



Un fort potentiel pour l'Internet mobile au Québec

Volume 1 - Numéro 3



NETENDANCES
2010

Une réalisation du

cefrio
Innovier par les TIC

Avec la collaboration de

Leger
MARKETING

HEC MONTRÉAL
CHAIRE DE COMMERCE
ÉLECTRONIQUE
RBC Groupe Financier



DESJARDINS MAINTENANT SUR VOTRE MOBILE

Gérez vos finances partout et en tout temps sur votre appareil mobile. Vérifiez votre solde, payez une facture, transférez de l'argent et bien plus. C'est facile avec le nouveau site Web mobile de Desjardins.

Découvrez-en plus sur m.desjardins.com.



Coopérer pour créer l'avenir

Faits saillants	4
La téléphonie mobile	5
Progression continue de la téléphonie mobile au Québec	5
La téléphonie mobile : financièrement plus accessible en 2010?	5
Qui sont les plus grands utilisateurs de téléphonie mobile?	6
Les régions rattrapent leur retard	6
Le téléphone intelligent	7
Une croissance lente	7
Qui sont les plus grands utilisateurs de téléphones intelligents?	7
Le marché du téléphone intelligent au Québec	8
Intentions d'achat	9
La tablette numérique	10
Une entrée remarquable chez les plus jeunes	10
Des intentions d'achat relativement fortes	10
Les usages de la mobilité	12
Accès à Internet mobile	12
Internet mobile : un usage quotidien	12
Les applications de la mobilité	13
Carte des applications mobiles	13
Les enjeux futurs	14

Méthodologie

Pour réaliser le volet « Mobilité » de l'enquête *NETendances*, nous avons interrogé au téléphone 1 000 adultes québécois lors d'un sondage Omnibus de Léger Marketing. La collecte de données a été réalisée en octobre 2010. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des personnes sondées afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale est de $\pm 3,4\%$ pour une proportion, 19 fois sur 20.

Pour le sondage, les seize 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 région Chaudière-Appalaches (RMR)] ; l'Est-du-Québec [Bas-Saint-Laurent, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Côte-Nord et Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine] ; le Centre-du-Québec [Mauricie, Estrie, Centre-du-Québec, Québec (hors RMR) et la région Chaudière-Appalaches (hors RMR)] ; et l'Ouest-du-Québec [Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière (hors RMR), Laurentides (hors RMR) et Montérégie (hors RMR)].

Notes explicatives

- Adultes québécois : l'ensemble des personnes sondées de 18 ans et plus, qu'elles utilisent ou non Internet.
- Données comparatives de 2009 : la collecte de données a été réalisée en octobre 2009 auprès de 1 000 adultes. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des personnes sondées afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale est de $\pm 3,4\%$ pour une proportion, 19 fois sur 20.

Un fort potentiel pour Internet mobile au Québec

L'enquête *NETendances 2010* a été réalisée par le CEFRIO, en collaboration avec Léger Marketing, et a été financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Services Québec et TELUS.

COLLABORATION

ÉQUIPE DE RÉALISATION

Najoua Kooli
Directrice de projet, CEFRIO
Supervision du projet

Benoît Arlabosse
Chargé de projet, CEFRIO
Coordination du projet,
analyse des données et rédaction

Sylvain Sénécal
Chercheur associé
Titulaire de la Chaire de
commerce électronique
RBC Groupe Financier

ÉQUIPE D'ÉDITION

Anne-Marie Jolicoeur
Conseillère en communication
Supervision de l'édition

Le groupe-conseil Éditia inc.
Révision linguistique

Brigitte Ayotte, Ayograph
Graphisme

Merci à l'équipe de Léger Marketing pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données et à Ayograph pour l'édition du rapport.

Dépôt légal : 4^e trimestre 2010
Bibliothèque et Archives nationales
du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN 1923-6565 (imprimé)
ISSN 1923-6573 (PDF)

La version PDF de ce numéro peut être téléchargée dans la section « Publications » du site Web du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

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

Faits saillants

La mobilité, au-delà de la fonction téléphonique, continue de croître dans le monde¹ et prend de plus en plus d'ampleur au Québec. L'internaute est désormais un consommateur nomade qui reste branché en tout temps et en tout lieu. L'année 2010 a notamment été marquée par l'arrivée des tablettes numériques, le lancement de la nouvelle version de l'iPhone d'Apple et la progression rapide du système pour téléphone intelligent Android, de Google.

L'évolution de la mobilité en 2010 renforce donc l'intérêt de ce troisième volume de *NETendances 2010*. Quelles sont les dernières tendances en matière d'appareils mobiles et d'accès à Internet mobile ?

Généralement, la téléphonie mobile² progresse et se démocratise

En 2010, la téléphonie mobile a progressé de 19 % par rapport à l'année précédente. Le taux d'équipement, que ce soit un téléphone cellulaire ou un téléphone intelligent, est en effet passé de 57 à 68 %. On constate une plus grande démocratisation de ce mode de communication, les plus forts taux de croissance étant observés parmi les personnes qui vivent en région (+ 32 %), les aînés (+ 35 %) et les consommateurs dont le revenu annuel se situe entre 20 000 et 59 000 \$ (+ 28 %).

Augmentation de l'utilisation du téléphone intelligent

En 2010, l'utilisation du téléphone intelligent continue de croître au Québec. Le taux d'équipement est passé de 13 à 17 % entre 2009 et 2010. Désormais, le quart (25 %) des téléphones mobiles sont des téléphones intelligents. On note par ailleurs que 11 % des Québécois ont accédé à Internet par le biais de leur téléphone intelligent. Il semble que la croissance de ce type d'appareil sera forte au cours des prochains mois, car 10 % des adultes québécois affirment qu'ils ont l'intention de s'en procurer un.

