Observateur des technologies médias

L'OBSERVATEUR DES TECHNOLOGIES MÉDIAS

La recherche média centrée sur l'avenir

QU'EST-CE QUE L'OTM ?

L'Observateur des technologies médias est un outil important qui permet de comprendre l'évolution de l'adoption et de l'utilisation des technologies médias à CBC/Radio-Canada et chez les abonnés.

L'OTM : UN OUTIL UNIQUE DE MESURE MULTIPLATEFORME DE L'UTILISATION DES MÉDIAS

L'OTM a été conçu comme une multiplateforme de source unique, qui permet aux utilisateurs d'avoir une vue d'ensemble de la consommation des médias au Canada.

2005
OTM 18 +

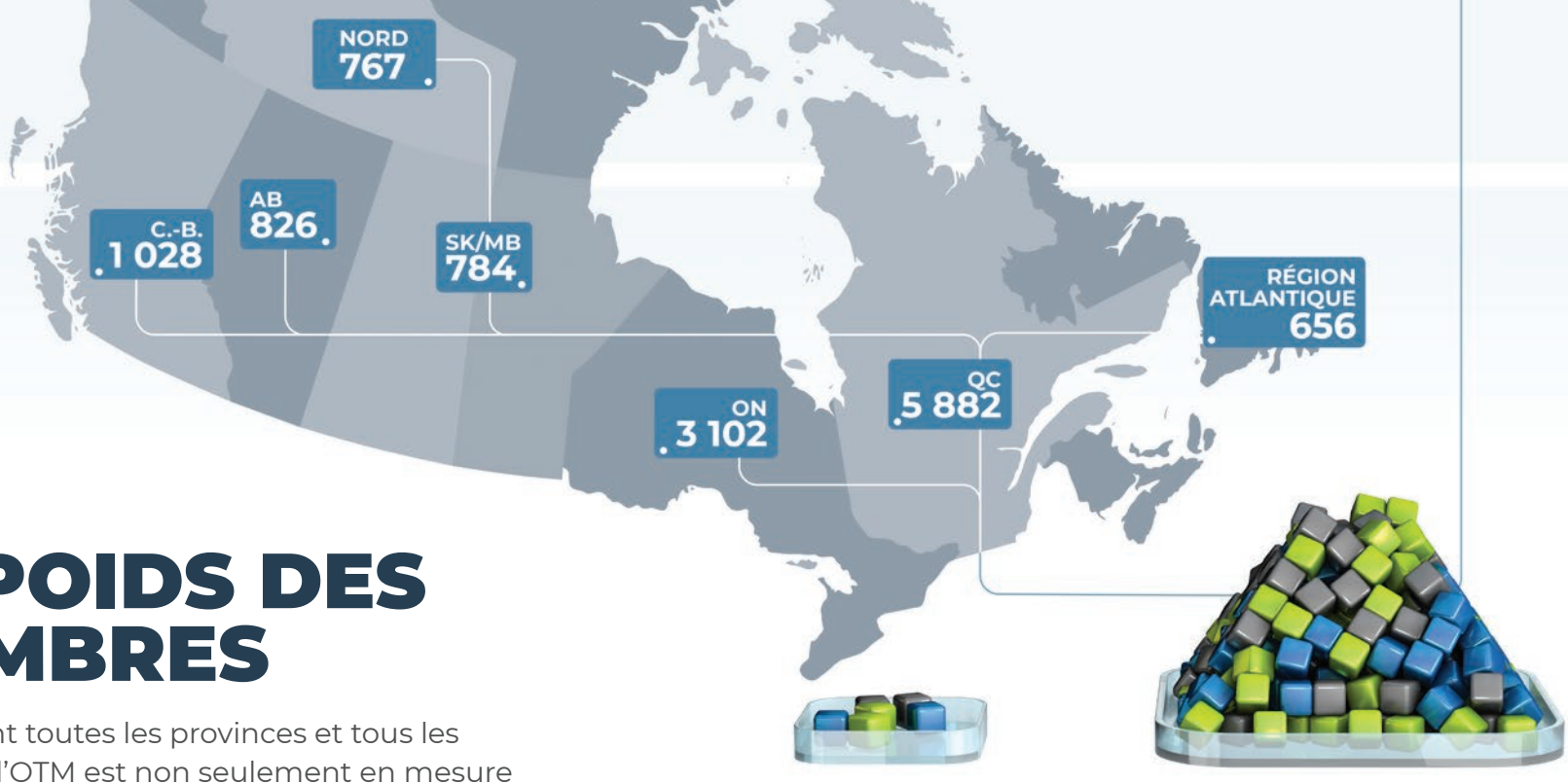
2019
OTM Junior

2021
OTM Nouveaux arrivants

LES CLIENTS DE L'OTM

Joignez -vous à notre liste grandissante de clients de divers secteurs : médias, gouvernement, éducation, agences de publicité, organisations internationales et industrie...

