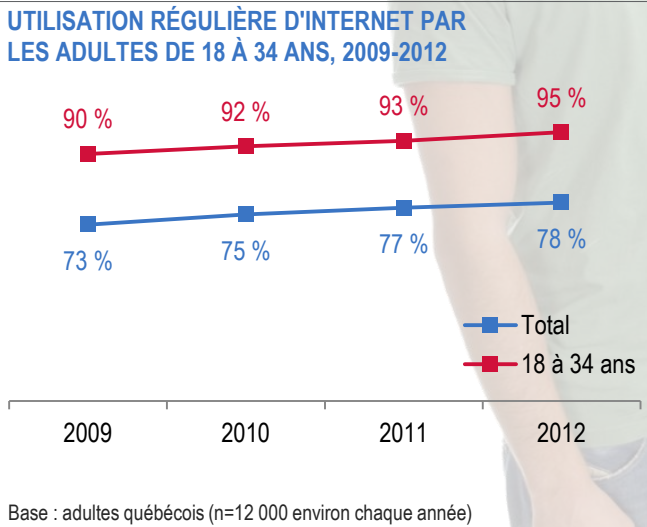


LA GÉNÉRATION Y (18 À 34 ANS) : LA GÉNÉRATION LA PLUS BRANCHÉE

DES ADULTES HYPERBRANCHÉS

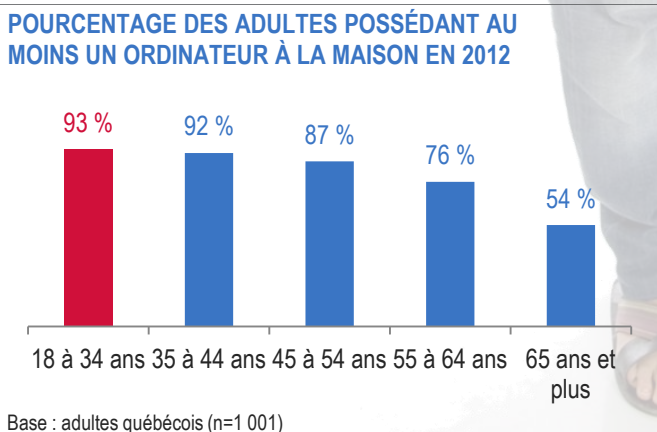
L'utilisation régulière d'Internet au sein de la génération Y en 2012 est largement supérieure à la moyenne des adultes québécois (respectivement 95,4 % et 78,3 %). Leur foyer est également davantage branché que la moyenne au Québec (91,9 % chez les 18 à 34 ans, comparativement à 79,7 % pour l'ensemble des adultes). Ces internautes sont actifs sur Internet durant une moyenne d'environ 20,9 heures par semaine, et ce, principalement sur un ordinateur portable.



ÉQUIPEMENTS

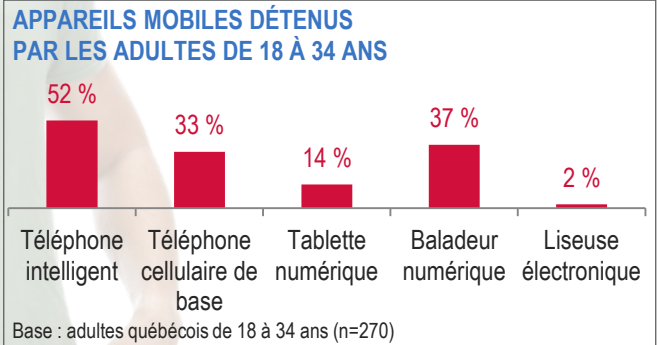
L'ordinateur portable en premier

La génération Y occupe le haut du podium en ce qui a trait à la possession d'au moins un ordinateur (93,4 %, contre 81,1 % pour la moyenne), la majorité détenant un ordinateur portable avant un ordinateur de table.