La tablette numérique séduit les plus jeunes

Au Québec, en 2010, près de 200 000 personnes se connecteraient avec une tablette numérique telle que l'iPad d'Apple, soit 3 % de la population adulte. Les jeunes de 18 à 24 ans semblent adopter rapidement cette nouvelle technologie puisque 13 % en utiliseraient une pour se connecter à Internet. Il est intéressant de souligner également que 7 % de la population québécoise envisage de se procurer une tablette numérique au cours de la prochaine année.

Internet mobile : un usage quotidien

Cette année, 13 % des Québécois utilisent Internet mobile et naviguent au moyen d'un téléphone intelligent, d'un baladeur MP3 ou d'une tablette numérique. À ce sujet, soulignons que 69 % des utilisateurs s'en servent tous les jours.

Des activités très diversifiées sur Internet mobile

Les utilisateurs d'Internet mobile pratiquent de très nombreuses activités sur le Web. Les moteurs de recherche, le courriel et les services pratiques comme les prévisions de la météo sont quelques-unes des applications les plus courantes d'Internet mobile. Les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter sont également très populaires parmi les utilisateurs d'appareils mobiles. L'usage d'outils de réseautage par géo-localisation (par exemple Foursquare) semble également émerger chez les utilisateurs d'Internet mobile.

¹ <http://seeds.fr/blog/tag/taux-dequipements>.

² La téléphonie mobile comprend les téléphones cellulaires et les téléphones intelligents.

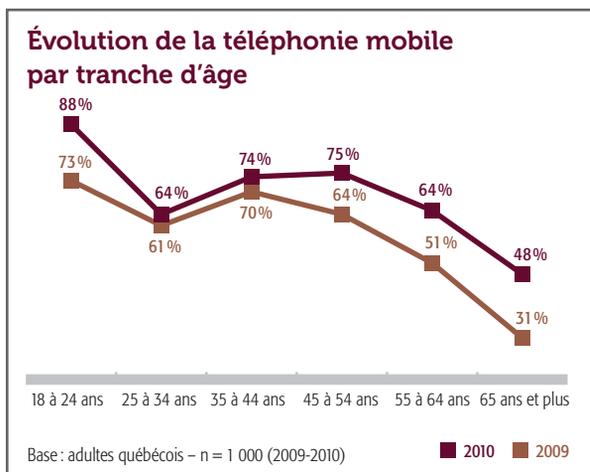
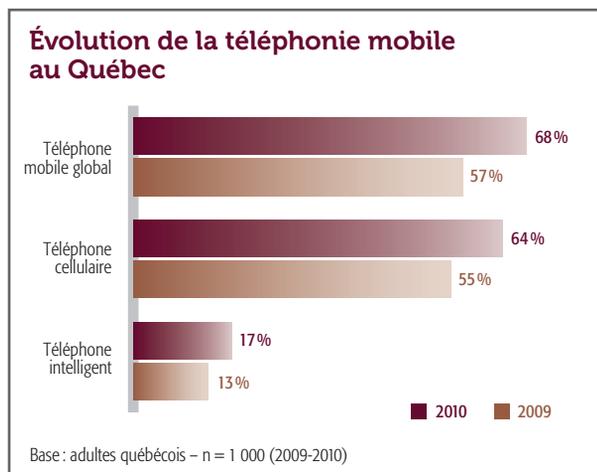
La téléphonie mobile

Depuis plus d'une décennie, la téléphonie mobile révolutionne nos modes de communication. Après avoir transformé la nature de la fonction téléphonique, le mobile change désormais nos façons d'utiliser Internet. Cette industrie connaît cette année au Québec des changements importants : une croissance significative, de nouveaux acteurs sur le marché québécois, une migration progressive³ vers le téléphone intelligent et la mise au point de nouveaux usages en matière de mobilité.

Au Québec, 4,3 millions d'adultes possèdent un téléphone mobile.

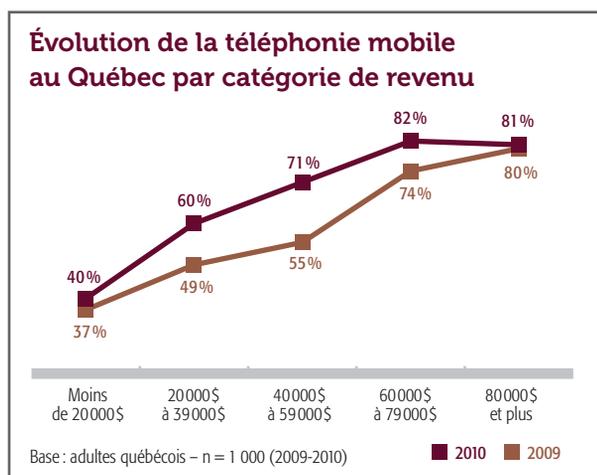
Progression continue de la téléphonie mobile au Québec

En 2010, 68 % des Québécois possédaient un téléphone mobile, comparativement à 57 % en 2009, ce qui représente une augmentation de 19 % (ou 11 points de pourcentage). De façon plus détaillée, on constate que 64 % des Québécois possèdent un téléphone cellulaire et 17 %, un téléphone intelligent, comparativement à 55 % et 13 % respectivement en 2009. Ces résultats montrent par ailleurs que 13 % des Québécois ont un téléphone cellulaire et un téléphone intelligent, et que 2 % de la population posséderait deux téléphones intelligents.



On enregistre une augmentation du taux de pénétration de la téléphonie mobile principalement chez les hommes (+ 24 %), les personnes de plus de 55 ans (+ 35 %), les gens qui vivent à l'extérieur de Montréal (+ 32 %), les personnes peu scolarisées (+ 33 %) et celles dont le revenu annuel se situe entre 20 000 et 59 000 \$ (+ 28 %).

Par ailleurs, tant en 2009 qu'en 2010, l'évolution de la téléphonie a connu un creux chez les 25-34 ans.



La téléphonie mobile : financièrement plus accessible en 2010 ?

