

Chiffres à l'appui du MCC

Culture, communications et technologies numériques au Québec



Mars 2013

Québec  
 

Réalisation

Direction générale de la planification et des sociétés d'État

Supervision

Jacques Laflamme

Mise à jour

Guy Therrien

Préparation de la version préliminaire

Pierre Girardin et Michel Pelletier

Édition

Agathe Caron

Mars 2013

Dépôt légal : 2013
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISBN : 978-2-550-67011-7 (PDF)
ISBN : 978-2-550-67010-0 (version imprimée)
ISSN : 1929-5391 (En ligne)
ISSN : 1929-5383 (version imprimée)

© Gouvernement du Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2013

Objectif

- Présentation de statistiques sur les tendances au Québec de l'utilisation du numérique aux fins de communication et aux fins de consommation de produits culturels

Table des matières

Introduction

- **Partie 1 :** Où se situe le Québec ?
- **Partie 2 :** Évolution d'Internet au Québec
- **Partie 3 :** Usage d'Internet au Québec
- **Partie 4 :** Degré d'implantation et d'utilisation des différentes technologies

Conclusion

Principales sources consultées

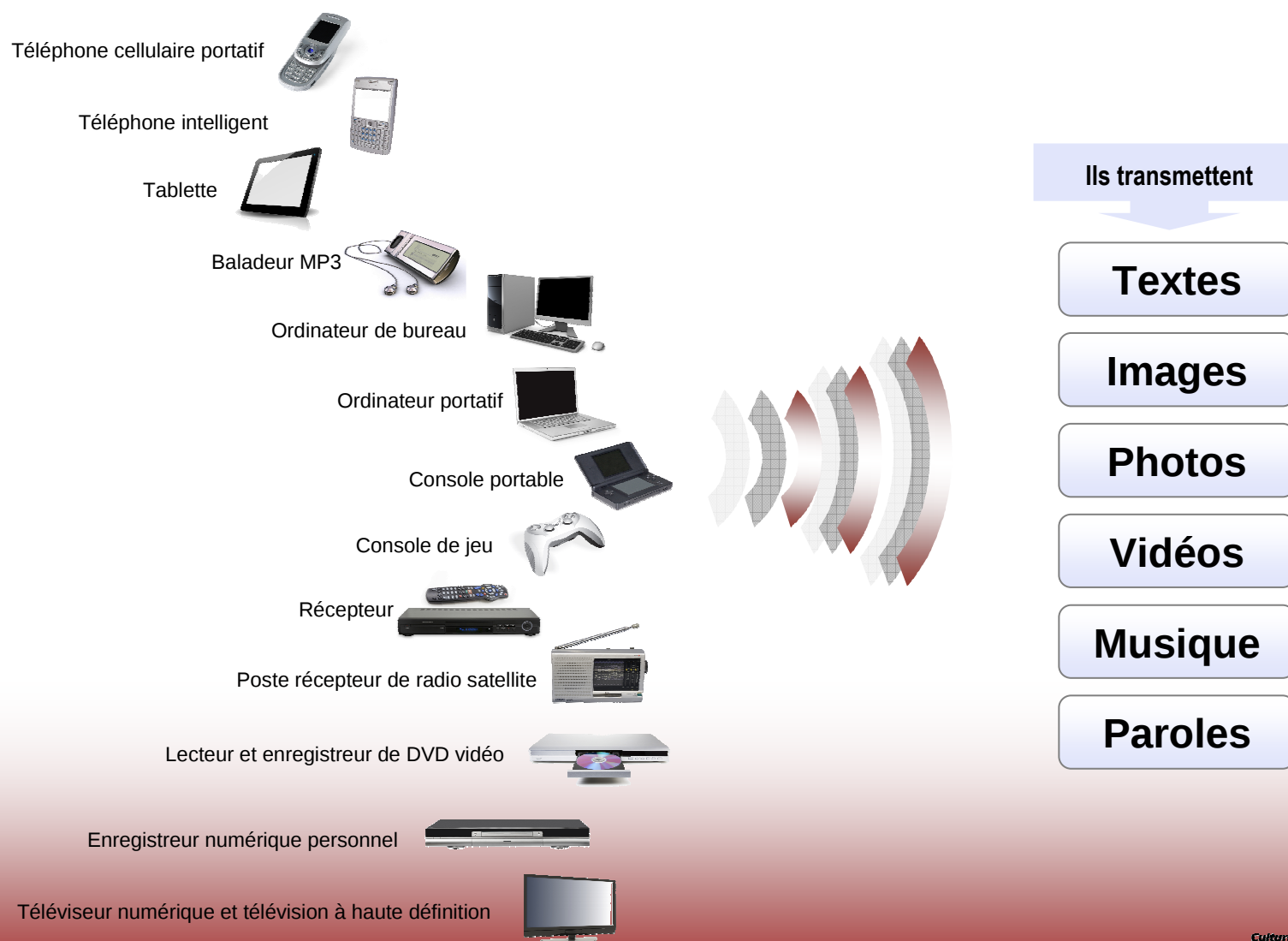
- ✓ Observateur des technologies médias (OTM)
- ✓ Institut de la statistique du Québec (ISQ)
- ✓ Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)
- ✓ Statistique Canada
- ✓ CEFRIO
- ✓ Centre d'études sur les médias
- ✓ Internet World Stats, Pingdom

La révolution numérique modifie en profondeur presque tous les aspects de notre vie :

- **le travail** (ordinateurs, logiciels et autres outils de travail)
- **la consommation** (le commerce électronique)
- **l'éducation** (la formation à distance)
- **l'information** (les médias électroniques)
- **les relations interpersonnelles** (les réseaux sociaux)
- **le tourisme** (les réservations en ligne)
- **l'industrie** (la production de biens et services)

et aussi la culture

Plusieurs appareils électroniques, numériques et grand public véhiculent le produit culturel





Où se situe le Québec ?

1

Où se situe le Québec ?

Comparaisons avec le Canada et le reste du monde

Comparaisons avec le Canada et le reste du monde

PORTRAIT MONDIAL DE L'UTILISATION D'INTERNET EN 2011

Ordinateurs et navigation sur Internet

Ordinateurs vendus dans le monde cette année	355,2 millions
Nombre d'internautes dans le monde en 2012	2,4 milliards

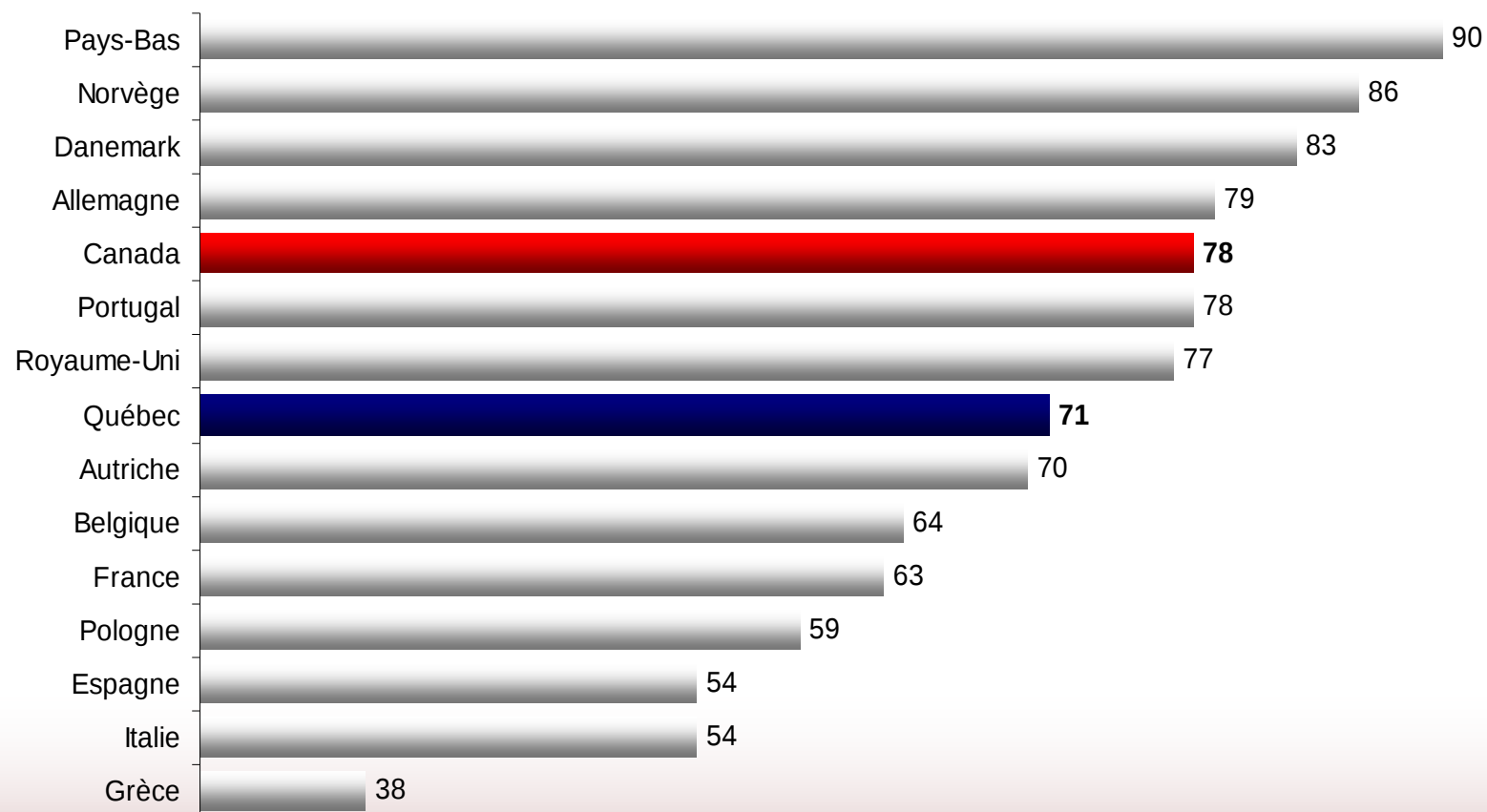
Courriels

Nombre d'utilisateurs de courriels dans le monde	3,1 milliards
Nombre de courriels envoyés et reçus par jour (moyenne corporative)	112 par personne
Pourcentage de courriels considérés comme des pourriels	71 %

Sites Web

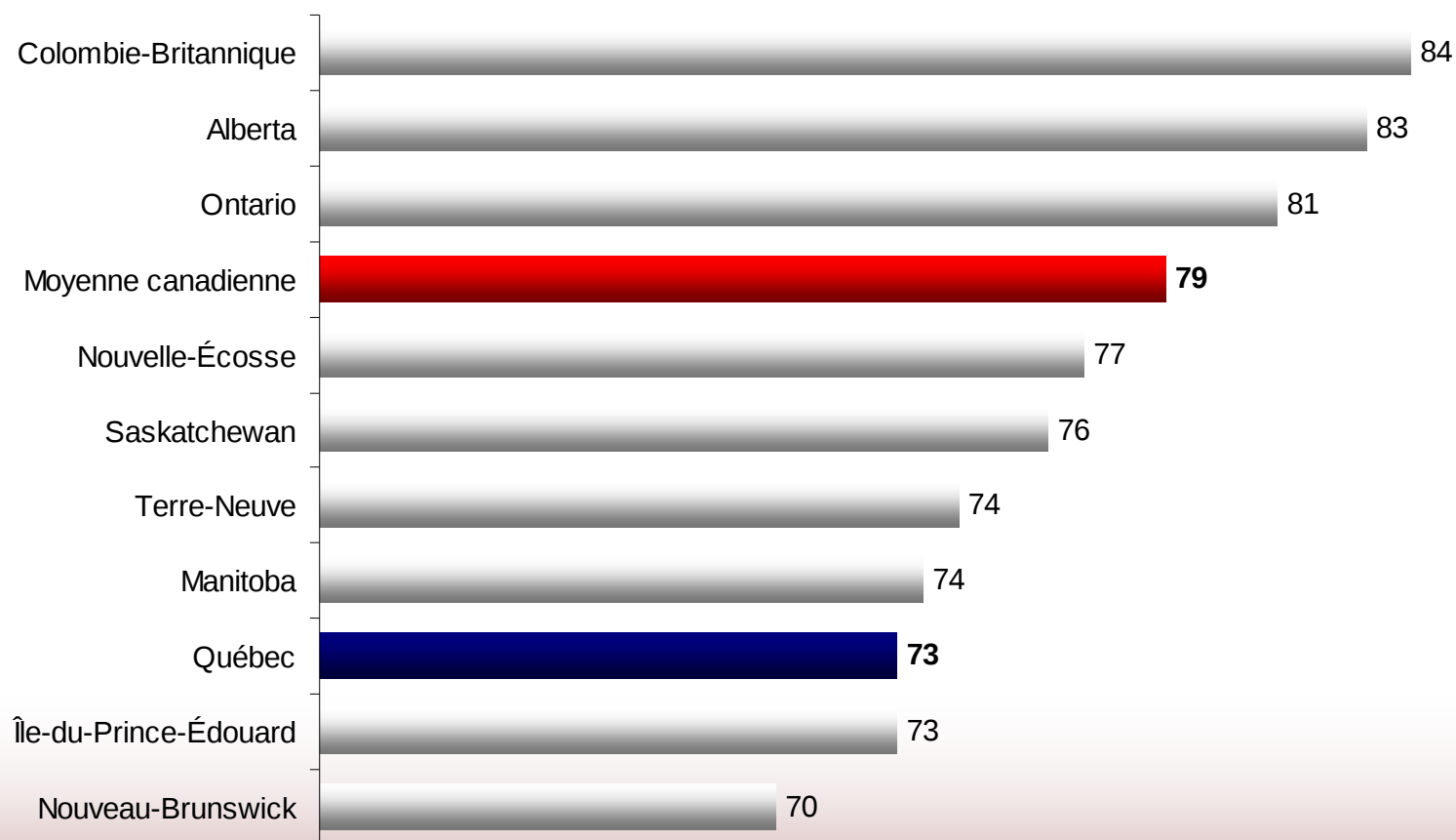
Nombre de sites Web	555 millions
Nombre de sites Web ajoutés cette année	300 millions

Taux de pénétration d'Internet dans certains pays, 2009



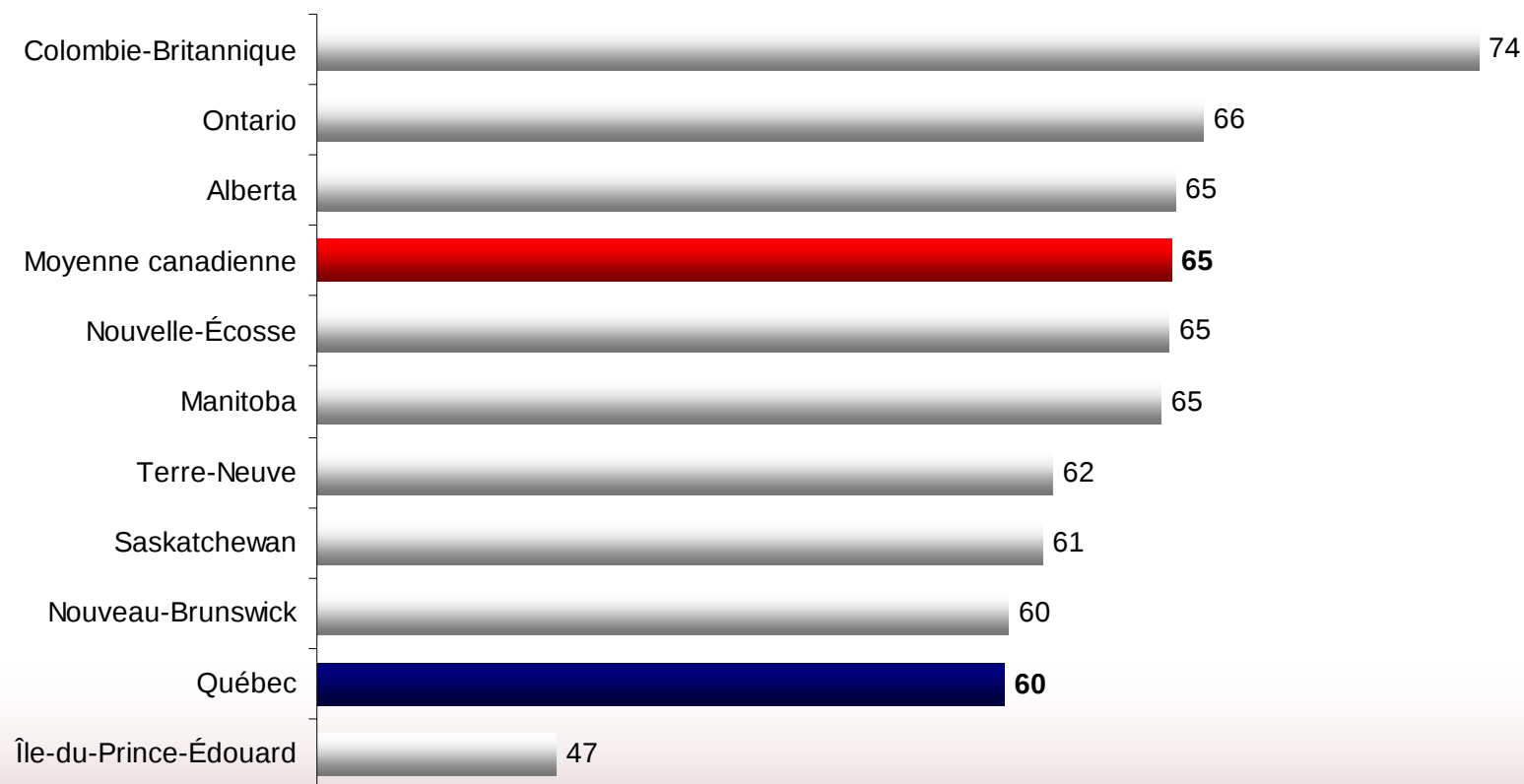
Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Eurostat, Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages; compilation : Institut de la statistique du Québec)

Proportion de ménages ayant accès à Internet à partir du domicile Canada, par province, 2010



Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, totalisation spéciale, données non publiées, Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2010)

Taux de branchement à Internet haute vitesse Canada, par province, 2009



Évolution du taux de branchement à Internet des ménages au Québec et au Canada

➔ Augmentation constante tant au Québec qu'au Canada entre 2005-2009

Taux de branchement à Internet des ménages, Québec et Canada, 2005 à 2009

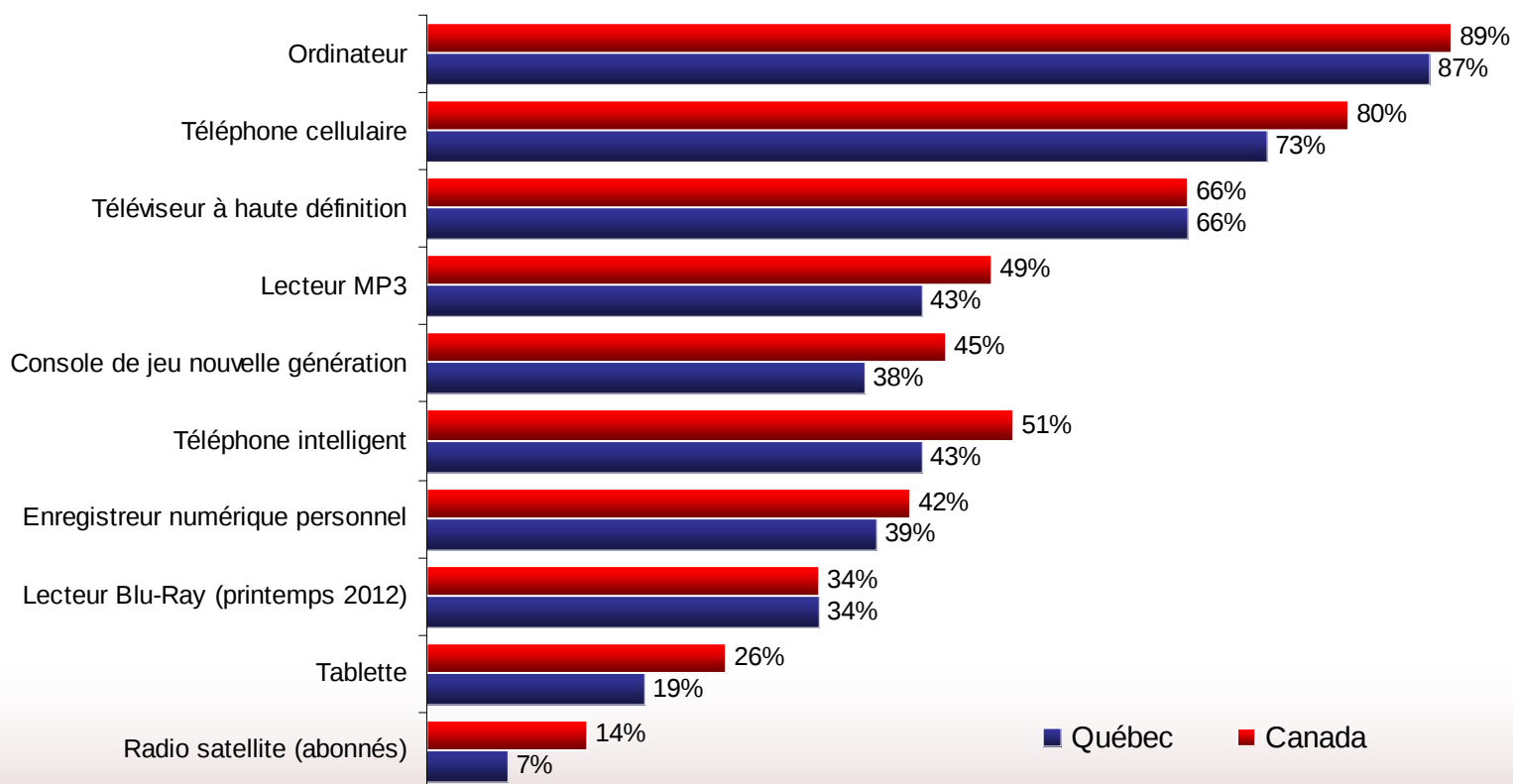
	2005	2006	2007	2008	2009	Écart 2005-2009
	%					Pts de %
Québec	55	59	64	67	71	16
Canada	63	68	73	74	78	15

