

Économie numérique, juillet 2017 à juin 2018

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans Le Quotidien, le mercredi 29 août 2018

La numérisation croissante de l'économie transforme la façon dont les Canadiens achètent, consomment et vendent des biens et services. Cette enquête a été la première à porter sur l'utilisation et les achats par les Canadiens de produits numériques, comme les services de diffusion de musique et de vidéos en continu, les livres numériques, les services de jeux en ligne, les applications mobiles et les logiciels. Elle a permis de recueillir des renseignements sur les modes de paiement que les Canadiens utilisent pour toutes leurs dépenses personnelles ainsi que les façons de gagner de l'argent au moyen des plateformes numériques.

De juillet 2017 à juin 2018, près de 80 % des Canadiens de 18 ans et plus ont acheté des produits numériques ou ont eu accès à des versions gratuites, comme les services de diffusion de musique et de vidéos en continu, les livres numériques, les jeux en ligne, les applications mobiles et les logiciels. Au cours de la même période, 28 % des adultes au Canada ont déclaré avoir gagné de l'argent au moyen des plateformes en ligne. Les modes de paiement numérique, comme les cartes de crédit ou de débit et les services bancaires en ligne, ont été utilisés le plus souvent pour toutes les dépenses personnelles.

Les jeunes Canadiens sont ceux qui utilisent ou achètent le plus de produits numériques

Environ 90 % des personnes de 18 à 44 ans ont acheté des produits numériques ou ont eu accès à des versions gratuites au cours des 12 mois précédant juin 2018. Le taux correspondant était plus faible chez les personnes de 65 ans et plus, s'établissant à 51 %.

De juillet 2017 à juin 2018, les deux tiers des adultes au Canada ont acheté des produits numériques. Cette proportion a diminué avec l'âge, alors que 83 % des Canadiens de 18 à 24 ans ont déclaré avoir acheté au moins un produit numérique. La proportion correspondante observée chez les personnes de 65 ans et plus était plus faible, soit 40 %.

Le revenu jouait aussi un rôle dans l'achat de produits numériques, alors que 91 % des personnes ayant un revenu personnel annuel de plus de 100 000 \$ ont déclaré avoir acheté des produits numériques. Chez les personnes ayant un revenu personnel annuel de moins de 40 000 \$, le taux enregistré était plus faible, soit 59 %.

Les personnes qui ont acheté des produits numériques ont dépensé au total 8,1 milliards de dollars de juillet 2017 à juin 2018, ce qui représente une moyenne de 412 \$ par acheteur. Il y avait peu de différences observées au chapitre des dépenses moyennes d'un groupe d'âge à l'autre, à l'exception des personnes de 65 ans et plus, qui affichaient des dépenses moyennes plus faibles. Les hommes (505 \$) ont dépensé plus en moyenne que les femmes (312 \$), et les Canadiens ayant un revenu personnel annuel supérieur à 100 000 \$ ont dépensé environ 50 % de plus, en moyenne, que les groupes à plus faible revenu.

Les deux tiers des Canadiens utilisent ou achètent des téléchargements de vidéos ou des services de diffusion en continu

De juillet 2017 à juin 2018, près des deux tiers des Canadiens de 18 ans et plus ont déclaré avoir utilisé des versions gratuites ou avoir acheté des téléchargements de vidéos ou des services de diffusion en continu. Les acheteurs ont dépensé au total 2 milliards de dollars pour ces produits vidéo numériques, l'acheteur moyen ayant dépensé 148 \$ pour l'achat de tels produits. Les acheteurs de 18 à 24 ans ont dépensé en moyenne 107 \$, comparativement à 156 \$ pour l'acheteur moyen de 35 à 44 ans. Les dépenses moyennes ont varié selon certains groupes de revenu, alors que les Canadiens ayant un revenu personnel annuel inférieur à 40 000 \$ ont dépensé 136 \$, et ceux ayant gagné plus de 100 000 \$ ont dépensé en moyenne 193 \$.

