %	28 %	33 %	36 %
Non, rarement	45 %	51 %	46 %	41 %
Non, jamais	15 %	15 %	14 %	15 %

Question : Est-ce que vous lisez les commentaires des autres usagers (par exemple sur YouTube) ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Tableau 18 : La proportion des jeunes qui écrivent des commentaires à d'autres usagers

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Oui, toujours	3 %	1 %	3 %	4 %
Oui, la plupart du temps	8 %	8 %	5 %	9 %
Non, rarement	32 %	38 %	37 %	27 %
Non, jamais	56 %	52 %	55 %	58 %

Question : Est-ce que vous écrivez des commentaires quand vous regardez en ligne un film, une émission, une série, une vidéo ou un clip (par exemple une vidéo sur YouTube) ?

Base : Total répondants (n= 1 504)

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Les conseils des amis sont d'ailleurs souvent sollicités par celui ou celle qui recherche une série et les réseaux sociaux offrent la possibilité de poser la question à un plus grand nombre de personnes. Audrey, publie sur sa page Facebook la demande suivante : « Appel aux utilisateurs de Netflix, auriez-vous une série à recommander dont les épisodes durent 40 minutes ou plus. J'ai déjà vu et aimé *Orange is The New Black*, *Downtown Abbey*, *Call the Midwife*, Merci ! »

Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)

6. Les activités réalisées sur Internet

Une journée type sur Internet

Les jeunes de 12-15 ans sont en majorité à regarder des vidéos, par exemple des vidéos drôles ou de YouTubers. Le jeu en ligne est plus souvent réalisé par les garçons, tandis que les filles sont plus nombreuses à aller sur les réseaux sociaux et à faire du clavardage. Les 5 activités réalisées le plus souvent sur Internet sont les mêmes durant la semaine et la fin de semaine. Ce n'est que l'ordre qui diffère légèrement.

Sur Internet, les jeunes de 16-18 ans sont nombreux à aller sur des sites de réseaux sociaux et à échanger avec d'autres, soit par clavardage ou texto. Ce sont les deux activités réalisées le plus souvent par ces jeunes et ce, tant durant la semaine que durant la fin de semaine.

Quant aux jeunes de 19-25 ans, ils sont eux aussi nombreux à aller sur des sites de réseaux sociaux, tant la semaine que la fin de semaine. Ceci étant dit, ils sont aussi nombreux à écouter des séries, plus particulièrement durant la fin de semaine.

Tableau 19 : Une journée type des jeunes sur Internet (en semaine)

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Regarder des vidéos	71 %	83 %	76 %	62 %
Aller sur des sites de réseaux sociaux	76 %	66 %	80 %	80 %
Écouter de la musique	63 %	62 %	68 %	61 %
Échanger avec d'autres personnes sur Messenger (ou autres logiciels de clavardage)	61 %	59 %	67 %	60 %
Échanger avec d'autres via des textos	54 %	46 %	65 %	53 %
Rechercher des informations pour son travail ou ses études	48 %	38 %	50 %	53 %
Regarder des séries	46 %	33 %	45 %	53 %
Regarder des films	45 %	34 %	50 %	48 %
Consulter ou écrire des courriels	45 %	19 %	38 %	61 %
Rechercher des informations sur des sujets qui les intéressent ou les préoccupent	41 %	28 %	39 %	47 %
Jouer à des jeux en ligne	37 %	56 %	40 %	27 %
Faire du magasinage ou acheter en ligne	31 %	12 %	26 %	43 %
Aller sur des sites de nouvelles / d'actualité	29 %	9 %	23 %	42 %
Lire des forums sur des thèmes qui les intéressent	14 %	9 %	12 %	17 %

Question : Quelles activités faites-vous au cours d'une journée type de semaine (du lundi au vendredi) sur Internet ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Tableau 20 : Une journée type des jeunes sur Internet (en fin de semaine)

