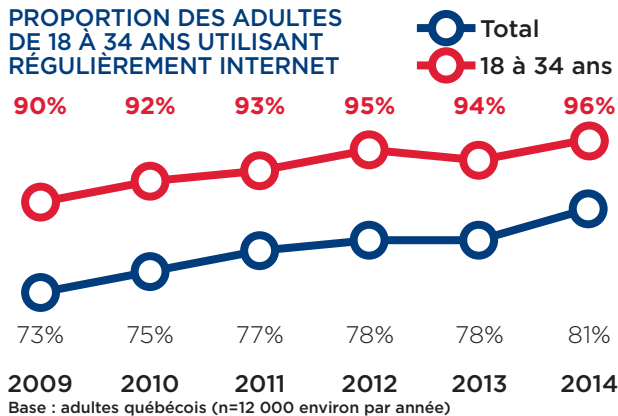
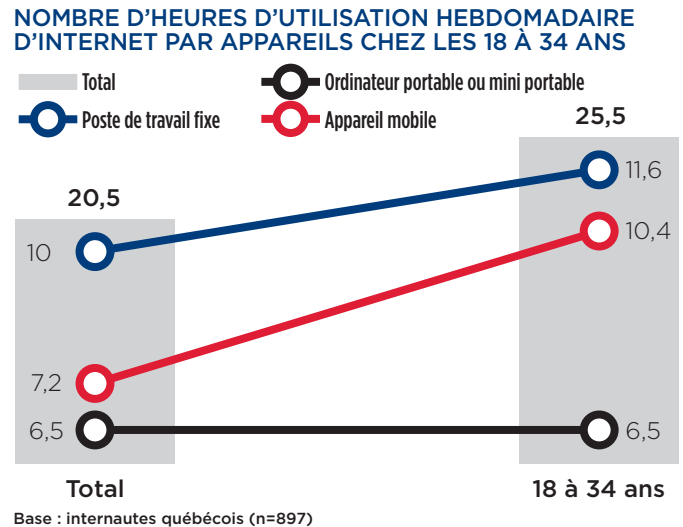


FICHE GÉNÉRATION Y (18 À 34 ANS)

UNE UTILISATION TRÈS RÉPANDUE D'INTERNET



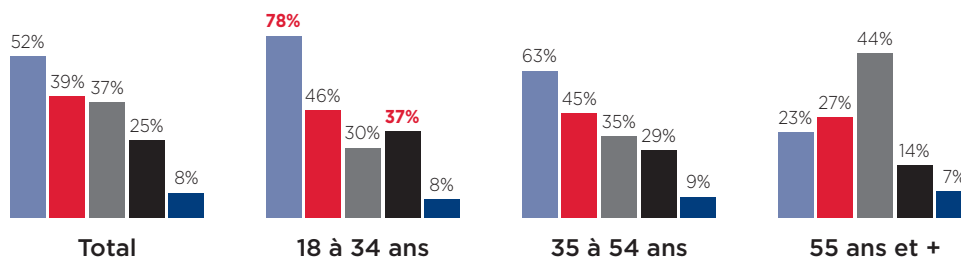
En 2014, tout comme dans les années précédentes, les adultes de 18 à 34 ans sont plus nombreux que la moyenne des adultes québécois à utiliser régulièrement Internet. La quasi-totalité (95,7 %) des adultes de ce groupe d'âge ont utilisé Internet au cours de la semaine précédant l'enquête, alors que c'était le cas de 81,4 % des adultes du Québec.



Non seulement les adultes de 18 à 34 ans sont-ils plus nombreux à se servir d'Internet, ils en font également une utilisation plus intensive. En moyenne, les adultes de la génération Y passent 25,5 heures par semaine sur Internet contre 20,5 heures chez la population internautes du Québec. Cette différence s'explique principalement par leur utilisation importante d'Internet à partir des appareils mobiles (10,4 heures d'utilisation par semaine contre 7,2 heures).

PROPRIÉTAIRES D'APPAREILS MOBILES CHEZ LES 18 À 34 ANS

- Téléphone intelligent
- Tablette numérique
- Téléphone mobile de base
- Baladeur MP3
- Liseuse numérique

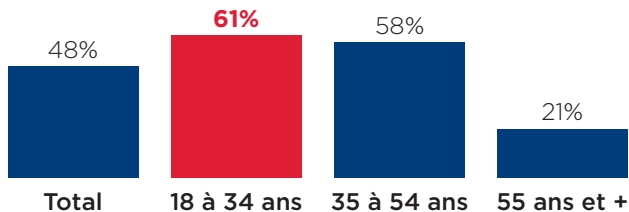


Les adultes de 18 à 34 ans sont mobiles

La proportion de jeunes adultes québécois propriétaires d'un téléphone intelligent est nettement plus élevée que celle que l'on observe dans la population adulte du Québec (78,4 % contre 52,3 %). C'est également le cas pour le baladeur MP3 (37,1 % des adultes de 18 à 34 sont propriétaires, contre 25,4 % dans la population adulte québécoise).