Comme nous l'avons vu plus haut, ce sont les adultes qui touchent un revenu annuel moyen (entre 20 000 et 59 000 \$) qui enregistrent l'une des plus fortes augmentations en matière d'appareils de téléphonie mobile. Cette année, celle-ci semble financièrement plus accessible aux Québécois. L'arrivée de nouveaux acteurs à bas coûts⁴ dans le marché de la téléphonie cellulaire québécois pourrait expliquer en partie ce phénomène.

³ <http://www.quebechebdo.com/Societe/Mieux-etre/2010-03-12/article-1580114/Le-telephone-intelligent-gagne-en-popularite/1>.

⁴ <http://techno.branchez-vous.com/blogues/mobilite/2010/06/public-mobile-arrive-a-montreal.html>.

Une concurrence plus forte au Québec : vers une baisse des prix⁵ ?

L'arrivée récente sur le marché québécois du fournisseur d'accès téléphonique sans fil à bas coûts Public Mobile et de Vidéotron dans la téléphonie 3G pourrait favoriser une guerre de prix entre les différents opérateurs de téléphonie mobile. La venue de ces nouveaux concurrents explique peut-être en partie la croissance observée dans ce domaine au Québec en 2010⁶.

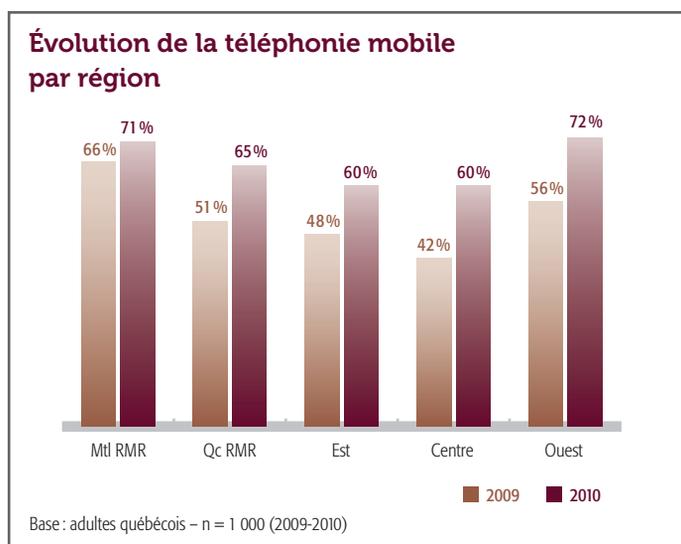
Au Québec, 25 % des téléphones mobiles sont des téléphones intelligents.

Qui sont les plus grands utilisateurs de téléphonie mobile ?

Les jeunes de 18 à 24 ans (88 %) et les personnes de 35 à 54 ans (75 %) sont ceux qui, proportionnellement, sont davantage équipés en téléphonie mobile. On constate que c'est également le cas des personnes qui disposent d'un revenu familial annuel supérieur à 60 000 \$ (81 %), des gens qui ont étudié au-delà du secondaire (73 %), des étudiants (82 %) et des professionnels (79 %).

Les régions rattrapent leur retard

Dans les régions du Québec autres que les régions métropolitaines de Montréal et de Québec, la téléphonie mobile enregistre une forte croissance en 2010, passant de 49 à 65 %, soit une augmentation d'environ 33 %. L'écart par rapport à l'ensemble du Québec n'est plus que de trois points de pourcentage (65 % comparativement à 68 %), alors qu'il s'établissait à huit points (49 % comparativement à 57 %) en 2009.



La situation du Québec dans le monde⁷

Les récentes études menées sur la mobilité dans le monde montrent qu'à ce chapitre le Québec n'accuse pas de retard majeur par rapport aux autres pays. D'après comScore, le nombre de téléphones intelligents en circulation au premier trimestre de 2010 s'élevait à 15 millions en Italie (soit un taux de pénétration de 25 %⁸), 10 millions en Espagne (22 %), 11 millions au Royaume-Uni (18 %), 45 millions aux États-Unis (15 %), 7 millions en France (12 %) et 8,4 millions en Allemagne (10 %)⁹. Or, *NETendances 2010* montre que le taux de pénétration du téléphone intelligent est de 17 % au Québec.

⁵ <http://www.protegez-vous.ca/technologie/forfaits-telephones-intelligents/public-mobile-un-nouvel-acteur.html>.

⁶ <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201009/07/01-4313213-sans-fil-vidéotron-se-jette-dans-la-melee.php>.

⁷ <http://iseeds.fr/blog/tag/taux-dequipements>.

⁸ Les taux de pénétration ont été calculés à partir des statistiques démographiques de la Banque mondiale et résultent du rapport entre le nombre de téléphones intelligents et la population totale.

⁹ <http://metrics.admob.com/2010/04/45-million-us-smartphone-users-comscore/>.

