

**NETendances 2005**  
**Utilisation d'Internet au Québec**  
(version abrégée)

**CEFRIO**

**Léger Marketing**

Grâce à la participation de :

**Bell Canada**

**Ministère des Services gouvernementaux**

Février 2006

# Le CEFRIO

La mission du CEFRIO est d'aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme levier de transformation et d'innovation.

## **NETendances 2005 : Utilisation d'Internet au Québec**

Cette enquête a été réalisée par le CEFRIO en collaboration avec Léger Marketing. L'édition 2005 de l'étude est financée par Bell Canada, partenaire depuis 2002, et le ministère des Services gouvernementaux. Les éditions précédentes de NETendances ont été rendues possibles grâce au soutien financier de Développement économique Canada jusqu'en mai 2002, puis de la Fédération des caisses Desjardins (de 2002 à 2004), du Secrétariat du Conseil du trésor du Québec (2003 à 2004) et du ministère de la Culture et des Communications du Québec (2003 à 2004).

### **COLLABORATION**

**Sabrina Côté**, analyste en statistique, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO  
Rédaction du rapport

**Isabelle Vachon**, analyste-conseil, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO  
Coordination du projet et rédaction

**Eric Lacroix, directeur**, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO  
Supervision du projet

**Annie Laroche**, documentaliste, CEFRIO  
Conception de tableaux statistiques et révision des données

**Merci également à l'équipe de Léger Marketing pour sa collaboration.**

Pour tout renseignement additionnel, communiquer avec le CEFRIO :

### **Bureau à Québec**

888, rue Saint-Jean, bureau 575  
Québec (Québec) G1R 5H6 Canada  
Téléphone: (418) 523-3746  
Télécopieur: (418) 523-2329

### **Bureau à Montréal**

550, rue Sherbrooke Ouest, bureau 350, Tour ouest  
Montréal (Québec) H3A 1B9 Canada  
Téléphone: (514) 840-1245  
Télécopieur: (514) 840-1275  
Courriel: [info@cefrio.qc.ca](mailto:info@cefrio.qc.ca)  
Site Internet: [www.cefrio.qc.ca](http://www.cefrio.qc.ca)

Dépôt légal: 1<sup>er</sup> trimestre 2006  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada  
ISBN: 2-923278-27-5

Mot des ministres

## NETendances 2005

Votre utilisation d'Internet, Québécoises et Québécois, ne cesse de croître, et vous êtes nombreux à avoir intégré cet outil de communication dans vos activités quotidiennes. C'est pourquoi le gouvernement du Québec a opté pour le déploiement d'un gouvernement en ligne, afin de vous donner accès à des services en ligne de qualité, intégrés et personnalisés, et ce, dans un environnement sécurisé.

Pensons au portail gouvernemental de services. Il s'agit là d'une porte d'entrée privilégiée afin d'accéder à une panoplie de services gouvernementaux, tous répertoriés selon des thématiques liées notamment aux cycles de vie du citoyen et de l'entreprise. Le gouvernement en ligne est, de plus, une avenue intéressante pour la mise sur pied d'espaces de consultation afin de prendre le pouls des citoyens et, de ce fait, favoriser leur participation à la vie démocratique.

NETendances nous permet d'être à l'affût de l'évolution de vos besoins en matière d'utilisation d'Internet. Les résultats de cette vaste enquête alimentent notre réflexion dans la poursuite du chantier du gouvernement en ligne, pour encore mieux vous servir, citoyens et entreprises.

www.services.gouv.qc.ca



Le ministre  
des Services gouvernementaux,

PIERRE REID



Le ministre délégué  
au Gouvernement en ligne,

HENRI-FRANÇOIS GAUTRIN

Services  
gouvernementaux

Québec







## NETendances : un outil marketing indispensable!

Tout le monde reconnaît d'emblée l'immense importance qu'Internet a pris dans nos vies en moins de 10 ans.

Internet a d'abord transformé notre façon de nous informer avec le Web. Puis, il s'est avéré un outil de choix pour communiquer, avec le courriel, le blogue et plus récemment la téléphonie IP. Au fil des années, Internet nous a également forcés à modifier nos habitudes d'achat.

Plus récemment, Internet a évolué peu à peu en un puissant mode de divertissement. Il nous apporte de la musique en ligne que nous pouvons télécharger et plusieurs radios en ligne apparaissent dans notre décor culturel.

Qu'arrivera-t-il après la musique? Nous le voyons déjà. La vidéo est désormais accessible par Internet. Nous pouvons la télécharger dans nos baladeurs numériques et même dans nos téléphones cellulaires.

Prochainement, Bell proposera une offre télévisuelle par Internet. Nous sommes confiants que cette technologie Internet révolutionnera notre façon de « voir » la télévision. Je perçois même qu'une tendance nette et lourde se profile à court terme pour cette technologie.

J'ai hâte de consulter NETendances et ce, autant qu'en 1999, lors de sa première parution. C'est pourquoi je salue les concepteurs de cette étude qui s'avère un outil de marketing essentiel à tous ceux qui s'intéressent aux technologies de l'information et des communications.

Claude Rousseau  
Premier vice-président  
Ventes grandes entreprises – Québec  
et secteurs publics



# TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS .....	9
SOMMAIRE EXÉCUTIF.....	11
PREMIÈRE PARTIE :	
ÉVOLUTION DE L'USAGE D'INTERNET AU QUÉBEC (2000-2005) .....	13
CHAPITRE 1	
UTILISATION D'INTERNET ET INFORMATISATION .....	15
1.1 L'évolution de l'utilisation d'Internet depuis janvier 2000 .....	15
1.2 L'informatisation des ménages et les intentions d'achats .....	18
1.3 Le branchement à Internet au domicile .....	20
1.4 L'utilisation d'Internet dans une bibliothèque municipale .....	22
CHAPITRE 2	
INTERNET TRANSACTIONNEL .....	23
2.1 Les transactions bancaires.....	23
2.2 Le magasinage sur Internet suivi d'un achat en magasin .....	24
2.3 L'achat sur Internet à au moins une reprise .....	25
2.4 L'achat sur Internet au cours du dernier mois .....	27
2.5 Les craintes en matière de sécurité s'estompent tranquillement .....	28
2.6 Les achats de Noël .....	29
2.7 Internet pour la vente d'objets ou de services personnels .....	30
CHAPITRE 3	
INTERNET ET LES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES .....	31
3.1 L'utilisation d'Internet au travail .....	31
3.2 Internet pour travailler à domicile .....	32
3.3 Les courriels professionnels .....	33
CHAPITRE 4	
L'USAGE D'INTERNET À DES FINS PERSONNELLES .....	35
4.0 Portrait général .....	35
4.1 L'usage du courriel .....	36
4.2 La musique en ligne .....	38
4.3 Le clavardage.....	39
4.4 Le jeu en ligne .....	40
4.5 Les vidéos en ligne .....	42
4.6 Les sites fréquentés à des fins personnelles .....	43
4.7 L'intensité de l'utilisation à des fins personnelles .....	44
4.8 Internet et la santé .....	45
4.9 La fréquentation des sites gouvernementaux .....	47
4.10 Internet pour la planification des vacances .....	48
4.11 La langue de navigation .....	49

# TABLE DES MATIÈRES

## CHAPITRE 5

<b>NOUVELLES TENDANCES DU NET</b> .....	51
5.0 Aperçu général des nouvelles tendances de 2005 .....	51
5.1 Internet et la recherche d'emploi .....	52
5.2 Les listes d'envoi .....	53
5.3 Les blogues .....	54
5.4 La formation en ligne .....	55
5.5 La téléphonie IP .....	56

## CHAPITRE 6

<b>LA SÉCURITÉ INFORMATIQUE</b> .....	59
6.0 Aperçu général .....	59
6.1 La protection de son ordinateur .....	60
6.2 La vigilance sur Internet .....	61
6.3 La fraude sur Internet.....	62
6.4 Virus, vers, espioniciels et trojans .....	63

<b>CONCLUSION</b> .....	65
-------------------------	----

<b>QUELQUES MOTS SUR LA MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE</b> .....	67
---	----

<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	69
----------------------------	----



Depuis novembre 1999, NETendances constitue l'unique enquête à suivre, au fil des mois, l'évolution de l'utilisation d'Internet par les Québécois. À ce jour, plus de 115 000 adultes québécois ont été sondés dans le cadre de cette enquête. Réalisée mensuellement auprès d'un échantillon de 1 000 adultes, l'étude aborde diverses thématiques. L'utilisation générale d'Internet est mesurée par la question centrale du sondage : *Vous, personnellement, depuis les sept derniers jours, avez-vous utilisé Internet au moins une fois ?* Les autres thématiques étudiées : *Internet transactionnel*, l'impact d'Internet sur la vie professionnelle et *Internet et le divertissement* ainsi que la sécurité en ligne permettent de compléter un portrait diversifié des activités en ligne des internautes québécois.

Depuis maintenant six ans, NETendances suit l'évolution d'Internet au Québec. Pour la première fois cette année, blogue, téléphonie IP, apprentissage en ligne, téléchargement et visionnement de vidéos sur Internet comptent parmi les nouvelles tendances du Net qui ont été scrutées. Le CEFRIO vous invite à consulter le rapport qui fait la synthèse globale des résultats recueillis en 2005 et l'évolution des activités en ligne depuis 1999. La version intégrale du même rapport, incluant des tableaux statistiques détaillés, peut être téléchargée à l'adresse suivante (1000\$ - gratuite pour les membres du CEFRIO):

<https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

Pour la troisième année consécutive, le CEFRIO présente également un portrait régional de l'usage d'Internet et du recours au commerce électronique. Le rapport *NETendances 2005 – Portrait de l'usage d'Internet et du commerce électronique dans les régions du Québec* comprend des statistiques précises sur 16 des 17 régions administratives du Québec ainsi qu'une comparaison avec les données de l'an passé.

Enfin, pour les lecteurs intéressés à suivre au quotidien le phénomène Internet en 2006, rendez-vous sur notre site Web, à l'adresse suivante : [www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp](http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp)

**Monique Charbonneau,**

Présidente-directrice générale, CEFRIO



En 2005, près de 4 millions d'adultes québécois utilisent régulièrement Internet. Que ce soit à la maison, au travail, à la bibliothèque, à l'école ou ailleurs, c'est donc 63,5 % des Québécois âgés de 18 ans et plus qui naviguent sur la toile. Les foyers du Québec sont également de plus en plus branchés à la haute vitesse : près de la moitié des Québécois (49,3 %) sont maintenant connectés à la large bande.

### Les Québécois pratiquent de nouvelles activités en ligne

En 2005, le sondage NETendances s'est pour la première fois intéressé à de nouvelles tendances d'Internet, notamment la téléphonie IP, les blogues, les bulletins électroniques, la recherche d'emploi et la formation en ligne. Près de trois Québécois sur dix ont déjà recherché un emploi sur Internet (29,0 %). Aussi, 28,5 % sont abonnés à une liste d'envoi par courriel. Par contre, un nombre moins élevé de Québécois ont déjà consulté un blogue sur Internet (12,3 %) ou suivi une formation en ligne (10,5 %). Quant à la téléphonie IP, en octobre 2005, 9,5 % des Québécois disaient y être abonnés et 15,5 % prévoyaient s'y abonner au cours de l'année.

### Les transactions bancaires en ligne toujours en tête

Les services bancaires en ligne continuent à gagner en popularité. En juillet 2005, 35,7 % des adultes québécois utilisaient les services transactionnels offerts par leur institution bancaire, un sommet inégalé depuis janvier 2001.

Aussi, la proportion d'adultes qui ont effectué un achat en ligne au cours du dernier mois a plus que quadruplé depuis janvier 2001, passant de 5,1 % à 21,5 % en octobre 2005. La propension à magasiner en ligne pour ensuite acheter en magasin est demeurée, pour sa part, relativement stable entre 2004 (27,1 %) et 2005 (28 %). Enfin, en février 2005, 9,7 % des adultes ont dit avoir procédé à un achat de Noël en ligne. C'est dire que 80 % des intentions manifestées en décembre 2004 se sont concrétisées.

### Le courriel : l'activité de prédilection des Québécois

Le courriel demeure, encore une fois cette année, l'activité préférée des Québécois sur Internet. En 2005, 3,4 millions de Québécois utilisent le courrier électronique pour communiquer avec leurs proches. Notons également que six Québécois sur dix (60,0 %) possèdent maintenant une adresse courriel, une hausse de plus de 14,4 points depuis 2003. Le téléchargement ou l'écoute de musique en ligne poursuit tranquillement sa croissance. En décembre 2005, 1,1 million d'adultes québécois (18,6 %) s'adonnaient à cette activité. En mars 2005, plus du quart des Québécois affirmaient avoir clavardé (26,8 %), le résultat le plus élevé jamais enregistré. Pour la première fois cette année, NETendances s'est intéressé au visionnement et au téléchargement de vidéos en ligne. En décembre

2005, 10,3 % des adultes québécois ont dit avoir pratiqué cette activité. Les hommes, jeunes, les étudiants, les plus nantis et les plus instruits de la société québécoise pratiquent davantage ces activités ludiques en ligne.

### **Que font-ils d'autre sur le Net ?**

Les internautes québécois passent en moyenne 4,9 heures par semaine à surfer sur le Net à des fins personnelles. De plus, en novembre 2005, 58,1 % visitaient majoritairement des sites en français. La diminution de 2,9 points par rapport à 2004 (61,0 %) s'explique par une hausse de la proportion d'adultes qui naviguent de façon équivalente sur des sites en français et en anglais. Les internautes québécois naviguent surtout sur des sites d'information et d'actualité (32,5 %) et sur des sites de divertissement et de loisirs (18,6 %). Aussi, le tiers des adultes québécois (33,4 %) utilisent Internet comme source d'information en matière de santé.

### **Questions de sécurité**

En 2005, 73,5 % des adultes québécois possèdent un ordinateur. Même si la grande majorité des propriétaires d'ordinateurs protègent leur appareil (87,5 %), près de la moitié d'entre eux (45,6 %) ont été victimes de cyberattaques au cours de la dernière année. Mentionnons également que 12,3 % des adultes québécois ont déjà été victimes d'une tentative de fraude par courriel ou par Internet.

### **Internet au travail**

En 2005, l'utilisation d'Internet dans un cadre professionnel est demeurée relativement stable. Au mois de mai 2005, plus de quatre adultes québécois sur dix (42,3 %) naviguaient au travail, un résultat similaire à l'an dernier (41,4 %). Toutefois, la proportion de télétravailleurs (25,0 %) a crû de 6 points par rapport à mai 2004 (19,0 %).

# NETendances 2005

---

## PREMIÈRE PARTIE :

*Évolution de l'usage  
d'Internet au Québec  
(2000-2005)*



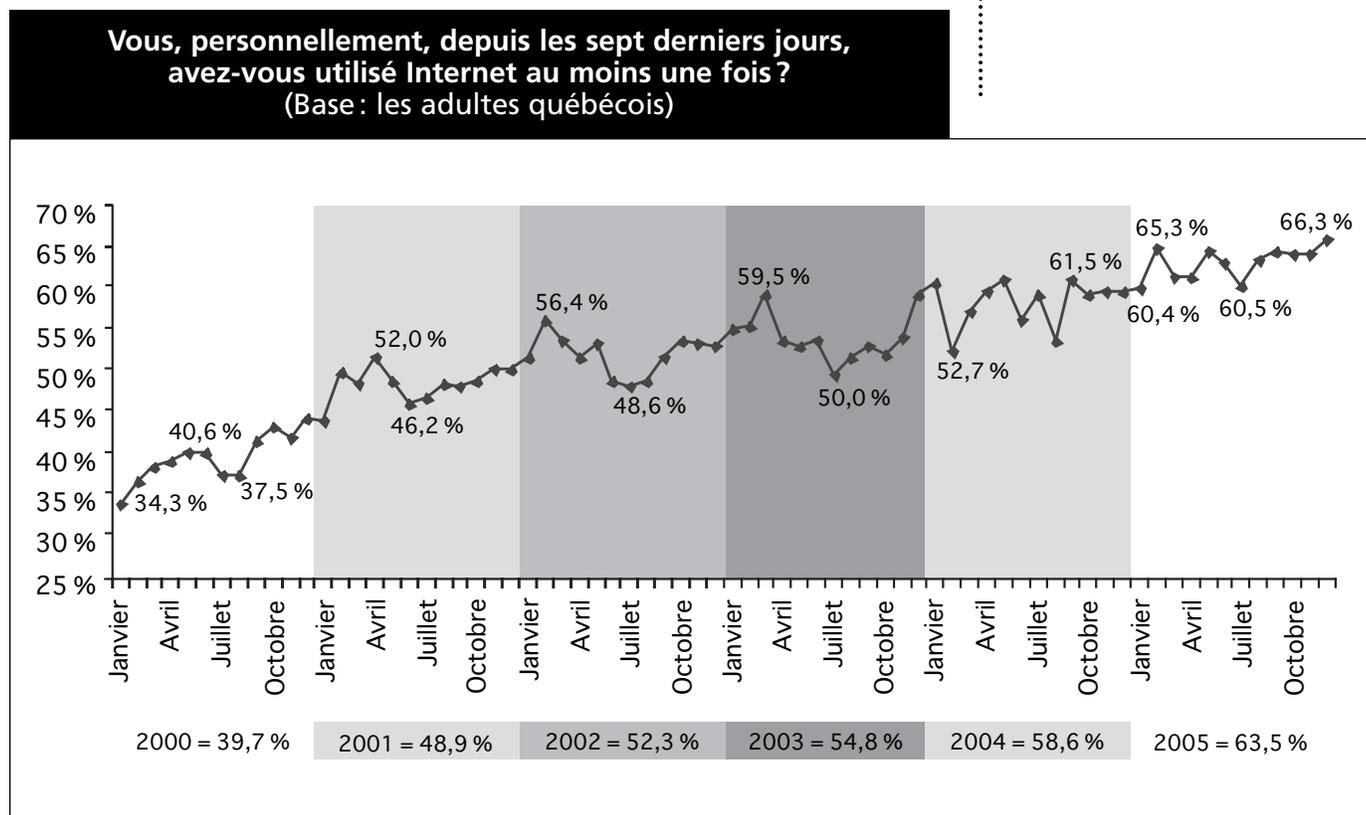
# CHAPITRE 1

## UTILISATION D'INTERNET ET INFORMATISATION

### 1.1 L'évolution de l'utilisation d'Internet depuis janvier 2000

Comme l'illustre la figure 1.1a, l'utilisation d'Internet au Québec a connu une progression importante depuis janvier 2000. À cette époque, la proportion d'adultes québécois internautes atteignait 34,3 %, soit le tiers de la population âgée de 18 ans et plus. En l'espace de six années, cette proportion a presque doublé et, aujourd'hui, les deux tiers des adultes du Québec naviguent sur la toile (66,3 % en décembre 2005). En nombre absolu, ce pourcentage correspond à près de 4 millions d'adultes québécois qui naviguent régulièrement sur la toile en 2005.

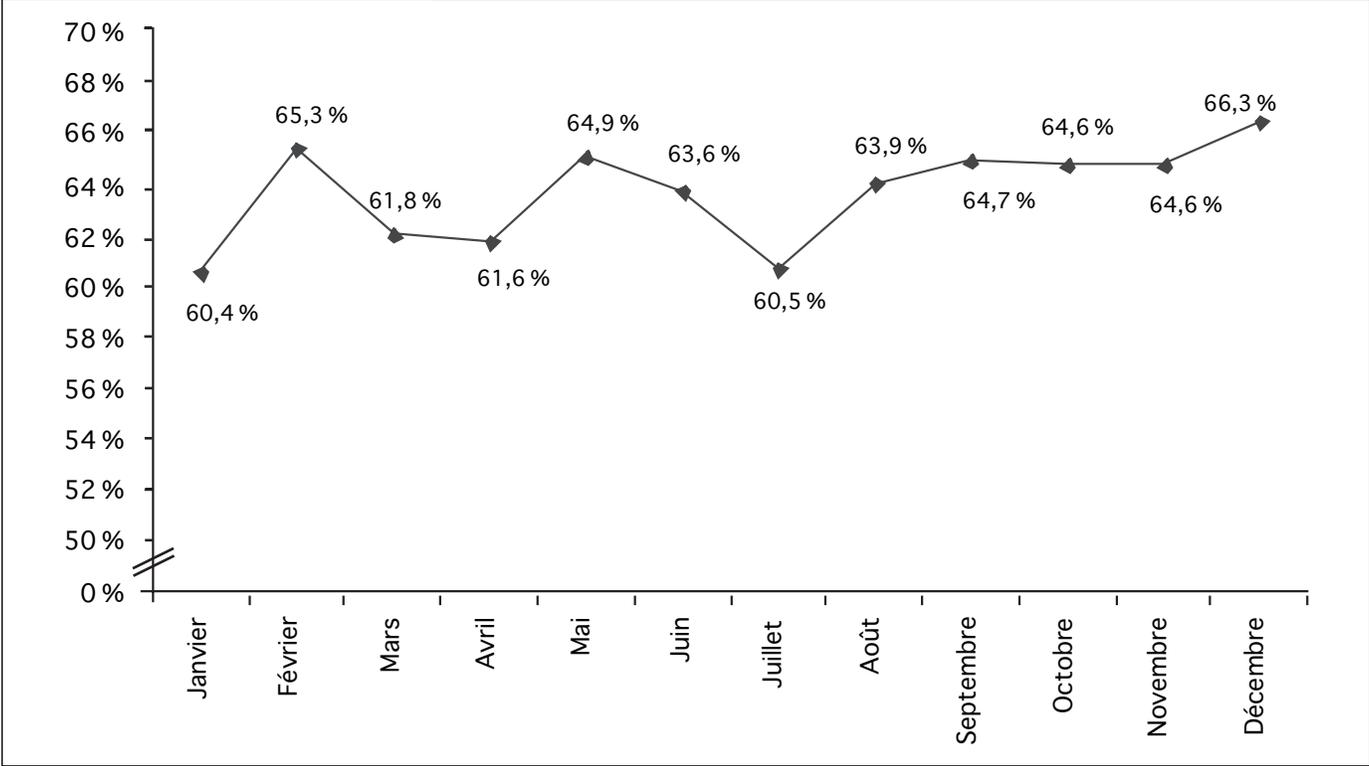
FIGURE 1.1A



Pour la première fois cette année, le taux d'utilisation d'Internet s'est tenu à chaque mois au-dessus de la barre des 60 % (figure 1.1b). De plus, l'analyse des taux annuels moyens d'utilisation confirme que la croissance de l'utilisation d'Internet se poursuit au Québec. Alors qu'en 2004, le taux moyen d'utilisation d'Internet chez les adultes québécois atteignait 58,6 %, il s'élève à 63,5 % en 2005. Cela correspond à une croissance de 4,9 points de pourcentage depuis un an, soit près de 300 000 adultes additionnels. Il s'agit d'ailleurs de la plus forte augmentation annuelle enregistrée depuis 2001. À l'époque, on avait enregistré un gain de 9,2 points, donc près de 550 000 nouveaux internautes.

