

Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers, 2012

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le lundi 28 octobre 2013

En 2012, la valeur des commandes passées en ligne par les Canadiens a atteint 18,9 milliards de dollars, soit une augmentation de 24 % par rapport à 2010, année de la dernière exécution de l'enquête. Plus de la moitié des internautes (56 %) ont commandé des biens ou des services en ligne en 2012, en hausse comparativement à 51 % en 2010. En outre, en 2012, 77 % des internautes ont lancé des recherches sur des biens ou des services ou ont effectué du lèche-vitrines.

Les internautes âgés de 25 à 34 ans étaient les plus enclins à effectuer des achats en ligne; en effet, 69 % d'entre eux l'ont fait en 2012.

Parmi les Canadiens qui ont commandé en ligne en 2012, le consommateur en ligne moyen a passé environ 13 commandes distinctes et a dépensé environ 1 450 \$. La plupart des consommateurs en ligne (82 %) ont passé une commande auprès d'entreprises du Canada, 63 % auprès d'entreprises des États-Unis et 21 % auprès d'entreprises d'autres pays.

Parmi les consommateurs en ligne, 58 % ont fait des préparatifs de voyage (par exemple des achats de billets d'avion ou des réservations d'hôtel) et 52 % ont acheté des billets de spectacle en ligne. Ces deux catégories étaient aussi les plus citées en 2010. Des aliments, des boissons et des articles d'épicerie ont été achetés en ligne par 18 % des consommateurs en ligne en 2012, soit une augmentation par rapport à 11 % en 2010.

Près d'un quart des consommateurs en ligne (24 %) ont acheté des biens autres que ceux des catégories de produits définis. Voilà qui démontre la variété de produits pouvant maintenant être achetés en ligne.

Tableau 1
Commerce électronique, types de biens ou de services commandés, 2012

	Consommateurs en ligne
	%
Arrangements de voyage (p. ex. les réservations d'hôtel, les billets de voyage, les locations d'auto)	58
Billets pour des spectacles (p. ex. les concerts, les films, les événements sportifs)	52
Vêtements, bijoux ou accessoires	42
Livres, revues, journaux en ligne	42
Musique (p. ex. les disques compacts, les fichiers audio [MP3])	35
Frais d'abonnement ou d'inscription (p. ex. les centres de conditionnement physique, les frais de scolarité, les abonnements pour la télévision en ligne)	35
Logiciel	24
Autres	24
Biens de consommation électroniques (p. ex. les appareils photo, les chaînes stéréo, les téléviseurs, les lecteurs vidéodisques numériques [DVD])	22
Vidéos ou vidéodisques numériques (DVD)	22
Jouets et jeux	21
Aliments ou boissons (p. ex. des aliments ou des vins de spécialité, une livraison de pizza)	18
Certificats ou cartes-cadeaux	17
Services photographiques	15
Matériel informatique	15
Autres produits de santé ou de beauté (p. ex. les vitamines, les cosmétiques)	15
Ameublements (p. ex. les électroménagers, les meubles)	12
Équipements sportifs	11
Articles de rénovation ou de jardinage (y compris les outils)	7
Médicaments ou produits d'ordonnance (p. ex. des lunettes)	6

Les deux principales raisons données par les internautes qui n'ont fait aucun achat en ligne étaient les suivantes : la préférence pour le magasinage sur place (30 %) et le manque d'intérêt pour le magasinage en ligne (31 %).



Non seulement les Canadiens font des achats en ligne, mais près d'un quart (23 %) d'entre eux ont vendu des articles en ligne par l'entremise de sites de vente aux enchères ou par d'autres moyens.

L'utilisation d'Internet continue d'augmenter

En 2012, 83 % des Canadiens de 16 ans et plus ont utilisé Internet à des fins personnelles à partir d'un endroit quelconque, comparativement à 80 % en 2010.

L'augmentation de l'utilisation d'Internet par les Canadiens pourrait être partiellement attribuable à une utilisation accrue chez les internautes de 65 ans et plus. L'utilisation d'Internet par les Canadiens de ce groupe démographique a crû pour passer de 40 % en 2010 à 48 % en 2012.

À l'échelle provinciale, les plus faibles niveaux d'utilisation d'Internet ont été observés à Terre-Neuve-et-Labrador et au Nouveau-Brunswick, les deux provinces ayant affiché un taux de 77 %. Tout comme en 2010, la Colombie-Britannique a présenté la plus forte proportion d'internautes (87 %), suivie de l'Alberta (85 %).