➔ Augmentation plus importante du taux de branchement à Internet haute vitesse au Québec qu'au Canada de 2008 à 2009

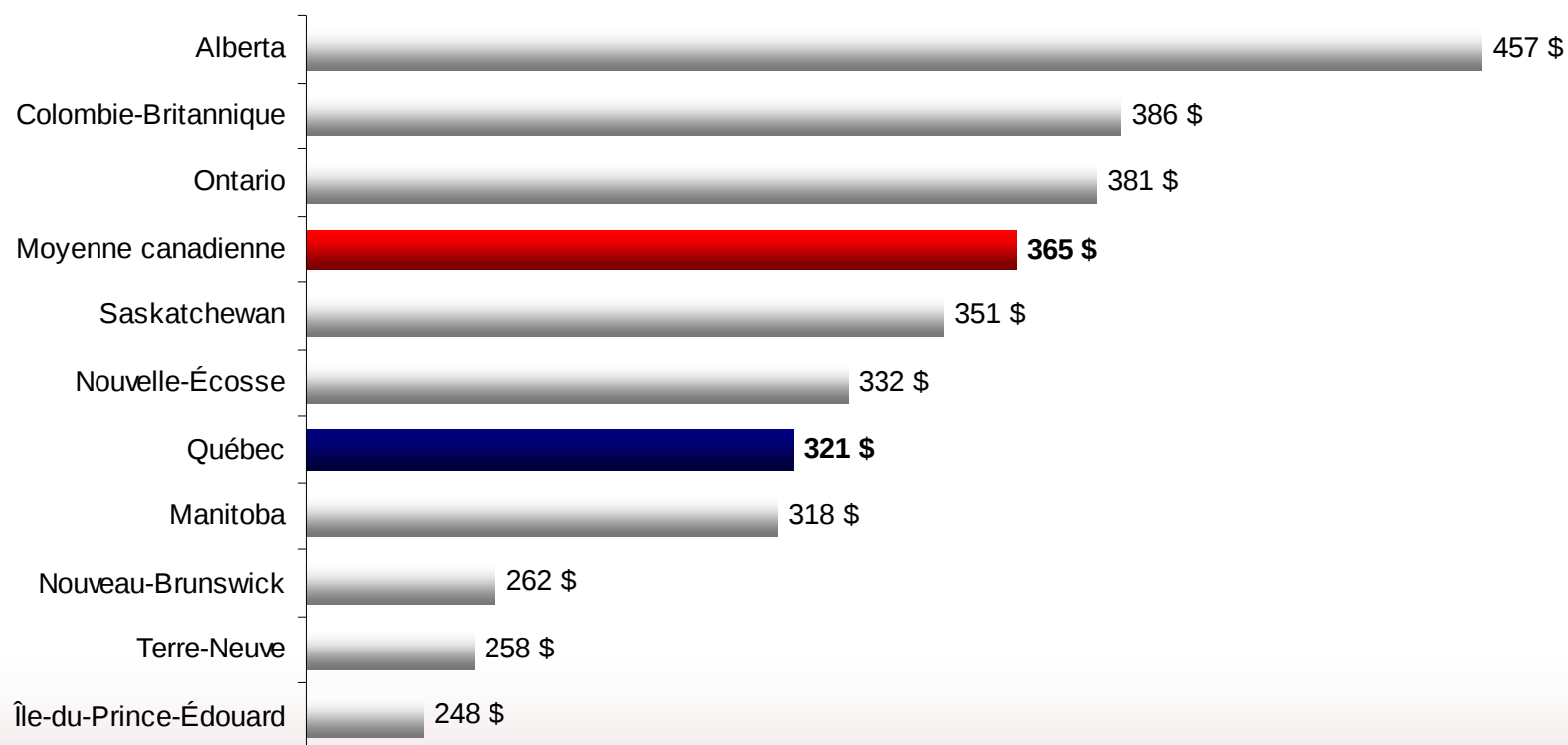
Taux de branchement à Internet haute vitesse des ménages, Québec et Canada, 2008 à 2009

	2008	2009	Écart
	%		Pts de %
Québec	54,0	60,2	6,2
Canada	62,4	65,1	2,7

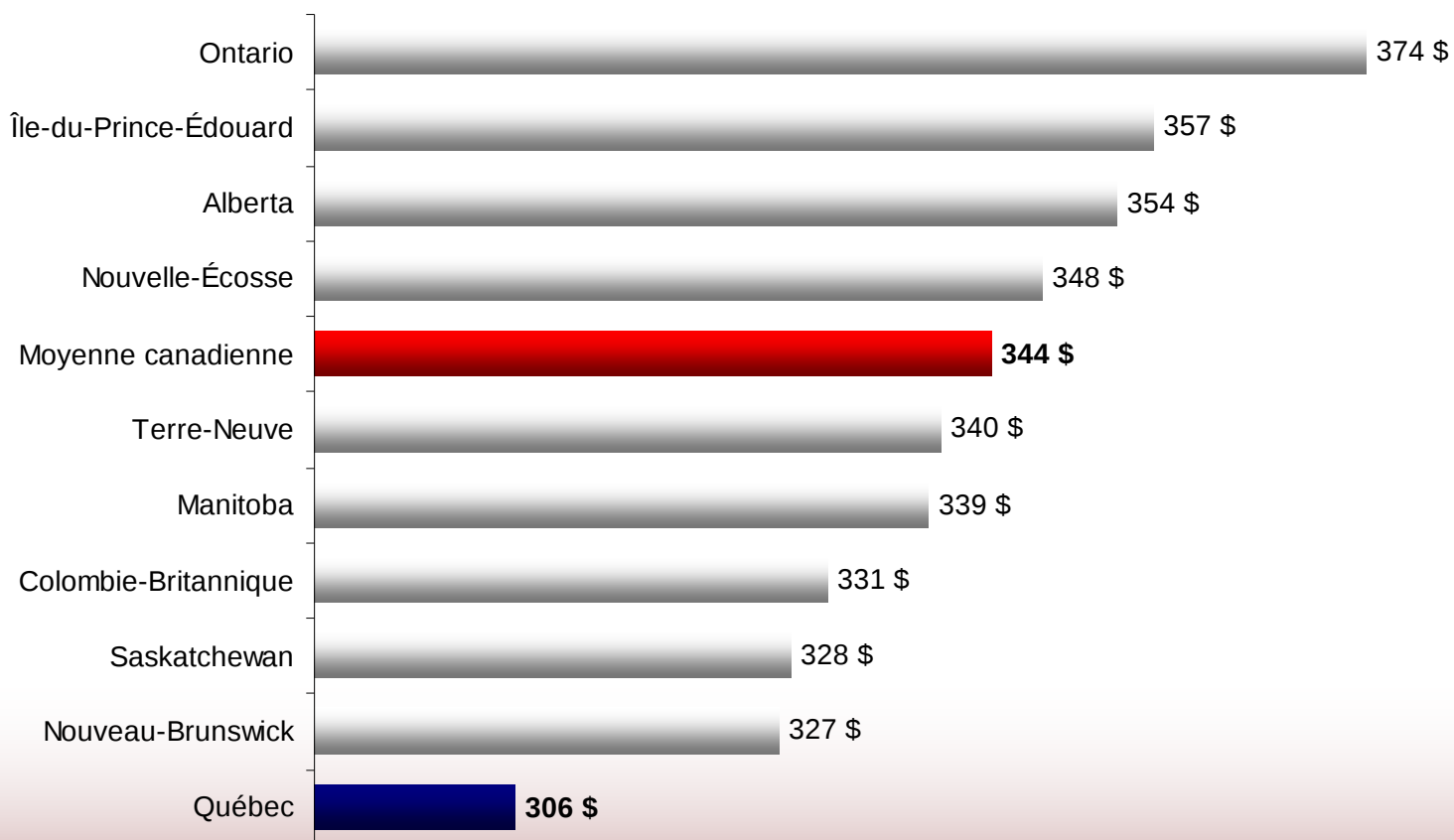
Pourcentage de foyers possédant certains appareils électroniques Québec et Canada, 2012



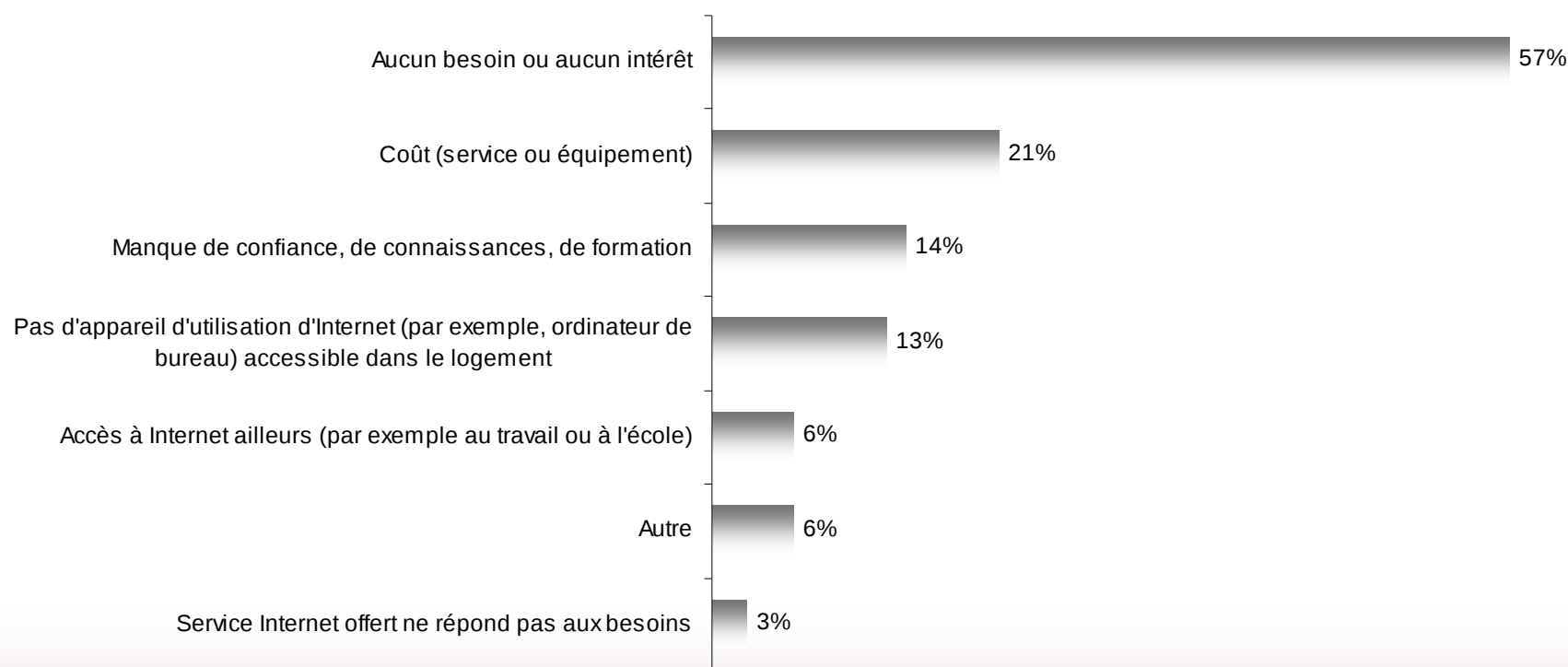
Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour du matériel informatique par province, 2009



Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour les services Internet par province, 2009



Raisons pour lesquelles le ménage n'a pas accès à Internet au domicile Québec, 2010



Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, totalisation spéciale, données non publiées, Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2010)

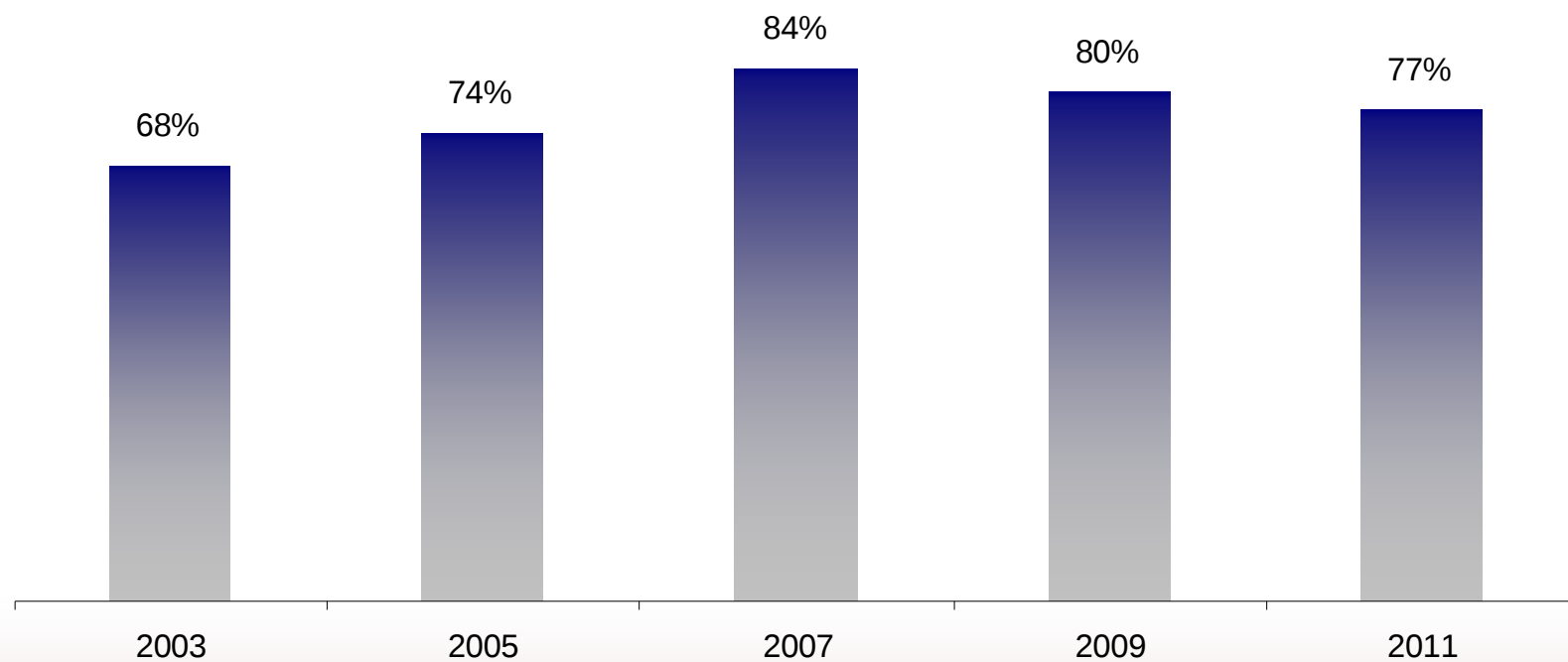


Évolution d'Internet au Québec

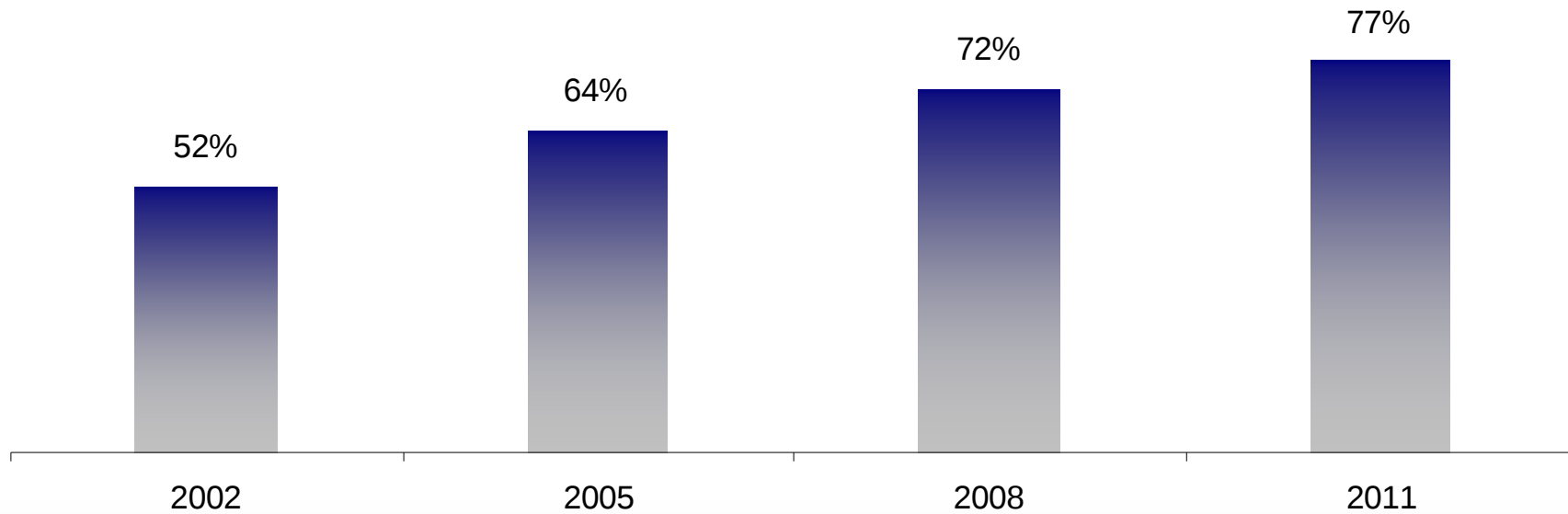
2

Évolution d'Internet au Québec

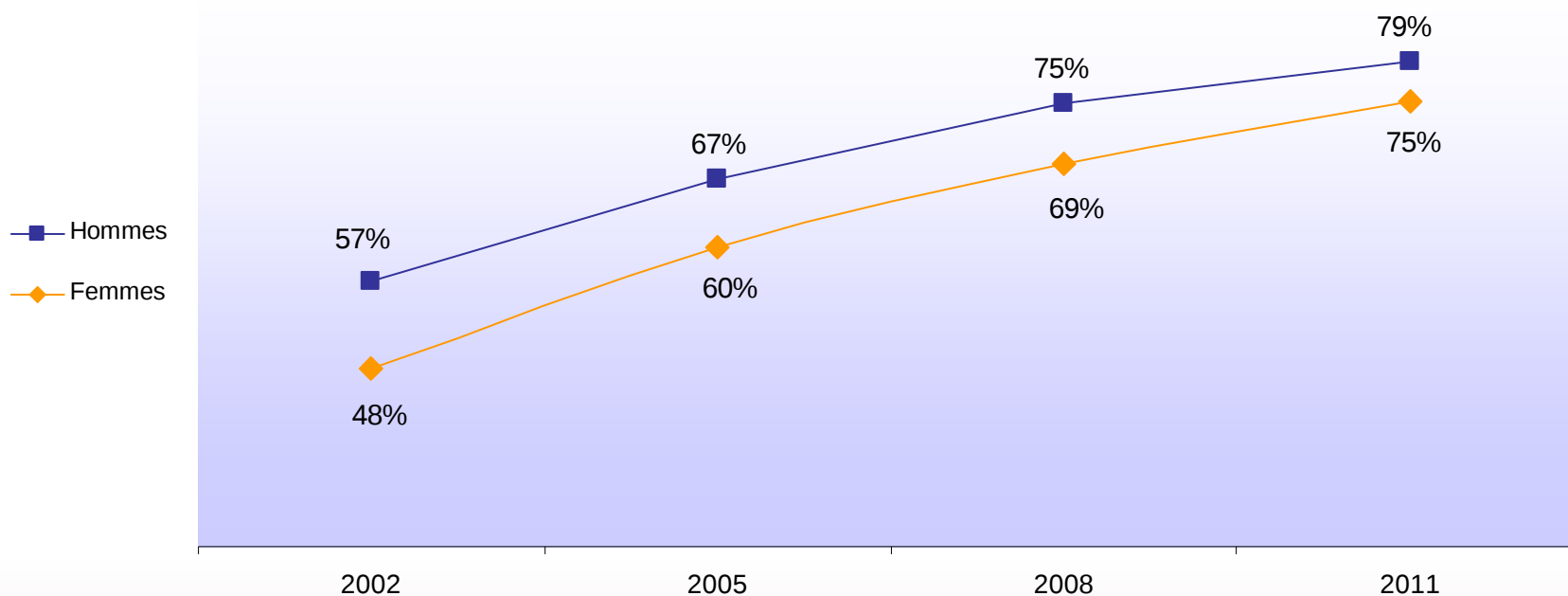
Possession d'un ordinateur à domicile Québec, 2003 - 2011