	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
Aller sur des sites de réseaux sociaux	74 %	65 %	77 %	76 %
Regarder des vidéos	68 %	80 %	72 %	60 %
Échanger avec d'autres personnes sur Messenger (ou autres logiciels de clavardage)	62 %	61 %	67 %	60 %
Écouter de la musique	59 %	62 %	67 %	54 %
Regarder des films	57 %	49 %	61 %	59 %
Regarder des séries	52 %	42 %	55 %	57 %
Échanger avec d'autres via des textos	51 %	43 %	61 %	51 %
Jouer à des jeux en ligne	41 %	58 %	43 %	31 %
Consulter ou écrire des courriels	41 %	22 %	35 %	53 %
Rechercher des informations pour son travail ou ses études	37 %	25 %	37 %	43 %
Rechercher des informations sur des sujets qui les intéressent ou les préoccupent	36 %	26 %	37 %	40 %
Faire du magasinage ou acheter en ligne	31 %	14 %	28 %	41 %
Aller sur des sites de nouvelles / d'actualité	25 %	7 %	22 %	34 %
Lire des forums sur des thèmes qui les intéressent	13 %	9 %	12 %	15 %

Question : Quelles activités faites-vous au cours d'une journée type de fin de semaine (samedi et dimanche) sur Internet ?

Base : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

7. Le choix des contenus visionnés en ligne

YouTube en tête pour le visionnement connecté

Pour regarder du contenu en ligne, les jeunes utilisent principalement YouTube, Facebook, Netflix et les sites de télévision. YouTube est privilégié par 86 % des 12 à 15 ans, tandis que Netflix et les sites de chaînes de télévision sont un peu plus populaires chez les jeunes de 19-25 ans (55 % utilisent Netflix et 36 % utilisent les sites de télévision).

Tableau 21 : Les applications ou sites Web utilisés pour du contenu connecté par les jeunes

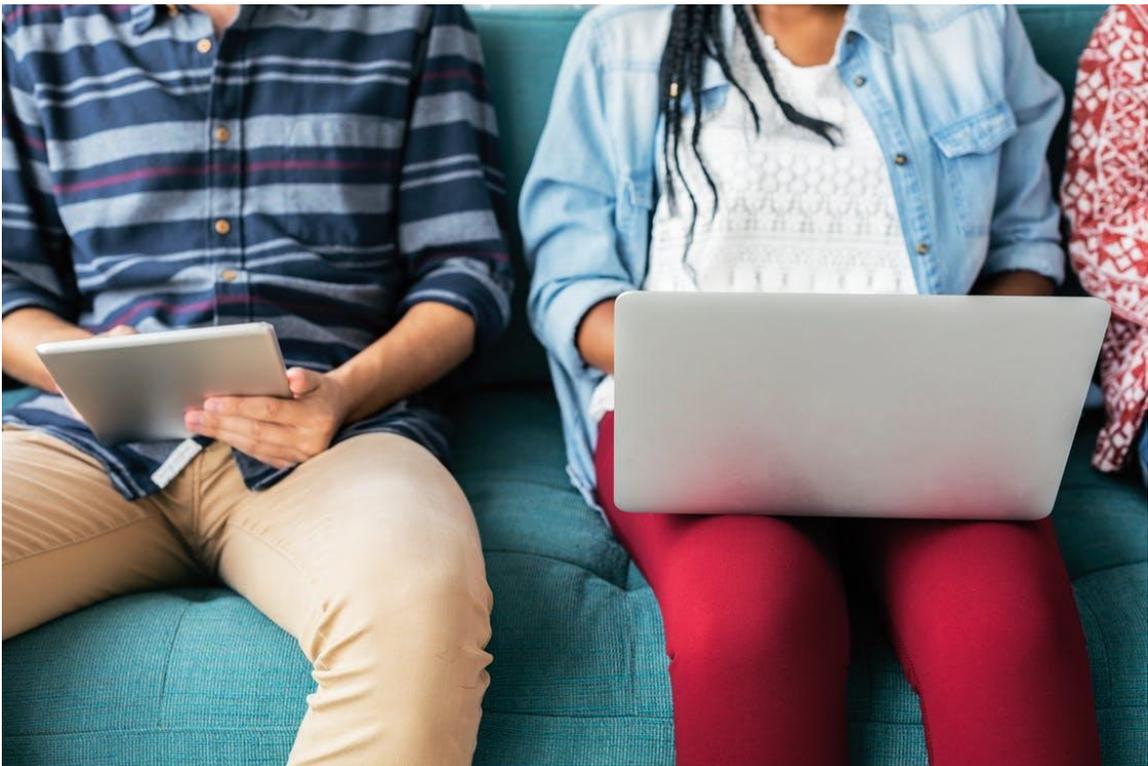
	Total	12-15 ans	16-18 ans	19-25 ans
YouTube	80 %	86 %	82 %	75 %
Facebook	52 %	50 %	53 %	52 %
Netflix	49 %	37 %	50 %	55 %
Sites de télévision	33 %	28 %	30 %	36 %
Snapchat	30 %	28 %	33 %	29 %
Instagram	25 %	24 %	26 %	25 %
ICI Tou.tv	20 %	9 %	13 %	28 %
Sites torrents	15 %	6 %	13 %	20 %
Noovo de V	12 %	4 %	9 %	18 %
Apple.tv	10 %	8 %	10 %	11 %
Pinterest	9 %	11 %	8 %	9 %
Twitter	5 %	3 %	5 %	5 %
Google Plus	4 %	5 %	4 %	4 %
Twitch	4 %	4 %	2 %	5 %
Music.ly	2 %	6 %	2 %	1 %
Autre(s)	4 %	3 %	4 %	5 %