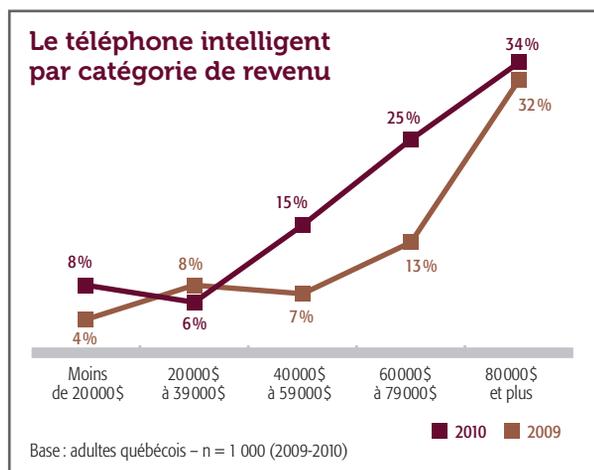
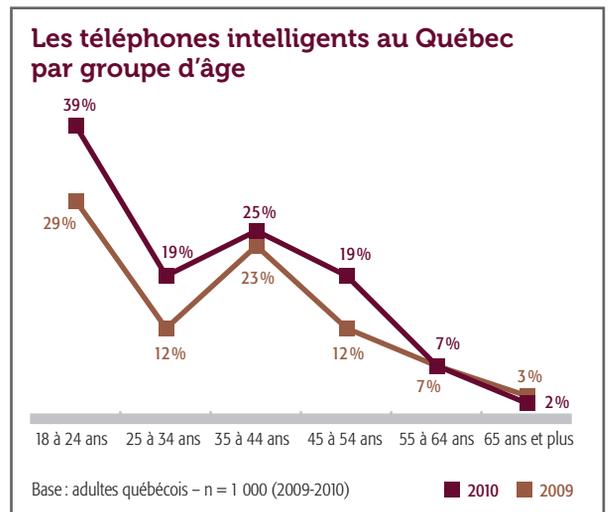
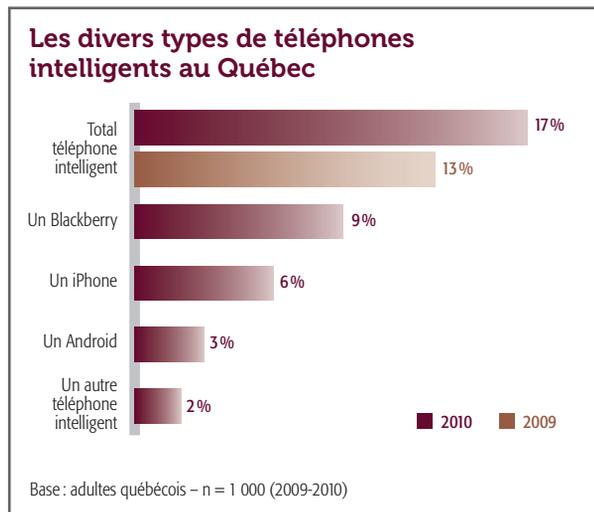
Le téléphone intelligent

Le lancement de l'iPhone 4 d'Apple et la montée en puissance du système d'exploitation pour téléphone mobile Android de Google ont agité le marché du téléphone intelligent en 2010. Appelé à remplacer le téléphone cellulaire classique, le téléphone intelligent permet aussi d'accéder à Internet.

Une croissance lente

En 2010, près de 17% des Québécois possèdent au moins un téléphone intelligent, que ce soit un BlackBerry (9%), un iPhone (6%), un appareil doté du système Android (3%) ou un autre type de téléphone intelligent (2%). Ce taux d'équipement¹⁰ (17%) représente une croissance par rapport à l'année précédente, puisqu'il était de 13% en 2009. Par ailleurs, 11% des Québécois ont accédé à Internet au moyen d'un téléphone intelligent en 2010.

Le Québec compte plus d'un million de mobinautes en 2010.



Ce sont les personnes de 18 à 34 ans et celles de 45 à 54 ans qui affichent la plus forte augmentation en matière de téléphones intelligents entre 2009 et 2010, ainsi que les personnes dont le revenu familial annuel se situe entre 40 000 et 79 000 \$. Par ailleurs, au cours de la même période, le nombre d'étudiants possédant un téléphone intelligent a presque triplé, passant de 15 à 40%.

Quatre étudiants sur dix possèdent maintenant un téléphone intelligent.

Qui sont les plus grands utilisateurs de téléphones intelligents ?

Les plus grands adeptes du téléphone intelligent se trouvent parmi les hommes (20% comparativement à 14% chez les femmes), les 18-24 ans (39%), les 35-44 ans (25%) et les personnes dont le revenu annuel est supérieur à 60 000 \$ (30%). Enfin, les étudiants (40%), les professionnels (24%) et les personnes qui ont fait des études universitaires (24%) sont proportionnellement plus nombreux à posséder un téléphone intelligent.

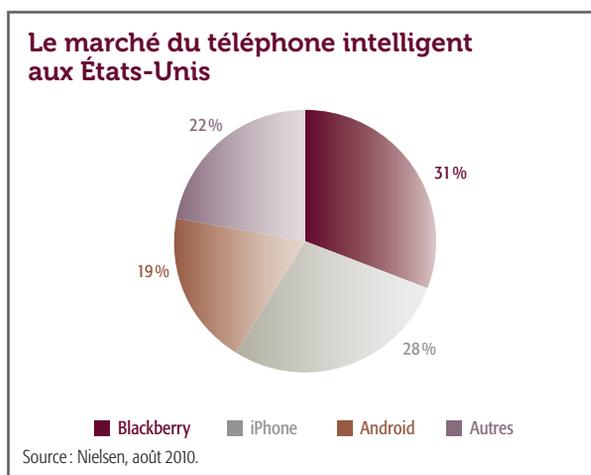
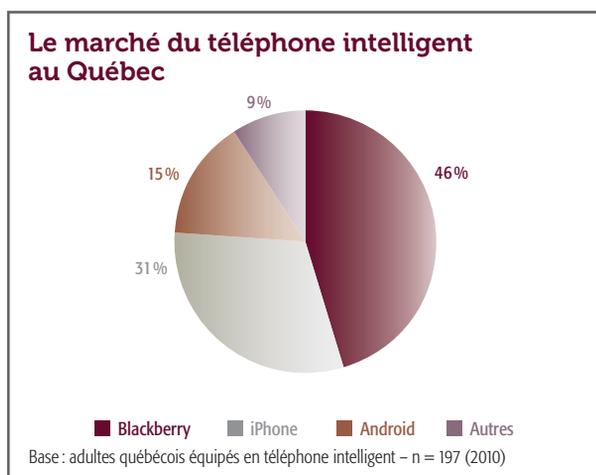
Les femmes sont moins nombreuses à utiliser un téléphone intelligent.

¹⁰ La somme des taux d'équipement pour chacun des types de téléphones intelligents diffère du taux d'équipement global, car 2% des Québécois auraient plus d'un téléphone intelligent.

Le BlackBerry domine le marché du téléphone intelligent au Québec.