Les dépenses moyennes en logiciels, applications mobiles et autres abonnements en ligne sont plus élevées que pour les autres produits numériques

De juillet 2017 à juin 2018, plus de la moitié (57 %) des adultes au Canada ont utilisé des versions gratuites ou ont acheté des logiciels, des applications mobiles, des cours en ligne et d'autres abonnements en ligne, notamment pour des ligues de sport virtuelles ou des sites de rencontre. Les personnes ayant acheté ces produits ont



dépensé 3,1 milliards de dollars, ce qui représente une moyenne de 258 \$ par personne. Les jeunes Canadiens de 18 à 24 ans ont dépensé en moyenne deux fois plus que les personnes de 65 ans et plus, et les hommes (316 \$) ont dépensé plus que les femmes (192 \$). Les types de produits les plus couramment achetés ont été les logiciels, suivis des applications mobiles, du stockage en ligne et d'autres abonnements en ligne.

Les jeunes Canadiens sont ceux qui utilisent ou achètent le plus de musique numérique

De juillet 2017 à juin 2018, plus de la moitié des Canadiens de 18 ans et plus ont acheté de la musique numérique ou ont eu accès à des versions gratuites, y compris au moyen de téléchargements et de services de diffusion en continu. Chez les personnes de 18 à 24 ans, la proportion enregistrée était plus élevée, s'établissant à 82 %, alors qu'elle était moins élevée chez les personnes de 65 ans et plus, à savoir 18 %. Au total, 1,1 milliard de dollars ont été consacrés aux téléchargements de musique et aux services de diffusion en continu, l'acheteur moyen ayant dépensé 111 \$. Tandis que les Canadiens de 18 à 24 ans ont été plus susceptibles d'utiliser ou d'acheter de la musique numérique, ce sont eux qui ont dépensé le moins pour en acheter (97 \$), alors que les personnes de 45 à 54 ans sont celles qui ont dépensé le plus (133 \$).

Les livres numériques sont le produit numérique de lecture le plus populaire acheté par les Canadiens

Les livres numériques, les livres audio, les baladodiffusions et les journaux et magazines en ligne ont été utilisés gratuitement ou achetés par un tiers des Canadiens de 18 ans et plus au cours des 12 mois précédant juin 2018. Le total des dépenses pour ces produits numériques s'est élevé à 0,7 milliard de dollars, alors que l'acheteur moyen a dépensé 136 \$. Peu de différences ont été observées pour ce qui est des dépenses moyennes entre les sexes, les groupes d'âge ou les groupes de revenu. Les produits achetés le plus souvent ont été les livres numériques, suivis des abonnements à des journaux en ligne.

Les jeux en ligne sont plus populaires auprès des jeunes hommes

Au cours des 12 mois précédant juin 2018, 31 % des Canadiens de 18 ans et plus ont utilisé gratuitement ou acheté des jeux en ligne, y compris des téléchargements de jeux, des abonnements et des achats intégrés. Le total des dépenses pour ces produits s'est élevé à 1,4 milliard de dollars, l'acheteur moyen ayant dépensé 223 \$. Les jeunes hommes ont été plus nombreux que les autres consommateurs à déclarer avoir utilisé ou acheté des jeux en ligne et ils ont dépensé plus en moyenne. Par exemple, 78 % des hommes de 18 à 24 ans ont indiqué avoir utilisé ou acheté des jeux en ligne, des abonnements ou des achats intégrés, y consacrant en moyenne 380 \$. En comparaison, 27 % des femmes du même groupe d'âge ont utilisé ou acheté des jeux en ligne, dépensant en moyenne 101 \$ pour ce type d'achat.

Plus d'un quart des Canadiens gagnent de l'argent au moyen des plateformes en ligne

De juillet 2017 à juin 2018, 28 % des Canadiens de 18 ans et plus ont déclaré avoir gagné de l'argent au moyen des plateformes en ligne. La méthode la plus courante pour gagner de l'argent a été en vendant des produits neufs ou usagés sur des babillards en ligne comme Kijiji, eBay et Etsy. La proposition de services de pigistes en ligne, la publication de contenu créatif en ligne, comme des vidéos sur YouTube, ainsi que les offres de covoiturage entre particuliers et les services de livraisons et d'hébergement ont constitué d'autres manières de gagner de l'argent.

