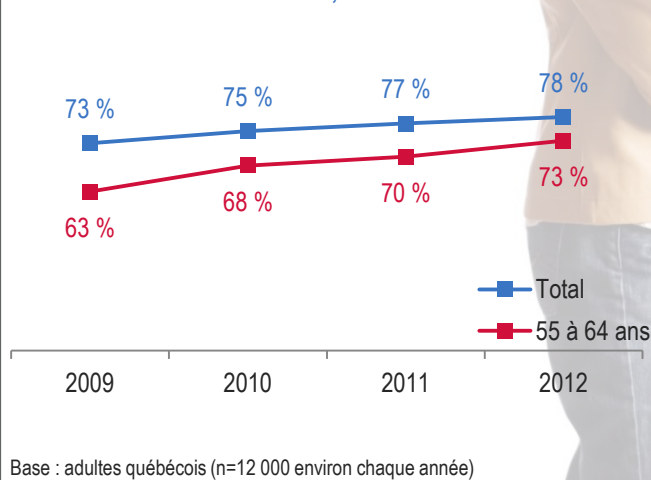


LES BOOMERS (55 À 64 ANS) : LA GÉNÉRATION QUI S'ÉQUIPE RAPIDEMENT

UN BRANCHEMENT CROISSANT

L'utilisation régulière d'Internet chez les boomers en 2012 est inférieure à la moyenne des adultes québécois (respectivement 73,4 % et 78,3 %), mais elle progresse encore rapidement. Le taux de foyers branchés est d'ailleurs équivalent à celui de l'ensemble du Québec (76,9 % chez les 55 à 64 ans, comparativement à 79,7 % pour l'ensemble des adultes). Ces internautes sont actifs sur Internet durant une moyenne d'environ 16,7 heures par semaine, principalement sur un ordinateur de table.

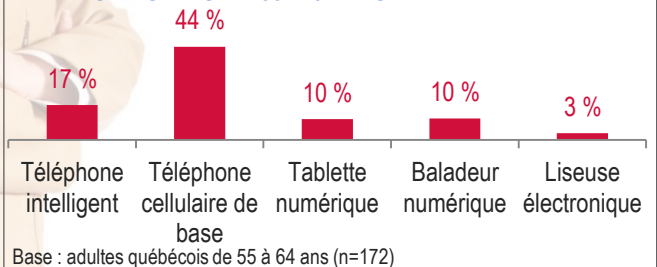
UTILISATION RÉGULIÈRE D'INTERNET PAR LES ADULTES DE 55 À 64 ANS, 2009-2012



Les appareils mobiles

En ce qui a trait aux appareils mobiles, les adultes de 55 à 64 ans privilégient le téléphone cellulaire de base, qu'ils possèdent davantage qu'un téléphone intelligent (respectivement 44,4 % et 16,6 %). Toutefois, leur adoption de la tablette numérique est comparable à la moyenne des adultes québécois (9,9 %, contre 12,7 % pour la moyenne).

APPAREILS MOBILES DÉTENUS PAR LES ADULTES DE 55 À 64 ANS



COMMERCE ÉLECTRONIQUE : PEU D'ACHETEURS, MAIS GROS VOLUMES

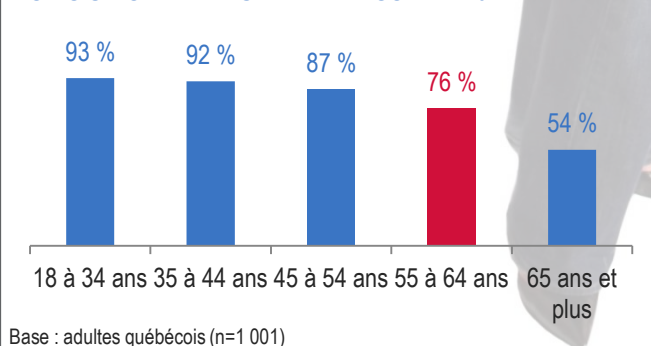
Le pourcentage de cyberacheteurs âgés de 55 à 64 ans est inférieur à celui de l'ensemble de la population québécoise en 2012 (18,6 %, comparativement à 26,7 % pour l'ensemble des adultes). Toutefois, les boomers représentent la seconde catégorie à dépenser le plus en ligne, soit un montant moyen de 418 \$ au cours d'un mois type.

