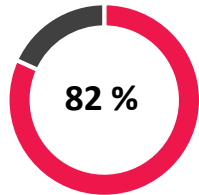


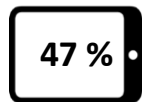
FICHE GÉNÉRATION (55 À 64 ANS)

USAGE D'INTERNET ET APPAREILS DÉTENUS

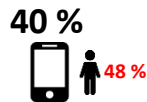


Parmi les adultes québécois de 55 à 64 ans, 8 sur 10 utilisent Internet au moins une fois par semaine.

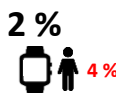
Près de la moitié des adultes appartenant à cette génération possèdent une tablette électronique alors que 4 personnes sur 10 détiennent un téléphone intelligent.



Tablette électronique

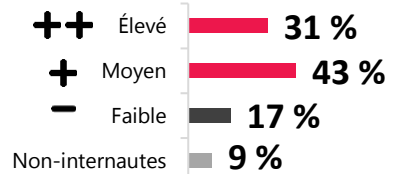


Téléphone intelligent



Montre intelligente

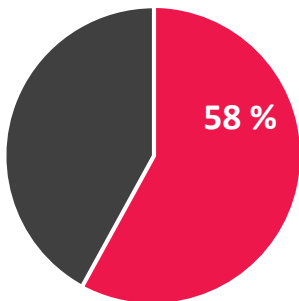
Parmi les adultes de 55 à 64 ans, 3 personnes sur 10 considèrent son niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé alors que plus de 4 personnes sur 10 estiment avoir des habiletés moyennes. Finalement, 17 % mentionnent avoir de faibles habiletés.



Élevé : 8 à 10 / 10 Moyen : 5 à 7 / 10 Faible : 0 à 4 / 10

Score d'habileté moyen : **6,2 / 10**

S'INFORMER ET COMMUNIQUER EN LIGNE

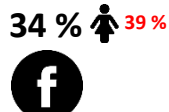


Parmi les adultes âgés de 55 à 64 ans, 58 % utilisent Internet, notamment des sites Internet, des réseaux sociaux ou des applications mobiles pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles.

Médias consultés en ligne



Sites Internet



Réseaux sociaux



Applications mobiles



Par ailleurs, 28 % des adultes de cette génération utilisent un appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) pour accéder à l'information journalistique.

Autres moyens utilisés pour communiquer

86 % **90 %**



Le téléphone fixe ou résidentiel demeure le moyen de communication principal utilisé par les adultes de 55 à 64 ans pour communiquer avec la famille ou les amis.

49 %



Téléphone portable (cellulaire, téléphone intelligent)

49 %



Courriel

42 %
35 %



SMS (messages textes)

31 %



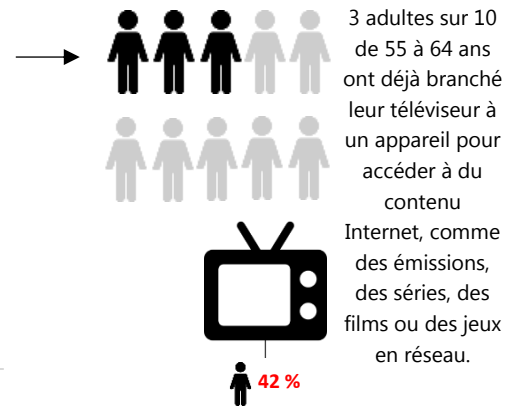
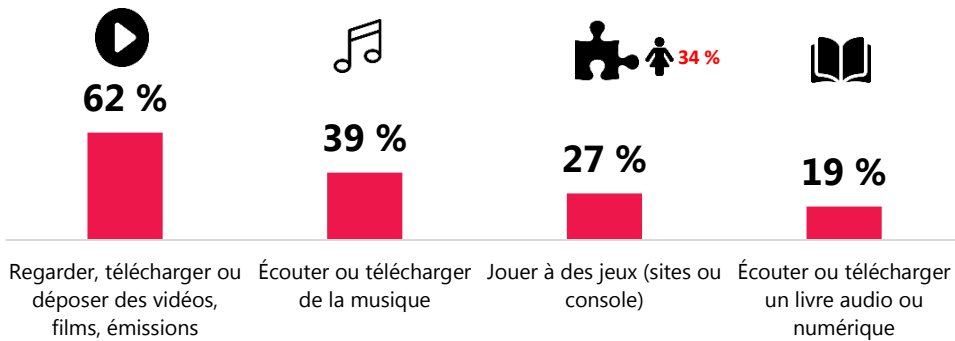
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux (ex. : Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, 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** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

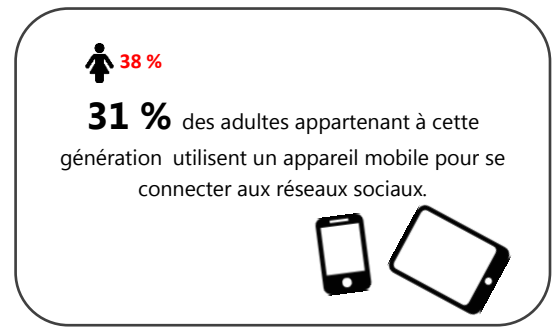
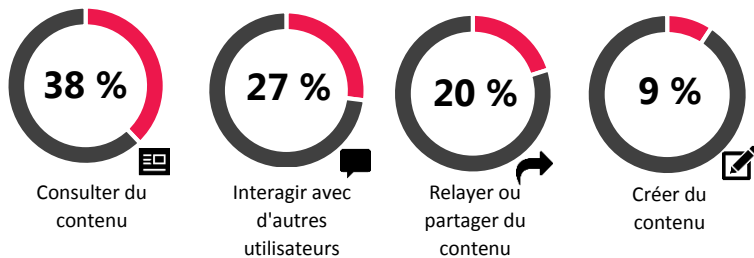
DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Parmi les adultes âgés de 55 à 64 ans, 6 sur 10 utilisent Internet pour regarder ou télécharger des vidéos, des films ou des émissions, ou pour déposer des vidéos sur Internet. Par ailleurs, 4 personnes sur 10 de cette génération écoutent ou téléchargent de la musique en ligne.



