

## Divertissement et loisirs de la génération Y québécoise

VOLUME 10, NUMÉRO 10- 2013

Par May Lisa Vézina, Analyste. Réseau de veille en tourisme,  
Chaire de tourisme Transat,  
École des sciences de la gestion, UQAM.

<http://veilletourisme.ca/>



**Fanatiques de *nightlife*, les Québécois de la génération Y s'intéressent également en grand nombre aux musées. Constamment branchés sur le Web pour se divertir ou magasiner, ils prennent aussi le temps de visiter les attraits du Québec.** Ils sont aussi complexes que les enjeux qui définissent la période dans laquelle ils grandissent. Leurs comportements de divertissement et de loisirs confirment l'intégration des innovations technologiques dans leur quotidien, tout en révélant leurs intérêts pour une variété d'activités traditionnelles.

Quoique les années de naissance utilisées pour définir la génération Y varient, cette analyse cible le segment des 18 à 34 ans, nés ainsi entre 1978 et 1994. Leur nombre, estimé à 7 millions de Canadiens, dont plus de 1,6 million de Québécois en juillet 2011 par Statistique Canada, dépasse largement celui de la génération X. Les données sur leurs comportements de loisirs proviennent du Print Measurement Bureau (PMB) et résultent d'une enquête réalisée sur une période de 2 ans, parue au printemps 2012.

### LES NATIFS DU NUMÉRIQUE

Nés à l'ère de la révolution de l'information, les adultes de la génération Y personnifient bien la tendance liée à la mobilité et à l'hyperconnectivité. Il est devenu crucial d'en comprendre leurs utilisations pour deux raisons principales:

- Les Québécois de la génération Y dominent dans presque tous les aspects liés à l'utilisation du Web (fréquence et durée de fréquentation, taux de participation aux médias sociaux, confiance en la sécurité des transactions en ligne, taux d'adoption des appareils mobiles, etc.).
- Ils sont généralement les premiers à adopter les nouvelles technologies qui arrivent sur le marché et les nouveautés du Web.

Ayant largement contribué à l'essor des médias sociaux, les jeunes adultes accordent beaucoup de temps à Internet. D'après un sondage du Réseau de veille en tourisme de la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM mené en 2011, plus de 65% des Québécois âgés de 18 à 24 ans utilisent les médias sociaux quotidiennement, alors que c'est le cas d'un peu moins de la moitié des 25 à 34 ans. Adeptes du divertissement sur le

Web, les Québécois de la génération Y téléchargent de la musique, s'adonnent aux jeux en ligne et y écoutent la radio ainsi que la télévision beaucoup plus que l'ensemble des internautes québécois. Selon l'étude NETendances 2011 du CEFRIO, 67% des 18 à 34 ans ont acheté un produit ou un service sur Internet au cours de la dernière année. Le CEFRIO rapporte également que 62% des Québécois de la génération Y ont recours à Internet lorsque vient le temps de s'informer avant de faire un achat, comparativement à 43% pour l'ensemble de la population québécoise (lire aussi: [L'usage des technologies de l'information et de la communication par cinq générations](#)).

### POUR LA GÉNÉRATION Y, LA TECHNOLOGIE N'A PAS DE PRIX!

Selon Statistique Canada, les Québécois de 18 à 30 ans ont consacré 6,6% de leurs dépenses totales aux loisirs en 2008, ce qui est légèrement supérieur à la moyenne (5,9%). La valeur concernant leurs achats en matériel de loisirs (925\$) dépasse elle aussi la moyenne (818\$), particulièrement lorsqu'il s'agit de biens liés à l'informatique (433\$ comparativement à 315\$).

Les dépenses en divertissement au foyer sont aussi plus élevées, s'établissant à 570\$ chez les 18 à 30 ans, contre une moyenne de 506\$ pour tous les âges.

Ces natifs du numérique semblent dépenser sans retenue dans la technologie, valorisant davantage que les autres générations ces équipements et gadgets qu'ils intègrent naturellement à leur vie. Près de 90% des Québécois âgés de 18 à 34 ans possèdent un téléphone mobile, et plus du quart d'entre eux ont choisi un modèle intelligent. Chez les 35 ans et plus, ces taux sont respectivement de 68,7% et de 28,4% (voir le tableau 1).