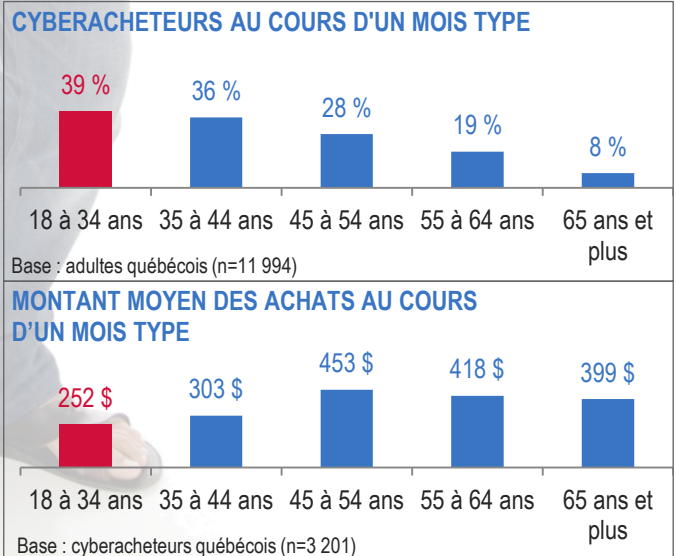
Les appareils mobiles

Les adultes de 18 à 34 ans ont adopté les appareils mobiles dans des proportions nettement supérieures à l'ensemble des adultes : le téléphone intelligent, en premier lieu (51,6 %) et le baladeur numérique (37,2 %), de manière significativement supérieure à la moyenne québécoise (respectivement 31,5 % et 22,7 %).



COMMERCE ÉLECTRONIQUE : PETITS MONTANTS, NOMBREUX ACHETEURS

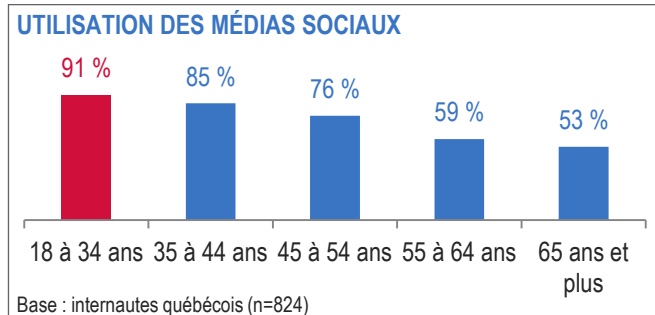
Le pourcentage de cyberacheteurs âgés de 18 à 34 ans est beaucoup plus élevé que celui de l'ensemble de la population québécoise en 2012 (39,3 % d'entre eux ont effectué au moins un achat en ligne au cours du mois précédant l'enquête, comparativement à 26,7 % pour l'ensemble des adultes). Toutefois, ce sont eux qui dépensent le moins en ligne, avec un montant moyen de 252 \$ au cours d'un mois type.



MÉDIAS SOCIAUX

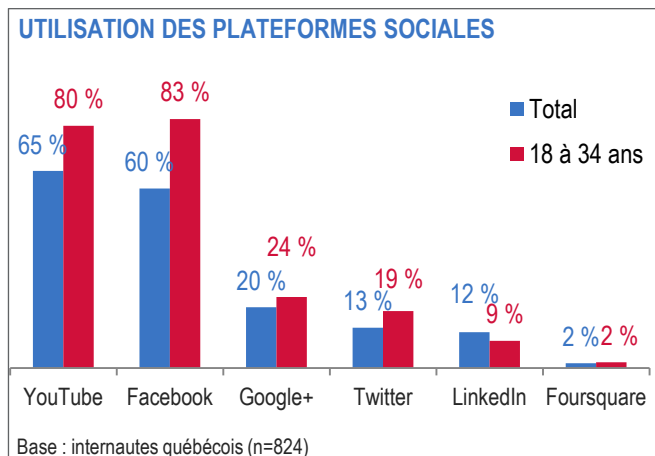
Une activité dominante

La génération d'internautes Y atteint un niveau de quasi-saturation dans son utilisation des médias sociaux qui est largement supérieure à la moyenne des internautes québécois (91,0 % des internautes de 18 à 34 ans, comparativement à 78,1 % pour l'ensemble des internautes québécois).