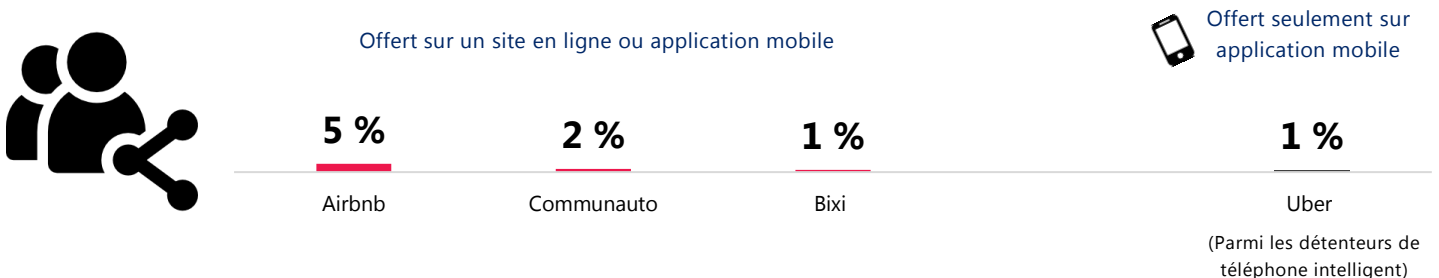
MÉDIAS SOCIAUX

4 adultes sur 10 âgés entre 55 et 64 ans utilisent les médias sociaux au moins une fois par semaine pour consulter du contenu. Plus du quart mentionne interagir avec d'autres utilisateurs sur une base hebdomadaire.



PLATEFORME D'ÉCONOMIE DE PARTAGE EN LIGNE

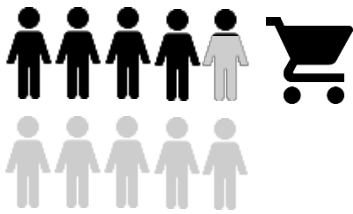
Comme pour l'ensemble de la province, les services d'hébergement et de transport collaboratifs sont très peu utilisés par les adultes de 55 à 64 ans. De façon similaire à la génération X, *Airbnb* constitue le service collaboratif le plus utilisé par ce segment, 5 % d'entre eux utilisent ce service d'hébergement.



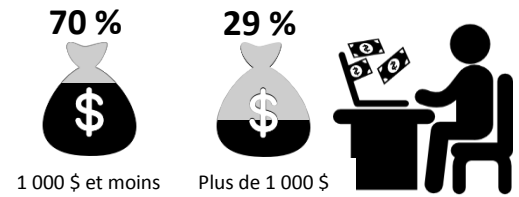
Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

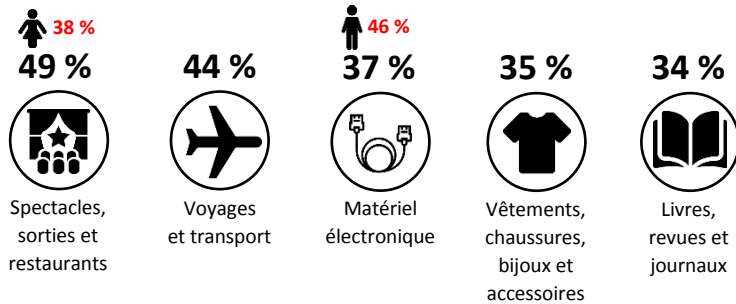
ACHAT EN LIGNE



42 % des adultes de 55 à 64 ans ont réalisé au moins un achat sur Internet au cours de la dernière année.

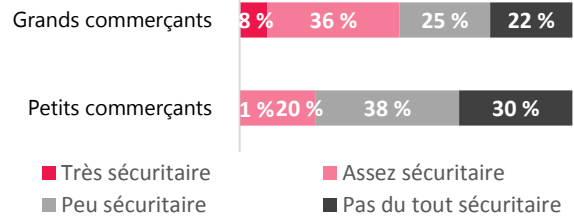


La majorité de ces cyberacheteurs ont dépensé 1 000 \$ ou moins au cours de l'année.

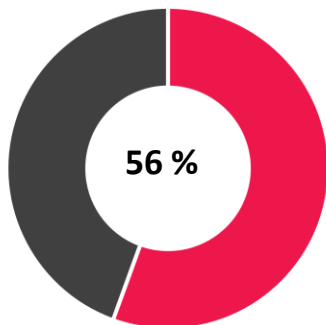


Les cyberacheteurs de cette génération ont surtout fait l'achat de spectacles, de sorties et de repas au restaurant. En effet, la moitié des cyberacheteurs appartenant à cette génération mentionne avoir fait des achats dans cette catégorie.

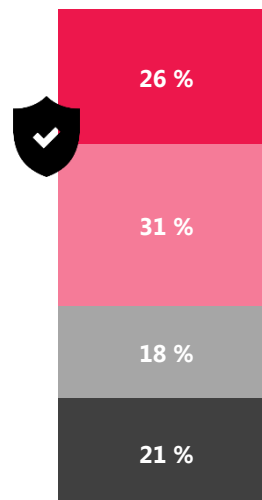
Parmi les adultes de 55 à 64 ans, 44 % estiment qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles à de grands commerçants. La proportion chute à 21 % lorsqu'il est question de petits commerçants.



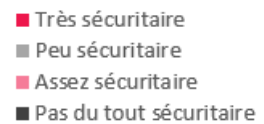
SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



Plus de la moitié des adultes québécois âgés de 55 à 64 ans ont effectué des opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois.

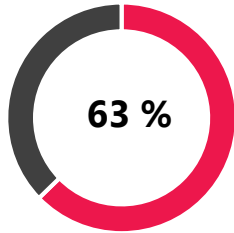


Une proportion similaire de Québécois appartenant à cette génération estime qu'il est sécuritaire de transmettre des informations personnelles à une institution financière. En effet, 57 % d'entre eux pensent qu'il est sécuritaire de partager cette information.



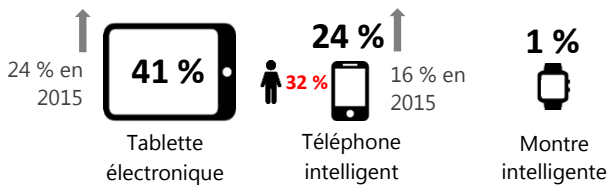
FICHE GÉNÉRATION (65 ANS ET PLUS)

USAGE D'INTERNET ET APPAREILS DÉTENUS



Parmi les adultes âgés de 65 ans et plus, 6 sur 10 utilisent Internet au moins une fois par semaine. Il s'agit d'ailleurs du segment de la population qui compte le moins d'Internaute.