FIGURE 1.1B

**Utilisation d'Internet en 2005**  
(Base : les adultes québécois)



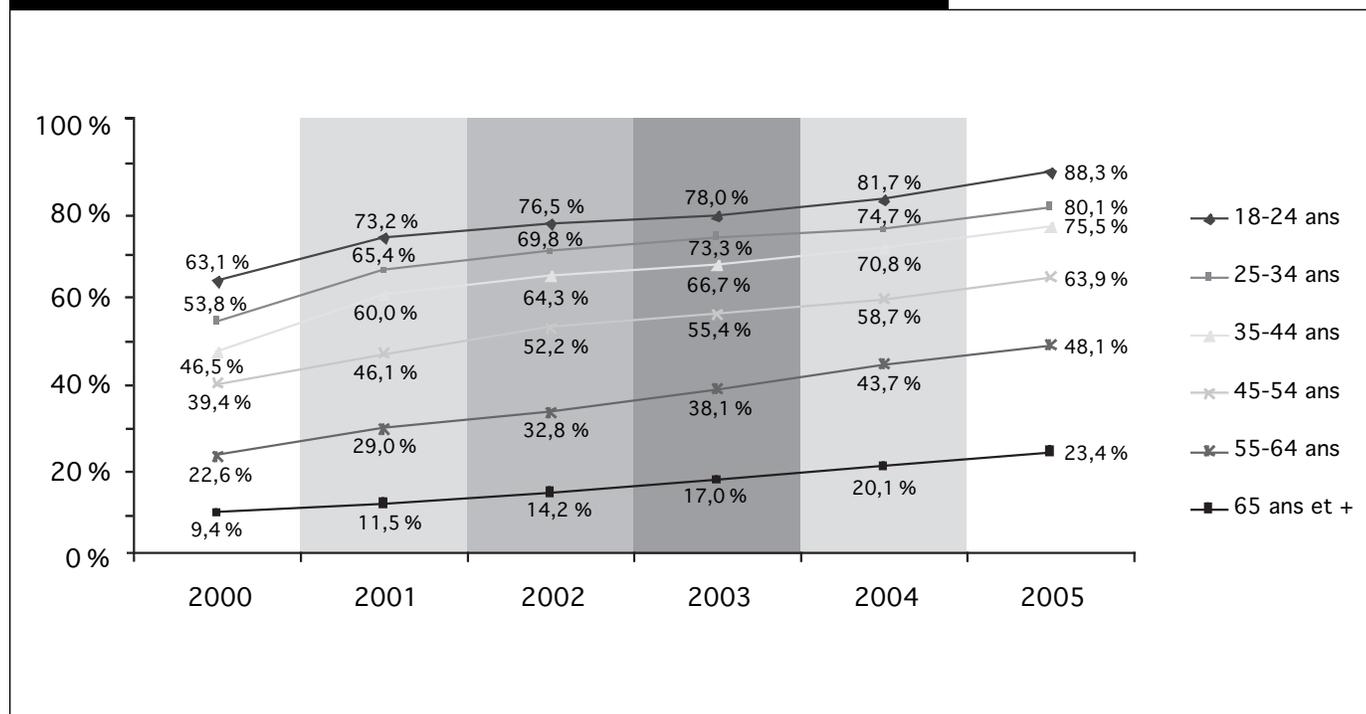
## L'utilisation d'Internet selon l'âge

La figure 1.1c présente la progression de l'utilisation d'Internet chez les adultes québécois selon l'âge. Encore cette année, le groupe des jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans s'avère celui qui affiche la plus grande proportion d'internautes, soit 88,3 %. Cette situation perdure pour la sixième année consécutive.

En 2005, tous les groupes d'âges ont vu leur proportion d'internautes croître mais différemment pour chacun d'eux. Alors que l'an dernier la plus forte croissance avait été enregistrée dans le groupe des 55-64 ans, cette année cette caractéristique revient aux plus jeunes, les 18-24 ans. Cette croissance se chiffre à 6,6 points de pourcentage. Les 25-34 ans ainsi que les 45-54 ans ont également connu une forte hausse de leur proportion d'internautes, respectivement de 5,4 et 5,2 points. Ces deux groupes sont suivis par les 35-44 ans (+ 4,7 points), les 55-64 ans (+ 4,4 points) alors que les 65 et plus ferment la marche avec la plus faible croissance (+ 3,3 points). Toutefois pour ces derniers, il s'agit de la plus forte augmentation annuelle observée depuis les six dernières années.

FIGURE 1.1C

**Vous, personnellement, depuis les sept derniers jours, avez-vous utilisé Internet au moins une fois?\***  
(Base: les adultes québécois)



\*Taux d'utilisation hebdomadaire moyen par année

## 1.2 L'informatisation des ménages et les intentions d'achats

Comme en témoigne la figure 1.2a, près des trois quarts des adultes québécois (73,5 %) ont déclaré posséder un ordinateur à leur domicile en 2005. Il s'agit d'une forte augmentation (de 5,3 points de pourcentage par rapport à 2004) après une période stable entre 2003 et 2004.

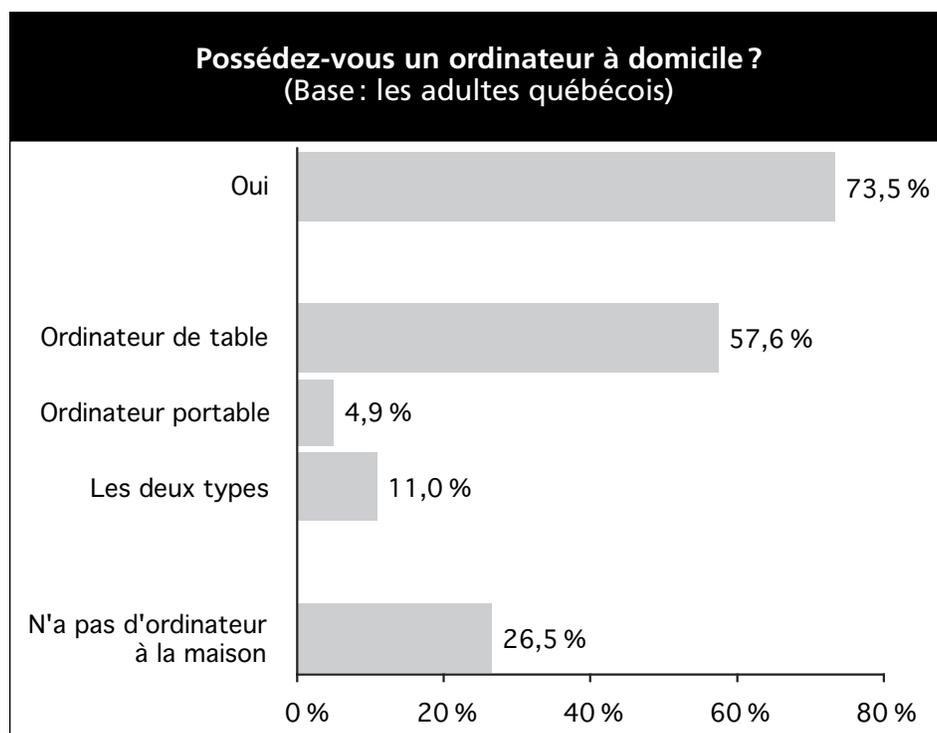
Au cours de l'année 2005, 14,3 % des adultes québécois prévoient acheter un ordinateur. Nous verrons au cours de la prochaine année si ces intentions se concrétiseront. Enfin, il ne faut pas conclure que les désirs d'achats exprimés en 2004 (16,9 %) ne se sont réalisés que partiellement car une certaine proportion de ces intentions d'achats ont certainement dû servir au remplacement d'ordinateurs devenus désuets ou à l'ajout d'un second ordinateur pour la famille.

FIGURE 1.2A



Pour la première fois cette année, l'enquête NETendances s'est intéressée aux types d'ordinateurs présents dans les foyers du Québec. La figure qui suit (figure 1.2b) montre que l'ordinateur de table est l'appareil le plus populaire. Actuellement, 68,6 % des adultes québécois en sont munis : plus de la moitié des adultes (57,6 %) possèdent uniquement un ordinateur de table et un plus petit nombre sont propriétaires uniquement d'un ordinateur portable (4,9 %). Il est important de mentionner que près d'un adulte sur dix (11,0 %) possède les deux types d'appareils. Enfin, notons que, si l'on tient compte des marges d'erreur sur les résultats et du fait que l'étude n'ait pas posé directement la question concernant la possession à la fois des deux types d'ordinateurs, ces chiffres sont semblables à ceux obtenus lors de l'enquête sur les Indicateurs numériques<sup>1</sup> publiée en octobre 2005. En effet, il était mentionné que 64,7 % des adultes possédaient un ordinateur de table et 14,9 % un ordinateur portable.

FIGURE 1.2b



1. Alliance numériQC (2005). *Indicateurs numériQC 2005*. [www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs\\_2005.pdf](http://www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs_2005.pdf)

### 1.3 Le branchement à Internet au domicile

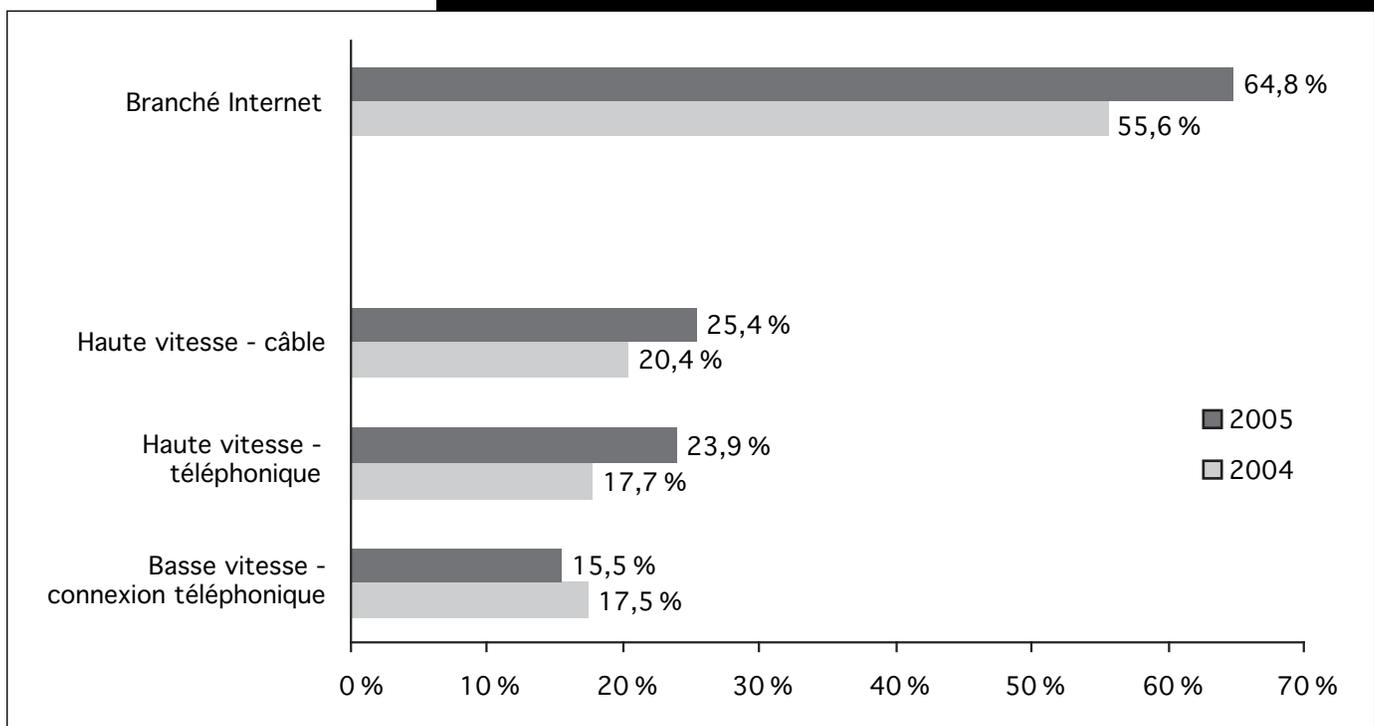
En 2005, près de deux adultes québécois sur trois (64,8 %) habitent dans un ménage branché à Internet (donnée de décembre 2005). Il s'agit d'une forte augmentation du taux de branchement au cours de la dernière année (+9,2 points de pourcentage) par rapport à décembre 2004 (55,6 %).

Cependant, les Québécois accusent toujours un léger retard par rapport à l'ensemble des adultes canadiens. Selon un sondage conduit par Ipsos Reid<sup>2</sup>, déjà en 2004, 67 % des adultes canadiens étaient branchés à Internet à leur domicile.

Autre constat cette année: la haute vitesse est de plus en plus présente dans les foyers québécois. Alors que l'an dernier 38,1 % des adultes habitant un ménage disposaient d'une connexion haute vitesse pour accéder au réseau des réseaux, cette proportion a grimpé à 49,3 % en 2005. Plus précisément, (figure 1.3a), 25,4 % des adultes québécois habitent un ménage branché par la haute vitesse par câble et 23,9 %, par modem téléphonique. Ce fort engouement pour la haute vitesse peut être attribuable à deux facteurs. Dans un premier temps, plusieurs internautes qui possédaient une con-

FIGURE 1.3A

**Êtes-vous branché à Internet à votre domicile ?  
Si oui, de quel type de connexion disposez-vous ?**  
(Base : les adultes québécois)

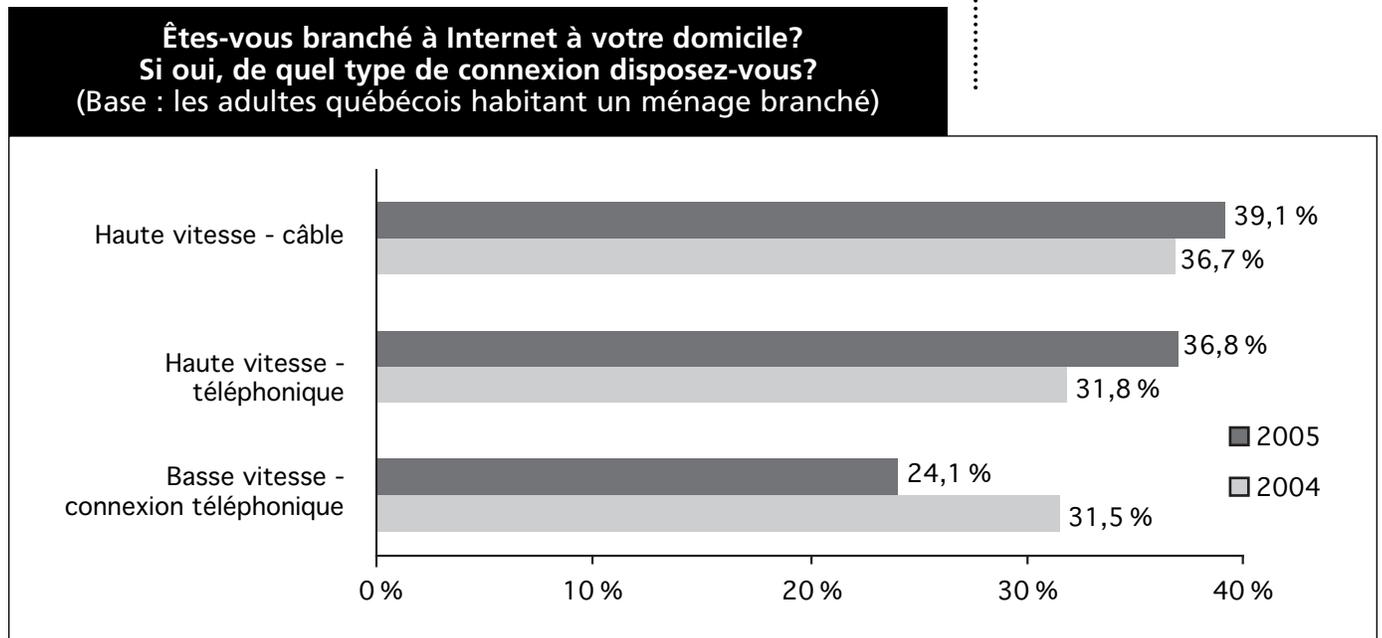


2. Ipsos Reid (2005). *The Canadian interactive Reid report Internet fact guide: the definitive resource on Canadians and the Internet*, 6 p. [www.ipsos.ca/reid/interactive/ifg.cfm](http://www.ipsos.ca/reid/interactive/ifg.cfm)

nexion Internet à basse vitesse se sont sans doute convertis à la haute vitesse. En effet, le taux de branchement au moyen de la basse vitesse a diminué de 11,4 % en 2005 comparativement à 2004. Aussi, de plus en plus de ménages nouvellement branchés emploient la haute vitesse dès le départ alors qu'avant, seuls les internautes expérimentés s'y convertissaient.

La figure 1.3b présente le détail des résultats obtenus quant au type de branchement qu'ont les adultes à domicile. En 2004, chacun des types de branchement – haute vitesse par câble (36,7 %), haute vitesse par modem téléphonique (31,8 %) et basse vitesse par connexion téléphonique (31,5 %) – obtenait la faveur de plus ou moins un tiers des adultes habitant un ménage branché. Fait intéressant cette année, presque autant d'adultes branchés utilisent les deux types de branchement haute vitesse, par câble, 39,1 %, et par modem téléphonique, 36,8 %. Donc, au total, 75,9 % des adultes branchés emploient la haute vitesse à leur domicile alors que la basse vitesse n'est utilisée que par le quart d'entre eux (24,1 %).

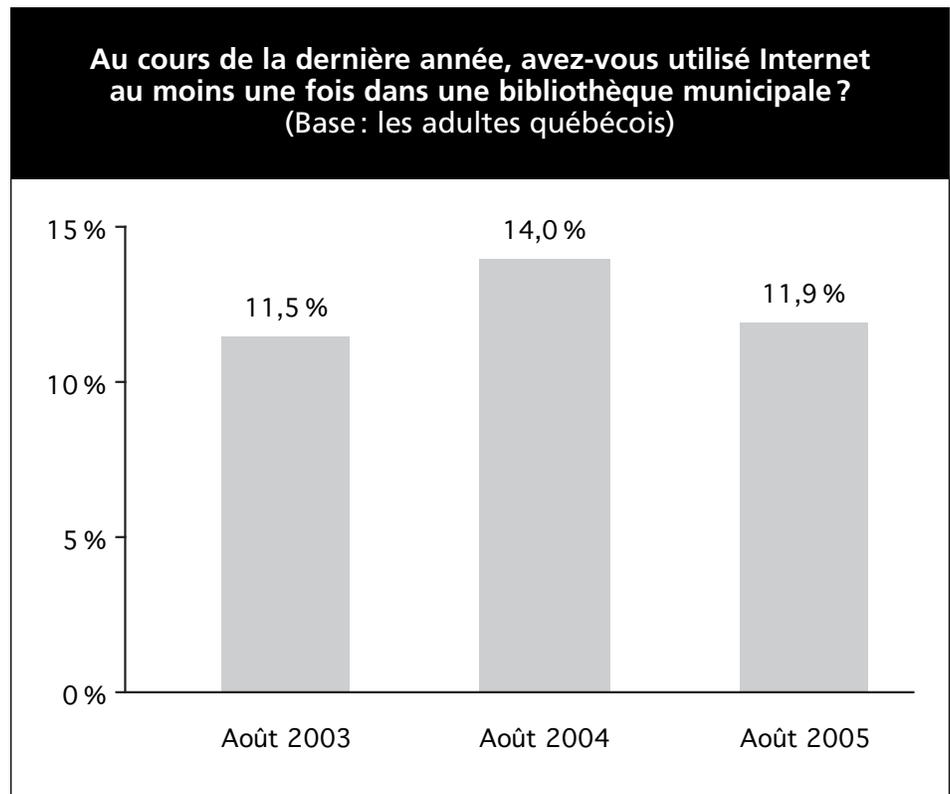
FIGURE 1.3B



#### 1.4 L'utilisation d'Internet dans une bibliothèque municipale

Pour une troisième année, NETendances a interrogé les Québécois sur leur utilisation d'Internet dans les bibliothèques municipales du Québec. Les résultats montrent une certaine décroissance en 2005. En effet, comme en témoigne la figure 1.4, en août 2005, environ un adulte québécois sur dix (11,9%) a fréquenté Internet à partir d'une bibliothèque municipale au cours de l'année précédente. Il s'agit d'une baisse de 2,1 points de pourcentage par rapport au résultat observé en 2004, mais d'un résultat semblable à celui obtenu en 2003 (11,5%). Certains groupes de Québécois sont de plus fervents utilisateurs d'Internet dans les bibliothèques. Il s'agit des jeunes âgés entre 18 et 24 ans (36,9%) et des étudiants (41,6%)<sup>3</sup>.

FIGURE 1.4



3. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante: <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

# CHAPITRE 2

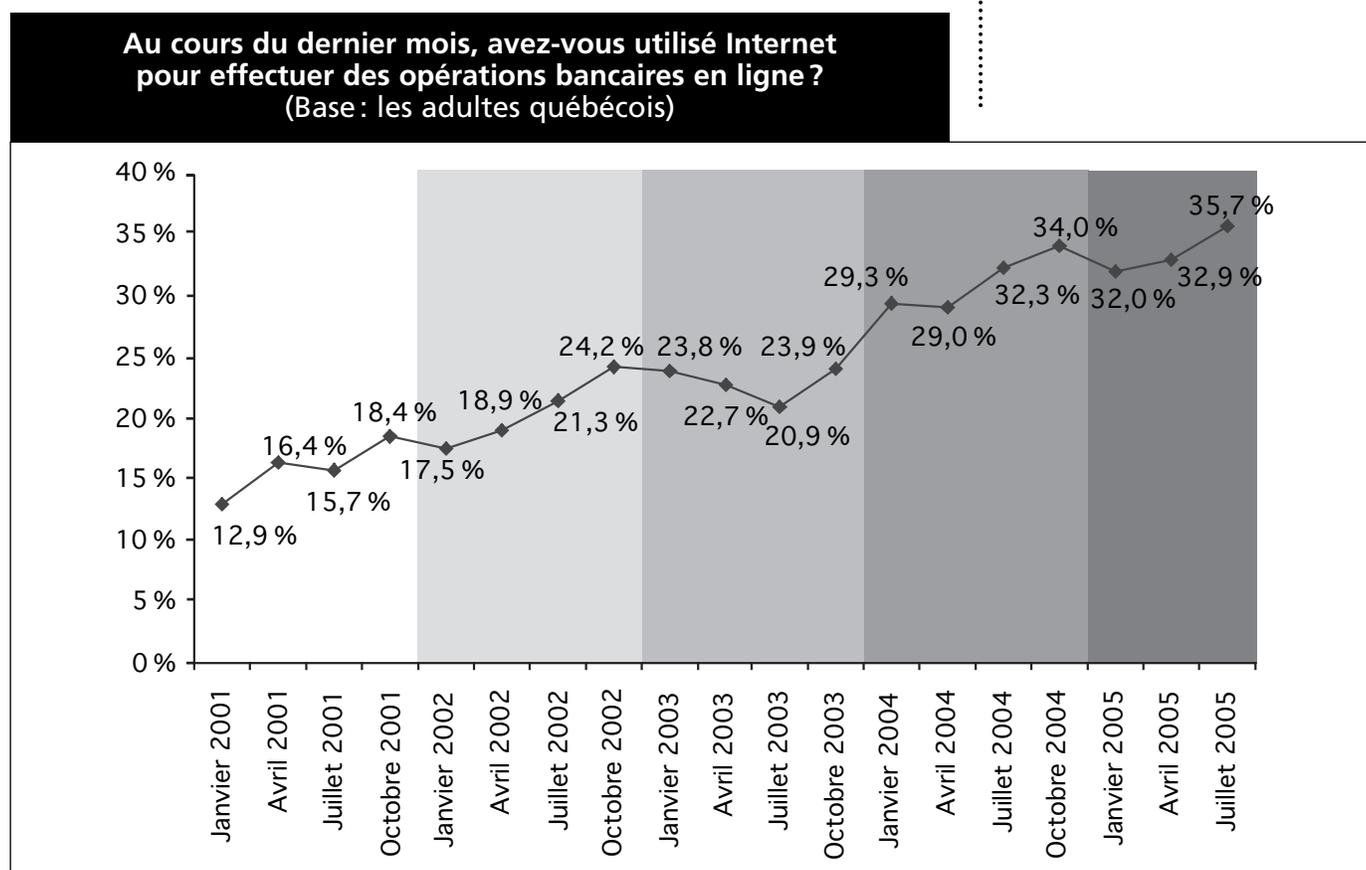
## INTERNET TRANSACTIONNEL

### 2.1 Les transactions bancaires

Les services bancaires en ligne sont, sans contredit, une des applications transactionnelles phares d'Internet. Selon une étude comScore Media Metrix<sup>4</sup>, le Canada est un leader dans ce domaine puisqu'en septembre 2005, 40 % de la population canadienne visitait des sites Web bancaires. De plus, selon cette même étude, chaque utilisateur consacrait en moyenne 55 minutes par mois à cette activité.