Tableau 2
Personnes utilisant Internet à partir de n'importe quel emplacement, 2012

	Utilisation d'Internet
	%
Canada	83
Terre-Neuve-et-Labrador	77
Île-du-Prince-Édouard	80
Nouvelle-Écosse	79
Nouveau-Brunswick	77
Québec	81
Ontario	84
Manitoba	83
Saskatchewan	82
Alberta	85
Colombie-Britannique	87

Les régions métropolitaines de recensement ayant les taux d'utilisation d'Internet les plus élevés étaient Kelowna (93 %), Regina (90 %) et Victoria (90 %). D'autres grandes régions métropolitaines, notamment Calgary (89 %), Vancouver (88 %), Toronto (88 %) et Montréal (84 %), présentaient toutes des taux d'utilisation d'Internet situés au-dessus de la moyenne nationale.

Parmi les personnes vivant dans les régions métropolitaines de recensement ou dans les agglomérations de recensement, 85 % ont utilisé Internet par rapport à 75 % des personnes se trouvant à l'extérieur de ces régions.

Le fossé numérique persiste

L'utilisation d'Internet chez les personnes vivant au sein d'un ménage faisant partie du quartile des ménages au revenu le plus faible continue de tirer de l'arrière, affichant un taux de 62 % comparativement à 95 % chez les personnes vivant au sein d'un ménage faisant partie du quartile des ménages au revenu le plus élevé.

Cela dit, cet écart pourrait être grandement attribuable au faible niveau d'utilisation d'Internet chez les Canadiens plus âgés à faible revenu. En 2012, 28 % des Canadiens de 65 ans et plus qui vivent dans un ménage faisant partie du quartile des ménages au revenu le plus faible ont utilisé Internet, comparativement à 95 % des personnes de 16 à 24 ans qui vivent dans un ménage faisant partie du quartile des ménages au revenu le plus faible.

La communication en ligne et l'utilisation des médias sociaux sont à la hausse

De 2010 à 2012, la popularité croissante des médias sociaux et d'Internet à titre d'outil de communication a été constatée. Un peu plus de deux tiers (67 %) des Canadiens qui ont utilisé Internet ont visité des sites de réseautage social, tels que Facebook et Twitter en 2012, ce qui représente une augmentation par rapport à 58 % en 2010. Tout comme en 2010, les utilisatrices d'Internet étaient plus susceptibles que leurs homologues masculins d'utiliser des sites de réseautage social (70 % comparativement à 64 %).

Le pourcentage d'internautes effectuant des appels téléphoniques ou des appels vidéos par Internet au moyen de technologies telles que Skype ou Facetime a augmenté, passant de 24 % en 2010 à 43 % en 2012.

Par ailleurs, le pourcentage d'internautes ayant utilisé un service de messagerie instantanée est passé de 47 % en 2010 à 40 % en 2012. Ce recul pourrait être attribuable aux nombreuses options de rechange maintenant offertes aux utilisateurs, notamment la messagerie texte par l'entremise d'un appareil portable sans fil ou la communication par l'entremise des médias sociaux.

En 2012, plus de la moitié (54 %) des internautes ont téléchargé ou regardé des films ou des vidéoclips en ligne, 39 % ont regardé la télévision en ligne et 50 % ont acquis de la musique en ligne. Ces proportions étaient plus élevées qu'en 2010, où 47 % des internautes ont téléchargé ou regardé des films en ligne, 33 % ont écouté la télévision en ligne et 46 % ont acquis de la musique en ligne.

Tableau 3
Activités en ligne à partir de n'importe quel emplacement, 2012

	Utilisateurs d'Internet
	%
Utiliser le courrier électronique	93
Faire du lèche-vitrines ou rechercher de l'information sur des biens ou services	77
Effectuer des opérations bancaires électroniques (p. ex. payer des factures, afficher des relevés bancaires, effectuer des virements entre comptes)	72
Lire ou regarder les nouvelles	71
Utiliser des sites de réseautage social	67
Chercher des renseignements médicaux ou liés à la santé	67
Trouver des renseignements ou faire des arrangements de voyage	66
Visiter les sites Web du gouvernement ou traiter avec celui-ci	63
Se renseigner sur des événements communautaires	58
Télécharger ou regarder des films ou des vidéoclips en ligne	54
Acquérir ou sauvegarder de la musique (les téléchargements gratuits ou payants)	50
Faire un appel téléphonique en ligne	43
Utiliser un service de messagerie instantanée	40
Télécharger ou regarder la télévision en ligne	39
Écouter la radio en ligne	38
Acquérir ou sauvegarder un logiciel (les téléchargements gratuits ou payants)	38
Utiliser Internet dans le cadre d'un programme d'éducation formel, de formation ou de travaux scolaires	37
Chercher un emploi	36
Jouer à des jeux en ligne	35
Se renseigner sur des investissements	27
Fournir du contenu ou participer à des groupes de discussion (p. ex. les blogues, les babillards électroniques, le partage d'images)	24
Vendre des biens ou des services (p. ex. sur des sites de vente aux enchères)	23