Question : Parmi les applications ou sites Web suivants, lesquels utilisez-vous pour regarder en ligne des films, émissions, séries, vidéos ou clips ? **Base** : Total répondants (n= 1 504) *Plusieurs réponses possibles*

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

La façon de concevoir et de catégoriser les contenus varie tout d'abord selon les formats et les plateformes utilisées. De manière générale, tous les jeunes rencontrés distinguent les formats longs des formats courts. Les formats longs sont plus souvent des contenus issus de la télévision ; il s'agit notamment de séries, principalement américaines, que les jeunes visionnent en grand nombre, d'émissions de télé-réalité, d'affaires publiques, talkshow, documentaires, etc., diffusés sur les sites des chaînes ou sites de rediffusion, comme tou.tv et sur les sites de streaming illégal (DPSStream, SolarMovie, Popcorn Time, Couchtuner etc.) ou légal (Netflix). Les formats courts sont des vidéos de toutes sortes qu'ils regardent sur différentes plateformes, comme YouTube, et dont ils apprécient particulièrement la courte durée : « *En fait, je suis plus sur YouTube parce que c'est plus facile à accéder. Tu fais juste cliquer et c'est genre trois minutes les vidéos. Mais, genre, une série tu dois rester 20 minutes minimum* » (garçon, 14-16 ans).

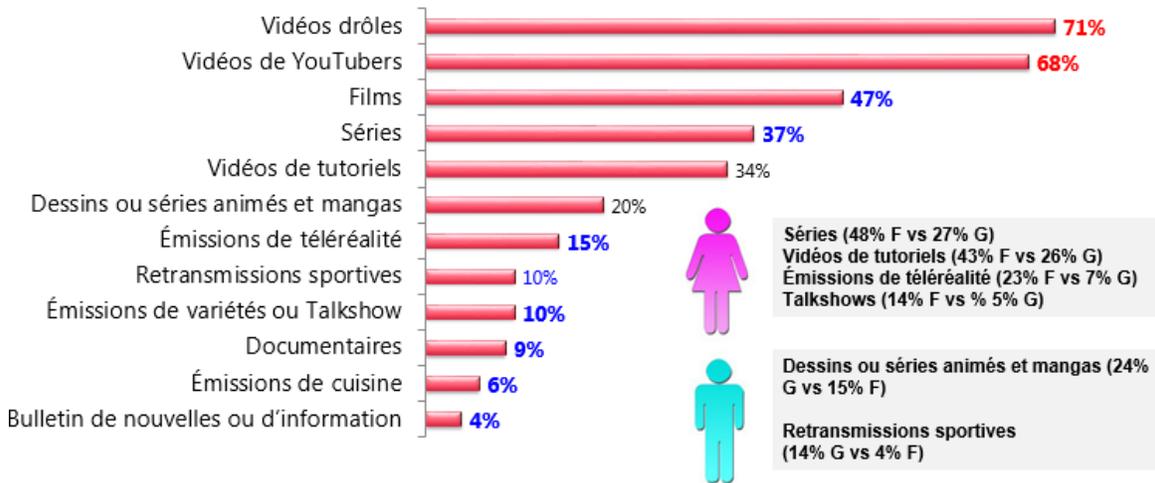
Source : Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2015)