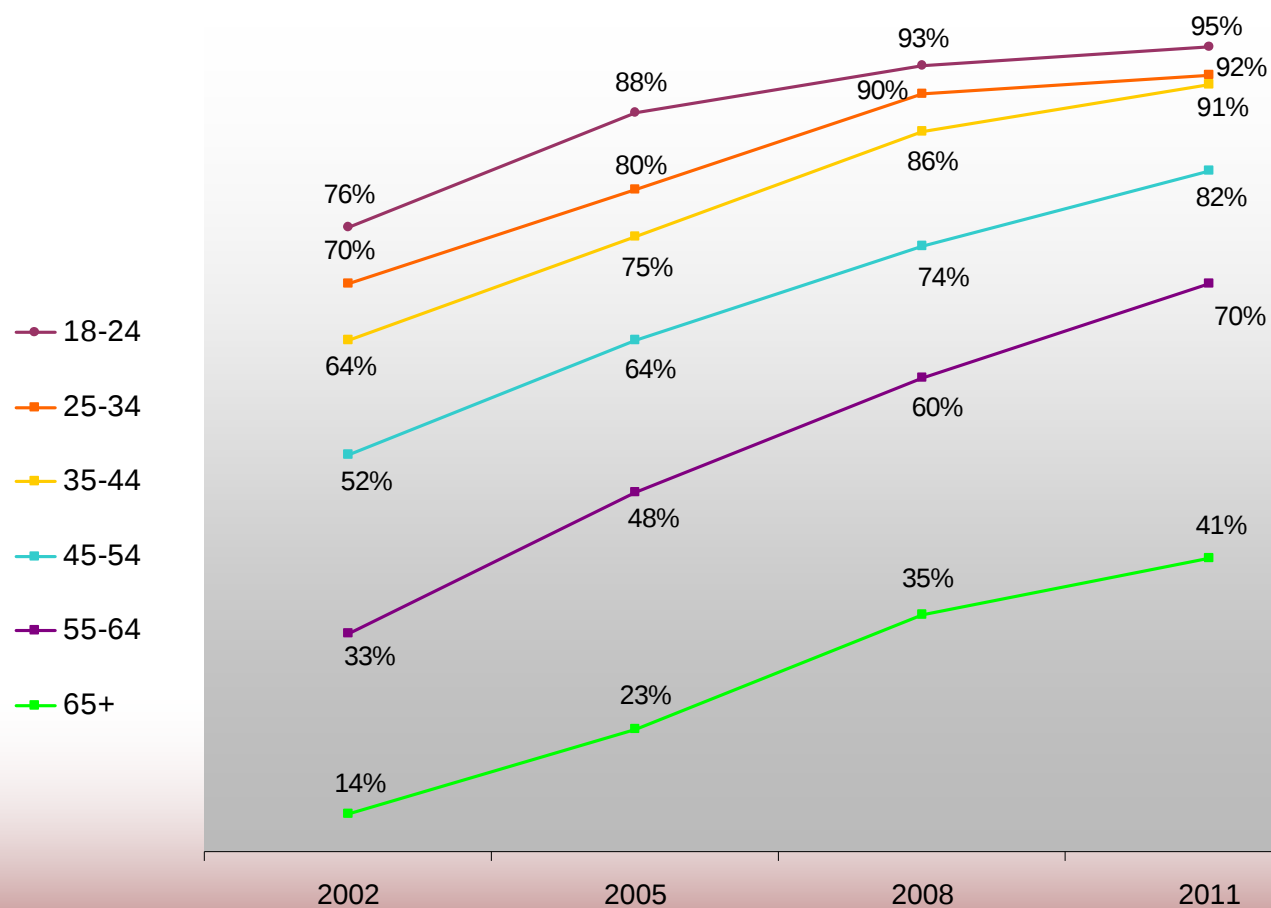
Proportion d'internautes réguliers Québec, 2002 - 2011



Utilisation d'Internet selon le sexe Québec, 2002 - 2011

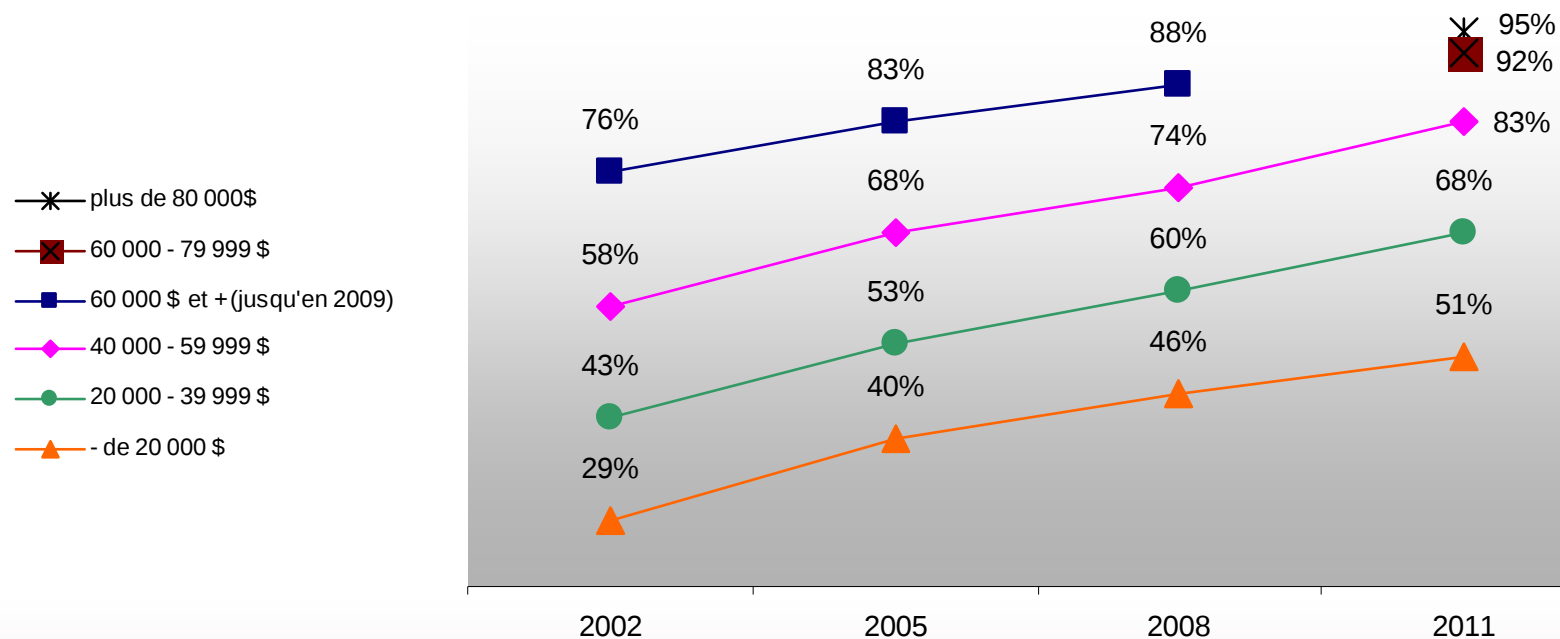


Utilisation d'Internet selon le groupe d'âge Québec, 2002 - 2011

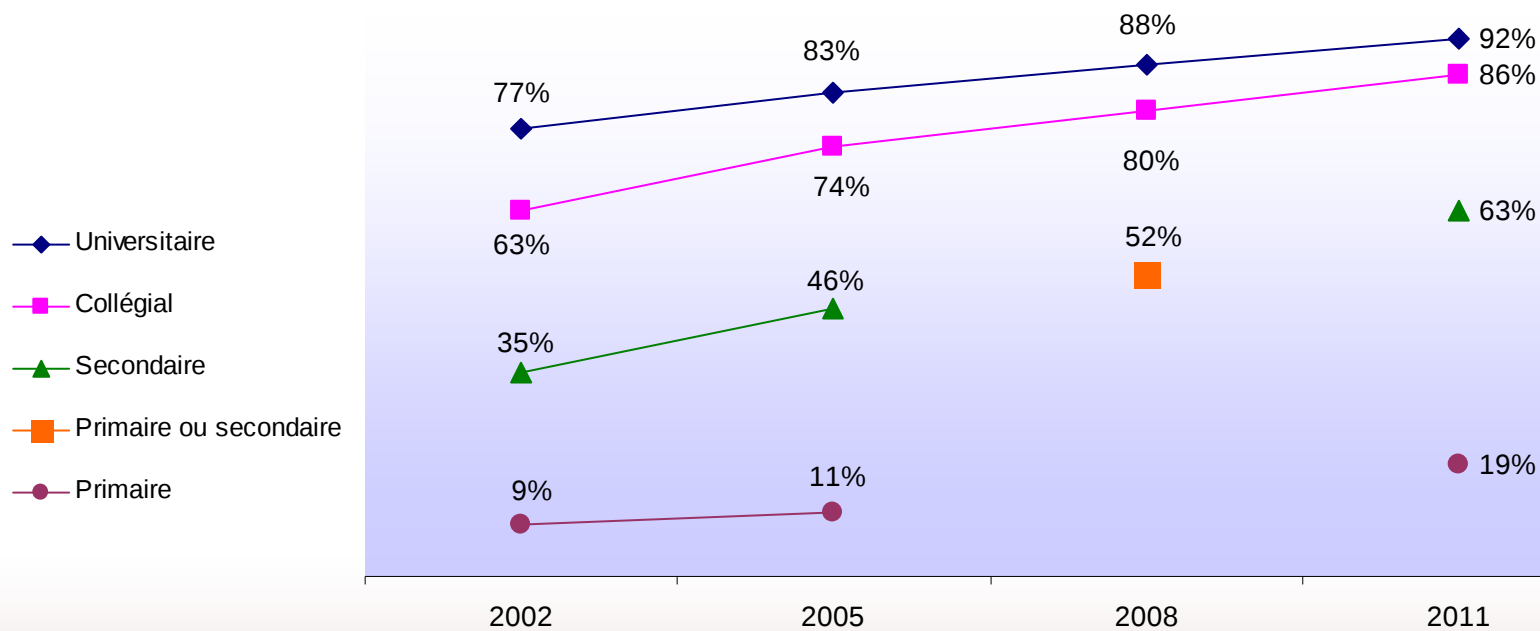


Source : NETendances 2011, Cinq générations d'Internaute : profil d'utilisation des TIC en 2011, CEFRIQ

Utilisation d'Internet selon le niveau de revenu Québec, 2002 - 2011



Utilisation d'Internet selon le nombre d'années d'études Québec, 2002 - 2011



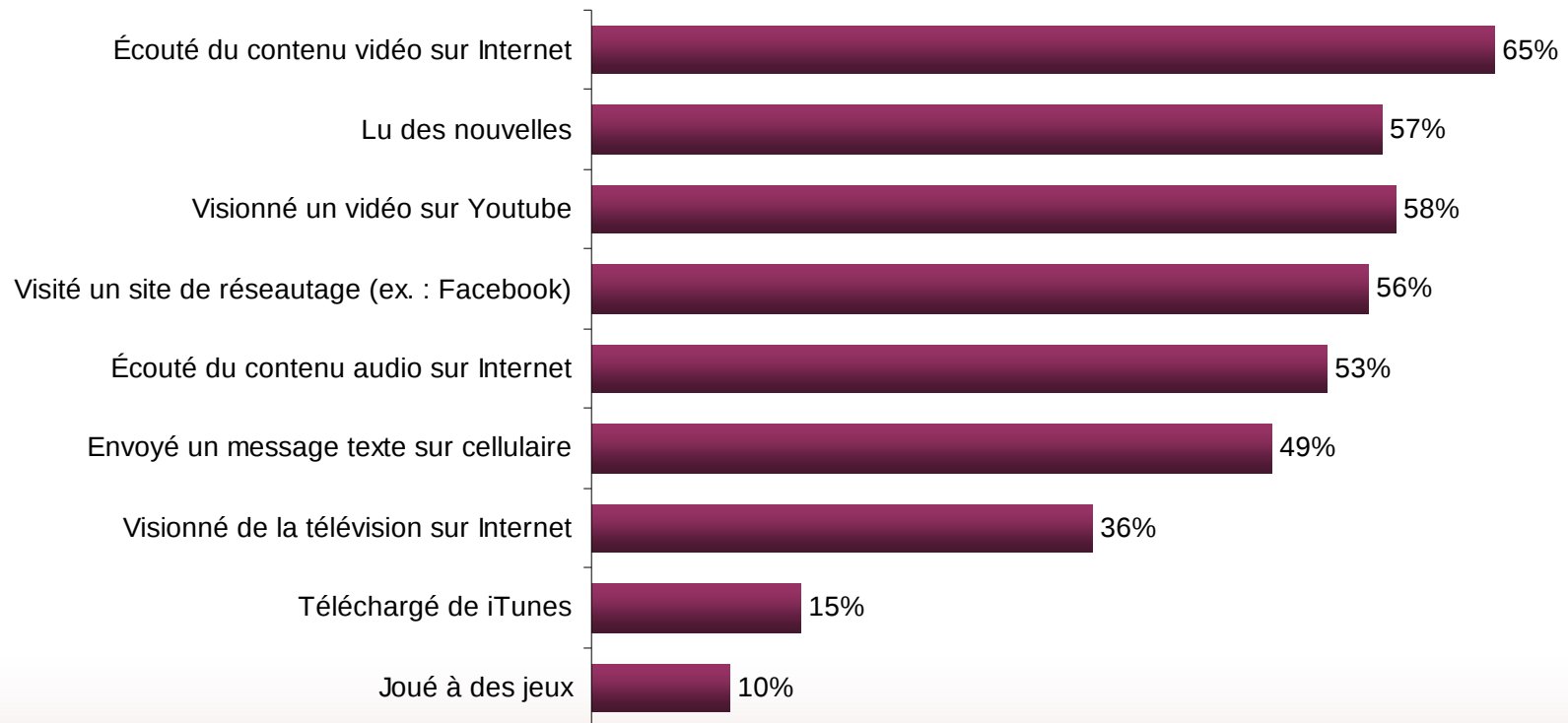


Usage d'Internet au Québec

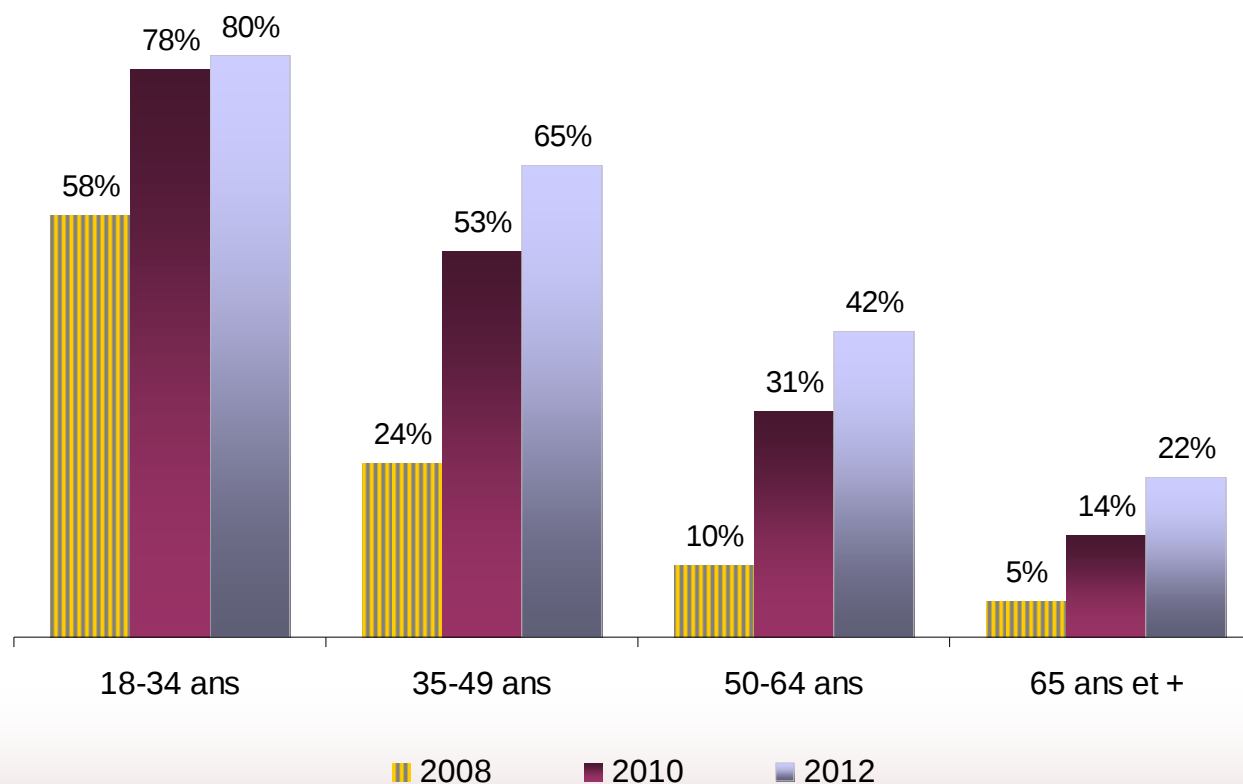
3

Usage d'Internet au Québec

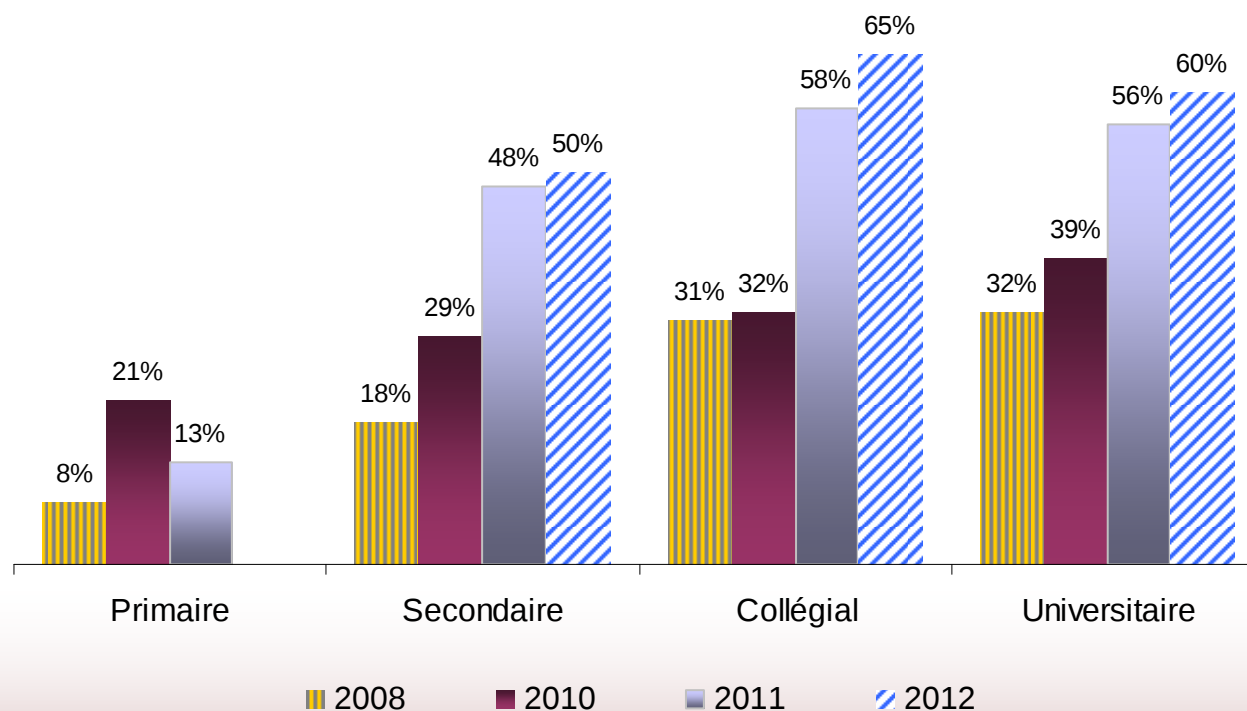
Au cours du dernier mois, lorsque vous étiez en ligne, avez-vous...



