

Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2020

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le mardi 22 juin 2021

En 2020, Internet a été une bouée de sauvetage pour de nombreux Canadiens. C'est sur ce réseau que nous avons travaillé et étudié, que nous sommes restés en contact avec nos proches et que nous avons fait de plus en plus d'achats. La proportion de Canadiens utilisant Internet (92 %) a légèrement augmenté depuis 2018 (91 %), mais la façon dont le réseau est utilisé et la durée de l'utilisation quotidienne ont considérablement changé depuis le début de la pandémie.

Internet a permis de combler le vide pendant la pandémie

Au cours d'une année où les Canadiens ne pouvaient pas toujours se rendre dans les magasins physiques pour effectuer leurs achats, beaucoup se sont tournés vers Internet pour acheter en ligne. Plus de 4 Canadiens sur 5 (82 %) ont fait des achats en ligne en 2020, en hausse par rapport à 2018 (77 %). Au cours de cette période, les dépenses en ligne ont augmenté d'environ une demie et sont passées de 57,4 milliards de dollars à 84,4 milliards de dollars.

Un peu plus de 1 Canadien sur 5 (21 %) a déclaré faire l'épicerie en ligne plus souvent qu'avant la pandémie, tandis que 45 % des Canadiens ont acheté d'autres biens physiques sur Internet plus fréquemment. En fait, 13 % des Canadiens ont fait l'épicerie en ligne pour la première fois au cours de la pandémie et 9 % ont acheté d'autres biens physiques en ligne pour la première fois.

Pour certains Canadiens, le travail à domicile était la seule option pendant la pandémie. Plus des deux cinquièmes des Canadiens âgés de 18 à 65 ans (43 %) ont déclaré avoir utilisé Internet pour travailler à domicile plus souvent qu'avant la pandémie et 15 % ont utilisé Internet pour travailler à domicile pour la première fois.

À défaut de pouvoir socialiser en personne pendant la majeure partie de l'année, la plupart des Canadiens ont utilisé Internet pour communiquer en ligne avec les autres. Pour ce faire, ils ont envoyé des messages à l'aide d'applications de messagerie instantanée (76 %) ou de sites de réseaux sociaux (71 %). Près des deux tiers des Canadiens (64 %) ont utilisé Internet pour faire des appels vocaux en ligne ou des appels vidéo, en hausse par rapport à 2018 (47 %).

Puisqu'ils ont passé plus de temps à la maison en 2020, et qu'il était impossible de faire la plupart des activités de divertissement en personne, les Canadiens se sont tournés vers les options en ligne. En 2020, environ 4 Canadiens sur 5 (83 %) ont regardé du contenu diffusé en continu et plus du tiers (38 %) en ont visionné plus de 10 heures au cours d'une semaine normale. De plus, un peu plus du tiers des Canadiens (35 %) ont déclaré avoir joué à des jeux vidéo en ligne en 2020, et 1 sur 10 a joué pendant plus de 10 heures au cours d'une semaine normale (10 %).

Comme les Canadiens ont passé beaucoup de temps en ligne en 2020, un plus grand nombre d'entre eux (24 %) ont ressenti le besoin de prendre une pause de l'utilisation d'Internet ou de diminuer leur temps passé sur Internet par rapport à 2018 (21 %).

Les trois quarts des Canadiens ont acheté des biens en ligne en 2020

Bien que les Canadiens aient fait plus d'achats et dépensé davantage en ligne pour des biens, ils ont, sans surprise, moins dépensé pour des services comme la préparation de voyages ou des billets pour des événements sportifs, culturels ou de divertissement en direct, la plupart étant limités ou interdits pendant la pandémie.

Les biens physiques, comme les vêtements, les produits alimentaires, les livres et les appareils électroniques, ont constitué le type de biens le plus fréquemment acheté en ligne en 2018 et en 2020. En 2020, un peu plus de 3 Canadiens sur 4 ont acheté des biens physiques (76 %), en hausse par rapport à 2018 (67 %). Les dépenses des Canadiens pour ces biens ont quant à elles doublé; elles sont passées de 1 165 \$ en 2018 en moyenne à 2 336 \$ en 2020.