Les genres préférés de contenus : les vidéos chez les 12-15 ans et les films chez les 16 ans +

Les jeunes de 12 à 15 ans sont plus nombreux à visionner des vidéos drôles et des vidéos de YouTubers (respectivement 71 % et 68 %). On constate alors que les plus jeunes écoutent surtout du contenu de plus courte durée.

Figure 3 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 12 à 15 ans

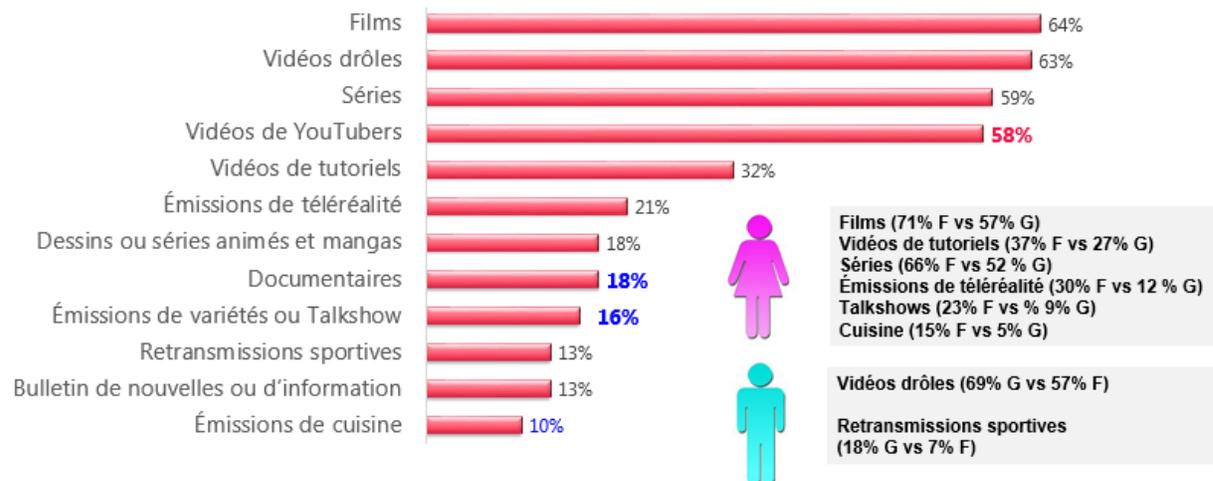


Question : Parmi les genres de contenus suivants, quels sont ceux qu'il vous arrive de regarder en ligne ?

Base : Total des jeunes de 12 à 15 ans (n= 500) *Plusieurs réponses possibles*

Les jeunes de 16 à 18 ans regardent surtout, des films (64 %), des vidéos drôles (63 %) et de YouTubers (58 %) de même que des séries (59 %). Par rapport au groupe des 12 à 15 ans, ils sont significativement plus nombreux à regarder des films (+17 %) et des séries (+22 %).

