



OTM 18+ | 6 janvier 2022

## Découvrez comment les Canadiens de Yellowknife en passant par Saint-John, Vancouver et partout au pays, utilisent les médias et les technologies

L'OTM publie une série de rapports sur l'utilisation des médias et des technologies dans plusieurs marchés canadiens, soulignant les similitudes et les différences entre les régions, les provinces, le Nord et les grandes villes. En mettant l'accent sur la possession et l'utilisation des appareils technologiques, ces rapports fournissent des renseignements détaillés sur leur marché respectif et les comparent au marché anglophone ou francophone.

Cette série de rapports couvre 12 marchés différents à l'échelle du pays, et comprend des rapports spécifiques sur Toronto, Vancouver, Québec et Montréal (avec des rapports sur les anglophones et les francophones de Montréal dans les deux langues); des rapports provinciaux pour l'Ontario, la Colombie-Britannique et l'Alberta; et des rapports régionaux pour les provinces de l'Atlantique et le Manitoba/Saskatchewan ainsi qu'un rapport exclusif sur les anglophones vivant dans le Nord du Canada. Un rapport supplémentaire, comparant les faits saillants des francophones vivant dans la province de Québec à ceux vivant à l'extérieur du Québec, est également disponible dans les deux langues officielles.

Faits saillants des rapports sur les marchés :

- Les anglophones du Nord sont de grands consommateurs de nouvelles en ligne. Ils sont plus susceptibles de lire les nouvelles en ligne (85 % contre 78 %) et de regarder une émission ou un extrait d'émission concernant les actualités que l'anglophone typique (64 % contre 60 %).
- Les services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), comme Netflix, sont plus populaires à Vancouver (85 %). Les francophones qui vivent à Montréal sont également plus susceptibles que la population francophone générale de s'abonner aux services de VSDA, et plus particulièrement à Netflix (62 %).
- 71 % des résidents des provinces de l'Atlantique et 68 % des Ontariens ont un abonnement à un service de télévision payant, ce qui les rend plus susceptibles de s'abonner à un service de télévision traditionnel que le reste de la population anglophone.
- Les médias sociaux sont plus populaires parmi les résidents des grandes villes comme Québec, Toronto et Vancouver. Plus précisément, les Torontois et les Vancouvérois sont plus susceptibles d'utiliser WhatsApp et LinkedIn que la population anglophone moyenne.
- Les Albertains sont plus susceptibles d'avoir des appareils connectés à Internet que l'anglophone moyen, en particulier des téléphones intelligents (93 % contre 88 %) et des consoles de jeux (61 % contre 50 %).

---

### 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 entretiens téléphoniques réalisés 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](http://www.mtm-otm.ca) ou appelez au : 1 855 898-4999.