



## Apprenez-en plus sur les habitudes médiatiques des nouveaux arrivants avec nos nouvelles données de 2022

Nouveaux Arrivants | 3 novembre 2022

**Découvrez les plus récentes données sur les habitudes de consommation des médias des nouveaux arrivants. Explorez les grandes tendances révélées par un large échantillon de 4 000 répondants.**

L'Observateur des technologies médias lance sa deuxième étude annuelle sur les nouveaux arrivants. Le sondage OTM Nouveaux arrivants se penche sur les comportements liés à la consommation des médias ainsi que les activités de divertissement et d'établissement au pays des personnes qui sont arrivées au Canada au cours des cinq dernières années. Le nouveau rapport et la nouvelle infographie sur les principales tendances donnent un premier aperçu des observations tirées de l'étude de cette année. Des rapports plus détaillés suivront au fil des mois.

Voici quelques faits saillants du rapport et de l'infographie sur les nouveaux arrivants :

- Pratiquement tous les nouveaux arrivants possèdent un téléphone intelligent et la majorité d'entre eux (60 %) achètent ou se procurent un téléphone cellulaire à leur arrivée au Canada. Les marques dérivées de fournisseurs de service cellulaire comme Fido, Virgin et Freedom sont populaires auprès des nouveaux arrivants puisqu'ils sont d'utilisation plus souple et économique que les services des grands fournisseurs (Vidéotron, Bell et Telus).
- Les nouveaux arrivants sont 42 % moins susceptibles que les répondants nés au Canada (64 % c. 91 %) de posséder un téléviseur et ils sont 52 % moins susceptibles d'être abonnés à un service de télévision payant (câble ou satellite). Toutefois, ils sont plus susceptibles d'être des « téléspectateurs sans contraintes » et de regarder du contenu en ligne.
- 88 % des nouveaux arrivants sont abonnés à au moins un service de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) comme Netflix ou Amazon Prime Vidéo. Près d'un nouvel arrivant sur dix est abonné à un service de VSDA en langue étrangère comme Hotstar, iQiyi ou Shahid.
- Plus de 4 nouveaux arrivants sur 5 utilisent régulièrement des sites ou des applications de réseautage social. Facebook est le réseau le plus populaire auprès des nouveaux arrivants avec 75 % d'utilisateurs devant WhatsApp (64 %) et Instagram (61 %).
- Les nouveaux arrivants sont beaucoup plus portés à consommer une variété de contenus audio en ligne plutôt que sur les plateformes traditionnelles. 80 % des nouveaux arrivants écoutent de la musique sur YouTube comparativement à 49 % des répondants nés au Canada. Les nouveaux arrivants sont aussi plus susceptibles d'utiliser des services de musique en continu comme Spotify et d'écouter des balados.

Notre rapport sur les grandes tendances de 2022, nos dernières données de 2022 ainsi que l'infographie gratuite sont disponibles pour tous les clients de l'OTM Nouveaux arrivants. [Suivez ce lien](#) pour créer votre compte d'utilisateur si vous ne l'avez pas déjà fait.

**ACCÉDEZ AU PORTAIL DE L'OTM**

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