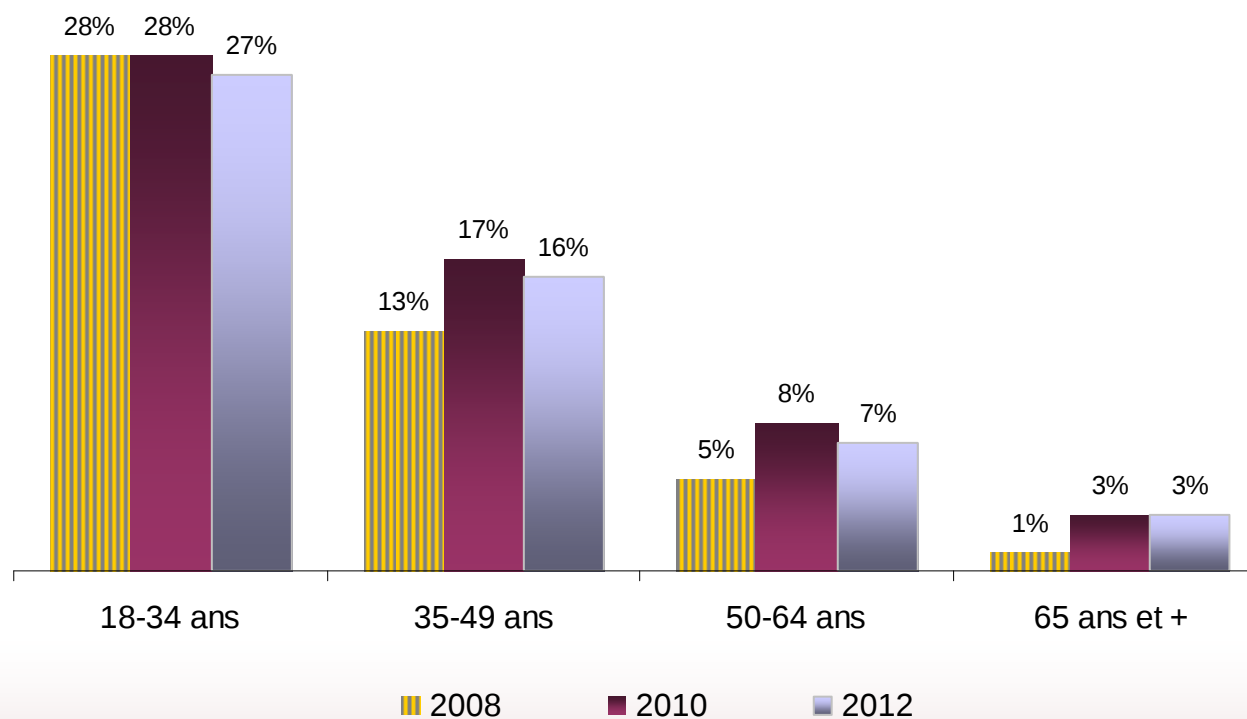
Visite d'un site de réseautage social au cours du dernier mois selon l'âge Québec, 2008-2010-2012



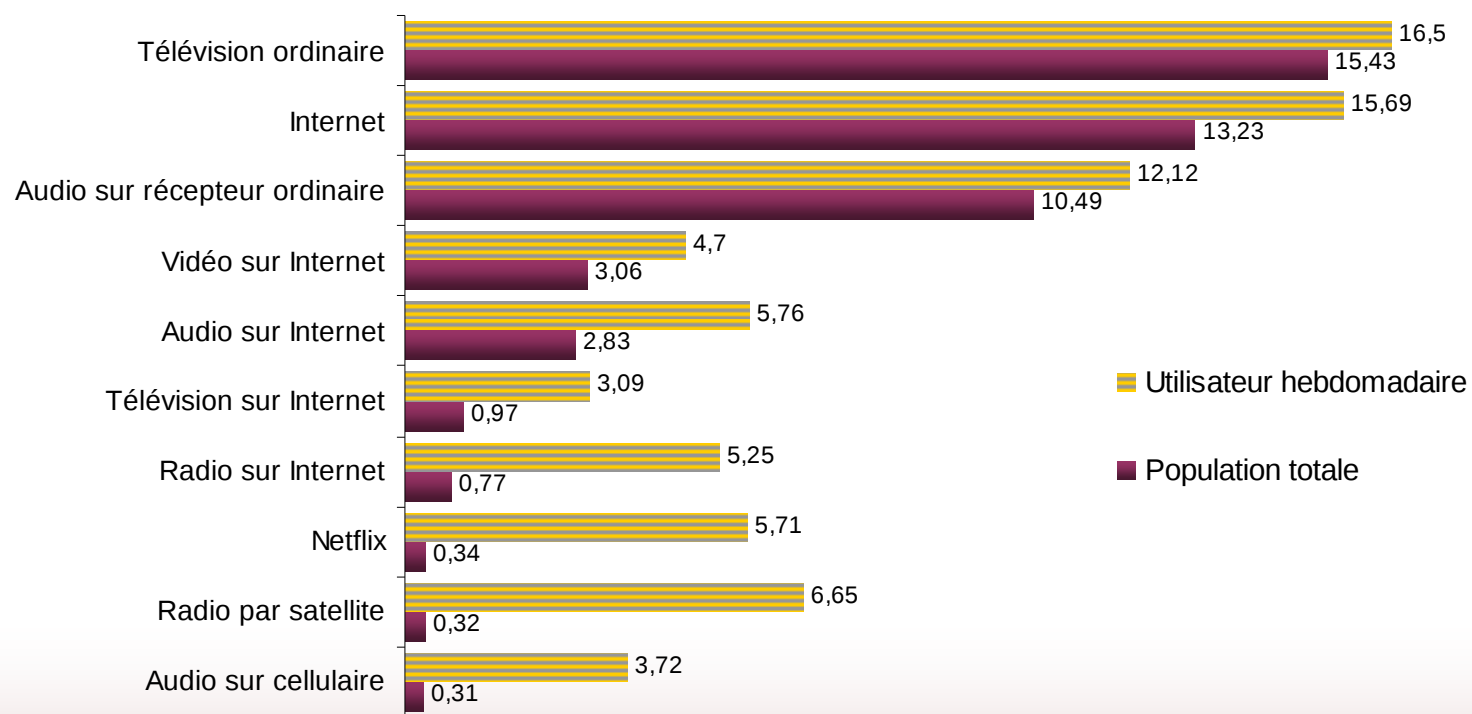
Visite d'un site de réseautage social au cours du dernier mois selon la scolarité complétée, Québec, 2008 à 2012



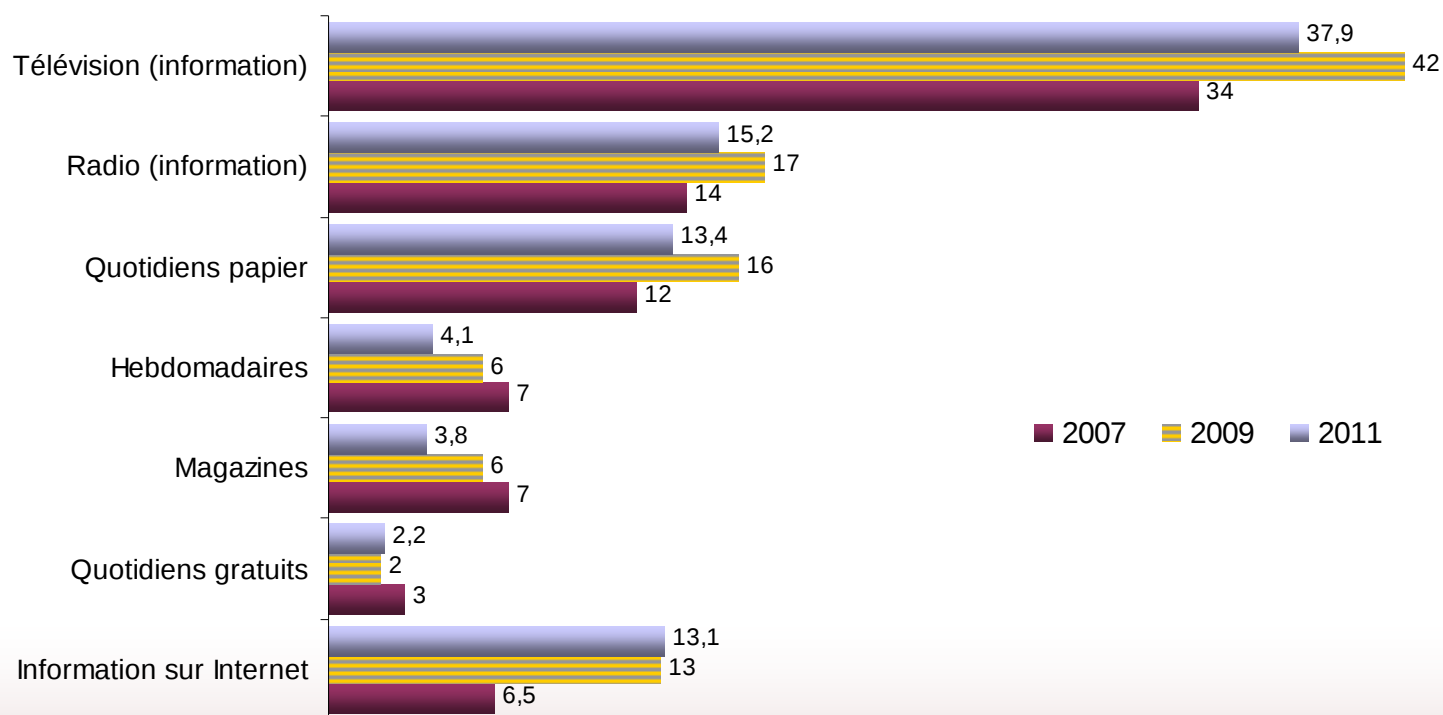
Téléchargement de musique au cours du dernier mois selon l'âge Québec, 2008-2010-2012



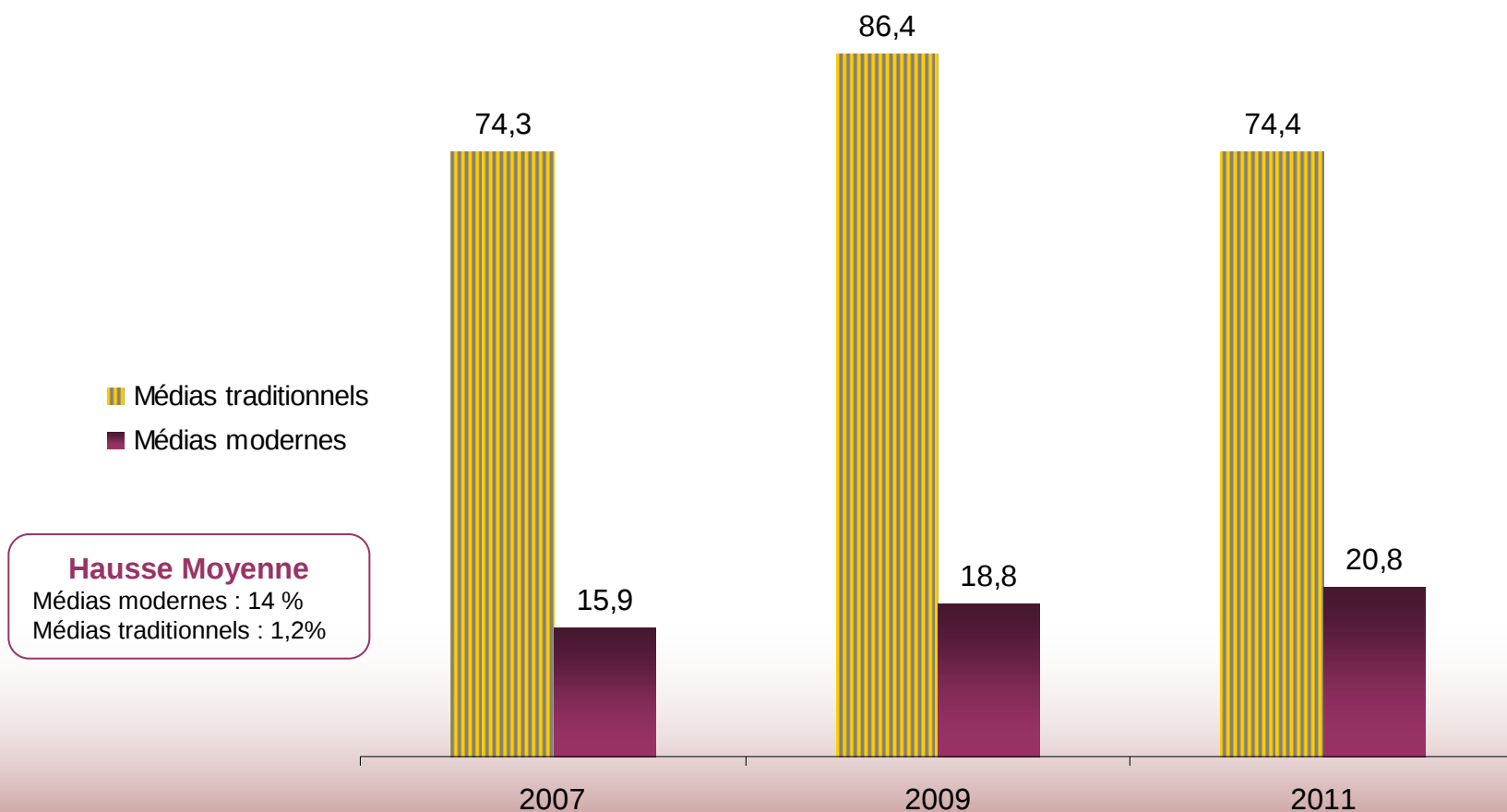
Minutes par jour consacrées aux différents médias (temps-information) Québec



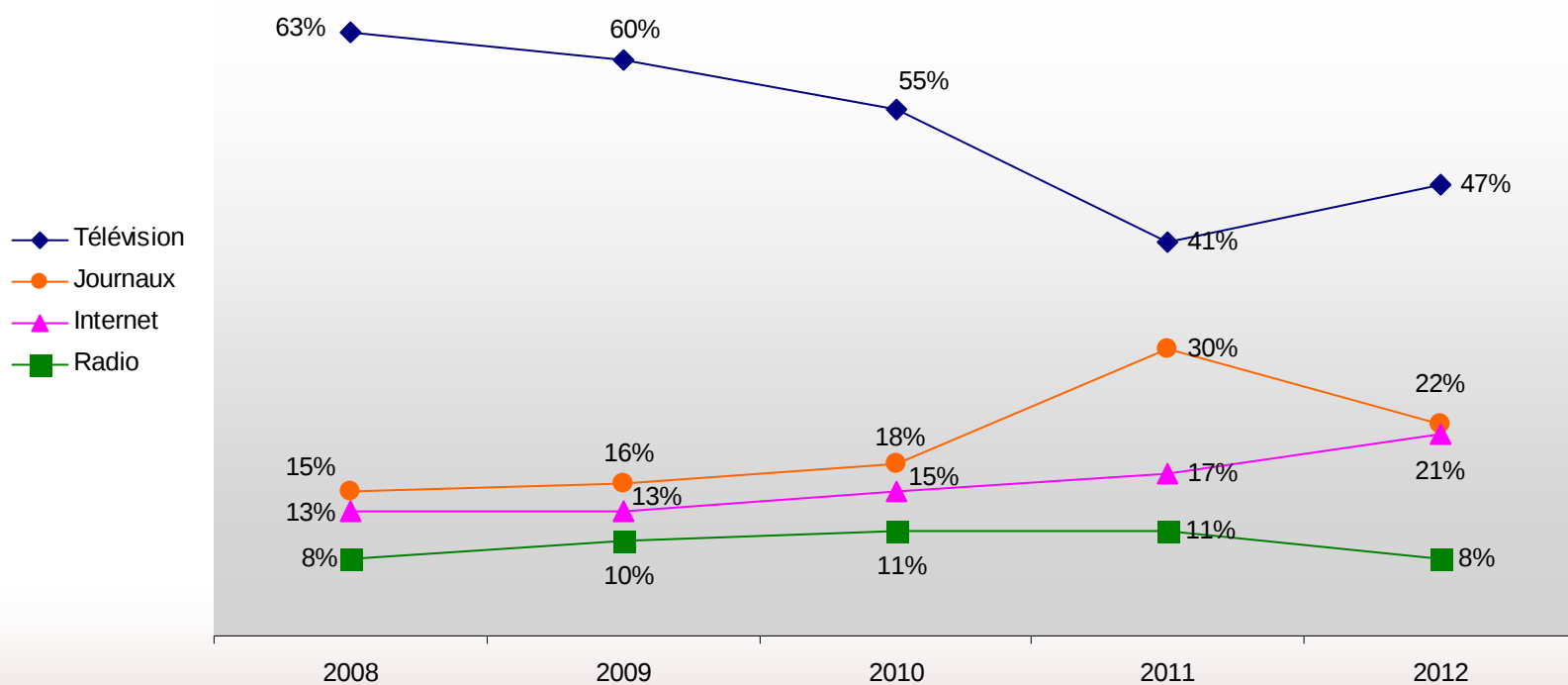
Minutes par jour consacrées aux différents médias (temps-information) Québec, 2007, 2009 et 2011



Minutes par jour consacrées aux médias d'information modernes et traditionnels Québec, 2007, 2009 et 2011

