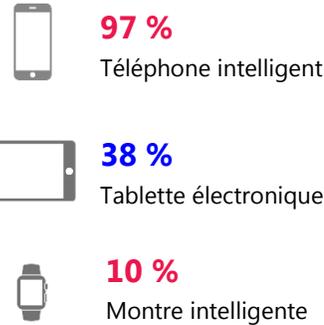


## GÉNÉRATION Z – 18 À 24 ANS (1995-2001)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=1 359)

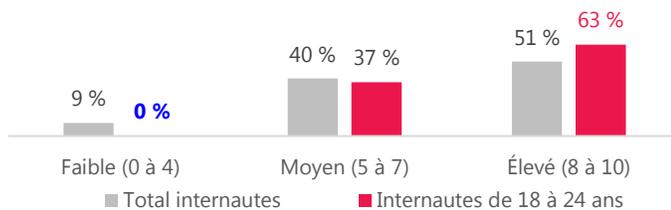
	18-24 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	<b>97 %</b>	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	<b>94 %</b>	91 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	3 %	2 %
 Utilisateurs quotidiens d'Internet	<b>96 %</b>	84 %

### Appareils détenus par les 18 à 24 ans



### HABILETÉ À UTILISER INTERNET (n=110)

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

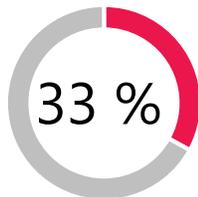


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Environ **3 adultes sur 4** (77 %) âgés de 18 à 24 ans sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux supérieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 71 % des 18 à 24 ans sont abonnés à Netflix. (n=113)



### MAISON INTELLIGENTE (n=113)



Le tiers (33 %) des 18 à 24 ans détient au moins un objet connecté pour la maison (p. ex., un lecteur multimédia en continu ou un téléviseur intelligent). Le pourcentage est de 24 % pour l'ensemble des adultes québécois.

**83 %**



La majorité (83 %) des adultes âgés de 18 à 24 ans sont enthousiastes concernant l'avenir des technologies et des objets intelligents comme partie intégrante de leur vie quotidienne dans leur foyer. Cette proportion est significativement supérieure à celles des autres générations.

#### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2018 à janvier 2019, 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.

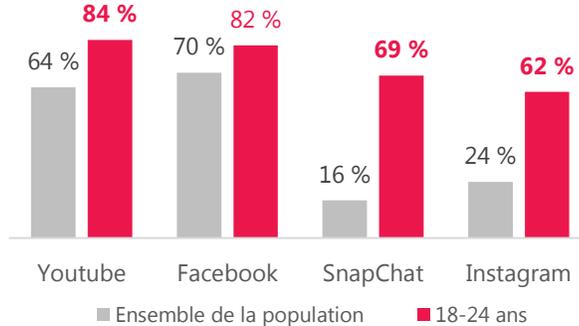
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %. En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX** (n=113)



La quasi-totalité des 18 à 24 ans utilise les réseaux sociaux pour une utilisation personnelle d'Internet. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 83 %.

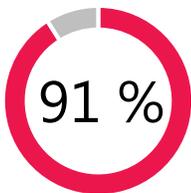
YouTube est le réseau social le plus utilisé par les 18 à 24 ans (84 %), suivi de près par Facebook (82 %).



89 %

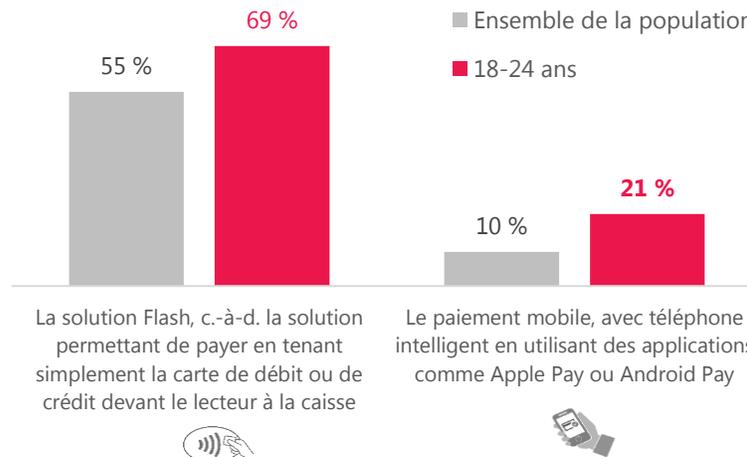
des adultes âgés de 18 à 24 ans utilisent la messagerie intégrée/instantanée, comme Messenger, pour communiquer avec leur famille ou leurs amis sur les réseaux sociaux.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=113)



des adultes âgés de 18 à 24 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement supérieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

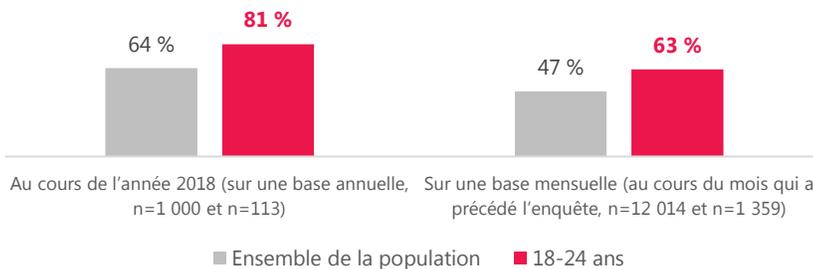


83 %

des adultes âgés de 18 à 24 ans connaissent ou ont déjà entendu parler de monnaie virtuelle, comme le Bitcoin, les Facebook Credits, les Amazon Coins. Le pourcentage est de 75 % pour l'ensemble des adultes québécois.

**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

PROPORTION DE CYBERACHETEURS



La valeur mensuelle moyenne du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 18 à 24 ans était de 209 \$ en 2018, alors que la valeur moyenne provinciale était de 293 \$.

PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS ÂGÉS DE 18 À 24 ANS EN 2018 (n=91)