Tableau 1: Taux de détention des appareils mobiles selon l'âge des Québécois

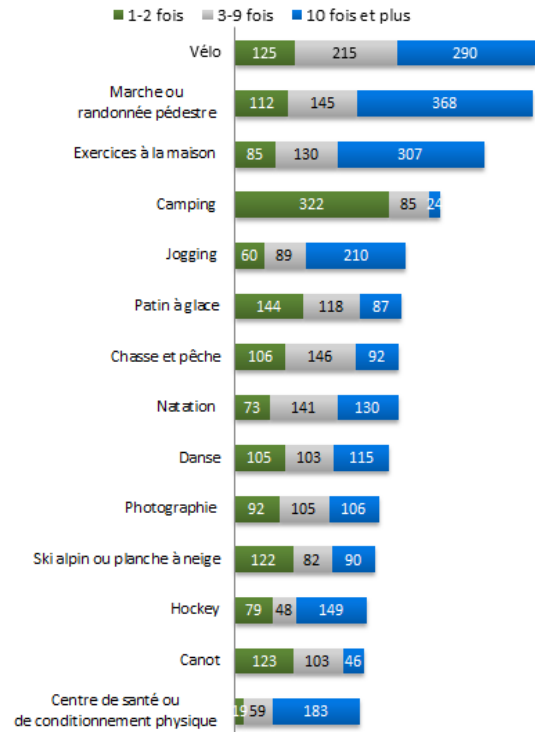
Appareil	18 à 34 ans	35 ans et plus
Téléphone mobile	87,1%	68,7%
Téléphone intelligent (parmi ceux qui ont un mobile)	75,6%	28,4%
Tablette	37,7%	20%

Source: Mobindex, juin 2012, Cossette

### VÉLO, RANDO, ABDOS

Parmi les activités sportives recensées par PMB, le vélo et la randonnée pédestre sont celles que la génération Y préfère (voir le graphique 1). Les jeunes adultes sont également nombreux à faire de l'exercice à la maison, du jogging ainsi que du patin à glace. Plus de 430 000 Québécois de la génération Y ont effectué du camping lors de la dernière année, mais la majorité (75%) n'a pratiqué cette activité qu'une ou deux fois pendant cette période. Près de 20% d'entre eux ont également rapporté s'adonner à la danse, à la chasse et la pêche ou à la natation.

Graphique 1  
Fréquence de pratique de certaines activités de loisir par les Québécois de la génération Y au cours des 12 derniers mois (en milliers de personnes)