Les personnes qui ont vendu des produits par l'intermédiaire de babillards électroniques ont gagné 4,9 milliards de dollars au cours des 12 mois précédant juin 2018, soit une moyenne de 722 \$ par personne. Cette activité a été plus populaire chez les Canadiens de moins de 44 ans et ceux ayant un revenu personnel annuel supérieur à 100 000 \$. Aucune différence significative n'a été observée relativement à la moyenne des gains obtenus de la vente de produits au moyen de babillards en ligne d'un groupe d'âge à l'autre ou d'un groupe de revenu à l'autre.

Modes de paiement numériques utilisés pour la majorité des transactions

La numérisation a une incidence sur la manière dont les Canadiens paient les biens et services qu'ils achètent. Au cours des 12 mois précédant juin 2018, une proportion importante des dépenses personnelles totales (76 %) des Canadiens de 18 ans et plus ont été effectuées au moyen de modes de paiement numériques, y compris les cartes de débit et de crédit, les paiements préautorisés ou les services bancaires en ligne. Parallèlement, l'argent comptant ou les chèques ont été utilisés pour effectuer 21 % de toutes les dépenses personnelles, tandis que les autres modes de paiement, comme les points de récompense et les cartes-cadeaux, ont représenté le reste. En moyenne, les Canadiens de 65 ans et plus ont utilisé de l'argent comptant pour effectuer une plus grande partie (30 %) de leurs dépenses personnelles totales, tandis que ceux de 35 à 44 ans ont utilisé des méthodes numériques pour 80 % de toutes leurs dépenses.

Note aux lecteurs

L'Enquête sur l'économie numérique (EEN) était une enquête auprès des ménages qui ciblait les personnes de 18 ans et plus. Elle a porté sur l'utilisation et l'achat de divers produits numériques, comme les services de diffusion de musique ou de vidéos en continu, les livres numériques, les applications mobiles et les abonnements à des services de jeux en ligne. Elle a permis d'examiner les façons de gagner de l'argent au moyen de l'économie numérique, par exemple, en vendant des produits neufs ou usagés au moyen de plateformes ou de babillards en ligne. Des questions ont aussi été posées au sujet des modes de paiement utilisés par les Canadiens, par exemple l'argent comptant comparativement aux cartes de crédit ou de débit.

Les renseignements recueillis dans le cadre de cette enquête servent à combler d'importantes lacunes statistiques liées à l'économie numérique.

Pour les besoins de cette enquête, l'expression « produit numérique » désigne les biens et services qui ont été commandés et livrés en ligne (c.-à-d., en format numérique). Les achats par Internet de biens physiques ainsi que les achats en magasin de biens sous forme numérique n'étaient pas dans le champ de l'enquête.

L'EEN ne remplace pas l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (ECUI). À l'automne 2018, Statistique Canada mènera une nouvelle édition de l'ECUI qui a une portée plus large. L'ECUI mesurera l'accès des ménages à Internet et les comportements en ligne des Canadiens de 15 ans et plus, tels que l'utilisation des services gouvernementaux en ligne, l'utilisation de sites Web ou d'applications de réseaux sociaux, l'utilisation des téléphones intelligents, les compétences numériques, le travail en ligne ainsi que la sécurité, la vie privée et la confiance.