Résultat significativement supérieur, à un niveau de confiance de 95 %.
Résultat significativement inférieur, à un niveau de confiance de 95 %.

PROPORTION DES INTERNAUTES UTILISANT LEUR TÉLÉVISEUR POUR ACCÉDER À INTERNET CHEZ LES 18 À 34 ANS



Base : internautes québécois (n=847)

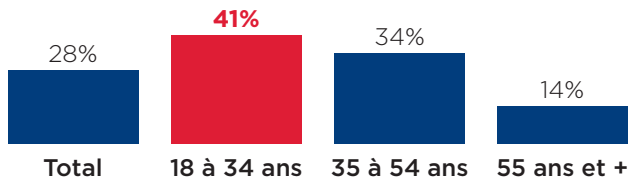
Le téléviseur pour accéder au Web

Les internautes 18 à 34 ans accèdent plus souvent au Web via leur téléviseur. Au total, 61 % d'entre eux se connectent à Internet à l'aide de leur téléviseur, que ce soit via un téléviseur intelligent, une console de jeu, un lecteur multimédia en continu ou autre. En comparaison, cette proportion n'est que de 48,1 % dans la population internaute du Québec.

Cela s'explique à la fois par leur utilisation plus soutenue d'Internet par la génération Y et par les appareils dont ils disposent au foyer.

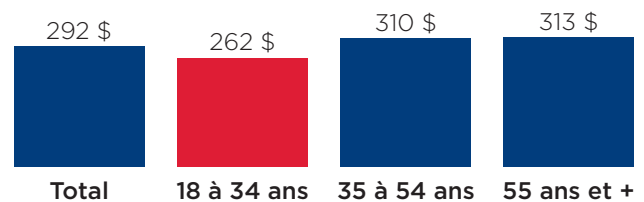
En effet, les internautes de la génération Y disposent plus souvent d'une console de jeux vidéo (62,9 % contre 44,3 % en moyenne) ou d'un lecteur multimédia en continu (24,4 % contre 16,9 %) au foyer, tous des appareils qui facilitent l'accès à Internet via son téléviseur.

PROPORTION DES ADULTES AYANT RÉALISÉ DES ACHATS SUR INTERNET AU COURS DU MOIS PRÉCÉDANT L'ENQUÊTE CHEZ LES 18 À 34 ANS



Base : adultes québécois (n=12 024)

MONTANT MOYEN DES ACHATS RÉALISÉS PAR LES 18 À 34 ANS

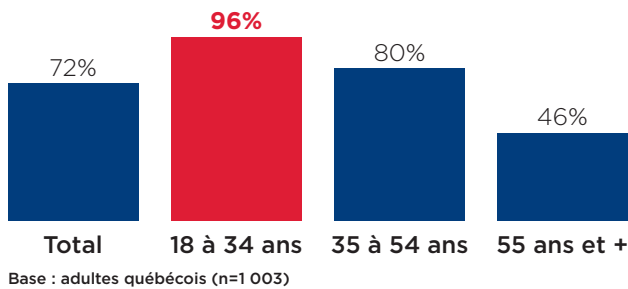


Base : cyberacheteurs québécois (n=3 416)

Plus d'achats en ligne chez les 18-34

Les jeunes adultes achètent plus souvent en ligne, la proportion d'adultes de 18 à 34 ans ayant réalisé un achat dans le mois précédant l'enquête est nettement plus élevée que la moyenne, se chiffrant à 40,7 % contre 28,4 %. Ceux qui ont acheté ont dépensé un montant mensuel moyen de 262 \$ au cours du mois contre 292 \$ pour l'ensemble de la population québécoise adulte.

PROPORTION DES ADULTES UTILISANT LES MÉDIAS SOCIAUX CHEZ LES 18 À 34 ANS



Utilisation quasi-unanime des médias sociaux

L'utilisation des médias sociaux fait presque l'unanimité chez les adultes âgés entre 18 et 34 ans, 96 % d'entre eux sont des utilisateurs des plateformes sociales. En comparaison, cette proportion est de 71,7 % dans l'ensemble de la population adulte du Québec. Spécifiquement, les plateformes Facebook (86,5 % contre 59,8 % dans l'ensemble de la population adulte du Québec), YouTube (92,2 % contre 59,2 % dans l'ensemble de la population adulte du Québec) et Pinterest (14,3 % contre 8,7 % dans l'ensemble de la population adulte du Québec) sont tous plus fréquentées par les adultes 18 à 34 ans.