Au Québec, plus du tiers des adultes (35,7 %) ont effectué des transactions bancaires sur le Web en juillet 2005 (figure 2.1). Il s'agit d'une croissance de 3,4 points de pourcentage depuis juillet 2004 (32,3 %), mais demeure moins importante que la hausse de 10,1 points observée entre octobre 2003 et octobre 2004. Si l'on regarde les taux annuels, 33,5 % des Québécois âgés

FIGURE 2.1



4. ComScore Media Metrix (2005). « Banking online is banking on time: Canada is the world leader in online banking », communiqué de presse, 25 octobre. [www.newswire.ca/fr/releases/archive/October2005/25/c5821.html](http://www.newswire.ca/fr/releases/archive/October2005/25/c5821.html)

de 18 ans et plus ont effectué des opérations bancaires en ligne en 2005. Puisqu'en 2004 cette proportion se situait à 31,1% cela représente une croissance de 2,4 points de pourcentage rappelant celle observée entre 2002 et 2003 (2,5 points).

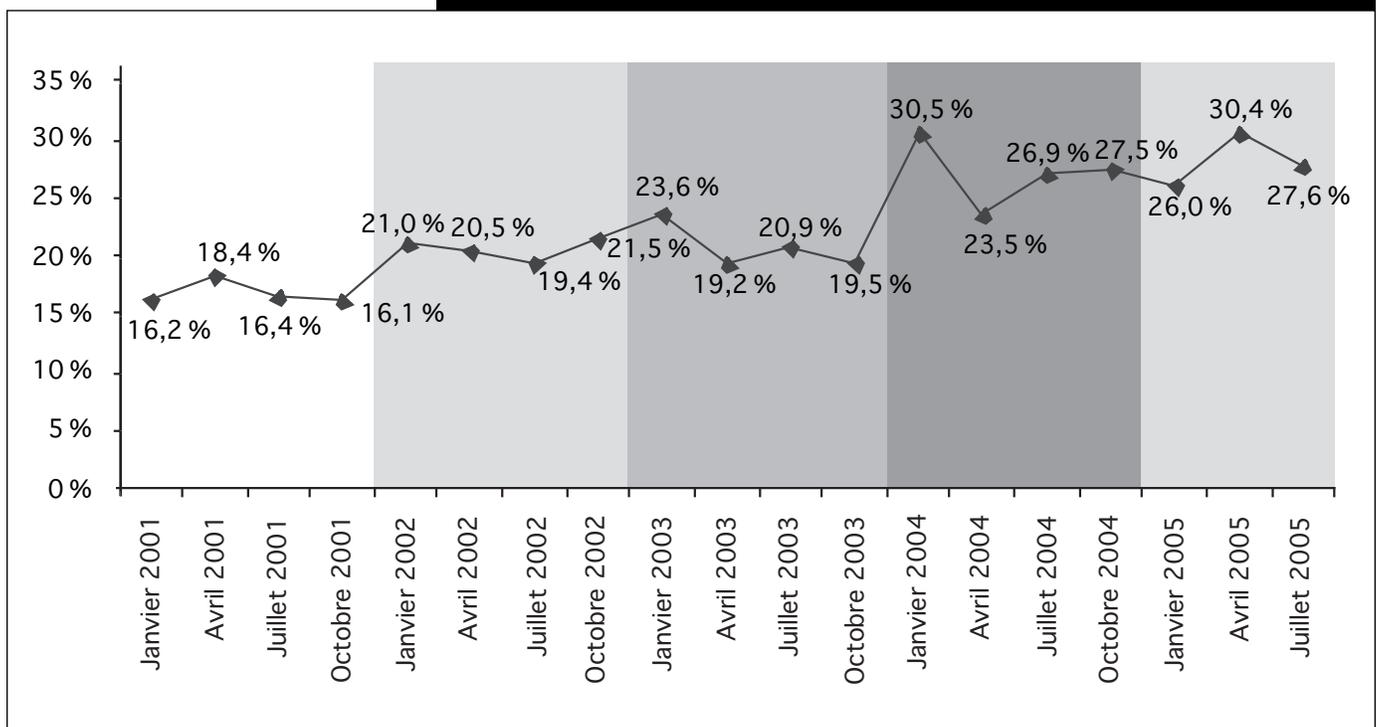
Aussi, on constate encore cette année, que les hommes (37,1%) effectuent des opérations bancaires en ligne en plus grand nombre que les femmes (30,2%)<sup>5</sup>. Aussi, les 25-34 ans (55,1%), les professionnels (55,4%), les personnes qui détiennent un diplôme d'études universitaires (51,1%) et les gens qui gagnent 60 000\$ et plus (revenu du ménage) (52,0%) sont les plus fervents utilisateurs des services bancaires en ligne.

## 2.2 Le magasinage sur Internet suivi d'un achat en magasin

En 2005, en moyenne, 28,0% des Québécois ont pratiqué le « cyber-magasinage » suivi d'un achat en magasin. Il s'agit d'une proportion semblable à celle observée en 2004, qui se situait alors à 27,1%. Cette année, la barre des 30% a été franchie uniquement en avril, avec 30,4% de gens qui ont fait un achat suite à une séance de magasinage en ligne.

FIGURE 2.2

**Vous est-il arrivé, depuis le dernier mois, d'acheter un bien ou un service en dehors d'Internet mais sur la base de l'information que vous avez recueillie sur Internet? (Base : les adultes québécois)**



5. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.gc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

Donc, Internet reste pour plusieurs consommateurs une source privilégiée pour effectuer de la recherche d'information sur les produits qu'ils désirent acquérir.

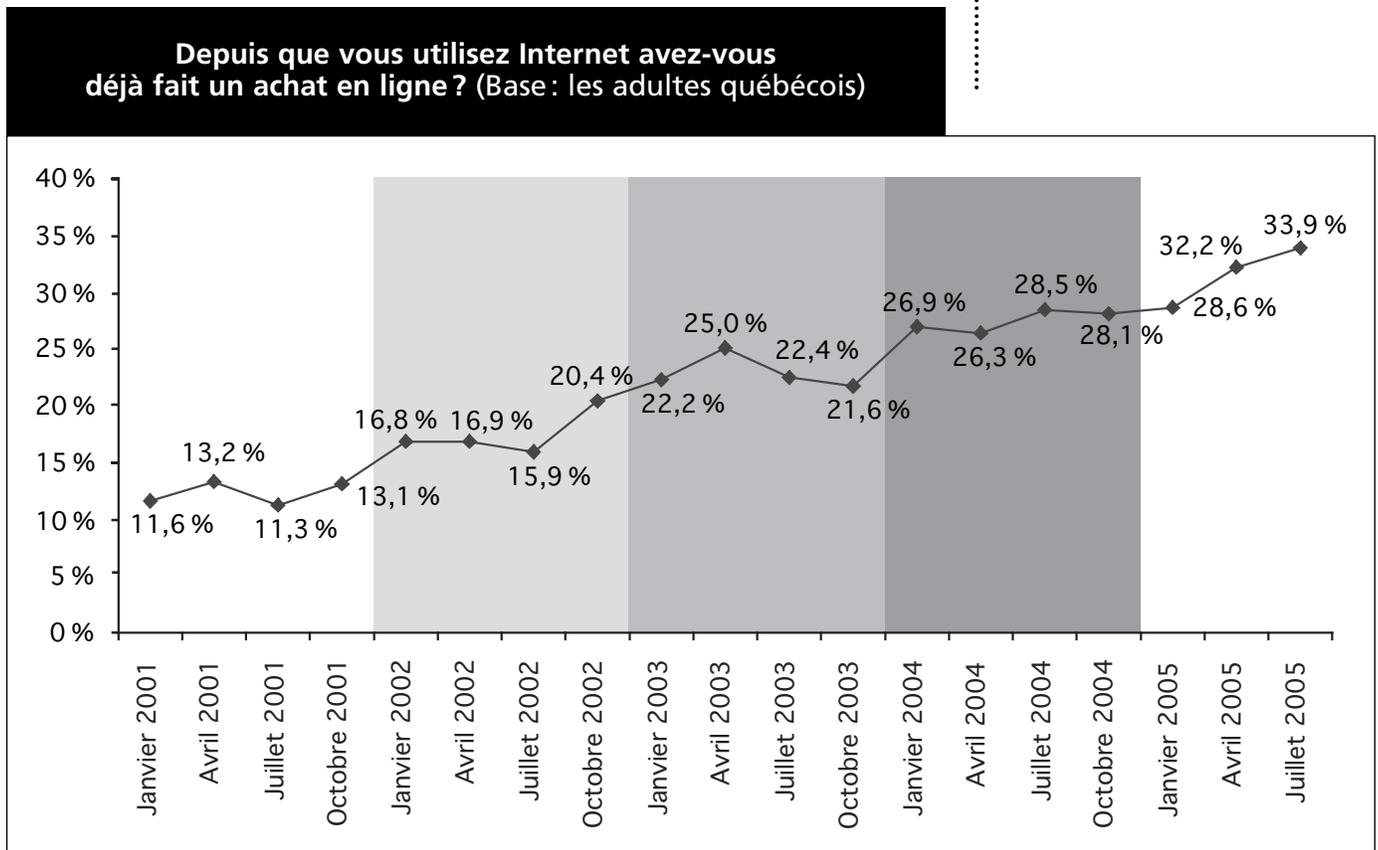
Quelques raisons peuvent expliquer pourquoi un si grand nombre de Québécois préfèrent faire leurs achats en magasin plutôt que sur le Web. Parmi celles-ci se trouvent sûrement les craintes relatives à la sécurité des achats par carte de crédit sur Internet et la nécessité d'avoir un contact physique avec la marchandise convoitée.

La nature du produit «magasiné» s'avère également un facteur à considérer. Par exemple, il est plus facile d'acheter de la musique ou des fleurs en ligne que d'y faire l'acquisition de vêtements avant de les avoir essayés ou d'une voiture neuve, et ce, malgré la quantité d'informations pertinentes que l'on retrouve sur le Web (fiches techniques, listes des options, calculatrices de mensualités, etc.). Le prix des produits peut également entrer en ligne de compte.

### 2.3 L'achat sur Internet à au moins une reprise

La proportion d'adultes Québécois ayant déjà effectué un achat en ligne a poursuivi sa croissance cette année. De 28,1 % en octobre 2004, elle a atteint

FIGURE 2.3



33,9 % en juillet 2005. Cela signifie qu'à cette date, près de 2 millions d'adultes avaient déjà acheté un bien ou un service en ligne. La forte adoption de la haute vitesse par les ménages québécois au cours de la dernière année n'est certainement pas étrangère à cette croissance du taux d'achat en ligne. En effet, une étude de Statistique Canada<sup>6</sup> a révélé, en 2004, que les ménages dotés d'une connexion haute vitesse sont plus susceptibles que les autres de magasiner sur Internet.

L'analyse des données de NETendances révèle que, cette année encore, les hommes sont plus nombreux que les femmes à avoir déjà fait des achats en ligne. Au cumulatif de 2005, 39,7 % des hommes avaient déjà effectué des achats sur le Web contre 24,0 % des femmes<sup>7</sup>. De plus, le fossé entre les deux sexes ne cesse de se creuser d'année en année. Alors qu'en 2001 un écart de 8,2 points de pourcentage séparait les hommes des femmes, en 2005, il se situe à 15,7 points, soit 2,5 points de plus qu'en 2004. Les habitudes de consommation et les différents types de biens ou services convoités, contribuent sans doute à expliquer l'écart observé.

Enfin, mentionnons qu'en plus des hommes, d'autres groupes de Québécois sont plus enclins à avoir déjà utilisé le réseau des réseaux pour acheter en ligne. Parmi ceux-ci, on retrouve les professionnels (54,9 %), les gens qui possèdent un diplôme d'études universitaires (51,2 %) et les Québécois qui habitent un foyer dont le revenu annuel est supérieur à 60 000\$ (51,1 %).

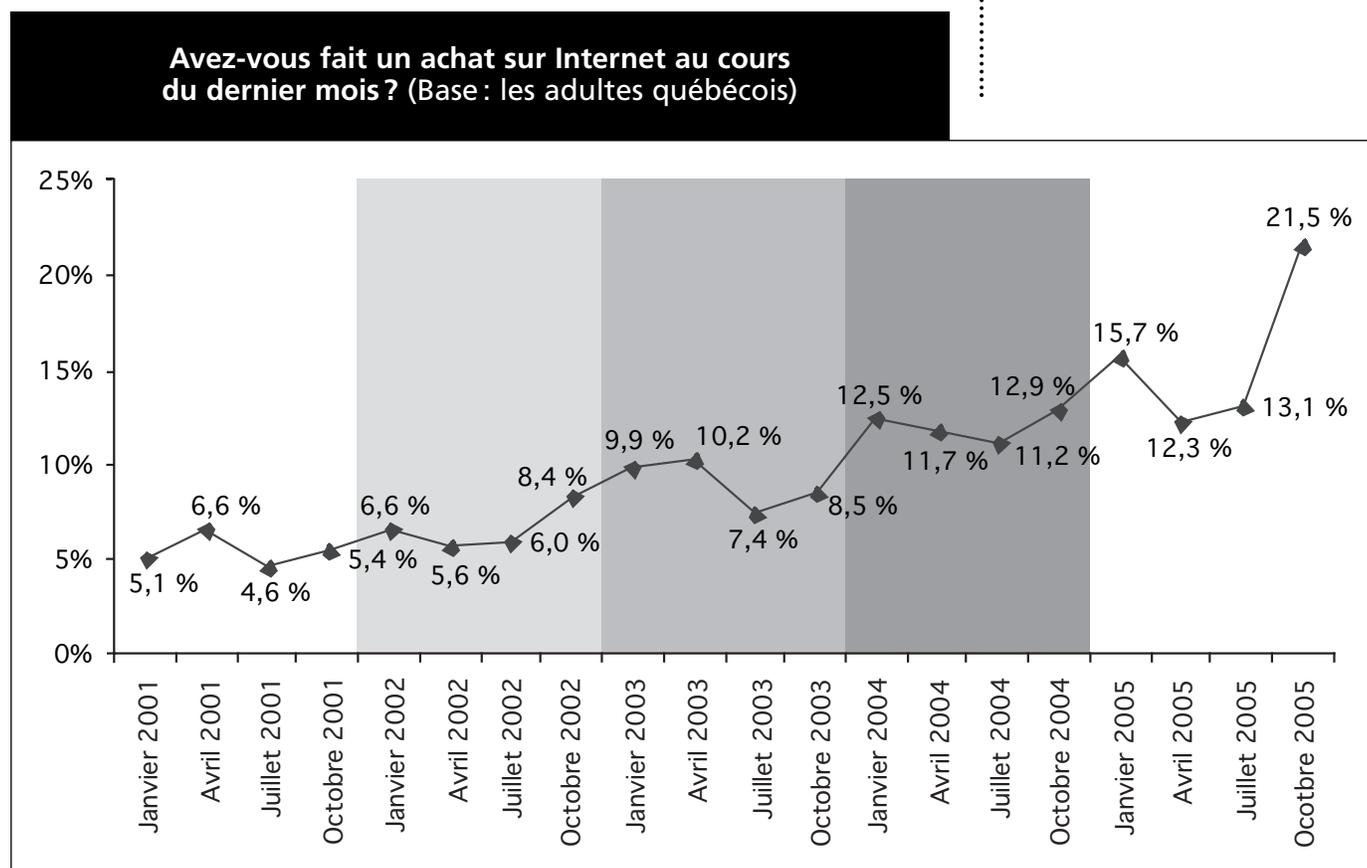
6. Statistique Canada (2004), « Achats en ligne: magasinage des ménages sur Internet, 2003 », *Le Quotidien*, 23 septembre. [www.statcan.ca/Daily/Francais/040923/q040923a.htm](http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040923/q040923a.htm)

7. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante: <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

## 2.4 L'achat sur Internet au cours du dernier mois

Comme le montre la figure 2.4, la proportion d'adultes québécois qui achètent sur Internet, qui se situait à 12,9 % en octobre 2004, a atteint 21,5 % un an plus tard. Il s'agit en fait d'une croissance de 67 % et du plus haut niveau jamais atteint depuis 1999. Toutefois, les résultats des autres mois de 2005 ne sont pas aussi élevés. La moyenne annuelle observée est donc de 15,6 %, mais demeure supérieure à celle notée en 2004 (12,1 %). Ce résultat laisse toujours espérer un avenir meilleur pour le commerce électronique de détail. En effet, selon une étude de Statistique Canada<sup>8</sup>, dans le secteur des ventes au détail, les ventes de biens et services par Internet en 2004 ne représentaient que 0,8 % de l'ensemble des ventes au détail au Canada.

FIGURE 2.4



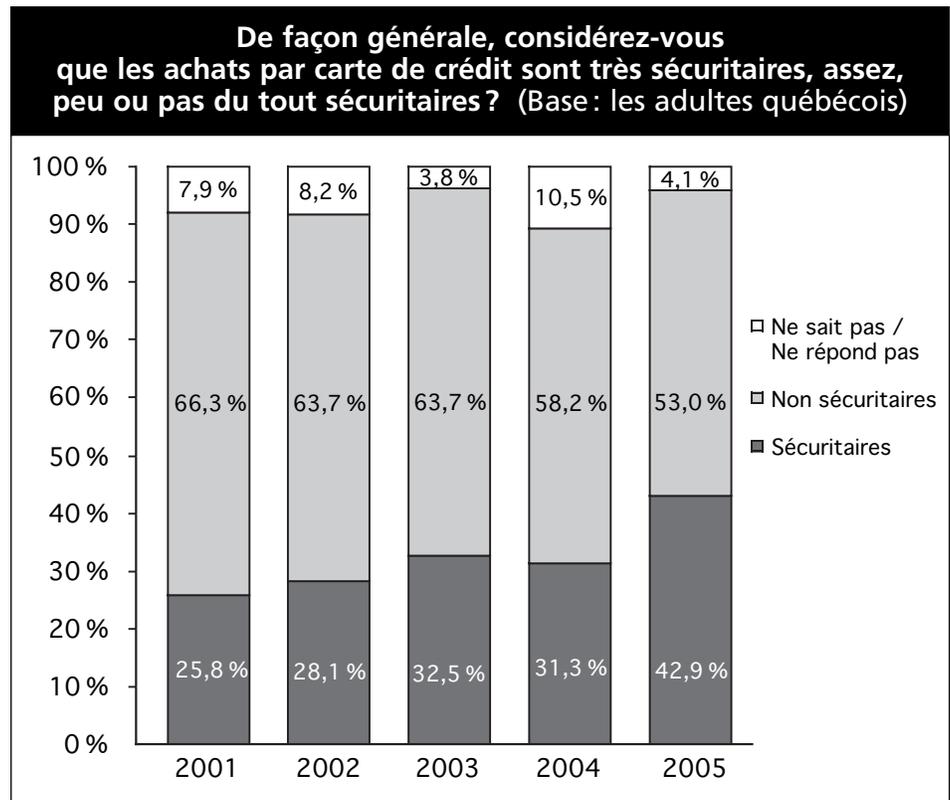
8. Statistique Canada (2005), *Le commerce électronique : les ventes interentreprises dominent*, Ottawa, 8 p. [www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-621-MIF2005033](http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-621-MIF2005033)

## 2.5 Les craintes en matière de sécurité s'estompent tranquillement

Les Québécois sont de plus en plus confiants quant à la sécurité des transactions en ligne. Comme l'indique la figure qui suit, la proportion d'adultes québécois qui considèrent les transactions par carte de crédit non sécuritaires continue de diminuer à chaque année, passant de 58,2 % en 2004 à 53,0 % en 2005. La proportion de gens qui jugent les paiements en ligne sécuritaires a crû de 11,6 points de pourcentage, passant de 31,3 % en 2004 à 42,9 % en 2005. Les Québécois sont donc de plus en plus confiants. Néanmoins, ils sont toujours plus nombreux à être craintifs.

Encore cette année, ce sont les Québécois les plus âgés, les moins fortunés et les personnes avec moins d'instruction qui craignent davantage les achats par carte de crédit sur Internet<sup>9</sup>. Les femmes (40,9 %) sont également moins nombreuses que les hommes (44,9 %) à trouver les achats en ligne par carte de crédit très ou assez sécuritaires. Toutefois, le fossé entre les sexes diminue (4,0 points de pourcentage). Notons que cet écart se situait à 10,3 points de pourcentage en 2004.

FIGURE 2.5



9. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

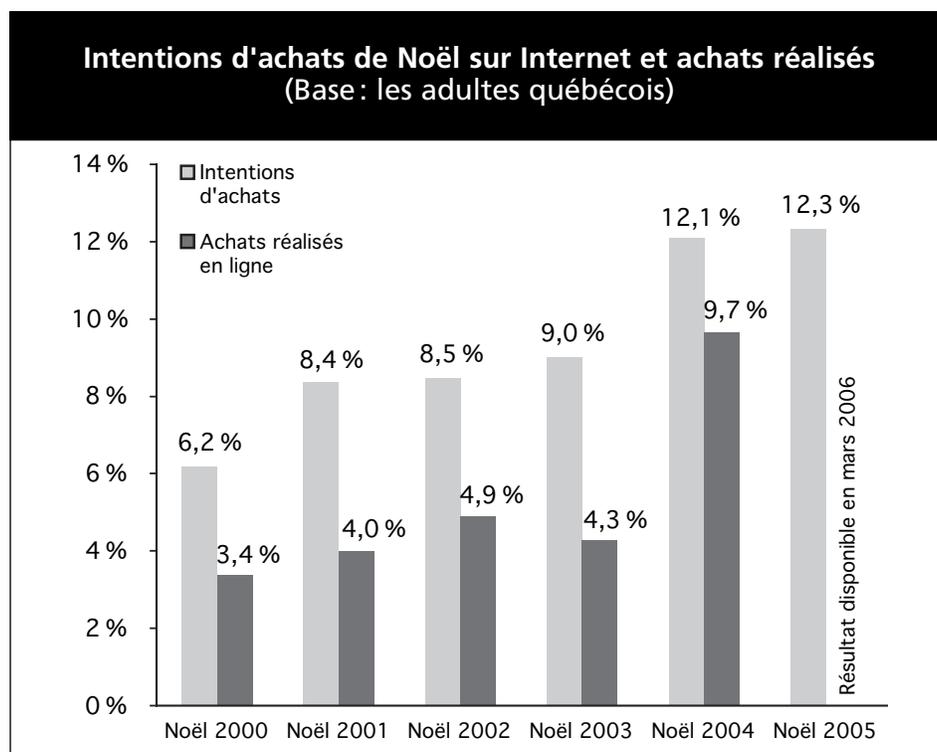
## 2.6 Les achats de Noël

Pour une cinquième année consécutive, les achats de Noël en ligne effectués par les adultes québécois n'ont pas été à la hauteur des intentions d'achats déclarées. Alors qu'en novembre 2004, 12,1 % des adultes québécois avaient mentionné leur intention de se procurer des cadeaux de Noël au moyen du Net, seulement 9,7 % ont confirmé l'avoir réellement fait en février 2005. Donc l'écart entre les intentions et les achats réels se situe à 2,4 points de pourcentage. Il s'agit cependant du plus faible décalage observé depuis les cinq dernières années.

Il est important de souligner que, pour une des rares fois, les femmes rejoignent les hommes dans une activité basée sur le commerce électronique. En effet, 10,4 % des femmes et 8,9 % des hommes ont effectué des achats de Noël en ligne<sup>10</sup>, une différence qui n'est pas statistiquement significative considérant la marge d'erreur ( $\pm 3,8\%$ ).

Enfin, en 2005, 12,3 % des adultes québécois ont affirmé qu'ils feraient des emplettes des fêtes sur Internet. Cette proportion est similaire à celle observée en 2004. Il faudra cependant attendre au mois de mars 2006 pour savoir à quel point ces intentions se sont concrétisées<sup>11</sup>.