Tableau 1
Utilisateurs et acheteurs des produits numériques¹, de juillet 2017 à juin 2018

	Musique — Téléchargements et abonnements à un service de diffusion en continu	Vidéo — Téléchargements et abonnements à un service de diffusion en continu	Livres électroniques, livres audio, journaux ou magazines numériques ou baladodiffusions (podcasts)	Jeux en ligne, téléchargements de jeux et achats intégrés ²	Applications mobiles, logiciels d'ordinateur et autres abonnements en ligne	Au moins un produit numérique ¹
	proportion de la population (%)					
Population totale de 18 ans et plus	51	64	33	31	57	79
Âge						
18 à 24 ans	82	85	32	54	69	95
25 à 34 ans	64	79	34	40	68	90
35 à 44 ans	68	80	39	43	69	90
45 à 54 ans	56	69	39	31	60	84
55 à 64 ans	35	52	37	14	52	73
65 ans et plus	18	32	21	13	33	51
Sexe						
Homme	53	67	35	37	60	80
Femme	49	62	32	24	55	77
Revenu personnel annuel						
Moins de 40 000 \$	45	58	26	30	49	72
40 000 \$ à moins de 70 000 \$	52	65	35	31	62	82
70 000 \$ à moins de 100 000 \$	60	76	38	32	69	89
100 000 \$ et plus	71	83	59	37	78	95

1. Les produits numériques renvoient aux biens et services qui ont été commandés et livrés en ligne (c. à d. en format numérique), par exemple, les téléchargements et les services de diffusion de musique ou de vidéos en continu, les livres numériques, les livres audio, les services de jeux en ligne, les applications mobiles, les logiciels et autres abonnements en ligne.

2. La catégorie des abonnements à des jeux en ligne, des téléchargements de jeux et des achats intégrés comprend uniquement les jeux sur ordinateurs et sur consoles. Tous les jeux mobiles (c.-à-d les jeux téléchargés ou qui ont été joués à partir d'un téléphone mobile) sont inclus dans la catégorie des applications mobiles.

Note(s) : Dans le cadre de l'Enquête sur l'économie numérique, on a demandé aux personnes de 18 ans et plus au Canada si elles avaient utilisé des versions gratuites (y compris des versions payées par quelqu'un d'autre) ou acheté divers produits numériques de juillet 2017 à juin 2018. Les catégories concernant l'utilisation de versions gratuites et l'achat de produits numériques n'étaient pas mutuellement exclusives. On a demandé aux personnes ayant déclaré avoir acheté des produits numériques d'indiquer leurs dépenses totales.

Source(s) : Enquête sur l'économie numérique (5265).

Tableau 2
Acheteurs des produits numériques¹, de juillet 2017 à juin 2018

	Musique — Téléchargements et abonnements à un service de diffusion en continu	Vidéo — Téléchargements et abonnements à un service de diffusion en continu	Livres électroniques, livres audio, journaux ou magazines numériques ou baladodiffusions (podcasts)	Jeux en ligne, téléchargements de jeux et achats intégrés ²	Applications mobiles, logiciels d'ordinateur et autres abonnements en ligne	Au moins un produit numérique ¹
	proportion de la population (%)					
Population totale de 18 ans et plus	34	47	19	24	43	67
Âge						
18 à 24 ans	50	48	16 ^E	50	52	83
25 à 34 ans	46	60	16	35	51	80
35 à 44 ans	47	63	22	34	52	81
45 à 54 ans	37	54	22	24	46	73
55 à 64 ans	23	37	23	7	38	58
65 ans et plus	11	22	13	5	25	40
Sexe						
Homme	37	50	21	32	46	70
Femme	32	45	17	16	40	65
Revenu personnel annuel						
Moins de 40 000 \$	28	37	13	24	34	59
40 000 \$ à moins de 70 000 \$	34	50	20	22	47	72
70 000 \$ à moins de 100 000 \$	44	62	20	25	54	79
100 000 \$ et plus	56	71	39	31	70	91

^E à utiliser avec prudence

1. Les produits numériques renvoient aux biens et services qui ont été commandés et livrés en ligne (c. à d. en format numérique), par exemple, les téléchargements et les services de diffusion de musique ou de vidéos en continu, les livres numériques, les livres audio, les services de jeux en ligne, les applications mobiles, les logiciels et autres abonnements en ligne.
2. La catégorie des abonnements à des jeux en ligne, des téléchargements de jeux et des achats intégrés comprend uniquement les jeux sur ordinateurs et sur consoles. Tous les jeux mobiles (c.-à-d. les jeux téléchargés ou qui ont été joués à partir d'un téléphone mobile) sont inclus dans la catégorie des applications mobiles.

