

BRANCHEMENT À INTERNET AU FOYER

(n=2 062)



	25 à 34 ans	Ensemble de la population
Pourcentage total de branchement	97 %	93 %
Avec connexion unique via un fournisseur de telecom	39 %	61 %
Avec connexion via une ou plusieurs autres sources	58 %	32 %

DIFFICULTÉ DE NAVIGATION EN LIGNE CHEZ LES INTERNAUTES AVEC INCAPACITÉ(S)

Parmi les internautes (n=1 701) *de fév. à nov. 2022

	25 à 34 ans	Ensemble des internautes
Internauts avec incapacité(s) On fait ici référence aux incapacités liées à la vision, à l'audition, à la mobilité ou la dextérité, à l'apprentissage, à la santé mentale ou à toutes autres incapacités.	46 %	28 %

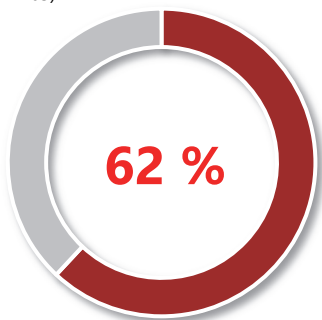
LANGUE DE NAVIGATION SUR INTERNET

Parmi les internautes (n=722) *d'oct. 2022 à janv. 2023

	Langue	25 à 34 ans	Ensemble des internautes
Langue la plus souvent utilisée pour naviguer sur Internet	Français	58 %	71 %
	Anglais	34 %	24 %

MAISON INTELLIGENTE

(n=165)



Près des deux tiers (62 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans détiennent au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 46 % pour l'ensemble des adultes québécois.



APPAREILS CONNECTÉS DÉTENUS



39 %
Enceinte intelligente



39 %
Électroménagers connectés



31 %
Appareils connectés servant à contrôler l'énergie au foyer (p. ex. : système d'éclairage connecté)



29 %
Appareils connectés pour la surveillance et le contrôle au foyer (p. ex. : avertisseur de fumée intelligent)

Méthodologie :

À moins d'indications contraires, les données proviennent de la combinaison d'une collecte téléphonique réalisée au mois de février 2022 et de 11 collectes Web menées de mars 2022 à janvier 2023. Pour les questions transversales, 2 062 adultes québécois âgés de 25 à 34 ans ont été interrogés, alors que pour les questions thématiques, ce sont entre 165 et 196 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. 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=2 062)

97 %	82 %	61 %	41 %	36 %
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=196)

65 % chez les 25 à 34 ans (46 % chez les adultes québécois)

TEMPS PASSÉ DEVANT LES ÉCRANS DURANT LA DERNIÈRE ANNÉE À LA MAISON

(n=196)

D'octobre 2021 à octobre 2022, **57 %** 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 (40 %).

SERVICE DE TÉLÉVISION

(n=196)



Près de la moitié (49 %) 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 (65 %).

SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

(n=196)



Plus de huit adultes sur dix (82 %) 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 (68 %). Par ailleurs, **58 %** des 25 à 34 ans sont abonnés à Netflix comparativement à 48 % parmi l'ensemble des adultes québécois.

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

(n=165)

PROPORTION D'ADULTES DE 25 À 34 ANS AYANT UTILISÉ UN OUTIL FINANCIER EN LIGNE



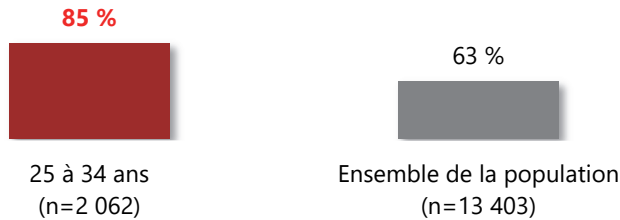
Plus de la moitié (58 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans ont utilisé **au moins un outil financier** sur le site d'une institution financière en 2022. Cette proportion est de 37 % pour l'ensemble des adultes québécois.



