

TAUX DE BRANCHEMENT ET UTILISATION D'INTERNET

(n=1 993)

	25 à 34 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison (avec un fournisseur de télécoms, via satellite ou via le partage de connexion à partir d'un appareil mobile)	95 %	92 %
 Utilisateurs d'Internet	100 %	97 %

HABILITÉS À RÉALISER DES ACTIONS EN LIGNE

Parmi les internautes (n=164)

Avec mentions 8 à 10 sur une échelle de 10

	25 à 34 ans	Ensemble des internautes
 Actions en ligne (p.ex. : effectuer des transactions bancaires, remplir un formulaire, faire des achats, etc.)	56 %	53 %

LANGUE DE NAVIGATION SUR INTERNET

Parmi les internautes

(n=1 989) Ensemble des internautes

		25 à 34 ans	Ensemble des internautes
 Langue la plus souvent utilisée pour naviguer sur Internet	Français	56 %	70 %
	Anglais	40 %	27 %

Méthodologie :

Les données proviennent de la combinaison d'une collecte téléphonique réalisée au mois de février 2021 et de 11 collectes Web menées de mars 2021 à janvier 2022. Pour les questions transversales, 1 993 adultes québécois âgés de 25 à 34 ans ont été interrogés, alors que pour les questions thématiques, ce sont 164 adultes de ce même groupe d'âge qui ont été sondés. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région, de la langue et du niveau de scolarité des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. Nés entre 1988 et 1997, les répondants sont catégorisés comme faisant partie de la génération Y (nés entre 1981 et 1996 selon Statistique Canada). En caractères **rouges** : résultats considérablement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %. En caractères **bleus** : résultats considérablement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

APPAREILS ÉLECTRONIQUES DÉTENUS PAR LES 25 À 34 ANS

(n=1 993)

96 %	85 %	56 %	30 %	24 %
Téléphone intelligent	Ordinateur portable ou de table	Tablette électronique	Montre intelligente	Bracelet d'activité connecté

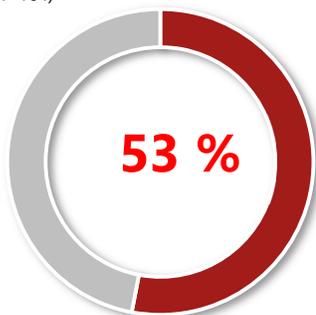
INTENTION D'ACHAT D'UN APPAREIL ÉLECTRONIQUE

(12 prochains mois) (n=164)

68 % chez les 25 à 34 ans (*44 % chez les adultes québécois*)

MAISON INTELLIGENTE

(n=164)



Un peu plus de la moitié (53 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans détiennent au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 47 % pour l'ensemble des adultes québécois.



APPAREILS CONNECTÉS DÉTENUS



34 %
Enceinte intelligente



29 %
Électroménagers connectés



27 %
Appareils connectés servant à contrôler l'énergie au foyer (p. ex. : système d'éclairage connecté)



20 %
Appareils connectés pour la surveillance et le contrôle au foyer (p. ex. : avertisseur de fumée intelligent)

TEMPS PASSÉ DEVANT LES ÉCRANS

DURANT LA DERNIÈRE ANNÉE À LA MAISON

(n=164)

D'octobre 2020 à octobre 2021, **72 %** des adultes âgés de 25 à 34 ans reconnaissent que le temps qu'ils ont passé devant les écrans à la maison **a augmenté**, une proportion supérieure à celle de l'ensemble des adultes québécois (58 %).

SERVICE DE TÉLÉVISION

(n=164)



La moitié (51 %) des adultes québécois âgés de 25 à 34 ans sont abonnés à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux inférieur à celui de l'ensemble des adultes québécois (66 %).

SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

(n=164)



Près de neuf adultes sur dix (87 %) âgés de 25 à 34 ans sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux significativement plus élevé que celui de l'ensemble des adultes québécois (71 %). Par ailleurs, **74 %** des 25 à 34 ans sont abonnés à Netflix comparativement à 55 % parmi l'ensemble des adultes québécois.