4 personnes sur 10 âgées de 65 ans et plus ont une tablette électronique alors que le quart possède un téléphone intelligent. Bien qu'ils soient moins nombreux à posséder des appareils mobiles, le taux d'adoption de ces appareils poursuit sa croissance auprès de ce segment.



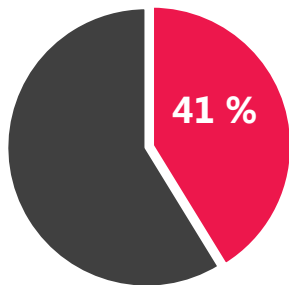
Parmi les adultes de 65 ans et plus, 4 personnes sur 10 considèrent leur niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant moyen alors que 18 % estiment avoir des habiletés faibles.

++ Élevé	15 %	25 %
+ Moyen	38 %	
- Faible	18 %	
Non-internautes	29 %	

Élevé : 8 à 10 / 10 Moyen : 5 à 7 / 10 Faible : 0 à 4 / 10

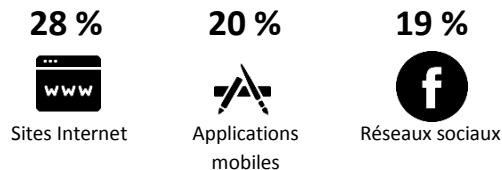
Score d'habileté moyen : **5,6 / 10**

S'INFORMER ET COMMUNIQUER EN LIGNE



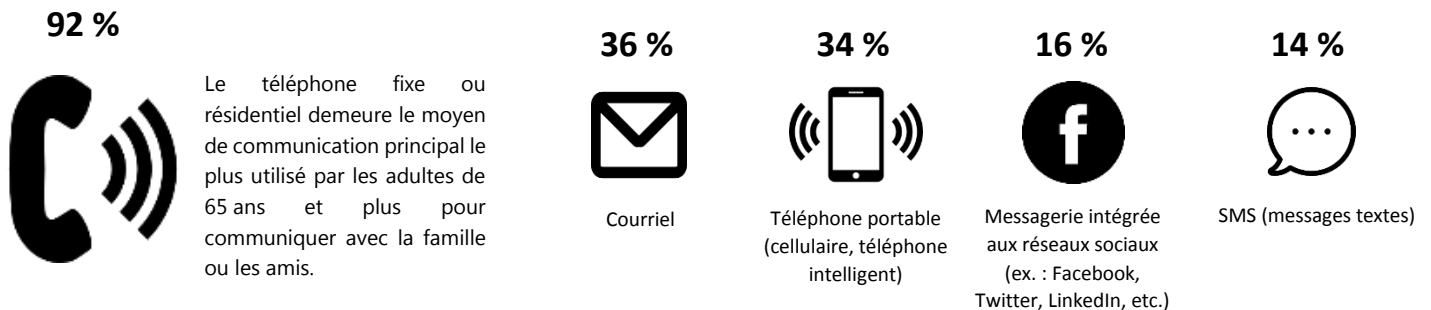
Parmi les adultes âgés de 65 ans et plus, 4 sur 10 utilisent Internet, notamment des sites Internet, des réseaux sociaux ou des applications mobiles pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles.

Médias consultés en ligne



Par ailleurs, 15 % des adultes de cette génération utilisent un appareil mobile pour accéder à l'information journalistique.

Autres moyens utilisés pour communiquer

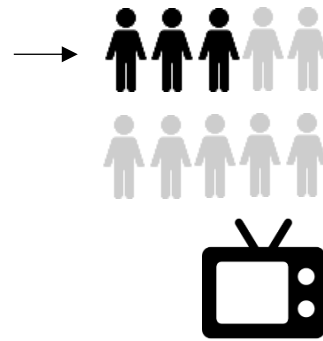


Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

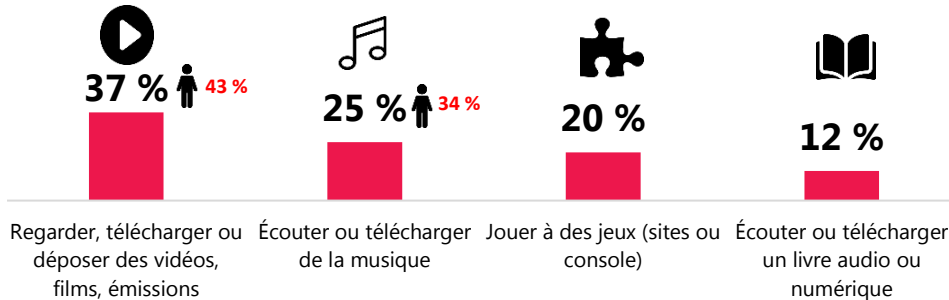
En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

DIVERTISSEMENT EN LIGNE

Plus du tiers des adultes de 65 ans et plus utilise Internet pour regarder ou télécharger des vidéos, des films ou des émissions, ou pour déposer des vidéos sur Internet. Par ailleurs, le quart écoute ou télécharge de la musique en ligne.



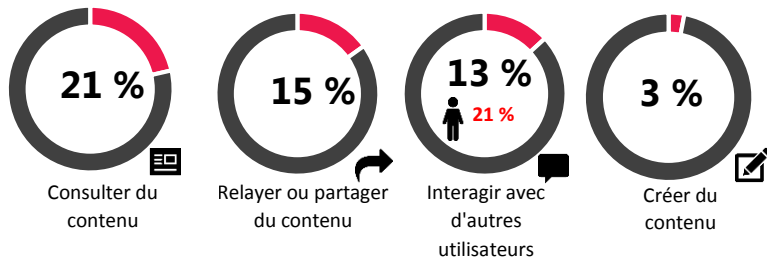
3 adultes sur 10 de 65 ans et plus ont déjà branché leur téléviseur à un appareil pour accéder à du contenu Internet, comme des émissions, des séries, des films ou des jeux en réseau.



MÉDIAS SOCIAUX

2 adultes sur 10 âgés de 65 ans et plus utilisent les médias sociaux au moins une fois par semaine pour consulter du contenu. Ils sont peu nombreux à relayer du contenu, à interagir avec d'autres utilisateurs et à créer du contenu.

