

Fiche génération

18 à 34 ans

CONNECTIVITÉ & MOBILITÉ

97%

ont un accès **Internet** à la maison.

81%

se connectent à des réseaux **Wi-Fi** à l'extérieur de leur domicile.

90% 76%
femmes hommes

93%

utilisent Internet au moins une fois **par jour**.

Appareils détenus

88%

ont un téléphone intelligent.

46%

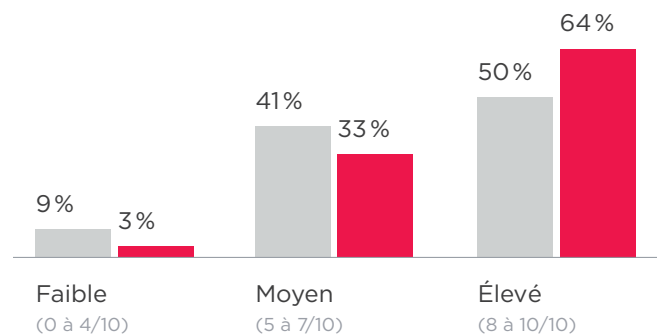
ont une tablette électronique.

5%

ont une montre intelligente.

Niveau d'habileté

Parmi les internautes de cette génération, près des deux tiers (64%) considèrent leur niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé, une proportion significativement supérieure à celles des autres générations.

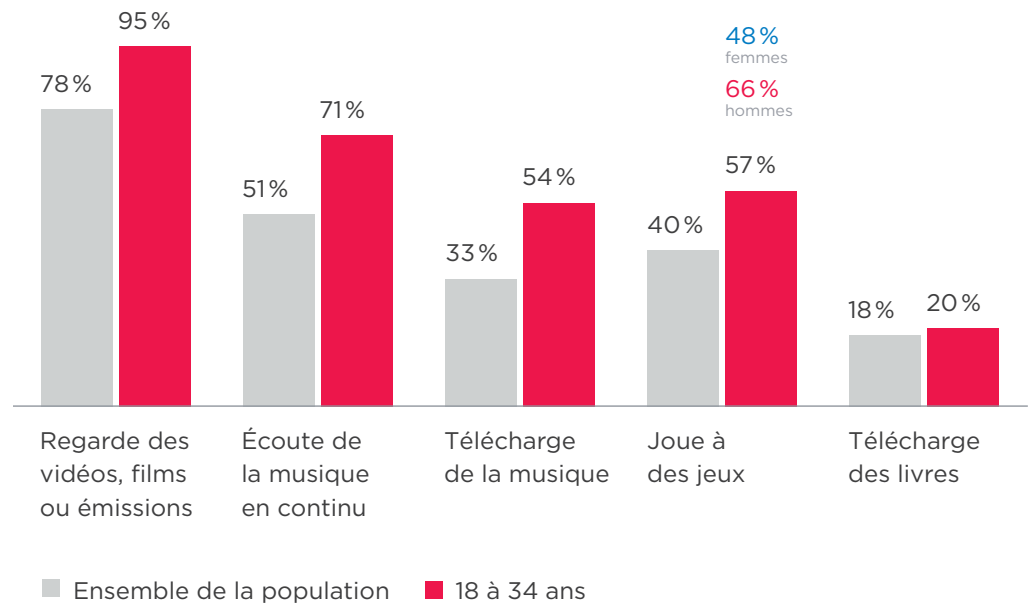


■ Ensemble de la population ■ 18 à 34 ans

DIVERTISSEMENT EN LIGNE

La quasi-totalité (95 %) des adultes âgés de 18 à 34 ans regarde des vidéos, des films ou des émissions sur Internet. Ce segment de la population est significativement plus nombreux, en proportion, à pratiquer chacune des activités de divertissement Web mentionnées ci-bas, à l'exception du téléchargement de livres, comparativement aux autres générations.

95 %



2
—
3

Services payants

Près de 2 adultes sur 3 (64%), âgés de 18 à 34 ans, sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films, des séries ou des émissions sur Internet, un taux supérieur à ceux des autres générations.

NETFLIX

club illico

Cravetv™

amazon
instant video

ICI TOU.TV EXTRA

COMMUNICATION AVEC LA FAMILLE ET LES AMIS

Le téléphone portable (cellulaire ou téléphone intelligent) et les messages textes sont les principaux outils de communication utilisés par les 18 à 34 ans pour communiquer avec leur famille et leurs amis.

En effet, 74 % et 73 %, respectivement, utilisent ces modes de communication, des résultats supérieurs à ceux des autres générations. Ils sont également nombreux à utiliser la messagerie intégrée aux réseaux sociaux.

