

TV : l'offre jeunesse perd en attractivité auprès de son cœur de cible

En 2020, encouragés par les mesures sanitaires, les enfants ont augmenté leur consommation de vidéos, qui atteint 4h15 par jour. Face à une offre de contenus jeunesse en SVoD qui s'étoffe, marquée par l'arrivée du géant Disney+ et la variété des plateformes spécialisées comme Tfou Max, Gulli Max et Okoo, l'érosion de l'audience enfants des chaînes TV s'accélère.

[Veuillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter