



OTM 18+ | 16 mars 2021

Nous vous présentons l'OTM Nouveaux arrivants ! Un regard sur les plus récents arrivants au Canada et leurs habitudes de consommation des médias

L'OTM est sur le point de lancer son tout nouveau produit de recherche, l'OTM Nouveaux arrivants, qui sera disponible au printemps 2021. Après avoir étudié comment les adultes (18+) et les enfants canadiens (2-17 ans) interagissent avec les médias sur les plateformes traditionnelles et nouvelles, l'OTM étend ses services pour inclure les néo-Canadiens à ses recherches !

L'OTM Nouveaux arrivants portera sur le segment démographique sans cesse croissant des personnes qui sont arrivées au Canada au cours des cinq dernières années, vous permettant de comprendre ses habitudes de consommation des médias. Un abonnement à l'OTM Nouveaux arrivants vous donnera un accès complet à ses données et à ses rapports. Le rapport publié aujourd'hui, appuyé sur des données de l'OTM 18+, est disponible aux abonnés et jette les bases de l'OTM Nouveaux arrivants en vous offrant des données exclusives sur les habitudes d'utilisation et de consommation des technologies médias par les néo-Canadiens.

Faits saillants de ce rapport de l'OTM 18+ :

- Les Canadiens les plus récemment arrivés ont tendance à être plus jeunes que le reste de la population, ce qui se reflète dans leur possession et utilisation des technologies médias. 99 % des personnes qui déclarent être arrivées au cours des 10 dernières années ont des téléphones intelligents. 57 % d'entre elles ont un iPhone, contre 49 % des Canadiens de naissance.
- Plus de la moitié des personnes arrivées au Canada au cours des 10 dernières années choisissent la télévision sans contraintes. Étant plus jeunes, elles sont moins intéressées par un abonnement à un service traditionnel et elles adoptent massivement la vidéo sur demande par abonnement (VSDA), avec des services comme Netflix ou Amazon Prime Vidéo.
- Les personnes récemment arrivées sont de grandes adeptes de YouTube, tant pour les vidéos que pour la musique. 95 % des personnes arrivées au cours des 10 dernières années déclarent regarder des vidéos sur YouTube, et 93 % disent écouter de la musique en continu sur ce site. Au contraire, seulement les trois quarts des autres Canadiens visionnent des vidéos sur YouTube et moins des deux tiers utilisent ce site pour les contenus musicaux.
- WhatsApp est beaucoup plus populaire chez les néo-Canadiens que chez les Canadiens de naissance. Les personnes qui ont immigré au Canada sont plus de deux fois plus susceptibles d'utiliser WhatsApp que celles qui déclarent y être nées.

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 entrevues téléphoniques réalisées 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.