




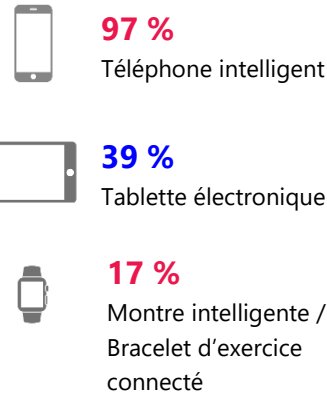


## GÉNÉRATION Z – 18 À 24 ANS (1995-2001)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=1 239)

	18-24 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	<b>98 %</b>	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	79 %	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	3 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	<b>16 %</b>	10 %
 Utilisateurs d'Internet	<b>99 %</b>	92 %

### Appareils détenus par les 18 à 24 ans



### OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 18 à 24 ans sont les messages textes, la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et l'appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet (n=103) :

- 1** Messages textes **82 %**
- 2** Messagerie intégrée aux réseaux sociaux **74 %**
- 3** Appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet **34 %**

### SERVICE DE TÉLÉVISION

Un peu plus d'un adulte sur deux (52 %) âgés de 18 à 24 ans est abonné à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux inférieur à ceux des autres générations. (n=103)

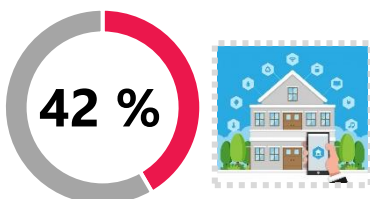


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Environ **trois adultes sur quatre** (74 %) 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, 69 % des 18 à 24 ans sont abonnés à Netflix. (n=103)

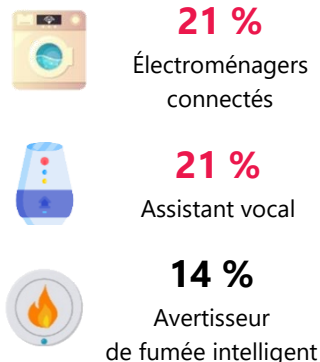


### MAISON INTELLIGENTE (n=103)



Près de la moitié (42 %) des 18 à 24 ans détient au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 33 % pour l'ensemble des adultes québécois.

### TOP 3 DES APPAREILS CONNECTÉS

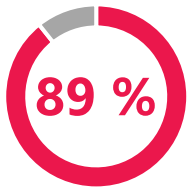


#### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2019 à janvier 2020, 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.

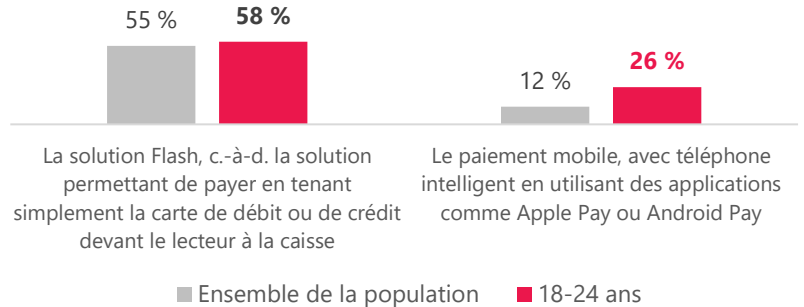
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.  
En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=102)

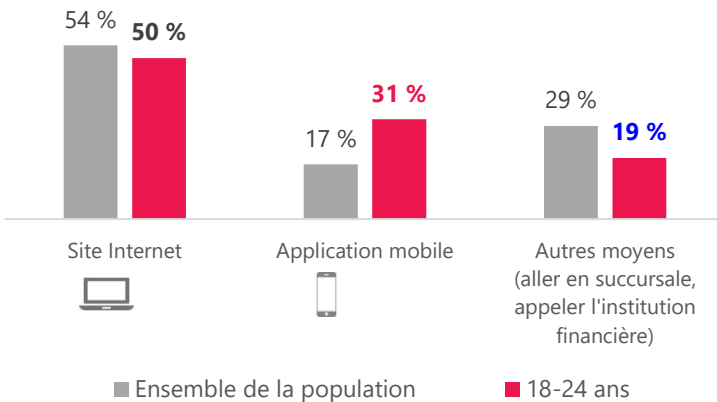


des adultes âgés de 18 à 24 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement supérieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

**MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE**

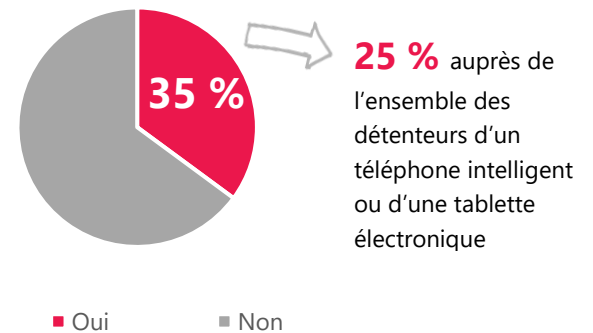


**MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES**



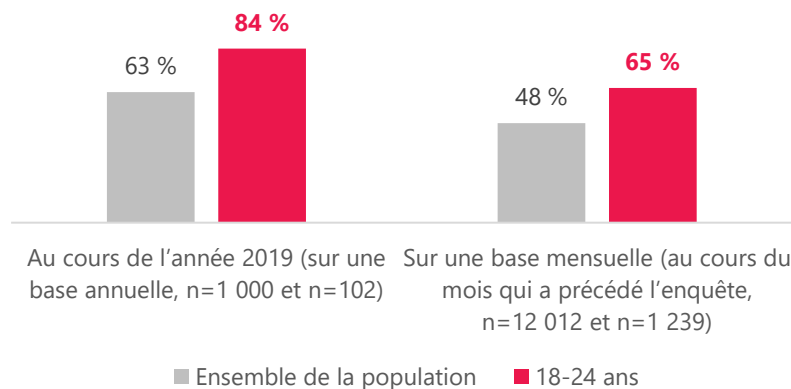
**UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS**

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 18 à 24 ans (n=98)

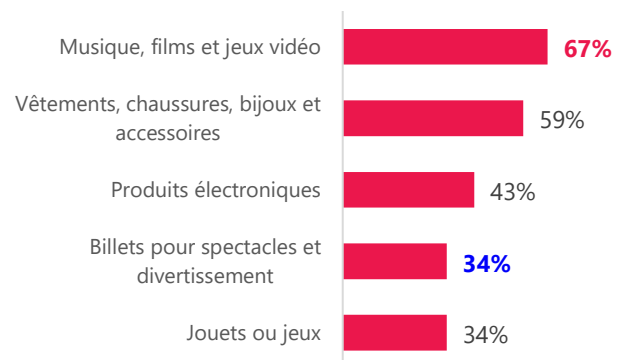


**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**PROPORTION DE CYBERACHETEURS**



**PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 18 À 24 ANS (n=86)**



La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 18 à 24 ans était de 180 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.



**41 %** des adultes âgés de 18 à 24 ans font mensuellement **au moins un achat en ligne sur le site d'Amazon**, alors que c'est 35 % auprès de l'ensemble de la population.