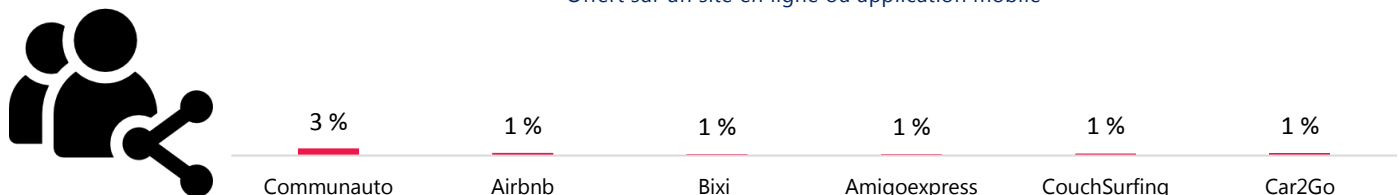
13 % des adultes de cette génération utilisent un appareil mobile pour se connecter aux réseaux sociaux.



PLATEFORME D'ÉCONOMIE DE PARTAGE EN LIGNE

Comme pour l'ensemble des Québécois, les services d'hébergement et de transport collaboratifs sont très peu utilisés par les adultes appartenant à cette génération. Parmi les adultes de 65 ans et plus, 3 % utilisent cependant le service collaboratif de transport *Communauto*. Il est à noter que l'ensemble de ce segment de la population détenant un téléphone intelligent mentionnait ne pas avoir eu recours au service d'*Uber* au cours de la dernière année.

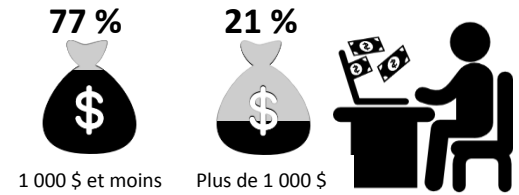
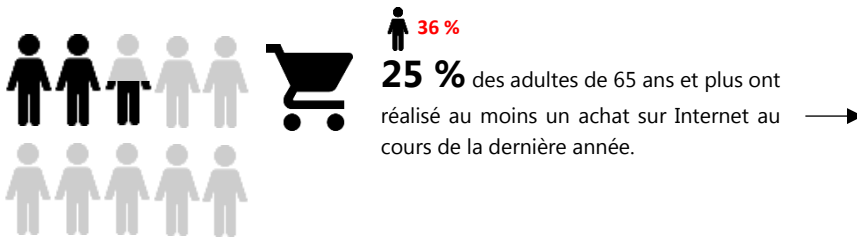
Offert sur un site en ligne ou application mobile



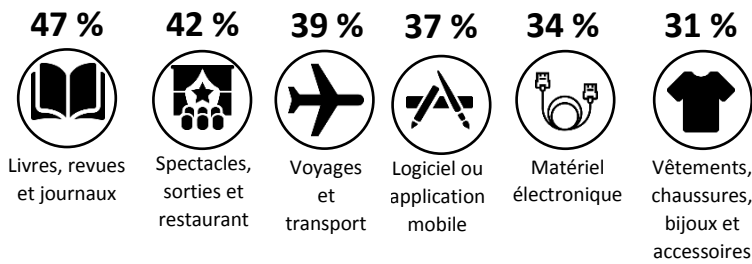
Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

ACHAT EN LIGNE

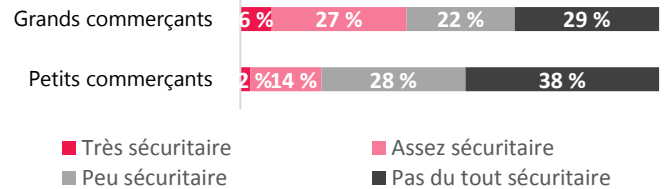


La majorité de ces cyberacheteurs ont dépensé 1 000 \$ ou moins au cours de l'année.

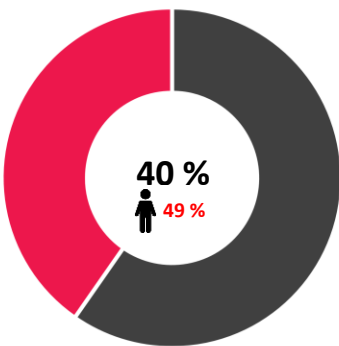


Près de la moitié des cyberacheteurs de 65 ans et plus ont fait l'achat de livres, de revues et de journaux. Ils sont ainsi plus nombreux en proportion à avoir réalisé des achats dans cette catégorie.

Le tiers des adultes de 65 ans et plus estime qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles à de grands commerçants. La proportion chute à 16 % lorsqu'il est question de petits commerçants.

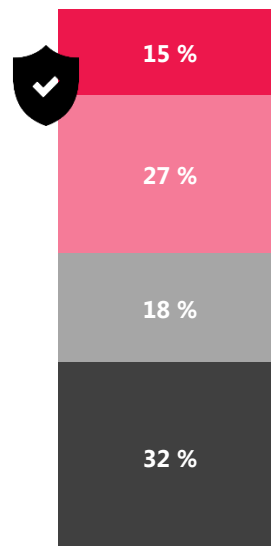


SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

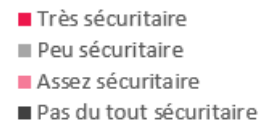


4 personnes sur 10 âgées de 65 ans et plus ont effectué des opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois. Il s'agit d'un résultat nettement supérieur à celui obtenu en 2015.

↑ 27 % en 2015

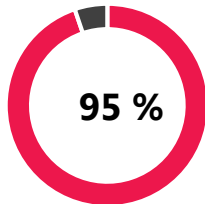


Une proportion similaire de Québécois âgés de 65 ans et plus estime qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles à une institution financière. En effet, 41 % d'entre eux pensent qu'il est sécuritaire de partager cette information.



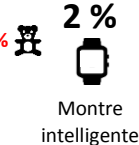
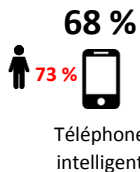
FICHE GÉNÉRATION X (35 À 54 ANS)

USAGE D'INTERNET ET APPAREILS DÉTENUS

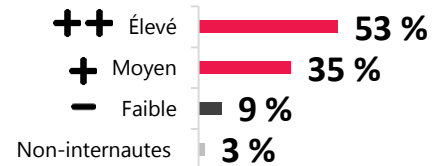


La quasi-totalité des adultes québécois de 35 à 54 ans utilise Internet au moins une fois par semaine.

7 adultes sur 10 appartenant à la génération X détiennent un téléphone intelligent et 6 sur 10 ont une tablette électronique. Ce segment de la population est d'ailleurs plus nombreux à détenir une tablette électronique, et ce, surtout lorsque le ménage compte des enfants.