L'accès à Internet par l'entremise d'appareils portables

En 2012, plus de la moitié des internautes (58 %) ont accédé à Internet grâce à un appareil portable sans fil tel qu'un téléphone cellulaire ou une tablette, en hausse par rapport à 33 % en 2010. Les Canadiens âgés de 16 à 24 ans étaient les plus susceptibles d'utiliser un appareil portable sans fil pour se connecter à Internet (84 %). Le taux d'utilisation d'appareils portables sans fil diminuait selon l'âge du répondant. Le taux le plus bas a été observé chez les personnes de 65 ans et plus, soit 9 %.

En 2012, les Canadiens faisant partie du quartile de revenu le plus élevé (68 %) étaient les plus susceptibles d'utiliser un appareil portable sans fil pour accéder à Internet, tandis que le taux d'utilisation par les personnes du quartile de revenu le plus faible était de 26 %.

L'intensité de l'utilisation d'Internet

Bien que le pourcentage d'internautes continue d'augmenter, la proportion des personnes qui utilisent intensivement Internet, c'est-à-dire pendant 10 heures ou plus chaque semaine, était relativement stable (31 %).

Le niveau d'intensité a varié considérablement en fonction de l'âge de l'utilisateur. En 2012, la moitié (50 %) des utilisateurs âgés de 16 à 24 ans étaient connectés à Internet pendant 10 heures ou plus chaque semaine, tandis que 21 % des utilisateurs âgés de 65 ans et plus ont déclaré une utilisation semblable.

La protection des renseignements personnels et la sécurité

En 2012, 28 % des Canadiens qui ont utilisé Internet n'ont jamais supprimé l'historique de leur navigateur. Par contraste, 16 % des utilisateurs d'Internet ont supprimé l'historique de leur navigateur après chaque utilisation et 56 % l'ont fait à l'occasion.

Le pourcentage d'internautes qui sauvegardent une copie électronique de leurs fichiers au moins à l'occasion a augmenté, passant de 64 % en 2010 à 68 % en 2012. Néanmoins, 32 % des internautes ne sauvegardent toujours pas une copie électronique de leurs fichiers. Un peu plus de la moitié (53 %) des internautes de 65 ans et plus ont sauvegardé une copie électronique de leurs fichiers au moins à l'occasion.

Par ailleurs, le pourcentage d'internautes utilisant un logiciel de sécurité sur leur ordinateur ou d'autres appareils a légèrement diminué en 2012 pour se situer à 81 %. En revanche, la proportion des personnes ayant recours à un logiciel de sécurité gratuit a augmenté pour atteindre 47 %. Pour ce qui est des internautes âgés de 16 à 24 ans, ils étaient les moins susceptibles d'utiliser un logiciel de sécurité (71 %).

Note aux lecteurs

L'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet de 2012 a été menée en octobre et en novembre comme supplément de l'Enquête sur la population active. L'enquête a fait l'objet de changements mineurs depuis sa dernière exécution en 2010.

L'enquête comprend une composante des ménages, qui mesure l'accès à domicile, et une composante des particuliers, qui mesure les comportements en ligne. Les résultats de la composante des ménages de l'enquête seront publiés dans Le Quotidien (publication subséquente).

Le présent communiqué traite de l'utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers; l'enquête se fonde sur un échantillon d'environ 22 615 personnes âgées de 16 ans et plus.

Définitions

Le **taux d'utilisation d'Internet** correspond à la proportion des personnes qui ont utilisé Internet à des fins personnelles au cours des 12 derniers mois à partir de n'importe quel endroit. L'utilisation à des fins professionnelles est exclue. Dans le texte du Quotidien, ces Canadiens sont appelés des internautes.

Un **consommateur en ligne** est une personne qui a commandé au moins un produit ou service sur Internet pour des besoins personnels ou pour ceux du ménage avec ou sans paiement en ligne. Ces Canadiens sont appelés des consommateurs en ligne.

Les ménages ont été divisés en quatre groupes égaux (quartiles) qui représentent chacun 25 % de la répartition des revenus selon le revenu du ménage en 2011. Les quartiles de revenu sont définis à l'échelle provinciale (excluant le Canada).

Données offertes dans CANSIM : tableaux 358-0152 à 358-0158, 358-0167 à 358-0171, 358-0189, 358-0219 et 358-0220.

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 4432.

Pour obtenir plus de renseignements, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca).

Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Anik Lacroix au 613-951-6399 (anik.lacroix@statcan.gc.ca), Division de l'investissement, des sciences et de la technologie.