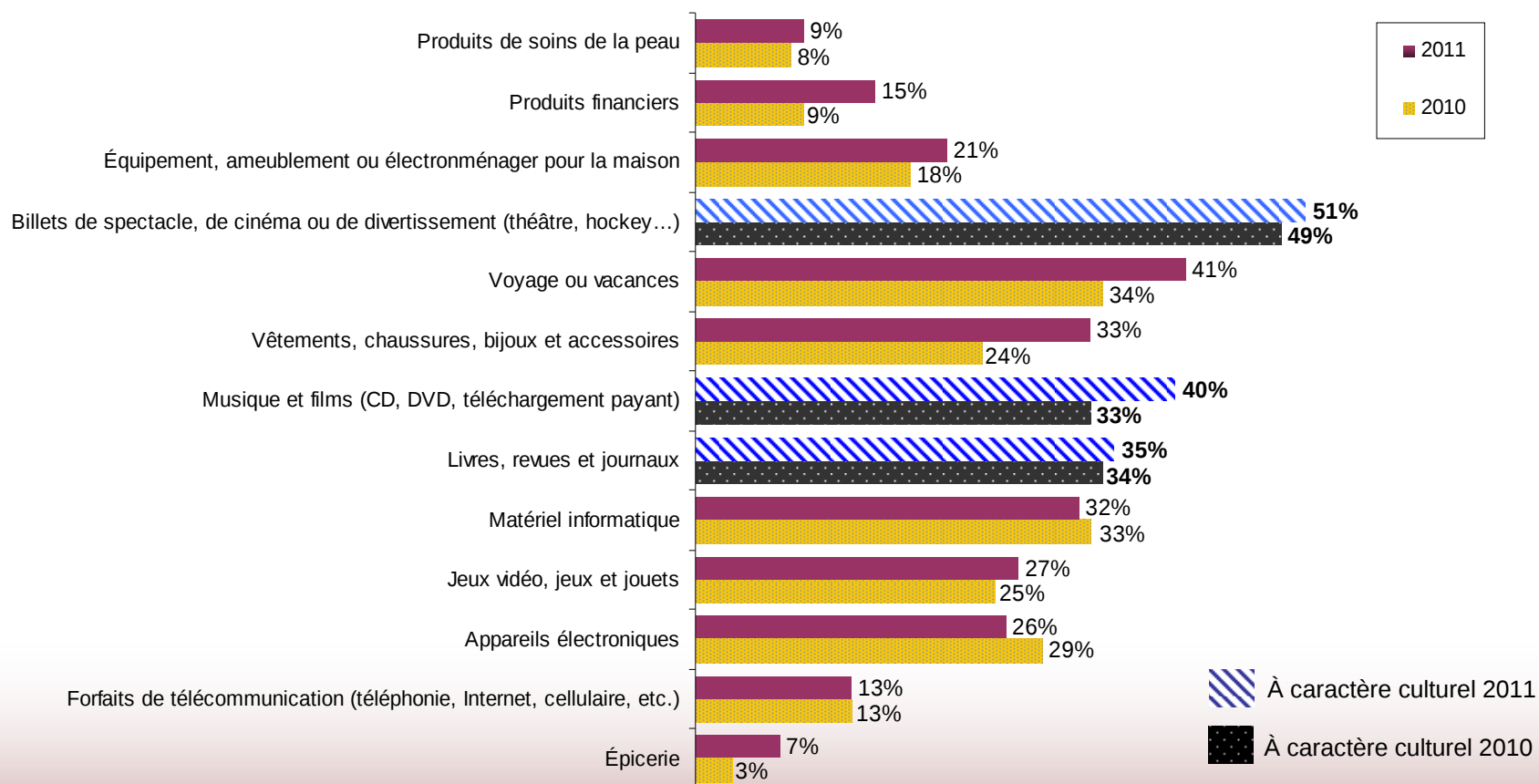


Principales sources des nouvelles ou d'information Québec, 2008 - 2012

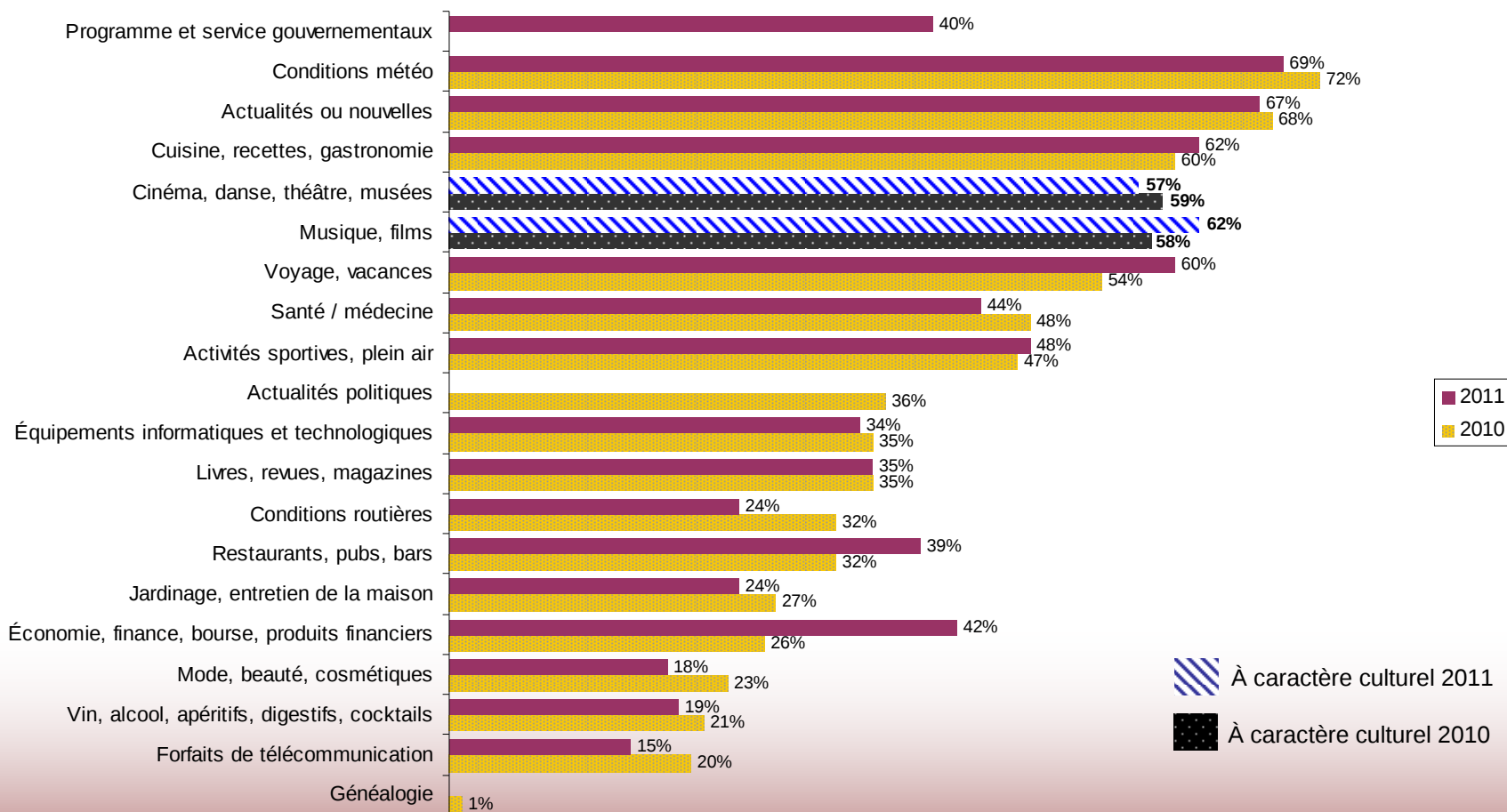


Source : NETendances 2012, Internet comme source d'information des Québécois, CEFRIO

Produits et services achetés sur Internet Québec, 2010 - 2011

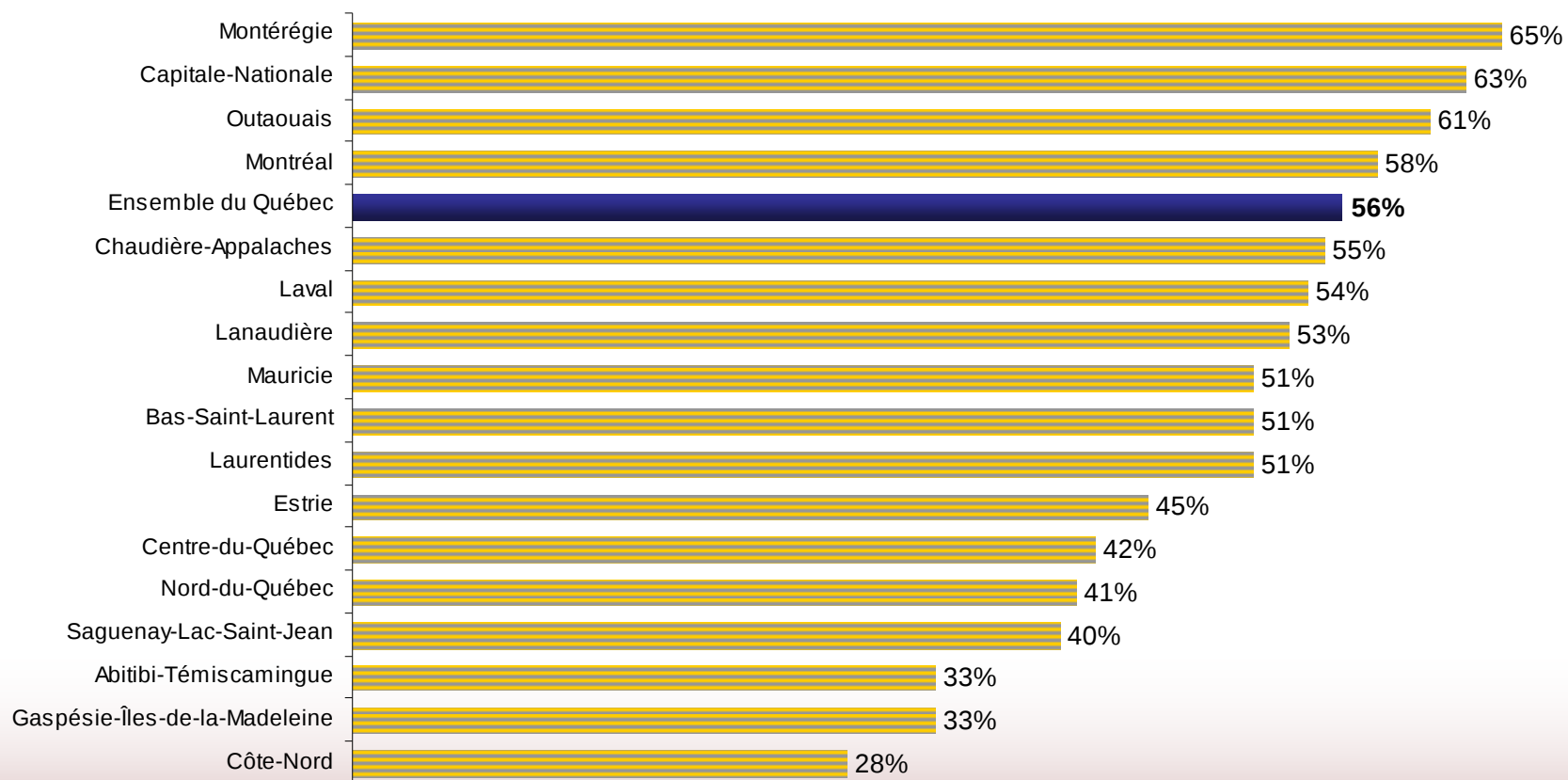


Informations recherchées sur Internet Québec, 2010 - 2011

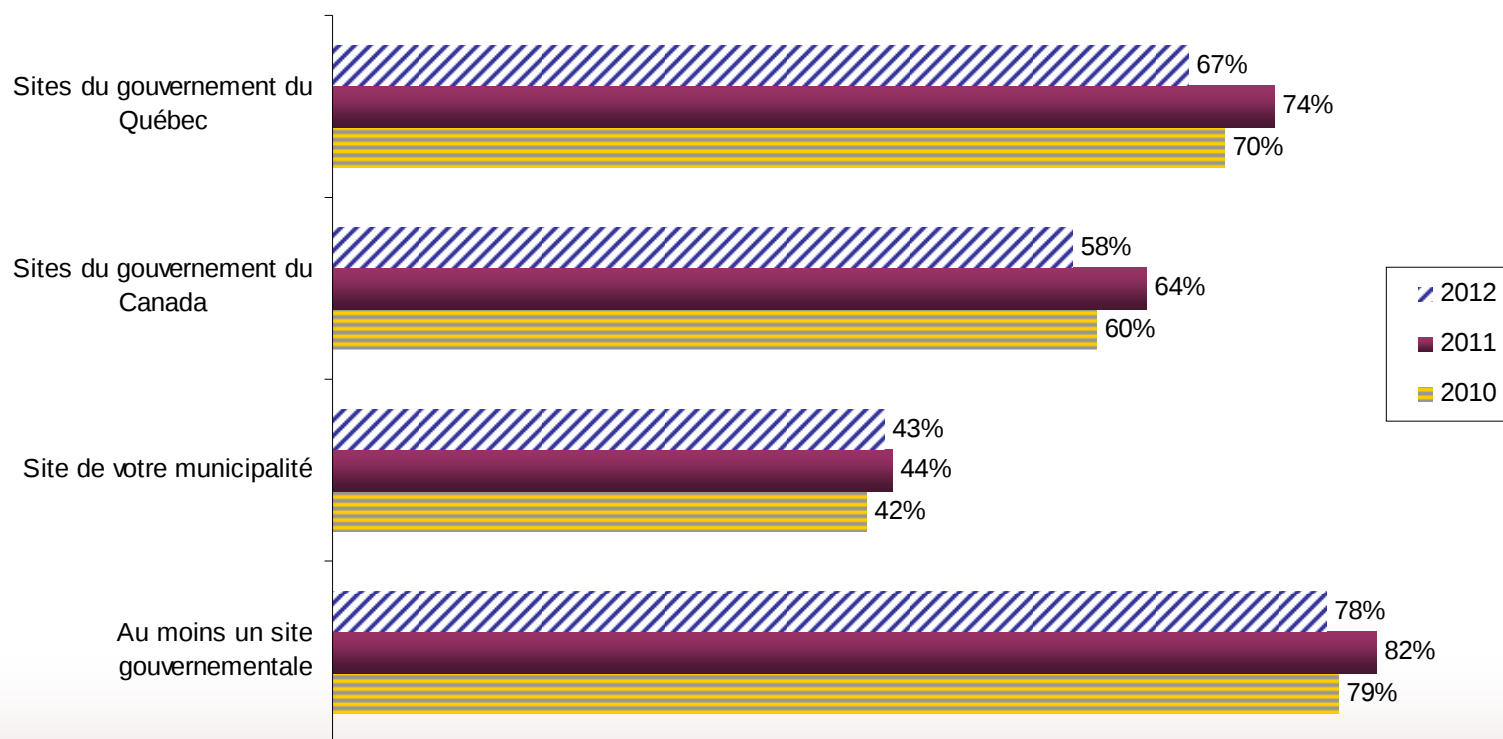


Source : NETendances 2010 et 2011, Internet comme source d'information des Québécois, CEFRIO

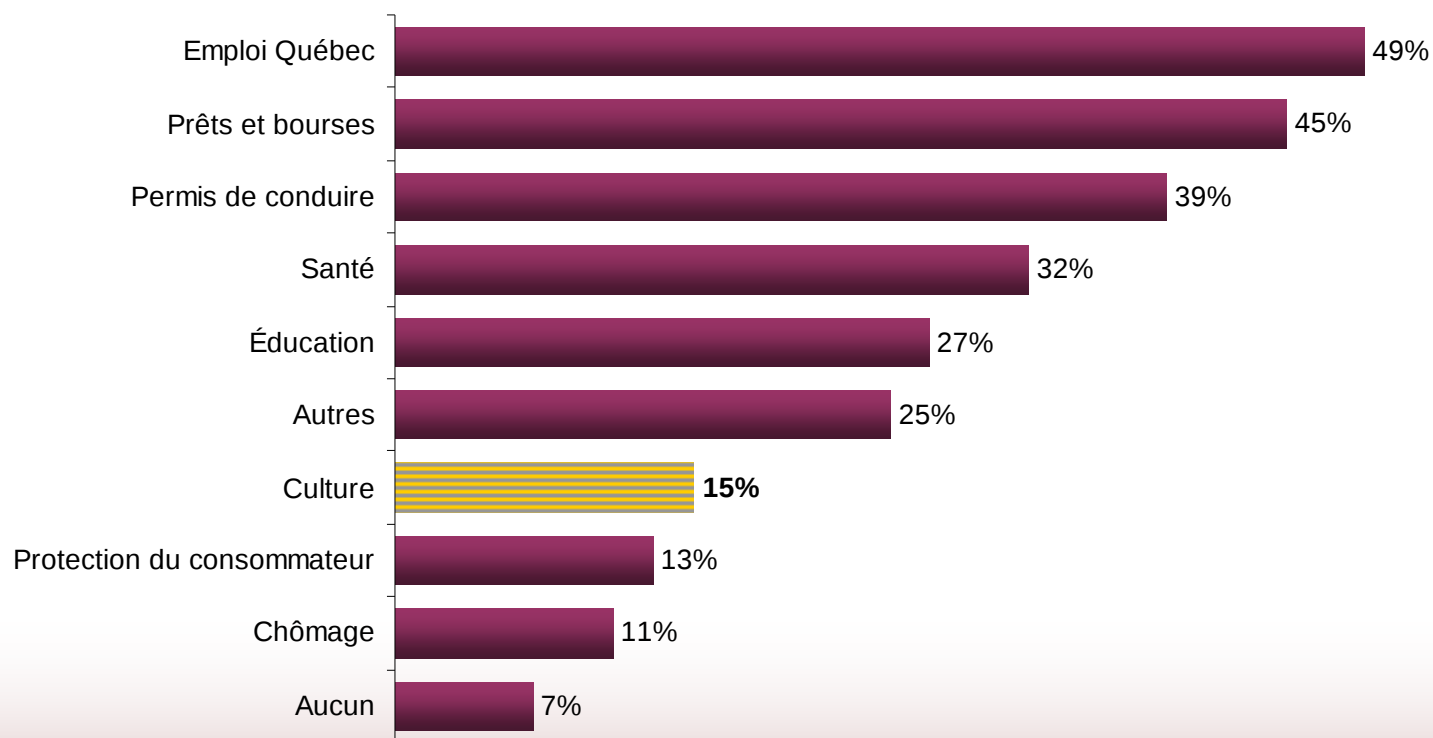
Achat de billets de spectacle sur Internet par région administrative, Québec, 2009



Adultes internautes ayant consulté un site gouvernemental Québec, 2012

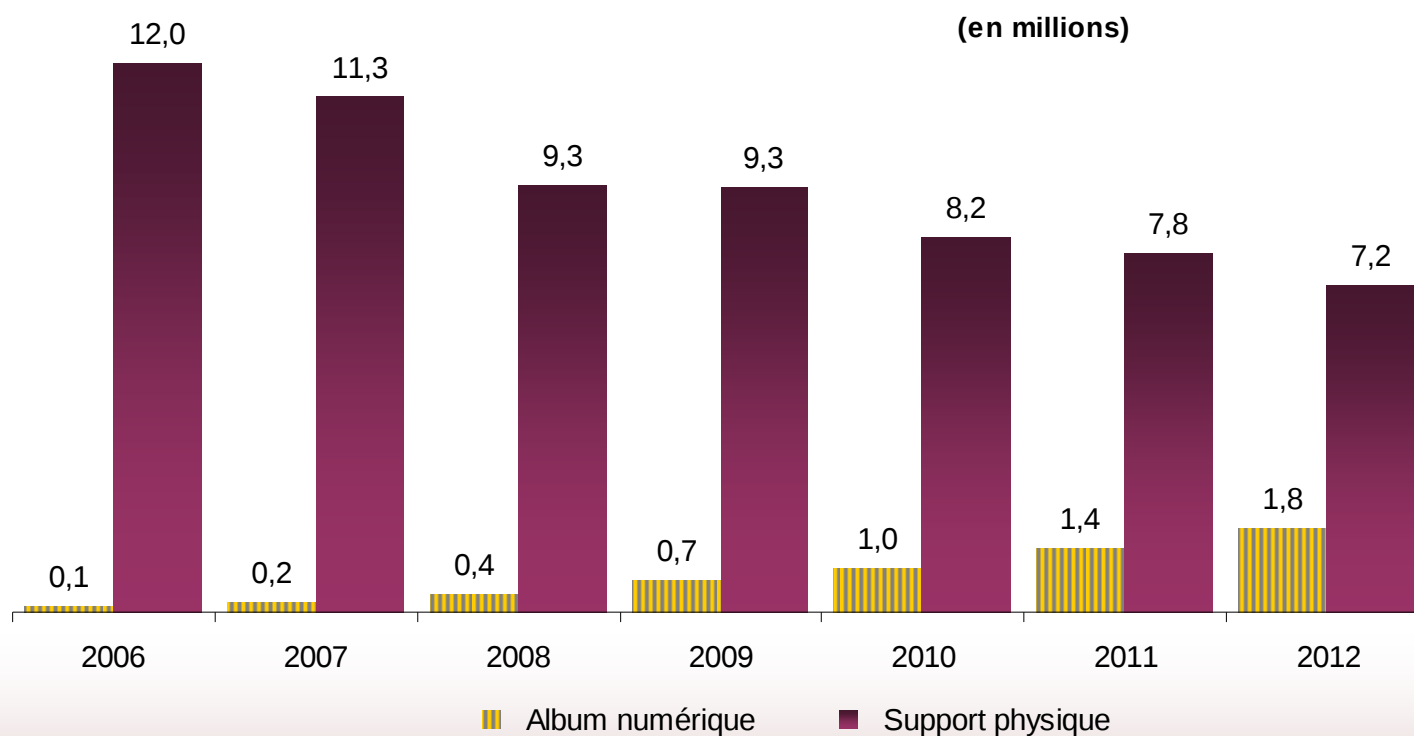


Proportion de jeunes (12-24 ans) ayant visité un site gouvernemental sur les sujets suivants Québec, 2009



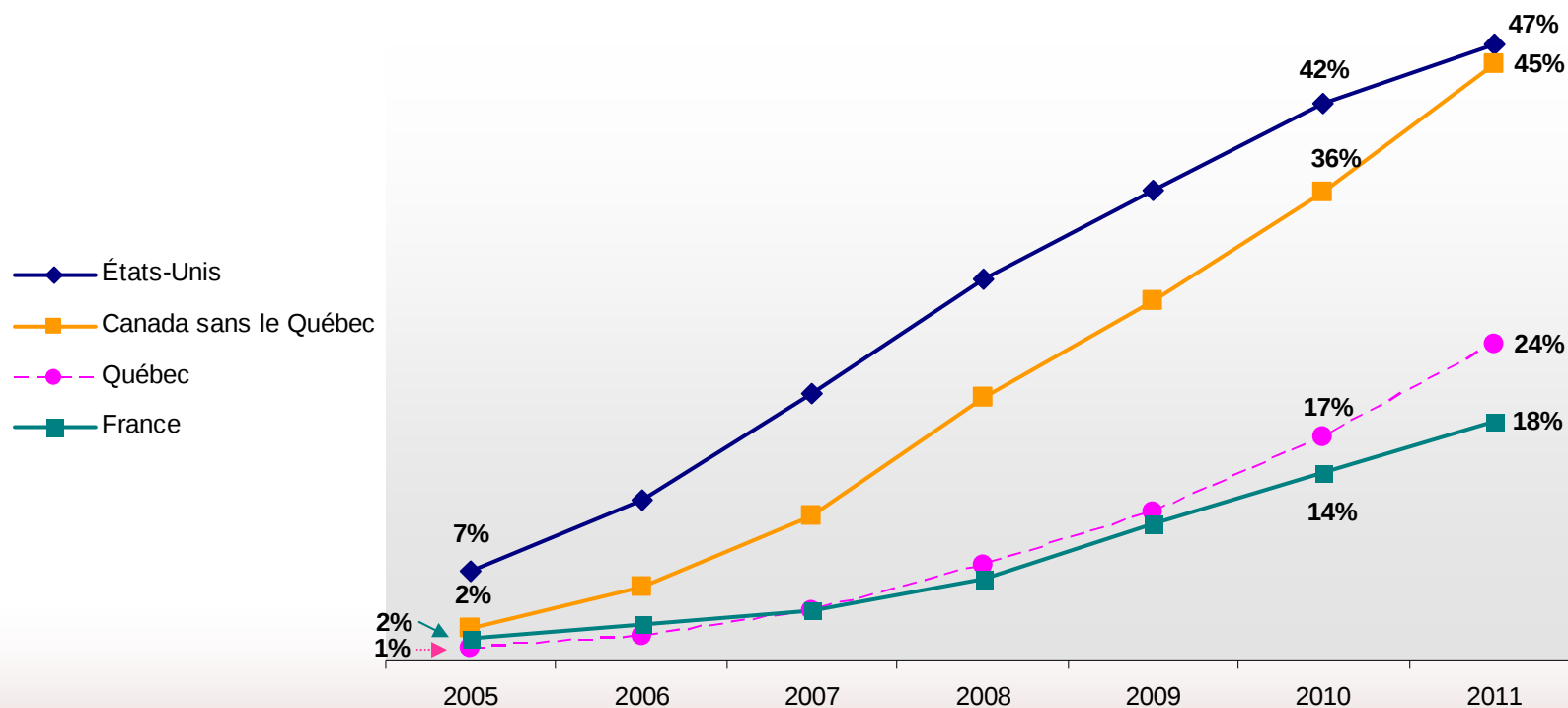
Source : Génération C, les 12-24 ans – Moteurs de transformation des organisations, rapport-synthèse, CEFRIO 2009.

