

NETendances 2015

UNE INITIATIVE DU **cefrio** DEPUIS 15 ANS



ÉQUIPEMENT ET BRANCHEMENT INTERNET DES FOYERS QUÉBÉCOIS

VOLUME 6 – NUMÉRO 2



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

B

I

P

BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



Votre partenaire
depuis *plus de 25 ans*

- ✓ Sondages
- ✓ Recherche sociale
- ✓ Recherche marketing
- ✓ Mesure de la satisfaction

630, rue Sherbrooke Ouest, bur. 210
Montréal (Québec) H3A 1E4

Tél. : 514 288-1980
Télec. : 514 288-6607

www.bip-sondage.com

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	4
LA GRANDE MAJORITÉ DES FOYERS QUÉBÉCOIS SONT BRANCHÉS À INTERNET	5
Quel est le profil des foyers non connectés à Internet?.....	5
Les connexions Internet principalement à haute vitesse.....	5
DES FOYERS DISPOSANT D'UNE GAMME VARIÉE D'APPAREILS	6
Le taux d'adoption des appareils mobiles, une croissance qui se poursuit.....	6
Moins d'ordinateurs de table chez les Québécois.....	7
La télévision connectée gagne en popularité.....	8
Plusieurs appareils branchés aux téléviseurs dans les foyers québécois.....	8
INTERNET PREND UNE PLACE CROISSANTE DANS L'HORAIRE DES ADULTES QUÉBÉCOIS	9
Qui passe le plus de temps à utiliser Internet?.....	9
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	10
Équipements présents dans les foyers québécois.....	10
Branchement des foyers et utilisation d'Internet.....	11
THÈMES DES FASCICULES NETENDANCES	12

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « équipement et branchement » de l'enquête *NETendances 2015*, nous avons utilisé une collecte de données réalisée en juin 2015 au cours de laquelle nous avons interrogé au téléphone 1 000 adultes québécois. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1$ % pour la base des adultes et à $\pm 3,27$ % pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions : la RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]); la RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]); l'Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine); le Centre du Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]); et l'Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

NOTES EXPLICATIVES

- **Foyers québécois** : groupes de personnes qui cohabitent dans un logement ou l'occupent.
- **Adultes québécois** : ensemble des répondants de 18 ans et plus qui utilisent Internet ou non.
- **Internautes québécois** : personnes de 18 ans et plus qui utilisent Internet.

LEXIQUE DES ÉQUIPEMENTS ET DES BRANCHEMENTS

- **Téléviseur connecté** : modèle de téléviseur permettant de se connecter directement à Internet sans avoir recours à l'utilisation d'un autre appareil.
- **Décodeur numérique** : boîtier électronique qui permet d'avoir accès à du contenu télévisuel.
- **Enregistreur numérique personnel** : appareil permettant d'enregistrer et de stocker des émissions diffusées à la télévision.
- **Lecteur multimédia en continu** : Appareil permettant de connecter un téléviseur régulier à Internet et d'obtenir des fonctionnalités similaires à celles d'un téléviseur connecté (par exemple : Apple TV, Roku, Chromecast, Fire TV, WD TV).
- **Terminal intelligent ou smarthub** : appareil permettant de se connecter à Internet sans fil sur un réseau 3G ou 4G à partir de plusieurs appareils en branchant le terminal dans une prise de courant électrique.

ÉQUIPEMENT ET BRANCHEMENT INTERNET DES FOYERS QUÉBÉCOIS

L'enquête *NETendances 2015* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, l'Office québécois de la langue française et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale.

COLLABORATION ÉQUIPE DE PROJET

Josée Beaudoin
Vice-présidente, Innovation et Transfert
CEFRIQ
Supervision du projet

Claire Bourget
Directrice principale, recherche marketing
CEFRIQ
Coordination du projet

Guillaume Mallette-Vanier
Chargé de projet, CEFRIQ
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme
Directeur des communications et des relations avec les partenaires, CEFRIQ

Annie Lavoie
Conseillère en communication, CEFRIQ
Coordination de l'édition

Marie-Guy Maynard
Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

Merci à l'équipe de BIP pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données.

Dépôt légal : 2015
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (PDF) : (1923-6565)
Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF à partir de la section « Publications » du site Web du CEFRIQ : www.cefrio.qc.ca.

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du CEFRIQ.

Photo de la couverture :
iStock Photo/© vgajic

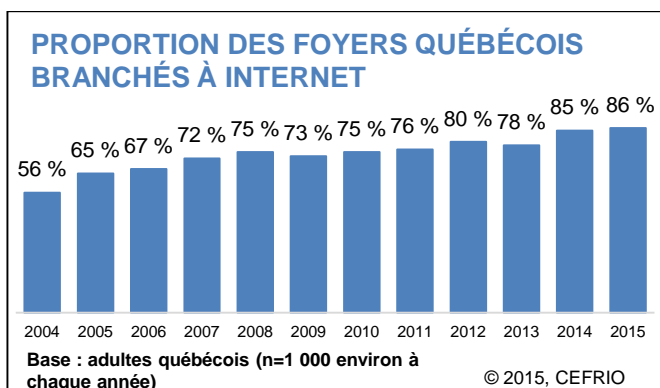
FAITS SAILLANTS

Les équipements qu'utilisent les Québécois pour accéder au Web ne cessent d'évoluer. Ce numéro de l'enquête *NETendances* présente un portrait des différents appareils numériques, servant entre autres à se connecter à Internet, que l'on retrouve dans les foyers du Québec en 2015.

