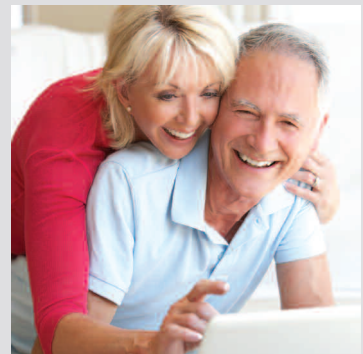
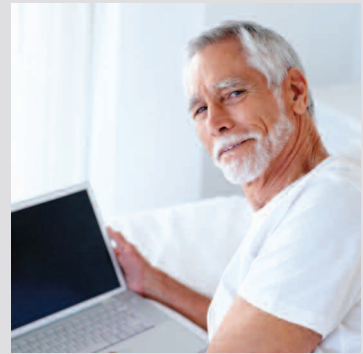


Génération@

PORTRAIT DE L'UTILISATION
D'INTERNET ET DE L'ORDINATEUR
PAR LES AÎNÉS INTERNAUTES DU QUÉBEC



Une réalisation du

cefrio
Innover par les TIC



Avant-propos	3
Introduction	4
Faits saillants	5
Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec	5
Freins et motivations de l'utilisation d'Internet par les aînés (internautes et non-internautes) du Québec	7
Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité	8
Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec	9
État de la situation au Québec	9
Profil sociodémographique	9
Des aînés globalement peu équipés	10
L'équipement des séniornauts	11
Un portrait des séniornauts moins équipés	11
Un portrait des séniornauts suréquipés au Québec	11
Les habitudes	13
Un portrait des utilisateurs intensifs	13
Les activités des aînés sur Internet: le courriel comme point de départ	13
L'information et la recherche	15
Internet, une nouvelle source d'information pour les aînés internautes	15
Le jeu en ligne	16
Le divertissement en ligne	16
La banque en ligne	16
Les achats en ligne	17
Des aînés inquiets de la sécurité de leurs achats	17
Les services publics en ligne.....	18
Les activités sociales sur Internet	18
Les aînés et les réseaux sociaux	19
L'expression sur Internet	19
Le lien entre les activités et le niveau d'expertise	20
Synthèse du portrait des aînés internautes	21
Motivations à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec	22
Des aînés très intéressés par les nouvelles technologies	22
Des motivations qui évoluent avec le temps	22
L'importance des proches pour certains aînés	23
Pourquoi utiliser Internet?	23
Freins à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec	24
De nombreuses préoccupations	24
Aptitudes	24
Résistance au changement	25
Les coûts	25
Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité	26
Différentes formes d'accompagnement	26
L'évolution des besoins en accompagnement au fur et à mesure de l'apprentissage	26
La pyramide des activités: une synthèse incluant l'accompagnement.....	27
L'utilisabilité des sites Web.....	28
Conclusion	29

COLLABORATION

ÉQUIPE PROJET

Josée Beaudoin

Vice-présidente innovation et transfert, CEFRIO

Najoua Kooli

Directrice de projet (volet 1), CEFRIO

Francine Thomas

Directrice de projet (volet 2), CEFRIO

Benoit Arlabosse

Chargé de projet, CEFRIO

Annie Couture

Chargée de projet, CEFRIO

Raphaël Danjou

Chargé de veille, CEFRIO

CHERCHEURS UNIVERSITAIRES ASSOCIÉS AU PROJET

Christian Boudreau, ENAP (volet 2)

Magda Fusaro, UQAM (volet 1-2)

Sylvain Sénécal, HEC Montréal (volet 1)

Sandrine Prom-Tep, HEC Montréal (volet 1)

PARTENAIRES DU PROJET

Régie des rentes du Québec

Revenu Québec

Société de l'assurance automobile du Québec

Services Québec

PARTENAIRES TECHNOLOGIQUES

Bell

CISCO

Merci à l'équipe d'Impact Recherche pour sa collaboration à la collecte de au traitement des données

ÉQUIPE D'ÉDITION

Anne-Marie Jolicoeur

Conseillère en communication

Supervision de l'édition

Le groupe-conseil Éditia inc.

Révision linguistique

Brigitte Ayotte, Ayograph

Graphisme

PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER DU CEFRIO

Développement économique, Innovation et Exportation

Québec 

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2011
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISBN 978-2-923852-03-4 (PDF)

La version PDF de ce rapport peut être téléchargée dans la section « Publications » du site Web du CEFRIO :

www.cefrio.qc.ca

Pour tout renseignement complémentaire, communiquez avec le CEFRIO.

Courriel : info@cefrio.qc.ca

Site Internet : www.cefrio.qc.ca

Bureau de Québec

888, rue Saint-Jean

Bureau 575

Québec (Québec)

G1R 5H6

Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest

Tour Ouest, bureau 471

Montréal (Québec)

H3A 1B9

Tél. : 514 840-1245

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe plus de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux, ainsi qu'une soixantaine de chercheurs associés et invités. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme levier de transformation et d'innovation. Le CEFRIO réalise en partenariat des projets de recherche-expérimentation, d'enquête et de veille stratégique sur l'appropriation des TI partout au Québec. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 70 % par ses propres projets et à 30 % par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.

Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière accordée dans le cadre du programme d'appui au passage à la société de l'information du Ministère des Services gouvernementaux (MSG)

Avant-propos



En 2009, 47 % des aînés du Québec¹ utilisaient régulièrement Internet. Ainsi, nos aînés sont de plus en plus présents sur Internet. C'est auprès d'eux qu'on enregistre la plus forte croissance ces dernières années. On sait par ailleurs que la maîtrise et l'utilisation

d'Internet constituent des facteurs clés de l'intégration sociale. De plus, la population des aînés québécois constitue une part si importante (28 % en 2009²) de l'ensemble de la population qu'il est primordial de s'intéresser à leur situation et leur attitude face aux nouvelles technologies.

Le projet Génération A répond à la préoccupation des institutions québécoises de comprendre la relation qu'entretiennent les aînés du Québec avec les technologies de l'information et de la communication.

Génération A est réalisé suite à une aide financière accordée par le programme «Appui au passage à la société de l'information» du ministère des Services gouvernementaux. Ce projet est rendu possible grâce à la participation de nos partenaires gouvernementaux que sont la Régie des rentes du Québec, Revenu Québec, la Société de l'assurance automobile du Québec, Services Québec, ainsi que nos partenaires technologiques Bell et Cisco.

Le présent rapport vous livre les résultats d'une enquête menée auprès de 2 000 aînés internautes au Québec, de groupes de discussion et de tests d'utilisabilité qui ont permis de valider les témoignages recueillis. À travers ces pages, vous apprendrez, entre autres, qui sont les aînés branchés, les types d'équipements privilégiés par ces derniers et la confiance qu'ils attribuent aux technologies. En plus de dresser le portrait des séniornauts, ces données permettront, dans un avenir proche, de fournir des pistes pour la mise en œuvre de technologies adaptées aux aînés qui, rappelons-le, représentent plus du quart de la population du Québec.

Je vous souhaite une excellente lecture !

A handwritten signature in black ink that reads "Jacqueline Dubé".

Jacqueline Dubé
Présidente-directrice générale

¹ CEFRIO, enquête *NETendances 2009*.

² Institut de la statistique du Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc_poplt/104.htm.

Introduction

À la lumière des résultats des enquêtes menées par le CEFRIO, traitant de l'utilisation et des usages d'Internet auprès de la population québécoise, et des écrits parus sur le sujet, il apparaît primordial de se pencher davantage sur les usages que font les aînés, soit les 55 ans et plus³, des technologies de l'information et de la communication. Selon les résultats des dernières enquêtes menées par le CEFRIO, bien que le taux de pénétration d'Internet auprès des aînés soit inférieur à celui du reste de la population – selon les données de l'étude NETendances 2009⁴, 47% des aînés utilisaient Internet régulièrement, contre 73% de la population adulte totale – il n'en demeure pas moins qu'il s'agit du groupe de la population chez qui l'on observe la plus importante croissance en matière d'utilisation d'Internet depuis les deux dernières années. On comptait d'ailleurs près d'un million d'aînés internautes en 2009. Cette croissance est d'autant plus importante qu'il s'agit souvent d'une génération éduquée, encore active, avec un pouvoir d'achat élevé, et qui représente une grande proportion de la population. Selon Statistique Canada, les aînés de 55 ans et plus représentaient en 2009 plus du quart (28%) de la population totale du Québec et leur proportion va en grandissant. Ce vieillissement est un fait avéré⁵ qui soulève plusieurs défis de taille.

Dans ce contexte, il est intéressant d'examiner davantage les usages que font les aînés des TIC afin de comprendre les causes des retards d'appropriation.

Le projet Génération A repose sur une méthodologie de recherche qui allie une étude quantitative, une analyse qualitative ainsi qu'une expérimentation sur de nou-

veaux services et outils technologiques. Le croisement des données obtenues entre l'étude quantitative et l'analyse qualitative permettra, d'une part, de mieux comprendre la manière qu'ont les aînés d'utiliser les technologies de l'information et de la communication (TIC) et, d'autre part, de définir des stratégies d'accompagnement d'utilisation des TIC dans le contexte de l'informatisation de la société, en particulier dans l'expérimentation. Il s'agira ainsi de déterminer de quelle manière Internet constitue un nouvel espace pour les personnes du troisième âge et de déterminer les facteurs critiques de succès afin de réduire la fracture numérique que l'on peut d'ores et déjà observer entre les séniornauts et les aînés qui n'ont pas accès à ces technologies.

Plus spécifiquement, la recherche poursuit les objectifs suivants liés aux usages que font les aînés des technologies de l'information et de la communication : 1) la détermination des usages de l'ordinateur et d'Internet par les aînés québécois ; 2) la compréhension des déterminants facilitant ou non l'usage des TIC et 3) l'analyse des besoins des aînés en matière de services en ligne, de convivialité des interfaces Web et des mesures d'accompagnement à mettre en œuvre pour encourager la prestation et la diffusion des services Web.

Le présent rapport est une synthèse des résultats du premier volet de la recherche, entrepris dans le projet Génération A. Il vise, à travers une enquête, des groupes de discussion et des tests d'utilisabilité, à répondre plus spécifiquement aux deux premiers objectifs de la présente recherche.

³ Selon Statistique Canada, un aîné est une personne âgée de 65 ans et plus. Pour notre part, nous incluons à cette définition les personnes dont l'âge se situe entre 55 et 64 ans. Plusieurs raisons expliquent cette décision. D'une part, les personnes de 55 à 64 ans représentent les aînés de demain. D'autre part, le poids démographique de ces mêmes personnes est indéniable puisqu'à eux seuls ils représentent 17% de la population québécoise (Institut de la statistique du Québec, 2007). Pour ces deux raisons, nous jugeons indispensable de connaître la situation des aînés actuels (les 65 ans et plus), mais aussi de pouvoir anticiper ce que seront les aînés de demain (les 55-64 ans).

⁴ CEFRIO (2009). *NETendances 2009*, Rapport d'enquête, CEFRIO, Montréal.

⁵ *Les effets du vieillissement de la population québécoise sur la gestion des affaires et des services municipaux* [en ligne : http://www.mamrot.gouv.qc.ca/pub/observatoire_municipal/etudes_donnees_statistiques/effets_vieillesse_synthese.pdf].

Faits Saillants

Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec

Un taux de pénétration d'Internet en faible croissance, toujours en deçà des générations plus jeunes.

En 2009, 47 % des personnes de plus de 55 ans utilisaient régulièrement Internet. Par contraste, 73 % de la population adulte totale utilisait Internet régulièrement et 93 % des 18-24 ans en faisaient autant. L'utilisation par les aînés montre une croissance faible mais constante au fil des années. D'après le profil démographique des utilisateurs, les aînés les plus âgés sont ceux qui ont le plus de difficulté à rattraper la vague technologique, alors que les aînés les plus jeunes semblent y arriver beaucoup plus facilement.

Les séniornautes sont globalement peu équipés, mais il existe toutefois un segment de séniornautes *High-tech*.

65 % des personnes de plus de 55 ans possédaient un ordinateur à leur domicile, contre 80 % de l'ensemble de la population. Cependant, les aînés présentent une grande hétérogénéité dans leur niveau d'équipement. Ainsi, si 21 % d'entre eux sont peu équipés, les aînés les plus jeunes (55-64 ans) ont toutefois un équipement informatique semblable à celui des jeunes adultes, ce qui traduit une aisance avec la technologie que n'ont pas les plus âgés.

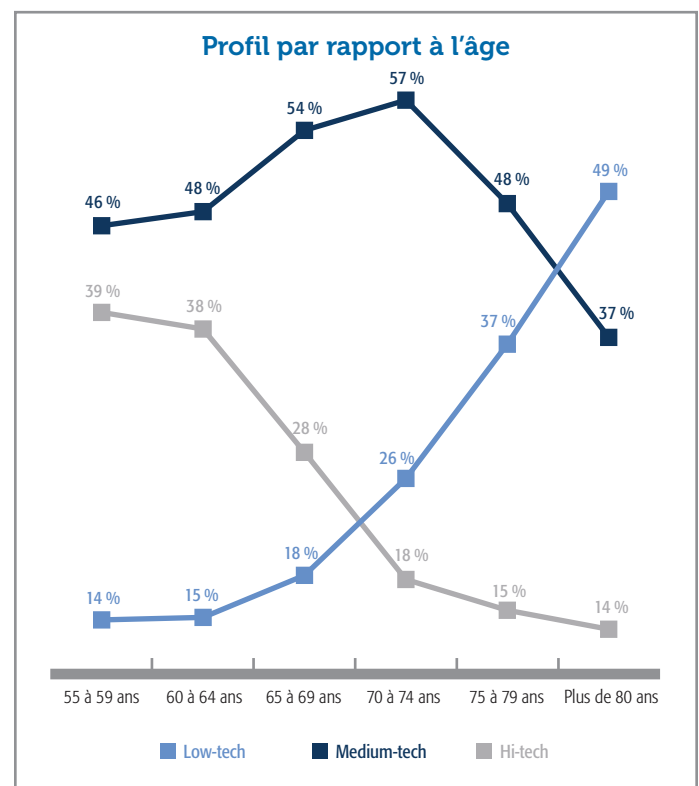
Une utilisation intensive d'Internet parmi les séniornautes.