18+



LE POIDS DES NOMBRES

En couvrant toutes les provinces et tous les territoires, l'OTM est non seulement en mesure de fournir aux utilisateurs des échantillons francophone et anglophone représentatifs, mais aussi des données sur le marché. En plus des neuf rapports par marché produits par l'OTM chaque année, les abonnés peuvent filtrer leur propre analyse par province, région ou grande ville.

AUTRES ÉTUDES

1 000

ÉCHANTILLONS DE L'OTM

12 000

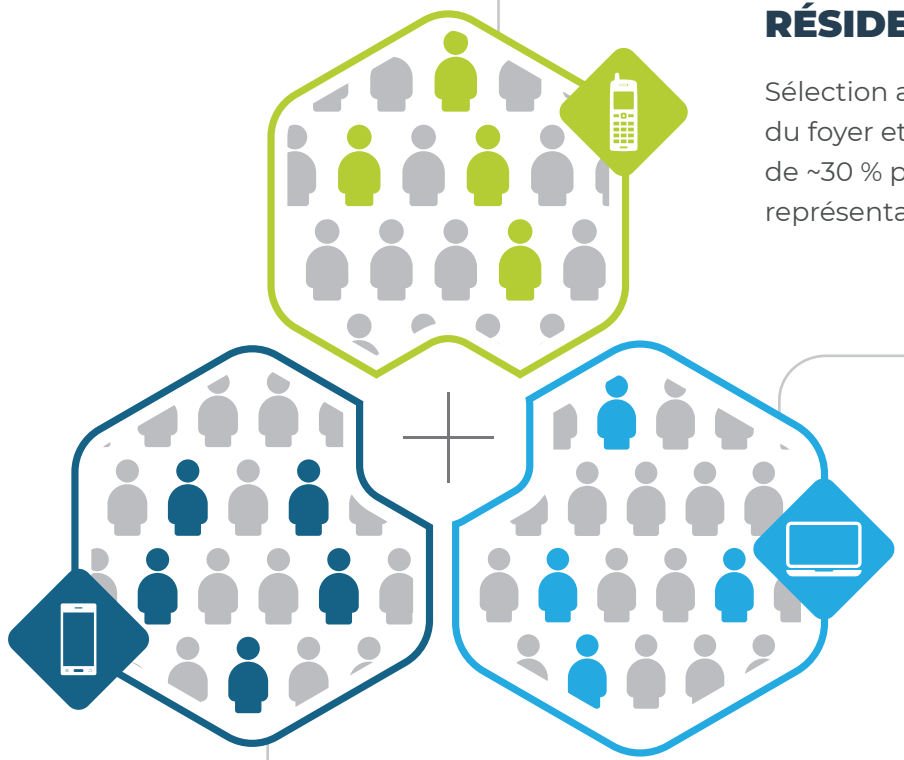
Automne n=8 000 | Printemps n=4 000

6 000 anglophones / 6 000 francophones

L'OTM APPLIQUE DES NORMES DE RECHERCHE DE LA PLUS GRANDE QUALITÉ QUI SOIT

TÉLÉPHONE RÉSIDENTIEL

Sélection au hasard au sein du foyer et taux de réponse de ~30 % pour assurer la représentativité.



TÉLÉPHONE CELLULAIRE UNIQUEMENT

33 % de notre échantillon
Ajouté en 2012 pour refléter le nombre croissant de Canadiens sans téléphone résidentiel.

EN LIGNE

En 2014, nous avons ajouté le questionnaire de suivi en ligne qui nous a permis d'ajouter plus de 1 500 variables à nos outils d'analyse.

L'OTM EST LA SOURCE D'INFORMATION LA PLUS DURABLE ET LA PLUS FIABLE SUR L'ADOPTION ET L'UTILISATION DES TECHNOLOGIES MÉDIAS AU CANADA

Vidéo en ligne et télévision
Plateformes traditionnelles et nouvelles : VSDA, désabonnement, technologies télé (TVIP, 4K, Apple TV, etc.), temps d'écoute autodéclaré

Contenu audio et radio
Plateformes traditionnelles et nouvelles : radio AM/FM sur récepteur traditionnel, radio en ligne, balados, services de musique en continu, contenu musical sur Youtube

Secteur des télécommunications
Téléphonie mobile, téléphonie résidentielle, accès Internet, service de télévision payant, fournisseurs de service

Abonnements et nouvelles en ligne
Supports papier et plateformes numériques, appareils utilisés et fréquence d'accès