- > La proportion de foyers équipés d'appareils mobiles est encore en croissance cette année. Le téléphone intelligent est présent dans 57,1 % des foyers québécois, une hausse par rapport à l'année précédente (53,3 %). Pour la première fois, plus d'un Québécois sur deux (50,7 %) possède une tablette numérique à la maison, soit une hausse de 6 points de pourcentage par rapport à 2014.
- > Les internautes du Québec passent en moyenne 22,2 heures par semaine sur le Web, soit 1 heure 42 minutes de plus qu'en 2014.
- > Les adultes québécois disposant d'une montre intelligente se font encore rares. Mesuré pour la première fois cette année, le taux d'adoption de la montre intelligente au sein des foyers est de 3,8 %.
- > En 2015, la présence des ordinateurs portables et des miniportables dans les foyers québécois se chiffre à 65 %. De son côté, l'ordinateur de table perd un peu de terrain, passant d'une présence dans 59,2 % des foyers en 2014 à 53,3 % en 2015.
- > La télévision haute définition se retrouve maintenant dans trois foyers québécois sur quatre (75,9 %). La télévision connectée gagne quant à elle du terrain. Elle est présente dans 26,8 % des foyers, soit une progression de 6,2 points de pourcentage comparativement à 2014.
- > Parmi les appareils que l'on branche aux téléviseurs, l'enregistreur numérique personnel est maintenant présent dans 44 % des foyers du Québec, une hausse de 26,8 points de pourcentage comparativement à 2010.
- > La proportion de foyers québécois branchés à Internet s'élève à 86,2 % en 2015, une proportion qui représente 2 926 783 foyers au total.

LA GRANDE MAJORITÉ DES FOYERS QUÉBÉCOIS SONT BRANCHÉS À INTERNET

En 2015, 2,9 millions de foyers québécois¹, soit 86,2 % de l'ensemble des foyers québécois, sont branchés à Internet. Cette proportion a connu une évolution de 11,2 points de pourcentage au cours des cinq dernières années. Pour la même période, l'augmentation est encore plus marquée chez les adultes de 65 ans et plus (25,5 points de pourcentage). Bien qu'ils demeurent moins branchés à domicile que le québécois moyen, les adultes de 65 ans et plus ont rattrapé une partie de leur retard au cours des cinq dernières années.



QUEL EST LE PROFIL DES FOYERS NON CONNECTÉS À INTERNET?

Au total, 13,8 % des foyers québécois n'ont toujours pas accès à Internet en 2015, ce qui représente 468 557 foyers.

On observe que 68,9 % des foyers non branchés sont des foyers dont le revenu familial est de 40 000 \$ et moins. Le prix des services Internet est probablement un frein important qui limite le branchement des foyers à Internet de ce sous-groupe de la population.

On observe également que dans la majorité de ces foyers non branchés à Internet (84,1 %), la personne répondante est âgée de 65 ans et plus.

En bref, les foyers non branchés sont principalement composés de ménages à faible revenu, avec des occupants aînés.

Un programme d'aide pour le branchement à Internet des familles à faible revenu aux États-Unis

Le 18 février 2015, la Commission fédérale des communications des États-Unis a voté une mesure d'aide financière afin de permettre aux familles à faible revenu de se brancher à Internet. Il a été démontré que moins de la moitié des foyers américains ayant un revenu inférieur à 25 000 \$ dispose d'un accès à Internet.

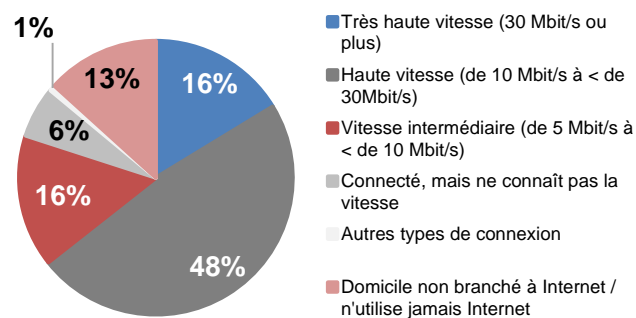
Parmi les nombreux impacts socio-économiques liés à ce faible taux de connexion, notons les difficultés des écoliers à suivre un curriculum de plus en plus numérique. Le programme sera offert à 1,2 million d'Américains, rendant l'accès à Internet plus facile aux États-Unis.

Source : *The Guardian*, 18 juin 2015 : « More low-income Americans to get high-speed internet thanks to FCC ». En ligne (30 juin 2015), [\[http://www.theguardian.com/technology/2015/jun/18/lifeline-high-speed-internet-low-income-fcc\]](http://www.theguardian.com/technology/2015/jun/18/lifeline-high-speed-internet-low-income-fcc).

LES CONNEXIONS INTERNET PRINCIPALEMENT À HAUTE VITESSE

En 2015, près de la moitié (47,8 %) des foyers québécois sont connectés à Internet haute vitesse (de 10 Mbit/s à 30 Mbit/s) ce qui en fait le type de branchement le plus répandu. Les branchements à très haute vitesse (30 Mbit/s ou plus) sont plus rares, étant seulement présents dans 16,2 % des foyers du Québec. Par ailleurs, seulement 15,5 % des foyers sont branchés à vitesse intermédiaire (de 5 Mbit/s à 10 Mbit/s).

BRANCHEMENTS INTERNET DANS LES FOYERS QUÉBÉCOIS



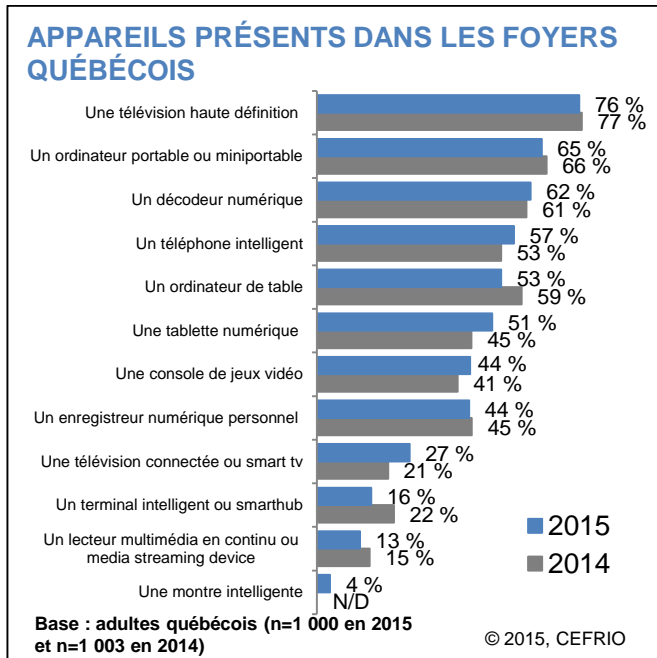
Base : adultes québécois (n=1000)

© 2015, CEFRIO

¹ Statistique Canada, 2011, « Les ménages canadiens en 2011 : genre et croissance », En ligne (8 juillet 2015), [\[http://www12.statcan.gc.ca/\]](http://www12.statcan.gc.ca/).

