

Comment les Canadiens et les nouveaux arrivants consomment-ils la radio et l'audio?

OTM 18+ / Nouveaux arrivants | 7 décembre 2023

L'OTM 18+ et l'OTM Nouveaux Arrivants publient deux rapports explorant les façons dont les Canadiens et les nouveaux arrivants consomment les contenus radio et audio.

Avec une multitude de contenus à portée de main, quelles sont les préférences des Canadiens et des nouveaux arrivants lorsqu'il s'agit de s'en mettre plein les oreilles avec la radio traditionnelle et en ligne, ainsi que les autres expériences audio ?

Le rapport de l'OTM 18+ À l'écoute – La radio au Canada se penche sur l'écoute de la radio traditionnelle et en ligne, ainsi que sur les abonnements à la radio par satellite chez les Canadiens francophones.

De plus, le rapport de l'OTM Nouveaux arrivants Dans les oreilles des nouveaux arrivants aborde les habitudes de consommation de la radio traditionnelle, les différentes formes d'écoute de contenu en ligne – notamment les services de diffusion de musique en continu, la radio en ligne et les balados –, les appareils utilisés pour l'écoute, ainsi que le temps d'écoute des nouveaux arrivants.

Faits saillants du rapport de l'OTM 18+ À l'écoute – La radio au Canada :

-
- La radio traditionnelle demeure une source populaire de contenu audio - 86 % des francophones ont écouté du contenu de la radio AM/FM au cours du mois précédent, toutes plateformes confondues.
- La portée de la radio s'étend au-delà de sa distribution traditionnelle par ondes hertziennes – 28 % des francophones écoutent du contenu radio en ligne, et près d'un ménage francophone sur dix (9 %) est abonné à la radio par satellite.
- La radio est populaire à tous les âges – plus de quatre francophones sur cinq de tous les groupes d'âge écoutent du contenu radiophonique. Les personnes âgées de 35 à 49 ans sont les plus susceptibles d'écouter du contenu radio AM/FM en ligne.

Faits saillants du rapport de l'OTM Nouveaux Arrivants Dans les oreilles des nouveaux arrivants :

- Les nouveaux arrivants continuent de consommer du contenu radio : plus d'un nouvel arrivant sur trois (35 %) écoute la radio AM/FM traditionnelle, tandis que 1 sur 5 (19 %) écoute la radio en ligne et 12 % sont abonnés à la radio par satellite.
- La popularité de la radio traditionnelle est plus élevée chez les personnes originaires des Amériques (49 %), les hommes (36 %), les nouveaux arrivants âgés de plus de 35 ans (43 %), ceux qui vivent en Alberta (42 %) et ceux qui ont des revenus plus élevés.
- Outre la radio, la majorité des nouveaux arrivants (91 %) se tourne vers le contenu audio en ligne. L'écoute de la musique sur YouTube est le mode de consommation audio le plus populaire chez les nouveaux arrivants (76 %), suivi par les services de musique en continu (62 %).

[ACCÉDER 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 ou appelez au : 1 855 898-4999.