COMMERCE ÉLECTRONIQUE

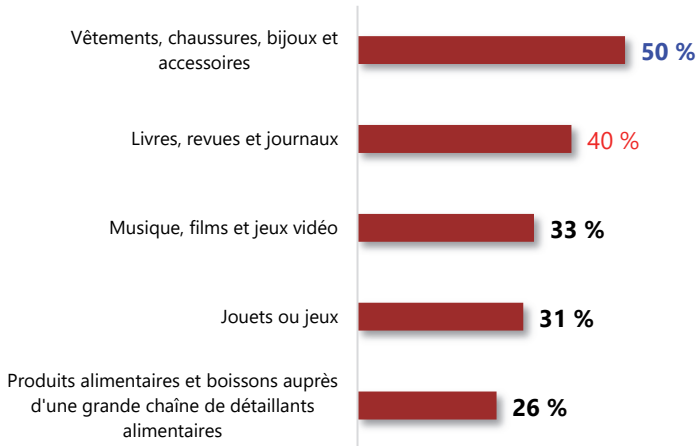
PROPORTION MOYENNE DE CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(sur une base mensuelle en 2022)



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

(n=156)



MEMBRES D'AMAZON PRIME EN 2022

(n=165)

78 % chez les 25 à 34 ans
(39 % - ensemble des adultes québécois)

ONT ACHETÉ EN LIGNE SUR LE SITE WEB DU PANIER BLEU EN 2022

(n=165)

48 % chez les 25 à 34 ans
(16 % - ensemble des adultes québécois)

RÉSEAUX SOCIAUX ET BALADOS

(n=196)

92 % des 25 à 34 ans **utilisent les réseaux sociaux**
(contre 79 % pour l'ensemble des adultes québécois)

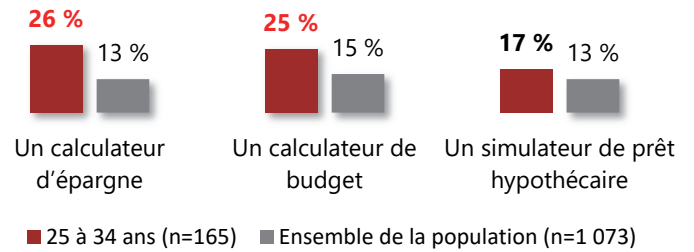


2 h 45 temps moyen passé par les utilisateurs de réseaux sociaux âgés de 25 à 34 ans sur les différentes plateformes (n=179)
(contre 2 h 50 pour l'ensemble des utilisateurs de réseaux sociaux)

69 % des 25 à 34 ans **écoutent des balados**
(contre 34 % pour l'ensemble des adultes québécois)



OUTILS FINANCIERS LES PLUS UTILISÉS EN LIGNE PAR LES 25 À 34 ANS EN 2022



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

(sur une base mensuelle en 2022)

278 \$

(contre 311 \$ pour l'ensemble des cyberacheteurs québécois)

ACHAT ET VENTE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS

(n=156)

81 % des 25 à 34 ans ont **réalisé des achats de produits de seconde main** en 2022
(contre 56 % pour l'ensemble des cyberacheteurs québécois)

77 % des 25 à 34 ans ont **vendu des produits de seconde main** en 2022
(contre 49 % pour l'ensemble des cyberacheteurs québécois)

SERVICES GOUVERNEMENTAUX EN LIGNE

(n=165)

90 % des 25 à 34 ans ont **utilisé Internet pour interagir avec le gouvernement du Québec**
(contre 75 % pour l'ensemble des adultes québécois)



FACILITÉ DES INTERACTIONS QUE LES 25 À 34 ANS ONT EUES EN LIGNE AVEC LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

(n=148)

90 % des 25 à 34 ans ont **trouvé que les interactions qu'ils ont eu en ligne avec le gouvernement du Québec étaient simples**
(contre 76 % pour l'ensemble des adultes québécois)

DONNÉES CITOYENNES ET CYBERSÉCURITÉ

(n=165)

83 % des 25 à 34 ans sont **préoccupés par la protection de leurs données et renseignements personnels qui sont collectés, stockés et utilisés par différents acteurs sur Internet**
(contre 69 % pour l'ensemble des adultes québécois)