DES FOYERS DISPOSANT D'UNE GAMME VARIÉE D'APPAREILS

La télévision haute définition (75,9 %), l'ordinateur portable ou miniportable (65 %), le décodeur numérique (61,8 %), le téléphone intelligent (57 %), l'ordinateur de table (53,3 %) et la tablette numérique (50,7 %) sont tous des appareils présents dans plus de la moitié des foyers du Québec.



LE TAUX D'ADOPTION DES APPAREILS MOBILES, UNE CROISSANCE QUI SE POURSUIT

Cette année encore, la place des appareils mobiles est en croissance dans les foyers québécois. Au total, 57,1 % des adultes disposent d'au moins un téléphone intelligent au sein de leur foyer et 50,7 % d'au moins une tablette numérique. Dans les deux cas, il s'agit de nouveaux sommets.

Sans surprise, ces appareils se retrouvent plus souvent entre les mains des jeunes adultes, principalement ceux de 18 à 44 ans (73,5 % pour le téléphone intelligent et 57,9 % pour la tablette numérique). Toutefois, on observe une croissance marquée de la présence des tablettes dans les foyers des adultes de 75 ans plus. Alors qu'en 2013, les tablettes étaient présentes dans 2,8 % des foyers des adultes de 75 ans et plus, on retrouve cette année une tablette dans 25,3 % de ces foyers.

Même constat dans les foyers où le revenu familial est de moins de 20 000 \$. En 2013, on y retrouvait une tablette dans 6,5 % des foyers et un téléphone intelligent dans 17,4 %, alors que cette année les proportions sont plutôt de 41,4 % pour le téléphone intelligent et de 35,6 % pour la tablette, des hausses considérables.

L'Internet des objets, une tendance qui transformera la vie des consommateurs et des entreprises

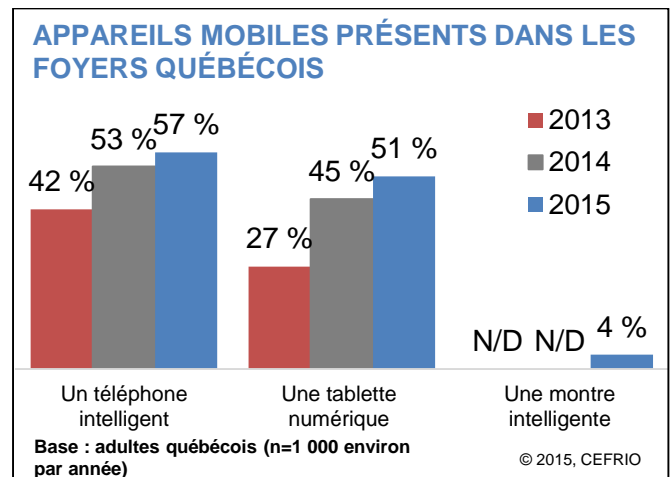
Ce n'est pas nouveau, plusieurs personnes se connectent à Internet pour y réaliser une multitude d'activités. Elles ne sont toutefois pas les seules, de plus en plus d'objets accèdent également au Web. Ces objets et ces appareils contiennent une technologie leur permettant de détecter différentes informations ou encore de communiquer et d'interagir avec leur environnement externe à l'aide du Web. Ce phénomène qu'on appelle l'Internet des objets ou *Internet of things* risque fort d'influencer nos vies de manière considérable dans les années à venir.

D'après Gartner, 3,9 milliards d'objets connectés étaient déjà utilisés en 2014 et ce nombre s'élèverait à 25 milliards en 2020 d'après leurs prédictions.

L'Internet des objets modifiera d'ailleurs aussi la manière dont les entreprises communiqueront avec les consommateurs, notamment à cause de l'information générée par ces appareils. eMarketer a réalisé une étude auprès de professionnels du marketing et 51 % d'entre eux anticipent que l'Internet des objets est la tendance qui aura la plus grande répercussion sur leur profession d'ici 2020.

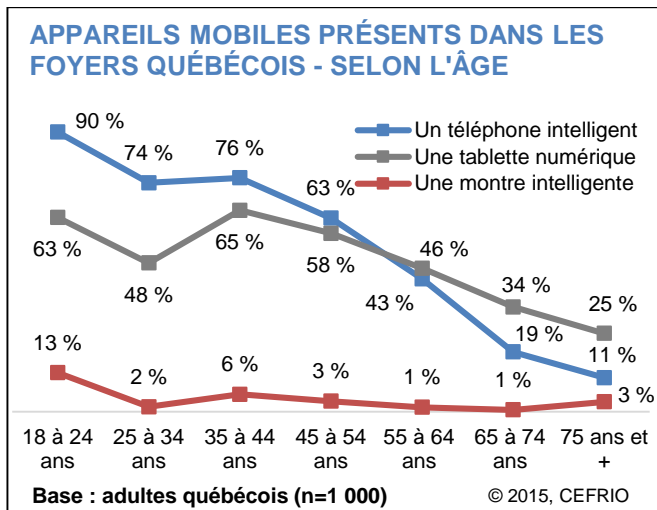
Source : eMarketer, 24 juin 2015 : «The Internet of Things: Tracking the 'Cross-Everywhere' Consumer ». En ligne (6 juillet 2015), [<http://www.emarketer.com/>].

Gartner, 27 février 2015, « Mass Adoption of the Internet of Things Will Create New Opportunities and Challenges for Enterprises », En ligne (6 juillet 2015), [<http://www.gartner.com/>].



