

Fiche génération 65 ans et plus

CONNECTIVITÉ & MOBILITÉ

79 %

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

74 % femmes
84 % hommes

18 %

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

58 %

utilisent Internet
au moins une fois
par jour.

Appareils détenus

31 %

ont un téléphone
intelligent.

26 % femmes
38 % hommes

45 %

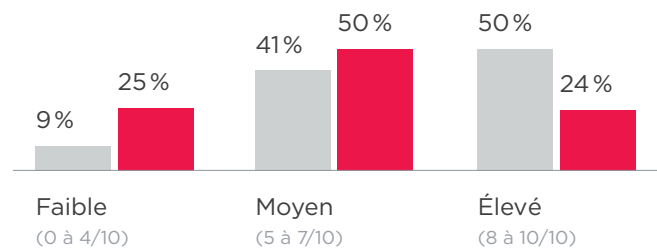
ont une tablette
électronique.

1 %

ont une montre
intelligente.

Niveau d'habileté

Parmi les internautes de cette génération, le quart (24 %) considère leur niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé, une proportion significativement inférieure à celles des autres générations.

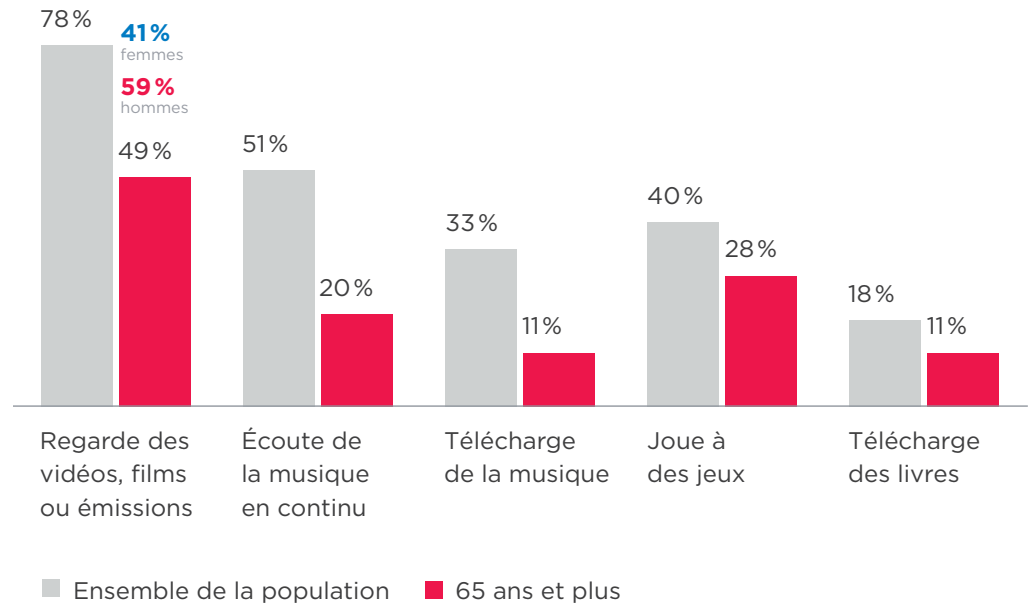


■ Ensemble de la population ■ 65 ans et plus

DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Près de la moitié (49%) des adultes de 65 ans et plus regarde des vidéos, des films ou des émissions sur Internet, une proportion significativement inférieure à celles des autres générations. D'ailleurs, ce groupe d'âge est significativement moins nombreux, en proportion, à pratiquer chacune des activités de divertissement Web mentionnées ci-bas, comparativement aux autres générations.

49%



27%

Services payants

des adultes âgés de 65 ans et plus sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films, des séries ou des émissions sur Internet, un taux inférieur 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 fixe ou résidentiel est le principal outil de communication utilisé par les 65 ans et plus pour communiquer avec leur famille et leurs amis.

En effet, 89% utilisent ce mode de communication, un taux supérieur à ceux des autres générations.