Figure 4 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 16 à 18 ans

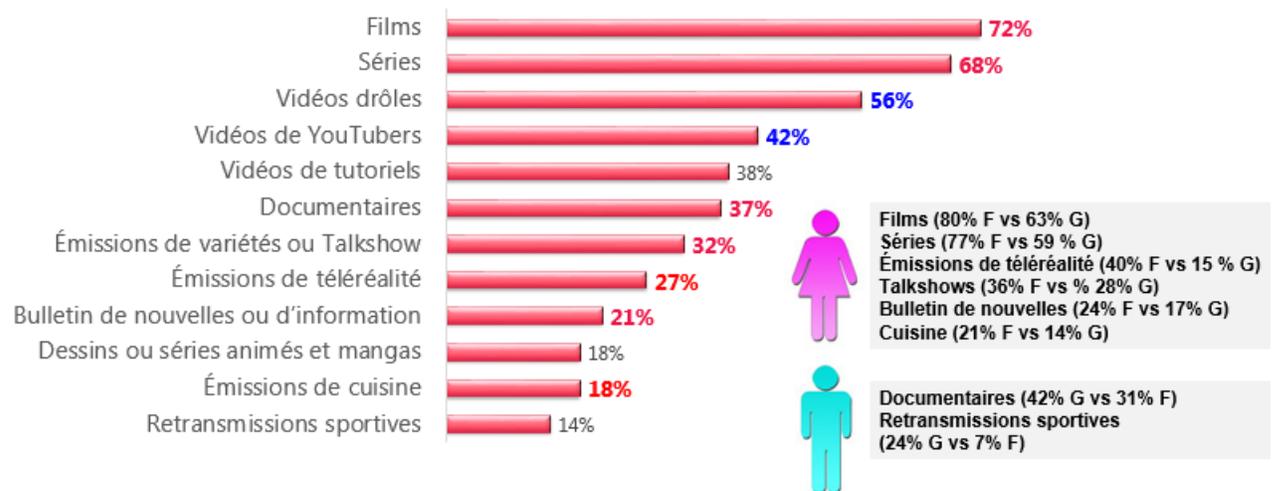


Question : Parmi les genres de contenus suivants, quels sont ceux qu'il vous arrive de regarder en ligne ?

Base : Total des jeunes de 16 à 18 ans (n= 500) *Plusieurs réponses possibles*

Âgés entre 19 et 25 ans, les jeunes tendent à écouter du contenu de plus longue durée. En effet, 72 % regardent des films et 68 % regardent des séries. Il s'agit d'ailleurs du type de contenu qu'ils regardent le plus souvent en ligne.

Figure 5 : Les genres de contenus écoutés par les jeunes de 19 à 25 ans



Question : Parmi les genres de contenus suivants, quels sont ceux qu'il vous arrive de regarder en ligne ?

Base : Total des jeunes de 19 à 25 ans (n= 500) *Plusieurs réponses possibles*

Les séries québécoises prennent leur place

Résultat de groupes de discussion réalisés par l'équipe de recherche « Jeunes et visionnement connecté » de l'UQAM et réunissant des jeunes québécois de 12 à 25 ans

Dans le cadre des groupes focus, un des freins identifiés par les plus âgés, au fait de regarder des séries francophones était que celles-ci ne sont pas facilement accessibles en ligne, comme l'explique Janie, 19 ans.

J'ai écouté la série Pour Sarah, mais ça ma mère me l'enregistre donc je pouvais l'écouter à n'importe quel moment. C'était mignon, ça a duré une petite saison. Mais des séries québécoises, j'ai vraiment du mal à les retrouver en ligne.

La disponibilité des contenus en ligne joue ainsi un rôle très important pour les jeunes qui sont très attachés à l'autonomie que procure le visionnement connecté « à la télé il faut être présent à l'heure précise, Internet on peut toujours les trouver quand on veut » (Léa, 15 ans). Regarder en ligne est aussi une pratique qui permet de se distinguer comme jeune, comme l'explique Arthur, 16 ans : (des séries québécoises) *J'en regardais au temps où je regardais la télé. Après, j'ai arrêté, je me suis dit ah le cellulaire et tout ça c'est mieux et j'ai arrêté.*

Source : Thoër, C., Millerand, F., Barrette, P., Gaudet, J., Levy, J.J., Proulx, S., Duque, N

Tableau 22 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 12-15 ans

Les 3 séries les plus regardées	Les 5 séries québécoises les plus regardées
1. Game of Thrones (13 %)	1. Les beaux malaises (6 %)
2. Pretty Little Liars (13 %)	2. Le chalet (6 %)
3. The Walking Dead (13 %)	3. Subito texto (5 %)
	4. Unité 9 (4 %)
	5. District 31 (4 %)

Question : Pouvez-vous nommer 2 séries ou plus que vous auriez regardées en ligne au cours du dernier mois ?

