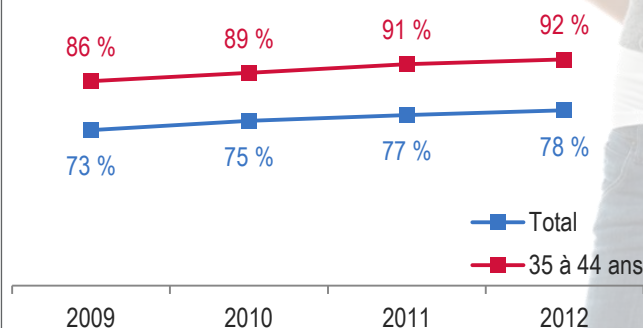


LA GÉNÉRATION X (35 À 44 ANS) : LA GÉNÉRATION QUI CONVOITE LA TABLETTE NUMÉRIQUE

DES ADULTES TRÈS BRANCHÉS

L'utilisation régulière d'Internet par la génération X en 2012 est bien supérieure à la moyenne des adultes québécois (respectivement 92,3 % et 78,3 %). Leur foyer est également davantage branché que la moyenne au Québec (92,8 % chez les 35 à 44 ans, comparativement à 79,7 % pour l'ensemble des adultes). Ces internautes sont actifs sur Internet durant une moyenne d'environ 19,7 heures par semaine, et ce, principalement sur un ordinateur portable.

UTILISATION RÉGULIÈRE D'INTERNET PAR
LES ADULTES DE 35 À 44 ANS, 2009-2012



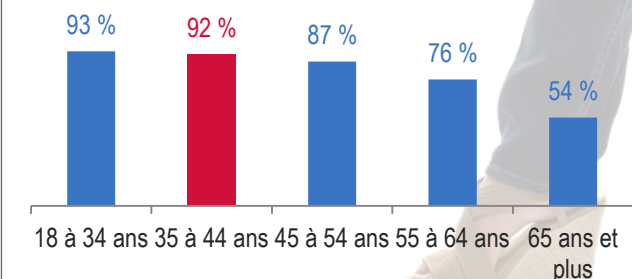
Base : adultes québécois (n=12 000 environ chaque année)

ÉQUIPEMENTS

L'ordinateur portable avant l'ordinateur de table

La génération X se situe significativement au-dessus de la moyenne des adultes à posséder au moins un ordinateur (91,6 %, contre 81,1 % pour la moyenne). Elle est aussi la première à posséder un miniportable (ou netbook).

POURCENTAGE DES ADULTES POSSÉDANT AU
MOINS UN ORDINATEUR À LA MAISON EN 2012

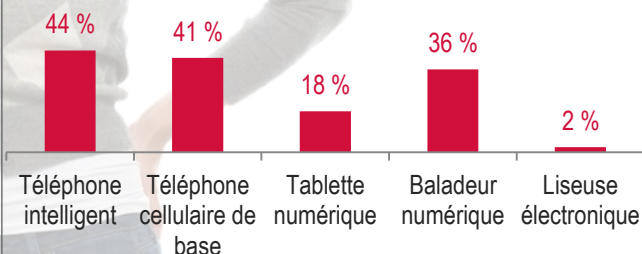


Base : adultes québécois (n=1 001)

Les appareils mobiles

En ce qui a trait aux appareils mobiles, les adultes de 35 à 44 ans privilégient le téléphone intelligent (44,4 %). De plus, parmi les adultes québécois, ceux de la génération X présentent le plus haut taux d'intention d'achat de tablettes numériques (19,9 %).

APPAREILS MOBILES DÉTENUS
PAR LES ADULTES DE 35 À 44 ANS

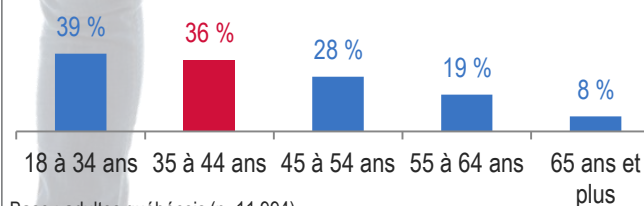


Base : adultes québécois de 35 à 44 ans (n=160)

COMMERCE ÉLECTRONIQUE : DES DÉPENSES DANS LA MOYENNE

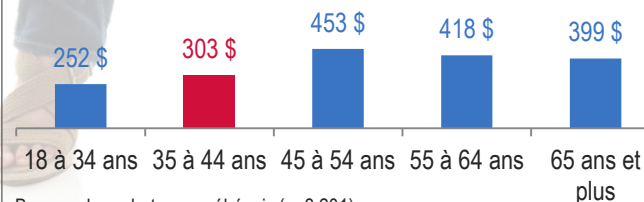
Le pourcentage de cyberacheteurs âgés de 35 à 44 ans est plus élevé que celui de l'ensemble de la population québécoise en 2012 (36,3 %, comparativement à 26,7 % pour l'ensemble des adultes). Toutefois, leur panier d'achats en ligne reste statistiquement dans la moyenne, avec un montant moyen de 303 \$ au cours d'un mois type.