FIGURE 2.6



10. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

11. Ce résultat sera dévoilé sur le site Infomètre à l'adresse suivante : [www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp](http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp)

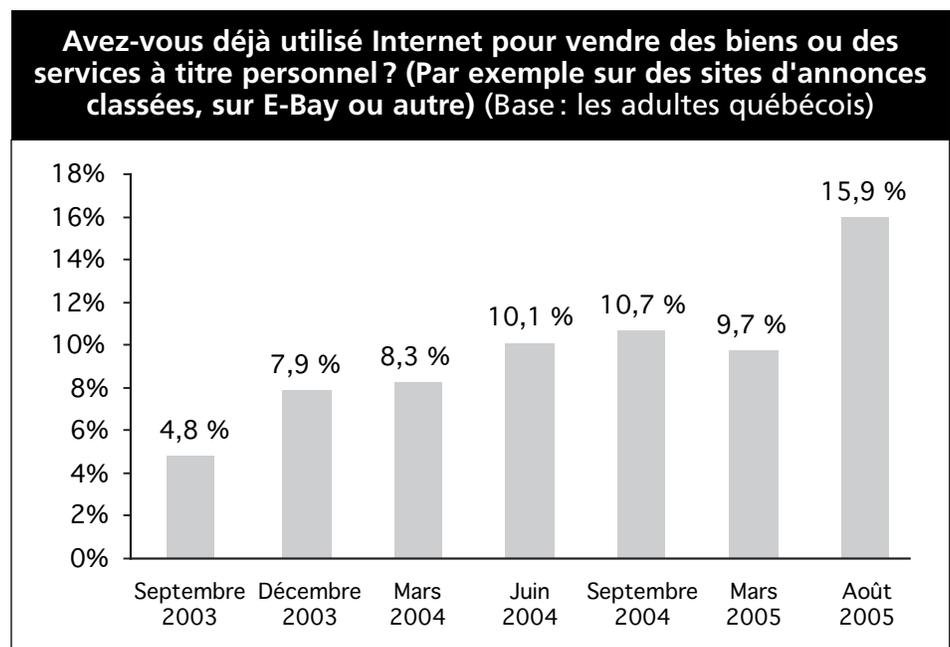
## 2.7 Internet pour la vente d'objets ou de services personnels

Au Québec, les particuliers sont de plus en plus nombreux à utiliser le Web pour vendre des biens ou des services à titre personnel. Ainsi, la proportion d'adultes québécois qui ont visité des sites d'enchères en ligne ou des sites d'annonces classées à cette fin a augmenté considérablement en août 2005. Cette proportion est passée de 10,7 % en septembre 2004 à 15,9 % en août 2005, soit une croissance de près de 50 %. Cette activité a connu une hausse 11,1 points de pourcentage en deux ans (depuis septembre 2003).

En nombre absolu, le résultat observé en août 2005 signifie qu'un peu plus de 950 000 Québécois de 18 ans et plus ont déjà échangé de la marchandise au moyen d'Internet (environ 640 000 en septembre 2004).

Selon un sondage effectué en septembre 2005 par Pew Internet & American Life Project<sup>12</sup>, 25 millions d'adultes ou 17 % des internautes des États-Unis, utilisent le Web pour vendre des biens ou des services. Toujours selon la même source, les deux endroits préférés pour vendre ou acheter en ligne sont les annonces classées et les sites d'enchères. Pour bien comparer avec l'étude américaine, quoique la question ait été posée différemment, au Québec, 20,0 % des internautes ont déjà utilisé Internet pour vendre des biens ou des services personnels.

FIGURE 2.7



12. Pew Internet & American Life Project (2005), *Selling items online*, 5 p. [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_SellingOnline\\_Nov05.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SellingOnline_Nov05.pdf)

## CHAPITRE 3

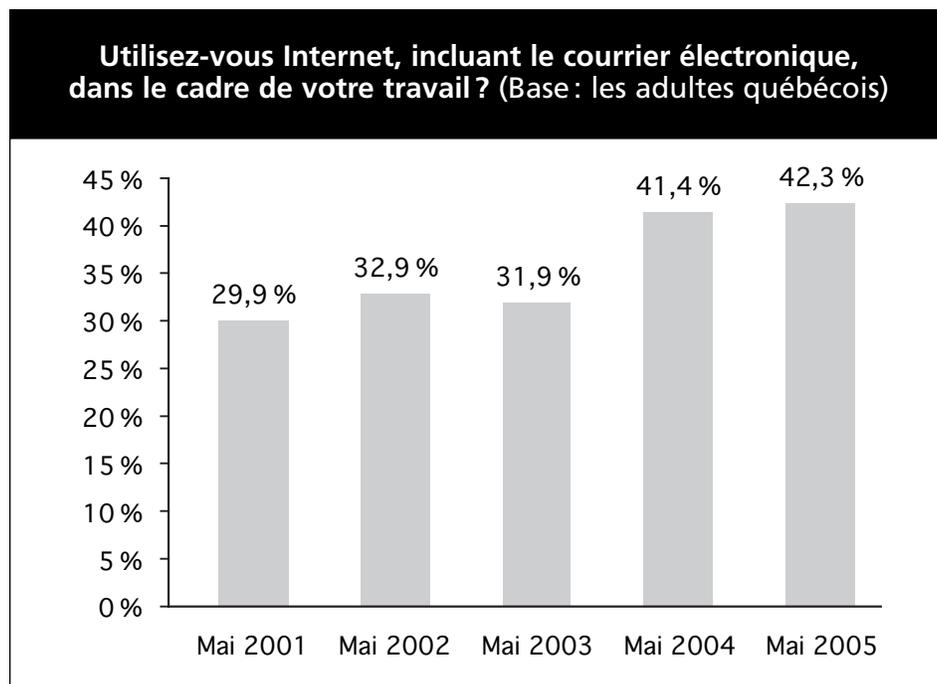
# INTERNET ET LES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

### 3.1 L'utilisation d'Internet au travail

Comme l'indique l'illustration qui suit, Internet, incluant le courrier électronique, est devenu, au fil des ans, un outil de travail pour un grand nombre de travailleurs du Québec. En mai 2005, quatre adultes sur dix (42,3 %) l'utilisaient à des fins professionnelles. La proportion est toutefois demeurée relativement stable comparativement au résultat mesuré en 2004 (41,4 %). Rappelons tout de même que l'utilisation d'Internet à cette fin, après trois années de stagnation, avait fait un bon spectaculaire de 9,5 points de pourcentage entre mai 2003 et mai 2004. Toutefois, cette croissance pouvait être attribuable à une modification à la façon de poser la question puisque depuis mai 2004, l'interviewer rappelle que l'utilisation du courriel est comprise dans notre définition de l'utilisation d'Internet.

Comme c'était le cas entre 2001 et 2004, ce sont toujours les professionnels (78,5 %) et les personnes diplômées de l'université (67,5 %) qui sont les principaux utilisateurs d'Internet dans leur vie professionnelle<sup>13</sup>. Enfin, les hommes (45,9 %) surpassent encore une fois les femmes (39,0 %) en ce qui a trait à l'utilisation du Web dans le cadre du travail. Rappelons qu'en 2004, l'enquête avait mesuré une tendance inverse: 43,7 % des femmes contre 38,9 % des hommes utilisaient Internet au bureau.

FIGURE 3.1



13. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

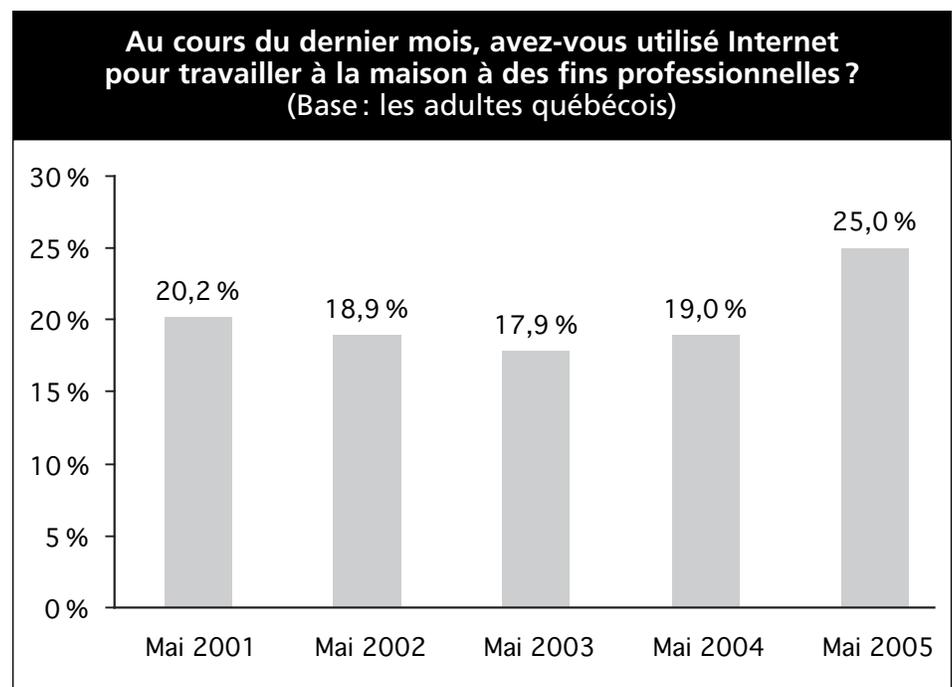
### 3.2 Internet pour travailler à domicile

L'utilisation d'Internet à la maison à des fins professionnelles semble vouloir prendre de l'ampleur au Québec. Comme l'indique la figure 3.2, la proportion de Québécois âgés de 18 ans et plus qui se servent de cet outil à leur domicile pour leur travail a augmenté de 6 points de pourcentage entre mai 2004 et mai 2005. À cette date, le quart (25,0 %) des adultes québécois - ou près de 1,5 million de personnes - avaient fait du télétravail au cours du mois ayant précédé le sondage. Il s'agit d'un premier signe de croissance de cet indicateur après des années de stabilité.

D'après les données segmentées, les télétravailleurs sont principalement des hommes (30,3 % d'entre eux se servent d'Internet pour travailler à la maison), des personnes ayant une formation universitaire (45,6 %) et des professionnels (48,9 %)<sup>14</sup>. Les personnes qui habitent un ménage avec un revenu annuel supérieur à 60 000\$ sont également plus susceptibles d'effectuer des activités professionnelles à la maison (40,1 %).

L'an passé, nous signalions que l'écart entre la proportion de femmes qui utilisent Internet pour travailler à la maison à des fins professionnelles et celle des hommes avait diminué. La situation est toute autre cette année, puisque l'écart entre les sexes a quadruplé, passant de 2,5 points de pourcentage en 2004 à 10,2 points en 2005.

FIGURE 3.2

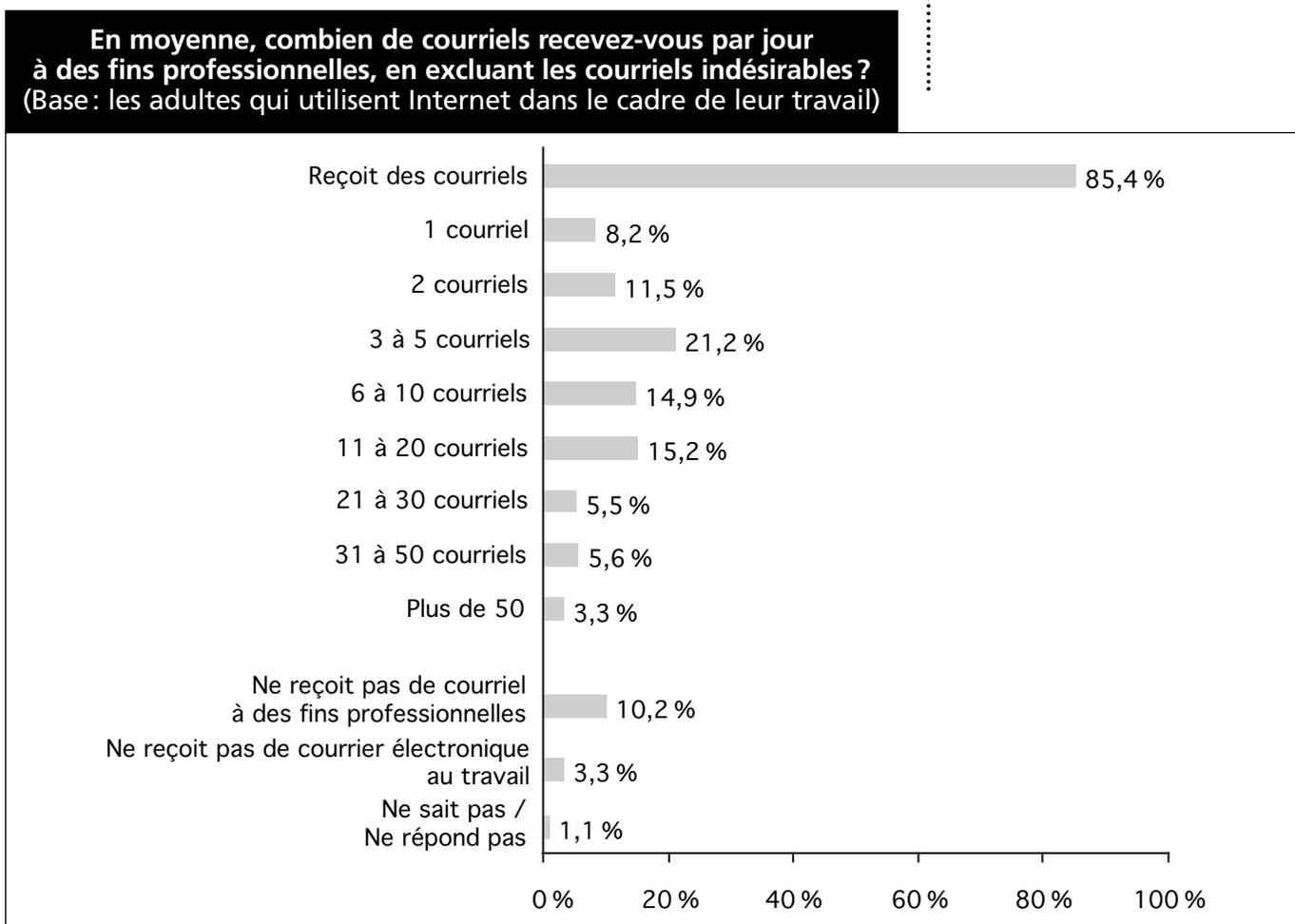


14. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

### 3.3 Les courriels professionnels

Le courriel continue de s'affirmer comme l'outil de communication de premier plan sur Internet, et ce, tant à des fins personnelles que professionnelles. En mai 2005, plus du tiers (36,1%) des adultes québécois ou 85,4% des travailleurs recevaient au moins un courriel relatif à leurs activités professionnelles par jour. Enfin, les travailleurs qui utilisent le courriel reçoivent en moyenne 15 messages par jour. La figure 3.3 ci-dessous présente en détail les résultats.

FIGURE 3.3





## CHAPITRE 4

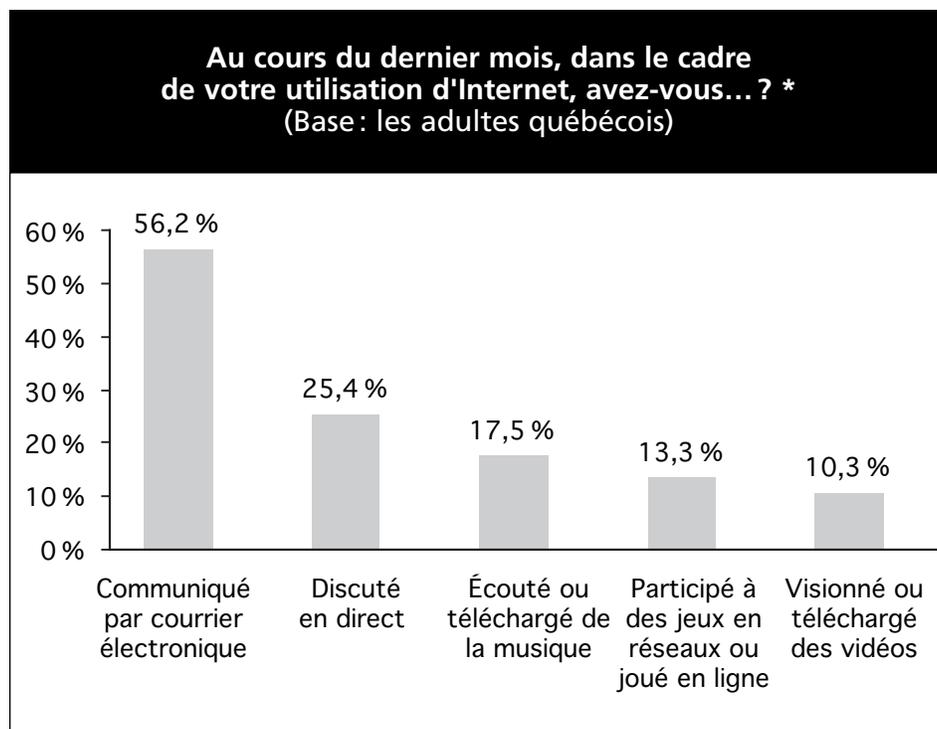
### L'USAGE D'INTERNET À DES FINS PERSONNELLES

#### 4.0 Portrait général

Internet s'est imposé depuis longtemps au Québec comme un outil de recherche d'information ou de divertissement. Le courriel, le Web informationnel, le clavardage (chat), la musique en ligne et maintenant les vidéos en ligne sont des activités de plus en plus répandues.

Comme l'indique la figure 4.0, la communication par courrier électronique est demeurée l'activité la plus populaire sur Internet en 2005. Plus de la moitié (56,2 %) des adultes québécois ont utilisé le courriel à des fins personnelles. Près du quart (25,4 %) des adultes québécois ont discuté en direct sur Internet. Enfin, l'écoute et le téléchargement de la musique en ligne et la participation à des jeux en ligne viennent derrière, effectués respectivement par 17,5 % et 13,3 % des Québécois. Enfin, environ un Québécois sur dix (10,3 %) a visionné ou téléchargé une vidéo en ligne au cours d'un mois.

FIGURE 4.0



\* Il est à noter que la question sur le visionnement ou le téléchargement de vidéos a été posée uniquement en décembre 2005. Pour les autres activités, les résultats présentés s'avèrent une moyenne des résultats obtenus en 2005.

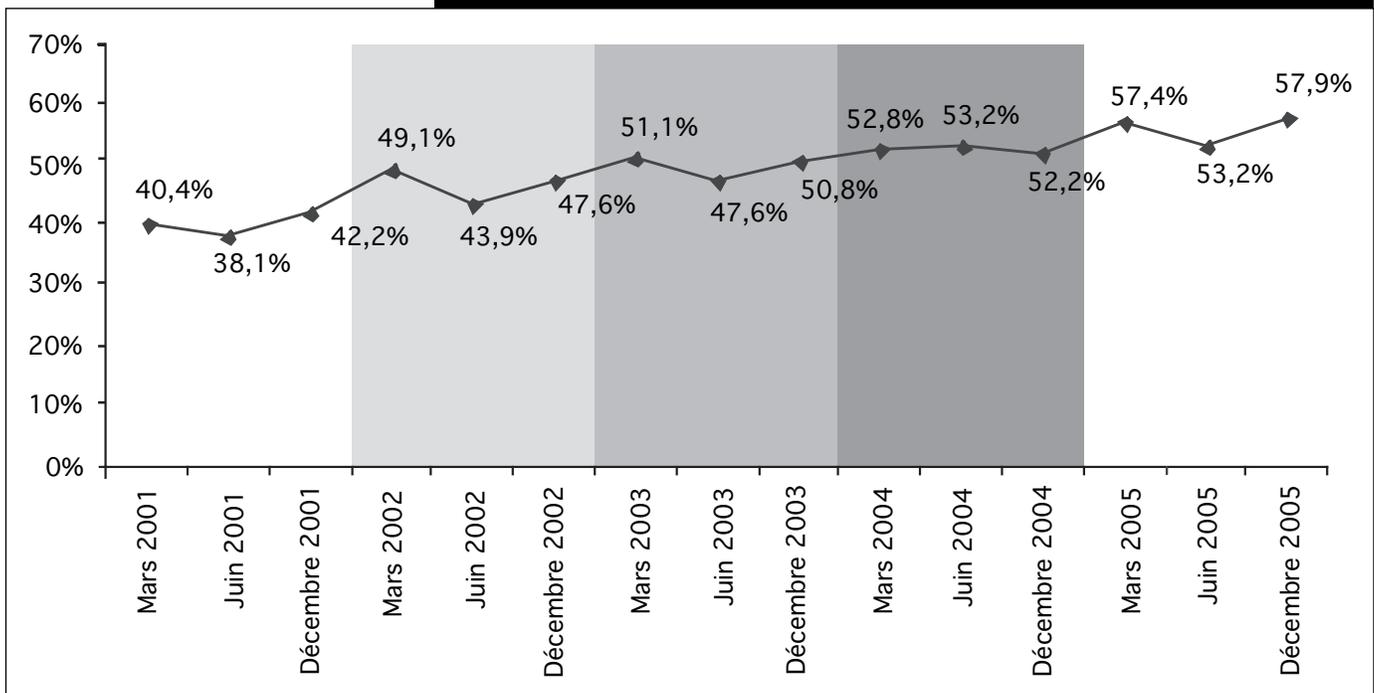
#### 4.1 L'usage du courriel

Le courrier électronique est toujours l'outil de communication par excellence sur Internet. Selon une étude effectuée en 2004<sup>15</sup>, les Canadiens passent en moyenne 4 heures par semaine à lire et à écrire des courriels. Facile d'utilisation, rapide, gratuit et sans aucune restriction temporelle: voilà autant de qualités qui font que l'engouement des adultes québécois pour le courriel est loin de s'amenuiser, et ce, malgré les virus, les tentatives de fraudes et les pourriels qui encombrant les boîtes à lettres virtuelles. Comme en témoigne la figure 4.1a, en décembre 2005, près de six adultes québécois sur dix (57,9 %) ont communiqué par courriel (52,2 % en décembre 2004). Il s'agit également du plus haut sommet jamais atteint depuis que NETendances interroge les Québécois sur le sujet, soit depuis mars 2001.