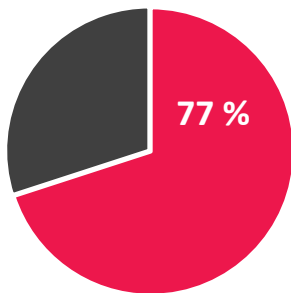
Utilisant Internet sur une base régulière, un peu plus de la moitié des adultes de 35 à 54 ans considère son niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé. 1 personne sur 10 se dit peu habile.



Élevé : 8 à 10 / 10 Moyen : 5 à 7 / 10 Faible : 0 à 4 / 10

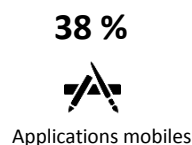
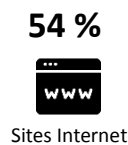
Score d'habileté moyen : **7,3 / 10**

S'INFORMER ET COMMUNIQUER EN LIGNE



Plus des trois quarts des adultes de la génération X utilisent Internet, notamment des sites Internet, des réseaux sociaux ou des applications mobiles pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles.

Médias consultés en ligne

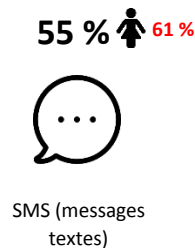


Près de la moitié des adultes de cette génération utilise un appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) pour accéder à de l'information journalistique.

Autres moyens utilisés pour communiquer



Le téléphone fixe ou résidentiel demeure le moyen de communication principal le plus utilisé par les adultes de 35 à 54 ans pour communiquer avec la famille ou les amis.

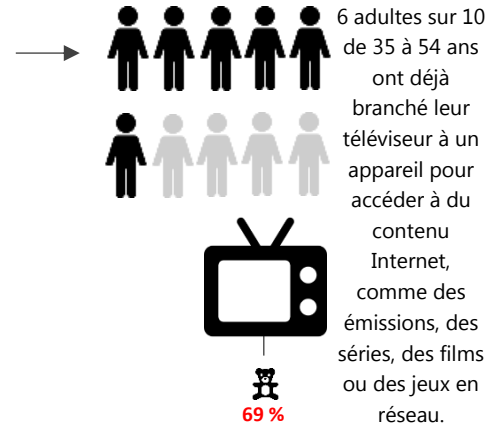
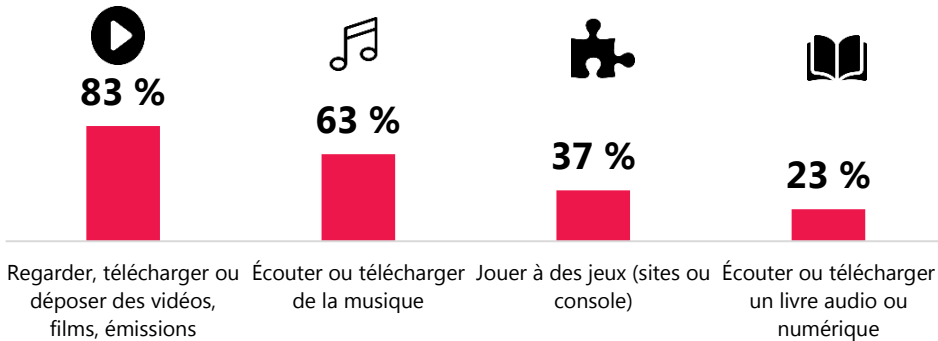


Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

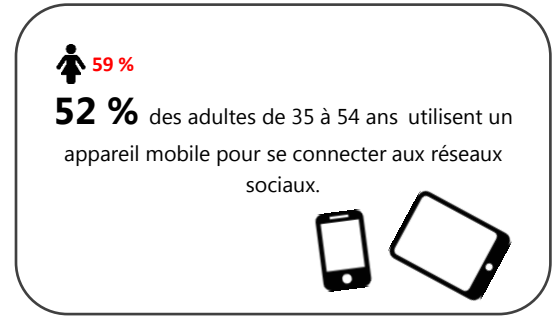
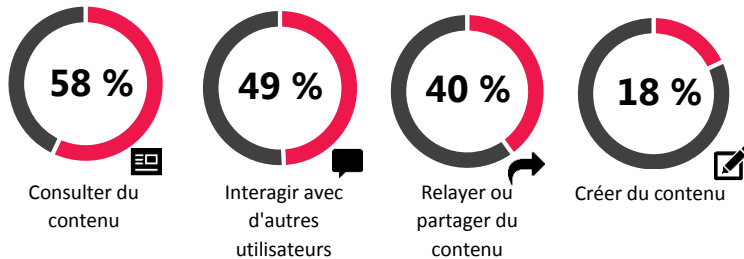
DIVERTISSEMENT EN LIGNE

La majorité des adultes de 35 à 54 ans utilise Internet pour regarder ou télécharger des vidéos, des films ou des émissions, ou pour déposer des vidéos sur Internet. Par ailleurs, plus de 6 personnes sur 10 de cette génération écoutent ou téléchargent de la musique en ligne. Il est à noter que la génération X tend à écouter et à télécharger davantage des livres audio ou



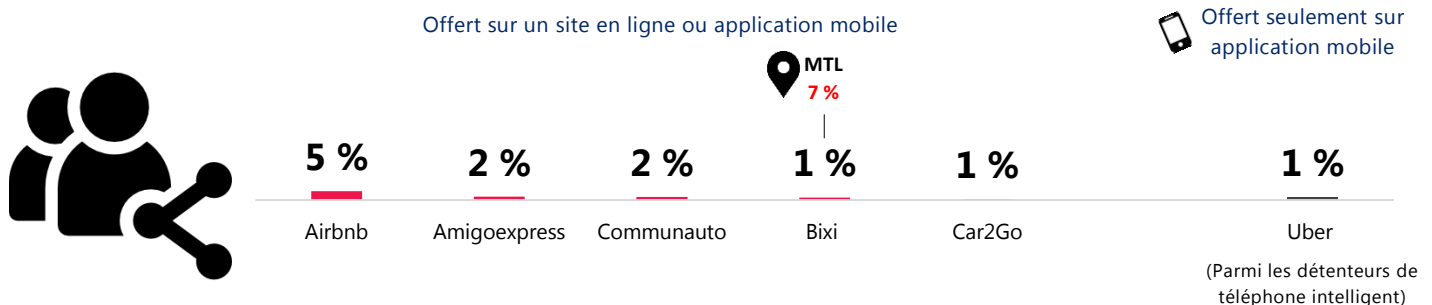
MÉDIAS SOCIAUX

La majorité des adultes de 35 à 54 ans utilise les médias sociaux au moins une fois par semaine pour consulter du contenu. La moitié mentionne interagir avec d'autres utilisateurs sur une base hebdomadaire.