Récemment arrivée sur le marché québécois, la montre intelligente est une innovation que peu de Québécois ont adoptée. Un maigre 3,8 % des adultes disposent de cet appareil au foyer. Comme le produit est encore très nouveau, on peut s'attendre à ce que sa popularité grandisse dans les années à venir.

Les jeunes adultes québécois, qui adoptent souvent les nouvelles technologies avant leurs aînés, sont les plus nombreux à disposer d'une montre intelligente (12,6 % chez les 18 à 24 ans).



Que réserve l'avenir pour la montre intelligente?

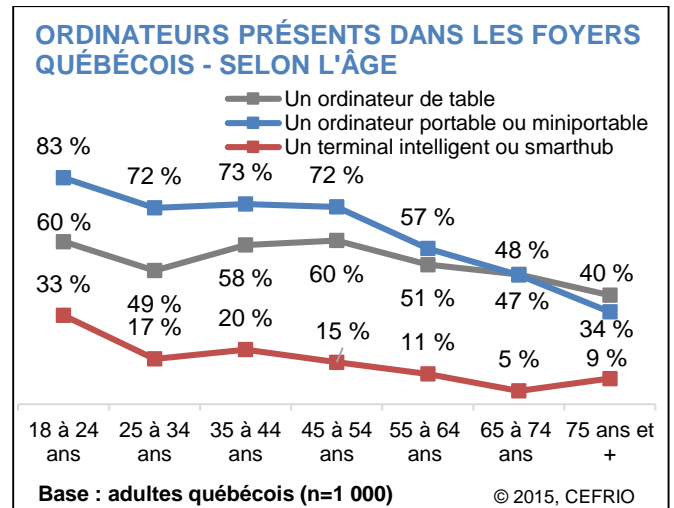
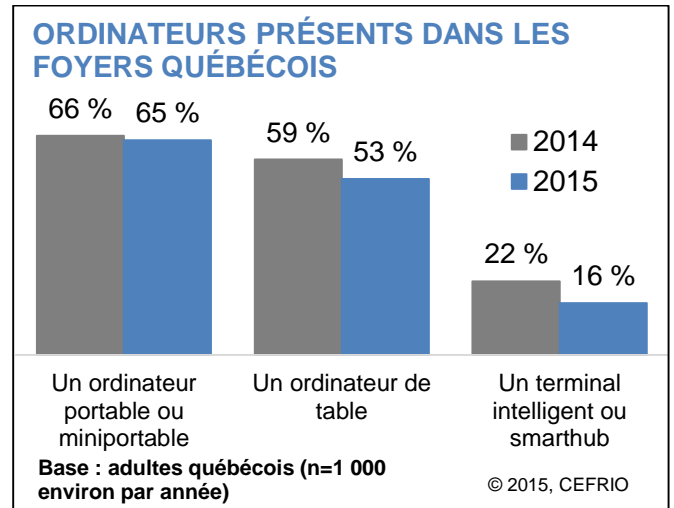
Depuis peu, plusieurs grandes marques offrent leurs modèles de montres intelligentes, notamment Apple qui a lancé sa Apple Watch. L'arrivée de cette nouvelle catégorie de produit a piqué la curiosité des consommateurs, mais qu'en est-il de leur intérêt à se procurer le produit?

Dans le but de répondre à cette question, eMarketer a compilé les estimations de plusieurs organisations qui tentent de prédire les ventes de montres intelligentes dans le monde. eMarketer constate qu'une faible partie de la population mondiale a un réel intérêt à se procurer une montre intelligente. Par contre, en ce qui a trait aux prédictions d'unités vendues, celles-ci diffèrent énormément d'une organisation à l'autre. Pour 2015, parmi les estimations compilées, la plus pessimiste prédit 21 millions d'unités vendues dans le monde, alors que la plus optimiste prédit plutôt 65,4 millions d'unités.

Source : eMarketer, 11 juin 2015 : « Putting Smart Watch Adoption in Perspective ». En ligne (6 juillet 2015), [<http://www.emarketer.com/>].

MOINS D'ORDINATEURS DE TABLE CHEZ LES QUÉBÉCOIS

La présence de l'ordinateur de table chute légèrement cette année comparativement à 2014 (53,3 % en 2015 contre 59,2 % en 2014). Les terminaux intelligents perdent également du terrain, présents dans moins d'un foyer sur cinq cette année (15,7 % contre 22,3 % en 2014).

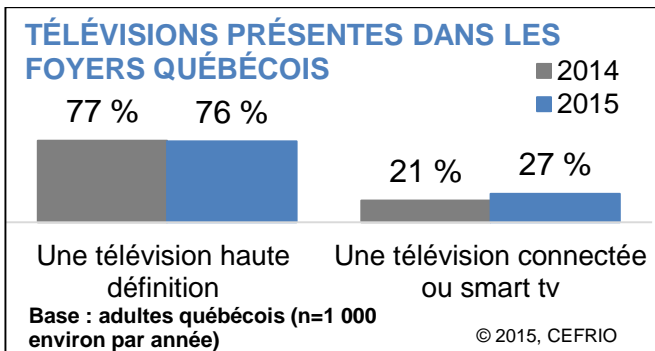


L'ordinateur portable ou miniportable est présent dans une plus grande proportion des foyers des adultes québécois de 18 à 54 ans (74,3 %) que chez ceux de 55 ans et plus (49,5 %). Même constat au niveau du terminal intelligent (19,8 % chez les 18 à 54 ans contre 8,6 % chez les 55 ans et plus).