Le marché du téléphone intelligent au Québec

Le BlackBerry arrive en tête du classement des téléphones intelligents utilisés par les Québécois en 2010. Ainsi, 46 %¹¹ des utilisateurs interrogés possèdent un BlackBerry, 31 % ont un iPhone, 15 % possèdent un téléphone intelligent doté du système Android et 9 % utilisent un autre type d'appareil (par exemple, Windows Mobile, Symbian, etc.). Le BlackBerry de l'entreprise canadienne Research In Motion (RIM) semble avoir la faveur des consommateurs sur le marché québécois, malgré la concurrence de l'iPhone et l'arrivée des autres types de téléphones intelligents. Par comparaison, selon la firme Nielsen, le BlackBerry restait en tête en août 2010 avec 31 % du marché américain, devançant l'iPhone (28 %), les téléphones intelligents dotés du système Android (19 %) et les autres types de téléphones intelligents (22 %). Les données longitudinales de Nielsen montrent qu'aux États-Unis l'Android gagne des parts de marché de mois en mois, au détriment du BlackBerry.



Le marché publicitaire du mobile suscite les convoitises

En mai dernier, Google a fait¹² l'acquisition d'Admob¹³, l'un des leaders du marché de la publicité sur appareil mobile, pour un montant de 750 millions de dollars, après avoir bataillé avec Apple pour en prendre possession. L'objectif affiché de Google est de monétiser le trafic mobile.

D'après e-marketer, les dépenses en publicité sur téléphone mobile devraient s'élever à 743 millions de dollars cette année et dépasser le milliard en 2011.

Vers un affrontement entre Apple et Google ?

Depuis plusieurs mois, les relations entre Apple et Google se sont considérablement dégradées¹⁴. L'arrivée, dans le monde de la téléphonie mobile, de Google et de son système Android menace la mainmise d'Apple sur le marché des applications mobiles. Par ailleurs, les dernières statistiques montrent l'avancée rapide du système Android aux États-Unis : il se vendrait désormais plus de téléphones intelligents munis d'un système Android que d'appareils iPhone¹⁵.

Le système d'exploitation mobile Android deviendra-t-il le « Windows » de la téléphonie mobile ?

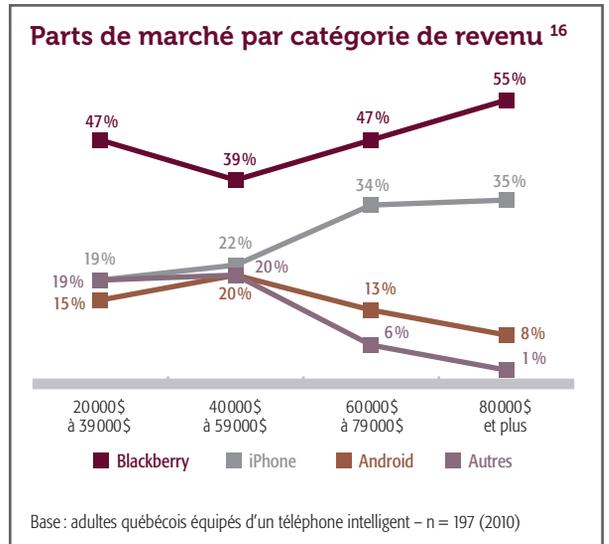
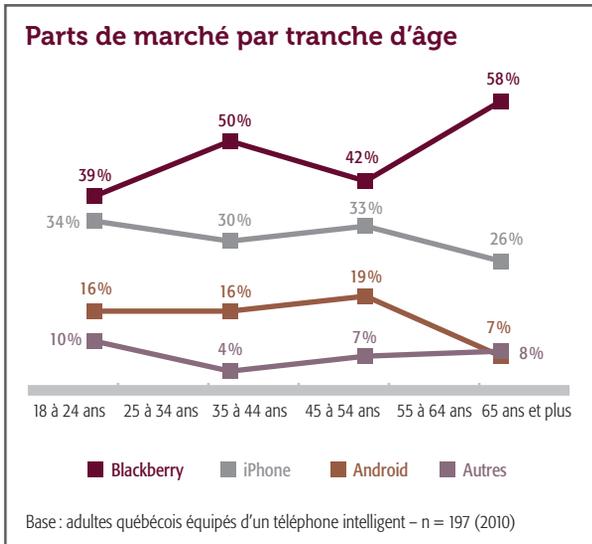
¹¹ Ces résultats doivent être pris avec précaution car l'échantillon était de 197 sondés. La marge d'erreur s'établit alors à 6,97 %.

¹² <http://www.zdnet.fr/actualites/rachat-d-admob-par-google-apple-en-mesure-de-convaincre-la-ftc-de-le-valider-39750708.htm>.

¹³ <http://www.zdnet.fr/actualites/publicite-sur-mobile-google-rachete-admob-pour-750-millions-de-dollars-39710633.htm>.

¹⁴ Le Monde, « Comment Apple et Google se disputent-ils la téléphonie mobile ? », 30 juin 2010.

¹⁵ http://www.echosdunet.net/dossiers/dossier_5125_android+depasse+iphone+aux+usa.html.

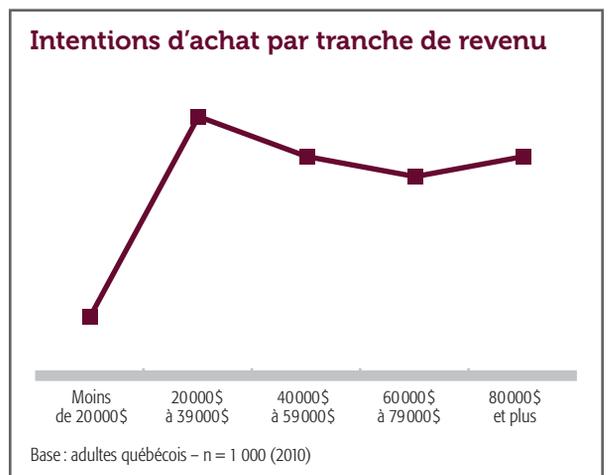
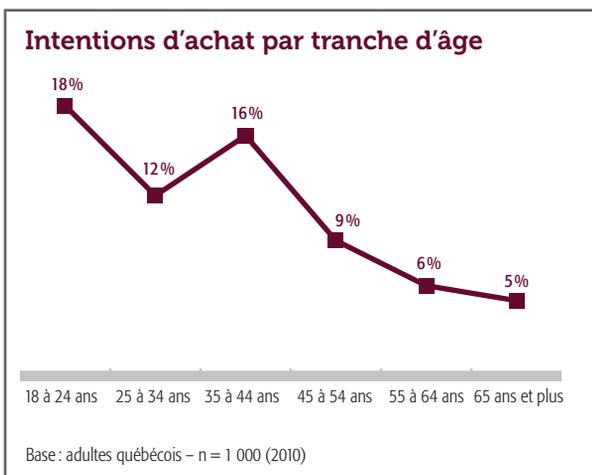