CYBERACHETEURS AU COURS D'UN MOIS TYPE



Base : adultes québécois (n=11 994)

MONTANT MOYEN DES ACHATS AU COURS
D'UN MOIS TYPE

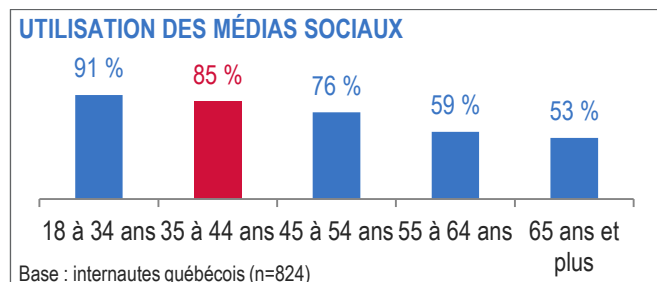


Base : cyberacheteurs québécois (n=3 201)

MÉDIAS SOCIAUX

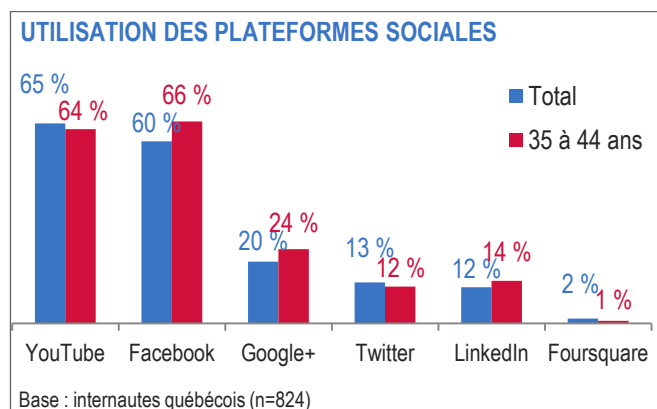
Une génération qui s'impose rapidement

La génération d'internautes X utilise significativement plus les médias sociaux que la moyenne des internautes québécois (85,0 % des internautes de 35 à 44 ans, comparativement à 78,1 % pour l'ensemble des internautes québécois).



Plateformes sociales et génération X : Facebook et YouTube dominant

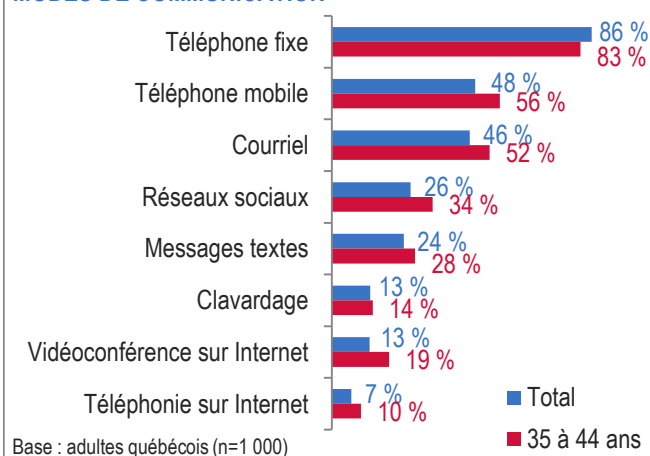
Les internautes de 35 à 44 ans, bien qu'ils utilisent principalement Facebook (66,0 %) et YouTube (63,5 %), se situent dans la moyenne des utilisateurs québécois sur les différentes plateformes sociales, à l'exception cependant de LinkedIn (13,9 %), où les « X » dépassent toutes les autres générations.



LA GÉNÉRATION X : MOBILE ET SOCIALE

Les adultes de 35 à 44 ans sont significativement plus nombreux à faire mention du téléphone mobile (55,8 %), des réseaux sociaux (33,5 %) et de la vidéoconférence (19,0 %), parmi leurs principaux moyens pour communiquer avec leurs proches. Leur utilisation des autres modes de communication reste dans la moyenne des adultes québécois.

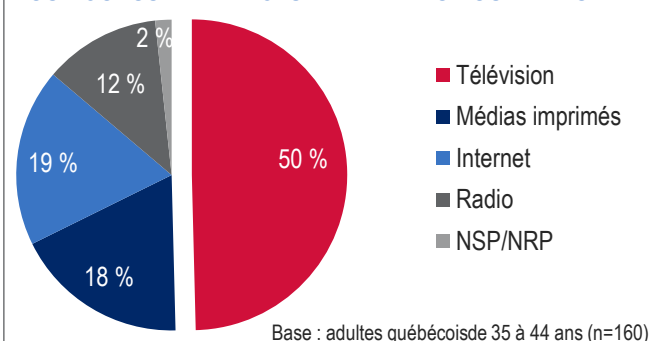
MODES DE COMMUNICATION



ACTUALITÉS ET NOUVELLES : UN CHANGEMENT DIFFICILE

En 2012, 49,6 % des adultes de 35 à 44 ans choisissent encore la télévision à titre de principale source d'information. Leur second choix se porte sur Internet (18,5 %) et la presse écrite (18,1 %) pour consulter l'actualité et les nouvelles : des taux qui se situent tous dans la moyenne québécoise.

PRINCIPALE SOURCE D'INFORMATION DES 35-44 ANS POUR CONSULTER L'ACTUALITÉ ET LES NOUVELLES



LA GÉNÉRATION X ET LE DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Les internautes de 35 à 44 ans se situent dans la moyenne québécoise pour leur usage des divertissements en ligne, sauf pour le téléchargement de musique (39,9 %) et l'écoute de la radio sur Internet (47,6 %), pour lesquels ils sont bien au-delà de la moyenne. À noter d'ailleurs que, parmi les différentes générations, les « X » sont les plus grands consommateurs de Webradio en 2012.

ACTIVITÉS DE DIVERTISSEMENT EN LIGNE

