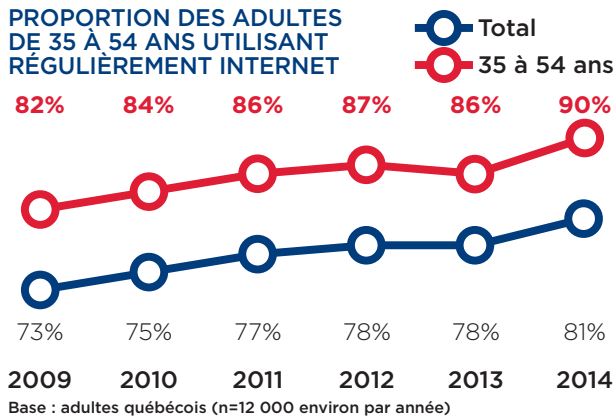
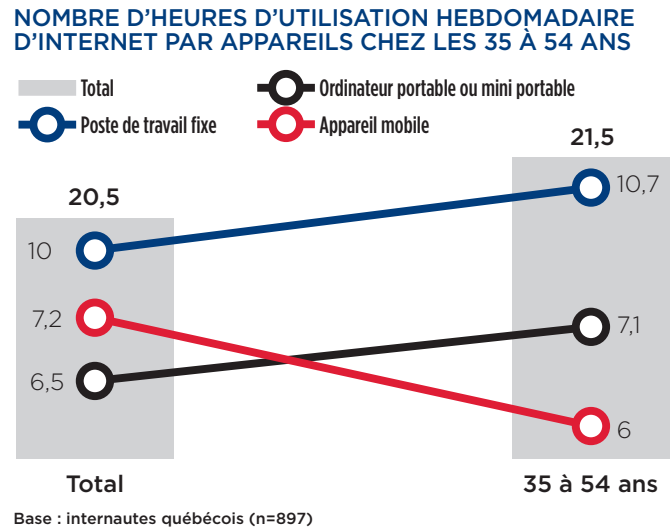


FICHE GÉNÉRATION X (35 À 54 ANS)

PLUS D'UTILISATEURS D'INTERNET CHEZ LES ADULTES DE 35 À 54 ANS



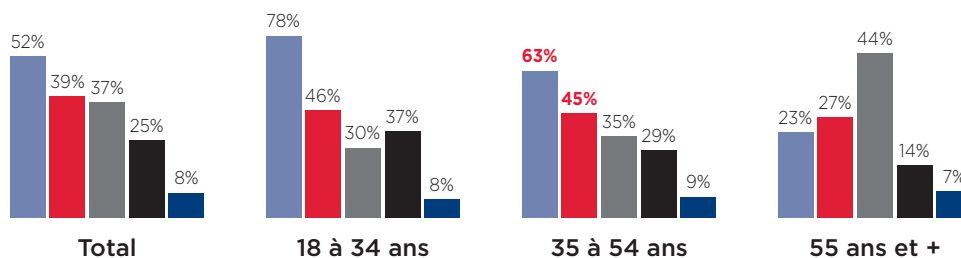
Parmi les membres de la génération X, neuf adultes sur dix utilisent régulièrement Internet (89,9 %). Cette proportion plus importante que celle que l'on retrouve dans l'ensemble de la population adulte du Québec (81,4%). On observe d'ailleurs cette différence depuis plusieurs années.



Bien qu'on retrouve une proportion plus élevée d'utilisateurs d'Internet chez les adultes de 35 à 54 ans, ils y passent un nombre d'heures comparable à celui de la moyenne (21,5 heures d'utilisation par semaine contre 20,5 heures en moyenne). Notons toutefois qu'ils passent moins de temps à naviguer sur Internet à partir d'appareils mobiles (6 heures d'utilisation par semaine contre 7,2 heures en moyenne).