Base : Total (non pondéré) des jeunes de 12 à 15 ans qui regardent des séries (n= 190)

Chez les 16-18 ans, les 3 séries les plus regardées étaient américaines. Ce groupe d'âge est d'ailleurs plus nombreux que les autres à avoir écouté « Game of Thrones ».

Tableau 23 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 16-18 ans

Les 3 séries les plus regardées	Les 5 séries québécoises les plus regardées
1. Game of Thrones (19 %)	1. Unité 9 (7 %)
2. The Walking Dead (14 %)	2. District 31 (6 %)
3. Orange Is the New Black (10 %)	3. Les beaux malaises (5 %)
	4. Rupture (4 %)
	5. L'échappée (3 %)

Question : Pouvez-vous nommer 2 séries ou plus que vous auriez regardées en ligne au cours du dernier mois ?

Base : Total (non pondéré) des jeunes de 16 à 18 ans qui regardent des séries (n= 296)

Si en vieillissant les jeunes Québécois tendent à écouter moins de contenu francophone, nous constatons qu'il y a toutefois bel et bien une place pour ce contenu en ligne. En effet, 14 % des jeunes de 19 à 25 ans ont écouté la série québécoise « Unité 9 » au cours du dernier mois, classant cette série parmi les trois les plus regardées des jeunes correspondant à ce groupe d'âge.

Tableau 24 : Les séries regardées au cours du dernier par mois par les jeunes de 19-25 ans

Les 3 séries les plus regardées	Les 5 séries québécoises les plus regardées
1. The Walking Dead (17 %)	1. Unité 9 (14 %)
2. Unité 9 (14 %)	2. District 31 (6 %)
3. Game of Thrones (12 %)	3. Rupture (5 %)
	4. Barmaids (3 %)
	5. Mémoires vives (3 %)

Question : Pouvez-vous nommer 2 séries ou plus que vous auriez regardées en ligne au cours du dernier mois ?

Base : Total (non pondéré) des jeunes de 19 à 25 ans qui regardent des séries (n= 344)

Des artistes francophones regardés sur les chaînes de YouTubers

Contrairement aux séries, les chaînes de YouTubers les plus regardées au cours du dernier mois ayant précédé notre mesure sont en français. Bien que les artistes préférés soient européens, deux Québécois se retrouvent tout de même dans le top 3. Notons par ailleurs que tous âges confondus, les jeunes suivent principalement la chaîne de « Cyprien », un YouTuber français qui, en date du 11 mai 2017, avait 10,5 millions d'abonnés. 30 % des 12 à 15 ans ont regardé sa chaîne au cours du dernier mois. Notons aussi que 11 % de ces jeunes ont regardé les vidéos d'Emma Verde, une jeune québécoise qui compte 670 957 abonnés, et que 10 % des jeunes de 16 à 18 ans ont regardé des vidéos de PL Cloutier, lui aussi québécois et qui compte 257 939 abonnés.

Tableau 25 : Les chaînes de YouTubers les plus regardées au cours du dernier par mois

Les 12-15 ans qui regardent des vidéos de YouTube (n= 273)	Les 16-18 ans qui regardent des vidéos de YouTube (n= 231)	Les 19-25 ans qui regardent des vidéos de YouTube (n= 189).
1. Cyprien (30 %)	1. Cyprien (20 %)	1. Cyprien (15 %)
2. Squeezie (25 %)	2. Squeezie (13 %)	2. PewDiePie (14 %)
3. Emma Verde (11 %)	3. PL Cloutier (10 %)	3. Norman fait des vidéos (9 %)
4. Norman fait des vidéos (11 %)		

Question : Pouvez-vous nommer 2 chaînes de YouTuber ou plus que vous auriez regardées au cours du dernier mois ?

