



L'ADOPTION DES TECHNOLOGIES PAR GÉNÉRATION : MILLÉNAUX, BABY-BOOMERS ET SENIORS

Source: Actusmedias

Date: 02/01/2018

La plus récente série de rapports de l'OTM sur l'adoption des technologies par génération

L'Observateur des technologies médias (OTM) publie une mise à jour de série de rapports : L'adoption des technologies par génération. L'étude se penche sur l'acquisition et l'utilisation des technologies médias par les milléniaux (18-35), les baby-boomers (51-71) et les personnes âgées (72+).

Par génération, on découvre ainsi qu'au cours d'une semaine type, les milléniaux passent plus de temps en ligne que tout autre groupe d'âge. Ils ont grandi avec Internet et les technologies mobiles, et ils les utilisent abondamment. Les milléniaux adorent les contenus télé et radio autant que les générations plus âgées, mais ils sont plus enclins à y avoir accès à l'aide de plateformes en ligne. Comparativement à toute autre cohorte, les milléniaux valorisent les communications conviviales (réseaux sociaux, téléphones intelligents). Afin d'approfondir l'analyse, les milléniaux sont répartis en deux catégories par l'OTM : la génération Z (les 18 à 27 ans) et la génération Y (les 28 à 35 ans).

Les baby-boomers, tout comme les personnes âgées, passent plus de temps à regarder la télévision et à écouter la radio que les francophones plus jeunes. Et près de la moitié d'entre elles sont abonnées à un journal – une proportion beaucoup plus grande que chez les francophones plus jeunes. L'attrait qu'exercent les nouvelles technologies sur les jeunes Canadiens se répercute, dans certains cas, sur les babyboomers. Pour l'analyse, les baby-boomers sont divisés en deux catégories : les jeunes babyboomers (de 51 à 60 ans) et les baby-boomers plus âgés (de 61 à 71 ans).

Tout comme les baby-boomers, les personnes âgées sont toujours abonnées à un service de télévision par câble, satellite ou fibre optique. Elles sont également moins enclines à réduire ou abandonner leurs services de télévision que la population en général. Leur adoption des technologies et des services sur Internet est également plus répandue que ce que l'on pourrait croire. Afin de mieux comprendre ce qui les distingue, ce rapport dresse le portrait des personnes âgées francophones (72 ans et plus) qui possèdent et utilisent les technologies médias, et les compare aux francophones plus jeunes (71 ans et moins).