Principaux moyens de communication utilisés :

74 %

Téléphone portable



73 %

Messages textes



63 %
hommes
83 %
femmes

63 %

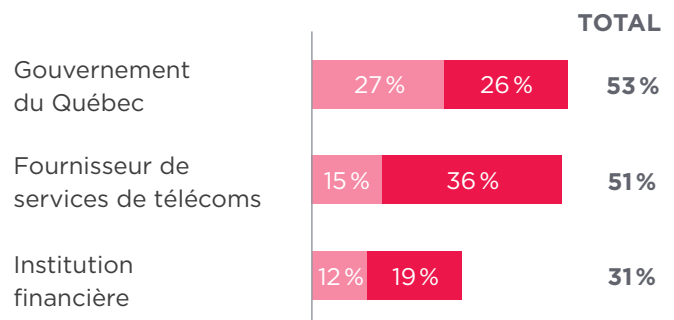
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux



ET AVEC LES ENTREPRISES

Les 18 à 34 ans sont significativement **plus intéressés que les autres générations à interagir avec un agent virtuel** auprès d'un fournisseur de services de télécoms et d'une institution financière.

Intérêt à faire affaire avec un agent virtuel sur le site Internet de...



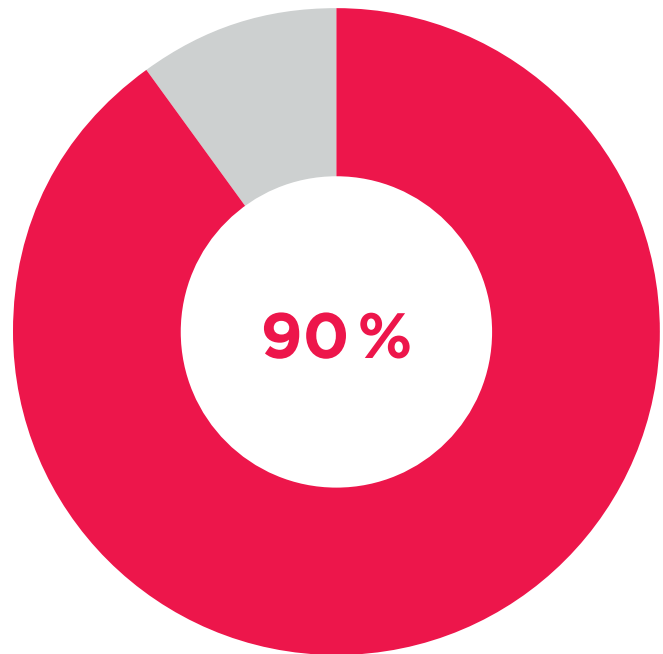
■ Très intéressé ■ Assez intéressé

SUIVRE L'ACTUALITÉ EN LIGNE

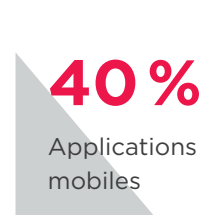
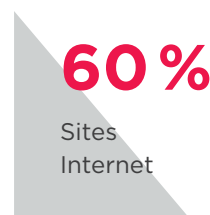
Internet est le principal moyen utilisé par les adultes âgés de 18 à 34 ans (90%) pour **accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles.**

D'ailleurs, il s'agit du seul segment de la population qui consulte davantage les médias en ligne que les médias traditionnels.

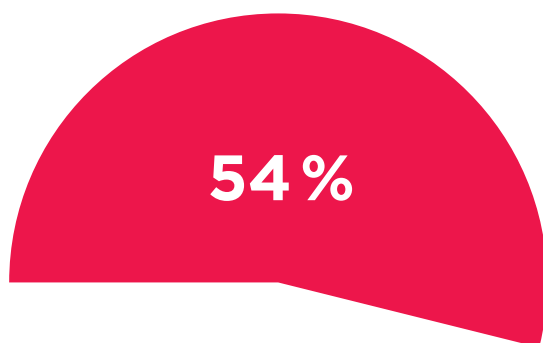
84% hommes 96% femmes



Médias consultés en ligne :