En 2020, un peu plus de 1 Canadien sur 6 (16 %) a utilisé Internet pour acheter des biens physiques en ligne au moyen d'abonnements; 7 % des Canadiens ont reçu des boîtes-repas de façon régulière, 5 % ont reçu des produits alimentaires comme de la nourriture et des boissons et 9 % ont reçu d'autres biens physiques.

En 2020, plus des deux tiers des Canadiens (68 %) ont acheté des biens et services numériques comme de la musique ou des vidéos à télécharger et des services de stockage de données en ligne, en hausse par rapport à 2018 (52 %). Les acheteurs de biens et services numériques ont dépensé en moyenne 568 \$ en 2020, en hausse comparativement à 346 \$ en 2018.

En 2020, près de 1 Canadien sur 10 (9 %) a eu recours à des services d'hébergement entre particuliers tels que Airbnb et Flipkey et la moitié (49 %) ont utilisé d'autres types de services en ligne pour commander de la nourriture ou des boissons auprès de restaurants, préparer des voyages, acheter des billets pour des événements de divertissement et faire appel à des services de covoiturage, comme Uber et Lyft.

Les acheteurs sur Internet soutiennent les entreprises canadiennes pendant la pandémie

En 2020, 38 % des Canadiens ont déclaré avoir commandé des biens ou des services en ligne auprès d'entreprises canadiennes, précisément parce qu'elles étaient canadiennes, comparativement à 29 % en 2018. Ce type de comportement était plus marqué chez les personnes âgées de 25 à 44 ans (49 %), et près de la moitié d'entre elles ont déclaré avoir acheté des biens ou des services auprès d'entreprises canadiennes précisément parce qu'elles étaient canadiennes.

La majorité des Canadiens ont rencontré un problème en commandant en ligne

Bien que la plupart des Canadiens aient fait des achats en ligne en 2020, bon nombre d'entre eux ont rencontré des problèmes ou des obstacles en le faisant.

Plus des deux tiers des Canadiens qui ont fait des achats en ligne (69 %) ont éprouvé des difficultés en effectuant leur commande. Au nombre des problèmes les plus fréquents figuraient les suivants : un délai de livraison plus long que celui mentionné (48 %), un détaillant étranger qui ne vendait pas ou n'expédiait pas au Canada (30 %) et le produit commandé était de qualité inférieure à celle prévue (26 %).

Parmi les Canadiens qui n'ont pas fait d'achats en ligne en 2020, près des trois quarts (73 %) ont déclaré ne pas avoir besoin de commander en ligne ou ne pas être intéressés à le faire, 23 % étaient préoccupés par la sécurité ou la protection de la vie privée, 18 % voulaient voir, tenir ou essayer le produit avant de l'acheter et 16 % ont déclaré qu'il était trop difficile de commander en ligne.

Plus du quart des Canadiens ont passé 20 heures ou plus par semaine sur Internet

Étant donné les possibilités limitées d'activités en personne pendant la pandémie, davantage de Canadiens se sont tournés vers les options en ligne. Au cours d'une semaine normale en 2020, plus du quart des Canadiens (27 %) ont passé 20 heures ou plus sur Internet à des fins personnelles, en hausse comparativement à 19 % en 2018. Cela exclut le temps passé à regarder des contenus vidéo diffusés en continu et à utiliser des services de jeux vidéo.

Deux Canadiens sur cinq vérifiaient leur téléphone au moins toutes les 30 minutes

La grande majorité des Canadiens (84 %) ont utilisé un téléphone intelligent à des fins personnelles en 2020 pour communiquer, faire des recherches ou se divertir. Interrogés sur leurs habitudes liées à l'utilisation de leur téléphone intelligent au cours d'une journée normale, un peu plus de la moitié des Canadiens (53 %) ont déclaré que la vérification de leur téléphone intelligent était la première chose qu'ils faisaient au réveil et la dernière chose qu'ils faisaient avant d'aller au lit (51 %).

