

# Fiche génération 35 à 54 ans

## CONNECTIVITÉ & MOBILITÉ

95 %

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

61 %

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

85 %

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

## Appareils détenus

76 %

ont un téléphone  
intelligent.

74 % femmes  
77 % hommes

63 %

ont une tablette  
électronique.

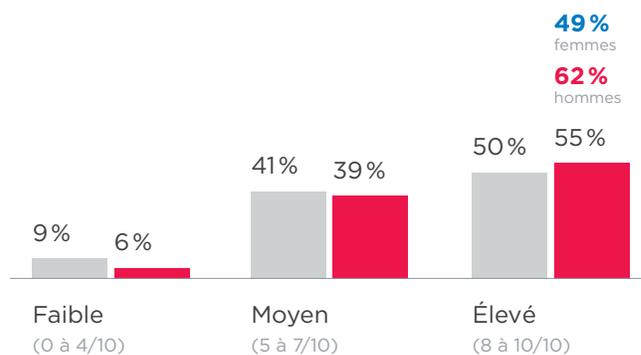
65 % femmes  
61 % hommes

7 %

ont une montre  
intelligente.

## Niveau d'habileté

Parmi les internautes de cette génération, un peu plus de la moitié (55%) considèrent leur niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé, une proportion significativement supérieure à celles des autres générations.

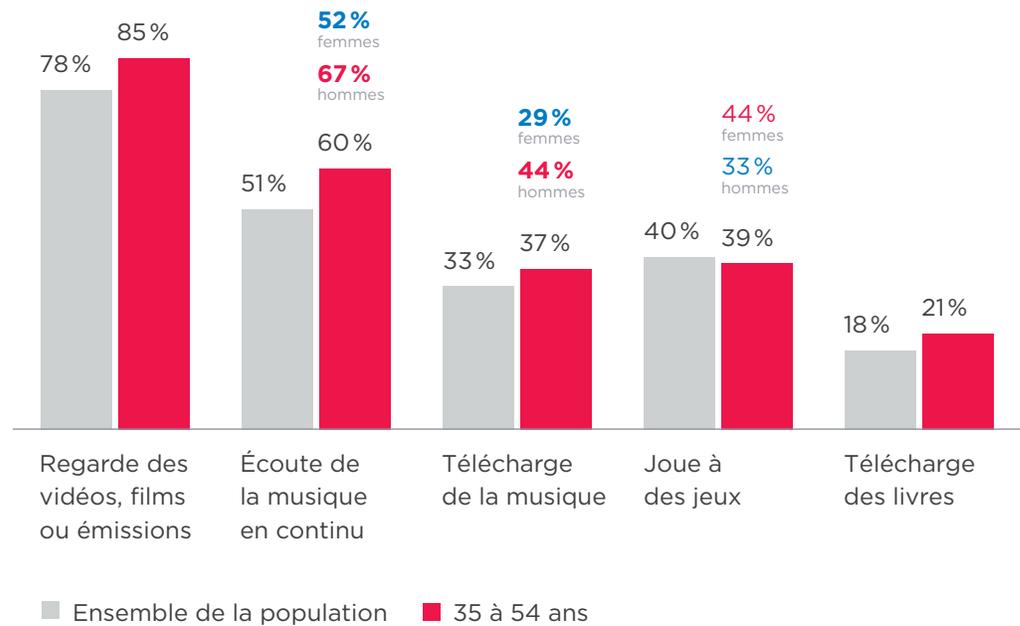


■ Ensemble de la population ■ 35 à 54 ans

## DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Une forte majorité (85%) des 35 à 54 ans regarde des vidéos, des films ou des émissions sur Internet. D'ailleurs, ils sont significativement plus nombreux, en proportion, à le faire que les autres générations, tout comme écouter de la musique, télécharger de la musique et télécharger des livres sur Internet.

# 85%



# 1 — 2

### Services payants

Un adulte sur 2 (51%) âgé de 35 à 54 ans est abonné à au moins un service payant pour visionner des films, des séries ou des émissions sur Internet.

