



Les goûts médiatiques des nouveaux arrivants

Explorer les genres de contenus qui rapprochent et divertissent les nouveaux résidents du Canada

OTM Nouveaux arrivants | 12 septembre 2024

À mesure que les nouveaux arrivants s'adaptent à leur nouveau milieu, leurs préférences en matière de contenu traduisent l'évolution de leur identité, de leur intégration culturelle et de leur quête de communauté. Des émissions qu'ils regardent en rafale, aux articles qu'ils lisent en ligne et aux balados qu'ils écoutent, leurs choix offrent un aperçu des genres de contenu qui les attirent le plus dans le cadre de leur nouvelle vie.

Le dernier rapport de l'OTM Nouveaux arrivants plonge dans ces tendances en matière de genres pour dévoiler ceux que les nouveaux arrivants adoptent lorsqu'ils s'établissent dans leur pays d'adoption.

Faits saillants du rapport « Les choix des nouveaux arrivants – Principaux genres de contenu consommés » :

- **Préférences en matière de contenu :** Les nouveaux arrivants et les Canadiens de naissance apprécient tous deux le contenu sur les films, l'humour, l'alimentation et la cuisine ainsi que les technologies, peu importe qu'il soit regardé, écouté ou lu. Cependant, les nouveaux arrivants sont moins susceptibles que les Canadiens de naissance de consommer du contenu sur les nouvelles et affaires courantes et des documentaires.
- **Démographie de l'audience :** Les jeunes nouveaux arrivants préfèrent le contenu sur la mode et la beauté et les jeux vidéos, tandis que les plus âgés se tournent vers des contenus sur l'actualité, les documentaires, la nature, la religion et l'amélioration de l'habitat. Les femmes préfèrent les contenus dramatiques, l'alimentation et la mode, tandis que les hommes préfèrent les contenus sur le sport, les finances et les jeux vidéo.
- **Consommateurs de médias :** Les abonnés à la VSDA préfèrent les films et le contenu humoristique que les abonnés à la télévision payante, et ceux qui regardent des contenus autres qu'en anglais ou en français préfèrent également les films, le contenu humoristique en plus du contenu dramatique. Également, les auditeurs de balados sont moins enclins à s'intéresser aux actualités et aux documentaires, mais ont un intérêt marqué pour les films et les comédies.

[ACCÉDER AU PORTAL 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 entretiens 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.