

ON PARLE DE NOUS



OBSERVATOIRE DES TECHNOLOGIES MÉDIA

Source: NLogic

Date: 03/28/2022

L'Observateur des technologies médias (OTM) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada.

L'évolution constante de la technologie continue d'influencer le comportement des consommateurs, non seulement en ce qui concerne leurs achats et comment ils les utilisent, mais aussi au niveau de leurs intentions et de leurs attentes. Il n'a jamais été aussi important de suivre ces changements, car l'histoire récente a démontré la rapidité avec laquelle une nouvelle technologie peut propulser une marque au sommet (Netflix) ou la faire disparaître (Blockbuster).

Rester au fait de ces changements et de ce qu'ils signifient pour vous et votre marque est un défi permanent.

Grâce à l'Observateur des technologies médias, nous pouvons vous fournir les plus récentes données sur les comportements des Canadiens face aux technologies médias et leurs préférences en matière de marques. Toutes ces données sont filtrées, notamment, par catégories sociodémographiques, langue d'usage ou région pour des domaines tels que :

1. Les services par contournement
2. Les appareils intelligents, y compris les téléphones cellulaires et les haut-parleurs intelligents
3. L'écoute de contenu audio sur Internet et la lecture audio en continu
4. Les réseaux sociaux
5. Les nouvelles et les sports

Le sondage de l'OTM de l'automne 2021 contient des informations sur la façon dont les Canadiens ont changé leur utilisation de la technologie et de leurs modes de communication durant la COVID-19.

Faits saillants du sondage de l'automne 2021

- Malgré les nouveaux services offerts, les abonnés aux services de VSDA affirment toujours que Netflix est leur service préféré, suivi par Amazon Prime Video et Disney+. Cependant, les Canadiens ne se contentent plus de s'abonner à un seul service et le cumul des abonnements aux services de VSDA est plus courant que jamais.

- La hausse des coûts généralisée a-t-elle une incidence sur la capacité des Canadiens à s'abonner à tous les services qu'ils veulent ? Les inquiétudes concernant la hausse des coûts ne concernent pas seulement les ménages à faible revenu, elles sont partagées par toutes les catégories de revenus. Près de trois ménages sur cinq affichant les plus hauts revenus estiment que le coût de ces services limite leur capacité à s'offrir tout ce qu'ils veulent.
- Les jeux vidéo continuent de jouer un rôle de divertissement important, plus de la moitié des internautes canadiens y jouent. Alors que les hommes utilisent généralement plus les consoles de jeu que les femmes (30 % contre 15 %), ces dernières sont nettement plus susceptibles de jouer à des jeux sur leur téléphone intelligent ou leur tablette que les hommes (66 % contre 35 %).
- La grande majorité des Canadiens (70 %) sont toujours abonnés à un service de télévision traditionnel. Cependant, les services de VSDA détiennent désormais une part importante du marché, avec 77 % de Canadiens abonnés. Cette même tendance est observée chez les Canadiens issus de la diversité (Canadiens racisés, nouveaux arrivants, Autochtones et Canadiens handicapés), qui sont moins susceptibles de s'abonner à un service de télévision traditionnel et beaucoup plus susceptibles de s'abonner à un service de VSDA.
- Avec la multitude d'options à leur disposition, comment les Canadiens découvrent-ils de nouveaux contenus à regarder ? Les recommandations d'amis et des membres de la famille demeurent la manière la plus répandue de découvrir de nouveaux contenus télévisés et vidéo. Cependant, les suggestions personnalisées et les médias sociaux figurent de plus en plus parmi les principaux moyens que les Canadiens utilisent pour découvrir du contenu.