NETFLIX

club illico

Cravetv™

amazon  
instant video

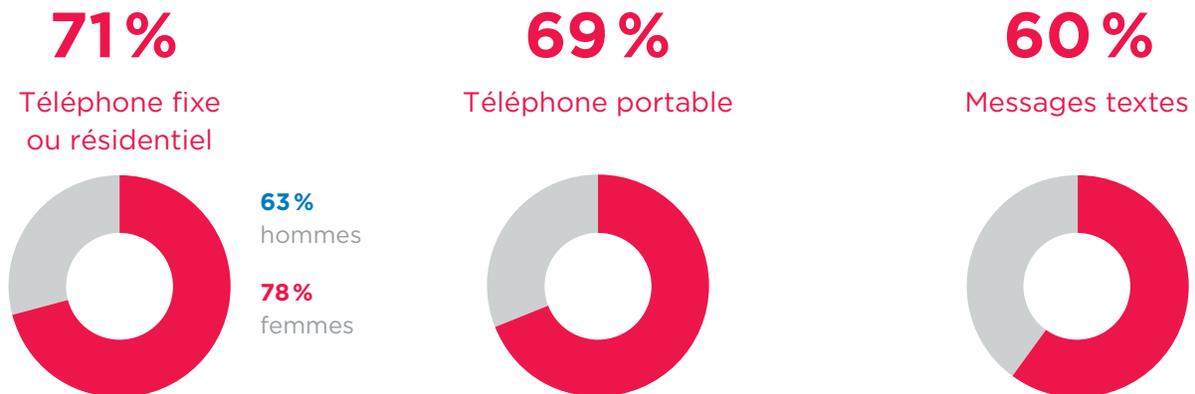
ICI TOU.TV EXTRA

## COMMUNICATION AVEC LA FAMILLE ET LES AMIS

Le téléphone fixe ou résidentiel est le principal outil de communication utilisé par les 35 à 54 ans (71%) pour communiquer avec leur famille et leurs amis.

Ils sont nombreux à utiliser le téléphone portable (69%) et les messages textes (60%) comme moyens de communication, des taux supérieurs à ceux des autres générations.

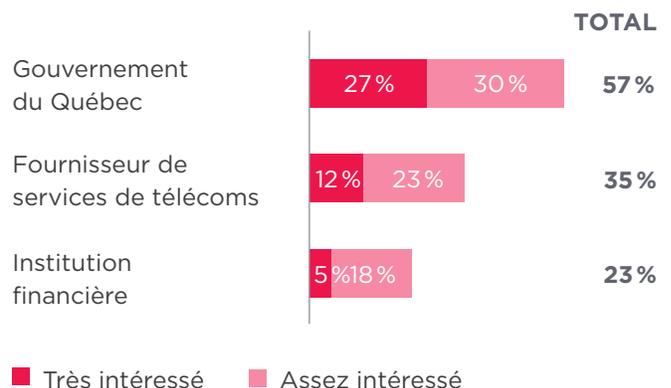
### Principaux moyens de communication utilisés :



## ET AVEC LES ENTREPRISES

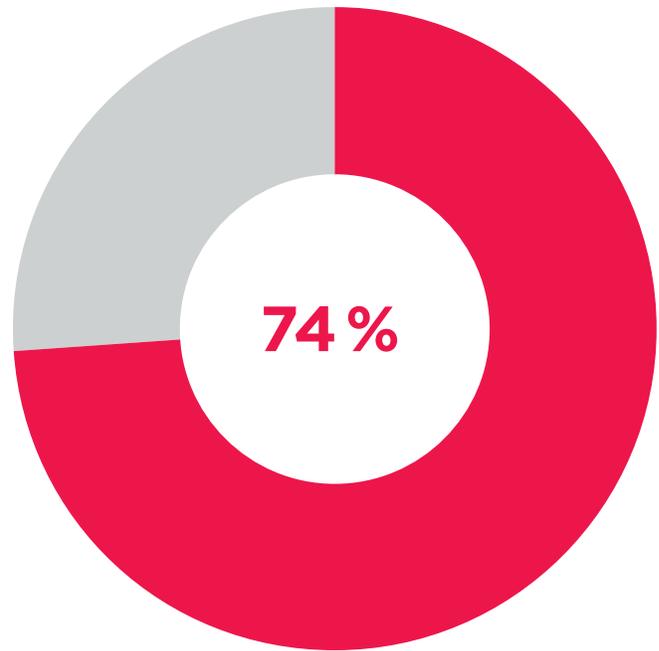
Plus de la moitié des adultes âgés de 35 à 54 ans (57%) **sont intéressés à interagir avec un agent virtuel** sur le site du gouvernement du Québec, un taux significativement supérieur à ceux des autres générations