PRINCIPAUX MODES DE COMMUNICATION UTILISÉS PAR LES 18 À 34 ANS



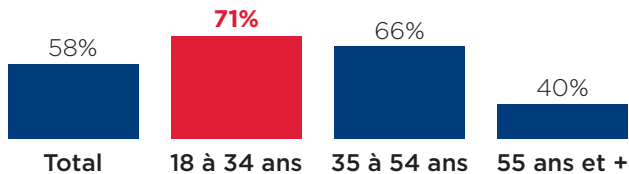
Le téléphone mobile comme mode de communication

Lorsqu'il est question de communiquer avec leur famille et leurs amis, les adultes de 18 à 34 ans utilisent principalement le téléphone mobile que ce soit en effectuant des appels (73,6 %) ou en envoyant des textos (68,1 %).

Bien que le téléphone fixe soit également utilisé par une proportion importante des adultes de ce groupe d'âge, il fait plus rarement partie de leurs principaux moyens de communication que la moyenne des adultes du Québec (66,5 % contre 84,1 %).

Notons en outre que la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et le clavardage sont deux moyens que les adultes de la génération Y utilisent davantage que l'adulte québécois moyen (respectivement 58 % contre 37,9 % pour la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et 32,9 % contre 19,7 % pour le clavardage).

PROPORTION DES ADULTES RÉALISANT DES OPÉRATIONS BANCAIRES SUR INTERNET CHEZ LES 18 À 34 ANS

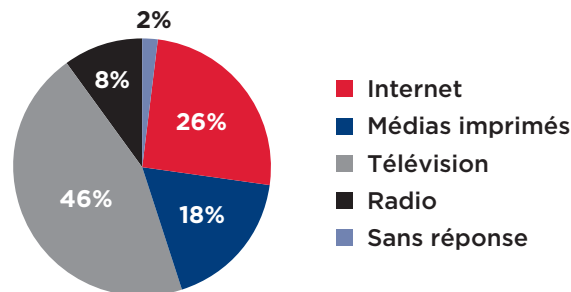


Base : adultes québécois (n=1 003)

Les opérations bancaires en ligne répandues chez la génération Y

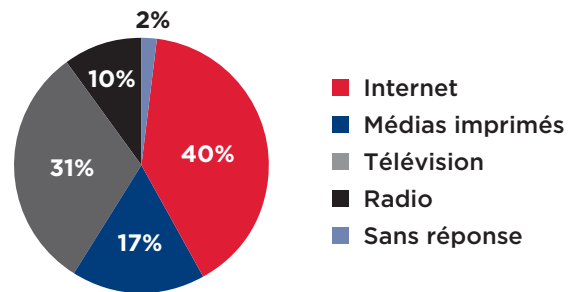
Tout comme la plupart des activités sur Internet, réaliser des opérations bancaires sur Internet est plus répandu chez les adultes de 18 à 34 ans que dans l'ensemble de la population (71,2 % des adultes contre 57,6 % dans l'ensemble de la population adulte du Québec).

PRINCIPALE SOURCE D'INFORMATION POUR CONSULTER LES NOUVELLES ET L'ACTUALITÉ - TOTAL DES ADULTES QUÉBÉCOIS



Base : adultes québécois (n=1 004)

PRINCIPALE SOURCE D'INFORMATION POUR CONSULTER LES NOUVELLES ET L'ACTUALITÉ CHEZ LES 18 À 34 ANS



Base : adultes québécois (n=1 004)

Le Web pour s'informer des nouvelles et de l'actualité

Les moyens qu'utilisent les adultes de la génération Y pour s'informer sur les nouvelles et l'actualité se caractérisent par une présence plus importante d'Internet et une plus faible utilisation de la télévision. En effet, 39,8 % des adultes de ce groupe d'âge identifient Internet comme leur source principale d'information pour consulter les nouvelles et l'actualité, contre seulement 26,4 % dans l'ensemble de la population. Par contre, 31,4 % s'informent principalement par le biais de la télévision, alors que cette proportion est plus importante dans l'ensemble de la population adulte du Québec (46,4 %).

Les données figurant dans ce document proviennent de collectes de données réalisées entre janvier 2014 et décembre 2014.