Alors que la moyenne des adultes internautes québécois utilisent Internet 14,1 heures par semaine, les aînés internautes l'utilisent en moyenne 15,7 heures. Parmi eux, 34 % l'utilisent plus de 20 heures par semaine. Cela est comparable au nombre d'heures que les grands utilisateurs de la génération C passent sur Internet⁶. Internet est-il un refuge pour les aînés? Il semble que ce soit une explication convaincante puisque ceux qui

sont les moins satisfaits de leurs conditions de vie passent environ sept heures de plus par semaine sur le Web que ceux qui en sont satisfaits. Les plus grands utilisateurs sont des personnes vivant seules, au faible niveau de scolarité, et ayant des revenus familiaux inférieurs à 40 000 \$.

Des activités de base centrées sur l'utilisation du courriel et de la recherche d'information.

Les séniornautes ont assurément adopté le courriel : 98 % d'entre eux l'utilisent régulièrement et 2 %, occasionnellement. Les autres activités dans lesquelles ils sont le plus à l'aise tournent autour de la recherche d'information.



⁶ 33 % des 12-24 ans passent 21 heures et plus sur Internet chaque semaine (CEFRIQ, *Génération C : les 12-24 ans – Moteurs de transformation des organisations*, rapport synthèse, CEFRIQ, Montréal, 2009).

Les nouvelles en ligne, un créneau d'importance chez les aînés internautes.

La lecture des nouvelles en ligne est une activité prisée chez les séniornauts puisque 71 % d'entre eux le font sur une base régulière. Mais plus encore: 21 % des séniornauts déclarent qu'ils préfèrent lire leurs nouvelles sur Internet que dans les médias traditionnels ! Ainsi, même si les médias traditionnels demeurent fortement ancrés dans les habitudes des aînés, Internet se taille peu à peu une place enviable dans leur routine.

L'utilisation de sites Web bancaires et des sites gouvernementaux, une habitude bien ancrée.

62 % des séniornauts consultent leurs comptes bancaires au moins une fois par semaine, et 50 % y font des transactions. Par ailleurs, et contre toute attente, 57 % des personnes interrogées à l'enquête utilisent les sites Web gouvernementaux pour y effectuer des transactions. L'utilisation des sites Web bancaires et des fonctionnalités transactionnelles est donc en train de passer dans les habitudes des aînés internautes.

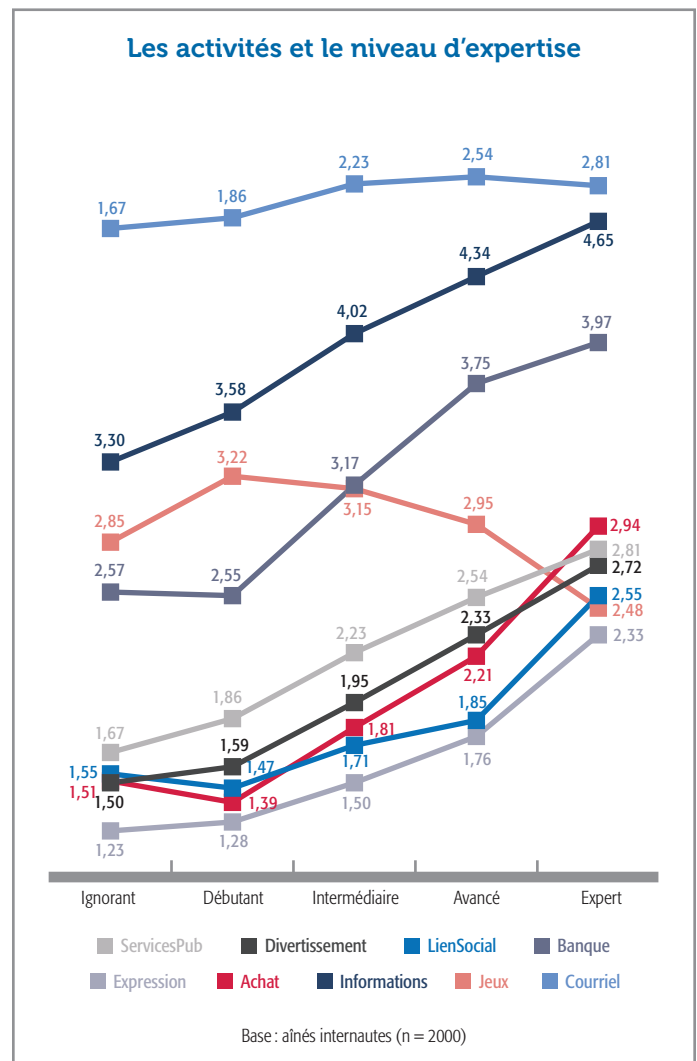
Le e-commerce, la sécurité et l'expertise.

57 % des séniornauts font des achats en ligne, dont 4 % sur une base régulière et 53 % sur une base occasionnelle, et le taux d'achats en ligne augmente radicalement selon l'expertise. Alors que 33 % des débutants se commettent avec le e-commerce, 97 % des experts le font. Cependant, la perception de sécurité demeure encore l'un des principaux freins à l'utilisation du e-commerce. Les aînés qui achètent en ligne sont donc plus confiants que les autres en la sécurité d'Internet, mais ils sont également plus experts, plus jeunes et plus fortunés que les autres.

Le jeu en ligne, la porte d'entrée d'Internet.

Le jeu en ligne est la seule activité ludique qui ne croît pas avec l'expertise. Alors que 60 % des débutants jouent en ligne, 53 % des intermédiaires et 46 % des

initiés le font. Le jeu en ligne est donc un moyen de divertissement privilégié d'appropriation d'Internet. De plus, les aînés jouent plus en ligne que la plupart des Québécois (21 % des Québécois jouent en ligne chaque mois). Les jeux et les concours permettent aux aînés d'évoluer dans un environnement technologique ludique et rassurant. Il s'agirait donc d'une piste prometteuse pour promouvoir l'utilisation d'Internet par les aînés débutants.



Freins et motivations de l'utilisation d'Internet par les aînés (internautes et non-internautes) du Québec

Des aînés très intéressés par les nouvelles technologies.

Les aînés internautes manifestent un vif intérêt pour les nouvelles technologies. Ils sont 87 % à être assez ou très intéressés par les TIC. Les hommes (90 %) et les personnes qui ont terminé des études universitaires (89 %) semblent particulièrement attirés ; ils ont d'ailleurs le profil des plus grands utilisateurs d'Internet.

Des motivations qui évoluent avec le temps.

Les motivations à utiliser les TIC évoluent dans le temps chez les aînés internautes. Ils sont désormais 91 % à utiliser un ordinateur par intérêt personnel, alors que 75 % déclarent avoir commencé à utiliser Internet pour les mêmes raisons. Au fur et à mesure que leur apprentissage avance, ils apprécient de plus en plus le côté divertissant (74 %) et pratique (46 %) de l'ordinateur, alors qu'ils l'utilisent moins pour le travail (35 %) ou pour suivre des cours ou des formations (11 %). Les séniornautes semblent donc prendre goût à l'informatique et à Internet une fois qu'ils y ont été initiés.

Des motivations principalement ludiques.

Les motivations énoncées par les aînés pour l'utilisation d'Internet tournent essentiellement autour d'occupations ludiques. Leur principale motivation est la distraction et la détente (70 %). Viennent ensuite le désir de se tenir au courant et de s'informer (66 %) et le maintien des relations avec les proches (64 %).

La perception de sécurité en ligne, une histoire d'expertise.

67 % des aînés interrogés croient qu'il n'est pas sécuritaire de transmettre des informations personnelles en ligne. Cependant, plus l'expertise en ligne augmente, plus les craintes s'atténuent. L'expérience modifie donc les croyances et les perceptions liées à Internet.

Les coûts, un frein important dans l'utilisation des TIC.

L'aspect économique constitue un frein important pour les aînés. Ce constat a été fait lors des deux volets de l'enquête. Plusieurs participants aux groupes de discussion, qu'ils soient initiés ou non à Internet, ont mis en lumière les coûts importants engendrés par l'acquisition de matériel informatique et les frais récurrents nécessaires pour maintenir son équipement à jour et avoir accès à un branchement Internet.

MOTIVATIONS		
	Au départ %	Maintenant %
Intérêt personnel	75	91
Divertissement	50	74
Travail	44	35
Côté pratique	27	46
Formation	18	11

Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité

Le dépannage et le coaching, les formes d'accompagnement préférées par les séniornauts.

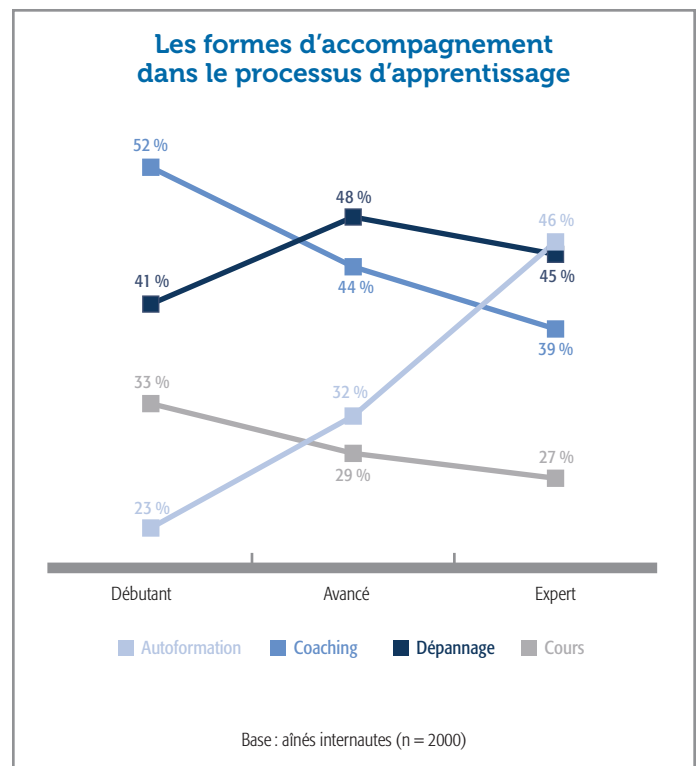
Le dépannage est la forme d'aide qui est jugée la plus essentielle par 46% des séniornauts. Cette forme d'aide leur permet de trouver de l'assistance en tout temps, au téléphone ou en ligne. Ils peuvent ainsi continuer à naviguer sur Internet sans interruption prolongée. Le *coaching* arrive juste après, avec 44% des suffrages des séniornauts. Ils semblent donc apprécier un accompagnement suivi et personnalisé, assuré par les proches.

Les formes d'accompagnement souhaitées par les séniornauts changent selon leur niveau d'expertise.

Ainsi, l'autoformation, qui n'a pas du tout la cote auprès des débutants, est la forme d'accompagnement préférée par les initiés. À l'inverse, le *coaching*, préféré par les débutants, arrive en troisième place chez les initiés. Le dépannage est la seule forme d'accompagnement qui semble être jugée essentielle par tous. L'accompagnement doit donc prendre des formes différentes, selon le niveau d'expertise, mais on devrait veiller à offrir des services de dépannage en tout temps.

Les sites Web de services gouvernementaux gagnent à être adaptés aux aînés.

Les tests d'utilisabilité font ressortir la difficulté qu'ont certains aînés peu initiés à naviguer sur les sites Web gouvernementaux en ligne. Alors que les participants sont familiers avec les sites et qu'ils en donnent une appréciation générale positive, très peu d'aînés sont arrivés à utiliser les services Web sans aide. Les services en ligne gagneraient donc à être simplifiés et clarifiés, notamment en décomposant les tâches au maximum, en s'assurant de la compréhension de la terminologie auprès du public cible et en soignant l'aide en ligne.



Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec

La présente section dresse un portrait, ou plutôt des portraits des aînés internautes du Québec. Il faut en effet demeurer prudent lorsqu'on parle « des aînés » puisque ceux qui sont ainsi désignés comme un seul groupe sont en fait très hétérogènes entre eux. L'étude des séniornautes⁷, dont il est fait synthèse ici, fait ressortir leur grande disparité en matière d'expertise avec Internet, d'équipement et d'usages d'Internet mais, auparavant, il apparaît utile de dresser un bref état de la situation au Québec afin de faire ressortir le contexte de l'étude.