Réseautage social
Principaux sites de réseautage, fréquence d'accès, appareils utilisés

Appareils possédés
Téléviseur connecté à internet, appareils prêt-à-porter, consoles de jeu, casques de réalité virtuelle, téléphones intelligents, tablettes, ordinateurs et haut-parleurs intelligents

MÉTHODOLOGIE

Diverses questions en ligne ont été posées à un groupe de répondants composé de 2 100 ménages canadiens, répartis à parts égales entre francophones et anglophones. Les parents ont répondu à la première partie du sondage, portant sur les technologies présentes dans le foyer (p. ex., fournisseurs de service, abonnement à Netflix, etc.). La seconde partie du sondage portait sur les habitudes de consommation des médias par leurs enfants âgés de 2 à 17 ans. Les parents ont répondu pour ceux âgés de 2 à 11 ans, et ont consenti à ce que leurs adolescents répondent au questionnaire par eux-mêmes.

ÉCHANTILLON DE L'OTM JUNIOR

2 100
Foyers

3 200
Enfants âgés de 2 à 17 ans

PLUS DE 250 VARIABLES PARMI LESQUELLES CHOISIR

Possession et utilisation des appareils
Téléphones intelligents, tablettes, ordinateurs portables, technologie prête à porter et haut-parleurs intelligents.

Jeux vidéo
Consoles de jeu, jeux en ligne et sports électroniques.

Réseautage social
Sites et appareils utilisés, contrôles parentaux.

Audio en ligne
Balados, services d'écoute en ligne et appareil utilisés.

Vidéo en ligne
YouTube, vidéo sur demande par abonnement (VSDA) (p. ex. Netflix), appareils utilisés.

Profil des ménages
Revenu, région, composition du ménage et langue.

Profil technologique des ménages
Abonnements payants à la télévision (p. ex. câble ou satellite), accès à Internet, abonnements à un service de vidéo sur demande par abonnement (VSDA).

Consommation de la radio
AM/FM et de contenu audio (traditionnels et en ligne).

Nouveaux arrivants

Observateur des technologies médias

MÉTHODOLOGIE MIXTE

L'OTM Nouveaux arrivants se fonde sur une méthodologie mixte composée d'entrevues en ligne et en personne. Le sondage en ligne a été mené à l'échelle nationale par un panel avec la participation un certain nombre d'organismes d'aide à l'établissement des immigrants et les entrevues en personne ont eu lieu dans plusieurs grandes villes du pays.

SONDAGE MULTILINGUE

ONZE LANGUES

Les entrevues ont été menées dans huit langues : l'amharic, le sawhili, l'hindi, le mandarin, le cantonais, l'arabe, le pendjabi, le tagalog, l'espagnol, l'anglais et le français.

PLUS DE

500 VARIABLES

portant sur les comportements de consommation des médias, ainsi que sur les activités de loisir et d'installation.

LE PLUS GRAND SONDAGE AUPRÈS DES NOUVEAUX ARRIVANTS AU CANADA!

Ce produit offre aux clients des résultats obtenus à partir d'échantillons de grande taille qui garantissent la représentativité, la qualité et la précision.

ÉCHANTILLON VARIÉ

4 000

répondants, dont de nouveaux arrivants fait référence aux personnes arrivées au Canada au cours des cinq dernières années, y compris les citoyens canadiens, les immigrants reçus/résidents permanents, les étudiants étrangers, les travailleurs étrangers temporaires, les demandeurs du statut de réfugié et autres résidents non permanents (p. ex. visa de travail).

NÉS AU CANADA

800

Échantillon comparatif portant sur toutes les régions du Canada.

COMPRENDRE SANS EFFORT LES HABITUDES DE CONSOMMATION MÉDIATIQUES DE CE SEGMENT CROISSANT DE LA POPULATION AU CANADA

Vidéo en ligne
YouTube, vidéo sur demande par abonnement (VSDA) (p. ex. Netflix), appareils utilisés.

Profil des ménages
Revenu, région, composition du ménage et langue.

Réseautage social
Sites et appareils utilisés pour accéder aux plateformes de médias sociaux les plus populaires (p. ex. Instagram, TikTok, WeChat, Weibo, WhatsApp).

Audio en ligne
Balados, services d'écoute en ligne (p. ex. Spotify), appareils utilisés.

Profil de consommation média
Télévision et radio traditionnelles vs nouvelles plateformes, langue de consommation, consommation de contenu canadien vs étranger.

Possession et utilisation des appareils
Téléphones intelligents, tablettes, ordinateurs portables, consoles de jeu, télévision IP/boîtes noires, haut-parleurs intelligents.

Établissement au pays
Activités de loisir, applications de langue, événements culturels, liens dans la communauté.