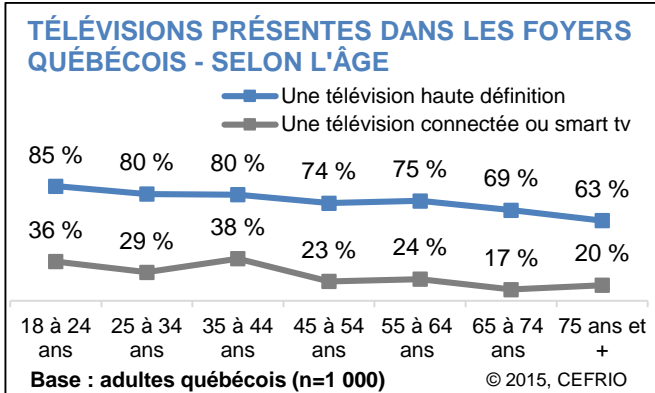
L'âge a toutefois un impact marginal sur la présence des ordinateurs de table dans les foyers. Bien qu'il soit un peu moins fréquent de trouver ces appareils chez les adultes de 55 ans et plus (47,9 %) que chez les plus jeunes (56,6 % chez les 18 à 54 ans), cette différence est assez faible.

LA TÉLÉVISION CONNECTÉE GAGNE EN POPULARITÉ

La télévision connectée, permettant d'accéder directement à Internet sans avoir recours à un autre appareil, est présente dans plus de foyers qu'en 2014. Alors que l'année dernière, un foyer sur cinq disposait d'un téléviseur connecté (20,6 %), c'est plus d'un sur quatre en 2015 (26,8 %). Quant à la télévision haute définition, elle se retrouve chez 75,9 % des adultes québécois.



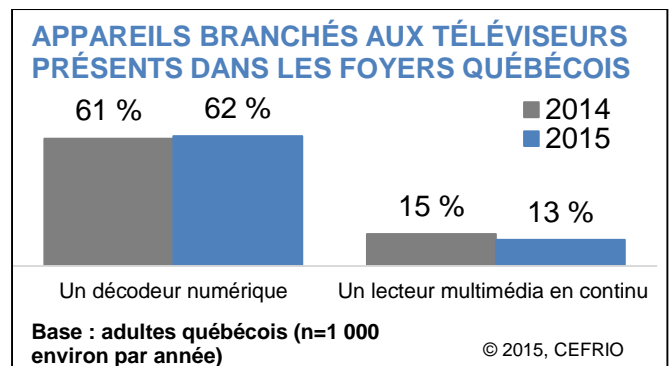
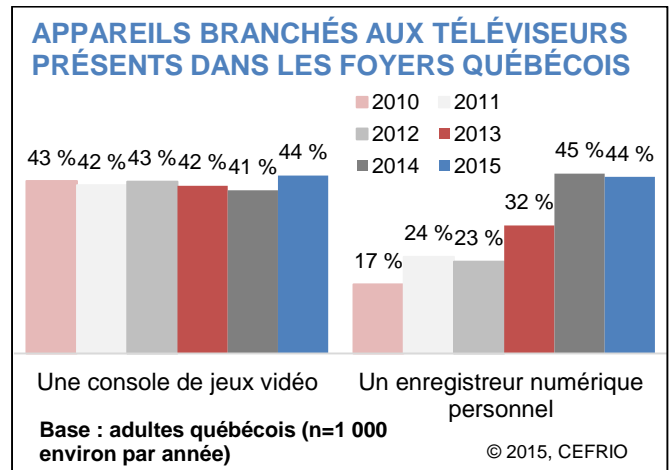
Notons que l'âge a peu d'influence sur la présence des téléviseurs dans les foyers québécois, qu'ils soient à haute définition ou connectés. Bien que la proportion soit légèrement plus élevée chez les jeunes adultes, cette différence est très faible.



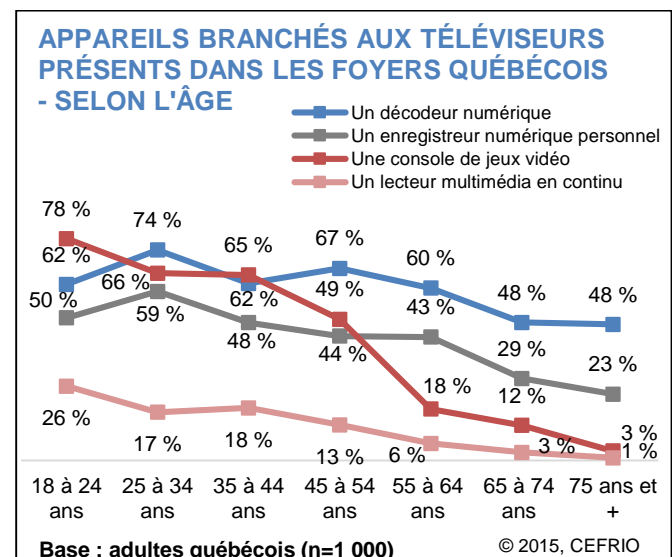
PLUSIEURS APPAREILS BRANCHÉS AUX TÉLÉVISEURS DANS LES FOYERS QUÉBÉCOIS

En 2015, les foyers québécois disposent de plusieurs appareils qu'ils branchent à leurs téléviseurs. Le décodeur numérique, la console de jeux vidéo et le lecteur multimédia en continu sont présents respectivement dans 61,8 %, 44,3 % et 12,5 % des foyers québécois.

L'enregistreur numérique personnel connaît quant à lui un taux d'adoption croissant. Présent dans 44 % des foyers, il gagne 26,8 points de pourcentage depuis 2010.



Bien que l'âge influe peu sur la présence des téléviseurs dans les foyers des adultes québécois, il a néanmoins une influence sur la présence des appareils qui se branchent aux téléviseurs. En effet, les adultes de 18 à 54 ans sont plus nombreux que leurs aînés à disposer d'un décodeur numérique (66,5 % contre 53,8 % chez les 55 ans et plus), d'une console de jeux vidéo (62,3 % contre 13,4 % chez les 55 ans et plus), d'un enregistreur numérique personnel (49,8 % contre 34,6 % chez les 55 ans et plus) et d'un lecteur multimédia en continu (17,5 % contre 4 % chez les 55 ans et plus).