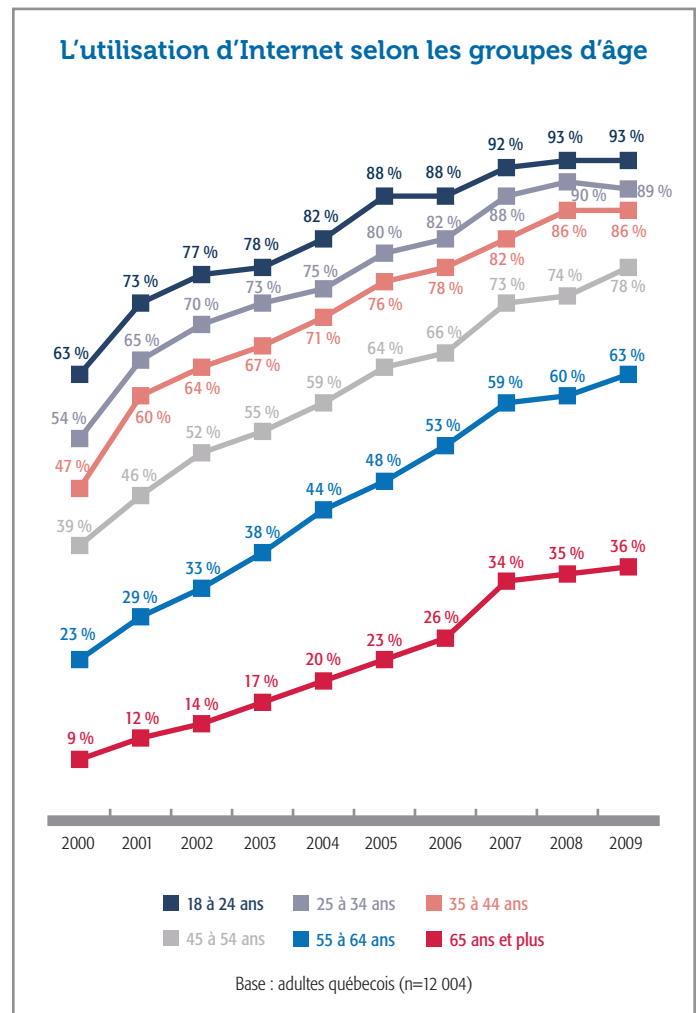
État de la situation au Québec

Menée auprès de 12 004 adultes du Québec, l'enquête *NETendances 2009* a montré que 47 %⁸ des personnes de plus de 55 ans utilisaient régulièrement Internet. Dans le détail, 63 % des aînés de 55 à 64 ans et 36 % des personnes de plus de 65 ans sont sur Internet. Malgré la croissance continue des taux d'utilisation des aînés québécois, la génération A accuse toujours un retard par rapport aux plus jeunes générations : elle est en décalage par rapport aux taux d'utilisation de la population en général (73 %) et, à l'autre extrême, des jeunes adultes (93 % des Québécois de 18 à 24 ans).

Profil sociodémographique

Les aînés présents sur Internet, ou séniornautes, présentent des caractéristiques démographiques que l'on retrouve souvent dans la documentation scientifique : l'utilisateur type est un homme, faisant partie des plus jeunes aînés (55-64 ans), disposant d'un revenu de retraite supérieur à la moyenne et ayant un niveau d'éducation universitaire. À cela on peut ajouter que les

aînés qui vivent dans les régions métropolitaines de Québec (56 %) et de Montréal (54 %) sont de plus grands adeptes d'Internet que ceux qui se trouvent dans les régions de l'Est (42 %), du Centre (39 %) et de l'Ouest-du-Québec (46 %).



Source : CEFRIO, enquête NETendances 2009.

⁷ Le terme « séniornaute » est réservé aux aînés qui utilisent Internet, alors que le terme « aîné » englobe autant les utilisateurs que les non-utilisateurs d'Internet.

⁸ CEFRIO, enquête NETendances 2009.

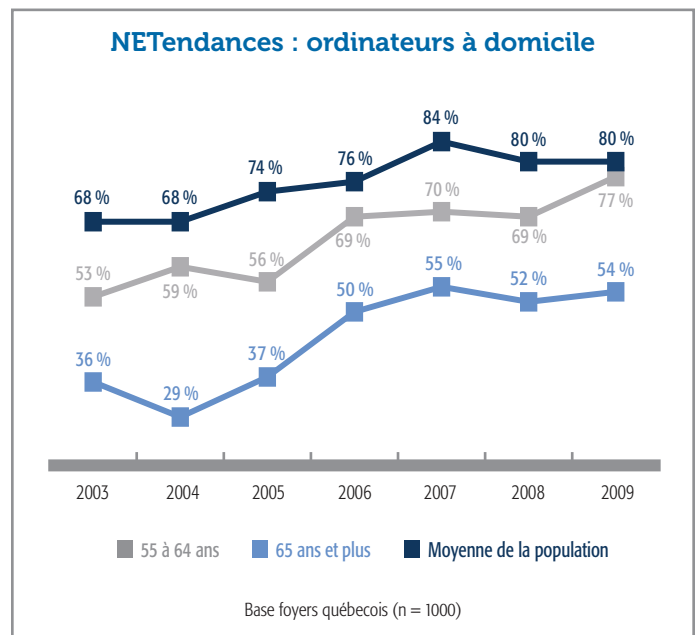
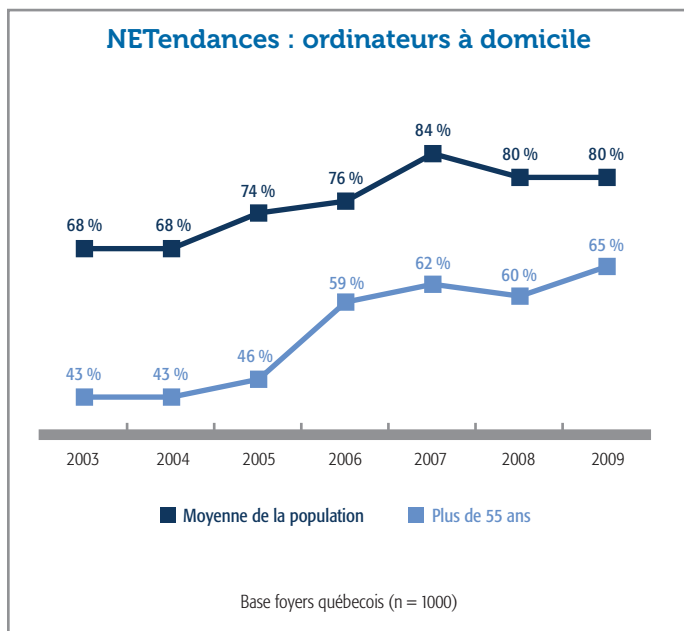
Des aînés globalement peu équipés

Les aînés québécois demeurent en retard en matière d'équipement informatique par rapport au reste de la population. En 2009, 65 % des adultes québécois de plus de 55 ans possédaient au moins un ordinateur à leur domicile, comparativement à 80 % de l'ensemble de la population⁹. Ce retard est d'ailleurs plus marqué

TYPE DE CONNEXION À INTERNET DES AÎNÉS INTERNAUTES*	
Connexion haute vitesse ou intermédiaire	89,7%
Connexion basse vitesse	8,1%
Je ne sais pas	2,2%

après des personnes de plus de 65 ans (54 %). On observe cependant un phénomène de rattrapage intéressant et le retard diminue d'année en année, surtout chez les plus jeunes aînés (77 %). Par ailleurs, le branchement à haute vitesse semble être devenu la norme puisque seulement 8 % des aînés sont connectés à la basse vitesse.

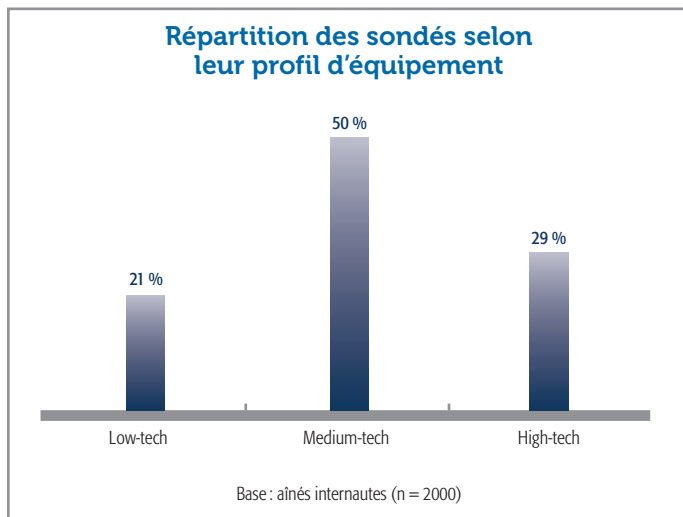
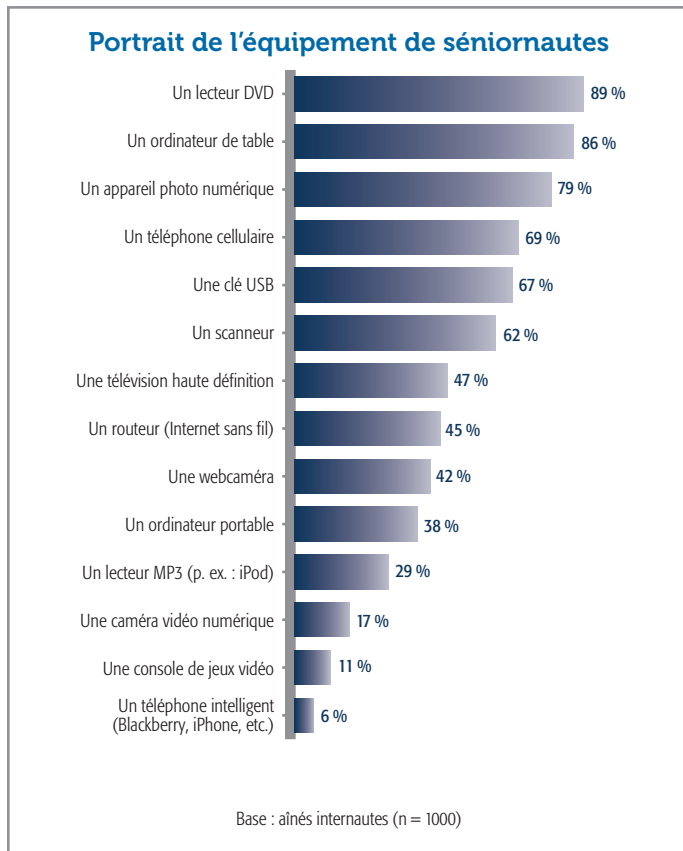
BRANCHEMENT EN HAUTE VITESSE DANS LES RÉGIONS	
RMR (Montréal)	89%
Québec	92%
Est-du-Québec	86%
Centre-du-Québec	91%
Ouest-du-Québec	92%



⁹ NETendances 2009.

L'équipement des séniornautes

Les aînés présents sur Internet sont inégalement équipés. Certains séniornautes ont un équipement analogue à celui des jeunes adultes : plusieurs ordinateurs, lecteur Mp3, Webcam, téléphone intelligent, etc. D'autres, en revanche, ont uniquement un ordinateur de table qui leur permet de naviguer sur le Web.



Un portrait des séniornautes les moins équipés

Près d'un quart (21 %) des aînés internautes sont moins équipés : ces personnes détiennent moins de quatre pièces d'équipement parmi la liste proposée. Ils disposent d'un équipement de base, sans gadget numérique. Le plus souvent, ils possèdent un ordinateur de table (79 %) et un lecteur DVD (71 %), parfois un téléphone cellulaire (39 %) ou un appareil photo numérique (37 %).

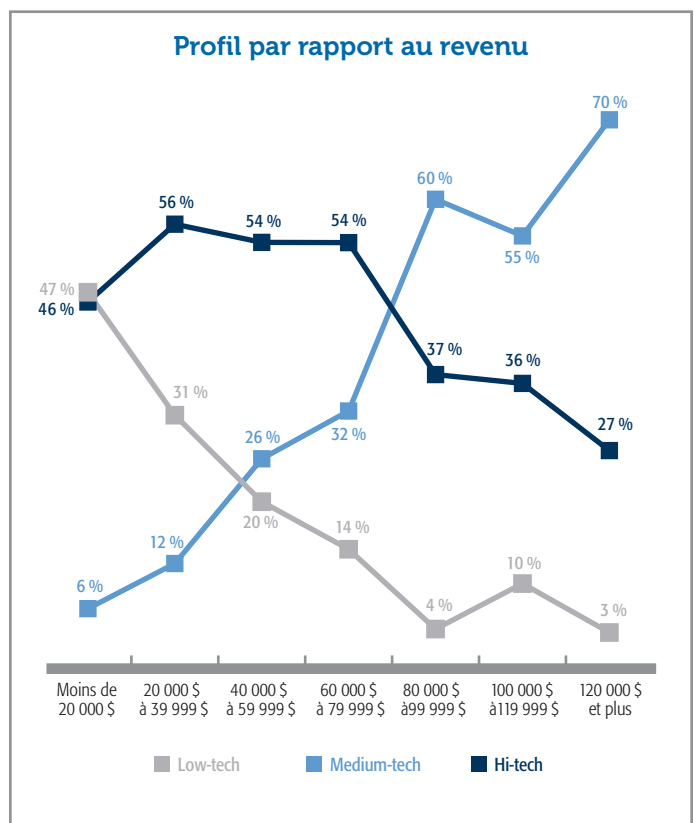
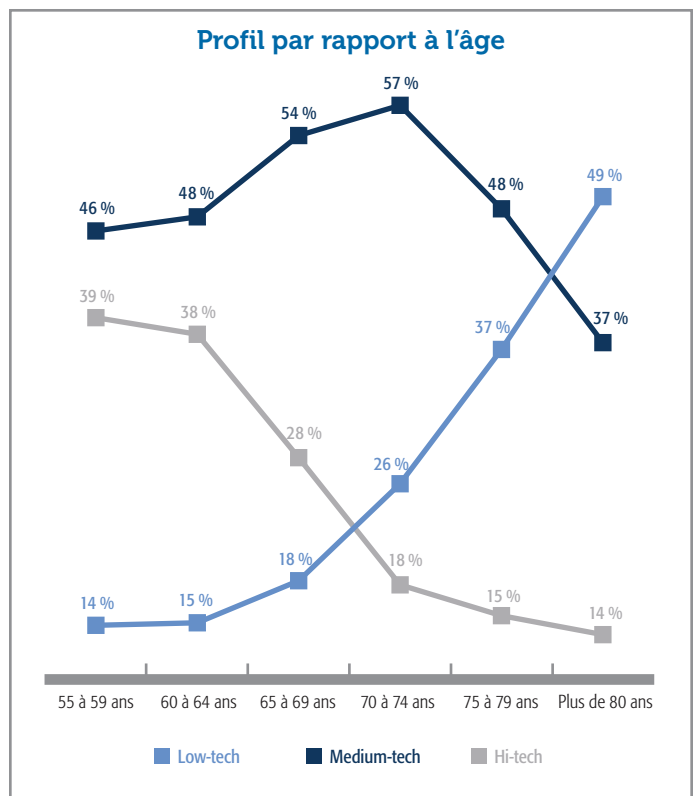
Alors que les moins équipés représentent 21 % de la population, les femmes sont 26 % à faire partie de ce groupe. Les personnes de plus de 70 ans y sont également surreprésentées (32 %), de même que celles disposant d'un revenu inférieur à 40 000 \$ (36 %), les personnes n'ayant pas complété d'études secondaires (30 %) et celles qui résident seules (36 %).