Principaux moyens de communication utilisés :

89 %

Téléphone fixe ou résidentiel



46 %

Courriel



39 %

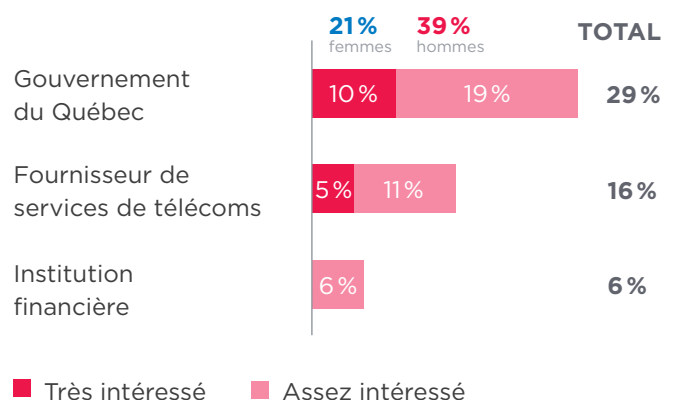
Téléphone portable



ET AVEC LES ENTREPRISES

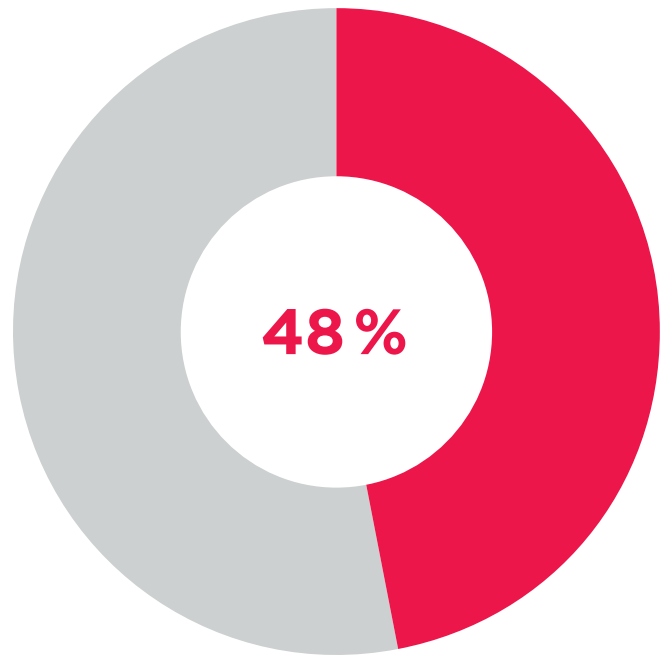
Les adultes de 65 ans et plus sont moins **intéressés à interagir avec un agent virtuel** sur les sites du gouvernement du Québec, de leur fournisseur de services de télécoms et de leur institution financière, comparativement aux autres groupes d'âge.

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

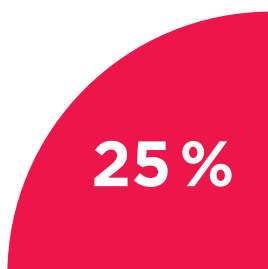
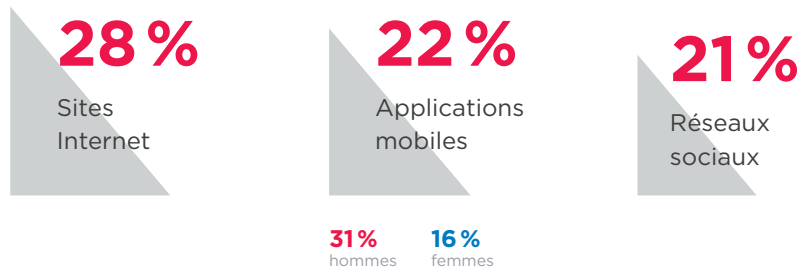


SUIVRE L'ACTUALITÉ EN LIGNE

La quasi-totalité (97%) des adultes âgés de 65 ans et plus utilise des médias traditionnels pour **accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles**. D'ailleurs, ils sont significativement plus nombreux que les autres générations à le faire. Néanmoins, près de la moitié d'entre eux (48%) ont aussi recours à Internet pour s'informer, un taux inférieur à ceux des autres groupes d'âge.