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

(n=164)



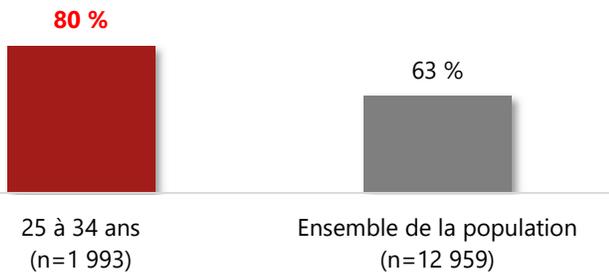
La **grande majorité** (96 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans ont utilisé Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne ou mobiles (paiement de factures ou transfert d'argent entre personnes) au cours du mois précédant l'enquête, une proportion supérieure à celle observée auprès de l'ensemble des adultes québécois (87 %).



COMMERCE ÉLECTRONIQUE

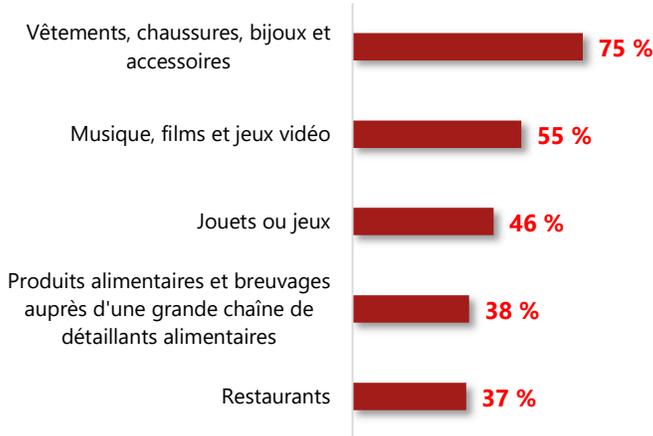
PROPORTION MOYENNE DE CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(sur une base mensuelle en 2021)



CATÉGORIES DE PRODUITS LES PLUS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(n=142)



RÉSEAUX SOCIAUX ET BALADOS

(n=164)

91 % des 25 à 34 ans **utilisent les réseaux sociaux** (contre 78 % pour l'ensemble des adultes québécois)



4 h 32 temps moyen passé par les utilisateurs

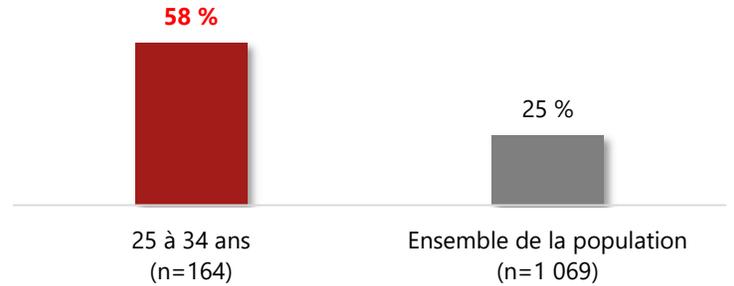
de réseaux sociaux âgés de 25 à 34 sur les différentes plateformes (n=150) (contre 3 h 33 pour l'ensemble des utilisateurs de réseaux sociaux)

49 % des 25 à 34 ans **écoutent des balados**

(contre 30 % pour l'ensemble des adultes québécois)



PROPORTION D'ADULTES AYANT UTILISÉ LE PAIEMENT MOBILE POUR FAIRE DES ACHATS EN MAGASIN EN 2021



VALEUR MOYENNE DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(sur une base mensuelle en 2021)

444 \$

(contre 389 \$ pour l'ensemble des cyberacheteurs québécois)

RÉPARTITION EN % DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE EN 2021 (EN \$ DÉPENSÉS) PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(n=142)

46 % via le site ou l'application d'Amazon 

17 % via les sites ou les applications des marchands québécois 

22 % via les sites ou les applications d'autres marchands canadiens 

15 % via les sites ou les applications d'autres marchands étrangers 

SERVICES GOUVERNEMENTAUX EN LIGNE

(n=164)

90 % des 25 à 34 ans ont **utilisé Internet pour interagir avec le gouvernement du Québec**

(contre 75 % pour l'ensemble des adultes québécois)



DIFFICULTÉ DE NAVIGATION EN LIGNE CHEZ LES INTERNAUTES ÂGÉS DE 25 À 34 ANS AVEC INCAPACITÉ

(n=1 993)

42 % des internautes âgés de 25 à 34 ans rencontrent des difficultés à naviguer sur Internet à cause d'une **incapacité***. Cette proportion est de 32 % auprès de l'ensemble des internautes québécois.

* La notion d'incapacité retenue pour les fins de l'enquête inclut toute difficulté de vision, d'ouïe, de mobilité ou de dextérité et d'apprentissage, de mémoire ou de développement.