

OTM Nouveaux arrivants | 16 septembre 2021

Les nouveaux arrivants et l'information

La société canadienne évolue rapidement. Gardez une longueur d'avance et découvrez les habitudes médiatiques et technologiques de ceux et celles qui sont arrivés au Canada au cours des cinq dernières années grâce à l'OTM Nouveaux arrivants - la première étude médiatique annuelle du genre au Canada !

Notre produit nouvellement lancé, l'OTM Nouveaux arrivants, publie deux rapports centrés sur la consommation des nouvelles par les nouveaux arrivants et les perceptions qu'ils en ont. Appuyées sur un échantillon de plus de 4 000 répondants, ces publications spéciales vous donnent des informations exclusives sur le degré de confiance des nouveaux arrivants dans les sources d'information nationales et internationales, leurs habitudes de consommation de l'actualité, leurs plateformes et appareils préférés pour rester informés, et bien plus encore.

Faits saillants de ces rapports :

- 67 % des nouveaux arrivants déclarent avoir consommé des nouvelles au cours du mois précédent, les médias sociaux étant leur principale source de contenu d'actualités. En général, les nouveaux arrivants sont moins susceptibles que les Canadiens de naissance d'utiliser les médias traditionnels, comme la télévision ou la radio, comme source principale d'information.
- Avec la disponibilité des nouvelles en anglais et en français au Canada, la grande majorité des nouveaux arrivants consomment des nouvelles dans l'une des langues officielles. Trois nouveaux arrivants sur huit s'informent à la fois dans une langue officielle et dans une langue non officielle. Seulement 5 % déclarent consommer des nouvelles uniquement dans une langue non officielle.
- Les sources d'information canadiennes sont populaires auprès des nouveaux arrivants qui leur accordent une grande confiance. Ils accordent généralement une plus grande confiance aux sources d'information canadiennes qu'aux sources d'information de leur pays d'origine, en particulier les nouveaux arrivants provenant des Philippines, du Mexique et des États-Unis.
- 58 % des nouveaux arrivants estiment que les médias canadiens représentent avec succès une diversité d'opinions, comparativement à 52 % pour les médias d'information de leur pays d'origine. Seuls les nouveaux arrivants venant du Royaume-Uni estiment que les médias de leur pays d'origine (p.ex. la BBC) reflètent mieux une diversité d'opinions que les médias canadiens.

Pour en apprendre plus sur l'OTM Nouveaux arrivants, visitez notre [site Web](#) ou [contactez-nous](#) directement pour savoir comment cette étude unique peut aider votre entreprise à comprendre cette population croissante au Canada.

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.