Tableau 26 : Nombre d'abonnés des YouTubers en date du 11 mai 2017

YouTuber	Nationalité	Nombre d'abonnés
PewDiePie	Suédois	54,7 millions
Cyprien	Français	10,5 millions
Norman fait des vidéos	Français	8,8 millions
Squeezie	Français	8 millions
Emma Verde	Québécoise	670 957
PL Cloutier	Québécois	257 939

Source : YouTube, mai 2017

Conclusion

À la lumière de cette enquête, nous sommes en mesure de faire les grands constats suivants.

En plus d'être pour la plupart branchés à l'Internet haute vitesse, les foyers québécois sont équipés de plus d'un appareil pour le visionnement connecté, particulièrement les foyers comptant des jeunes de 12 à 15 ans. Ceci étant dit, cette tendance multiplateforme fait en sorte que le jeune dispose d'une grande flexibilité qui lui permet de choisir l'emplacement, le moment et l'appareil qu'il préfère pour regarder en ligne son contenu. Cette tendance nous mène au deuxième constat : les producteurs et les diffuseurs de contenus font face à un nouvel enjeu.

Puisque dorénavant, les jeunes ne font pas la distinction entre les différents appareils et qu'ils peuvent écouter leur contenu au moment et à l'endroit de leur choix, les producteurs et les diffuseurs de contenus doivent s'adapter à cette nouvelle réalité de la consommation en ligne par les jeunes d'une grande variété de contenus. De surcroît, ils font face à la montée en popularité des chaînes de YouTubers, dont le contenu est produit et distribué indépendamment. Les pratiques de visionnement chez les jeunes sont certainement aussi appelées à se transformer dans l'avenir avec l'évolution de l'offre de contenus et des technologies qui en supportent le visionnement.

Les jeunes de 12 à 25 ans visionnent beaucoup de contenu en ligne, que ce soit des films, émissions, séries, vidéos ou clips. 57 % des jeunes que nous avons interrogés le font de façon quotidienne et ils y consacrent plus de temps durant la fin de semaine, où le temps est réparti à travers la journée plutôt que simplement en soirée. En plus de visionner du contenu de manière connectée souvent et pendant de longues périodes, le type de contenu est varié. Que ce soit des séries, des films, des vidéos drôles, ou encore des émissions de cuisine ou des télé-réalités, les jeunes aiment le contenu diversifié. On peut certainement parler ici chez les jeunes d'une évolution à l'égard de la grille de programmation télévisuelle à laquelle on avait habitué les générations précédentes.

Bien que les jeunes visionnent tous beaucoup de contenus en ligne, l'équipement disponible et les habitudes ne sont pas les mêmes selon qu'ils appartiennent aux trois groupes d'âge que nous avons étudiés, à savoir les jeunes de 12 à 15 ans, ceux de 16 à 18 ans ou ceux de 19 à 25 ans. En effet, plus ils vieillissent, plus ils utilisent l'ordinateur fixe ou portable de même que le téléphone intelligent et pour regarder des films, émissions, séries, vidéos ou clips en ligne. Leurs moyens financiers étant probablement plus limités lorsqu'ils quittent le nid familial, l'équipement disponible est moins varié.

Cette évolution selon l'âge se fait aussi remarquer au niveau des genres de contenus regardés en ligne et au niveau de la langue d'écoute. Alors que les plus jeunes préfèrent du contenu de plus courte durée comme des vidéos sur YouTube ou des vidéos drôles, les plus vieux préfèrent regarder du contenu de plus longue durée, comme des films ou des séries.

Plus ils vieillissent, moins la langue d'écoute principale est le français, et moins les jeunes trouvent qu'il y a un bon choix de films, émissions, séries, vidéos ou clips sur Internet. Il y a ici certainement une indication d'un besoin pour développer davantage de contenus pour rejoindre ce jeune marché. D'autant plus que des séries comme « Unité 9 » ou « Série noire » ont connu un grand succès, particulièrement auprès des jeunes de 19 à 25 ans.