PLATEFORME D'ÉCONOMIE DE PARTAGE EN LIGNE

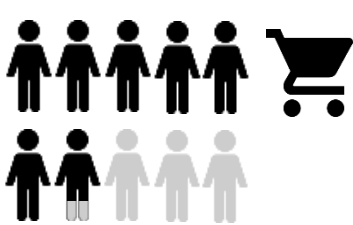
Les services d'hébergement et de transport collaboratifs sont très peu utilisés par les adultes appartenant à la génération X. *Airbnb* constitue le service collaboratif le plus utilisé par ce segment. En effet, 5 % d'entre eux utilisent le service d'hébergement. Le service *Bixi* est toutefois utilisé par 7 % des adultes de 35 à 54 ans demeurant dans la région métropolitaine de Montréal.



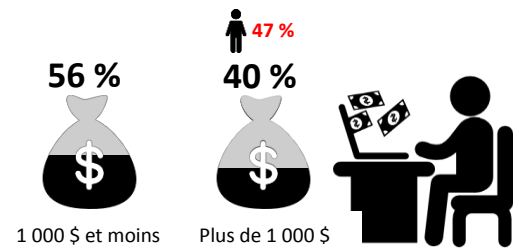
Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères rouges : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

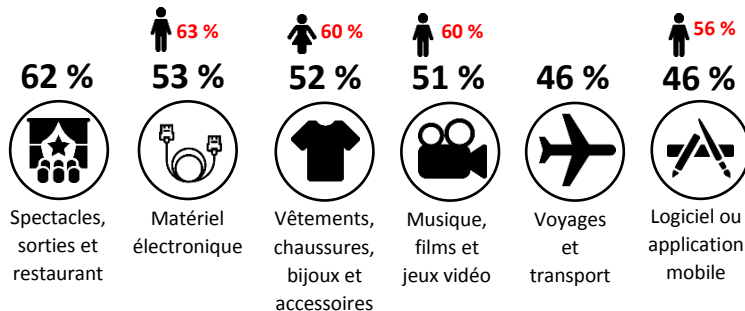
ACHAT EN LIGNE



78 %
67 % des adultes de 35 à 54 ans ont réalisé au moins un achat sur Internet au cours de la dernière année.

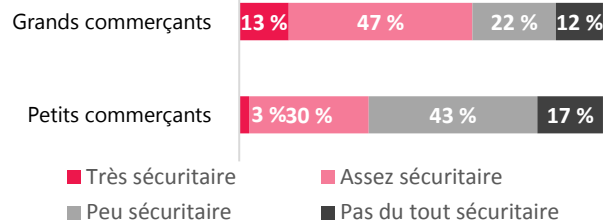


Plus de la moitié des cyberacheteurs a dépensé 1 000 \$ ou moins au cours de l'année alors que 4 cyberacheteurs sur 10 ont dépensé plus de 1 000 \$.

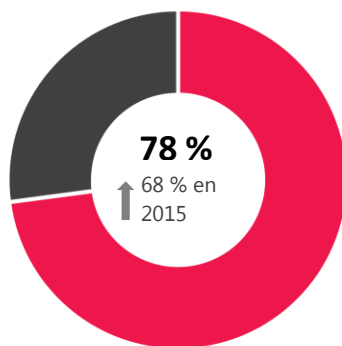


Les cyberacheteurs de la génération X ont surtout réalisé des achats dans la catégorie des spectacles, des sorties et restaurant. Ce segment est d'ailleurs plus enclin à faire des achats en ligne appartenant à cette catégorie que les autres groupes de la population.

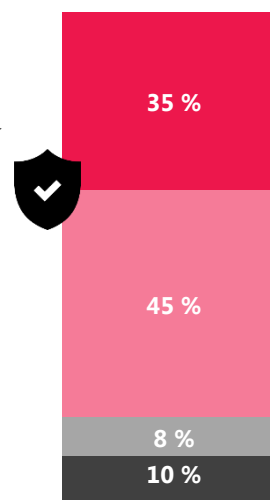
Parmi les adultes de 35 à 54 ans, 6 sur 10 estiment qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles à de grands commerçants. La proportion chute à 33 % lorsqu'il est question de petits commerçants.



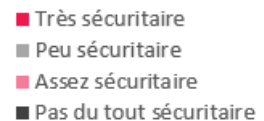
SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



Plus des trois quarts des adultes québécois âgés de 35 à 54 ans ont effectué des opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois. Les Québécois de 35 à 54 ans sont ainsi plus nombreux qu'en 2015 à avoir réalisé des transactions en ligne au cours d'un mois type.

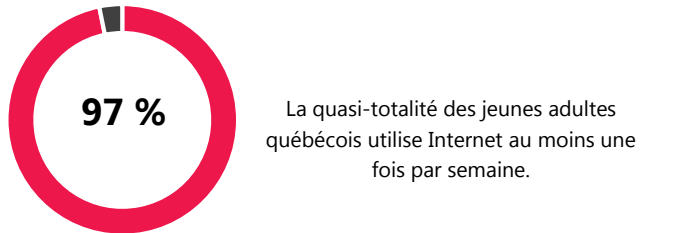


Si la génération X tend à effectuer davantage d'opérations bancaires en ligne, elle est également plus nombreuse à percevoir la transmission d'informations personnelles à des institutions financières comme étant très ou assez sécuritaire, et ce, en comparaison aux autres groupes de la population.