PROPRIÉTAIRES D'APPAREILS MOBILES CHEZ LES 35 À 54 ANS

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

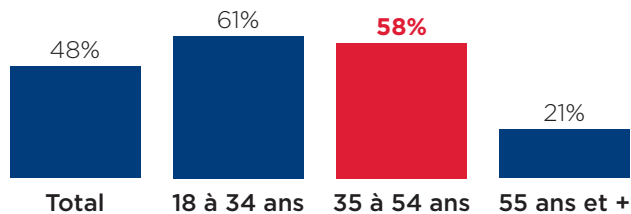


Plus de tablettes numériques et de téléphones intelligents

La génération X compte une plus forte proportion d'adultes détenant un téléphone intelligent ou une tablette numérique. En effet, 62,6 % des adultes de 35 à 54 ans sont propriétaires d'un téléphone intelligent, et 45,3 % d'une tablette numérique. Ces proportions sont respectivement de 52,3 % et 38,9 % dans l'ensemble de la population du Québec.

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 35 À 54 ANS



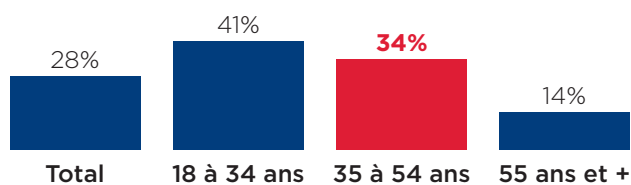
Base : internautes québécois (n=847)

Le téléviseur pour accéder au Web

La proportion d'internautes connectant leur téléviseur à Internet, que ce soit via un téléviseur intelligent, une console de jeu, un lecteur multimédia en continu ou autre, est plus importante parmi les 35 à 54 ans que dans l'ensemble de la population internet québécoise (58,2 % contre 48,1 %).

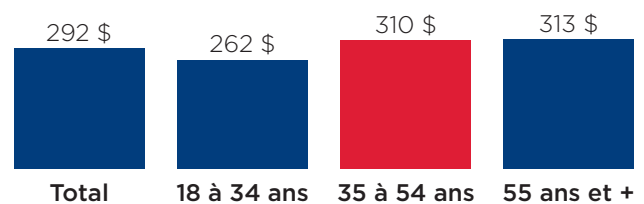
Cela s'explique en partie par la présence de consoles de jeux vidéo chez une proportion plus élevée des internautes de 35 à 54 ans (52,3 % contre 44,3 % dans l'ensemble de la population internet du Québec), car cet appareil est souvent utilisé pour accéder à Internet via un téléviseur.

PROPORTION DES ADULTES AYANT RÉALISÉ DES ACHATS SUR INTERNET AU COURS DU MOIS PRÉCÉDANT L'ENQUÊTE CHEZ LES 35 À 54 ANS



Base : adultes québécois (n=12 024)

MONTANT MOYEN DES ACHATS RÉALISÉS PAR LES 35 À 54 ANS

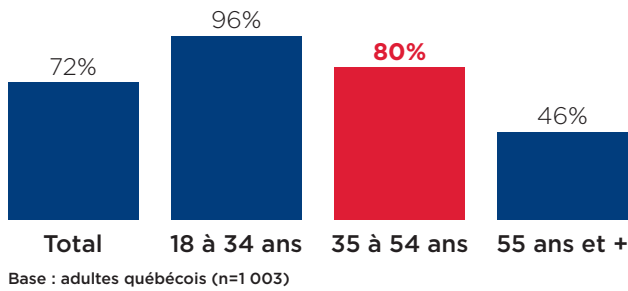


Base : cyberacheteurs québécois (n=3 416)

Plus d'acheteurs en ligne

La proportion d'adultes ayant réalisé un achat en ligne au cours du mois précédant l'enquête est plus importante chez les adultes de 35 à 54 ans que dans l'ensemble de la population adulte du Québec (33,9 % contre 28,4 %). En moyenne, les cyberacheteurs de ce groupe d'âge ont dépensé un montant mensuel de 310 \$ comparativement à 292 \$ dans l'ensemble de la population.

PROPORTION DES ADULTES UTILISANT LES MÉDIAS SOCIAUX CHEZ LES 35 À 54 ANS



Quatre adultes sur cinq actifs sur les médias sociaux

Les médias sociaux sont utilisés par 79,5 % des adultes de la génération X. Cette proportion est plus importante que celle que l'on retrouve dans l'ensemble de la population québécoise, où c'est plutôt 71,7 % des adultes qui utilisent les plateformes sociales.