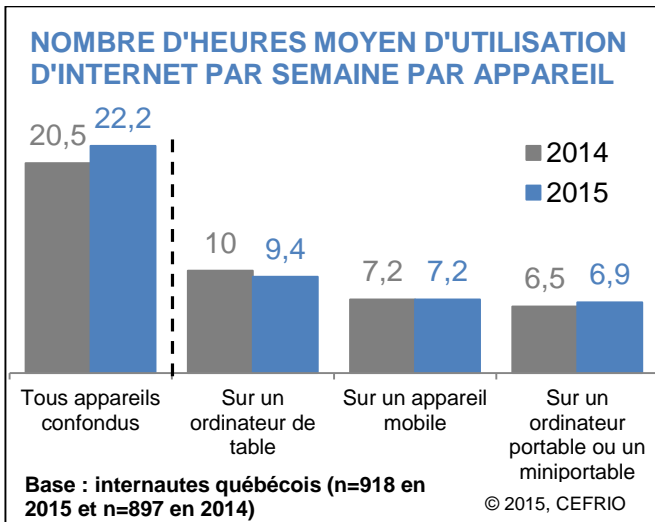


INTERNET PREND UNE PLACE CROISSANTE DANS L'HORAIRE DES ADULTES QUÉBÉCOIS

Bien que la proportion d'internautes au Québec soit stable depuis quelques années, ceux qui utilisent Internet y passent plus de temps qu'avant. En effet, cette année les internautes du Québec passent en moyenne 22,2 heures par semaine à naviguer sur le Web, soit 1 heure 42 minutes de plus qu'en 2014.

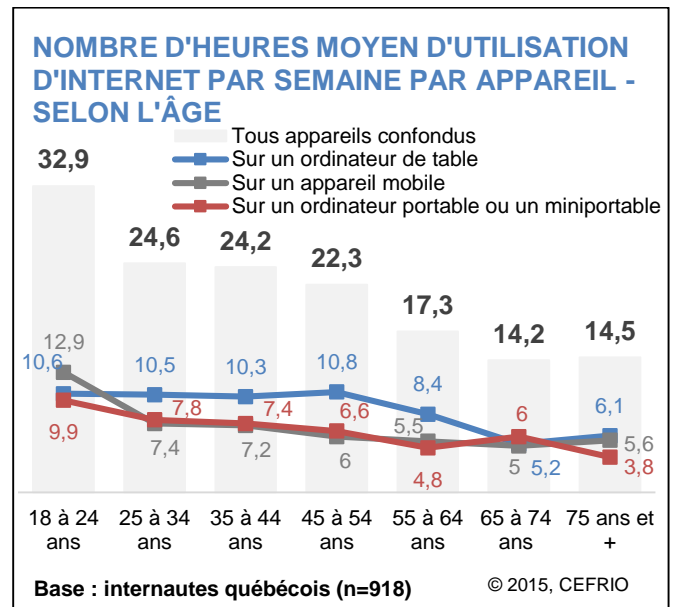
L'ordinateur de table est l'appareil à partir duquel les internautes passent le plus de temps à naviguer, en moyenne 9,4 heures par semaine, soit légèrement moins qu'en 2014 (10 heures).

Malgré la présence accrue des appareils mobiles au sein des foyers québécois, les internautes québécois passent autant de temps qu'en 2014 à naviguer sur Internet à partir de ces appareils (7,2 heures).

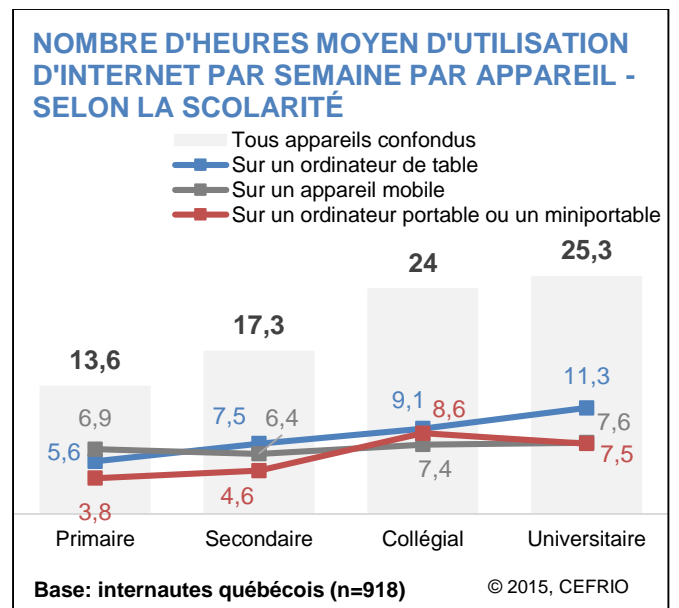


QUI PASSE LE PLUS DE TEMPS À UTILISER INTERNET?

Sans grande surprise, les jeunes sont d'avidés utilisateurs d'Internet. Notamment, ceux de 18 à 24 ans qui y passent 32,9 heures par semaine, soit deux fois plus de temps que les internautes de 55 ans et plus (15,8 heures par semaine). Notons aussi l'utilisation d'Internet sur mobile qui est beaucoup plus grande chez les 18 à 24 ans (12,9 heures par semaine contre 7,2 heures chez l'internaute moyen).



Les internautes ayant complété un niveau de scolarité collégial ou universitaire passent plus de temps à utiliser Internet que ceux qui ont complété un diplôme primaire ou secondaire (24,7 heures contre 17,1 heures).