ÉQUIPEMENTS

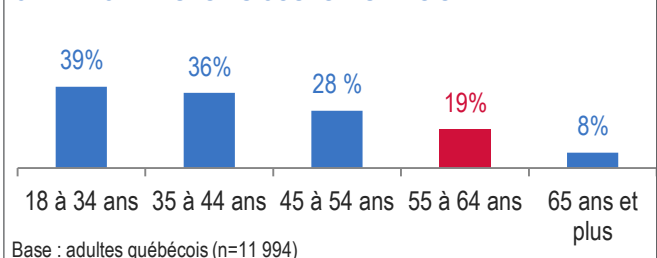
L'ordinateur de table avant le portable

Les jeunes boomers se situent sous la moyenne des adultes à posséder au moins un ordinateur (près de 76 %, contre 81,1 % pour la moyenne).

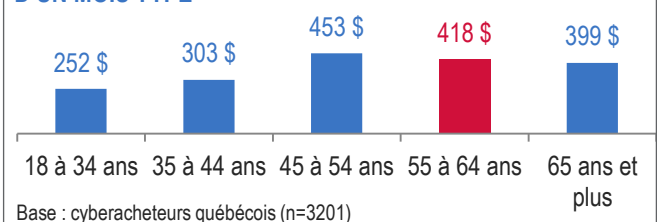
POURCENTAGE DES ADULTES POSSÉDANT AU MOINS UN ORDINATEUR À LA MAISON EN 2012



CYBERACHETEURS AU COURS D'UN MOIS TYPE



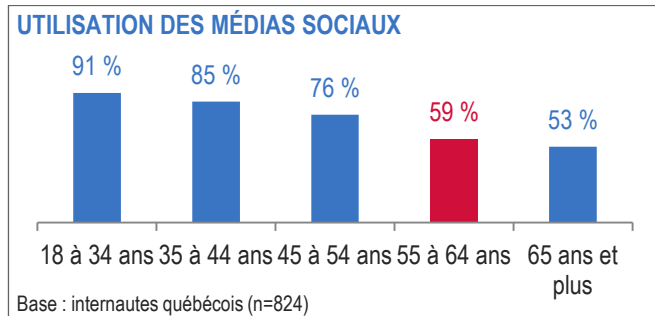
MONTANT MOYEN DES ACHATS AU COURS D'UN MOIS TYPE



MÉDIAS SOCIAUX

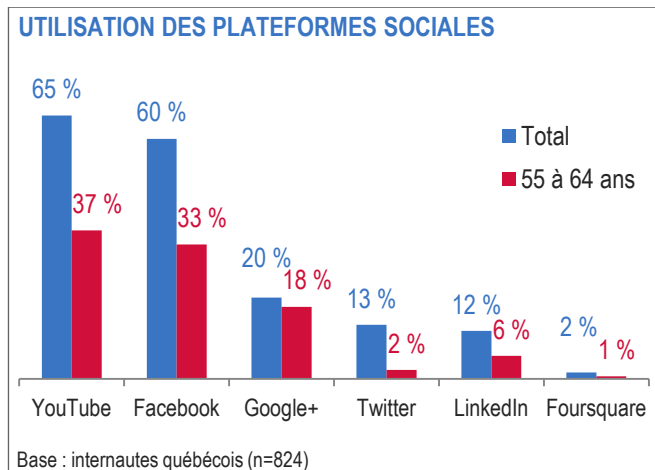
Des boomers moins présents

La génération des 55 à 64 ans utilise significativement moins les médias sociaux que la moyenne des internautes québécois (58,9 % des internautes de 55 à 64 ans, comparativement à 78,1 % pour l'ensemble des internautes québécois).