Nouvelles
Langue de consommation, confiance dans les nouvelles, sources de nouvelles, chaînes d'information, journaux traditionnels, nouvelles en ligne.

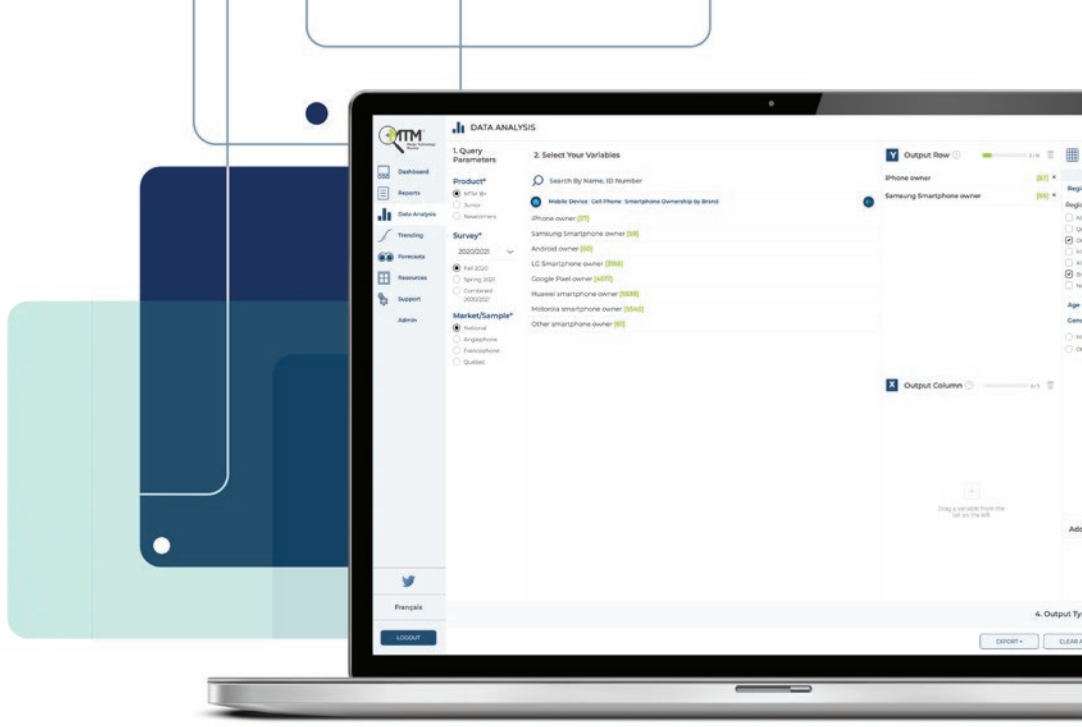
PROFILS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

Toutes les données des différents produits de l'OTM peuvent être filtrées selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants :

- Âge
- Sexe
- Langue
- Niveau de scolarité
- Canadiens racisés
- Membre de la communauté autochtone
- Taille de la communauté
- Statut d'emploi
- Revenu familial
- Composition du ménage
- Déficience auditive ou visuelle *(OTM 18+)*
- Statut d'immigration *(OTM Nouveaux arrivants)*
- Région d'établissement *(OTM Nouveaux arrivants)*
- Région d'origine *(OTM Nouveaux arrivants)*

ÉNORMES VOLUMES DE DONNÉES ET POSSIBILITÉS INFINIES

L'abonnement aux produits de l'OTM comprend l'accès complet et exclusif au portail de l'OTM pour tous les membres de votre organisation.



L'OUTIL D'ANALYSE DE DONNÉES

offre un accès pratique à d'importants volumes de données, dans un format simple à utiliser et permettant des analyses personnalisées.

L'OUTIL D'ÉVALUATION DES TENDANCES

(OTM 18+ et Junior seulement)

permet de dégager des tendances sur plusieurs années, et de les étudier en fonction de variables démographiques clés.

L'OUTIL PRÉVISIONNEL

(OTM 18+ seulement)

offre des projections quinquennales fiables, qui s'appuient sur de solides connaissances de l'industrie des technologies médias.

DEVENIR UN PARTENAIRE DE L'OTM, C'EST :

Un nombre illimité d'utilisateurs

Des données archivées

Sondage annuel

Formations complètes incluses

Soutien garanti dans les 48 heures

Soutien en ligne et téléphonique

Exposés sur les tendances de l'industrie

Rapports de synthèse et infographies

Veuillez visiter le portail de l'OTM et créer un compte pour accéder aux rapports, aux tableaux des sommaires des données et à l'outil d'analyse de données interactif de l'organisme.

1-855-898-4999 **MTM.OTM.CA** **MTM-OTM@RADIO-CANADA.CA** **@MTMOTM**