D'ailleurs, ils sont plus nombreux à utiliser plusieurs plateformes, notamment YouTube (67 % contre 59,8 %), Facebook (66,6 % contre 59,2 %), Google + (33,4 % contre 25,4 %), LinkedIn (26,4 % contre 15,9 %) et Twitter (15,5 % contre 11 %).

PRINCIPAUX MODES DE COMMUNICATION UTILISÉS PAR LES 35 À 54 ANS

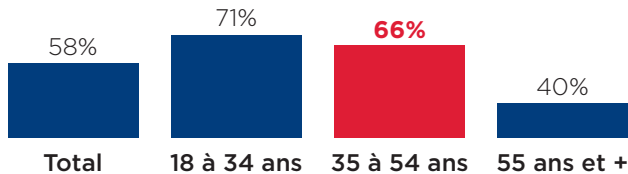


Le téléphone fixe comme moyen de communiquer avec ses proches

Au total, 87,4 % des adultes de la génération X identifient le téléphone fixe comme l'un des moyens principaux pour communiquer avec leur famille et leurs amis. Cela en fait le moyen le plus utilisé par ceux-ci.

Notons en outre que les adultes de cette génération sont plus nombreux que la moyenne à se servir du courriel (58,2 % contre 49,4 %), de la vidéoconférence (25,1 % contre 18,3 %) et de la téléphonie sans vidéo sur Internet tel que Skype (11 % contre 7,8 %) pour communiquer.

PROPORTION DES ADULTES RÉALISANT DES OPÉRATIONS BANCAIRES SUR INTERNET CHEZ LES 35 À 54 ANS

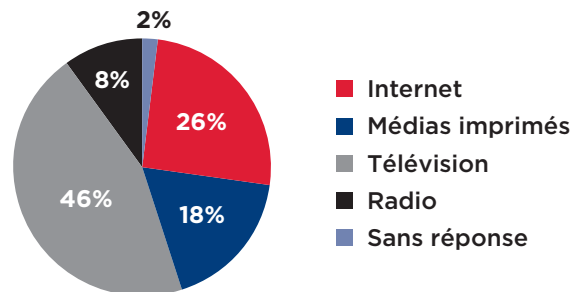


Base : adultes québécois (n=1 003)

Les opérations bancaires en ligne répandues chez les X

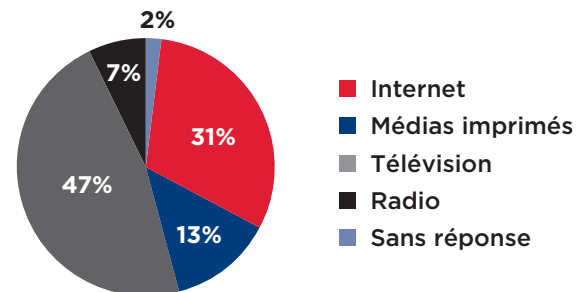
Alors qu'on retrouve en moyenne une proportion de 57,6 % d'adultes qui réalisent des opérations bancaires sur Internet au Québec, cette proportion est plus élevée chez les adultes de 35 à 54 ans (66,4 %).

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 35 À 54 ANS



Base : adultes québécois (n=1 004)

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

De manière générale, les adultes de la génération X s'informent à propos des nouvelles et de l'actualité est très semblable à celle de l'ensemble de la population adulte du Québec.

Toutefois, ils sont plus nombreux à utiliser Internet comme principale source d'information (31 % contre 26,4 % pour l'ensemble de la population adulte). Par contre, ils sont moins nombreux à avoir les médias imprimés comme source principale pour suivre les nouvelles et l'actualité (12,5 % contre 17,6 % pour l'ensemble de la population adulte).



Québec - Siège social
888, rue Saint-Jean, bureau 575
Québec (Québec) G1R 5H6
Téléphone : 418 523-3746

Montréal
550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1770, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9
Téléphone : 514 840-1245