En août 2005, le CEFRIO a observé que la proportion d'adultes québécois qui possèdent une adresse de courriel se chiffre désormais à 60,0 %, ce qui représente près de 3,6 millions de Québécois. Le courrier électronique a encore une fois cette année attiré de nouveaux adeptes puisqu'en août 2004 cette proportion se situait à 57,4 %. Il s'agit d'une croissance de 2,6 points

FIGURE 4.1A

**Au cours du dernier mois, dans le cadre de votre utilisation d'Internet, avez-vous communiqué par courriel électronique avec des parents ou des amis? (Base : les adultes québécois)**

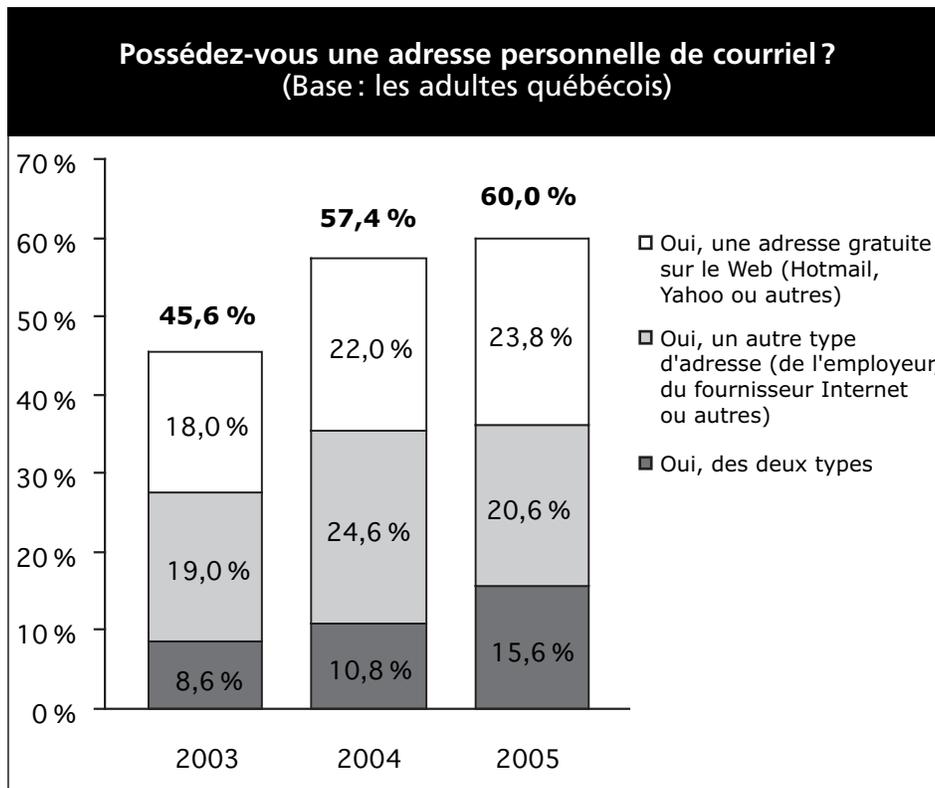


15. Zamaria, Charles, André H. Caron et Fred Fletcher (2005), *Canada en-ligne! Une analyse comparative des usagers et non-usagers d'Internet au Canada et dans le monde : comportements, attitudes et tendances 2004*, Projet Internet Canada, 330 p. [www.cipic.ca/en/documents/PIC%20REPORT%20FINAL%2011012005%20FRENCH.pdf](http://www.cipic.ca/en/documents/PIC%20REPORT%20FINAL%2011012005%20FRENCH.pdf)

de pourcentage, un gain par contre moins important que celui enregistré entre 2003 et 2004 (11,8 points). Néanmoins, l'usage du courriel au Québec demeure moins important que chez nos voisins du Sud. En effet, en 2004, 70,2 % des Américains possédaient une adresse courriel<sup>16</sup>.

La figure 4.1b révèle également les types d'adresses de courriel possédés par la population québécoise. Près d'un adulte sur cinq (23,8 %) possède une adresse offerte gratuitement sur le Web du genre Hotmail ou Yahoo, alors que 20,6 % des gens ont une adresse d'un autre type, comme, par exemple, une adresse offerte par un employeur ou par un fournisseur Internet. De plus, 15,6 % des Québécois possèdent à la fois les deux types.

FIGURE 4.1B



16. Lebo, Harlan, *The Digital Future Report. Surveying the Digital Future. Year Four. Ten Years, Ten Trends*, USC Annenberg School Center for the Digital Future, September 2004, 105 p. [www.digitalcenter.org/downloads/DigitalFutureReport-Year4-2004.pdf](http://www.digitalcenter.org/downloads/DigitalFutureReport-Year4-2004.pdf)

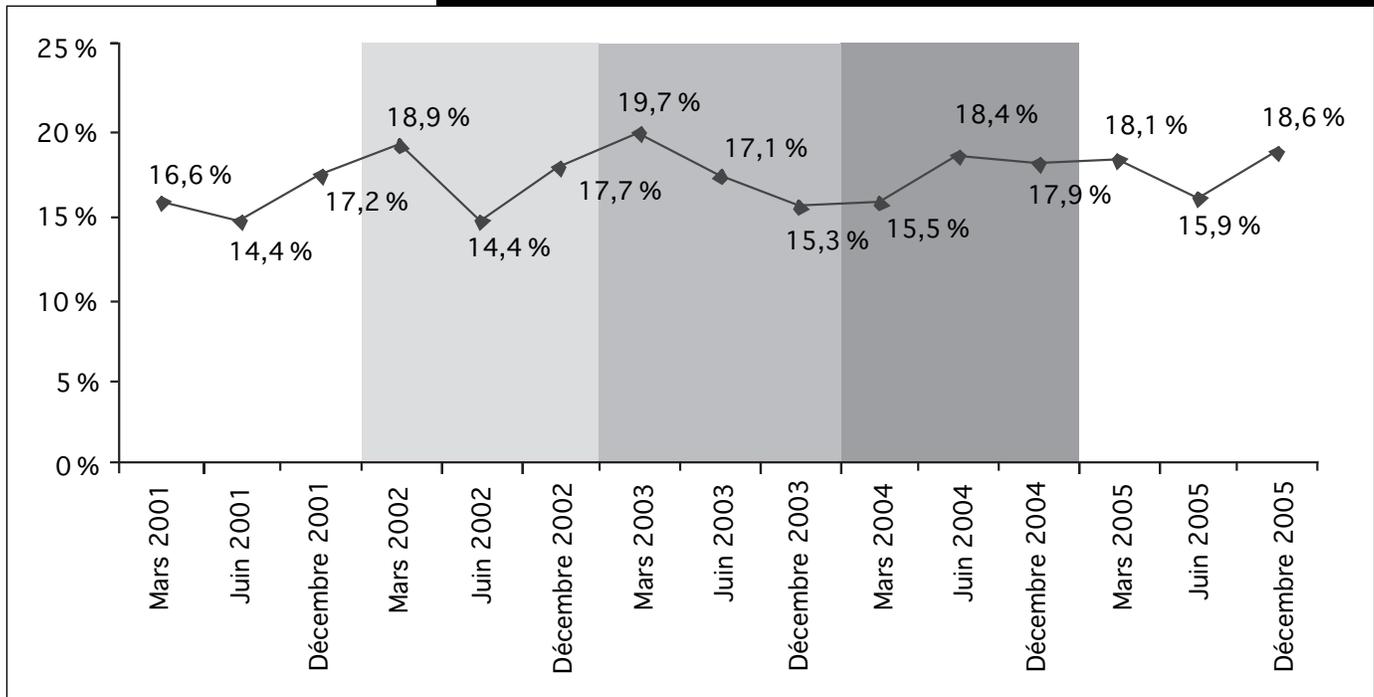
## 4.2 La musique en ligne

Encore cette année, l'écoute et le téléchargement de musique en ligne ont été un des sujets populaires de l'actualité. En décembre 2005, 18,6 % des adultes québécois ont avoué avoir pratiqué cette activité. L'année 2005 ressemble beaucoup aux années précédentes : aucun record d'utilisation n'a été enregistré et les taux moyens annuels demeurent constants (17,5 % en 2005, 16,8 % en 2004, 17,2 % en 2003). Sans surprise, ce sont toujours les jeunes âgés entre 18 et 24 ans (47,1 %) et les étudiants (50,4 %) qui se sont révélés les plus fervents amateurs de musique en ligne en 2005<sup>17</sup>. Les hommes pratiquent également davantage cette activité que les femmes (21,8 % contre 13,6 %).

Il est à noter que la question posée dans le cadre de NETendances ne tient pas compte du type de contenu musical téléchargé. Ainsi, il est impossible de savoir si ce contenu était légal ou illégal. Pour information, notons que le téléchargement de contenu légal est une tendance en pleine expansion. D'ailleurs aux États-Unis, en 2005, une augmentation de 194 %<sup>18</sup> des ventes de musique en ligne a été enregistrée.

FIGURE 4.2

**Au cours du dernier mois, dans le cadre de votre utilisation d'Internet, avez-vous écouté ou téléchargé de la musique sur Internet? (Base : les adultes québécois)**



17. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io/indexWeb.cfm?type=produits>

18. Leduc, Christian (2006). « Baisse des ventes de CD aux États-Unis : 2005 la pire année depuis 1996 », *Branchez-vous!*, 5 janvier. [www.branchez-vous.com/actu/06-01/10-132502.html](http://www.branchez-vous.com/actu/06-01/10-132502.html)

### 4.3 Le clavardage

Permettant de converser avec d'autres personnes en temps réel, le clavardage a connu au cours des dernières années une hausse de popularité. Quoiqu'il ne suscite toujours pas le même enthousiasme que le courriel auprès des adultes québécois, la proportion d'adeptes du « chat » a doublé depuis 2001. En décembre 2005, un peu plus du quart des adultes québécois (26,0 %) discutaient en direct sur Internet, ce qui signifie, en nombre absolu, qu'un peu plus de 1,5 million d'adultes québécois ont pratiqué cette activité. Si l'on compare avec décembre 2004, la proportion de clavardeurs a crû de 2 points de pourcentage.

Le clavardage est davantage pratiqué par les hommes québécois. En effet, en 2005, 29,1 % des hommes contre 22,1 % des femmes ont discuté en direct sur Internet. Aussi, le clavardage attire davantage d'adeptes âgés entre 18 et 24 ans (69,2 %) et d'étudiants (66,1 %) <sup>19</sup>. Enfin, mentionnons que le « chat » suscite encore plus d'intérêt chez les adolescents. Selon une étude pancanadienne réalisée en mars et avril 2005, *Jeunes Canadiens dans un monde branché - Phase II* <sup>20</sup>, 86 % des élèves de 5<sup>e</sup> année du secondaire utilisent la messagerie instantanée au quotidien. De plus, le sondage NetAdos <sup>21</sup>, réalisé en février et en mars 2004, a indiqué que 71,8 % des adolescents québécois âgés entre 12 et 17 ans utilisent Internet pour clavarder.

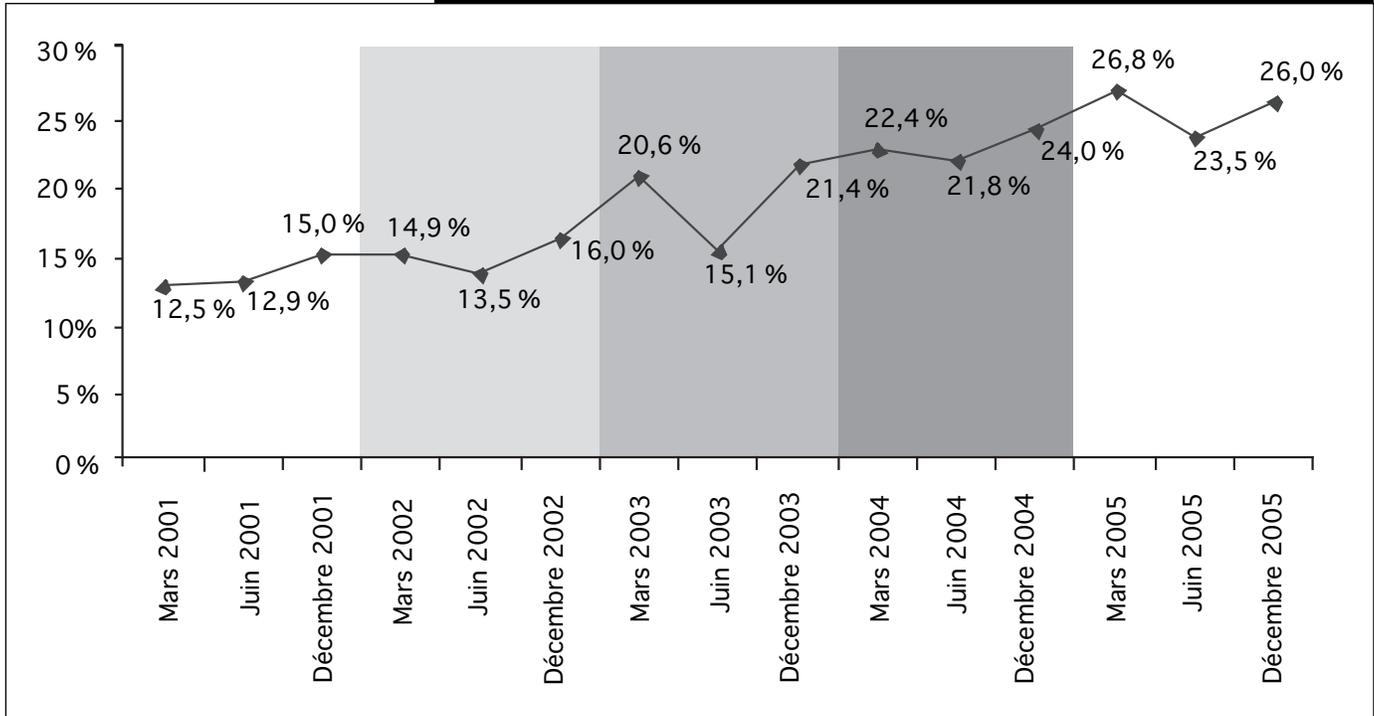
19. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

20. Réseau éducation-médias (2005). *Jeunes Canadiens dans un monde branché - Phase II*. [www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits\\_saillants.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits_saillants.cfm)

21. Le rapport complet ainsi que le dépliant de NetAdos 2004 peuvent être téléchargés gratuitement sur le site du CEFRIO aux adresses [www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_rapport.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_rapport.pdf) (rapport) et [www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_depliant.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_depliant.pdf) (dépliant)

FIGURE 4.3

**Au cours du dernier mois, dans le cadre de votre utilisation d'Internet, avez-vous discuté en direct sur Internet?**  
(Base: les adultes québécois)



#### 4.4 Le jeu en ligne

L'enquête *Indicateurs numériQC 2005*<sup>22</sup> montrait dernièrement que le quart (25 %) des adultes québécois jouent à des jeux vidéo sur ordinateur ou sur console et ils y consacrent en moyenne 6,2 heures par semaine. Pour sa part, NETendances s'est intéressé uniquement au jeu en ligne et a observé qu'en décembre 2005, 12,7 % des adultes ont pratiqué cette activité. Comparativement à décembre 2004, il s'agit d'une augmentation de 1,4 point de pourcentage. Toutefois, le plus haut sommet a été enregistré en mars 2005 où 13,8 % des gens ont joué en réseau ou joué sur Internet. Donc, en moyenne, l'activité a attiré plus de 110 000 nouveaux adeptes en 2005.

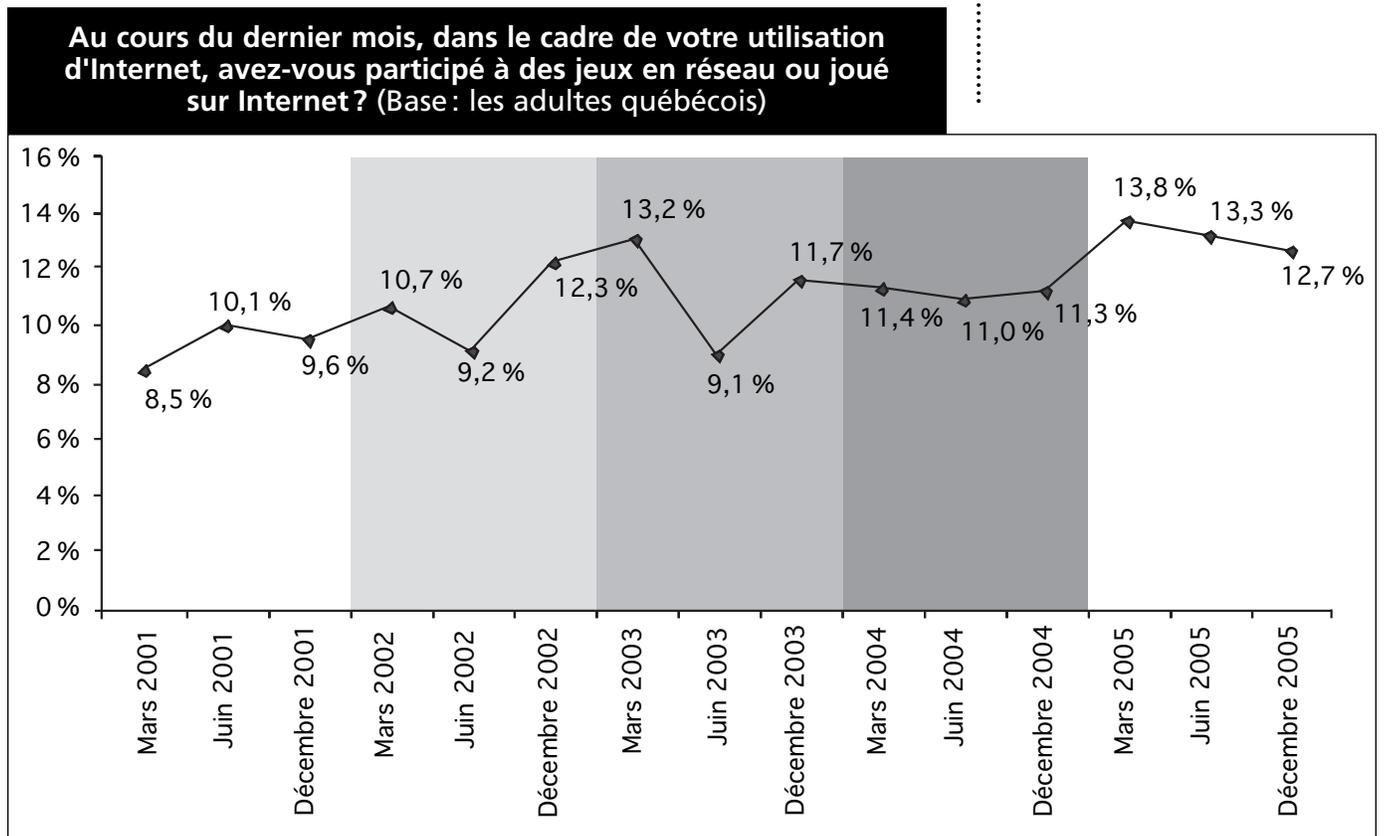
Notons également que, tout comme le clavardage, le jeu en ligne est pratiqué par plus d'hommes (14,8 %) que de femmes (11,9 %). En 2005, les femmes semblent s'y être intéressées davantage puisque l'écart entre les sexes a considérablement diminué comparativement à 2004, passant de 6,5 points de pourcentage à 2,9 points. Les jeunes adultes âgés entre 18 et

22. Alliance numériQC (2005). *Indicateurs numériQC 2005*.  
[www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs\\_2005.pdf](http://www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs_2005.pdf)

24 ans (26,8 %) et les étudiants (26,0 %) semblent également porter plus d'intérêt à ce passe-temps<sup>23</sup>.

Enfin, notons que le phénomène du jeu en ligne prend encore plus d'ampleur auprès de la population mineure. Selon l'enquête *Jeunes Canadiens dans un monde branché - Phase II*<sup>24</sup>, réalisée en 2005, jouer en ligne constitue l'activité préférée des plus jeunes les jours de semaine et neuf élèves canadiens de 4<sup>e</sup> année sur dix (89 %) s'adonnent à cette activité en ligne. L'enquête NetAdos<sup>25</sup> a d'ailleurs confirmé ce phénomène. Elle a observé que 60,7 % des Québécois de 12 à 17 ans s'y adonnaient et, fait intéressant, les garçons (71,9 %) jouent beaucoup plus sur Internet que les filles (49,5 %).

FIGURE 4.4



23. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

24. Réseau éducation-médias (2005). *Jeunes Canadiens dans un monde branché - Phase II*. [www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits\\_saillants.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits_saillants.cfm)

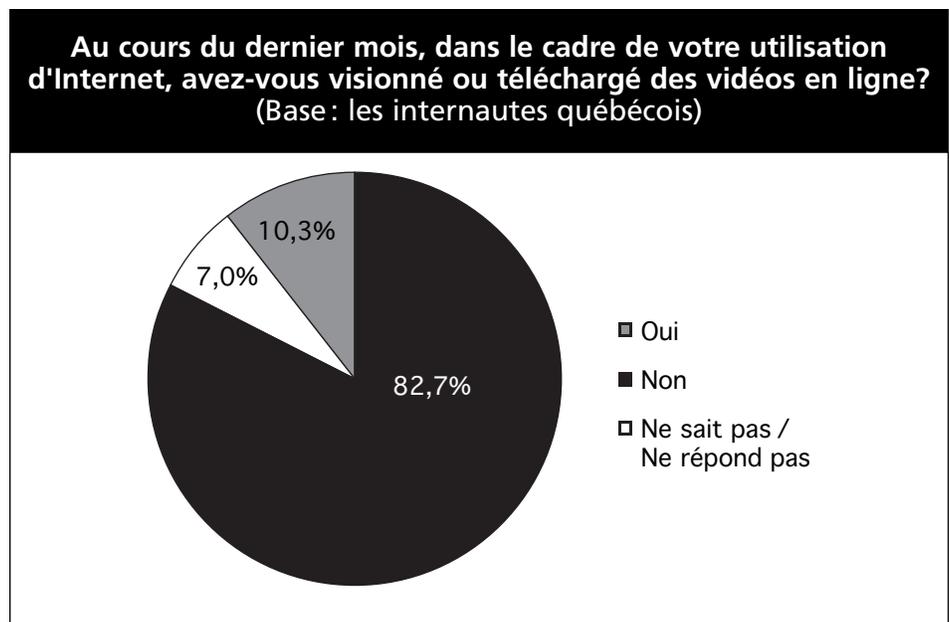
25. Le rapport complet ainsi que le dépliant de NetAdos 2004 peuvent être téléchargés gratuitement sur le site du CEFRIO aux adresses [www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_rapport.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_rapport.pdf) (rapport) et [www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_depliant.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_depliant.pdf) (dépliant)

## 4.5 Les vidéos en ligne

Pour la première fois cette année, NETendances a sondé les Québécois à propos de leur écoute et de leur téléchargement de vidéos sur le Net. Mesurée en décembre 2005, cette question montre qu'un adulte sur dix (10,3 %) pratique ce passe-temps. Il s'agit d'une proportion peut-être sous-estimée. En effet, puisque le téléchargement de vidéo par les réseaux poste-à-poste (P2P) n'est pas légal, certaines personnes préfèrent ne pas avouer publiquement qu'elles pratiquent cette activité. Les hommes sont plus nombreux à déclarer pratiquer cette activité (15,9 % contre 5,0 % pour les femmes), tout comme les jeunes adultes (18-24 ans, 26,9 %, et 25-34 ans, 19,8 %) et les étudiants (24,4 %)<sup>26</sup>.

Enfin, il faudra suivre de près l'évolution de la proportion de gens qui téléchargent ou écoutent des vidéos en ligne. Certains signes indiquent qu'elle devrait augmenter au cours des prochaines années. D'abord, ces activités sont facilitées par la haute vitesse et de plus en plus de foyers y sont branchés. Aussi, comme l'offre de vidéos de qualité ne cesse de croître sur la toile, on peut s'attendre à ce que davantage de gens s'adonnent à cette activité au cours des prochaines années. Des sites comme ceux de Radio-Canada, de la BBC, de CNET ou du Canal Argent font figure de proue dans ce domaine. Il y a fort à parier qu'une offre de vidéos en ligne accrue et plus diversifiée entraînera une plus grande pratique de cette activité. Toutefois, visionner une vidéo en entier sur un ordinateur peut être moins intéressant et, à ce jour, peu de foyers possèdent l'équipement nécessaire pour relier leur ordinateur à leur téléviseur ou pour transférer la vidéo sur DVD et ensuite la visionner sur la télévision. Ces barrières devront être dépassées pour que cette pratique se répande à grande échelle.