Un portrait des séniornautes suréquipés au Québec

Environ trois aînés internautes sur dix (29 %) peuvent être décrits comme « suréquipés » : ce sont ceux qui détiennent plus de neuf pièces d'équipement parmi la liste proposée. Leur équipement de base est composé d'un ordinateur de table (93 %) et d'un téléphone cellulaire (91 %), ainsi que de nombreux appareils numériques tels qu'un appareil photo numérique (99 %), une clé USB (96 %) ou un scanner (91 %). La plupart du temps, ils ont aussi un ordinateur portable (78 %), une Webcam (76 %) et un lecteur MP3 (61 %).

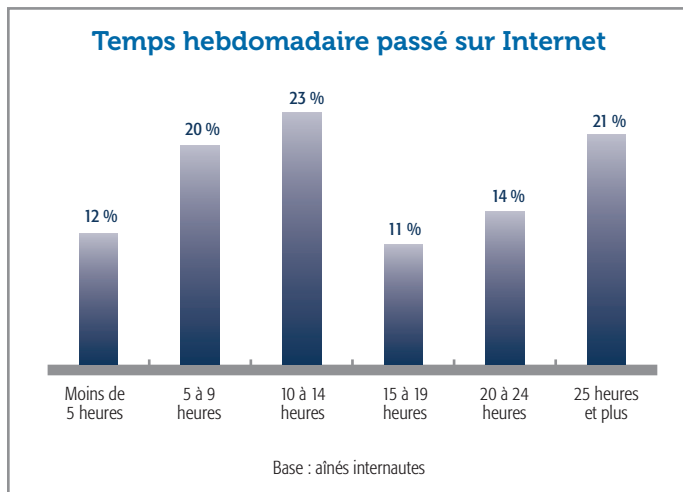
Les aînés internautes suréquipés sont de véritables adeptes des nouvelles technologies. À l'aise avec toutes les nouveautés, leurs taux d'équipement sont comparables à ceux des jeunes adultes. Alors que les suréquipés représentent 29 % de la population, les hommes y sont surreprésentés (36 %), les personnes âgées entre 55 et 64 ans (38 %), de même que celles qui disposent d'un revenu supérieur à 60 000 \$ (54 %), celles qui vivent en couple (34 %) et celles qui ont complété des études universitaires (36 %).

	Low-tech %	Medium-tech %	High-tech %
Global	21	50	29
Sexe			
Homme	16	49	36
Femme	26	51	22
Âge			
55 à 59 ans	15	46	39
60 à 64 ans	15	47	38
65 à 69 ans	18	54	28
70 à 74 ans	26	56	18
75 à 79 ans	37	48	15
80 ans et plus	49	37	14
Revenu			
Moins de 20 000 \$	48	46	6
20 000 \$ à 39 999 \$	31	56	12
40 000 \$ à 59 999 \$	20	54	26
60 000 \$ à 79 999 \$	14	54	32
80 000 \$ à 99 999 \$	4	37	60
100 000 \$ à 119 999 \$	11	35	54
120 000 \$ et plus	3	27	70
Scolarité			
Secondaire ou moins	30	00	00
Collégial	22	00	00
Universitaire	15	00	00
Région			
Montréal (RMR)	22	48	30
Québec	21	54	24
Est-du-Québec	14	52	34
Centre-du-Québec	24	55	21
Ouest-du-Québec	26	49	15
Situation familiale			
Célibataire	36	51	13
En couple	16	50	34
Langue maternelle			
Français	24	50	26
Anglais	10	52	38
Autre	8	48	44



Les habitudes

Internet occupe une place importante pour certains aînés. Les séniornauts passent en moyenne 15,7 heures par semaine sur Internet, soit 2 heures et 15 minutes par jour. Cela représente un peu moins de 15 % de leur temps de vie diurne. À titre comparatif, les aînés canadiens passent en moyenne 20 heures par semaine devant leur poste de télévision. Par ailleurs, ils sont 83 % à utiliser Internet depuis plus de cinq ans.



Un portrait des utilisateurs intensifs

Les utilisateurs intensifs passent 20 heures et plus par semaine sur Internet, soit en moyenne près de 3 heures par jour. Ces utilisateurs intensifs représentent 34 % de la population d'aînés internautes québécois. On constate que ce sont davantage des personnes vivant seules (41 %), avec un faible niveau de scolarité (37 %), et des revenus inférieurs à 40 000 \$ (45 %). On observe par ailleurs des différences significatives d'intensité d'utilisation entre les séniornauts des deux principaux

« Grâce à ma femme, je n'ai le droit qu'à cinq heures par jour, sinon je serais sur Internet pour 24 heures par jour. »

« Moi, Internet, c'est mon divertissement, mais j'en ai d'autres aussi. Internet, ça meuble des heures. Même si c'est une vingtaine d'heures, il en reste d'autres dans la semaine. »

centres urbains du Québec. À Montréal, 36 % des aînés internautes font une utilisation intensive d'Internet, alors que la proportion est de 29 % à Québec.

Internet peut constituer un refuge pour certains aînés, qui y passent beaucoup de temps. On observe que les personnes qui se déclarent non satisfaites dans leurs relations personnelles passent plus de temps en moyenne (22 heures par semaine) que les personnes tout à fait satisfaites (15 heures par semaine).

Les activités des aînés sur Internet : le courriel comme point de départ

Au Québec, 42 % des personnes de plus de 55 ans utilisent le courriel, comparativement à 66 % pour l'ensemble de la population¹⁰. Chez les aînés internautes, 98 % en font un usage régulier. Le courriel est, de loin, l'activité la plus pratiquée par les séniornauts et constitue un point central de leur « cybervie ». L'envoi et la réception de courriels est une activité aisée pour eux : ils sont 93 % à déclarer être à l'aise avec cette activité.

Le courriel, une nécessité sociale pour les aînés¹¹

Même s'ils mettent en avant la perte de lien réel que cela pourrait engendrer pour eux, les aînés reconnaissent unanimement l'intérêt du courriel. C'est l'une des principales motivations qui pourraient les amener à se convertir au numérique.

« Moi, j'ai des amis en Europe surtout. [...] Ils déplorent que je n'aie pas de courriel. [...] Pour moi, c'est devenu presque une priorité [...] Mais, je me dis que, si je ne suis qu'en courriel, je ne leur parlerais plus au téléphone. »

« J'aimerais avoir une adresse courriel parce que, lorsque tu es en voyage dans un groupe, tout le monde dit : "Donne-moi ton adresse courriel, je vais t'envoyer les photos". Tu dis : "Je n'en ai pas". Tu es à peu près la seule à dire que tu n'en as pas. »

¹⁰ NETendances 2009.

¹¹ Groupes de discussion.

	Total* %	Régulier %	Occasionnel %
Envoyer et recevoir des courriels	99	98	2
Rechercher de l'information sur un sujet donné	99	82	16
Rechercher de l'information sur un site gouvernemental	88	23	65
Consulter un site gouvernemental	86	15	71
Lire les nouvelles	86	71	15
Chercher de l'information en vue d'un achat	85	35	49
Participer à des concours	81	42	39
Regarder ou télécharger des photos	78	28	50
Consulter vos comptes bancaires	74	62	12
Jouer à des jeux, seul ou en réseau	69	53	16
Faire des transactions bancaires	68	50	18
Communiquer avec l'administration publique	58	8	50
Effectuer des transactions sur des sites gouvernementaux	57	2	55
Faire un achat en ligne	57	4	53
Consulter/visiter un blogue	50	12	37
Visiter un wiki	48	14	34
Écouter ou télécharger de la musique	47	14	34
Visiter un site de réseautage social	43	22	21
Écouter la radio	41	14	26
Chatter/clavarder sur Internet	41	20	20
Regarder/écouter des émissions TV	37	10	27
Aller sur des forums de discussion	32	10	22
Faire des montages vidéo ou mettre des photos en ligne	32	8	24
Regarder ou télécharger des vidéos, des films	30	12	17
Téléphoner en ligne (exemple : Skype)	26	12	14
Participer à un site de réseautage social	26	10	16
Contribuer au blogue d'une autre personne	21	5	16
Lire des livres	14	4	10
Aller sur des sites de rencontres	11	5	7
Écrire sur un wiki	9	1	8
Écrire son blogue personnel	7	2	5

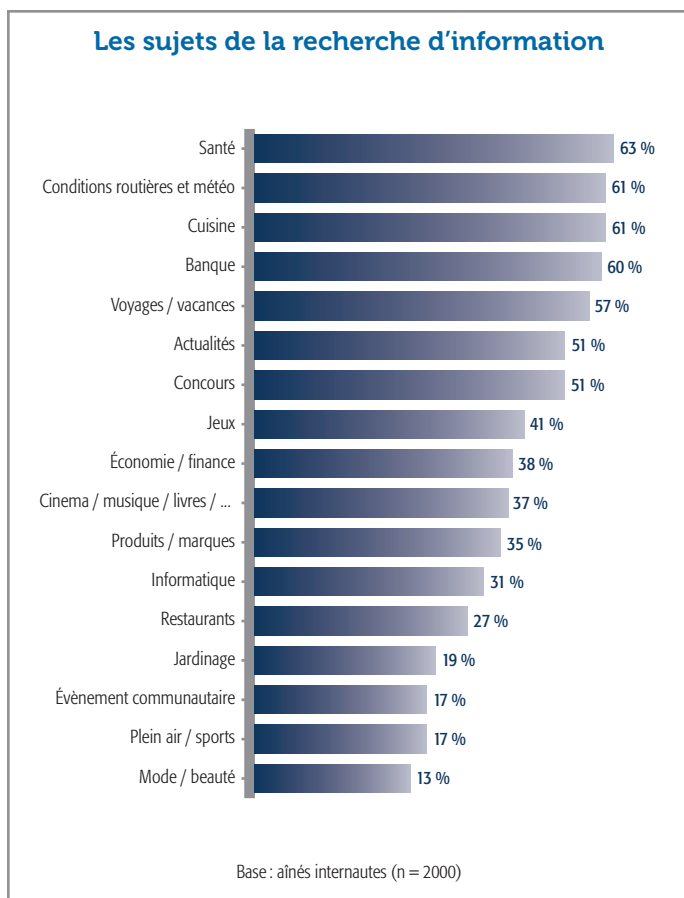
RÉGULIER : au moins une fois par semaine.

OCCASIONNEL : moins d'une fois par semaine.

* Le total est égal à la somme des «réguliers» et des «occasionnels». Les nombres arrondis peuvent causer des différences d'un point dans le total.

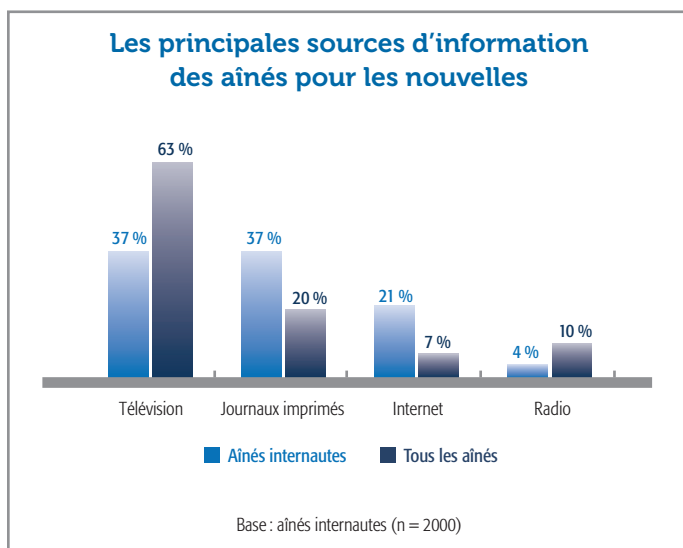
L'information et la recherche

La recherche d'information est l'activité la plus populaire après le courriel. Les aînés internautes ont été interrogés sur leurs sujets de recherche, pour lesquels ils apparaissent très éclectiques. La santé (63 %), les conditions routières et météorologiques (61 %), la cuisine (61 %), la banque (60 %) et les voyages (57 %) sont les sujets de recherche préférés des aînés sur Internet. Viennent ensuite les actualités (51 %), les concours (51 %) les jeux (41 %) ou encore l'économie et la finance (38 %).