Malgré les précautions méthodologiques (voir la note de bas de page n°11), il est intéressant de constater que les parts de marché diffèrent selon le revenu et l'âge. Plus le revenu annuel augmente, plus les parts de marché du BlackBerry et de l'iPhone semblent importantes. Au contraire, les parts de marché de l'Android et des autres types de téléphones intelligents diminuent avec le revenu, ce que l'on pourrait expliquer par le fait que cette technologie coûte moins cher. Par ailleurs, le BlackBerry semble plus populaire auprès des 45-54 ans.

Intentions d'achat

Un Québécois sur dix (10%) déclare qu'il a l'intention de faire l'acquisition d'un téléphone intelligent au cours de la prochaine année. Les hommes (14%), les 18-44 ans (15%), les personnes qui vivent dans la région de Montréal (14%), les professionnels (15%) et les étudiants (18%) sont plus nombreux à vouloir se procurer l'un de ces appareils, quel qu'il soit, en 2011. Fait notable, les intentions d'achat varient peu en fonction du revenu annuel des personnes interrogées, excepté chez les gens qui disposent d'un revenu annuel inférieur à 20 000\$ et chez les personnes de 55 ans et plus.

Plus de 600 000 adultes québécois déclarent qu'ils veulent faire l'acquisition d'un téléphone intelligent en 2011.



¹⁶ Les personnes de 55 ans et plus et celles disposant d'un revenu annuel inférieur à 20 000\$ ne sont pas représentées ici, l'échantillon étant trop faible.

La tablette numérique

200 000 adultes québécois se connectent avec une tablette numérique.

À mi-chemin entre l'ordinateur et le téléphone intelligent, la tablette numérique pourrait rapidement transformer nos habitudes de navigation et de consommation de produits culturels en ligne. Au Québec, près de 200 000 personnes utiliseraient cette nouvelle technologie pour se connecter à Internet mobile.

Une entrée remarquée chez les plus jeunes

Les tablettes numériques comme l'iPad d'Apple, lancé sur le marché en 2010, semblent intéresser les consommateurs québécois : ils sont déjà près de 3 % à se connecter par le biais d'une tablette numérique à Internet mobile. Les jeunes de 18 à 24 ans semblent avoir adopté rapidement cette nouvelle technologie : 13 % en utilisent une régulièrement pour se connecter à Internet.

La tablette numérique intéresse autant les plus jeunes que les 35-54 ans.

Des intentions d'achat relativement fortes

Il est intéressant de noter qu'environ 7 % de la population québécoise déclare avoir l'intention d'acheter une tablette numérique au cours de la prochaine année, et qu'une plus forte proportion des 18-24 ans (11 %), des 35-54 ans (10 %) et des personnes dont le revenu annuel dépasse 60 000 \$ envisagent de le faire. Les aînés (2 %) sont les personnes les moins intéressées par cette technologie.

Croissance fulgurante du marché de la tablette numérique

En quelques mois, la tablette numérique est devenue un véritable phénomène technologique, et on devrait en vendre environ 20 millions en 2010¹⁷. À elle seule, la société Apple devrait vendre près de 12 millions d'iPad à travers le monde¹⁸ cette année, ce qui la place nettement en tête par rapport à ses concurrents. Certains analystes prévoient qu'en 2011 les ventes dépasseront les 50 millions d'appareils¹⁹, toutes marques confondues, et pas moins de 200 millions d'appareils en 2014.

¹⁷ <http://www.latribune.fr/technos-medias/electronique/20101015trib000563116/les-ventes-de-tablettes-numeriques-devraient-quasiment-tripler-en-2011.html>.

¹⁸ http://marches.lefigaro.fr/news/societes.html?&ID_NEWS=161335581.

¹⁹ <http://www.latribune.fr/technos-medias/electronique/20101015trib000563116/les-ventes-de-tablettes-numeriques-devraient-quasiment-tripler-en-2011.html>.

Profil des utilisateurs de téléphones mobiles

	Téléphone mobile (cellulaire ou intelligent)	Téléphone cellulaire	Téléphone intelligent
Résultat global	68 %	64 %	17 %
Sexe			
Homme	71 %	67 %	20 %
Femme	65 %	61 %	14 %
Âge			
18-24 ans	88 %	78 %	39 %
25-34 ans	64 %	60 %	19 %
35-44 ans	74 %	71 %	25 %
45-54 ans	75 %	71 %	19 %
55-64 ans	65 %	61 %	7 %
65 ans et plus	48 %	47 %	2 %
Scolarité			
Secondaire ou moins	60 %	56 %	11 %
Collégial	74 %	73 %	17 %
Universitaire	72 %	66 %	24 %
Revenu familial annuel			
Moins de 20 000 \$	40 %	39 %	8 %
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	60 %	59 %	6 %
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	71 %	70 %	15 %
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	82 %	75 %	25 %
80 000 \$ et plus	81 %	72 %	34 %
Région			
Montréal (RMR)	71 %	68 %	19 %
Québec (RMR)	65 %	61 %	16 %
Est-du-Québec	60 %	54 %	19 %
Centre-du-Québec	60 %	56 %	9 %
Ouest-du-Québec	72 %	67 %	17 %
Langue maternelle			
Français	68 %	64 %	15 %
Autre	69 %	65 %	23 %
Occupation			
Professionnel	79 %	74 %	24 %
Personnes au foyer	44 %	38 %	6 %
Étudiant	83 %	73 %	40 %
Retraité	53 %	52 %	2 %
Sans emploi	42 %	39 %	8 %

Base : adultes québécois (n = 1000)

En caractères gras bourgogne : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance de 95 %.