Évolution des ventes de CD et d'albums numériques Québec, 2006 - 2012



Source : Tableau 1 : Nombre d'enregistrements sonores vendus selon le type de produit, Québec, 2008-2012, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 9 janvier 2013

Part du numérique dans les ventes d'enregistrements audio États-Unis, Canada sans le Québec, Québec, France, 2005 - 2011



Source : Optique culture, no 6, juin 2011, Observatoire de la culture et des communications du Québec



Degré d'implantation et d'utilisation des différentes technologies 4

Degré d'implantation et d'utilisation des différentes technologies

L'Observateur des technologies médias (OTM) classe les technologies numériques selon leurs phases de développement à partir du taux de pénétration :

	1	Innovation	0 à 3 %
	2	Émergence	4 à 15 %
	3	Expansion	16 à 66 %
	4	Maturité	67 à 100 %
	5	Déclin	diminution vers les 0 %

Phase 1 Innovation (de 0 à 3 % de pénétration)

VIDÉO

Télévision ailleurs que sur un écran conventionnel

La télévision uniquement par Internet, la télévision sur téléphone intelligent ainsi que la télévision sur tablette demeurent des technologies encore peu adoptées par les Québécois.

Apple TV ou Boxee

En 2012, seulement 4 % des Québécois possèdent une Apple TV ou une Boxee. En 2011, c'était seulement 1 %.

Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

- Téléchargement de musique sur Internet

VIDÉO

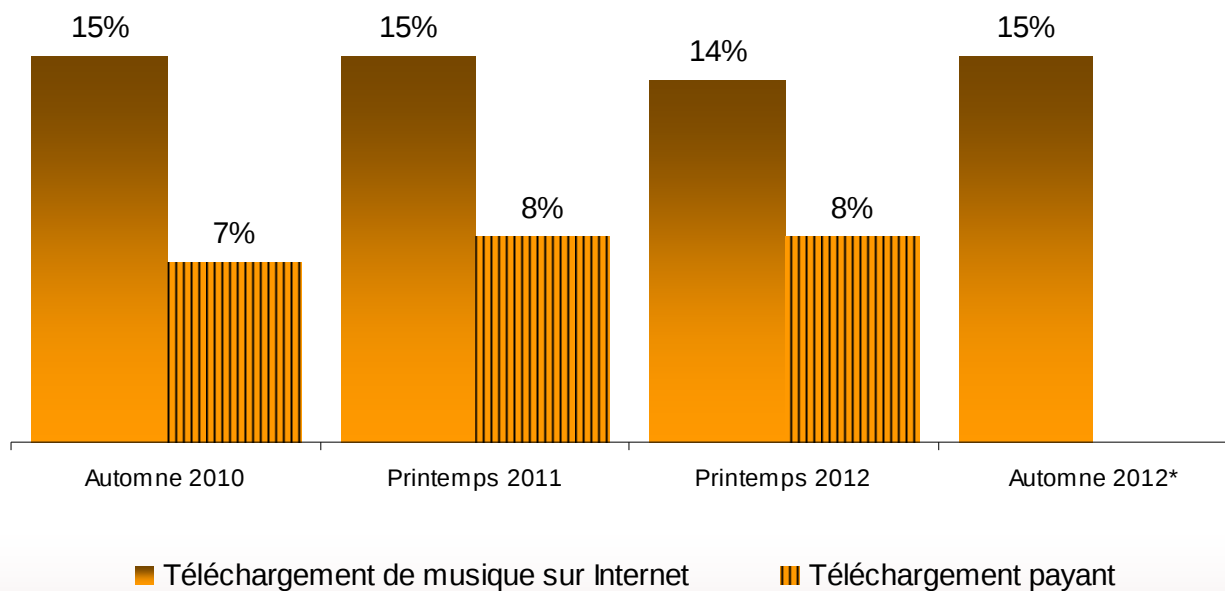
- Accès à Internet par le téléviseur
- Abonnement à un service de films en flux continu (Netflix)

Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

Téléchargement de musique sur Internet

Le taux demeure stable autour de 15 %.
Un peu plus de la moitié paie pour télécharger.



* Il n'y a pas de mesure pour 2012.

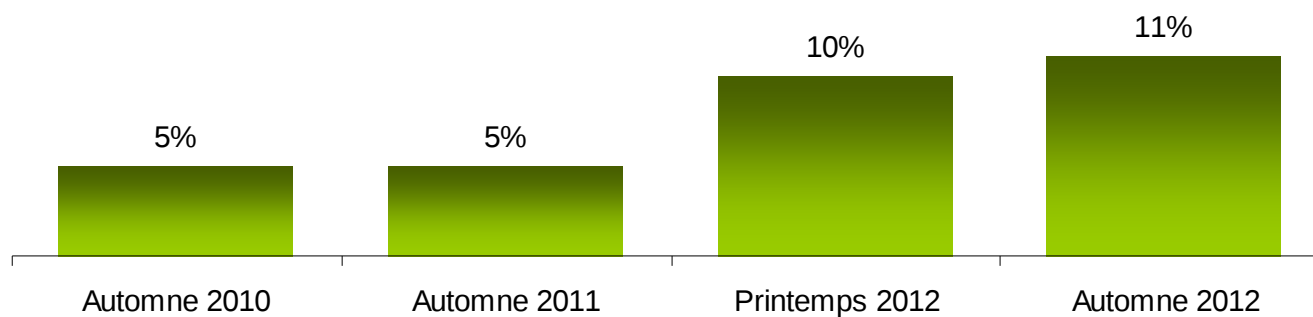
Source : Observateur des technologies médias, 2010 et 2012

Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

Accès à Internet par le téléviseur

En hausse, possiblement dû à l'arrivée des téléviseurs connectés directement à Internet.

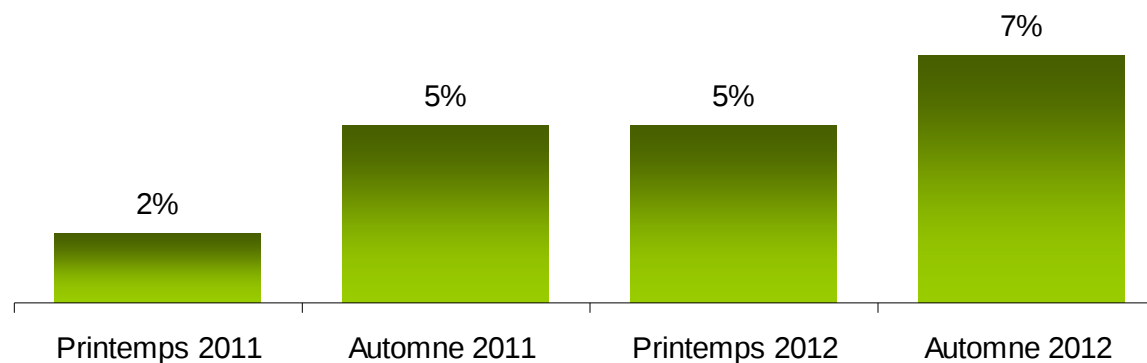


Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

Abonnement à un service de films en flux continu*

Une hausse considérable, dû possiblement
à la multiplication des appareils permettant son accès.



* Netflix

Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

AUDIO

- Écoute de contenu audio en continu sur Internet
- Lecteur MP3

VIDÉO

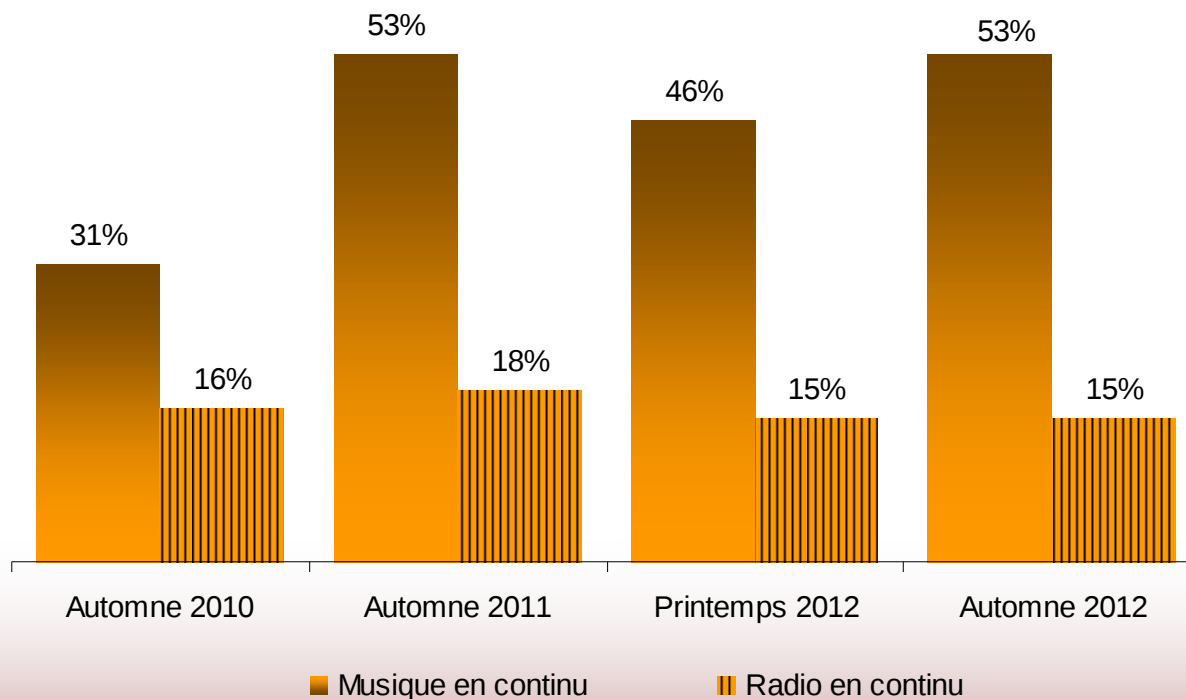
- Tablette
- Téléphone intelligent
- VSD (vidéo sur demande)
- Téléviseur et récepteur HD
- Lecteur Blu-ray
- ENP (enregistreur numérique personnel)

Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

AUDIO

Écoute de contenu audio en continu sur Internet

En automne 2012, 53 % des Québécois écoutent du contenu audio en continu sur Internet affichant une forte progression, alors que l'écoute de la radio en continu demeure stable.

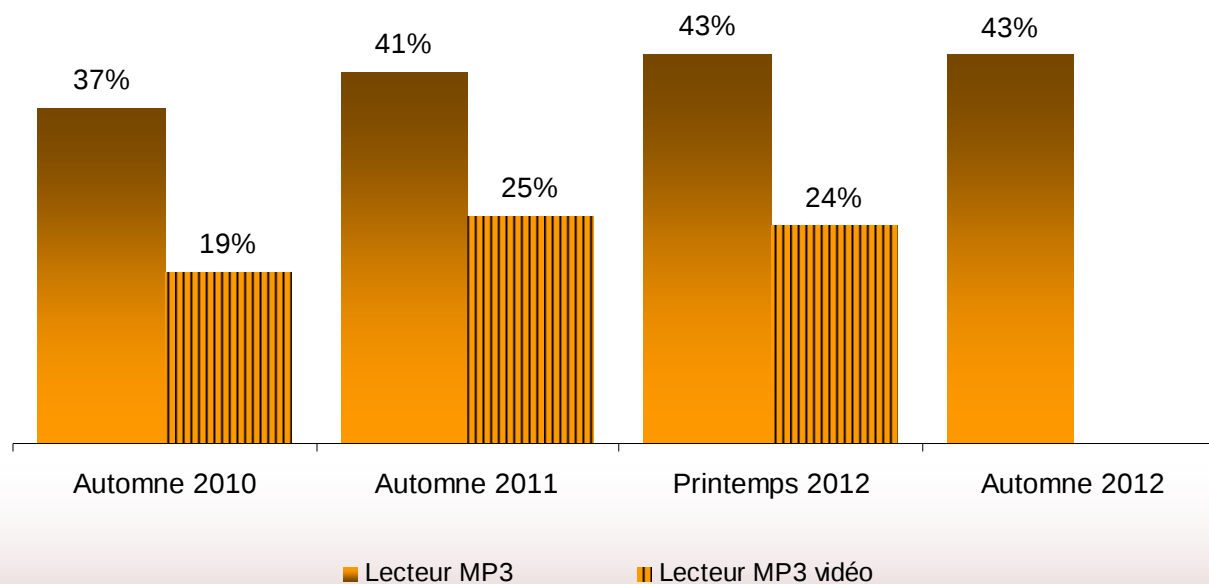


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

AUDIO

Lecteur MP3

En 2012, 43 % des Québécois possèdent un lecteur audio MP3 et on sent d'ailleurs que le lecteur MP3 vidéo a atteint un palier, d'autant que le lecteur MP3 vidéo a disparu des statistiques.

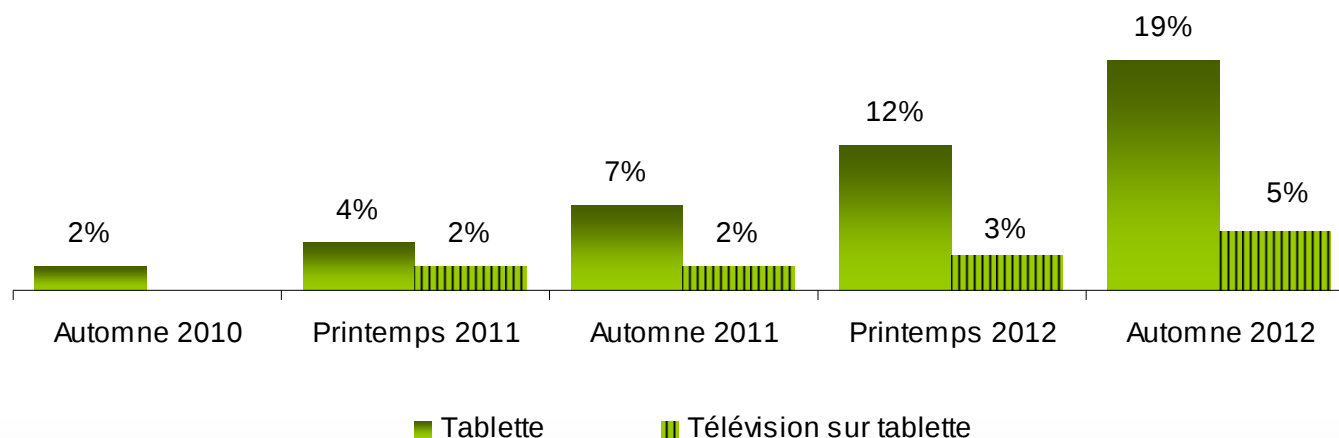


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

Tablette

Même si l'arrivée des tablettes sur le marché est récente, elle est déjà considérée comme une technologie en expansion. L'écoute des émissions de télévision sur les tablettes est par contre encore à ses débuts.

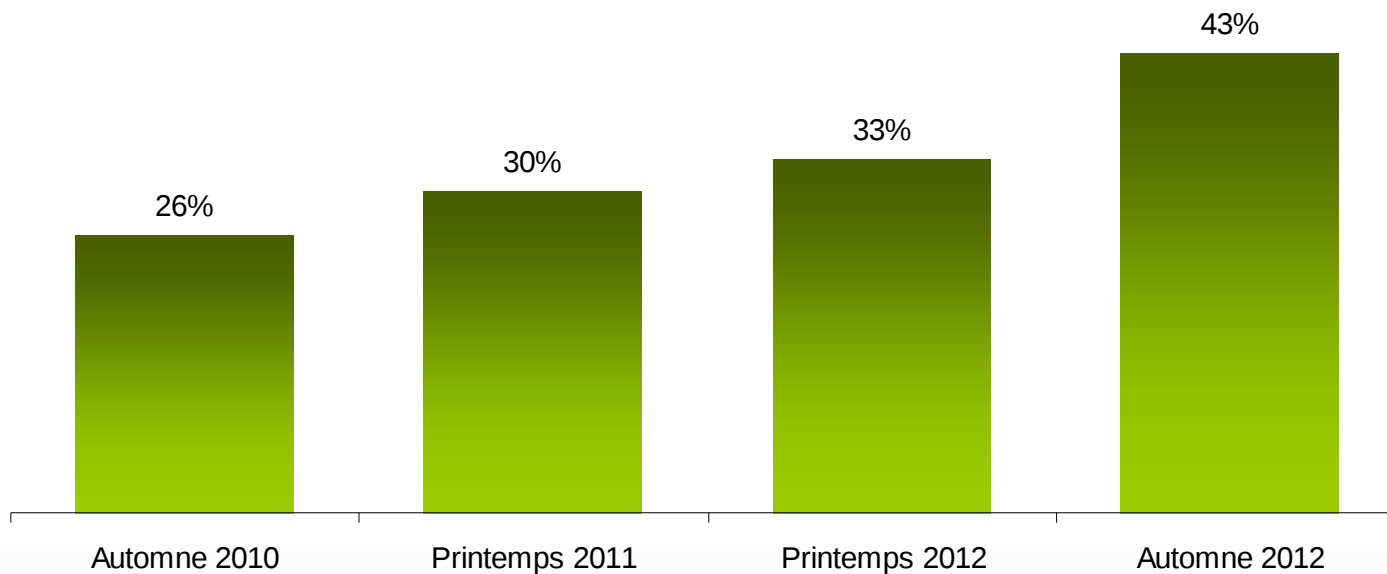


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

Téléphone intelligent

Si la tendance se maintient, bientôt un Québécois sur deux aura un téléphone intelligent

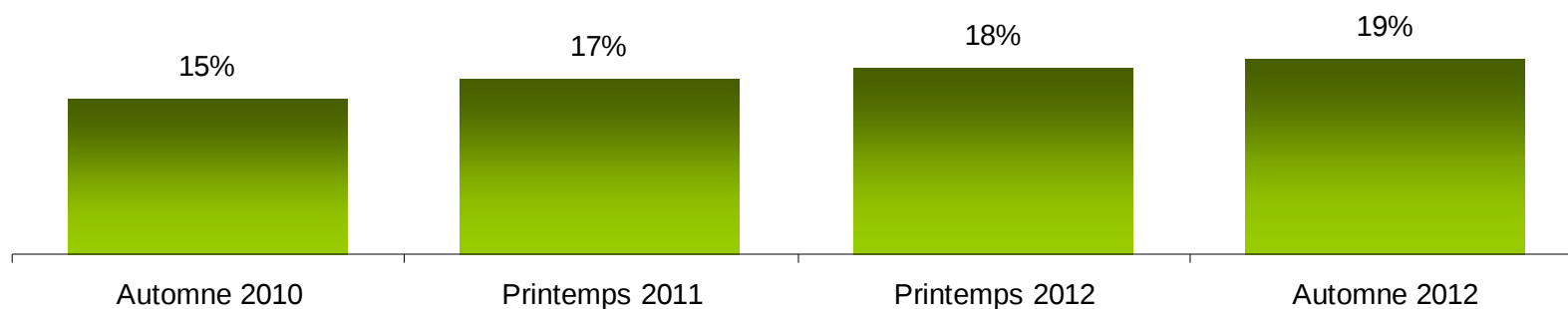


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

VSD (vidéo sur demande)

En 2012, 19 % des Québécois ont utilisé la VSD au cours du dernier mois, comparativement à 15 % en 2010.