Internet, une nouvelle source d'information pour les aînés internautes

Au Québec en 2009, seuls 7 % des aînés québécois utilisaient Internet comme principale source d'information, comparativement à 13 % de l'ensemble de la population. Les médias traditionnels demeurent fortement ancrés dans les habitudes des aînés. Les séniornauts, pour leur part, ont des habitudes différentes par rapport à l'information. Certes, la télévision demeure une source d'information prépondérante : 37 % des aînés internautes déclarent utiliser la télévision comme principale source d'information. En revanche, Internet est le média préféré pour 21 % d'entre eux. Les aînés présents sur la Toile utilisent également davantage les journaux imprimés pour s'informer que l'ensemble des aînés du Québec (37 %).

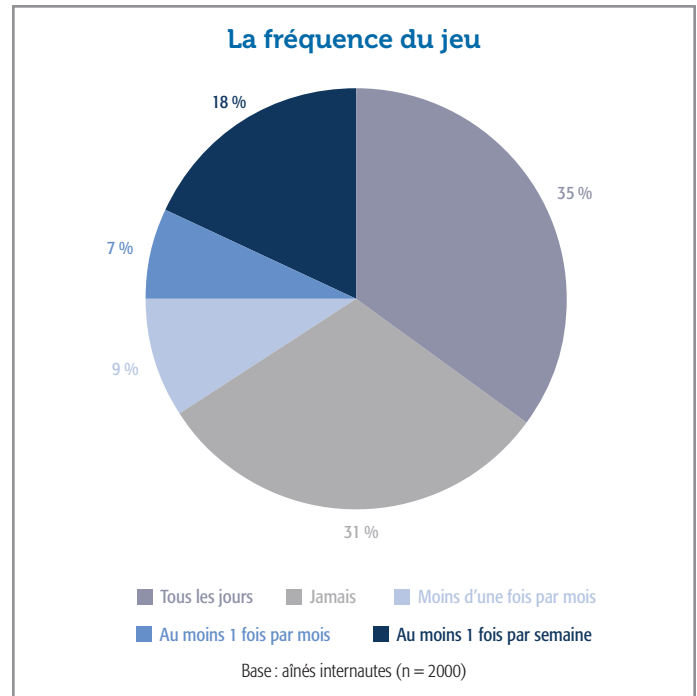
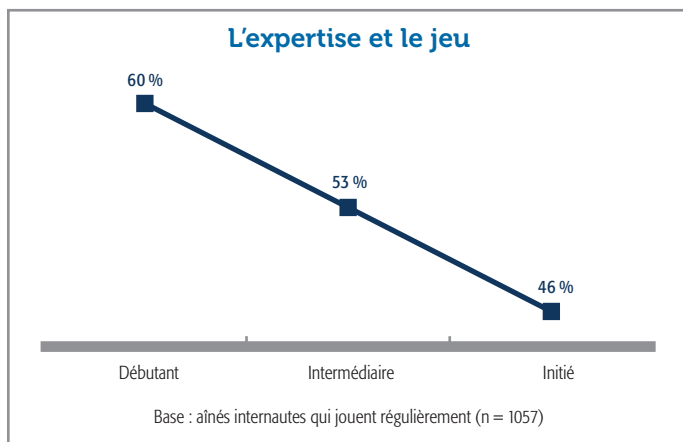


Le jeu en ligne

Les séniornautes sont 81 % à participer à des concours et 69 % à jouer à des jeux en ligne, seuls ou en réseau. Le jeu en ligne est la seule activité qui n'augmente pas avec l'expertise. Alors que 60 % des débutants jouent en ligne, 53 % des intermédiaires et 46 % des initiés le font. Le jeu est donc un moyen privilégié d'appropriation d'Internet. De plus, les aînés jouent plus en ligne que la plupart des Québécois (selon NETendances 2009, 21 % des Québécois jouent en ligne chaque mois). Les jeux et les concours permettent aux aînés d'évoluer dans un environnement technologique ludique et rassurant. Il s'agirait donc d'une piste prometteuse pour promouvoir l'utilisation d'Internet par les aînés débutants.

Les plus grands joueurs en ligne sont des femmes (75 %), des personnes vivant seules (72 %), des personnes âgées de plus de 65 ans, dont le revenu est inférieur à 40 000 \$ et qui n'ont pas suivi une scolarité au-delà du secondaire.

La participation à des concours est également une activité plus prisée par les femmes (84 %), par les personnes dont le revenu est inférieur à 40 000 \$ et qui n'ont pas été scolarisées après le secondaire. À l'inverse du jeu, cependant, ce sont davantage les moins de 70 ans qui participent à des concours.



Le divertissement en ligne

Les séniornautes québécois utilisent toutes les ressources disponibles sur Internet. Ils font preuve d'une grande curiosité et d'un vif intérêt à l'égard des formes nouvelles de divertissement en ligne. YouTube, Wikipedia et Picasa sont quelques-uns des outils en ligne que beaucoup d'aînés connaissent et utilisent. Au Québec, 78 % des séniornautes regardent ou téléchargent des photos, 48 % visitent des wiki, 47 % écoutent ou téléchargent de la musique en ligne, 41 % écoutent la radio. Ils sont également 37 % à regarder des émissions de télévision en ligne, 30 % à regarder ou télécharger des films et 14 % à lire des livres. Toutefois, ces activités sont irrégulières pour la plupart des séniornautes.

La banque en ligne

En 2009, 56 % des internautes québécois réalisaient des transactions dans leur site de banque en ligne¹². Les aînés présents sur Internet sont eux aussi de véritables adeptes de cette activité et l'on observe des taux d'utilisation semblables, voire supérieurs à la moyenne dans l'enquête Génération A. Ainsi, 74 % des aînés internautes consultent leur compte bancaire sur Internet et 68 % y font des transactions. Par ailleurs, un aîné internaute sur quatre consulte ses comptes bancaires tous les jours sur Internet (25 %).

¹² NETendances 2009.

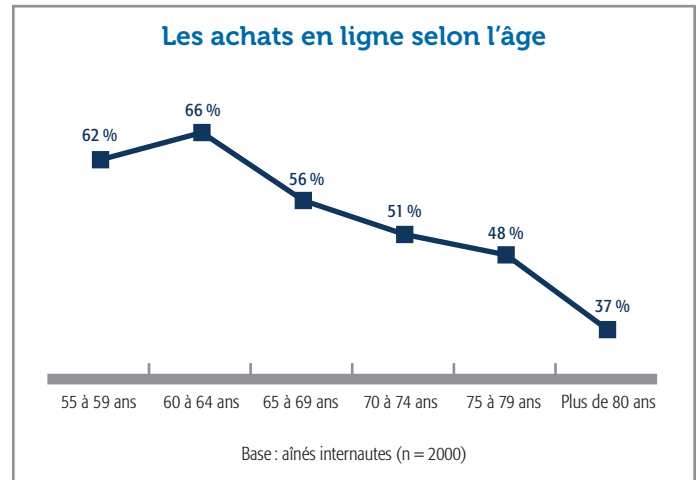
Les hommes utilisent davantage les services bancaires en ligne que les femmes. Globalement, on constate que l'utilisation des outils de banque en ligne s'accroît en fonction du revenu et du niveau de scolarité. En revanche, il décroît avec l'âge. Les personnes âgées de moins de 65 ans, celles disposant d'un revenu annuel supérieur à 60 000 \$ et ayant complété des études collégiales ou universitaires sont finalement les plus grands utilisateurs des services de banque en ligne.

Les achats en ligne

En 2009, 200 000 personnes de plus de 55 ans (15 % des cyberacheteurs) ont effectué des achats sur Internet, pour des dépenses totales qui s'élèvent approximativement à 630 millions de dollars¹³. Si les personnes de plus de 55 ans sont proportionnellement celles qui achètent le moins sur Internet (9 %), ce sont celles qui ont le panier d'achat mensuel moyen le plus élevé (332 \$).

Les séniornauts sont 57 % à effectuer des achats en ligne : 20 % le font chaque mois et 37 % de façon occasionnelle au cours d'une année. Ces résultats sont comparables à ceux observés auprès de la population adulte québécoise dans son ensemble puisque 24 % des internautes québécois réalisaient des achats chaque mois sur Internet en 2009¹⁴. La recherche d'information en ligne, en vue d'un achat, est souvent, pour les aînés, une première approche avec le commerce électronique : 85 % des aînés internautes le font.

Les aînés cyberacheteurs sont généralement des hommes (66 %), des personnes âgées de moins de 65 ans (69 %), ayant des revenus supérieurs à 60 000 \$ (68 %) et ayant complété des études universitaires (67 %). L'âge et le revenu sont très corrélés avec cette activité.



Les billets d'événements ou d'activités de divertissement (50 %), les voyages (49 %), les livres (48 %) et le matériel informatique (42 %) sont les produits les plus populaires auprès des acheteurs en ligne. Ils achètent également des appareils électroniques tels que des lecteurs Mp3 (30 %), des produits de prêt-à-porter (28 %) et de la musique ou des films (24 %).

Des aînés inquiets de la sécurité de leurs achats

Les aînés internautes sont préoccupés par la sécurité de leurs achats en ligne. Ainsi, 41 % croient que les achats en ligne ne sont pas sécuritaires et 51 % se disent inquiets pour la sécurité des paiements en ligne. Par ailleurs, seuls 28 % des personnes qui jugent les achats en ligne non sécuritaires le font malgré tout. À l'inverse, 88 % des personnes qui jugent qu'il est sécuritaire d'acheter en ligne le font. Les préoccupations proviennent donc essentiellement des personnes qui n'achètent pas en ligne.

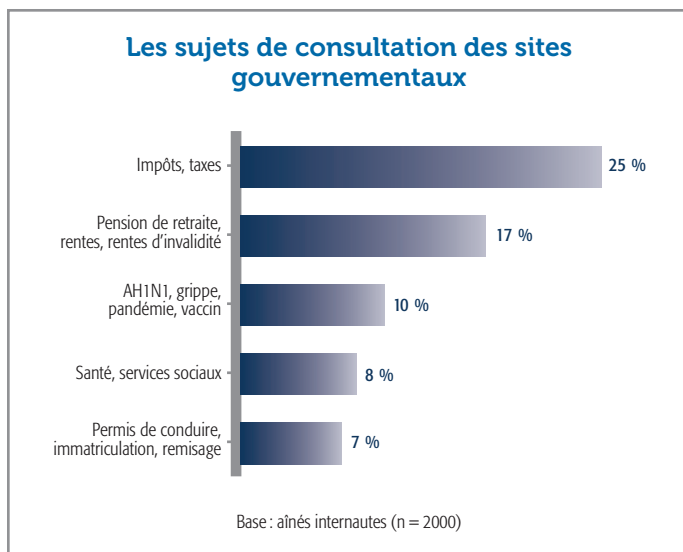
¹³ *Indice du commerce électronique.*

¹⁴ *Ibid.*

Les services publics en ligne

Internet permet aux séniornautes les plus initiés de maintenir leur lien avec l'administration publique. Soucieux de leurs droits, les aînés québécois présents sur la Toile font une grande utilisation des différents services en ligne proposés par l'administration. Les séniornautes recherchent de l'information (88%), communiquent (58%) et même transigent par le biais des sites gouvernementaux (57%).

Lors de la dernière année, 75% des aînés internautes ont consulté un ou plusieurs sites du gouvernement du Québec. Les impôts (25%), la retraite (17%) et la grippe A (10%) sont les trois sujets principaux pour lesquels les séniornautes ont fait appel aux ressources en ligne du gouvernement du Québec. Les sites de Revenu Québec (24%), de la Régie des rentes (16%), du ministère de la Santé et des Services sociaux (10%) et de la SAAQ (8%) ont été les plus consultés par les séniornautes.



Les plus grands utilisateurs des services gouvernementaux en ligne sont principalement les hommes, les personnes âgées de moins de 65 ans, celles disposant d'un revenu annuel supérieur à 40 000 \$ et ayant complété une scolarité au-delà du secondaire.

La consultation des sites gouvernementaux présente des différences peu marquées entre les groupes de la population d'aînés internautes. Cette activité peu engageante semble moins freiner les personnes peu à l'aise avec la technologie. En revanche, les transactions avec le gouvernement en ligne montrent d'importants écarts entre les séniornautes. Des tendances fortes se distinguent par rapport à l'âge, le revenu et le niveau de scolarité. Effectuer des transactions en ligne avec le gouvernement constitue une étape à franchir par rapport à la simple consultation des sites.

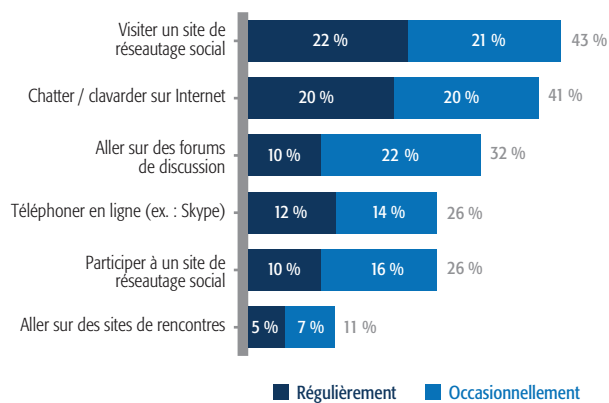
Les activités sociales sur Internet

Pour les aînés, Internet constitue un excellent moyen d'entretenir leurs relations sociales. Souvent à la retraite, ils vivent parfois en région, éloignés de leurs enfants ou petits-enfants. Le téléphone en ligne, le clavardage ou les sites de réseautage social deviennent dès lors une façon de garder le lien avec eux.

Parmi les séniornautes interrogés, 43% fréquentent des sites de réseautage social, 41% clavardent sur Internet, 32% vont sur des forums de discussion, 26% téléphonent en ligne par le biais d'outils tels que Skype et 11% fréquentent même des sites de rencontres. Cependant, la plupart des aînés pratiquent ces activités de manière occasionnelle (moins d'une fois par semaine).