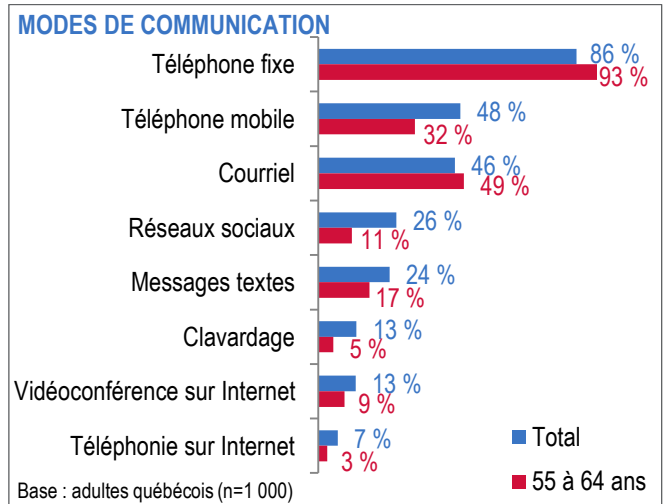
Plateformes sociales et boomers : une activité minimale

Si les boomers internautes sont significativement moins actifs sur la plupart des plateformes sociales en 2012, ils privilégient YouTube (36,9 %) et Facebook (33,4 %), à l'instar de l'ensemble des québécois.



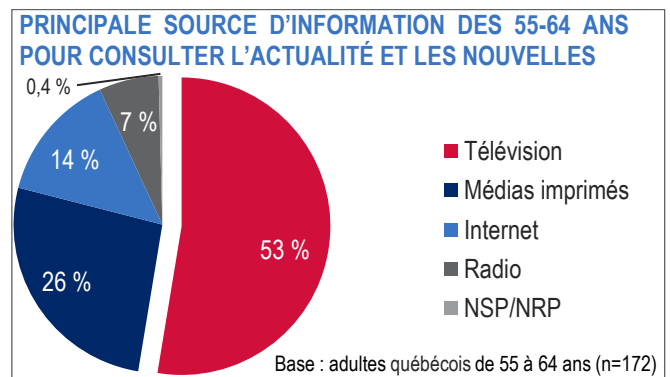
LES BOOMERS PRIVILÉGIENT LE TÉLÉPHONE FIXE

Pour communiquer avec leurs proches, les boomers sont significativement plus enclins à utiliser le téléphone fixe que la moyenne des adultes québécois (93,3 %, contre 86,4 % pour la moyenne). Le clavardage (5 %) ou la téléphonie mobile (32,4 %) sont très peu populaires chez cette génération d'adultes, alors que l'usage de la vidéoconférence sur Internet (8,8 %) et des courriels (48,8 %) reste dans la moyenne de 2012.



ACTUALITÉS ET NOUVELLES : LE TRADITIONNEL D'ABORD

Plus de la moitié des boomers citent la télévision comme première source d'information pour consulter l'actualité ou les nouvelles (52,6 %). Quant aux sources Internet (14,1 %), elles sont significativement moins usitées que par la moyenne québécoise (20,9 %), alors que les médias imprimés (journaux et magazines) récoltent encore 26,4 % des suffrages chez les boomers.



LES BOOMERS ET LE DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Les internautes de 55 à 64 ans restent sous la moyenne québécoise concernant les formes de divertissement en ligne. Ils présentent cependant un intérêt statistiquement comparable à l'ensemble des adultes québécois pour le téléchargement de livres numériques (10,7 %), le téléversement de photos en ligne (18,5 %) et les jeux en ligne (28,6 %), même si la proportion totale demeure plus élevée.