Lors d'une journée normale, 43 % des Canadiens ont déclaré avoir vérifié leur téléphone intelligent au moins toutes les 30 minutes. Parmi les jeunes Canadiens, 71 % de ceux âgés de 15 à 24 ans vérifiaient leur téléphone intelligent au moins toutes les 30 minutes, et 17 % d'entre eux vérifiaient leur téléphone toutes les 5 minutes.

Les deux tiers des Canadiens ont utilisé Internet pour rechercher de l'information sur la santé

De nombreux Canadiens ont utilisé Internet pour leurs besoins en matière de divertissement, mais ils ont également utilisé le réseau comme outil pour suivre leur état de santé. En 2020, plus des deux tiers des Canadiens ont utilisé Internet pour rechercher de l'information sur la santé (69 %) et le quart l'ont utilisé pour faire le suivi de leur condition physique ou de leur santé (25 %), par exemple, pour obtenir le compte du nombre de pas ou pour planifier les repas. De plus, 14 % des Canadiens ont utilisé des appareils portables intelligents connectés à Internet, comme une montre intelligente, une Fitbit ou un dispositif de surveillance de la glycémie.

Les incidents de cybersécurité augmentent pendant la pandémie

Le pourcentage de Canadiens qui ont déclaré un incident de cybersécurité est passé de 52 % en 2018 à 58 % en 2020. Parmi les incidents les plus souvent déclarés figurent les suivants : la réception de courriels frauduleux ou de pourriels non sollicités (49 %), le fait d'être redirigé vers des sites Web frauduleux demandant des renseignements personnels (20 %), la présence d'un virus ou d'une autre infection informatique (10 %) et l'utilisation frauduleuse d'une carte de paiement (7 %).

Bien que plus de la moitié des Canadiens aient été victimes d'un incident en ligne en 2020, peu (2 %) ont déclaré une perte financière qu'ils n'ont pas récupérée.

En 2020, les Canadiens ont pris certaines mesures en ligne pour protéger leurs données personnelles, près des trois quarts (74 %) ayant pris au moins une des mesures suivantes : restreindre ou refuser l'accès à la leur localisation géographique (59 %), refuser d'autoriser l'utilisation de données personnelles à des fins publicitaires (57 %), modifier les paramètres de confidentialité des comptes ou des applications pour restreindre l'accès à leur profil ou à leurs renseignements personnels (49 %) et vérifier si le site Web sur lequel leurs renseignements personnels sont partagés est sécurisé (45 %).

Des écarts subsistent au chapitre de l'utilisation d'Internet

Malgré le fait qu'une grande proportion de la population canadienne ait utilisé Internet en 2020, des écarts ont persisté lorsqu'on examine les caractéristiques démographiques de la population et le lieu de résidence. Par exemple, si l'on compare avec la moyenne canadienne (92 %), environ 62 % des Canadiens de 75 ans et plus avaient utilisé Internet. D'autres sous-groupes de la population ont affiché une utilisation d'Internet inférieure à la moyenne canadienne : les personnes ayant une incapacité (84 %), les personnes sans emploi (85 %), les personnes vivant à l'extérieur d'une région métropolitaine de recensement ou d'une agglomération de recensement (87 %) et les personnes ayant une identité autochtone (88 %).

Presque tous les Canadiens vivant au sein d'un ménage familial comptant des enfants de moins de 18 ans (98 %) ont utilisé Internet en 2020, comparativement à 80 % des ménages composés d'une personne vivant seule.