FIGURE 4.5

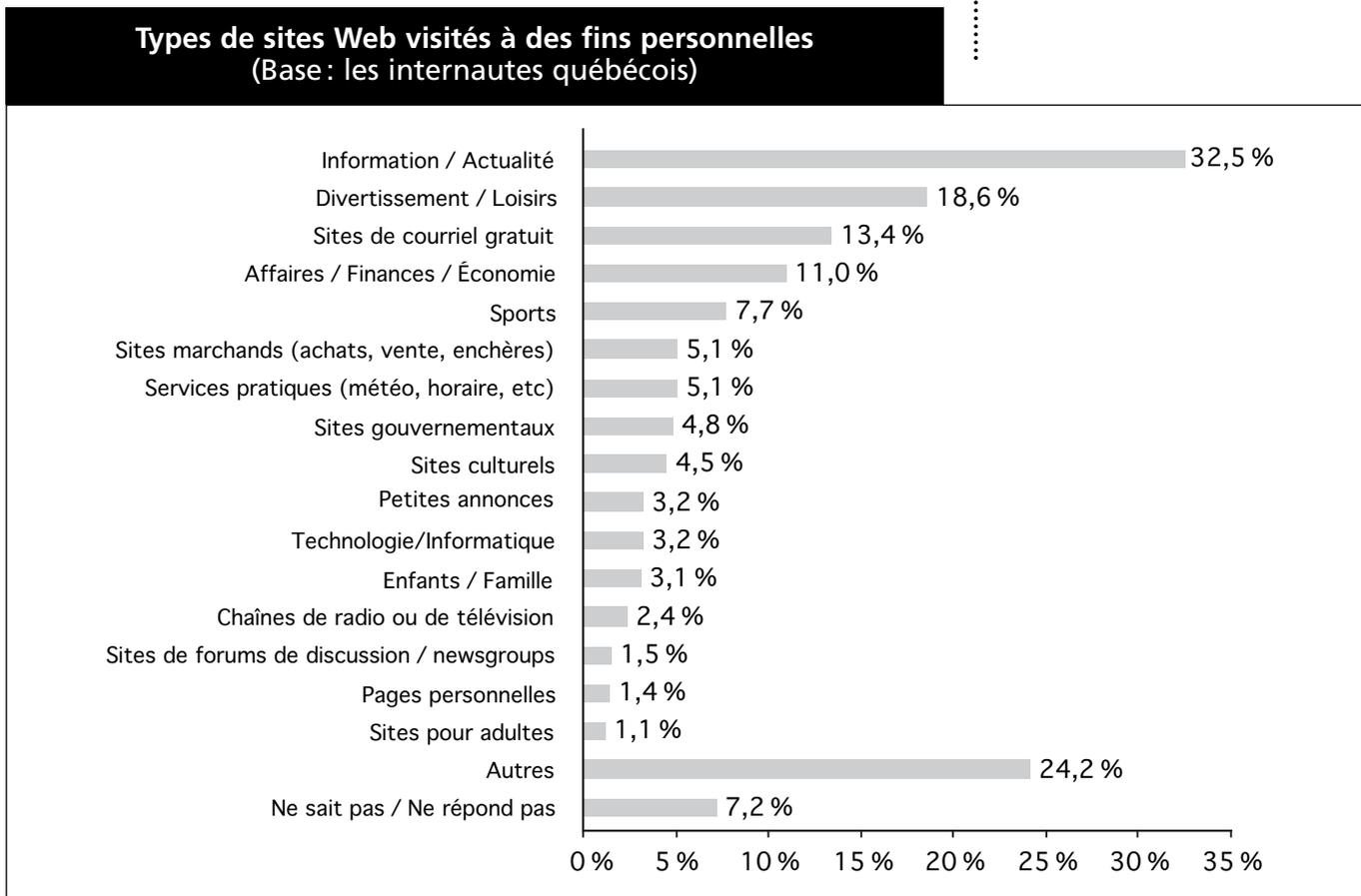


26. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIQ. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante:  
<https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

#### 4.6 Les sites fréquentés à des fins personnelles

Le classement des types de sites Web les plus fréquentés au Québec a subi peu de changements cette année. Ainsi qu'observé lors des quatre dernières années, les internautes québécois consultent surtout des sites d'information/actualité (32,5% en 2005) et des sites reliés au divertissement (18,6 %) pour leurs loisirs ou leur intérêt personnel. Par ailleurs, selon les résultats obtenus, les sites pour adultes semblent toujours très peu fréquentés, seulement 1,1 % des internautes avouant les consulter de temps à autre. Ce dernier résultat est certainement influencé par le phénomène de la désirabilité sociale qui fait en sorte que certains répondants hésitent à avouer certains comportements généralement perçus comme répréhensibles.

FIGURE 4.6



## 4.7 L'intensité de l'utilisation à des fins personnelles

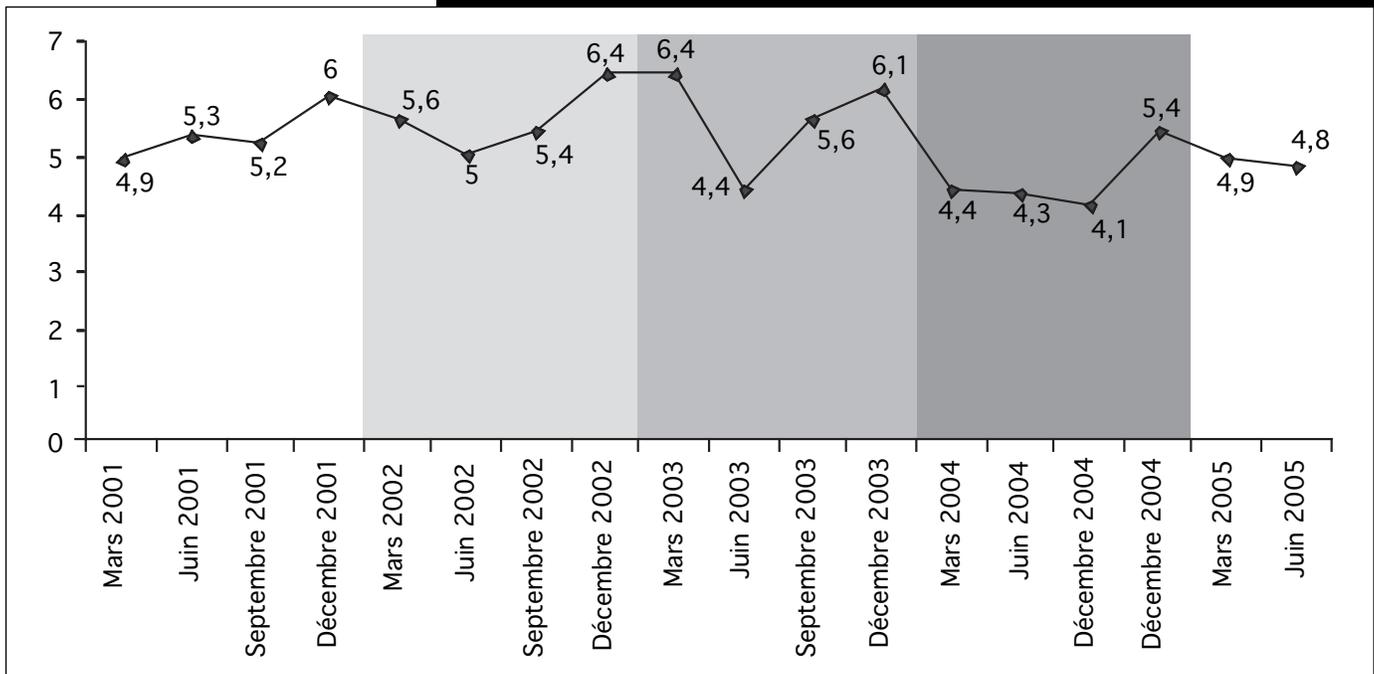
Alors que la tendance semblait indiquer que le temps passé sur Internet allait augmenter, l'inverse semble se produire depuis deux ans. En effet, en 2002 et 2003, en moyenne, les adultes québécois consacraient 5,6 heures par semaine à Internet pour des motifs autres que le travail ou les études alors qu'ils y ont consacré 4,9 heures en 2005. Comparativement à 2004, il s'agit de 18 minutes de moins par semaine passées en ligne pour des motifs personnels.

Il est bon de mentionner que quatre groupes naviguent davantage sur le Web à des fins personnelles : les jeunes adultes âgés entre 18 et 24 ans (8,1 heures en moyenne), les étudiants (8,3 heures), les personnes sans emploi (7,2 heures) et les gens qui habitent un ménage dont le revenu annuel est inférieur à 20 000 \$ (7,6 heures)<sup>27</sup>.

Les données amassées montrent donc que les Québécois sont loin d'être des cyberdépendants. Si on les compare aux Canadiens en général qui consacrent 12,7<sup>28</sup> heures par semaine à la navigation sur Internet, les adultes québécois semblent beaucoup plus raisonnables. Toutefois, l'enquête d'où provient cette donnée ne mentionne pas si ce temps passé en ligne inclut l'utilisation du courriel à des fins professionnelles.

FIGURE 4.7

**Moyenne d'heures d'utilisation d'Internet pour des motifs autres que le travail ou les études?**  
(Base : les internautes québécois)



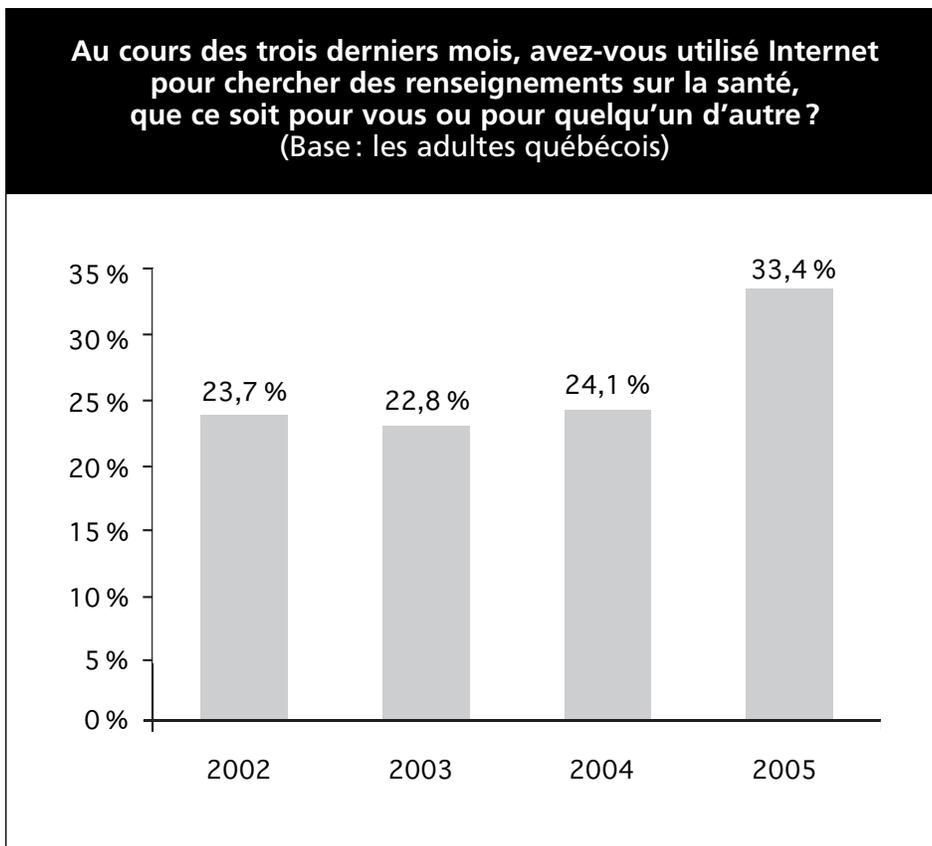
27. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.gc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

28. Ipsos Reid (2005). « The Internet continues to impact consumers' usage of other media », communiqué de presse, 9 août. [www.ipsos-na.com/news/pressrelease.cfm?id=2749](http://www.ipsos-na.com/news/pressrelease.cfm?id=2749)

## 4.8 Internet et la santé

L'utilisation d'Internet pour s'informer en matière de santé a pris beaucoup d'ampleur en 2005. Entre 2002 et 2004, la proportion d'adultes qui utilisaient le Web à cette fin était demeurée stable: le quart des adultes québécois s'informaient sur les questions de santé par le biais du Web. Toutefois, lorsque la question a été posée en février 2005, le tiers (33,4%) des adultes québécois ont affirmé se servir de cette source d'information. D'ailleurs, comme l'illustre la figure 4.8a, il s'agit d'une croissance de 9,3 points de pourcentage comparativement à la mesure de 2004.

FIGURE 4.8A

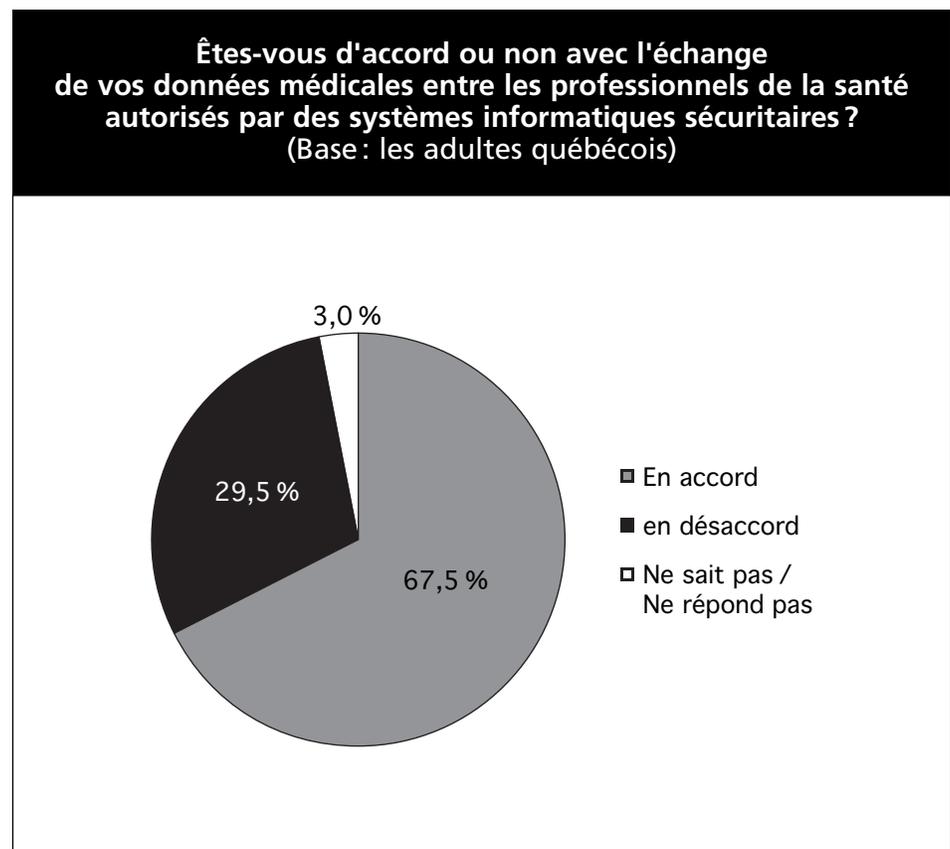


## Le partage de données médicales

Également en lien avec la santé, le CEFRIO a désiré connaître l'opinion de la population québécoise concernant le partage de données médicales entre les professionnels de la santé au moyen de systèmes informatiques. Cet échange de données contenues dans les dossiers médicaux sera permis au Québec en vertu de la loi 83 «Loi modifiant la Loi sur les services de santé et les services sociaux et d'autres dispositions législatives», loi adoptée à l'Assemblée nationale du Québec à la fin de l'année 2005.

Comme le montre la figure 4.8b, en décembre 2005, les deux tiers (67,5 %) des adultes du Québec voyaient d'un bon œil l'échange, au moyen de systèmes informatiques, de leurs données médicales entre les professionnels autorisés. Toutefois, 29,5 % des Québécois étaient en désaccord avec cette pratique. Les hommes (72,8 %) y sont d'ailleurs plus favorables que les femmes (62,6 %) <sup>29</sup>.

FIGURE 4.8B



29. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

#### 4.9 La fréquentation des sites gouvernementaux

En février 2005, comme l'indique la figure 4.9, 30,0 % des adultes québécois ont visité au moins un site Internet du gouvernement du Québec, tandis que 21,6 % ont visité un site du gouvernement fédéral. Dans les deux cas, il s'agit d'une hausse au niveau de la fréquentation de ces sites par rapport à 2004, quoiqu'elle soit plus importante pour les sites gouvernementaux québécois (4,5 points contre 0,8 point pour les sites du fédéraux). En 2004, 25,5 % des adultes québécois avaient visité au moins un site du gouvernement québécois et 20,8 % du gouvernement fédéral au cours d'un mois. Le plus grand nombre de services transactionnels en ligne (déclaration de revenu, changement d'adresse, etc.), les sites plus attrayants et une plus grande visibilité des sites Web du gouvernement du Québec semblent donc avoir porté fruit.

FIGURE 4.9



#### 4.10 Internet pour la planification des vacances

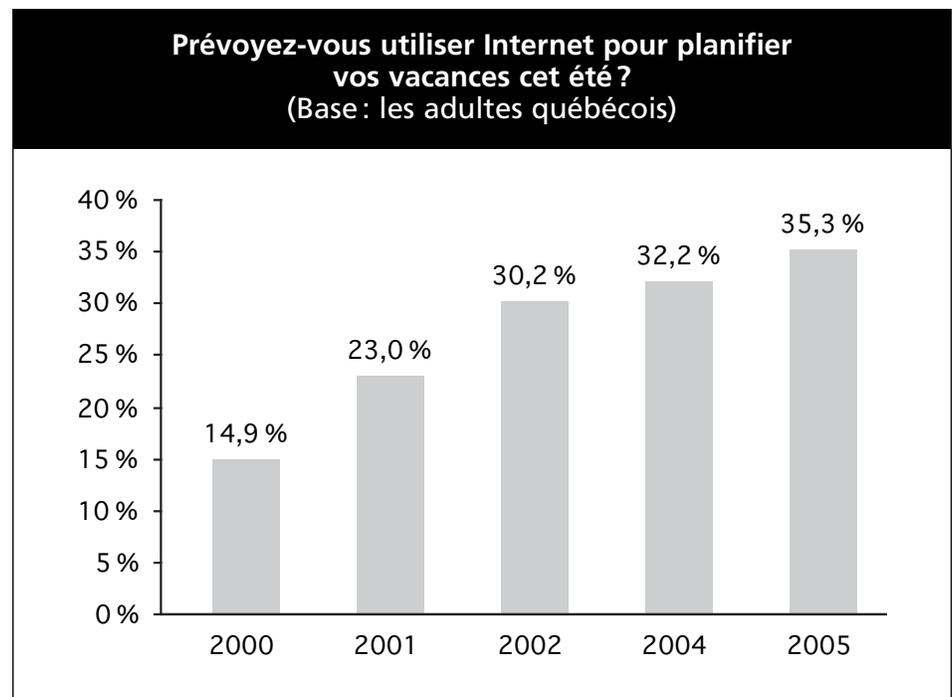
Internet est devenu pour plusieurs un outil incontournable lorsque vient le temps de préparer un voyage, que ce soit pour choisir une destination, tracer un itinéraire ou simplement réserver un billet d'avion, une chambre d'hôtel ou une voiture de location. À titre d'exemple, aux États-Unis, en 2005, environ 55 % des voyageurs américains ont utilisé Internet pour planifier leurs voyages<sup>30</sup>.

Au Québec, à l'aube de la saison estivale 2005, plus du tiers (35,3 %) des adultes du Québec prévoyaient planifier leurs vacances au moyen du Web. Il faut cependant noter que l'interprétation de ces résultats doit tenir compte du fait que la question a été posée à l'ensemble des Québécois, qu'ils aient ou non l'intention de prendre des vacances.

À titre indicatif, selon une étude canadienne publiée par TNS Canadian Facts et portant sur des résultats recueillis au début 2005, les activités en ligne les plus courantes pour les voyageurs sont la recherche de prix de voyage (52 %), le logement (51 %), la destination (48 %), la température (44 %) et les transports (44 %)<sup>31</sup>.

Enfin, mentionnons que la proportion d'utilisateurs d'Internet pour la planification des vacances a augmenté de 3,1 points entre 2004 et 2005. Toutefois, cette proportion a plus que doublé depuis l'an 2000 (14,9 %).

FIGURE 4.10



30. Péloquin, Claude (2005). «Touriste «branché», version 2005» *Le globe-veilleur*, 7 juin. [www.veilletourisme.ca/docs/globeveilleur\\_200705.pdf](http://www.veilletourisme.ca/docs/globeveilleur_200705.pdf)

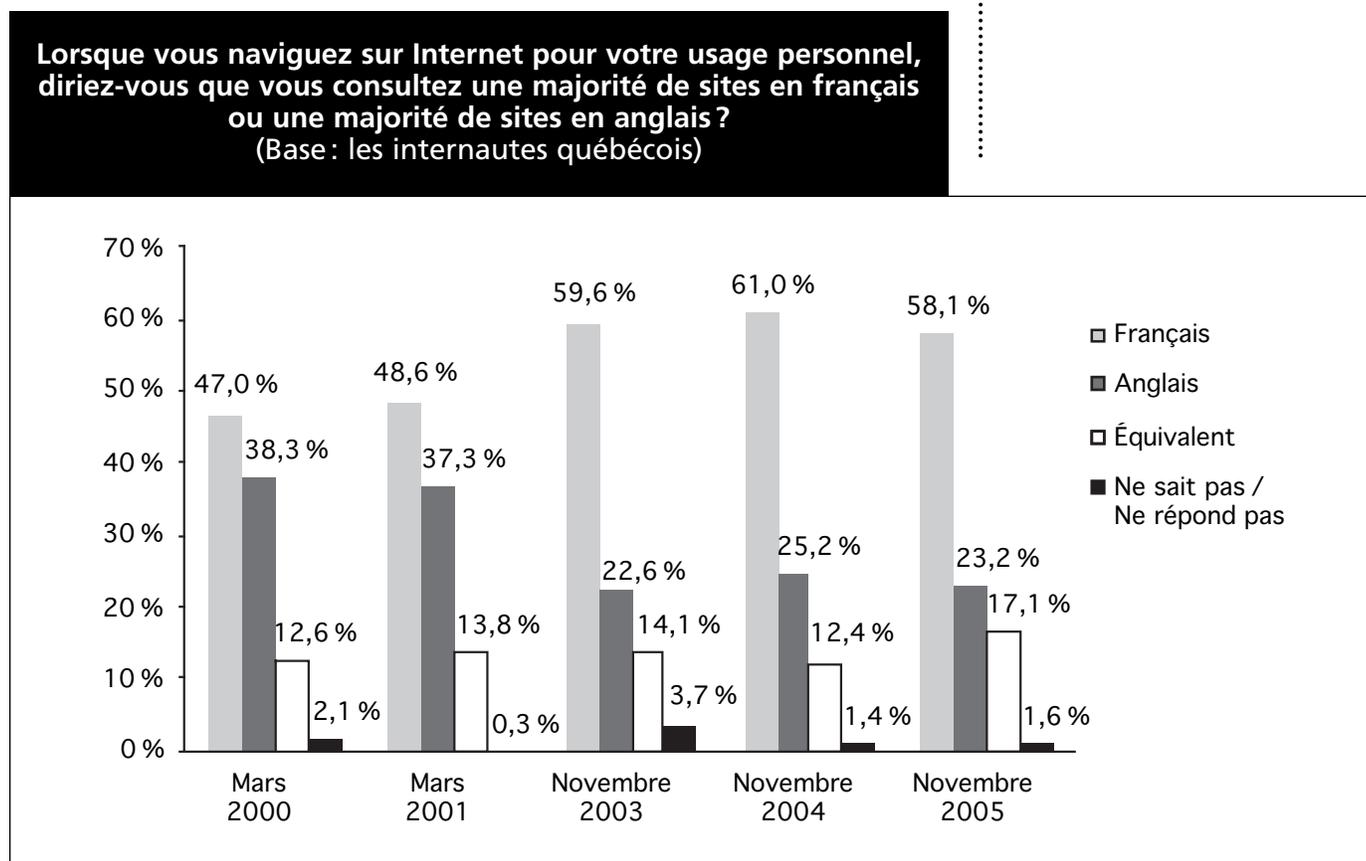
31. TNS Canadian Facts (2005). «Internet empowering Travellers: study», communiqué de presse, 2 juin. [www.tns-cf.com/news/05.06.02-internet\\_travel.pdf](http://www.tns-cf.com/news/05.06.02-internet_travel.pdf)

## 4.11 La langue de navigation

Comme l'indique la figure 4.11, l'année 2005 ressemble beaucoup aux deux années précédentes en ce qui concerne la langue de navigation sur Internet. Alors qu'en 2004, 61,0 % des internautes québécois naviguaient majoritairement sur des sites francophones, cette année, cette proportion se situe à 58,1 %. La diminution de 2,9 points est entre autres attribuable à une augmentation de la navigation de façon équivalente dans les deux langues, le français et l'anglais. Il faut tout de même se rappeler qu'en 2000 et 2001, moins de la moitié (respectivement 47,0 % et 48,6 %) des gens utilisaient habituellement des sites en français. L'augmentation de l'offre et l'amélioration de la qualité des sites diffusés dans la langue de Molière ont certainement contribué à ce changement des habitudes de navigation.