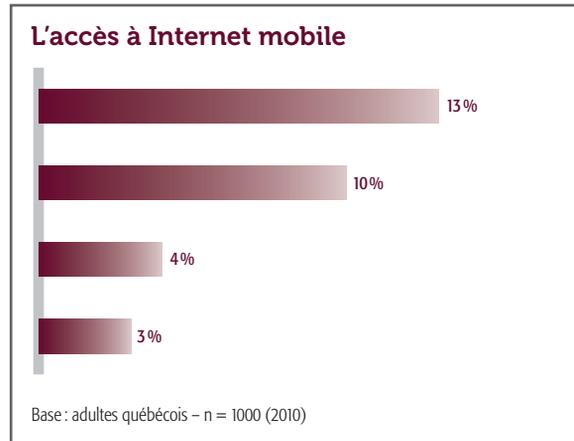
En caractères italiques bruns : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance de 95 %.

Les usages de la mobilité

Accès à Internet mobile

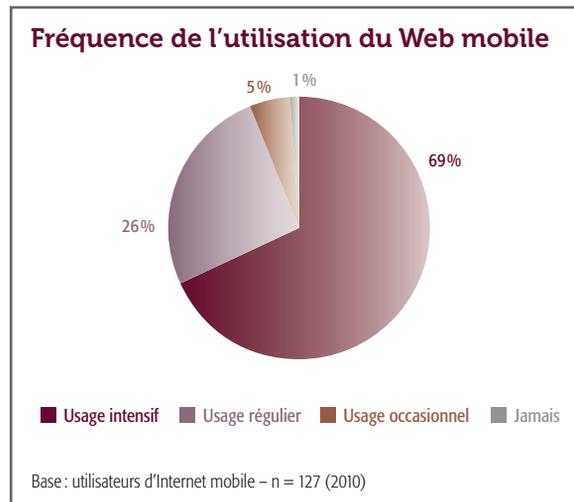
En 2010, on compte plus de 800 000 mobinautes parmi les adultes québécois.

En 2010, environ 13 % des Québécois ont accédé à Internet au moyen d'un appareil mobile, comparativement à 8 % en 2009. Pour être plus précis, 10 % des Québécois se sont connectés avec un téléphone intelligent, 4 % à l'aide d'un baladeur MP3 et 3 % au moyen d'une tablette numérique.



Internet mobile : un usage quotidien

La grande majorité des utilisateurs d'Internet mobile (69%) en font un usage intensif, ce qui signifie que la plupart des internautes qui possèdent un téléphone intelligent, un baladeur MP3 ou une tablette numérique se connectent tous les jours. Par ailleurs, plus de la moitié (53%) le font plusieurs fois par jour. Seulement 5% des utilisateurs en font un usage occasionnel, c'est-à-dire moins d'une fois par semaine.

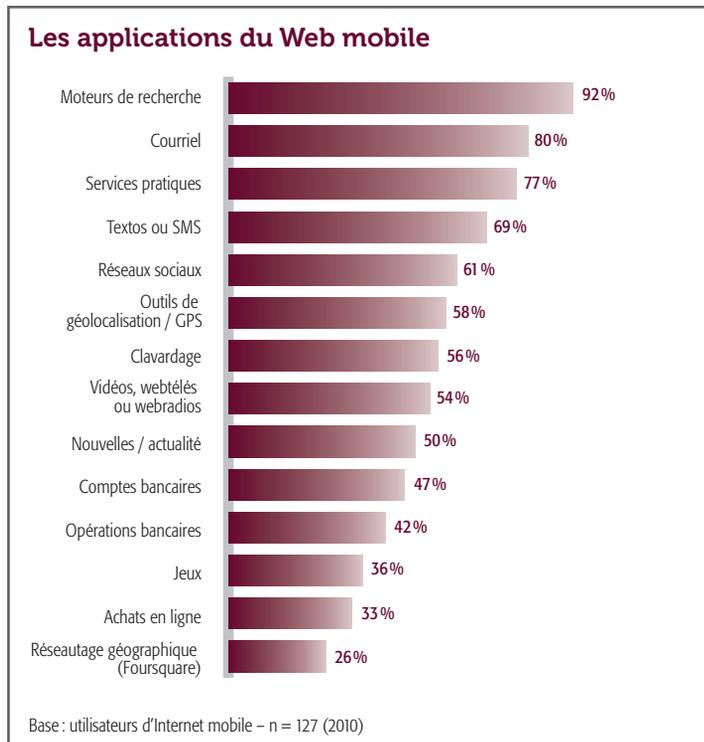


La fréquence d'utilisation d'Internet mobile varie peu en fonction du profil sociodémographique des utilisateurs : quel que soit leur profil, la plupart d'entre eux en font un usage intensif.

Usage intensif : au moins une fois par jour.
Usage régulier : au moins une fois par semaine.
Usage occasionnel : moins d'une fois par semaine.