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

ÉQUIPEMENTS PRÉSENTS DANS LES FOYERS QUÉBÉCOIS

	Appareils mobiles			Ordinateurs			Télévisions		Appareils branchés aux télévisions			
	Un téléphone intelligent	Une tablette numérique	Une montre intelligente	Un ordinateur portable ou un miniportable	Un ordinateur de table	Un terminal intelligent ou smarhub	Une télévision haute définition	Une télévision connectée ou smart tv	Un décodeur numérique	Une console de jeux vidéo	Un enregistreur numérique personnel	Un lecteur multimédia en continu
Base	Adultes québécois (n=1 000)											
Total	57,0 %	50,7 %	3,8 %	65,0 %	53,3 %	15,7 %	75,9 %	26,8 %	61,8 %	44,3 %	44,0 %	12,5 %
Sexe												
Homme	62,8 %	51,0 %	4,7 %	66,1 %	58,8 %	17,3 %	78,1 %	27,4 %	67,7 %	47,9 %	47,7 %	15,2 %
Femme	51,5 %	50,4 %	3,0 %	64,0 %	48,1 %	14,2 %	73,9 %	26,2 %	56,3 %	40,8 %	40,5 %	10,0 %
Âge												
18 à 24 ans	90,3 %	62,7 %	12,6 %	82,9 %	59,5 %	32,5 %	85,1 %	35,7 %	61,6 %	77,6 %	49,9 %	26,0 %
25 à 34 ans	73,9 %	48,0 %	1,6 %	71,9 %	48,9 %	16,6 %	80,0 %	28,7 %	73,6 %	65,5 %	59,1 %	16,9 %
35 à 44 ans	75,5 %	65,0 %	5,6 %	73,3 %	58,3 %	20,0 %	79,5 %	37,6 %	61,9 %	64,9 %	48,2 %	18,4 %
45 à 54 ans	62,5 %	57,6 %	3,4 %	72,2 %	59,9 %	15,4 %	74,0 %	22,7 %	67,2 %	49,4 %	43,5 %	12,5 %
55 à 64 ans	42,9 %	46,3 %	1,4 %	57,0 %	51,1 %	11,1 %	75,4 %	24,2 %	60,3 %	18,0 %	43,2 %	6,0 %
65 à 74 ans	19,3 %	33,8 %	0,6 %	47,3 %	47,5 %	4,9 %	69,4 %	17,4 %	48,3 %	12,3 %	28,7 %	2,9 %
75 ans et plus	11,0 %	25,3 %	3,2 %	33,8 %	39,9 %	9,4 %	62,6 %	20,2 %	47,6 %	3,4 %	23,2 %	1,0 %
Scolarité												
Primaire	15,8 %	18,3 %	0,0 %	27,8 %	37,3 %	0,0 %	49,2 %	7,6 %	37,5 %	19,6 %	16,0 %	0,0 %
Secondaire	52,0 %	41,1 %	1,3 %	59,5 %	46,4 %	13,9 %	73,7 %	26,0 %	63,0 %	45,2 %	42,9 %	10,0 %
Collégial	61,0 %	55,4 %	6,4 %	71,1 %	52,1 %	18,6 %	80,0 %	24,7 %	60,9 %	47,3 %	43,2 %	15,7 %
Universitaire	64,7 %	60,4 %	4,6 %	72,1 %	63,7 %	15,6 %	77,7 %	31,8 %	65,3 %	44,1 %	50,8 %	13,5 %
Revenu												
Moins de 20 000 \$	41,4 %	35,6 %	3,2 %	43,2 %	36,8 %	12,3 %	61,5 %	20,7 %	45,7 %	36,6 %	31,1 %	11,0 %
20 000 \$ à 39 999 \$	39,6 %	36,0 %	2,1 %	56,1 %	41,5 %	11,1 %	67,3 %	25,0 %	50,6 %	31,1 %	33,3 %	9,5 %
40 000 \$ à 59 999 \$	51,3 %	48,2 %	1,4 %	63,8 %	47,5 %	19,3 %	75,0 %	18,9 %	59,1 %	38,2 %	37,5 %	12,3 %
60 000 \$ à 79 999 \$	61,3 %	58,7 %	4,0 %	76,6 %	62,3 %	13,6 %	82,2 %	22,0 %	68,4 %	52,6 %	55,0 %	17,2 %
80 000 \$ à 99 999 \$	71,3 %	59,4 %	0,0 %	74,6 %	58,2 %	18,4 %	88,6 %	33,6 %	74,6 %	51,6 %	65,8 %	11,9 %
100 000 \$ et plus	81,0 %	72,9 %	7,9 %	81,3 %	72,7 %	22,2 %	89,0 %	41,1 %	76,0 %	57,3 %	58,0 %	19,6 %
Région												
Montréal (RMR)	61,2 %	53,6 %	5,4 %	66,7 %	53,5 %	16,7 %	75,1 %	28,6 %	57,1 %	42,7 %	42,8 %	15,0 %
Québec (RMR)	55,5 %	49,0 %	5,1 %	61,4 %	54,0 %	11,6 %	76,3 %	17,8 %	61,8 %	47,5 %	40,0 %	10,1 %
Est du Québec	51,7 %	55,7 %	3,9 %	66,9 %	53,4 %	25,5 %	78,4 %	27,4 %	80,2 %	56,7 %	50,3 %	11,2 %
Centre du Québec	46,8 %	43,1 %	2,9 %	62,7 %	50,8 %	16,9 %	74,3 %	24,6 %	70,9 %	39,1 %	51,4 %	9,5 %
Ouest du Québec	57,5 %	48,1 %	0,0 %	63,7 %	54,2 %	9,9 %	77,9 %	28,0 %	58,5 %	45,4 %	40,3 %	10,6 %
Langue												
Français	55,9 %	49,1 %	2,3 %	63,2 %	53,4 %	14,7 %	76,0 %	25,3 %	65,9 %	44,6 %	46,3 %	12,7 %
Anglais ou autre	63,5 %	57,8 %	10,0 %	74,8 %	53,5 %	20,5 %	76,1 %	34,4 %	48,3 %	42,9 %	37,1 %	12,8 %
Occupation												
Employé (service, bureau, vente)	61,1 %	55,7 %	2,9 %	75,4 %	57,2 %	13,4 %	79,5 %	25,8 %	68,0 %	56,0 %	52,6 %	13,9 %
Travailleur manuel	59,5 %	50,3 %	0,0 %	58,9 %	51,8 %	20,1 %	75,3 %	23,8 %	67,5 %	47,3 %	47,2 %	12,7 %
Professionnel	77,3 %	67,2 %	5,8 %	74,4 %	62,9 %	20,2 %	80,5 %	34,6 %	68,1 %	54,0 %	47,4 %	20,5 %
Au foyer	55,6 %	38,1 %	0,0 %	60,8 %	43,1 %	24,7 %	73,7 %	19,1 %	54,5 %	45,0 %	42,5 %	19,4 %
Étudiant	89,3 %	64,3 %	14,4 %	86,5 %	55,5 %	28,6 %	78,9 %	37,7 %	53,0 %	70,5 %	45,7 %	12,5 %
Retraité	20,9 %	32,7 %	1,2 %	43,0 %	46,6 %	6,3 %	68,1 %	19,5 %	51,1 %	10,8 %	30,5 %	3,3 %
Sans emploi	44,2 %	28,8 %	0,0 %	55,1 %	30,1 %	13,3 %	77,9 %	41,0 %	61,9 %	44,9 %	44,8 %	5,4 %
Composition du ménage												
Avec enfant(s)	81,1 %	63,9 %	6,3 %	77,2 %	61,0 %	22,7 %	83,1 %	35,4 %	68,1 %	74,2 %	54,4 %	17,8 %
Sans enfant	43,6 %	43,2 %	2,4 %	58,5 %	49,2 %	11,8 %	71,8 %	21,9 %	58,4 %	27,5 %	38,4 %	9,7 %