« Je suis retraité moi aussi. Je vis en couple. J'ai deux enfants, dont un demeure au Lac Saint-Jean. Il est chirurgien là-bas. Ça fait que ça me permet, surtout Internet, de communiquer justement avec mes petits-enfants. J'ai une Webcam, puis je communique avec eux autres deux ou trois fois par semaine. »

Les aînés et leur activités sociales sur Internet



Base : aînés internautes (n = 2000)

Les aînés et les réseaux sociaux

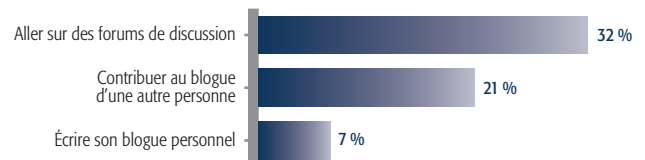
Les aînés présents sur la Toile n'échappent pas à la mode des réseaux sociaux, comme Facebook ou Twitter. Les plus jeunes aînés y sont proportionnellement plus nombreux : 34 % des 55-59 ans participent à des réseaux sociaux, alors que seulement 12 % des 75-79 ans le font. Toutefois, les aînés manifestent de vives réserves à leur égard. Les groupes de discussion menés dans le projet Génération A font ressortir cette méfiance et ce regard critique.

L'expression sur Internet

Le Web permet à certains aînés de maintenir leur contribution à la société. Ils peuvent ainsi échanger des idées et débattre sur des forums de discussion, réagir à des événements d'actualité dans des blogues ou sur les sites des journaux de presse. Lieu d'expression anonyme et confortable, Internet constitue une belle tribune pour beaucoup d'aînés soucieux de transmettre leur expérience ou de simplement partager leurs opinions.

Parmi les séniornauts interrogés, 32 % se rendent sur des forums de discussion, 10 % le font d'ailleurs chaque semaine. Un séniornaute sur cinq (21 %) contribue au blogue d'une autre personne en y laissant des commentaires, la plupart de façon occasionnelle (16 %). Enfin, 7 % déclarent écrire sur un blogue personnel, mais à peine 2 % le font de façon régulière, ce qui constitue l'activité la moins réalisée par les aînés internautes.

L'expression des séniornauts



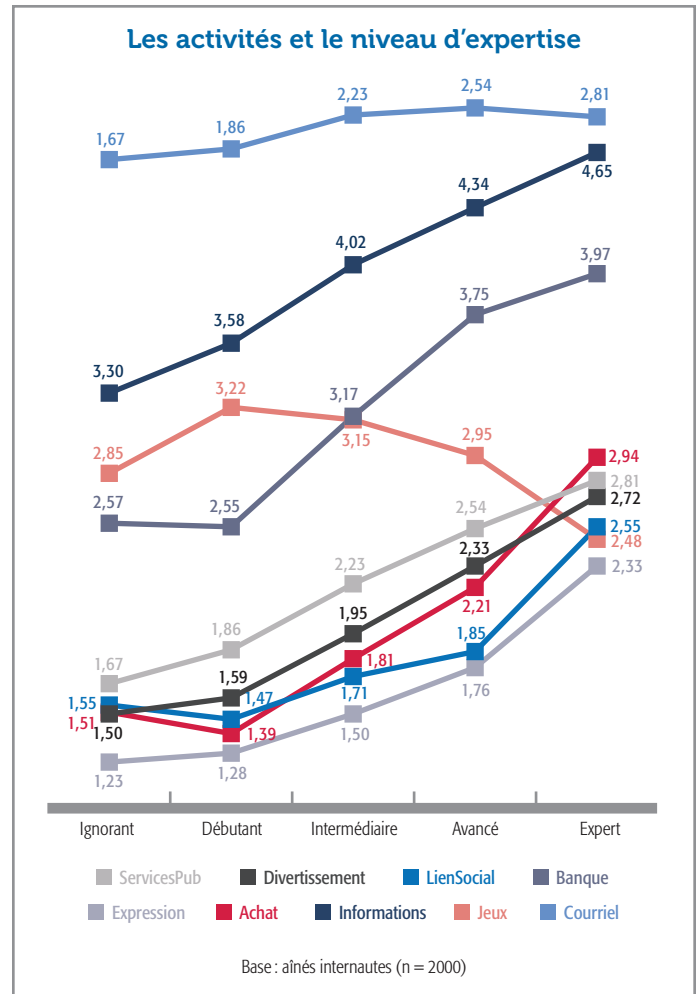
Base : aînés internautes (n = 2000)

«Je me suis inscrit, un petit peu comme beaucoup de monde, mais j'ai constaté après que c'était du blabla puis du potinage. Quelle erreur j'ai faite!». «Il faut faire preuve de beaucoup de discernement. [...] Quand j'apprends que Facebook est propriétaire du contenu de tout ce que je mets dessus, je n'ai jamais mis aucune de mes toiles. [...] J'ai toujours été super prudent, puis je ne fais rien d'autre que l'essentiel où je ne suis pas vulnérable.»

Le lien entre les activités et le niveau d'expertise

Au fil de leur apprentissage, les aînés internautes évoluent. Ils s'approprient peu à peu la technologie et leur comportement change. Ils passent de plus en plus de temps sur le Web et y réalisent des activités qui exigent désormais une plus grande maîtrise. Alors que le courriel, la recherche d'information ou le jeu en ligne sont des activités qu'ils pratiquent dès le départ, faire des achats en ligne ou s'exprimer sur la Toile arrive souvent plus tard au cours de leur « cybervie ».

Le jeu en ligne est la seule activité qui décroît avec l'expertise. Les séniornauts semblent peu à peu délaisser le jeu en ligne, au début simple et sécurisant, pour découvrir les possibilités du Web et s'orienter vers des activités plus diversifiées et complexes. La compréhension graduelle de l'environnement Web leur permet de développer des trucs, de se sécuriser et de progresser vers d'autres activités, au départ jugées trop complexes ou trop risquées, comme l'achat en ligne. Le jeu sérieux serait donc une porte d'entrée intéressante à proposer aux aînés qui désirent amorcer une démarche d'appropriation des TIC.



« Ils ont dit : "Maman, à un moment donné, tu vas vieillir. Peut-être que tu seras moins capable de te véhiculer, puis tu auras quelque chose d'intéressant. Tu aimes ça faire de la recherche, tu aimes ça faire toutes sortes de choses". Là, je suis partie à jouer au bridge là-dessus. Tu joues avec la Suisse, tu joues partout, c'est le fun. Puis, finalement, j'adore ça. J'aime vraiment ça. Mais c'est surtout que, quand tu vas sur Google, en fait, tu cherches un paquet d'affaires, un paquet d'information dont tu as besoin. Tes petits-enfants viennent à la maison, je suis aussi enfant qu'eux autres, donc devinez... C'est ça, en fait. C'est bien. »

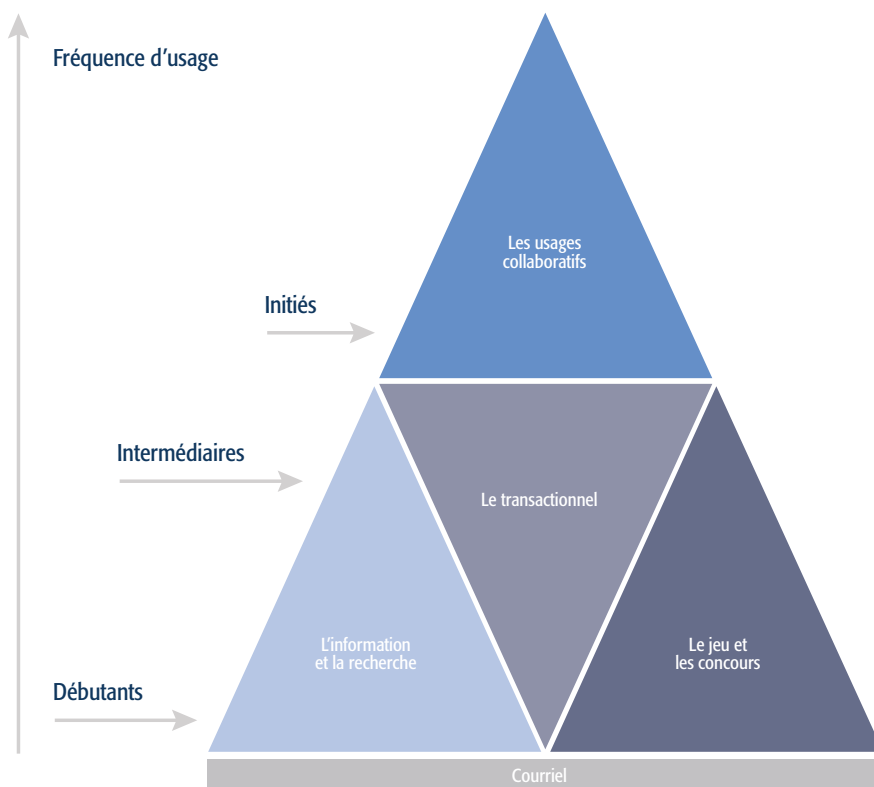
« Moi, les achats en ligne, de la manière que je les fais, au début, j'ai pris une deuxième carte. J'ai une carte de crédit spéciale pour faire mes achats en ligne. Cette carte de crédit, elle a une limite de 1000 \$, donc je sais que je ne peux pas me faire jouer de plus que 1000 \$, mais j'ai appris avec le temps que les compagnies de cartes de crédit te remboursent lorsque tu as des choses. »

Synthèse du portrait des aînés internautes

La recherche visant à tracer un portrait des séniornautes a été synthétisée dans une figure qui montre, d'une part, les usages d'Internet que font les aînés et, d'autre part, les aînés qui les font selon leur niveau d'expertise.

Les activités ou les groupes d'activités ont été représentés graphiquement dans une forme pyramidale. Ils apparaissent de bas en haut, dépendamment de leur fréquence d'usage et de leur importance pour les aînés internautes. Plus ils sont élevés dans la pyramide, plus les activités sont réalisées par une petite partie de la population des séniornautes. Les activités transactionnelles incluent notamment les achats en ligne, les services publics en ligne et la banque en ligne. Les usages collaboratifs, quant à eux, incluent l'expression, les réseaux sociaux, le divertissement culturel et la communication interactive.

Les aînés sont segmentés selon leur expérience d'Internet. Les séniornautes initiés passent en moyenne 20 heures par semaine sur Internet. Ce sont majoritairement des hommes, de plus jeunes aînés (61 % ont moins de 64 ans), ayant plus souvent un diplôme universitaire (51 % de ce groupe détiennent un diplôme universitaire), et les tranches de revenu supérieures à 80 000 \$ par an sont surreprésentées dans ce groupe. Ce sont ceux qui font l'usage d'Internet le plus complexe. Les aînés débutants, pour leur part, passent en moyenne 13 heures par semaine sur Internet. Ce sont des gens un peu plus âgés (59 % ont entre 65 et 79 ans), ayant plus souvent un diplôme secondaire ou collégial. Les tranches de revenus supérieures à 80 000 \$ par année y sont sous-représentées. Quant à leurs usages, ils demeurent plutôt de base et consistent principalement au courriel, aux usages informationnels et aux jeux et concours.



Motivations à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec

La présente section examine plus spécifiquement les motivations et les freins à l'utilisation d'Internet par les aînés. L'analyse permet de comprendre quelques-uns des principaux déterminants à l'usage des TIC par les aînés internautes et non-internautes. Les groupes de discussion et l'enquête montrent que les aînés ont des motivations principalement ludiques dans leur utilisation d'Internet alors que la sécurité et les coûts, notamment, constituent des freins à l'usage des TIC.

Des aînés très intéressés par les nouvelles technologies

Les aînés internautes manifestent un vif intérêt pour les nouvelles technologies. Ils sont 87 % à se dire « assez intéressés » ou « très intéressés » par les TIC. Les hommes (90 %) et les personnes qui ont terminé des études universitaires (89 %) semblent particulièrement attirés vers les technologies de l'information et de la communication et ont d'ailleurs le profil des plus grands utilisateurs d'Internet. De plus, 71 % soulignent qu'Internet est adapté à leurs besoins et 79 % que c'est un outil qui leur convient tout à fait.

« Moi, disons que ça a été un besoin parce que, lorsque les ordinateurs sont entrés dans les écoles, j'étais avec les élèves, cela fait que je me suis occupé avec eux autres, puis j'ai développé le sens de dire que je vais les initier, ensuite je vais m'initier moi aussi, je vais prendre plus d'expérience. Ça a été comme ça que j'ai parti les programmes avec les enfants à un moment donné puis, aujourd'hui, je travaille beaucoup sur l'ordinateur. Des recherches... Je communique beaucoup avec des gens de la Chine surtout, des amis que j'ai rencontrés sur Internet, qui sont venus au Canada et qui sont retournés en Chine, puis on est toujours en relation ensemble. »

Des motivations qui évoluent avec le temps

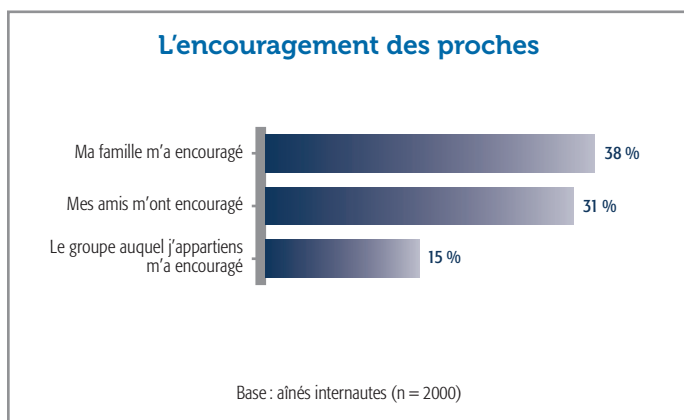
On constate toutefois que les motivations évoluent dans le temps chez les aînés internautes. Les séniornauts semblent prendre goût à l'informatique et à Internet une fois qu'ils y ont été initiés. Ils sont désormais 91 % à utiliser un ordinateur par intérêt personnel, alors qu'au départ cette proportion était de 75 %. Au fur et à mesure que leur apprentissage avance, ils apprécient de plus en plus le côté divertissant (74 %) et pratique (46 %) de l'ordinateur. En revanche, ils sont moins nombreux à l'utiliser pour le travail (35 %) ou pour suivre des cours ou avoir de la formation (11 %).