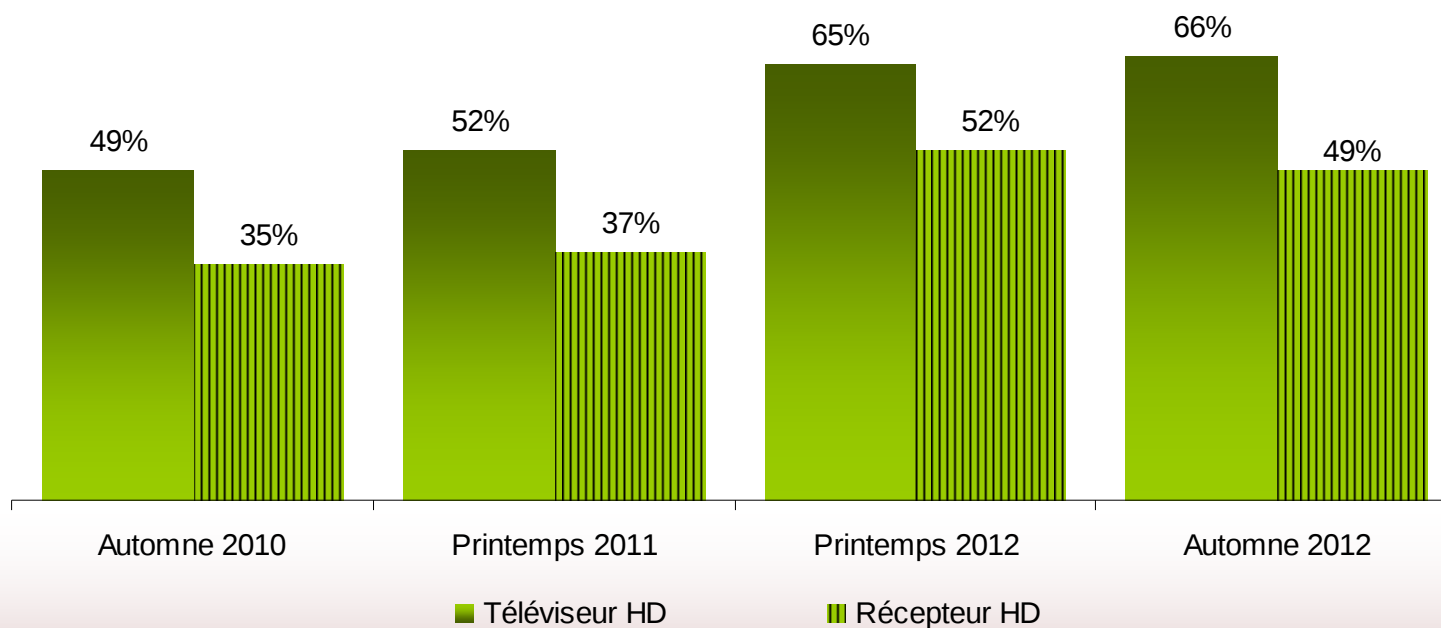


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

Téléviseur et récepteur HD

Leur forte pénétration s'est poursuivie en 2012.
66 % des Québécois possèdent un téléviseur HD et 49 % un récepteur HD.
La technologie est ainsi très près de la maturité.

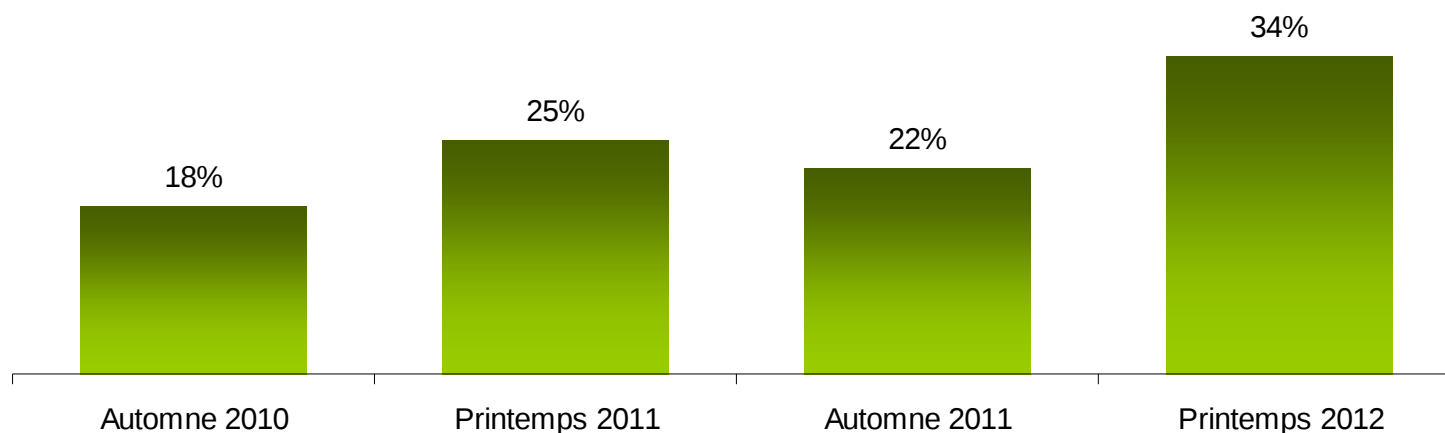


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

Lecteur Blu-ray

Progressant bien, 34 % des Québécois possèdent un lecteur Blu-ray au printemps 2012. C'est près du double qu'à l'automne 2010.
Aucune nouvelle donnée pour l'automne...

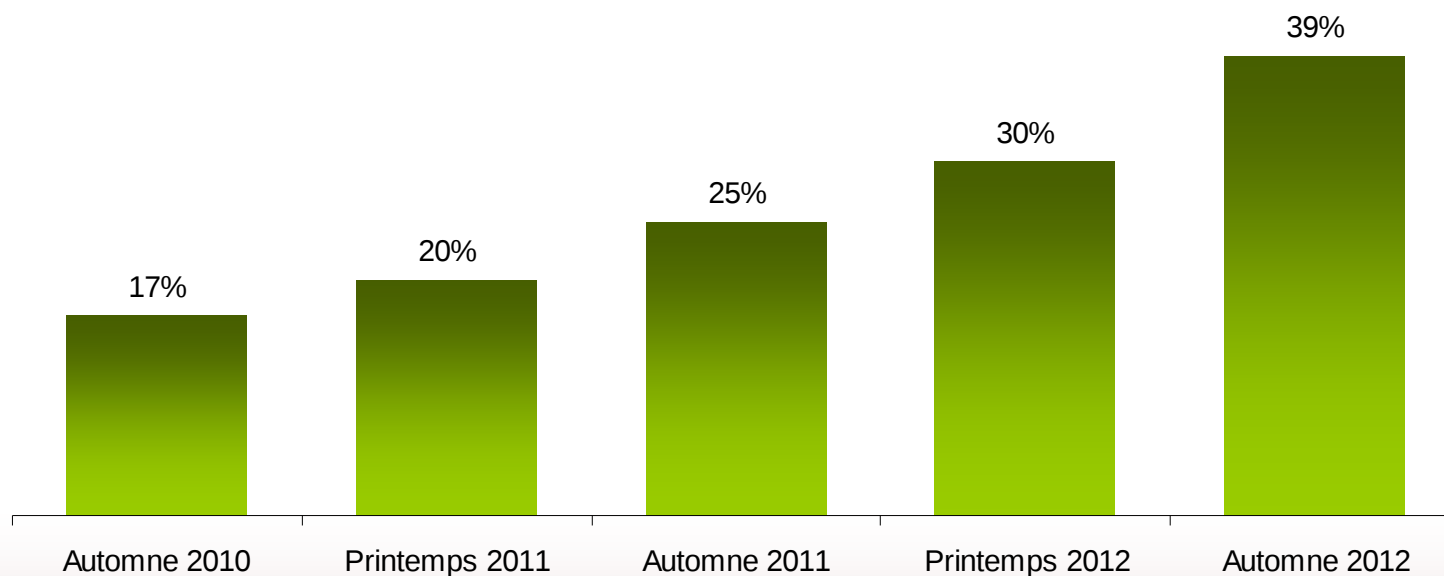


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

ENP (enregistreur numérique personnel)

L'ascension se poursuit : en 2012, 30 % des Québécois en possèdent un, 10 % de plus que l'année précédente.



Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

AUDIO

- ➔ Téléphone cellulaire

VIDÉO

- ➔ Télévision numérique
- ➔ Connexion Internet à la maison
- ➔ Connexion Internet haute vitesse

Note : avant 2010, les taux de pénétration portaient sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

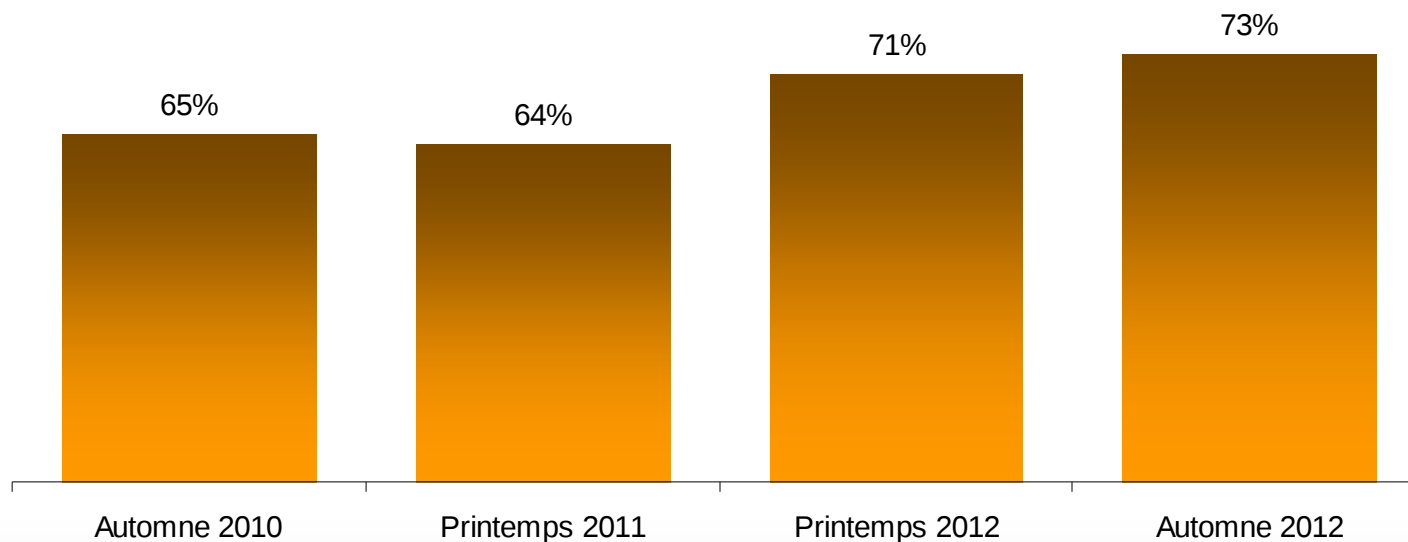
Source : Observateur des technologies médias, 2012

Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

AUDIO

Téléphone cellulaire

En 2012, 73 % des Québécois disposent d'un téléphone cellulaire.

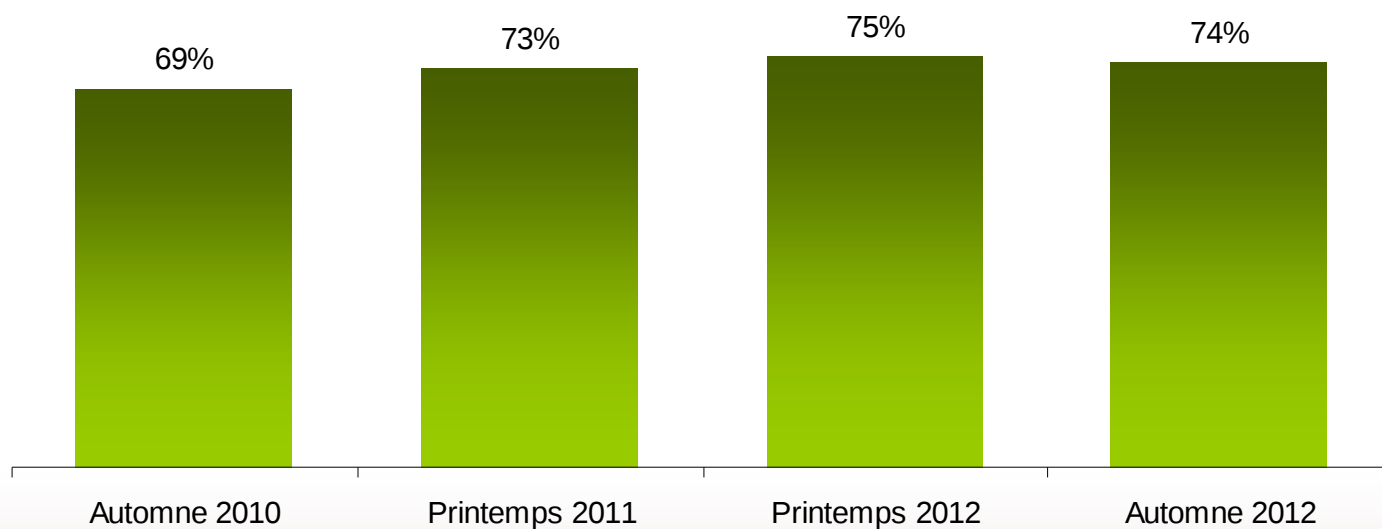


Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

VIDÉO

Télévision numérique

En 2012, 74 % des Québécois déjà abonnés au câble le sont pour un service de TV numérique, soit 6 % de plus qu'en 2010. Toutefois, il semblerait que la technologie ait atteint un palier.



Note : avant 2010, les taux de pénétration portaient sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

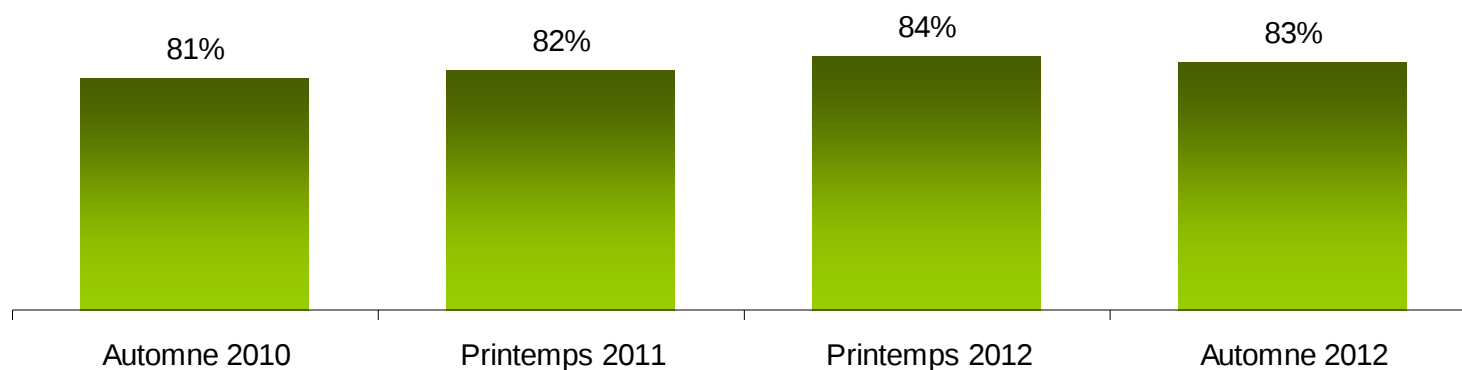
Source : Observateur des technologies médias, 2010 et 2012

Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

VIDÉO

Connexion Internet à la maison

83 % des Québécois ont une connexion Internet à la maison.
Un niveau assez stable depuis quelques années.

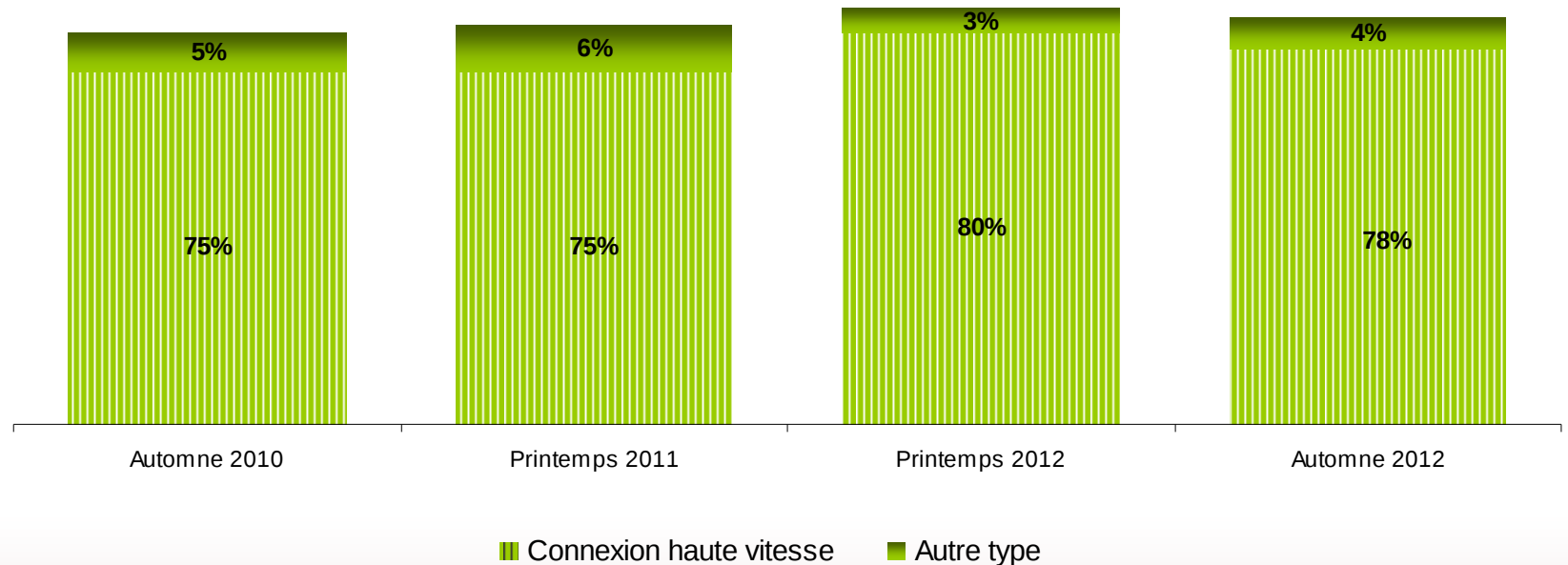


Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

VIDÉO

Connexion Internet haute vitesse

78 % des Québécois ont une connexion Internet haute vitesse à la maison.