Base : adultes québécois (n=1 000)

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

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %

BRANCHEMENT DES FOYERS ET UTILISATION D'INTERNET

	Branchement Internet		Nombre d'heures hebdomadaires d'utilisation d'Internet			
	Foyers branchés	Foyers branchés à très haute vitesse	Tous les appareils confondus	Ordinateur de table	Appareils mobiles	Ordinateur portable
Base	Adultes québécois (n=1 000)		Internaute québécois (n=918)			
Total	86,2 %	16,2 %	22,2	9,4	7,2	6,9
Sexe						
Homme	88,1 %	18,5 %	23,4	10,4	7,3	7
Femme	84,5 %	14,0 %	21	8,4	7,1	6,9
Âge						
18 à 24 ans	97,9 %	36,0 %	32,9	10,6	12,9	9,9
25 à 34 ans	94,8 %	21,9 %	24,6	10,5	7,4	7,8
35 à 44 ans	91,8 %	18,0 %	24,2	10,3	7,2	7,4
45 à 54 ans	89,6 %	10,7 %	22,3	10,8	6	6,6
55 à 64 ans	85,0 %	14,2 %	17,3	8,4	5,5	4,8
65 à 74 ans	71,3 %	7,5 %	14,2	5,2	5	6
75 ans et plus	58,0 %	3,5 %	14,5	6,1	5,6	3,8
Scolarité						
Primaire	46,8 %	2,1 %	13,6	5,6	6,9	3,8
Secondaire	78,8 %	11,9 %	17,3	7,5	6,4	4,6
Collégial	90,5 %	20,9 %	24	9,1	7,4	8,6
Universitaire	95,0 %	17,7 %	25,3	11,3	7,6	7,5
Revenu						
Moins de 20 000 \$	61,0 %	8,4 %	24,5	11,1	7,9	7,4
20 000 \$ à 39 999 \$	73,6 %	10,5 %	19,2	7,8	6,2	7,5
40 000 \$ à 59 999 \$	88,3 %	16,7 %	16,3	7,1	5,1	5
60 000 \$ à 79 999 \$	95,4 %	17,1 %	23,1	9,5	7,4	6,9
80 000 \$ à 99 999 \$	98,4 %	18,3 %	20,6	9,6	5,8	5,9
100 000 \$ et plus	96,0 %	24,5 %	26,8	11,1	8,1	8,3
Région						
Montréal (RMR)	86,6 %	17,9 %	25,3	10,3	8,6	8,1
Québec (RMR)	91,8 %	10,4 %	19,8	9,7	4,7	5,7
Est du Québec	90,1 %	11,9 %	24,3	11,4	6,5	7,3
Centre du Québec	84,8 %	17,1 %	18,1	8,7	4,5	6,1
Ouest du Québec	82,3 %	15,7 %	18,1	6,6	7,4	5,3
Langue						
Français	87,0 %	16,1 %	21	9,1	6,5	6,7
Anglais ou autre	83,6 %	17,7 %	27,4	10,7	10	8,1
Occupation						
Employé (service, bureau, vente)	94,2 %	18,8 %	25,5	12	7,1	7,2
Travailleur manuel	85,4 %	8,8 %	17,7	7,6	5,8	5,6
Professionnel	96,1 %	20,6 %	26,4	12,2	7	7,8
Au foyer	77,4 %	9,9 %	22,1	7,3	10,4	6,6
Étudiant	92,0 %	31,6 %	24,6	7,6	9,6	8,5
Retraité	69,4 %	7,3 %	13	5	4,8	4,9
Sans emploi	84,2 %	16,6 %	40,1	12,1	19	13,5
Composition du ménage						
Avec enfant(s)	95,6 %	23,7 %	26,6	10,4	9,3	7,8
Sans enfant	81,2 %	12,0 %	19,5	8,8	5,8	6,4

Base : adultes québécois (n=1 000), internautes québécois (n=918)

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

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %

THÈMES DES FASCICULES NETENDANCES

- > Médias sociaux
- > Équipement/Branchement
- > Langues d'usage sur Internet
- > Divertissement en ligne
- > Modes de communication
- > Actualités et nouvelles
- > Gouvernement en ligne
- > Mobilité
- > Services bancaires
- > Commerce électronique
- > Informatisation et NETrégions
- > NETgénérations

Depuis plus de 25 ans, le CEFRIO accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Organisme membre de QuébecInnove, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de quelque 80 chercheurs associés et invités ainsi que l'engagement de près de 150 membres.



PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER DU CEFRIO

*Économie,
Innovation
et Exportations*

Québec 

**POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE,
VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC NOUS.**

info@cefrio.qc.ca

www.cefrio.qc.ca

BUREAU DE QUÉBEC

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6

Tél. : 418 523-3746

BUREAU DE MONTRÉAL

550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 1770
Montréal (Québec)
H3A 1B9

Tél. : 514 840-1245

MERCI AUX PARTENAIRES DE NETENDANCES

