



## L'OTM PUBLIE DEUX NOUVEAUX RAPPORTS :

### DÉCOUVREZ L'UTILISATION QUE FONT LES BOOMERS DES TECHNOLOGIES MÉDIAS ET L'UTILISATION D'INTERNET PAR MARCHÉ LINGUISTIQUE

**Le 14 décembre 2016** - L'OTM publie deux nouveaux rapports sur les boomers et sur l'utilisation d'Internet par marché linguistique. Le premier rapport révèle la manière dont les boomers utilisent les technologies médias dans leur vie quotidienne. Le second rapport compare l'utilisation d'Internet dans les deux marchés linguistiques du Canada.

Le rapport sur les boomers se penche sur la génération qui compte le plus de représentants au Canada. Même si les technologies du sans-fil et Internet n'étaient pas accessibles au grand public pendant leur jeunesse, les boomers sont devenus d'avidés utilisateurs de ces produits. Voici quelques-uns des faits saillants du rapport [Profil de l'adoption et de l'utilisation des technologies médias par les boomers](#) :

- La télévision et la radio traditionnelles demeurent les médias favoris des boomers. Ils passent plus d'heures par semaine à regarder la télévision et à écouter la radio sur des appareils traditionnels que les jeunes francophones et anglophones en général.
- Les boomers suivent assidûment les nouvelles et utilisent une variété de sources pour obtenir l'information. Internet est la principale source d'information des boomers. Les sources les plus populaires sont les sites web des diffuseurs d'information. Toutefois, les abonnements à des journaux ont encore la cote auprès de cette génération, surtout les boomers plus âgés.
- Les boomers ont adopté les tablettes pour une variété d'activités en ligne. Quatre boomers sur sept ont une tablette : la majorité possède un iPad.

Dans le second rapport - [L'utilisation que font les Canadiens d'Internet dans les marchés francophone et anglophone](#) - on compare l'utilisation que l'on fait d'Internet dans ces deux marchés et on explore ce qu'ils ont en commun et ce qui les distingue. En voici les points saillants :

- Internet est une source importante de contenus médiatiques pour les francophones et les anglophones. Les anglophones sont plus enclins à utiliser Internet, et l'écart entre les francophones et les anglophones est principalement attribuable aux habitudes de Canadiens de 65 ans et plus.
- Les anglophones sont plus susceptibles de posséder leurs propres appareils mobiles – téléphones intelligents, tablettes, etc. – que les francophones. Les anglophones sont plus susceptibles de posséder un téléphone intelligent ou une tablette, dans des proportions de 24 % et de seulement 10 %, respectivement.
- Pour ce qui est de la marque choisie, les francophones sont plus enclins à opter pour un Samsung Galaxy ou tout autre appareil Android.

Tous nos rapports sont accessibles sur le portail de l'OTM.

Pour prendre connaissance des données les plus récentes et les plus fiables sur les nouvelles technologies médias au Canada, veuillez visiter le site [www.mtm-otm.ca](http://www.mtm-otm.ca).