MOTIVATIONS		
	Au départ %	Aujourd'hui %
Intérêt personnel	75	91
Divertissement	50	74
Travail	44	35
Côté pratique	27	46
Travaux à effectuer dans le cadre de cours ou de formation	18	11
Accès à Internet	1	5
Mes enfants m'y ont initié	13	

L'importance des proches pour certains aînés

La famille immédiate a souvent une grande influence sur les aînés dans leur décision d'utiliser ou non un ordinateur. Ainsi, 13 % des séniornautes déclarent que ce sont leurs enfants qui les ont encouragés à le faire et, parfois, les ont même initiés. On constate que certains aînés sont plus sensibles que d'autres à une telle influence et ont certainement besoin de plus d'accompagnement de la part de leurs proches. Les femmes (17 %), les personnes peu scolarisées (17 %), les aînés de plus de 75 ans (23 %) et ceux qui vivent à l'extérieur de la région métropolitaine de Montréal (15 %) sont ceux qui ont été le plus souvent initiés par leurs enfants.

Enfin, près de quatre séniornautes sur dix (38 %) ont été soutenus par leur famille lors de leur apprentissage de l'ordinateur. Les amis occupent aussi une place importante dans le soutien et l'encouragement offerts à certains aînés (31 %), tout comme les différents groupes auxquels ils appartiennent (15 %).



« Moi, je pensais que je ne serais jamais capable d'apprendre ça. C'était du chinois, pour moi. Mon fils disait : "Maman, tu vas être capable". Là, j'ai dit : "Je vais y aller, je vais suivre les cours, je vais voir. Si ça ne marche pas, je débarquerai". »

« Un ami me conseille, mais [...] je veux toujours savoir pourquoi on choisit ça [...]. J'essaie toujours, moi aussi, de m'adapter, de comprendre exactement [...] les besoins [...], pourquoi il me fait choisir ce système-là. »

Pourquoi utiliser Internet ?

Internet est devenu un passe-temps important dans la vie des aînés internautes, qui ne pourraient désormais plus s'en passer. Ils l'utilisent comme moyen d'évasion pour se distraire et se détendre (70 %), mais aussi pour découvrir de nouveaux horizons et s'ouvrir au monde (54 %).

Curieux et alertes, les aînés qui naviguent sur Internet veulent s'informer et se tenir au courant de l'actualité (66 %). Ils sont soucieux de rester «de leur temps» (42 %) et de ne pas se laisser dépasser par un monde qui évoluerait sans eux.

Les séniornautes utilisent beaucoup le Web pour améliorer leur vie sociale ou pour s'adapter aux moyens de communication modernes. Ils s'en servent pour garder le contact avec leurs proches (64 %) et, parfois, pour réduire leur isolement (27 %). Enfin, certains d'entre eux naviguent sur Internet pour maintenir leur participation sociale (22 %), en partageant avec d'autres leurs idées ou leurs connaissances (29 %), par exemple.

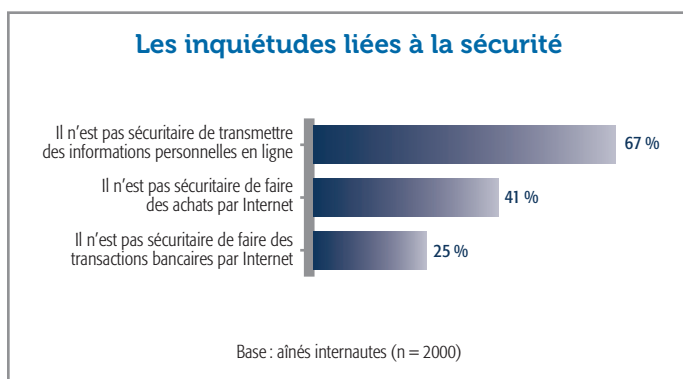
Freins à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec

Beaucoup d'aînés sont freinés dans leur enthousiasme par un ensemble de facteurs psychologiques, notamment des inquiétudes liées à leur sécurité, une certaine résistance au changement et un manque d'habileté sur le plan technologique.

De nombreuses préoccupations

Les aînés sont souvent des internautes soucieux et préoccupés par les questions de sécurité. Leur manque d'habileté semble renforcer leurs appréhensions. Pour beaucoup d'entre eux, la principale crainte a trait à la protection de leurs renseignements personnels (67 %). Les aînés décrivent souvent les transactions en ligne comme « peu sécuritaires », que ce soit pour faire des achats en ligne (41 %) ou pour effectuer des transactions bancaires (25 %).

Les femmes, les aînés internautes les plus âgés et les moins scolarisés sont ceux qui expriment le plus d'inquiétudes à l'égard de leur sécurité en ligne. Ce sont également les personnes les moins familières avec la technologie et celles qui sont arrivées récemment sur le Web. Les préoccupations des aînés liées à la sécurité semblent évoluer avec l'apprentissage : plus ils acquièrent de l'expérience, moins ils sont inquiets.

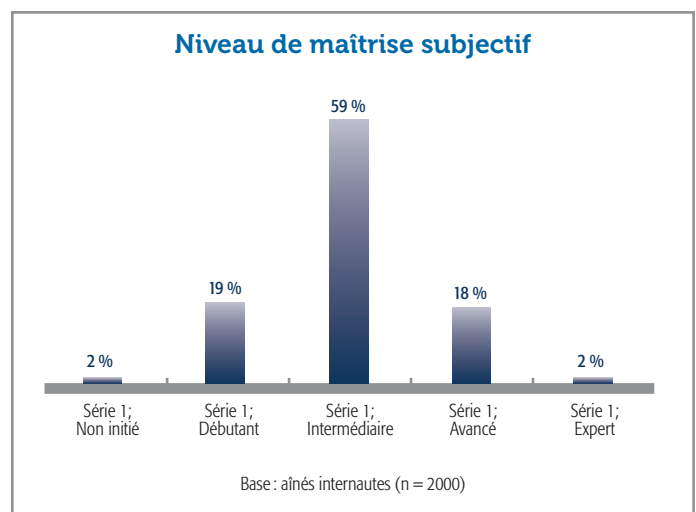


« Moi, ce que je déplore, c'est qu'Internet aussi a de mauvais côtés pour toutes sortes de cochonneries qui peuvent passer là-dessus. Quelqu'un peut s'en servir pour se moquer de quelqu'un d'autre, quelqu'un peut prendre l'identité d'un autre... »

« C'est peut-être notre âge qui nous fait prendre cette position-là. On a tous du vécu, du vécu de différentes façons dans différents domaines, puis on sait qu'on peut se faire organiser, alors on est plus prudents que les jeunes qui n'ont pas d'expérience dans ce sens-là. »

Aptitudes

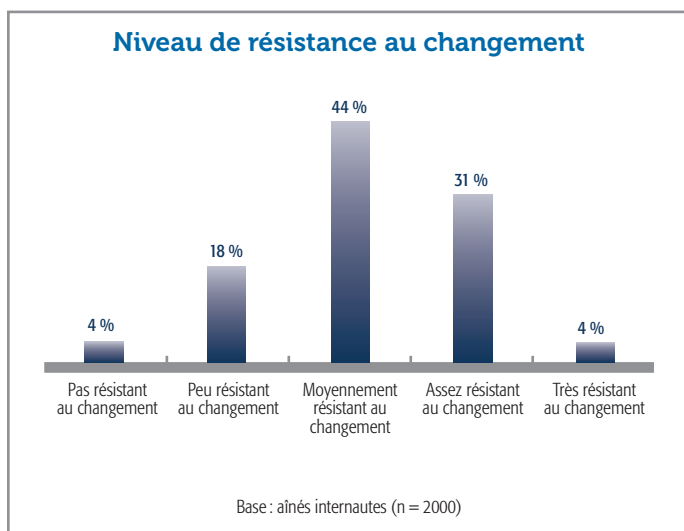
Le niveau de maîtrise et de connaissance de la technologie et d'Internet constitue un élément déterminant dans l'usage des technologies et dans les différentes activités réalisées sur la Toile. On observe que le niveau de maîtrise est très hétérogène chez les aînés internautes, mais que la plupart (79 %) ont un niveau intermédiaire, avancé ou expert, c'est-à-dire qu'ils sont susceptibles de réaliser la plupart des activités de base du Web. Seuls 21 % des séniornauts interrogés considèrent qu'ils sont non initiés ou débutants face aux nouvelles technologies.



Résistance au changement

Certains aînés internautes expriment des réticences à l'égard du changement. Un peu plus d'un tiers (35 %) des aînés sont très ou assez résistants au changement. Plus de un sur quatre (26 %) n'aime pas essayer de nouvelles technologies et 32 % ne sont pas à l'aise pour en essayer de nouvelles. La moitié (49 %) des séniornauts préfèrent utiliser des technologies avec lesquelles ils sont déjà familiers.

Les séniornauts peu résistants au changement sont plus souvent de jeunes aînés (61 % ont entre 55 et 64 ans) ayant un diplôme universitaire (47 % du groupe des peu ou pas résistants détiennent un diplôme universitaire). Les tranches de revenus les plus élevées sont largement surreprésentées dans ce groupe, et la moyenne d'heures passées sur Internet est de 19 heures par semaine, contre 15 heures pour les plus résistants. Les séniornauts les plus résistants au changement sont plus souvent des femmes (58 %), et les niveaux de scolarité primaire ou secondaire sont surreprésentés dans ce groupe.



« Je trouve que les compagnies créent des besoins de plus en plus inaccessibles. Moi, j'ai commencé avec Windows 95, c'était vraiment à l'époque le top du top. Après, il fallait Windows 98. Après, il fallait Windows 2000. Après, si vous n'avez pas Windows XP, vous n'existez pas. Maintenant, c'est déjà une antiquité. »

Les coûts

L'aspect économique constitue un frein important pour les aînés. Ce constat a été fait lors des groupes de discussion. Plusieurs participants aux groupes de discussion, qu'ils soient initiés ou non à Internet, ont mis en lumière les coûts importants engendrés par l'acquisition de matériel informatique et les frais récurrents nécessaires pour maintenir son équipement à jour et avoir accès à un branchement Internet.

« Où est-ce qu'il est l'ordinateur à 100 \$ qu'ils devaient faire pour les pays sous-développés? Tu le donnes aux gens, puis c'est tout. Ça, c'est une autre affaire le facteur économique. Ce n'est pas rien. C'est 30, 50, 60 \$ par mois, se brancher. Je regrette, ce n'est pas rien pour des gens d'un certain âge. C'est très significatif. »

« Moi, il y a une chose que je veux ajouter. C'est qu'au départ il y a une somme à investir, mais si je regarde mes amis qui l'ont fait il y a quelques années, comme quelqu'un dit, ils ont changé trois fois. Alors, ça, on sait quand on commence, mais on ne saura pas quand on finit¹⁵. »

¹⁵ Propos tenus lors des groupes de discussion.

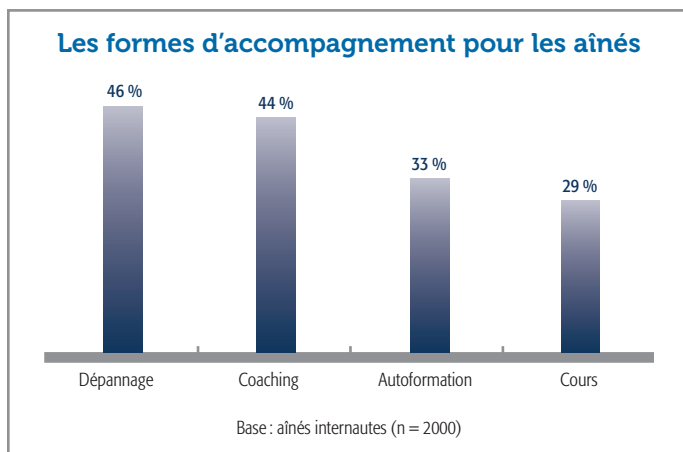
Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité

La dernière section de l'analyse s'attache plus spécifiquement aux besoins en accompagnement des aînés et à l'utilisabilité des sites Web. L'accompagnement et l'utilisabilité sont des sujets importants dans la mesure où le but de l'étude est de promouvoir l'usage des TIC par les aînés. Les types de formation à privilégier pour la clientèle visée doivent donc être à l'ordre du jour, de même qu'un réexamen de l'utilisabilité des sites Web, en lien avec les besoins et spécificités des aînés.

Différentes formes d'accompagnement

L'enquête a permis de circonscrire quatre types d'accompagnement, de même que les clientèles qui les préfèrent. Les quatre types d'accompagnement sont les suivants :

- L'autoformation : forme d'apprentissage active qui fait appel à des initiatives et exige des efforts personnels, sans encadrement, dans le but d'améliorer sa connaissance et sa maîtrise des outils technologiques.
- Les cours : accompagnement sous forme d'apprentissage par des exposés oraux présentés par un professeur ou par une personne experte.
- Le dépannage : accompagnement ponctuel sollicité en cas de problème ou d'incapacité à effectuer une tâche.
- Le *coaching* : accompagnement suivi et régulier assuré par une personne de confiance ou par un proche.