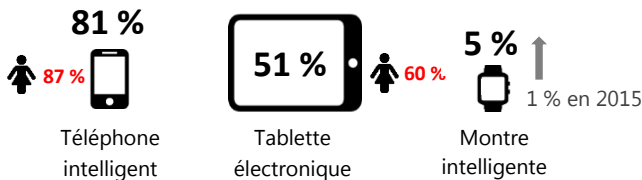


FICHE GÉNÉRATION Y (18 À 34 ANS)

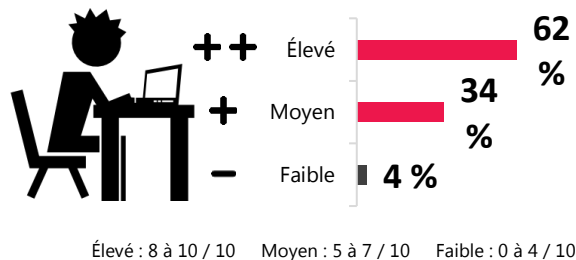
USAGE D'INTERNET ET APPAREILS DÉTENUS



La majorité des adultes de 18 à 34 ans détiennent un téléphone intelligent et la moitié ont une tablette électronique. Ce segment de la population, plus nombreux à être doté d'un appareil mobile, est aussi plus enclin à posséder une montre intelligente. La proportion d'adultes de 18 à 34 ans détenant un tel appareil continue d'ailleurs de croître.

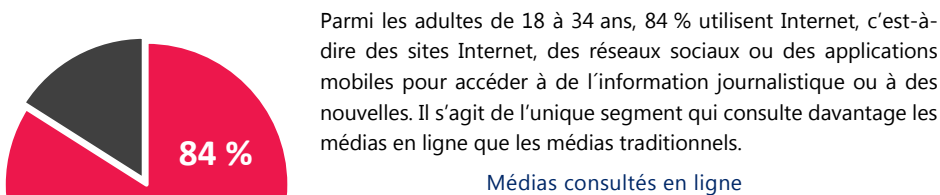


Utilisant Internet sur une base régulière, 6 adultes sur 10 âgés de 18 à 34 ans considèrent leur niveau d'habileté à utiliser Internet de façon générale comme étant élevé. Seulement 4 % se disent peu habiles en s'attribuant une note de 0 à 4 sur 10.

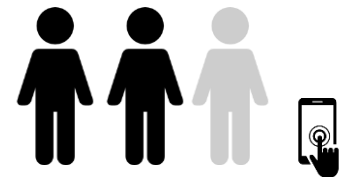
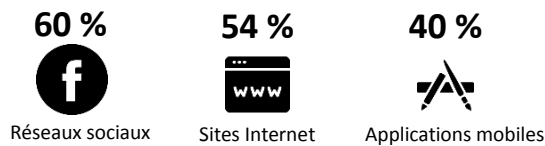


Score d'habileté moyen : **7,7 / 10**

S'INFORMER ET COMMUNIQUER EN LIGNE



Médias consultés en ligne

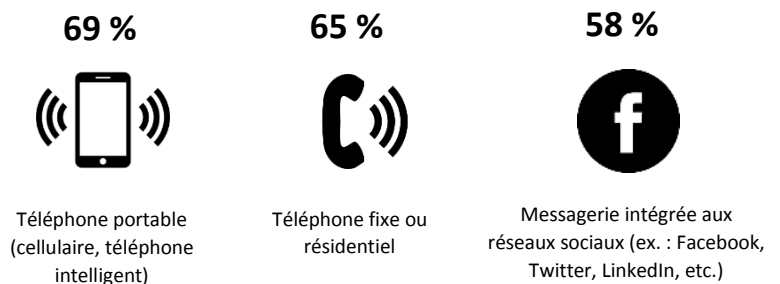


Plus des deux tiers des adultes de cette génération utilisent un appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) pour accéder à de l'information journalistique.

Les messages textes (SMS) sont le moyen de communication principal utilisé par les adultes de 18 à 34 ans pour communiquer avec leur famille et leurs amis. En effet, plus de 7 jeunes sur 10 utilisent ce moyen de communication. Il s'agit d'un résultat nettement supérieur à celui obtenu auprès des autres générations.

71 %

Autres moyens utilisés pour communiquer

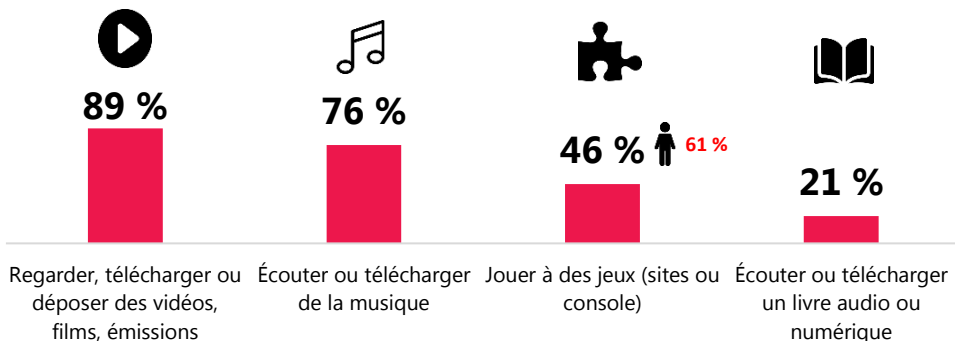


Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

DIVERTISSEMENT EN LIGNE

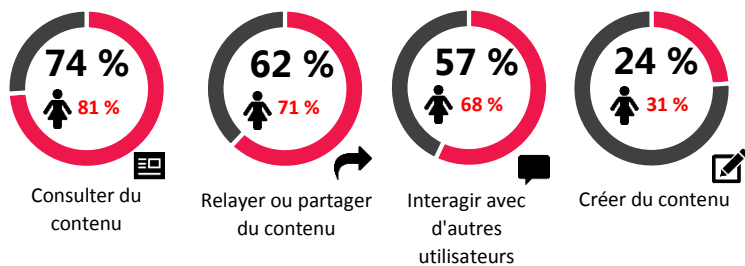
La grande majorité des adultes de 18 à 34 ans utilisent Internet pour regarder ou télécharger des vidéos, des films ou des émissions, ou pour déposer des vidéos sur Internet. Par ailleurs, les trois quarts écoutent ou téléchargent de la musique en ligne.



→ 6 adultes sur 10 âgés de 18 à 34 ans ont déjà branché leur téléviseur à un appareil afin d'accéder à du contenu Internet, comme des émissions, des séries, des films ou des jeux en réseau.

MÉDIAS SOCIAUX

Les trois quarts des jeunes adultes québécois utilisent les médias sociaux au moins une fois par semaine pour consulter du contenu. Plus de la moitié y partagent du contenu et échanger avec d'autres utilisateurs sur une base hebdomadaire. Les femmes de cette génération tendent à être plus actives sur les médias sociaux.

