




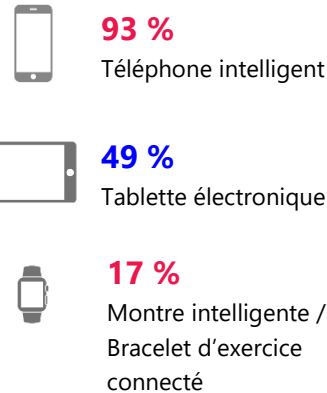


GÉNÉRATION Y – 25 À 34 ANS (1985-1994)

CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=1 864)

	25-34 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	97 %	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	82 %	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	13 %	10 %
 Utilisateurs d'Internet	99 %	92 %

Appareils détenus par les 25 à 34 ans



OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 25 à 34 ans sont les messages textes, la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et l'appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet (n=154) :

- 1** Messages textes **78 %**
- 2** Messagerie intégrée aux réseaux sociaux **74 %**
- 3** Appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet **33 %**

SERVICE DE TÉLÉVISION

Plus de la moitié (57 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans est abonné à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux inférieur à ceux des autres générations. (n=154)

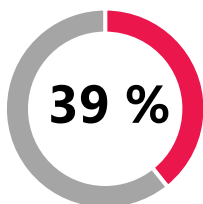


SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Les deux tiers (67 %) des adultes 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 supérieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 59 % des 25 à 34 ans sont abonnés à Netflix. (n=154)






MAISON INTELLIGENTE (n=154)



Plus du tiers (39 %) des 25 à 34 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

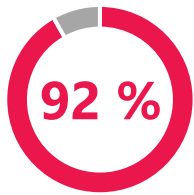
-  **13 %** Assistant vocal
-  **11 %** Système de thermostat connecté
-  **11 %** Système de détection des fuites d'eau

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.

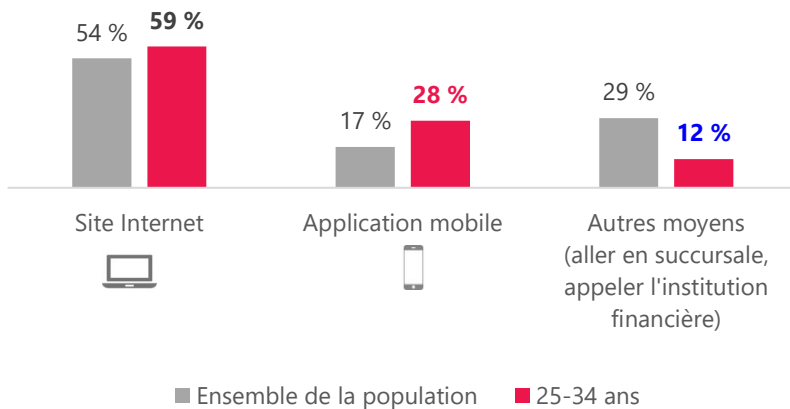
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %. En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE (n=154)

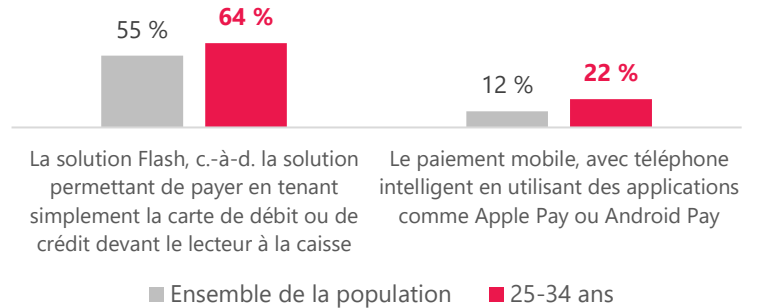


des adultes âgés de 25 à 34 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement supérieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES

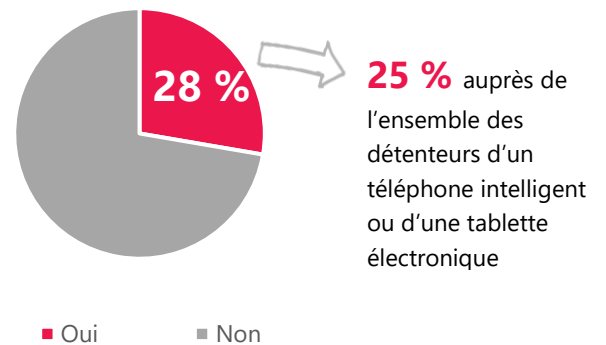


MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE



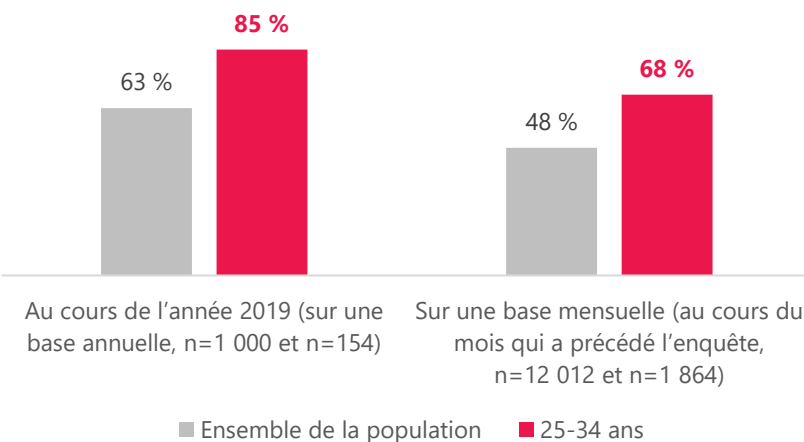
UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 25 à 34 ans (n=144)

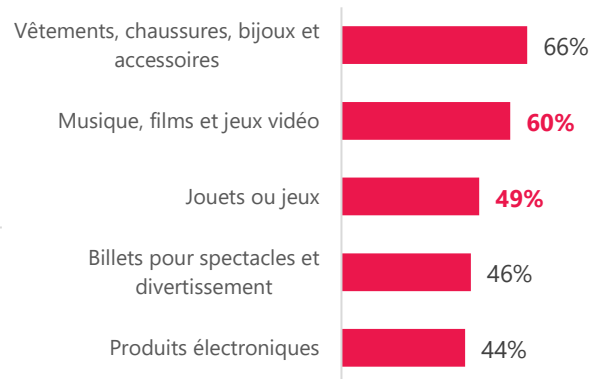


COMMERCE ÉLECTRONIQUE

PROPORTION DE CYBERACHETEURS



PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS (n=131)



53 % des adultes âgés de 25 à 34 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.



La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 25 à 34 ans était de 326 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.