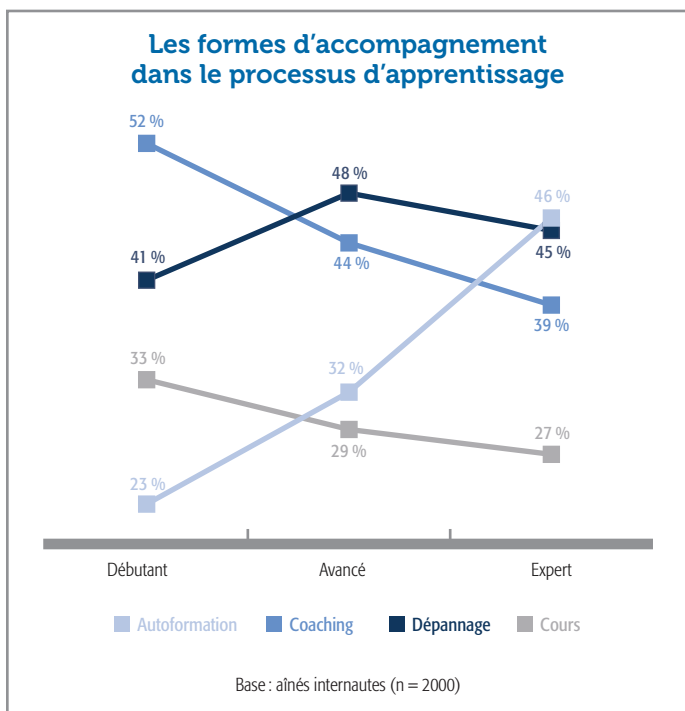
Le dépannage est la forme d'aide qui est jugée la plus essentielle par 46 % des séniornauts sondés. Ces derniers souhaitent pouvoir trouver de l'assistance en tout temps en cas de besoin, que ce soit au téléphone ou en ligne. Souvent confrontés à des difficultés imprévues, ils peuvent ainsi continuer de naviguer sur Internet sans interruption prolongée. Les aînés internautes débutants préfèrent le dépannage téléphonique (45 %) au dépannage en ligne (38 %). À l'inverse, les personnes déjà fortement initiées préfèrent trouver de l'aide en ligne (49 %) plutôt qu'au téléphone (41 %).

Le *coaching* arrive juste après le dépannage dans le choix des séniornauts (44 %) qui semblent aussi préférer un accompagnement suivi et personnalisé assuré par un proche aux autres formes classiques d'accompagnement que sont les cours ou les séances d'autoformation.

On observe en effet que l'autoformation (33 %) et les cours (29 %) attirent peu les aînés internautes. L'accompagnement sous forme de cours de groupe est d'ailleurs jugé nécessaire par seulement 25 % des séniornauts, et 38 % d'entre eux le jugent même inutile.

L'évolution des besoins en accompagnement au fur et à mesure de l'apprentissage

Les formes d'accompagnement souhaitées par les séniornauts évoluent selon le niveau d'expertise des aînés interrogés. Ainsi, l'autoformation, qui n'a pas du tout la cote auprès des débutants, est la forme d'accompagnement préférée par les initiés. À l'inverse, le *coaching*, qui est préféré par les débutants, arrive en troisième place chez les initiés. Le dépannage est la seule forme d'accompagnement qui semble être jugée essentielle par tous. L'accompagnement doit donc prendre des formes différentes selon le niveau d'expertise, mais on devrait veiller à offrir des services de dépannage en tout temps.



à se familiariser avec les activités de base que sont le courriel, le jeu en ligne et la recherche d'information. Cette étape doit permettre à l'aîné de devenir autonome face aux fonctions élémentaires d'Internet.

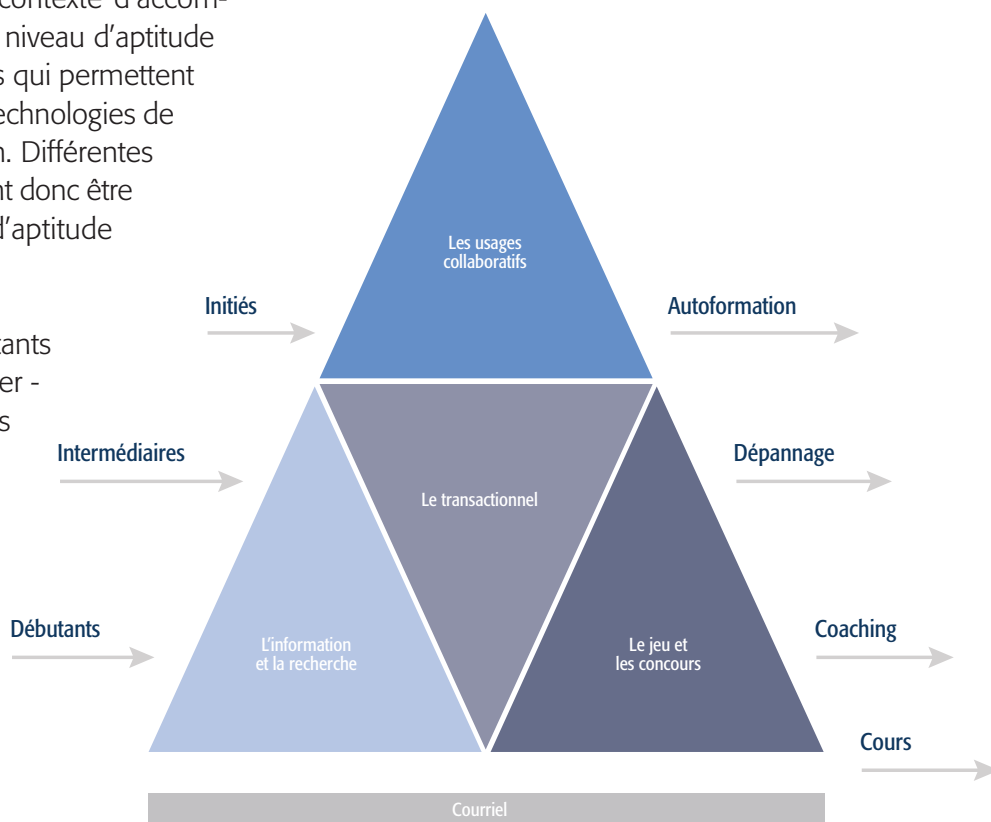
Les aînés de niveau intermédiaire progressent peu à peu vers des activités plus complexes, notamment celles qui sont de nature transactionnelle ou collaborative. Les activités transactionnelles peuvent cependant nécessiter un accompagnement sous forme de dépannage ou de *coaching*, assuré de façon ponctuelle par un proche. Ces formes d'accompagnement permettent aux séniors de maintenir leur autonomie.

La plupart des activités sur Internet sont familières aux aînés de niveau avancé, qu'on appelle ici les « initiés ». Ceux-ci connaissent la plupart des usages collaboratifs et utilisent toutes les possibilités du Web. Malgré leurs connaissances, ils ont parfois besoin d'aide. Dans leur cas, le dépannage et, surtout, l'autoformation leur permettent de résoudre les différents problèmes qu'ils peuvent éprouver. À leur égard, l'usage d'un tutoriel et d'un guide interactif est approprié et même souhaité.

La pyramide des activités : une synthèse incluant l'accompagnement

La pyramide de réalisation des activités vue précédemment peut être exploitée dans un contexte d'accompagnement. Selon celle-ci, à chaque niveau d'aptitude correspondent des activités adaptées qui permettent aux aînés de mieux s'approprier les technologies de l'information et de la communication. Différentes formes d'accompagnement pourraient donc être proposées et adaptées au niveau d'aptitude des aînés.

L'accompagnement des aînés débutants pourrait prendre la forme de cours personnalisés ou de séances régulières de *coaching* afin qu'ils apprennent



L'utilisabilité des sites Web

L'utilisabilité d'un site Web, dans le contexte de cette étude, renvoie au degré avec lequel les aînés peuvent atteindre leurs buts sur un site Web avec efficacité, efficience et satisfaction, dans un contexte précis¹⁶. L'utilisabilité est la contrepartie de l'accompagnement : alors que l'accompagnement permet de former l'aîné à l'utilisation des sites, l'utilisabilité permet de transformer les sites selon les besoins des aînés.

Des tests d'utilisabilité ont été faits sur deux sites Web gouvernementaux, soit celui de la Régie des rentes du Québec (RRQ) et celui de la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ). Pour chaque site, des tâches précises étaient sélectionnées, comme remettre un véhicule automobile ou faire une demande de prestation de survivant. Des aînés de niveau intermédiaire ou initié devaient mener à bien plusieurs des tâches demandées, sous la supervision d'un interviewer. En tout, 24 tests d'utilisabilité ont été faits (à raison de 12 tests par site Web).

Les constats de ces tests sont révélateurs. Alors que les participants sont familiers avec les sites et qu'ils en donnent une appréciation générale positive, très peu d'aînés ont pu mener à bien leurs tâches sans aide. Les fonctionnalités interactives ainsi que la complexité des formulaires semblaient poser un défi aux aînés même si les séniornauts étaient de niveau intermédiaire ou avancé. Enfin, les capsules de support elles-mêmes étaient parfois une source de confusion.

Les recommandations principales pour l'utilisabilité des sites Web gouvernementaux testés vont globalement dans le sens d'une simplification :

- Décomposer au maximum les tâches : limiter le plus possible les tâches à multiples fonctions et ramener chaque procédure de demande à des étapes claires

et simples, séparées les unes des autres, l'idée étant que chaque page corresponde à une unité d'activité dont la complétion et la séquence ne peuvent susciter d'hésitation ou de doute chez l'utilisateur.

- Automatiser la vérification des entrées : automatiser le plus possible toutes les procédures de vérification des entrées de l'utilisateur qui peuvent être prises en charge par le système.
- Soigner l'aide en ligne : offrir des écrans offrant le maximum d'assistance à la tâche qui soit contextuelle et automatisée lorsque possible (par exemple, proposer l'envoi de la confirmation par courriel plutôt que de compter sur l'aîné pour l'imprimer).
- S'assurer de la compréhension de la terminologie auprès du public cible.
- Maintenir et développer des chemins de navigation multiple.

Les tests d'utilisabilité montrent, d'une part, que les sites Web doivent être adaptés à la clientèle des aînés, mais ils pointent également vers la nécessité d'un guidage puisque la catégorie des séniornauts présente un besoin de certitude accru dans la navigation, où ils souhaitent être sûrs de ce qu'ils doivent faire à chaque étape. Enfin, le faible taux de complétion des tâches pendant les tests sème un doute quant à la possibilité réelle d'utilisation des services gouvernementaux en ligne par les séniornauts débutants.

¹⁶ Voir le terme *utilisabilité* sur Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Utilisabilit%C3%A9>.
Voir aussi le lexique Ergophile : <http://www.ergophile.com/lexique/>.

Conclusion

Le premier volet du projet de recherche Génération A comportait trois phases distinctes dont les objectifs étaient principalement de circonscrire les usages de l'ordinateur et d'Internet des aînés québécois, de même que de comprendre les déterminants de l'usage des TIC.

Ce que fait d'abord ressortir ce premier volet, c'est la grande diversité des séniornauts qui ne peuvent plus désormais être considérés comme un groupe unique de la population. Les aînés présents sur la Toile sont en effet hétérogènes au regard de leurs activités, de leur équipement informatique, de leurs aptitudes à l'égard des technologies de l'information et de la communication ou de leurs attentes en matière d'accompagnement.

En ce qui concerne les motivations des aînés à utiliser les TIC, l'étude a permis de saisir qu'elles sont principalement ludiques, liées à la détente ou au besoin d'information, mais aussi qu'elles évoluent avec le temps. Cependant, les aînés entretiennent toujours une réticence certaine quant à la sécurité en ligne. Les coûts liés à l'utilisation des TIC font également partie des freins à considérer.

Plusieurs pistes intéressantes qui ont jailli de l'analyse peuvent aider à la promotion de l'utilisation d'Internet par les aînés.

- La première de ces pistes est sans contredit l'intérêt pour le jeu sérieux comme porte d'entrée d'Internet. La recherche montre en effet que les aînés débutants ont un grand attrait pour la dimension ludique du jeu, et que leurs utilisations migrent par la suite vers des applications plus complexes. Ce constat laisse à penser qu'il est possible d'utiliser le jeu sérieux dans une optique d'appropriation des TIC par les aînés débutants.

- La deuxième piste à explorer est le besoin d'accompagnement et de formation des aînés, qui change selon leur degré d'expertise. Ainsi, la recherche montre que les aînés débutants préfèrent les cours et le *coaching*, alors que les aînés experts se tournent plus volontiers vers l'autoformation. Cette piste laisse comprendre que la promotion des TIC auprès des aînés doit passer par des moyens d'accompagnement appropriés à leur niveau d'expérience sur Internet, utilisant, le cas échéant, des technologies émergentes et faciles d'accès.
- Enfin, les sites Web eux-mêmes doivent être adaptés à la clientèle aînée, principalement en passant par une simplification et une clarification des processus.

Nous souhaitons que les résultats de l'étude Génération A vont permettre aux décideurs des institutions de poser une réflexion sur les actions à mener afin d'utiliser au mieux les TIC et ainsi autoriser les aînés du Québec à vieillir dans une société branchée qui leur accorde toute la place qu'ils méritent.