Note : avant 2010, les taux de pénétration portaient sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

Source : Observateur des technologies médias, 2010 et 2012

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

AUDIO

- Balladodiffusion
- Radio par satellite

VIDÉO

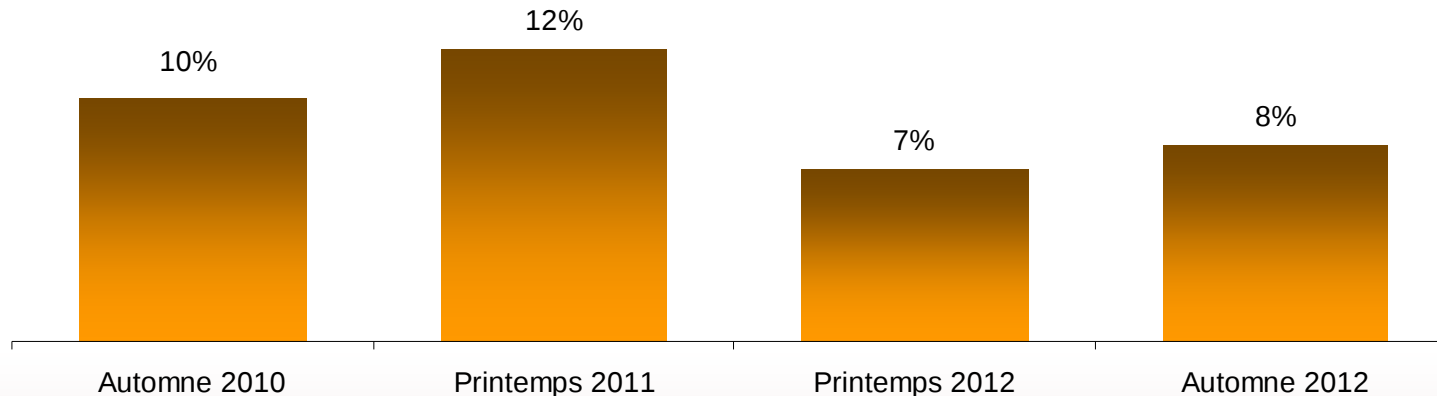
- Câble analogique
- Télévision par satellite
- Télévision hertzienne
- Connexion Internet téléphonique

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

AUDIO

Balladodiffusion

Semble avoir atteint un palier en 2012. A-t-elle atteint ses limites ?

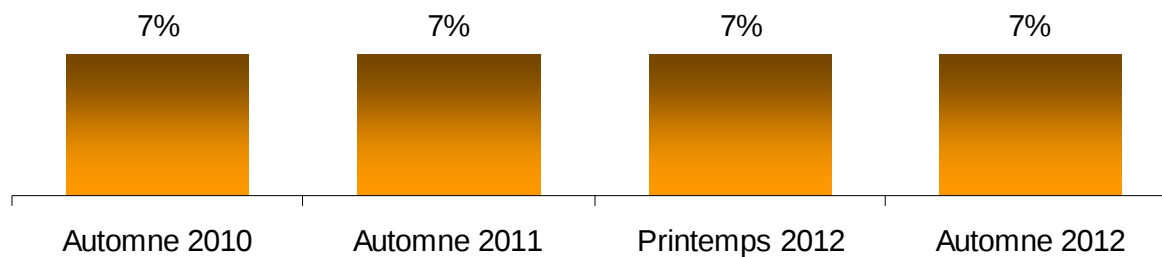


Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

AUDIO

Radio par satellite

Il semblerait que le marché a atteint ses limites.
L'apparition de branchements des téléphones intelligents dans la voiture
est peut-être une raison du plafonnement.

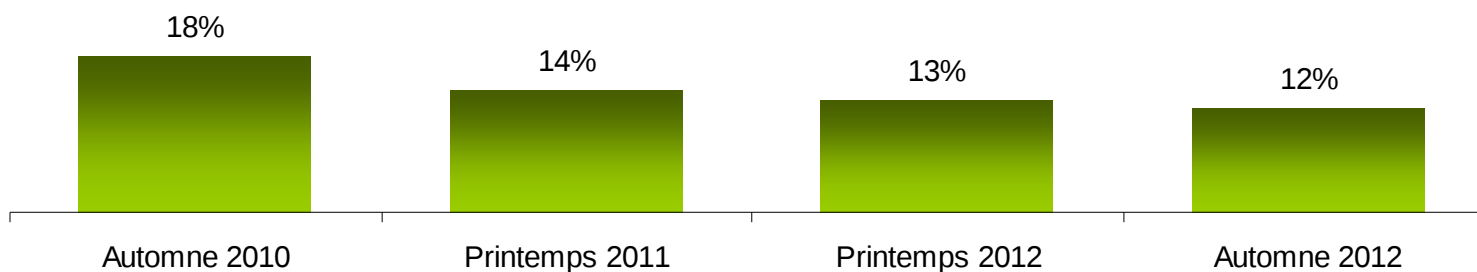


Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Câble analogique

12 % des Québécois sont abonnés au câble analogique qui cède la place au numérique.

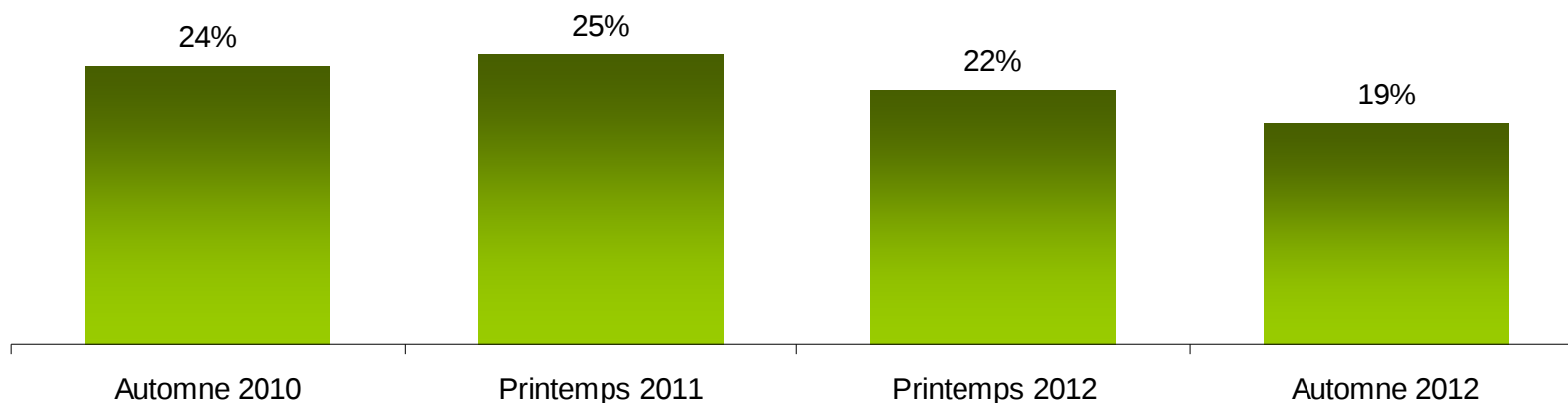


Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Télévision par satellite

La télévision par satellite semble avoir atteint un palier et, à mesure que d'autres moyens sont disponibles.



Note : avant 2010, les taux de pénétration portaient sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

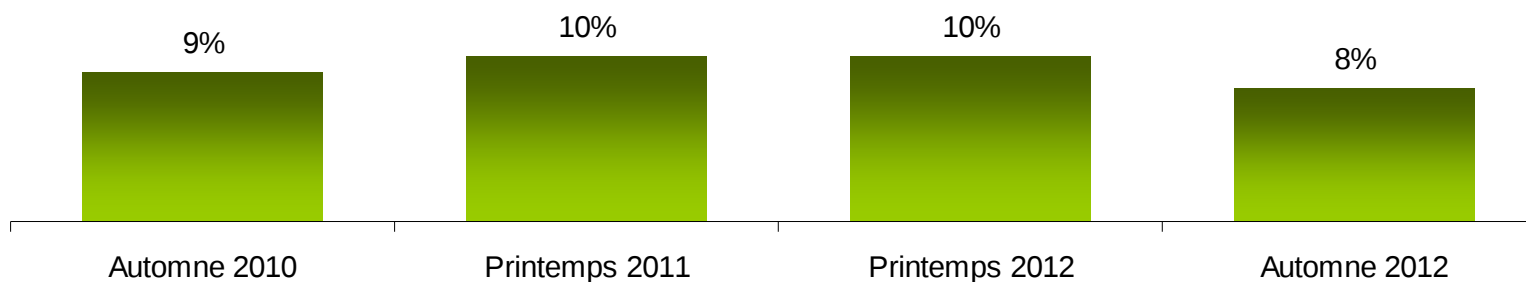
Source : Observateur des technologies médias, 2010 et 2012

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Télévision hertzienne

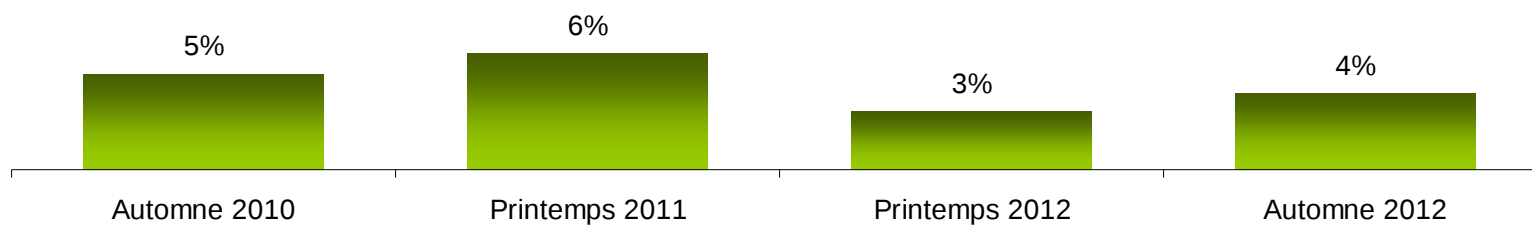
8 % des Québécois captent la télévision par voie hertzienne et la situation semble relativement stable avec même un certain déclin.



Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

Connexion Internet téléphonique

4 % des Québécois reçoivent toujours Internet par une ligne téléphonique.



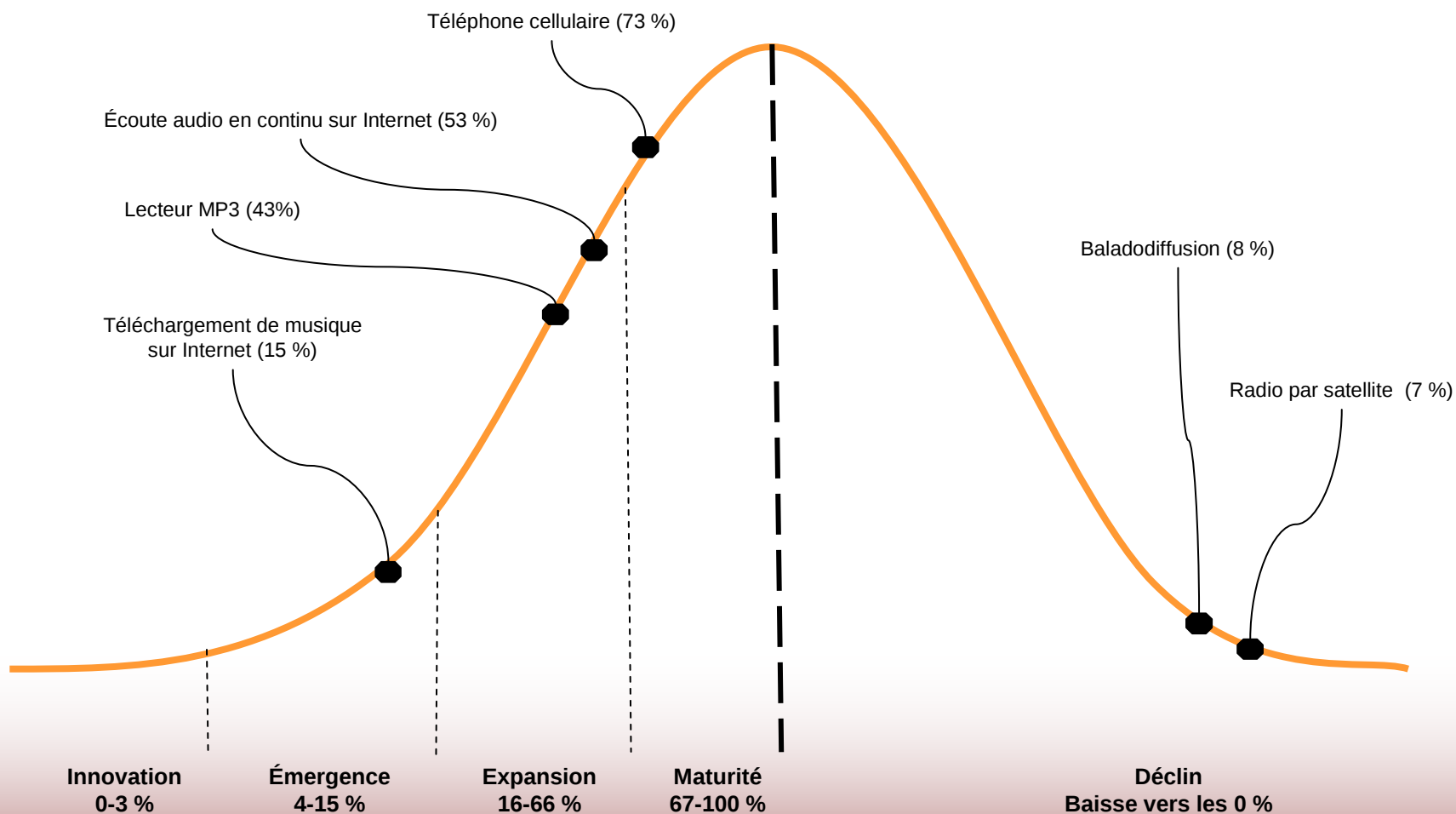
Note : avant 2010 les taux de pénétration portaient sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

Source : Observateur des technologies médias, 2010 et 2012

Résumé des cinq phases

AUDIO

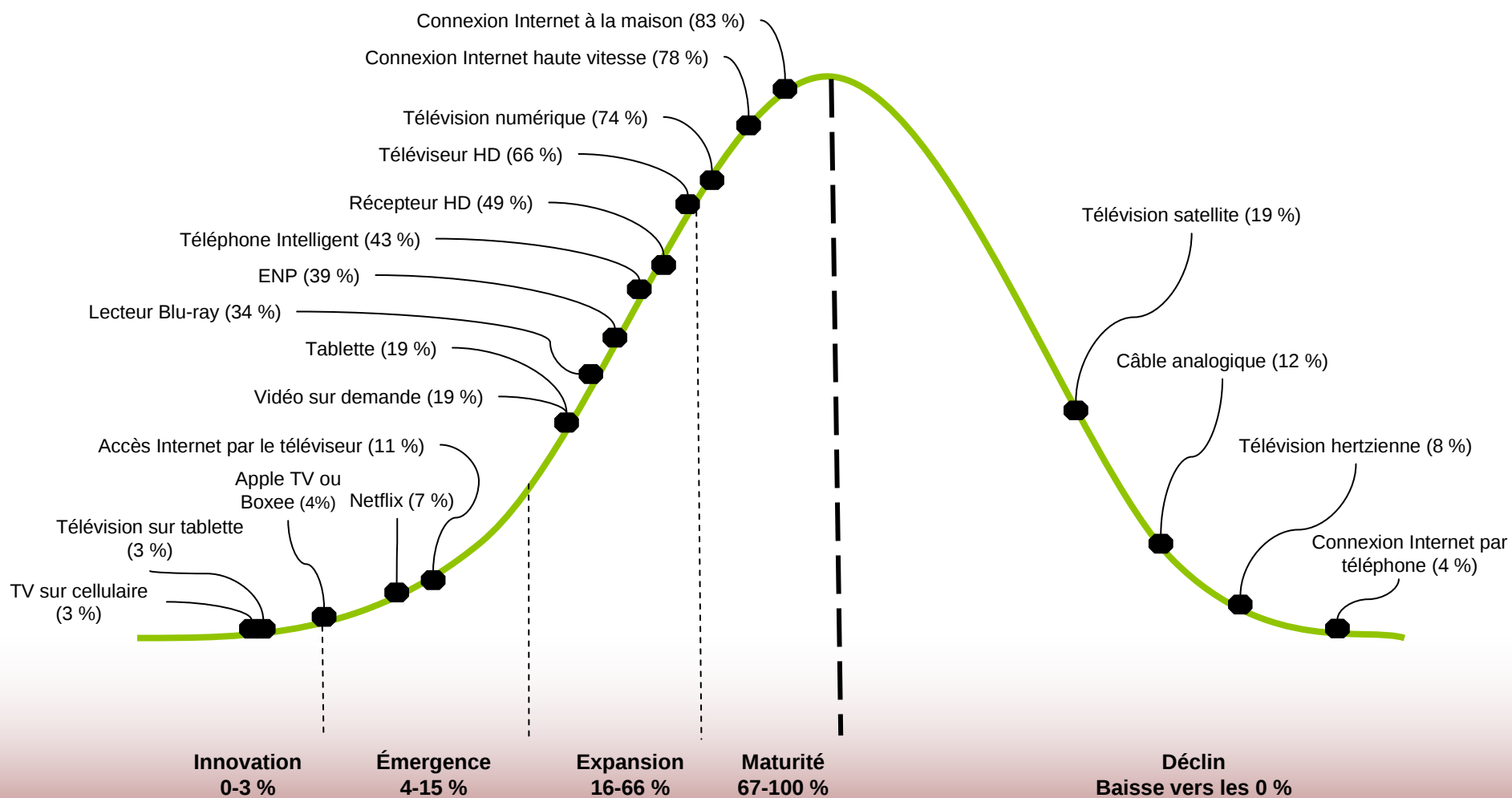
AUDIO



Résumé des cinq phases

VIDÉO

VIDÉO



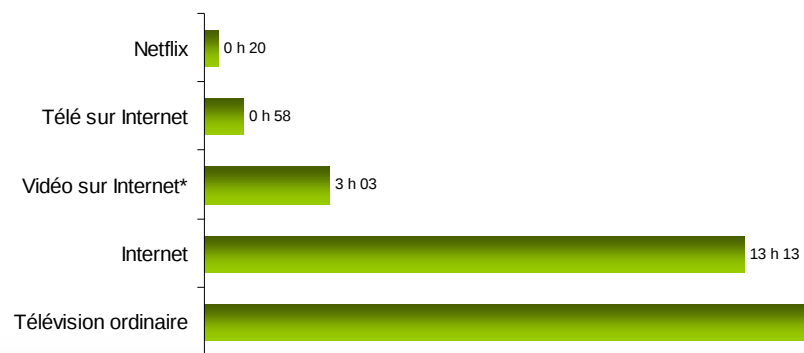
Source : Observateur des technologies médias, 2012

Temps consacré par la population

La télévision demeure la source d'information et de divertissement la plus utilisée, mais Internet n'est plus loin derrière

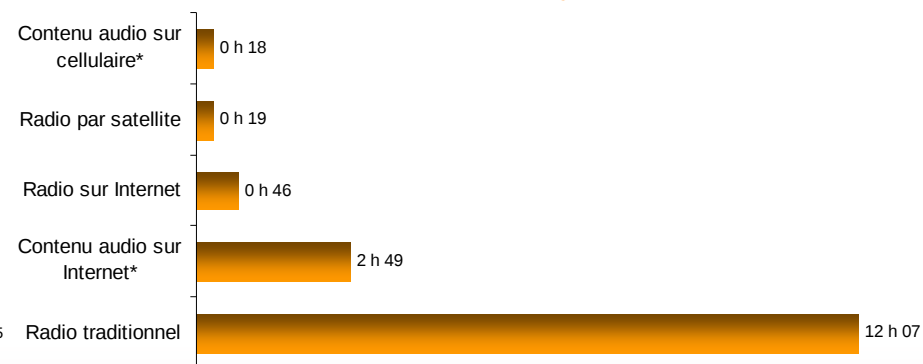
Temps consacré hebdomadairement

À regarder



* : y compris émissions ou extraits TV

À écouter



* : y compris stations de radio



Conclusion

- Le Québec se classe bien sur l'échiquier mondial, mais accuse un peu de retard face aux autres provinces.
- L'usage d'Internet continue de progresser. Le visionnement de courts vidéos de type YouTube, les manchettes en ligne, la télévision sur Internet et les réseaux sociaux gagnent en popularité au point maintenant de dépasser la radio traditionnelle.
- Le téléchargement de musique a atteint un palier contre toute attente. C'est maintenant la musique en continu qui semble être l'avenir.

Malgré tout...

- Journaux et magazines en format papier demeurent toujours des moyens d'information d'importance.
- Les technologies numériques viennent, pour l'instant du moins, faciliter plutôt que concurrencer l'écoute radio et télévision :
 - les utilisateurs d'ENP ou de VSD regardent davantage la télévision traditionnelle que la moyenne des téléspectateurs;
 - globalement, les jeunes de 18 à 30 ans regardent moins la télévision traditionnelle que l'ensemble des téléspectateurs, mais ceux qui regardent la télévision sur Internet regardent au total davantage la télévision que les autres jeunes.

**Culture
et Communications**

Québec