Peu de changement également pour les internautes qui naviguent sur des sites anglophones : ils sont légèrement moins nombreux cette année (23,2 %). Cette proportion reste toujours inférieure à celle qui prévalait en mars 2000 où près de quatre internautes sur dix (38,3 %) naviguaient majoritairement sur des sites en anglais.

FIGURE 4.11





## CHAPITRE 5

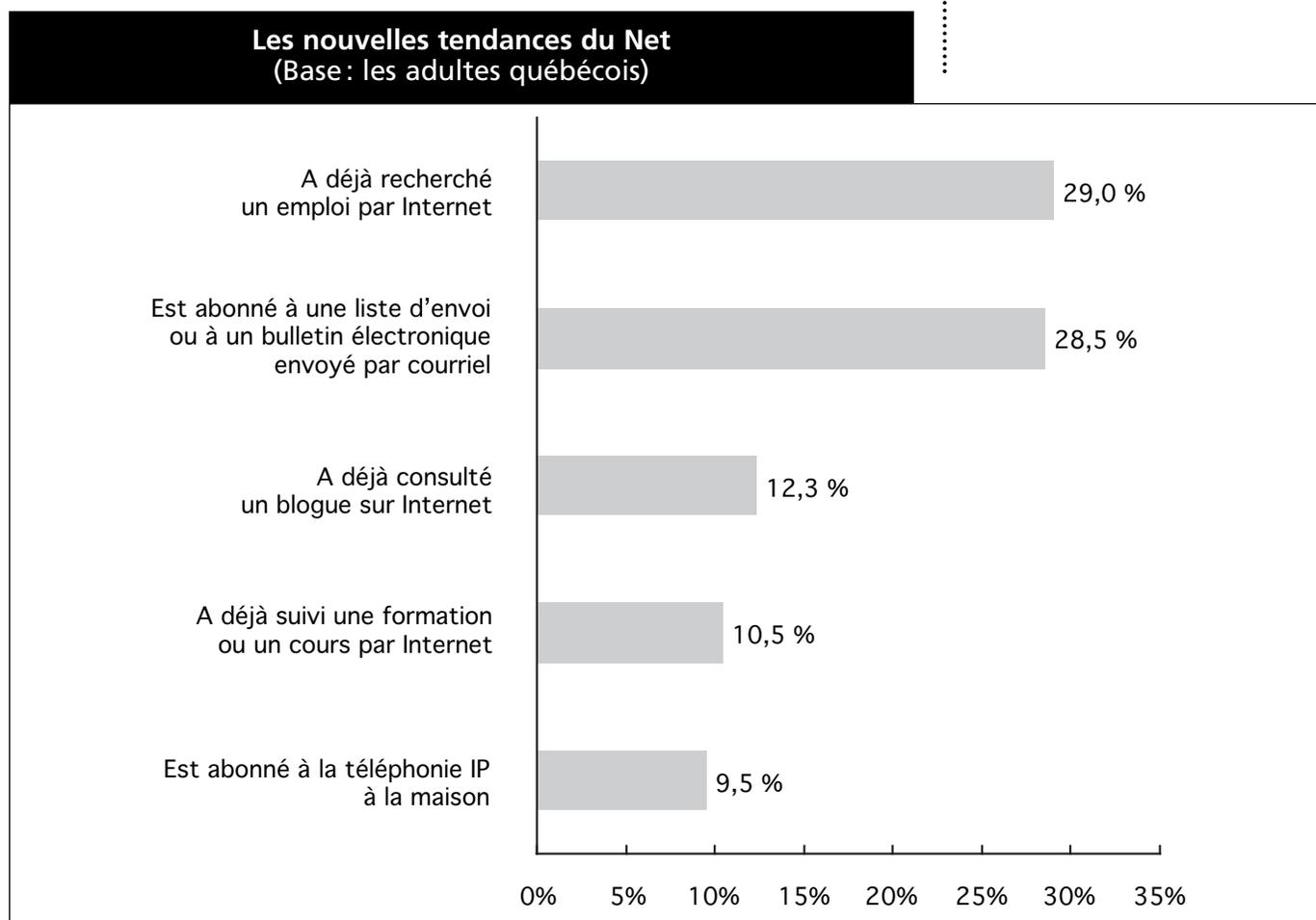
### NOUVELLES TENDANCES DU NET

#### 5.0 Aperçu général des nouvelles tendances de 2005

En 2005, le CEFRIO s'est intéressé à des tendances d'Internet qui n'avaient jamais été abordées avant dans le cadre de NETendances : la téléphonie IP, les blogues, les listes d'envoi, la recherche d'emploi et la formation en ligne. Les prochaines sections révéleront donc si ces phénomènes Web font partie intégrante de la vie des adultes du Québec et dans quelles proportions.

Comme l'indique la figure 5.0, une proportion semblable d'adultes québécois ont déjà recherché un emploi sur Internet (29,0 %) et se sont abonnés à une liste d'envoi par courriel (28,5 %). Par contre, moins de Québécois ont déjà consulté un blogue sur Internet (12,3 %) ou suivi une formation en ligne (10,5 %). Quant à la téléphonie IP, 9,5 % des Québécois disent y être abonnés.

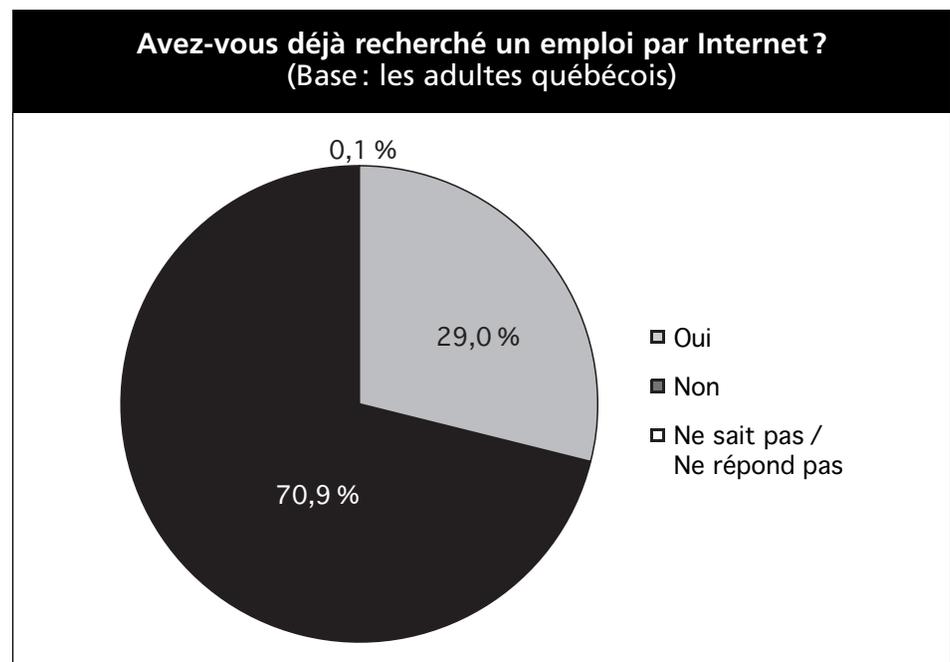
FIGURE 5.0



## 5.1 Internet et la recherche d'emploi

Jadis, la recherche d'emploi consistait à consulter les journaux pour être au courant des emplois offerts et à envoyer son curriculum par la poste, par télécopieur ou encore d'aller le remettre en mains propres. Depuis quelques années, une nouvelle option est apparue : Internet. Aujourd'hui, tous les grands journaux possèdent sur leur site Web une section « offre d'emplois », les entreprises indiquent en ligne les postes à combler et les personnes à la recherche d'emploi peuvent même rédiger et acheminer leur CV directement sur ces sites ou l'envoyer par courriel. Des sites dédiés uniquement à la recherche d'emploi ont également vu jour comme par exemple Workopolis.com, Jobboom.com ou Placement en ligne d'Emploi-Québec. Le CEFRIO a donc pris le pouls de la population du Québec à ce sujet.

FIGURE 5.1



Comme le montre la figure 5.1, près de trois adultes québécois sur dix (29,0 %) ont déjà recherché du travail au moyen d'Internet. Il s'agit d'un nombre relativement important si l'on tient compte du fait que ce ne sont pas tous les Québécois qui, au moment où la question a été posée, avaient eu à rechercher un emploi au cours des dernières années. Les résultats plus détaillés<sup>32</sup> témoignent que ce sont les adultes âgés de 34 ans et moins (18-24 ans, 47,6 %; 25 et 34 ans, 52,0 %) et les étudiants (55,7 %) qui utilisent davantage cette méthode de recherche d'emploi. En effet, les jeunes sont à la fois de plus grands utilisateurs d'Internet et les plus susceptibles de rechercher un emploi (emploi d'été, recherche d'un emploi après leurs études ou changement d'emploi après avoir acquis quelques années d'expérience).

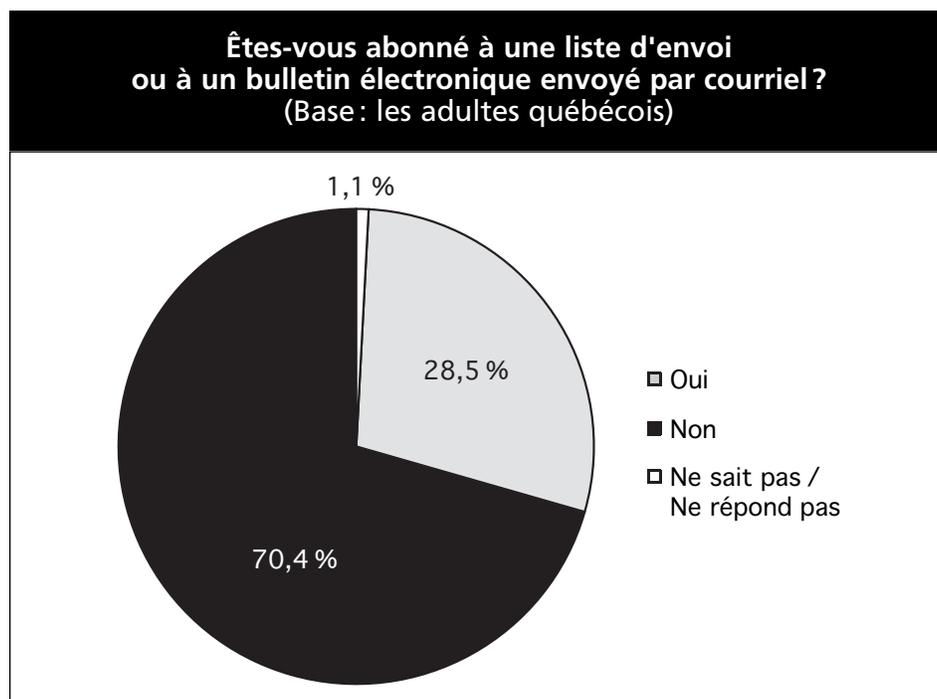
32. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

## 5.2 Les listes d'envoi

Un grand nombre de sites Web offrent la possibilité de s'abonner à une liste d'envoi afin d'être mis au courant des derniers ajouts sur le site, des nouveautés ou des informations particulières dès leur mise en ligne. Le CEFRIO a donc décidé de poser la question aux Québécois afin de savoir quelle proportion de ceux-ci y étaient inscrits. Selon les données recueillies, en décembre 2005, 28,5 % des adultes québécois étaient abonnés à une liste d'envoi ou à un bulletin électronique acheminé au moyen du courrier électronique. Toutefois, les résultats ne nous permettent pas de déterminer s'ils ont souscrit à de tels abonnements dans le cadre de leurs activités professionnelles ou sur une base personnelle.

À l'échelle canadienne, une étude<sup>33</sup> a montré qu'en 2004, 79 % des adultes internautes canadiens s'étaient volontairement abonnés à une liste d'envoi. Selon la même publication, ces abonnés sont inscrits en moyenne sur 9 sites Web. Au Québec, environ 40 % des internautes sont abonnés à de telles listes. Donc, les internautes des autres provinces canadiennes semblent davantage intéressés à cette option offerte par certains sites.

FIGURE 5.2



33. Ipsos Reid (2005). *The canadian interactive Reid report Internet fact guide: the definitive resource on Canadians and the Internet*, 6 p. [www.ipsos.ca/pdf/CIFG.pdf](http://www.ipsos.ca/pdf/CIFG.pdf)

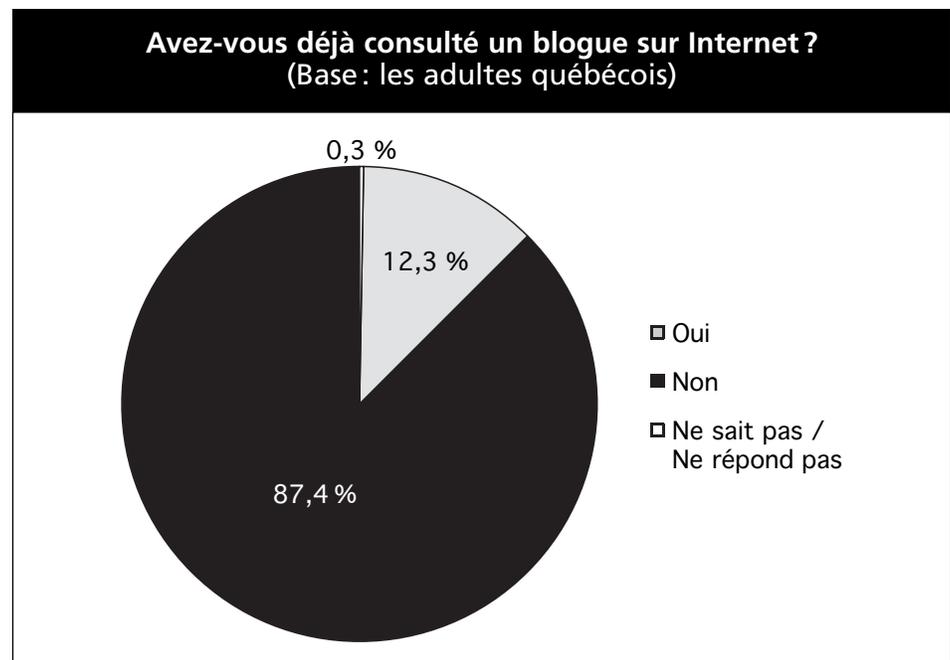
### 5.3 Les blogues

Les blogues, ou carnets Web, constituent un phénomène assez récent, mais en pleine effervescence. En fait, il s'agit de sites Web où les gens peuvent tenir un journal personnel et s'exprimer librement sur les sujets qui les intéressent tout en permettant à leurs lecteurs de réagir à leur propos. NETendances a voulu connaître l'intérêt des Québécois pour la blogosphère.

L'enquête révèle qu'en juin 2005, 12,3 % des adultes québécois avaient déjà consulté un blogue. Les hommes visitent en plus grand nombre les carnets Web que les femmes (16,1 % contre 8,8 %) <sup>34</sup>. Les jeunes adultes âgés entre 18 et 24 ans (27,5 %) ainsi que les étudiants (30,9 %) semblent, eux aussi, avoir un grand intérêt pour ce type de site Web.

Si l'on considère uniquement la population internaute, la proportion de gens qui lisent les blogues grimpe à 16,4 %. Les Québécois sont moins nombreux à visiter les carnets Web puisqu'à titre comparatif, les résultats d'une étude <sup>35</sup> américaine effectuée en avril 2005 ont révélé que 30 % de la population internaute des États-Unis avait déjà consulté un blogue.

FIGURE 5.3



34. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

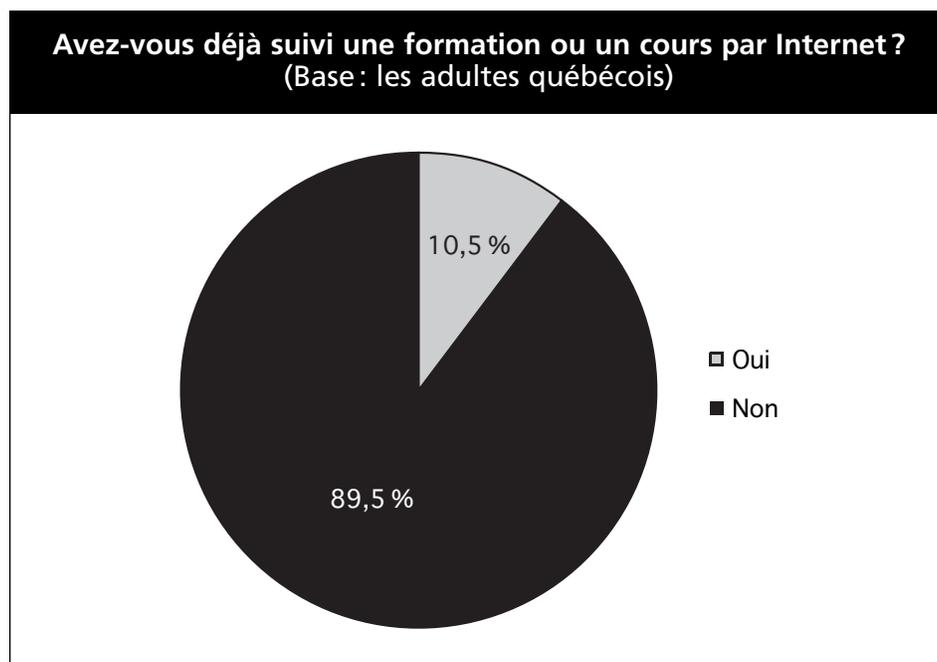
35. Ipsos Insight (2005). « Blogs Now Seen By Readers As Influential Media Source », communiqué de presse, 24 mai. [www.ipsos-insight.com/pressrelease.aspx?id=2683](http://www.ipsos-insight.com/pressrelease.aspx?id=2683)

## 5.4 La formation en ligne

Depuis quelques années, les institutions d'enseignement développent des cours offerts sur ordinateur, rendus disponibles par Internet, sur support multimédia ou sur un réseau local. Des cours en ligne sont également offerts dans plusieurs entreprises, puisqu'ils permettent de réduire les coûts associés à la formation notamment en évitant le déplacement des employés (frais de transport et d'hébergement). Alors, combien d'adultes québécois ont testé cette nouvelle méthode d'enseignement ?

La figure 5.4 permet de répondre à cette question. En août 2005, seulement un Québécois sur dix (10,5 %) avait déjà suivi une formation ou un cours par Internet. Puisque la formation en ligne est un phénomène relativement jeune et qu'au cours des dernières années elle a surtout été offerte dans les universités, il n'est pas étonnant que les plus grandes proportions de gens qui ont suivi une telle formation soient observées chez les jeunes adultes (18-24 ans, 23,6 % ; 25-34 ans, 19,5 %), les étudiants (29,6 %) et les diplômés universitaires (21,8 %) <sup>36</sup>. Enfin, les hommes (13,8 %) sont presque deux fois plus nombreux que les femmes (7,5 %) à avoir suivi un cours en ligne. Il reste à voir au cours des prochaines années si le phénomène prendra de l'ampleur.

FIGURE 5.4



36. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000 \$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

## 5.5 La téléphonie IP

Les services de téléphonie IP ont commencé à être offerts au Québec au début de l'année 2005. Le CEFRIO a ainsi désiré connaître la popularité de cette nouvelle technologie à travers la province. Il est à noter qu'avant de poser la question aux répondants, la téléphonie IP leur était systématiquement définie comme un système téléphonique qui utilise la technique de la voix sur IP et qui se distingue du réseau téléphonique habituel (ex. : Bell, Télébec) ou de la téléphonie cellulaire. Il était dit également que la téléphonie IP inclut les services de téléphonie par câble (ex. : Vidéotron), par Internet ou par un autre type de réseau. Enfin, le fait que la téléphonie IP est une nouvelle technologie et qu'elle est assez complexe, il est possible que les répondants aient une mauvaise compréhension du concept, et ce, malgré les explications fournies. Cette situation peut donc influencer quelque peu les résultats.

FIGURE 5.5



Ainsi, selon les résultats de NETendances, à peine un an après son lancement, près d'un adulte québécois sur dix (9,5 %) a choisi d'employer la téléphonie IP à son domicile plutôt que les services téléphoniques traditionnels. En effet, la figure 5.5 montre des résultats mesurés au mois d'octobre.

Les adultes québécois établis dans la région métropolitaine sont plus nombreux à y être abonnés (13,2 %), probablement parce que les services ont d'abord été offerts aux citoyens de la Métropole. La téléphonie sur IP atteint une proportion d'abonnement supérieure dans les ménages dont le revenu annuel familial dépasse les 60 000\$ puisque 14,6 % d'entre eux utilisent ce service pour effectuer leurs appels<sup>37</sup>.

Toutefois, si les intentions d'abonnement se concrétisent, le quart (25,0 %) des ménages de la province pourraient utiliser cette nouvelle technologie dès l'an prochain. En effet, 15,5 % des Québécois âgés de plus de 18 ans ont affirmé avoir l'intention de s'y abonner au cours de la prochaine année.

37. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>



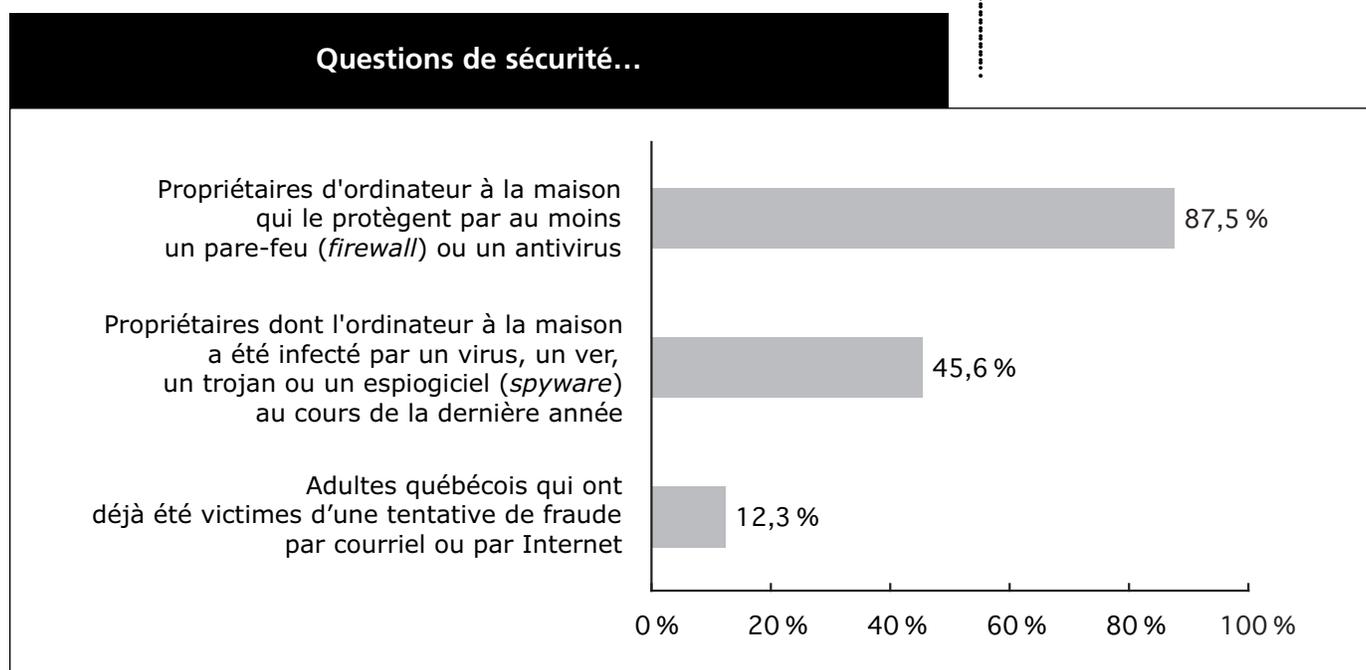
## CHAPITRE 6

### LA SÉCURITÉ INFORMATIQUE

#### 6.0 Aperçu général

Depuis quelque temps, il ne se passe pas une semaine sans qu'on entende parler d'attaque informatique, de virus ou d'hameçonnage. Pour cette raison, le CEFRIQ a ajouté cette année à son enquête NETendances un volet sur la sécurité informatique. Tous les résultats contenus dans ce chapitre ont été recueillis au mois de septembre 2005.