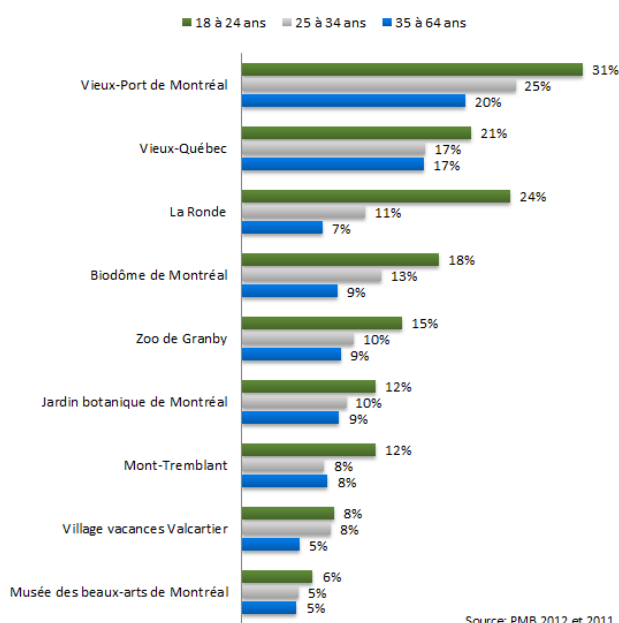


Source: PMB 2012

### LES JEUNES ADULTES SÉDUITS PAR DE VIEUX ATTRAITS QUÉBÉCOIS

Tout comme pour d'autres générations, le Vieux-Port de Montréal demeure l'attraction québécoise la plus populaire chez la génération Y. Près de 31% des 18 à 24 ans et 25% des 25 à 34 ans ont visité ce quartier historique de la métropole au cours des 12 derniers mois. Le Vieux-Québec compte également parmi les endroits les plus fréquentés, se classant au deuxième rang chez les Québécois de 25 à 34 ans et au troisième chez les 18 à 24 ans. C'est plutôt La Ronde qui arrive en deuxième place chez ces derniers, avec un taux de fréquentation de près de 25%. Les 18 à 24 ans sont également plus nombreux que tous les autres groupes d'âge à s'être rendus au Biodôme de Montréal, au zoo de Granby ainsi qu'à Mont-Tremblant (voir le graphique 2).

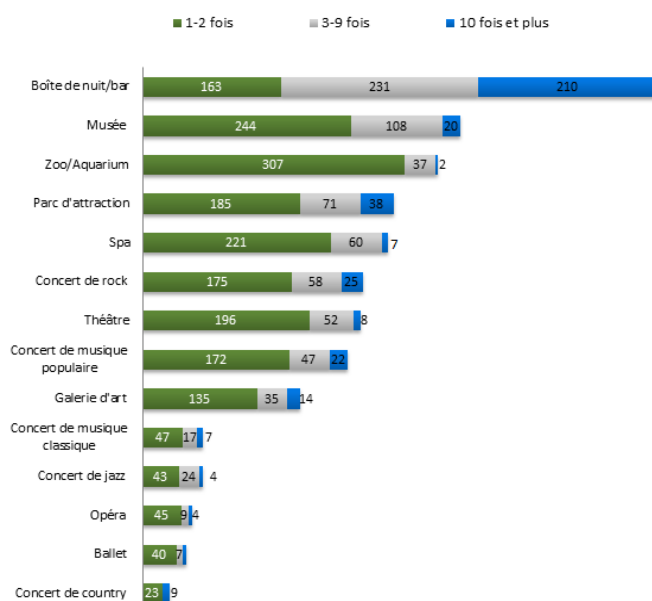
Graphique 2  
Fréquentation des attractions par les Québécois de la génération Y au cours des 12 derniers mois



### À CHAQUE ÂGE SES PLAISIRS

Les sorties dans les bars ou dans les boîtes de nuit sont de loin les plus populaires auprès de la génération Y (voir le graphique 3). Les visites au musée, au zoo ou à l'aquarium détiennent également une place importante pour les Québécois de cette génération. Les parcs d'attraction et les spas accueillent chacun près de 300 000 visiteurs âgés de 18 à 34 ans chaque année.

Graphique 3  
Principaux divertissements\* des Québécois de la génération Y, fréquentation au cours des 12 derniers mois (en milliers de personnes)



Tout comme dans le cas de la génération X et des *baby-boomers*, le hockey demeure l'évènement sportif qui attire le plus grand nombre de Québécois de la génération Y (233 000), mais 70% d'entre eux y ont assisté seulement 1 ou 2 fois au cours des 12 derniers mois.

### SOURCES :

- CEFRIO. «[Cinq générations d'internautes : profil d'utilisation des TIC en 2011](#)», NETendances 2011, vol. 2, no 7, 2012.

- CEFRIO. «[Les médias sociaux ancrés dans les habitudes des Québécois](#)», NETendances 2012, vol. 3, no 1, 2012.

- Cossette. «[Mobindex](#)», mobindex.ca, juin 2012.

- Print Measurement Bureau. Traitement spécial, Québécois de 18 à 34 ans, enquête printemps 2012 – deux ans.

- Print Measurement Bureau. Traitement spécial, Québécois de 45 à 64 ans, enquête printemps 2011 – deux ans.

- Print Measurement Bureau. Traitement spécial, Québécois de 35 à 44 ans, enquête automne 2011 – deux ans.

- Réseau de veille en tourisme de la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM. «Comportement Web des Québécois – Sondage Ipsos Descarie-RVT», mai 2011.

- Statistique Canada. Enquête sur les dépenses des ménages, 2008.