Tableau 1
Utilisation d'Internet selon certaines caractéristiques, 2020¹

	2020
	%
Canada	92,3
Groupes d'âge	
15 à 24 ans	98,0
25 à 34 ans	98,2
35 à 44 ans	98,2
45 à 54 ans	96,6
55 à 64 ans	92,0
65 ans et plus	76,3
65 à 74 ans	86,2
75 ans et plus	61,9
Composition du ménage	
Famille comptant des enfants de moins de 18 ans	97,5
Famille sans enfants de moins de 18 ans	92,1
Personne vivant seule	79,7
Identité autochtone	
Autochtone	87,6
Non-autochtone	92,0
Incapacité	
Personne ayant une incapacité	84,4
Personne sans incapacité	92,6
Situation d'activité	
Personne occupée	97,2
Personne non occupée	84,7
Plus haut certificat, diplôme ou grade obtenu	
Diplôme d'études secondaires ou moins	84,8
Diplôme d'un collège ou d'une école de métiers, ou études universitaires partielles	94,3
Baccalauréat ou diplôme de niveau supérieur au baccalauréat	97,6
Régions métropolitaines de recensement ou agglomérations de recensement²	
Régions métropolitaines de recensement ou agglomérations de recensement	93,2
Régions situées à l'extérieur des régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement	87,1

1. L'indicateur d'utilisation d'Internet comprend l'utilisation d'Internet à des fins personnelles au cours des trois mois précédant l'enquête, à partir de n'importe quel endroit. Il exclut l'utilisation pour le travail et les études.

2. Les régions métropolitaines de recensement sont des villes comptant un centre de population d'au moins 100 000 habitants et les agglomérations de recensement doivent avoir un noyau urbain d'au moins 10 000 habitants, d'après les données du recensement précédent.

Source(s) : Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (4432).

Portail de statistiques sur l'économie et la société numériques

Visitez le [Portail de statistiques sur l'économie et la société numériques](#) pour accéder, en un seul endroit pratique, aux données, aux publications et aux outils interactifs liés à l'économie et à la société numériques.

Objectifs liés au développement durable

Le 1^{er} janvier 2016, des pays du monde entier ont officiellement commencé à mettre en œuvre le [Programme de développement durable à l'horizon 2030](#), le plan d'action des Nations Unies axé sur la transformation qui vise à relever des défis mondiaux urgents au cours des 15 années suivantes. Ce plan se fonde sur 17 objectifs précis liés au développement durable.

L'Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet est un exemple de la manière dont Statistique Canada appuie le suivi des progrès relatifs aux objectifs mondiaux liés au développement durable. Le présent communiqué contribuera à mesurer les objectifs suivants :



Note aux lecteurs

L'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (ECUI) de 2020, parrainée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada, a été menée de novembre 2020 à mars 2021.

La population visée par l'ECUI comprend toute personne âgée de 15 ans et plus qui réside dans l'une des 10 provinces canadiennes. Elle exclut les personnes vivant à temps plein (depuis plus de six mois) en établissement. Une enquête portant spécifiquement sur l'accès à Internet et son utilisation dans les Territoires du Nord sera menée au cours de la période allant de juillet à décembre 2021. Les données seront diffusées au printemps 2022.

L'ECUI a été remaniée en 2018. Les résultats tirés de cette enquête en 2018 et en 2020 ne devraient pas être comparés avec ceux obtenus au cours des cycles précédents.

Les régions métropolitaines de recensement sont des villes comptant un centre de population d'au moins 100 000 habitants et les agglomérations de recensement doivent avoir un noyau urbain d'au moins 10 000 habitants, d'après les données du recensement précédent.

Le 24 juin, l'article intitulé « L'utilisation d'Internet à l'ère de la COVID-19 : la pandémie a incité les Canadiens à passer davantage de temps en ligne », sera publié dans la série StatCan et la COVID-19 : Des données aux connaissances, pour bâtir un Canada meilleur. Cet article présentera des données provenant de l'ECUI et de l'Enquête sur les opinions et le mode de vie, laquelle est menée par le Bureau des statistiques nationales de la Grande-Bretagne.

Tableaux disponibles : [22-10-0135-01](#) à [22-10-0143-01](#) .

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

Il est maintenant possible de consulter l'infographie intitulée « [Les achats en ligne au Canada en 2020 : Résultats de l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet](#) » qui font partie de la série *Statistique Canada — Infographies (11-627-M)*.

Pour obtenir de plus amples 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).