51% hommes 69% femmes



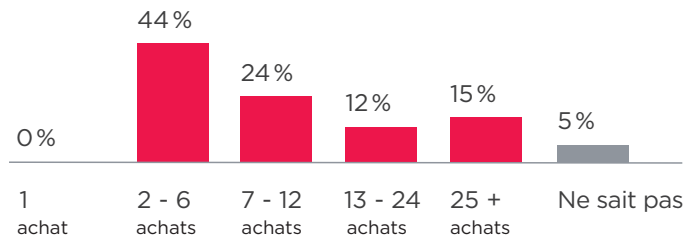
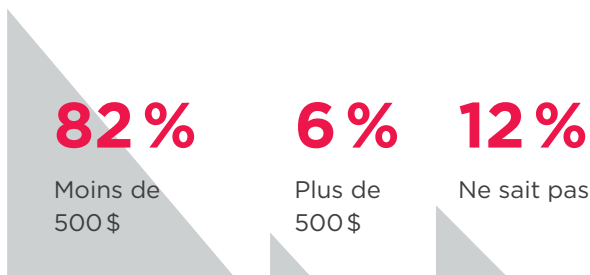
ont **consulté l'actualité ou les nouvelles à partir d'un appareil mobile** (téléphone intelligent ou tablette électronique) au cours du dernier mois, une proportion supérieure à celles des autres groupes d'âge.

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

76 % ont fait au moins un achat en ligne en 2017, une proportion nettement supérieure à celles des autres générations.

68 % La majorité (68%) des cyberacheteurs de ce segment sont des **acheteurs occasionnels** (2 à 6 achats) ou **fréquents** (7 à 12 achats) sur Internet.

Panier Web mensuel moyen des cyberacheteurs de 18 à 34 ans en 2017:



7 à 12 achats:

34% femmes **15%** hommes

13 à 24 achats:

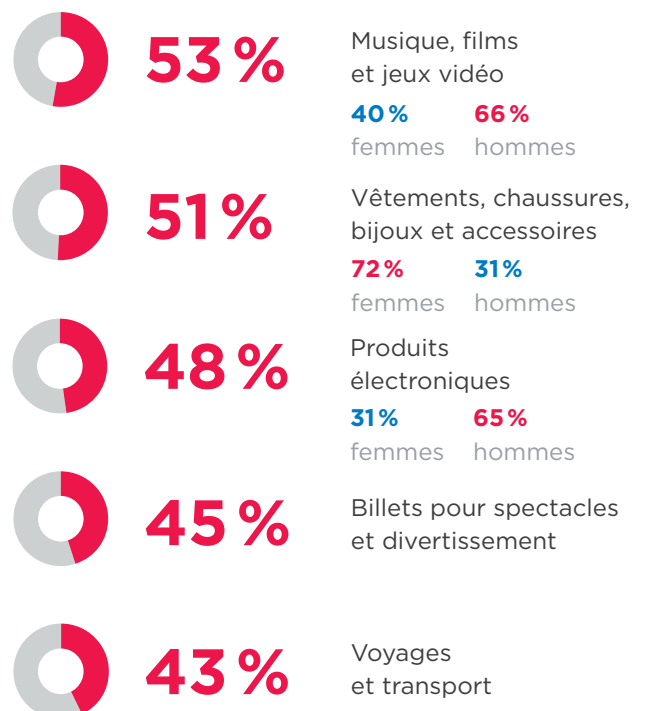
5% femmes **18%** hommes

14 %

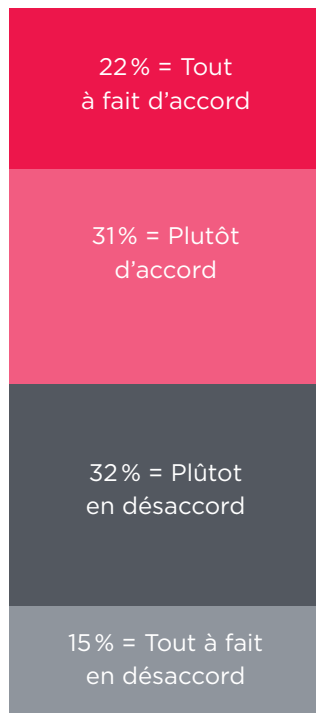
des 18 à 34 ans sont membres d'Amazon Prime, un **taux significativement supérieur** à ceux des autres groupes d'âge.



Principales catégories de produits achetées en ligne par les cyberacheteurs de 18 à 34 ans:



SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



« Pour tous mes besoins financiers, j'aimerais ne plus avoir besoin de me rendre physiquement sur place en succursale. »

**En accord :
(tout à fait ou plutôt)**

53 %

18 à 34 ans

44 %

Ensemble de la population

9
—
10

Près de 9 adultes sur 10 (89%) dans ce segment ont effectué des **opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois.**



20% ont déposé un chèque en prenant une photo au moyen de l'application mobile de leur institution financière, une proportion supérieure à celles des autres générations.

Méthodologie :

Les données proviennent de 11 collectes réalisées de février 2017 à janvier 2018, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95%. En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95%. En gras, l'intervalle de confiance est de 99%. Marge d'erreur maximale : +/- 6,86%