Bibliographie

CEFRIO, 2015, « NETendances – Le commerce électronique au Québec : une forte croissance en 2015 », en ligne, enquête menée auprès de 1 000 adultes québécois,

[http://www.cefr.io.qc.ca/media/uploader/FasciculeNETendances2015-Commerceelectronique_version_finale.pdf].

CEFRIO, 2015, « NETendances – Le divertissement en ligne : des utilisateurs de plus en plus nombreux », en ligne, enquête menée auprès de 1 000 adultes québécois,

[http://www.cefr.io.qc.ca/media/uploader/FasciculeNETendances2015-Divertissementenligne_V.Finale.pdf].

CEFRIO, 2016, « NETendances – Portrait numérique des foyers québécois », en ligne, enquête menée auprès de 1 002 adultes québécois, [<http://www.cefr.io.qc.ca/media/uploader/Fascicule2016-Portraitnumriquesdesfoyersqubcois02112016.pdf>].

CEFRIO, 2016, « NETendances – Le divertissement en ligne au Québec », en ligne, enquête menée auprès de 1 000 adultes québécois, [<http://www.cefr.io.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-FasciculeDivertissementenligne-FINAL.pdf>].

DURAND, Luc (2017). « Les milléniaux et la génération Z : Qui sont-ils ? », communication présentée par Ipsos Québec au *Hop! Le sommet du commerce de détail*, Montréal, 22 mars, Conseil québécois du commerce de détail.

MILLERAND, Florence, Christine THOËR et Caroline VRIGNAUD (2016), « Regarder des séries en ligne : Les formes de l'attachement chez de jeunes adultes québécois » dans J. Châteauvert et G. Delavaud, (dir.), *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*, L'Harmattan, p. 557-570.

NUMÉRIS, 2017, « Palmarès des émissions – Québec francophone – Du 17 au 23 avril 2017 », en ligne, [[http://assets.numeris.ca/Downloads/17%20avril%202017%20au%2023%20avril%202017%20\(Quebec\).pdf](http://assets.numeris.ca/Downloads/17%20avril%202017%20au%2023%20avril%202017%20(Quebec).pdf)].

THOËR, Christine et Florence MILLERAND (2016), « Faut-il s'inquiéter de la progression de l'écoute de vidéos sur Internet ? Des jeunes racontent... », dans Suissa, J. A. (dir.), *Sommes-nous trop branchés ? La cyberdépendance*, Presses de l'Université du Québec, p.83-111.

THOËR, Christine, Florence MILLERAND, Caroline VRIGNAUD, Nina DUQUE et Judith GAUDET, (2015), « Sur le Web, je regarde des vidéos, des séries et des émissions : Catégorisation et sélection des contenus de divertissement visionnés en ligne par les jeunes de 12 à 25 ans » *Comunicazioni sociali*, n. 2, p. 191-207.

THOËR, Christine, Florence MILLERAND, BARETTE, Pierre, GAUDET, Judith, LEVY, Josy-Joseph, Judith GAUDET, Serge PROULX, Duque, Nina (2017). *Pratiques de visionnement connecté des jeunes de 12 à 25 ans : continuités et transformations*, en ligne. <http://blogsgrms.com/jeunes-visionnement-connecte/productions>

Le CEFRIO est un organisme de recherche et d'innovation qui accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Membre de QuébecInnove, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de plus de 90 chercheurs associés et invités ainsi que l'engagement de plus de 250 membres. Son principal partenaire financier est le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI).

www.CEFRIO.qc.ca | info@CEFRIO.qc.ca | Twitter: @CEFRIO

Québec – Siège social

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec) G1R 5H6

Téléphone : 418 523-3746

Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1770, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 840-1245

Réalisation



Principal partenaire financier



Visionnement connecté par les jeunes au Québec

© CEFRIO Dépôt légal 2017

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISBN : ISBN : 978-2-923852-80-5