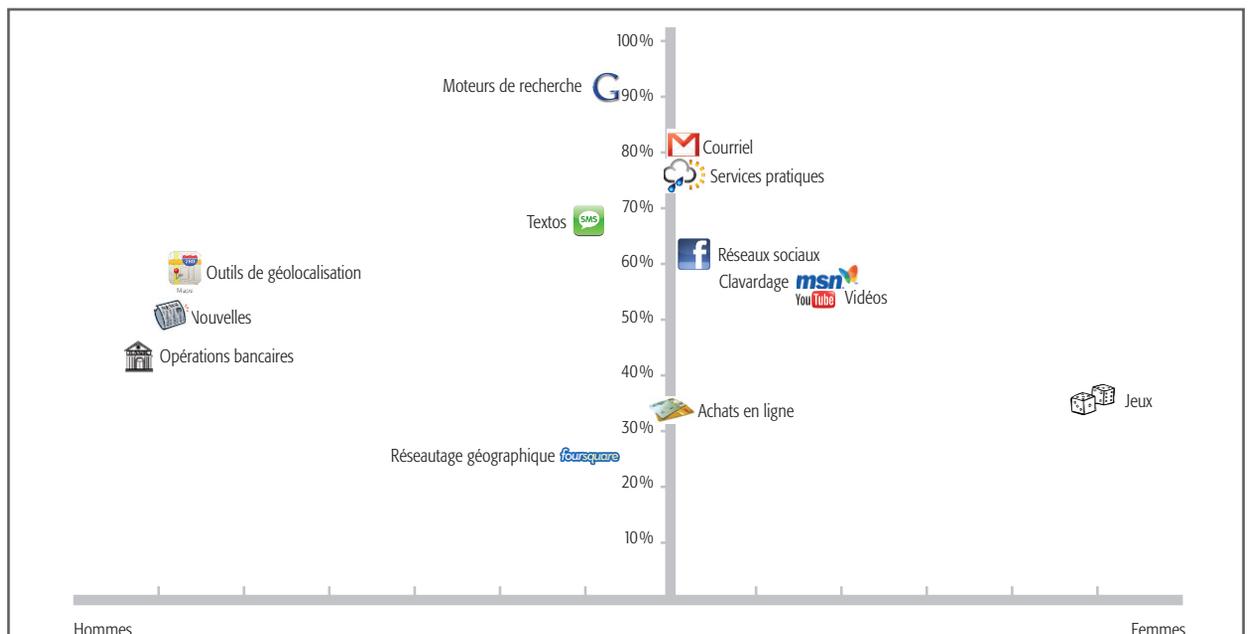
Les applications de la mobilité

Les utilisateurs d'Internet mobile pratiquent de nombreuses activités grâce à leur appareil. L'utilisation de moteurs de recherche tels que Google ou Bing (92 %), du courriel (80 %) ou de sites offrant des services pratiques (77 %) comme la météo sont les trois applications les plus populaires. Plus de six utilisateurs sur dix ont l'habitude de fréquenter des réseaux sociaux à l'aide de leur appareil mobile et 58 % utilisent des outils de géolocalisation comme Google Maps.



Carte des applications mobiles

Les nouvelles, les outils de géolocalisation et les services bancaires en ligne sont des applications mobiles utilisées davantage par des hommes. À l'inverse, les jeux en ligne sur mobile, le clavardage et le visionnement de vidéos intéressent un plus grand nombre de femmes.



Les enjeux futurs

La mobilité est une tendance incontournable qui marquera la prochaine décennie. En 2010, l'utilisation d'appareils mobiles a progressé au Québec, notamment en raison de l'intérêt croissant des Québécois pour le téléphone intelligent et de l'arrivée des premières tablettes numériques sur le marché.

Internet mobile est amené à prendre de plus en plus d'ampleur et les mobinautes continueront à en faire un usage intensif et diversifié. Ce nouvel usage tend à modifier en profondeur les comportements en matière de consommation d'Internet. De plus, il soulève des enjeux majeurs pour les entreprises et de nouvelles problématiques pour les citoyens.

Les géants que sont Apple, Google et Microsoft se battent pour se positionner au mieux dans la mobilité, que ce soit sur le plan des appareils, des systèmes d'exploitation ou de l'offre d'applications. Les prochains mois laisseront certainement la place à des affrontements pour conquérir des domaines porteurs comme le réseautage géographique, le jeu mobile (ou « mobile gaming ») et, surtout, la publicité mobile.

L'arrivée des tablettes numériques a marqué l'année 2010. Cette nouvelle technologie révolutionnera-t-elle l'informatique et notre façon d'utiliser Internet? L'adoption rapide de l'iPad d'Apple par les plus jeunes nous permet de le penser. Un dossier qu'il sera intéressant de suivre en 2011.

Le développement rapide de réseaux sociaux par géolocalisation tels que Foursquare ou Gowalla et l'ajout de fonctionnalités similaires dans des réseaux sociaux existants comme Facebook Places ont déjà soulevé de nouveaux problèmes en matière de vie privée. Certains s'inquiètent de l'utilisation et de la transmission des données de géolocalisation dont disposent ces nouveaux modèles d'affaires. Ce débat devrait se poursuivre en 2011 en raison de la progression certaine de ces nouveaux outils.

Enfin, l'adoption d'Internet mobile au Québec passera nécessairement par une diversification des offres de forfaits et une plus forte concurrence sur le plan des tarifs. On peut donc s'interroger sur l'impact que les prix auront sur la croissance du téléphone intelligent au Québec. L'arrivée de Vidéotron dans ce marché favorisera-t-elle la progression d'Internet mobile en 2011 ?

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe plus de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux, ainsi qu'une soixantaine de chercheurs associés et invités. Sa mission : 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. Le CEFRIO réalise en partenariat des projets de recherche-expérimentation, d'enquête et de veille stratégique sur l'appropriation des TI partout au Québec. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 70% par ses propres projets et à 30% par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.



Principal partenaire financier du CEFRIO

Pour tout renseignement additionnel, communiquez avec le CEFRIO.

Bureau de Québec

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6 Canada
Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 471
Montréal (Québec)
H3A 1B9 Canada
Tél. : 514 840-1245

Courriel : info@cefrio.qc.ca • Site Internet : www.cefrio.qc.ca

Les thèmes abordés dans les prochains numéros de *NETendances 2010*

1. Les médias sociaux
2. Le divertissement en ligne
- 3. La mobilité**
4. Internet : source d'information et modes de communication
5. Le gouvernement en ligne
6. L'informatisation du Québec
7. Le commerce électronique et les services bancaires en ligne
8. Les diverses générations d'internautes

Merci à nos partenaires !