FIGURE 6.0



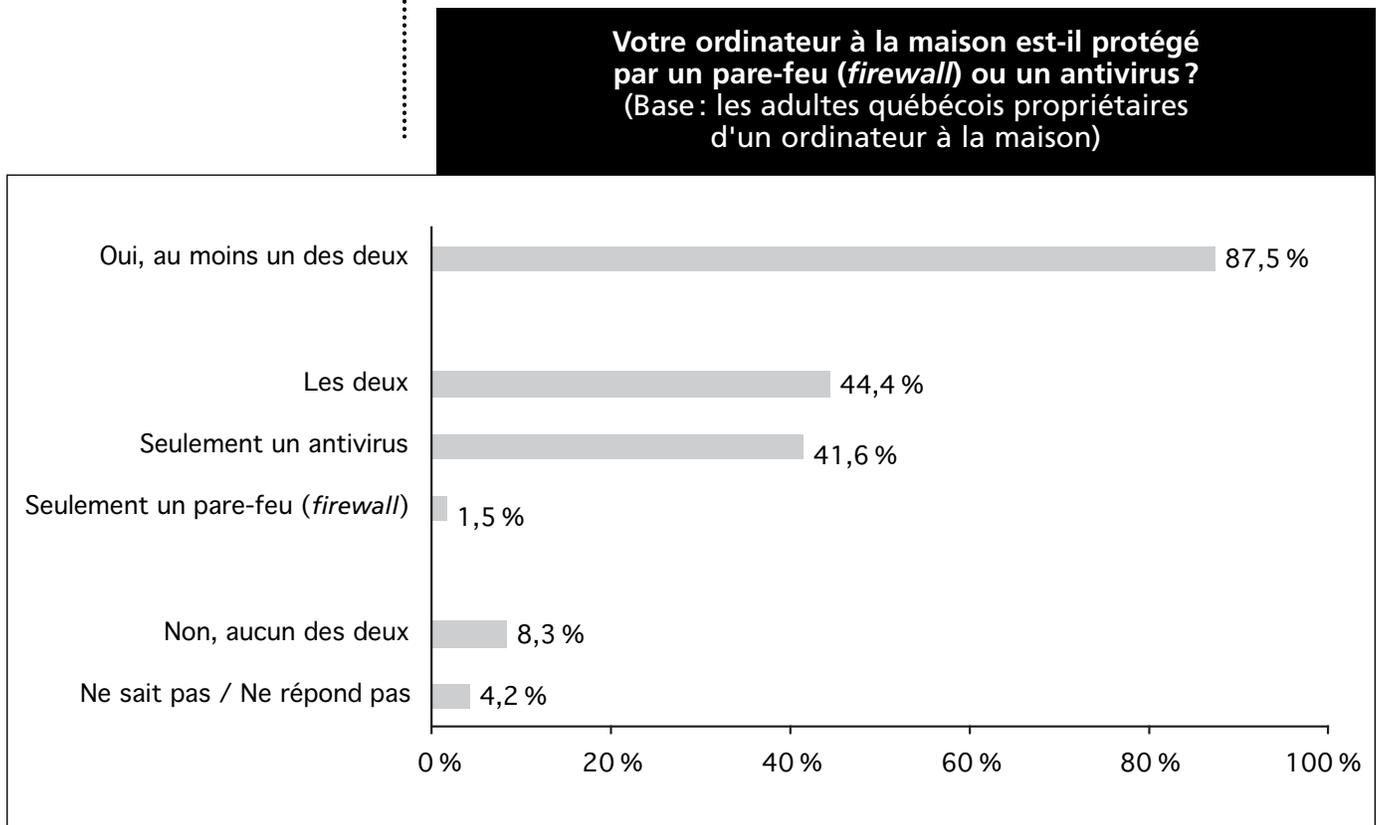
La figure précédente montre donc que les ordinateurs munis de dispositifs de protection, comme un pare-feu ou un antivirus, ne sont pas totalement à l'abri des infections par un ver, un virus, un trojan ou un espioniciel. En effet, même si la grande majorité des propriétaires d'ordinateur le protègent (87,5%), près de la moitié d'entre eux (45,6%) ont néanmoins été victimes de cyberattaques au cours de la dernière année. Mentionnons également que 12,3% des adultes québécois ont déjà été victimes d'une tentative de fraude par courriel ou par Internet.

## 6.1 La protection de son ordinateur

La population québécoise semble très sensibilisée à l'importance de protéger son ordinateur, principalement lorsque celui-ci sert à naviguer sur Internet. En effet, 87,5 % des adultes québécois qui possèdent un tel appareil informatique ont affirmé qu'il est protégé par au moins un antivirus ou un pare-feu (*firewall*). L'antivirus est le dispositif de protection le plus présent puisque 41,6 % des propriétaires d'ordinateur possèdent un antivirus uniquement et 44,4 % possèdent à la fois un antivirus et un pare-feu. Une très faible proportion d'ordinateurs possèdent uniquement un pare-feu (1,5 %).

Enfin, 8,3 % des gens ne protègent pas leur ordinateur au moyen d'antivirus ou de pare-feu. Nos données ne permettent pas de déterminer si ces ordinateurs sont branchés à Internet. Si ce n'est pas le cas, la situation est un peu moins alarmante, quoique quand même préoccupante.

FIGURE 6.1

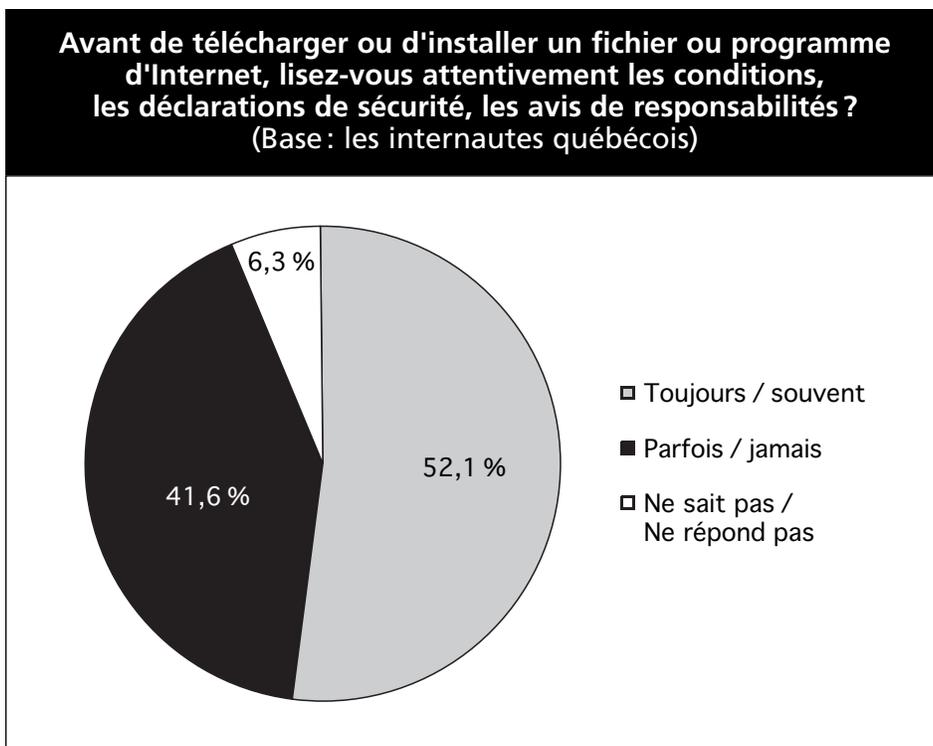


## 6.2 La vigilance sur Internet

Avant de procéder au téléchargement ou à l'installation de fichiers ou de programmes d'Internet, de longues listes de conditions, d'avis de responsabilités ou de déclarations de sécurité sont souvent présentées à l'internaute. NETendances a donc interrogé les adultes québécois afin de savoir s'ils prennent le temps de lire ces conditions ou s'ils les acceptent à l'aveuglette.

La figure 6.2 nous apprend donc que la majorité des internautes québécois s'informent sur ce qu'ils installent ou téléchargent sur leur ordinateur, puisque plus de la moitié (52,1 %) d'entre eux lisent toujours ou souvent les conditions, les déclarations et les avis qui s'y rattachent. Les jeunes adultes et les étudiants semblent moins préoccupés par ces avertissements, car 53,7 % des 18-24 ans, 55,8 % des 25-34 ans et 62,9 % des étudiants lisent parfois ou jamais ces lignes<sup>38</sup>. Les hommes semblent également moins craintifs que les femmes lorsque vient le temps de télécharger ou d'installer des fichiers ou des programmes provenant du Web: 47,1 % d'entre eux lisent parfois ou jamais les conditions, contre 36,0 % d'entre elles.

FIGURE 6.2



38. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante: <https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

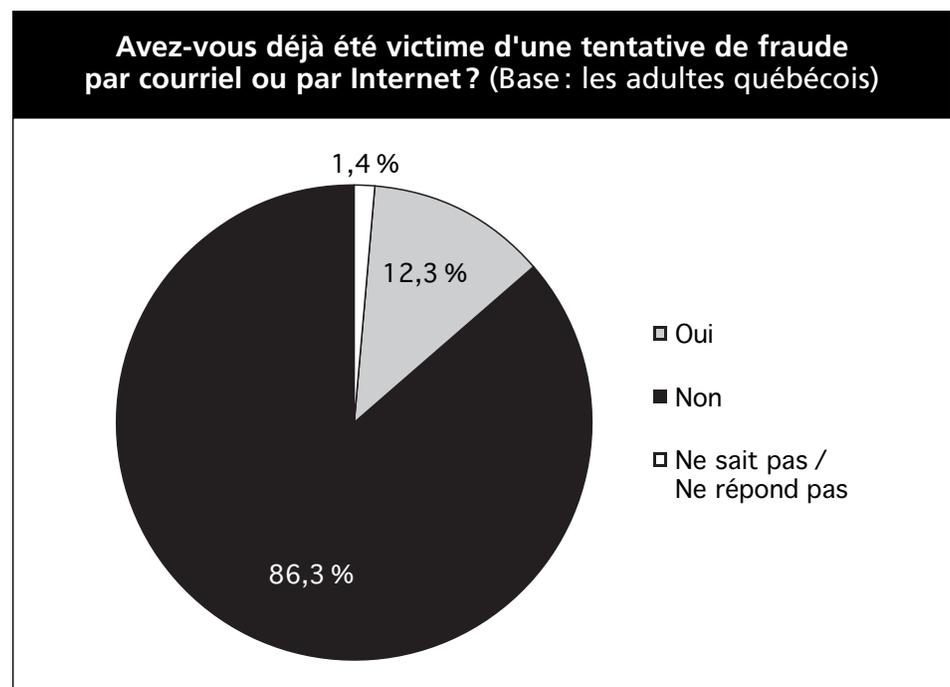
### 6.3 La fraude sur Internet

Au cours des dernières années, différentes méthodes se sont développées sur Internet pour tenter de frauder des internautes moins avertis. Parmi ces techniques, on retrouve le hameçonnage ou « phishing », qui consiste pour le fraudeur à se faire passer auprès de ses victimes comme quelqu'un digne de confiance et qui a un besoin légitime d'obtenir certains renseignements personnels. Au Québec, les institutions financières avertissent même leurs clients de s'en méfier. Mais quelle en est l'ampleur au Québec ?

Comme en témoigne la figure 6.3, 12,3 % des adultes québécois ont déjà été victimes d'une tentative de fraude par courriel ou par Internet. En nombre absolu, ce pourcentage signifie que plus de 730 000 personnes se sont fait piéger ou ont failli l'être.

Les adultes âgés entre 18 et 24 ans (26,7 %) tout comme les étudiants (33,3 %) ont été victimes d'une tentative de fraude sur Internet dans une plus grande proportion que les autres<sup>39</sup>. Comme mentionné précédemment à la section 4.6, le temps de navigation hebdomadaire moyen supérieur pour ces internautes n'est sûrement pas étranger à ce fait : ils sont plus souvent exposés au risque d'être victimes de fraude en ligne. Les types de sites Web fréquentés peuvent également être en cause. La vigilance est donc toujours de mise !

FIGURE 6.3



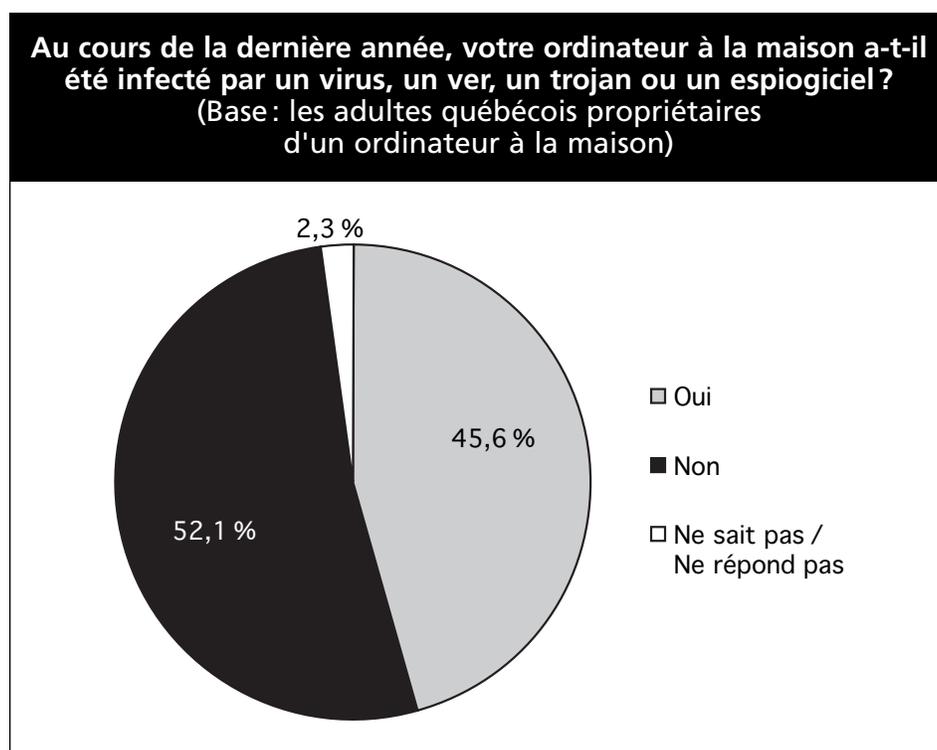
39. Pour obtenir davantage de statistiques segmentées (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.), consultez l'annexe statistique comprise dans la version intégrale du rapport NETendances. Le rapport complet est disponible gratuitement pour les membres du CEFRIO. Les non-membres peuvent également se le procurer au coût de 1000\$ en se rendant à l'adresse suivante : <https://extranet.cefr.io.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

## 6.4 Virus, vers, espioniciels et trojans

Le magazine *Protégez-Vous*<sup>40</sup>, en collaboration avec l'Institut de sécurité de l'information du Québec, a visité 33 foyers à Montréal et les environs et a effectué un balayage des ordinateurs. Au total, 79% des ordinateurs étaient mal protégés. Ils ont également trouvé des espioniciels dans 70% des ordinateurs avec 467 fichiers indésirables, en moyenne, par appareil infecté.

NETendances a également enquêté sur la question en 2005. À la section 5.1 on a vu que 87,5% des propriétaires d'ordinateurs à la maison avaient protégé leur appareil par au moins un pare-feu ou un antivirus. Toutefois, la figure qui suit témoigne que, même protégés, les ordinateurs ne sont pas à l'abri de tous les maux. Au cours de la dernière année, 45,6% des adultes québécois qui sont propriétaires d'ordinateur à leur domicile ont vu leur appareil être infecté par un virus, un ver, un trojan ou un espioniciel. Puisque de nouveaux virus font leur apparition à tous les jours et que des failles sont découvertes et réparées régulièrement dans le système d'exploitation Windows, le fait que certaines personnes négligent les mises à jour de leur dispositif de protection ou de leur système d'exploitation peut expliquer en partie ces résultats. Face à cette problématique, la mise à jour régulière des dispositifs de protection et de son système d'exploitation, ainsi que la vigilance deviennent primordiales.

FIGURE 6.4



40. Perron, Frédéric (2005). « La porte grande ouverte », *Protégez-Vous*, octobre 2005, p. 14.



## CONCLUSION

---

En 2005, l'enquête NETendances fait une fois de plus la preuve que les Québécois éprouvent un engouement grandissant pour Internet. Le taux annuel moyen d'utilisation d'Internet a connu la croissance annuelle la plus importante depuis 2002. Le sondage montre également que les activités des Québécois sur le Net évoluent: téléphonie IP, consultation de blogues, abonnement à des bulletins électroniques, apprentissage en ligne, visionnement et téléchargement de vidéos s'intègrent graduellement dans le quotidien des Québécois.

Bien sûr, la communication par courriel et l'usage des services bancaires en ligne se positionnent encore comme les activités les plus pratiquées par les Québécois sur Internet et continuent de croître en popularité. L'édition 2006 de NETendances continuera à observer de près les pratiques des Québécois en ligne – les habituelles comme les nouvelles – et à en analyser l'évolution. Est-ce que les intentions des Québécois de s'abonner à la téléphonie IP se concrétiseront? Les propriétaires d'ordinateur seront-ils plus vigilants au cours de la prochaine année et seront-ils moins victimes de fraudes ou de cyberattaques? C'est ce que NETendances tentera également de mesurer en 2006.

Enfin, souhaitons que le fossé numérique entre inforiches et infopauvres se résorbera dans les mois à venir et qu'un plus grand nombre de femmes, de moins nantis, de moins scolarisés et de plus âgés puissent accéder à l'inforoute.

Afin de pousser un peu plus loin son analyse de la différenciation qui existe quant à l'usage d'Internet par les Québécois, NETendances 2005 a réalisé une étude complémentaire sur les régions du Québec. Cette analyse est offerte aux lecteurs désireux d'en apprendre plus sur le sujet sous la forme d'un fascicule complémentaire<sup>41</sup>.

**À suivre sur le site en cours d'année :**  
**[www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp](http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp)**

---

41. Ce fascicule peut être téléchargé gratuitement par les membres du CEFRIO ou au coût de 25 \$ pour les non-membres à l'adresse suivante :  
[www.cefrio.qc.ca/rapports/regions\\_NETendances2005.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/regions_NETendances2005.pdf)



---

## QUELQUES MOTS SUR LA MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE

---

Dans le cadre du sondage omnibus de Léger Marketing, l'enquête NETendances a interrogé au téléphone plus de 12 000 répondants adultes au cours de 2005, à raison d'environ 1000 Québécois chaque mois. L'échantillon de numéros de téléphone a été généré aléatoirement à l'aide d'Échantillonneur Canada qui permet de rejoindre tous les ménages privés possédant le téléphone, y compris ceux dont le numéro ne figure pas dans l'annuaire.

Chaque mois, le taux de réponse à l'enquête s'est avéré supérieur à 60 %. Les résultats sont pondérés selon le sexe, la langue et la région de résidence des répondants de façon à en assurer la représentativité.

De façon générale, les résultats mensuels globaux sont affectés d'une marge d'erreur maximale de l'ordre de 3,8 % alors que les résultats portant sur les pratiques des internautes comportent une marge de l'ordre de 5,5 %.



## BIBLIOGRAPHIE

---

Alliance numériQC et CEFRIO (2005). *Indicateurs numériQC 2005*.  
[www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs\\_2005.pdf](http://www.numeriqc.ca/documents/evenements/2005/Indicateurs_2005.pdf)

CEFRIQ (2004). *NetAdos 2004: Portrait des 12-17 ans sur Internet*.  
[www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_rapport.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_rapport.pdf)

ComScore Media Metrix (2005). «Banking online is banking on time: Canada is the world leader in online banking», communiqué de presse, 25 octobre.

[www.newswire.ca/fr/releases/archive/October2005/25/c5821.html](http://www.newswire.ca/fr/releases/archive/October2005/25/c5821.html)

Ipsos Insight (2005). «Blogs Now Seen By Readers As Influential Media Source», communiqué de presse, 24 mai.

[www.ipsos-insight.com/pressrelease.aspx?id=2683](http://www.ipsos-insight.com/pressrelease.aspx?id=2683)

Ipsos Reid (2005). *The canadian interactive Reid report Internet fact guide: the definitive resource on Canadians and the Internet*, 6 p.

[www.ipsos.ca/reid/interactive/ifg.cfm](http://www.ipsos.ca/reid/interactive/ifg.cfm)

Ipsos Reid (2005). «The Internet continues to impact consumers' usage of other media», communiqué de presse, 9 août.

[www.ipsos-na.com/news/pressrelease.cfm?id=2749](http://www.ipsos-na.com/news/pressrelease.cfm?id=2749)

Lebo, Harlan, *The Digital Future Report. Surveying the Digital Future. Year Four. Ten Years, Ten Trends*, USC Annenberg School Center for the Digital Future, September 2004, 105 p.

[www.digitalcenter.org/downloads/DigitalFutureReport-Year4-2004.pdf](http://www.digitalcenter.org/downloads/DigitalFutureReport-Year4-2004.pdf)

Leduc, Christian (2006). «Baisse des ventes de CD aux États-Unis: 2005 la pire année depuis 1996», *Branchez-vous!*, 5 janvier.

[www.branchez-vous.com/actu/06-01/10-132502.html](http://www.branchez-vous.com/actu/06-01/10-132502.html)

Péloquin, Claude (2005). «Touriste «branché», version 2005», *Le globe-veilleur*, 7 juin.

[www.veilletourisme.ca/docs/globeveilleur\\_200705.pdf](http://www.veilletourisme.ca/docs/globeveilleur_200705.pdf)

Perron, Frédéric (2005). «La porte grande ouverte», *Protégez-Vous*, octobre 2005, p. 14.

Pew Internet & American Life Project (2005), *Selling items online*, 5 p.

[www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_SellingOnline\\_Nov05.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SellingOnline_Nov05.pdf)

Réseau éducation-médias (2005). *Jeunes Canadiens dans un monde branché – Phase II*.

[www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits\\_saillants.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/recherche/JCMB/phaseII/faits_saillants.cfm)

Statistique Canada (2004). « Achats en ligne : magasinage des ménages sur Internet, 2003 », *Le Quotidien*, 23 septembre.  
[www.statcan.ca/Daily/Francais/040923/q040923a.htm](http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040923/q040923a.htm)

Statistique Canada (2005). *Le commerce électronique : les ventes interentreprises dominant*, Ottawa, 8 p.  
[www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-621-MIF2005033](http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-621-MIF2005033)

TNS Canadian Facts (2005). « Internet empowering Travellers: study », communiqué de presse, 2 juin.  
[www.tns-cf.com/news/05.06.02-internet\\_travel.pdf](http://www.tns-cf.com/news/05.06.02-internet_travel.pdf)

Zamaria, Charles, André H. Caron et Fred Fletcher (2005). *Canada en-ligne! Une analyse comparative des usagers et non-usagers d'Internet au Canada et dans le monde : comportements, attitudes et tendances 2004*, Projet Internet Canada, 330 p.  
[www.cipic.ca/en/documents/PIC%20REPORT%20FINAL%2011012005%20FRENCH.pdf](http://www.cipic.ca/en/documents/PIC%20REPORT%20FINAL%2011012005%20FRENCH.pdf)