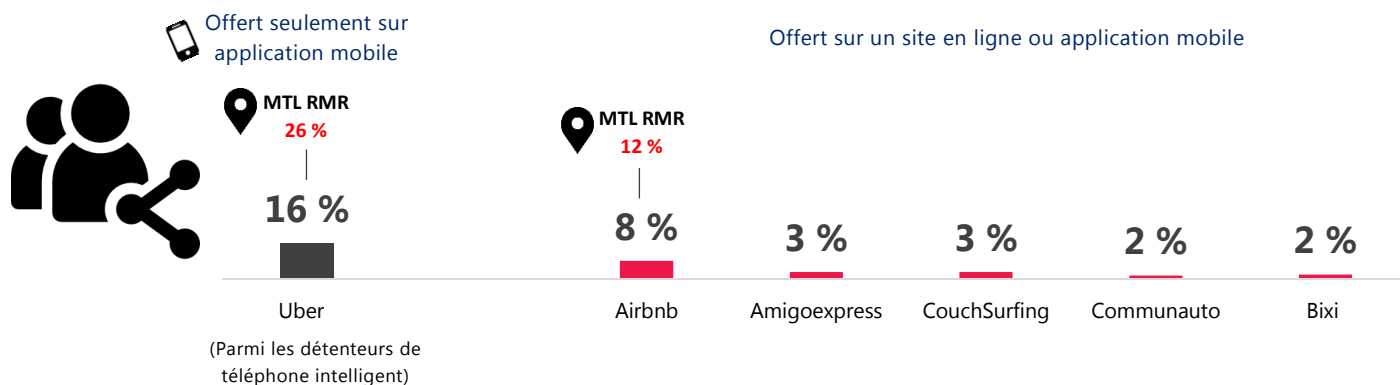


74 % des jeunes adultes de 18 à 34 ans utilisent un appareil mobile pour se connecter aux réseaux sociaux.



PLATEFORME D'ÉCONOMIE DE PARTAGE EN LIGNE

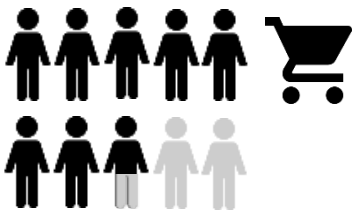
Parmi les détenteurs d'un téléphone intelligent de 18 à 34 ans, 16 % ont utilisé les services d'Uber au cours de la dernière année. Ce segment est d'ailleurs plus enclin à se déplacer avec les services de cette entreprise technologique. Par ailleurs, près d'un jeune adulte québécois sur dix mentionne avoir utilisé les services d'Airbnb.



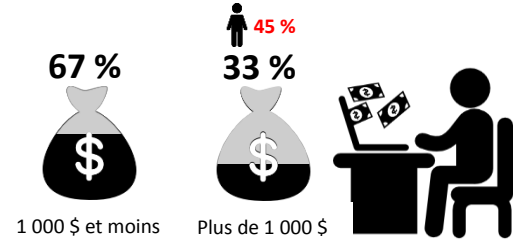
Méthodologie : Les données proviennent de six collectes réalisées de février à décembre 2016, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

En caractères **rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

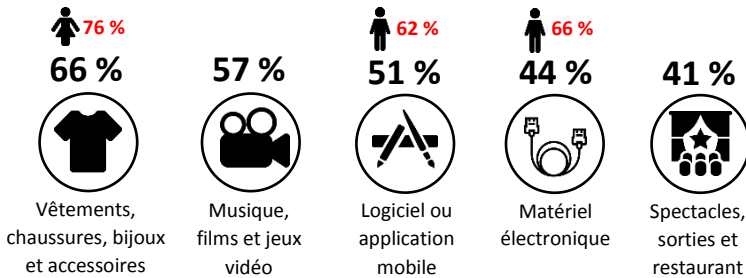
ACHAT EN LIGNE



83 %
76 % des adultes québécois de 18 à 34 ans ont réalisé au moins un achat sur Internet au cours de la dernière année. Ce résultat est nettement supérieur à ceux obtenus auprès des autres générations.

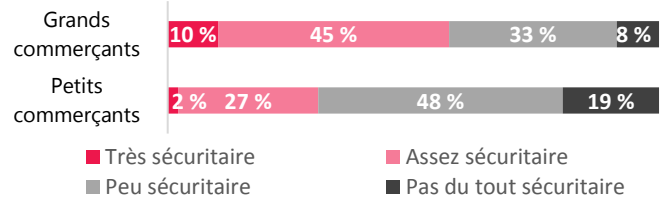


Les deux tiers de ces cyberacheteurs ont toutefois dépensé 1 000 \$ ou moins au cours de l'année.

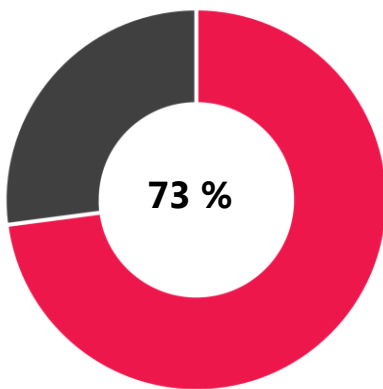


Les jeunes adultes québécois ayant fait des achats en ligne ont surtout acheté des produits appartenant à la catégorie des vêtements, des chaussures, des bijoux et des accessoires. Près de la moitié d'entre eux ont fait l'achat de musique, de films et de jeux vidéo, ou de logiciels ou d'applications mobiles.

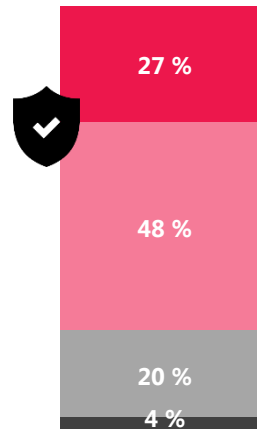
Bien qu'une majorité de jeunes adultes ait effectué des achats en ligne au cours de la dernière année, un peu plus de la moitié estime qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles à de grands commerçants. La proportion chute à 29 % lorsqu'il est question de petits commerçants.



SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



Près des trois quarts des adultes québécois âgés de 18 à 34 ans ont effectué des opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois.



Une même proportion de ce segment de la population estime qu'il est très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet à des institutions financières.

■ Très sécuritaire
 ■ Peu sécuritaire
 ■ Assez sécuritaire
 ■ Pas du tout sécuritaire