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

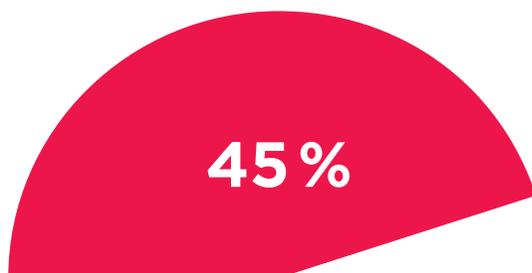
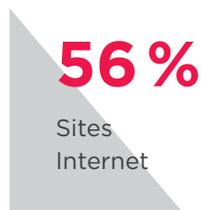


## SUIVRE L'ACTUALITÉ EN LIGNE

Près des trois quarts (74%) des adultes âgés de 35 à 54 ans utilisent Internet pour **accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles**. Néanmoins, les médias traditionnels (88%) demeurent la principale source d'information de cette génération.



### Médias consultés en ligne :



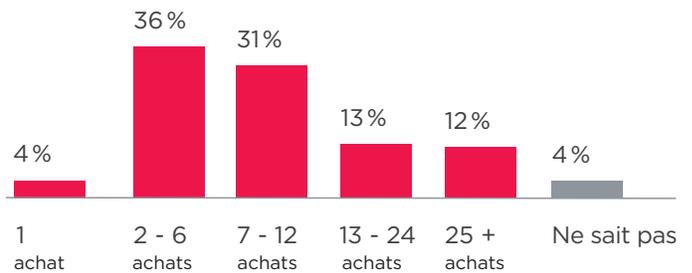
ont **consulté l'actualité ou les nouvelles à partir d'un appareil mobile** (téléphone intelligent ou tablette électronique) au cours du dernier mois.

## COMMERCE ÉLECTRONIQUE

**66 %** ont fait au moins un achat en ligne en 2017, une proportion supérieure à celles des autres générations.

**67 %** La majorité (67%) des cyberacheteurs de 35 à 54 ans sont des **acheteurs occasionnels** (2 à 6 achats) ou **fréquents** (7 à 12 achats) sur Internet.

### Panier Web mensuel moyen des cyberacheteurs de 35 à 54 ans en 2017 :

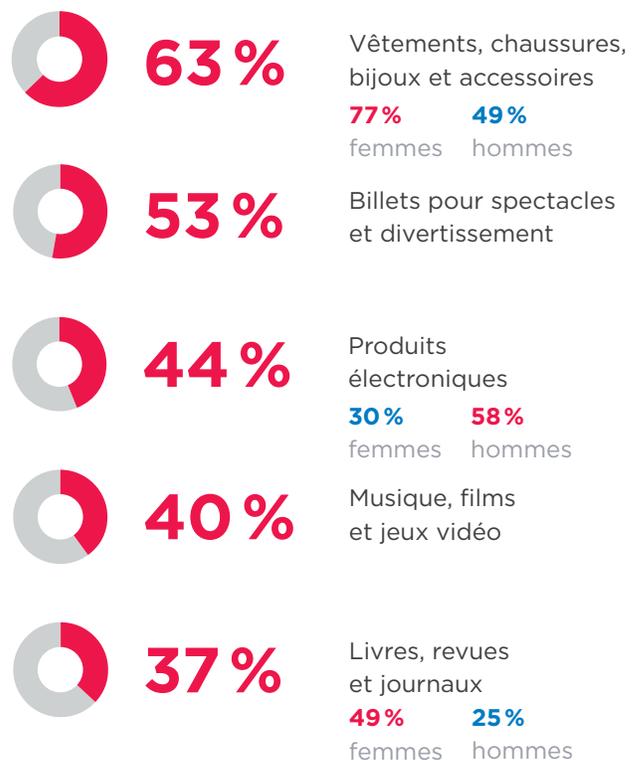


**8 %**

des 35 à 54 ans sont **membres d'Amazon Prime.**



### Principales catégories de produits achetées en ligne par les cyberacheteurs de 35 à 54 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)**

**42%**

35 à 54 ans

**44%**

Ensemble de la population

**8**  
—  
**10**

Près de 8 adultes sur 10 (79%) dans ce segment ont effectué des **opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois.**



**15% ont déposé un chèque en prenant une photo** au moyen de l'application mobile de leur institution financière.

**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%