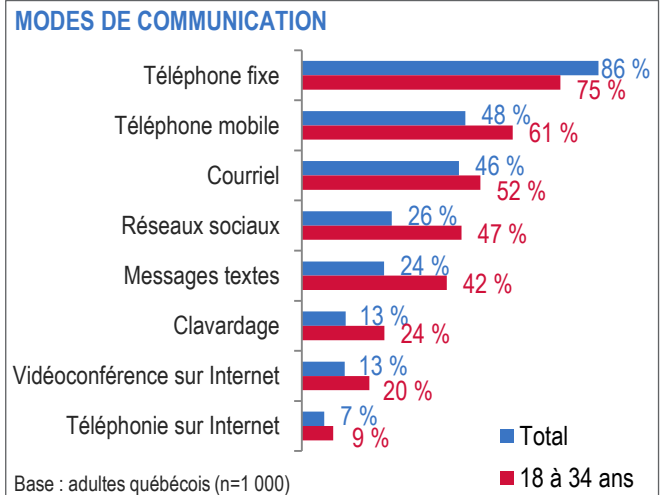
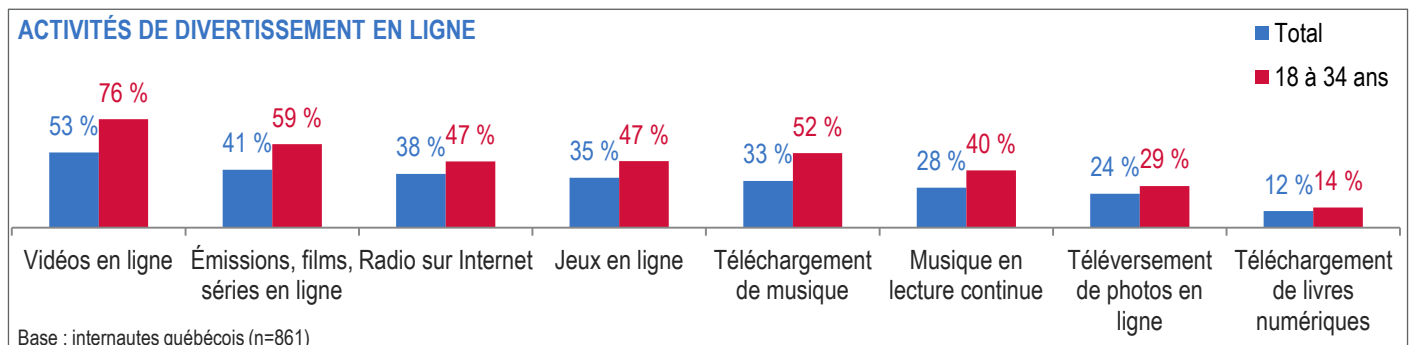
Plateformes sociales et génération Y : des adeptes du multiplateforme

Les internautes de la génération Y sont les plus actifs sur la plupart des plateformes sociales. Ils utilisent notamment Facebook (82,7 %), YouTube (80,4 %) et Twitter (18,9 %) plus fortement que la moyenne des internautes québécois, et restent dans la moyenne en ce qui concerne l'usage des autres médias sociaux.



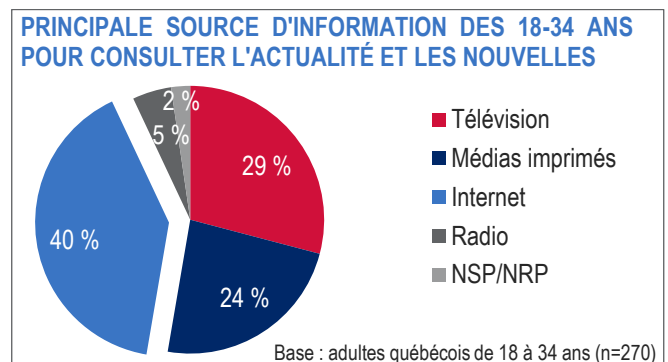
LES « Y » PRIVILÉGIENT LA MOBILITÉ

En 2012, les adultes de 18 à 34 ans sont significativement plus nombreux à faire mention du téléphone portable parmi leurs principaux moyens pour communiquer avec leurs proches (61,3 %). Ils utilisent aussi davantage les SMS, le clavardage, les réseaux sociaux et la vidéoconférence dans un tel contexte.



ACTUALITÉS ET NOUVELLES : INTERNET AVANT TOUT

Une majorité de la génération Y cite Internet comme première source d'information pour consulter l'actualité ou les nouvelles, à 40,3 %, soit un taux deux fois plus élevé que dans la population adulte en général. La télévision, quant à elle, est citée de manière significativement inférieure à la moyenne québécoise (29,1 %, contre 46,5 % pour la moyenne).



LA GÉNÉRATION Y ET LE DIVERTISSEMENT EN LIGNE

En 2012, les internautes de 18 à 34 ans s'adonnent aux différentes formes de divertissement en ligne, de manière significativement supérieure à l'internaute québécois moyen. Ils présentent cependant un intérêt comparable à l'ensemble des adultes québécois pour le téléversement de photos en ligne (29,3 %) et le téléchargement de livres numériques (14,1 %), bien que la proportion totale reste moins élevée (respectivement 23,8 % et 11,6 %).