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, un taux significativement inférieur à ceux des autres générations.

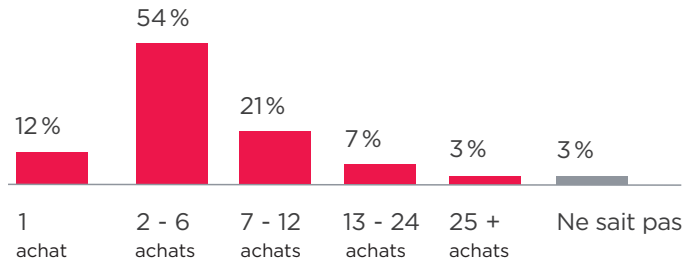
COMMERCE ÉLECTRONIQUE

29 % ont fait au moins un achat en ligne en 2017, une proportion inférieure à celles des autres générations.

22% femmes **39%** hommes

54 % Un peu plus de la moitié (54%) des cyberacheteurs de 65 ans et plus sont des **acheteurs occasionnels** (2 à 6 achats) sur Internet.

Panier Web mensuel moyen des cyberacheteurs de 65 ans et plus en 2017 :

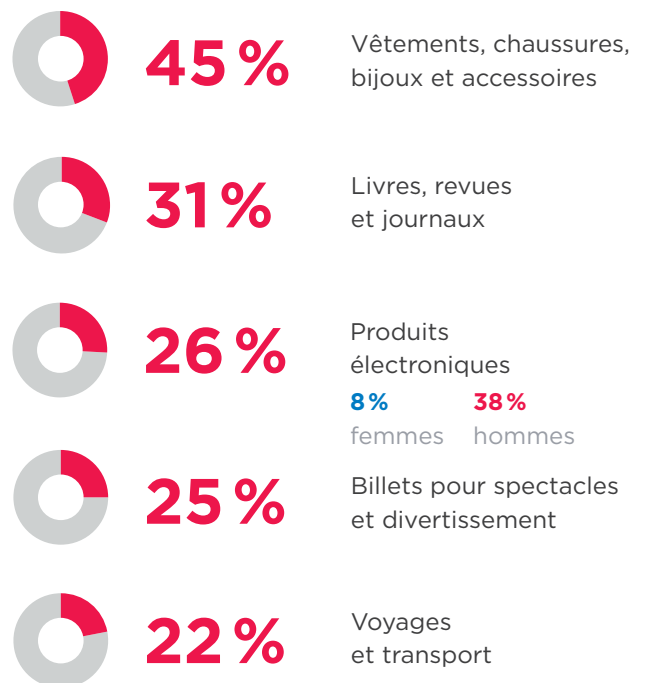


2 %

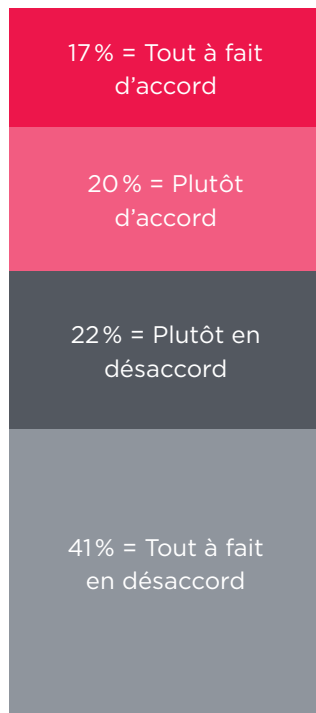
des 65 ans et plus **sont membres d'Amazon Prime**, une proportion inférieure à celles des autres générations.



Principales catégories de produits achetées en ligne par les cyberacheteurs de 65 ans et plus :



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)

37%

65 ans et plus

44%

Ensemble de la population

1
—
2

Près de 1 adulte sur 2 (49%) dans ce segment a effectué des **opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois.**

60% **40%**
hommes femmes



4 % ont déposé un chèque en prenant une photo au moyen de l'application mobile de leur institution financière, une proportion inférieure 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%