Note(s) : Dans le cadre de l'Enquête sur l'économie numérique, on a demandé aux personnes de 18 ans et plus au Canada si elles avaient utilisé des versions gratuites (y compris des versions payées par quelqu'un d'autre) ou acheté divers produits numériques de juillet 2017 à juin 2018. Les catégories concernant l'utilisation de versions gratuites et l'achat de produits numériques n'étaient pas mutuellement exclusives. On a demandé aux personnes ayant déclaré avoir acheté des produits numériques d'indiquer leurs dépenses totales.

Source(s) : Enquête sur l'économie numérique (5265).

Tableau 3
Total des dépenses en produits numériques¹, de juillet 2017 à juin 2018

	Musique — Téléchargements et abonnements à une diffusion de musique en continu	Vidéo —Téléchargements et abonnements à une diffusion de vidéos en continu	Livres électroniques, livres audio, journaux ou magazines numériques ou baladodiffusions (podcasts)	Jeux en ligne, téléchargements de jeux et achats intégrés ²	Applications mobiles, logiciels d'ordinateur et autres abonnements en ligne	Tous les produits numériques ¹
	millions de dollars					
Population totale de 18 ans et plus	1 070	1 955	668	1 354	3 072	8 119
Âge						
18 à 24 ans	131	135	46 ^E	413 ^E	489 ^E	1 214 ^E
25 à 34 ans	308	549	100 ^E	471	817	2 246
35 à 44 ans	237	446	108	229	522 ^E	1 542
45 à 54 ans	223	423	148	176	695 ^E	1 665
55 à 64 ans	114	267	161 ^E	39	352	933
65 ans et plus	57 ^E	136	104	25 ^E	196	519
Sexe						
Homme	628	1 067	375	1 067	2 004	5 141
Femme	441	887	293	275	1 063	2 959
Revenu personnel annuel						
Moins de 40 000 \$	351	683	202	727 ^E	1 161	3 124
40 000 \$ à moins de 70 000 \$	247	495	170	291	774	1 977
70 000 \$ à moins de 100 000 \$	202	325	70	139	335	1 070
100 000 \$ et plus	255	406	204 ^E	185	739 ^E	1 789

^E à utiliser avec prudence

1. Les produits numériques renvoient aux biens et services qui ont été commandés et livrés en ligne (c. à d. en format numérique), par exemple, les téléchargements et les services de diffusion de musique ou de vidéos en continu, les livres numériques, les livres audio, les services de jeux en ligne, les applications mobiles, les logiciels et autres abonnements en ligne.
2. La catégorie des abonnements à des jeux en ligne, des téléchargements de jeux et des achats intégrés comprend uniquement les jeux sur ordinateurs et sur consoles. Tous les jeux mobiles (c.-à-d les jeux téléchargés ou qui ont été joués à partir d'un téléphone mobile) sont inclus dans la catégorie des applications mobiles.

Note(s) : Dans le cadre de l'Enquête sur l'économie numérique, on a demandé aux personnes de 18 ans et plus au Canada si elles avaient utilisé des versions gratuites (y compris des versions payées par quelqu'un d'autre) ou acheté divers produits numériques de juillet 2017 à juin 2018. Les catégories concernant l'utilisation de versions gratuites et l'achat de produits numériques n'étaient pas mutuellement exclusives. On a demandé aux personnes ayant déclaré avoir acheté des produits numériques d'indiquer leurs dépenses totales.

Source(s) : Enquête sur l'économie numérique (5265).

Tableau 4
Dépenses moyennes en produits numériques¹, de juillet 2017 à juin 2018

	Musique —Téléchargements et abonnements à une diffusion de musique en continu	Vidéo—Téléch argements et abonnements à une diffusion de vidéos en continu	Livres électroniques, livres audio, journaux ou magazines numériques ou baladodiffusions (podcasts)	Jeux en ligne, téléchargement s de jeux et achats intégrés ²	Applications mobiles, logiciels d'ordinateur et autres abonnements en ligne	Tous les produits numériques ¹
	dollars					
Population totale de 18 ans et plus	111	148	136	223	258	412
Âge						
18 à 24 ans	97	107	112 ^E	327 ^E	357 ^E	526 ^E
25 à 34 ans	107	145	104 ^E	231	265	433
35 à 44 ans	106	156	117	168	222 ^E	400
45 à 54 ans	133	170	154	183	333 ^E	488
55 à 64 ans	108	159	165 ^E	136	209	339
65 ans et plus	116 ^E	118	151	160 ^E	148	238
Sexe						
Homme	121	155	143	260	316	505
Femme	98	141	129	140	192	312
Revenu personnel annuel						
Moins de 40 000 \$	94	136	118	248 ^E	260	380
40 000 \$ à moins de 70 000 \$	105	143	124	217	241	384
70 000 \$ à moins de 100 000 \$	119	140	102	158	166	342
100 000 \$ et plus	156	193	207 ^E	221	368 ^E	655

^E à utiliser avec prudence

1. Les produits numériques renvoient aux biens et services qui ont été commandés et livrés en ligne (c. à d. en format numérique), par exemple, les téléchargements et les services de diffusion de musique ou de vidéos en continu, les livres numériques, les livres audio, les services de jeux en ligne, les applications mobiles, les logiciels et autres abonnements en ligne.
2. La catégorie des abonnements à des jeux en ligne, des téléchargements de jeux et des achats intégrés comprend uniquement les jeux sur ordinateurs et sur consoles. Tous les jeux mobiles (c.-à-d les jeux téléchargés ou qui ont été joués à partir d'un téléphone mobile) sont inclus dans la catégorie des applications mobiles.

Note(s) : Dans le cadre de l'Enquête sur l'économie numérique, on a demandé aux personnes de 18 ans et plus au Canada si elles avaient utilisé des versions gratuites (y compris des versions payées par quelqu'un d'autre) ou acheté divers produits numériques de juillet 2017 à juin 2018. Les catégories concernant l'utilisation de versions gratuites et l'achat de produits numériques n'étaient pas mutuellement exclusives. On a demandé aux personnes ayant déclaré avoir acheté des produits numériques d'indiquer leurs dépenses totales.

Source(s) : Enquête sur l'économie numérique (5265).

Tableau 5
Modes de paiement en proportion des dépenses personnelles totales, de juillet 2017 à juin 2018

	Méthodes de paiement numériques ¹	Argent ou chèque	Autre ²
	proportion du total des dépenses personnelles (%)		
Population totale de 18 ans et plus	76	21	3
Âge			
18 à 24 ans	75	21	4 ^E
25 à 34 ans	79	18	2
35 à 44 ans	80	17	3
45 à 54 ans	79	18	3
55 à 64 ans	74	23	3
65 ans et plus	68	30	2
Sexe			
Homme	77	21	3
Femme	75	22	3
Revenu personnel annuel			
Moins de 40 000 \$	71	27	3
40 000 \$ à moins de 70 000 \$	80	18	3
70 000 \$ à moins de 100 000 \$	82	16	2
100 000 \$ et plus	83	14	3

^E à utiliser avec prudence

1. Le mode de paiement numérique comprend l'utilisation des cartes de crédit ou de débit, les services bancaires en ligne, les paiements et retraits automatisés, les transferts électroniques, etc.
2. Les autres modes de paiement comprennent l'utilisation de points de récompense (p. ex. Air Miles, PC Optimum, argent Canadian Tire), de cartes-cadeaux et de cryptomonnaie (p. ex. bitcoins).

Source(s) : Enquête sur l'économie numérique (5265).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 5265.

L'infographie « [Résultats de l'Enquête sur l'économie numérique](#) » (11-627-M) est accessible.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca).