

Chiffres à l'appui du MCCCCF

Culture, communications et technologies numériques au Québec



Mai 2012

Québec 

Réalisation

Direction générale de la planification et des sociétés d'État

Supervision

Jacques Laflamme

Préparation de la version définitive

Michel Pelletier et collaboration de Guy Therrien

Préparation de la version préliminaire

Pierre Girardin

Édition

Agathe Caron

Mai 2012

Dépôt légal : 2012

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISBN : 978-2-550-57852-9 (PDF)

ISBN : 978-2-550-64816-1 (version imprimée)

© Gouvernement du Québec, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2012

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

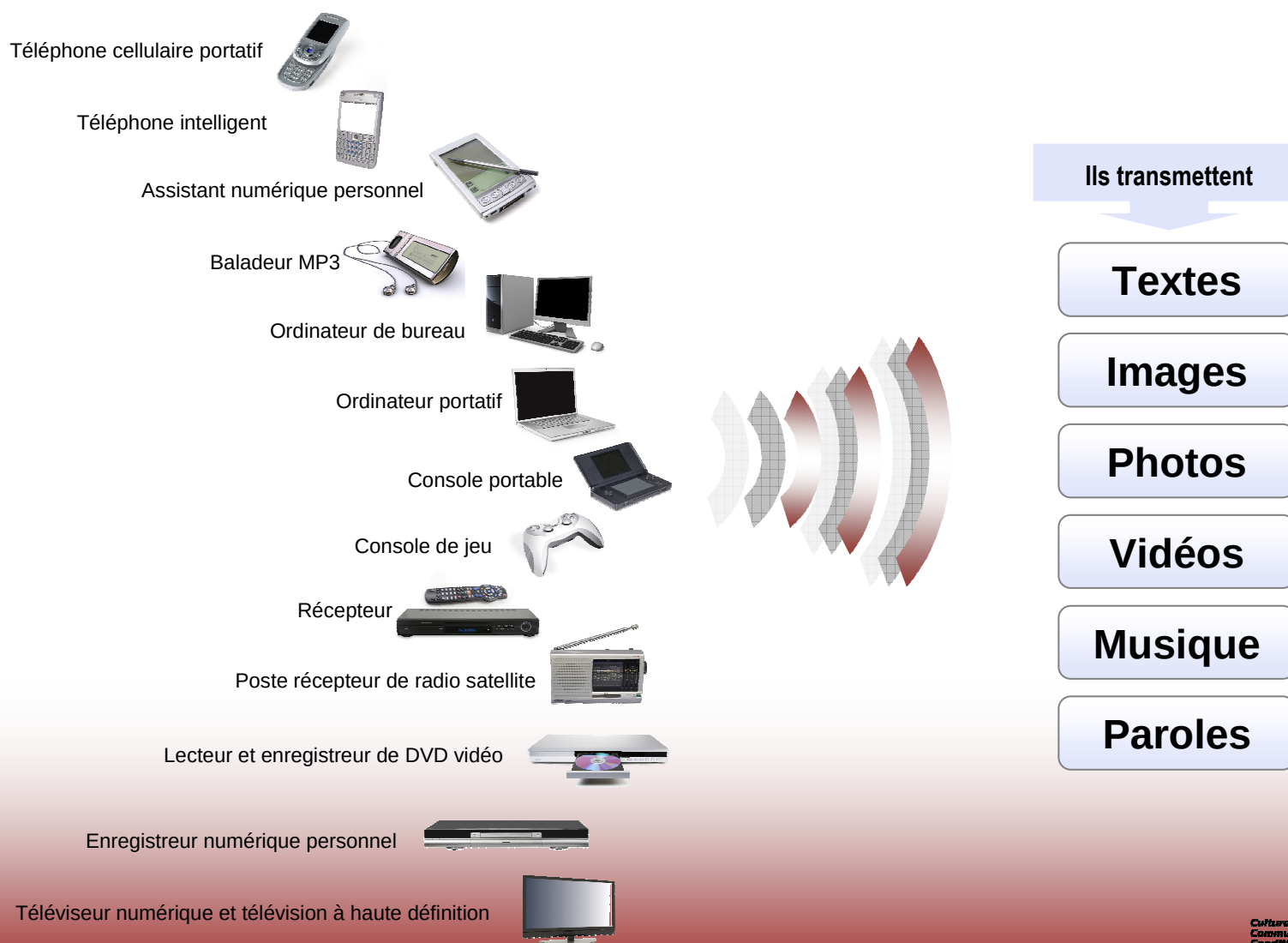
- ✓ Observateur des technologies médias (OTM)
- ✓ Institut de la statistique du Québec (ISQ)
- ✓ Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)
- ✓ Statistique Canada
- ✓ CEFRIO
- ✓ Centre d'études sur les médias
- ✓ Internet World Stats, Pingdom

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 2010

Ordinateurs et navigation sur Internet

Ordinateurs vendus dans le monde cette année	352 millions
Nombre d'internautes dans le monde	1,97 milliard

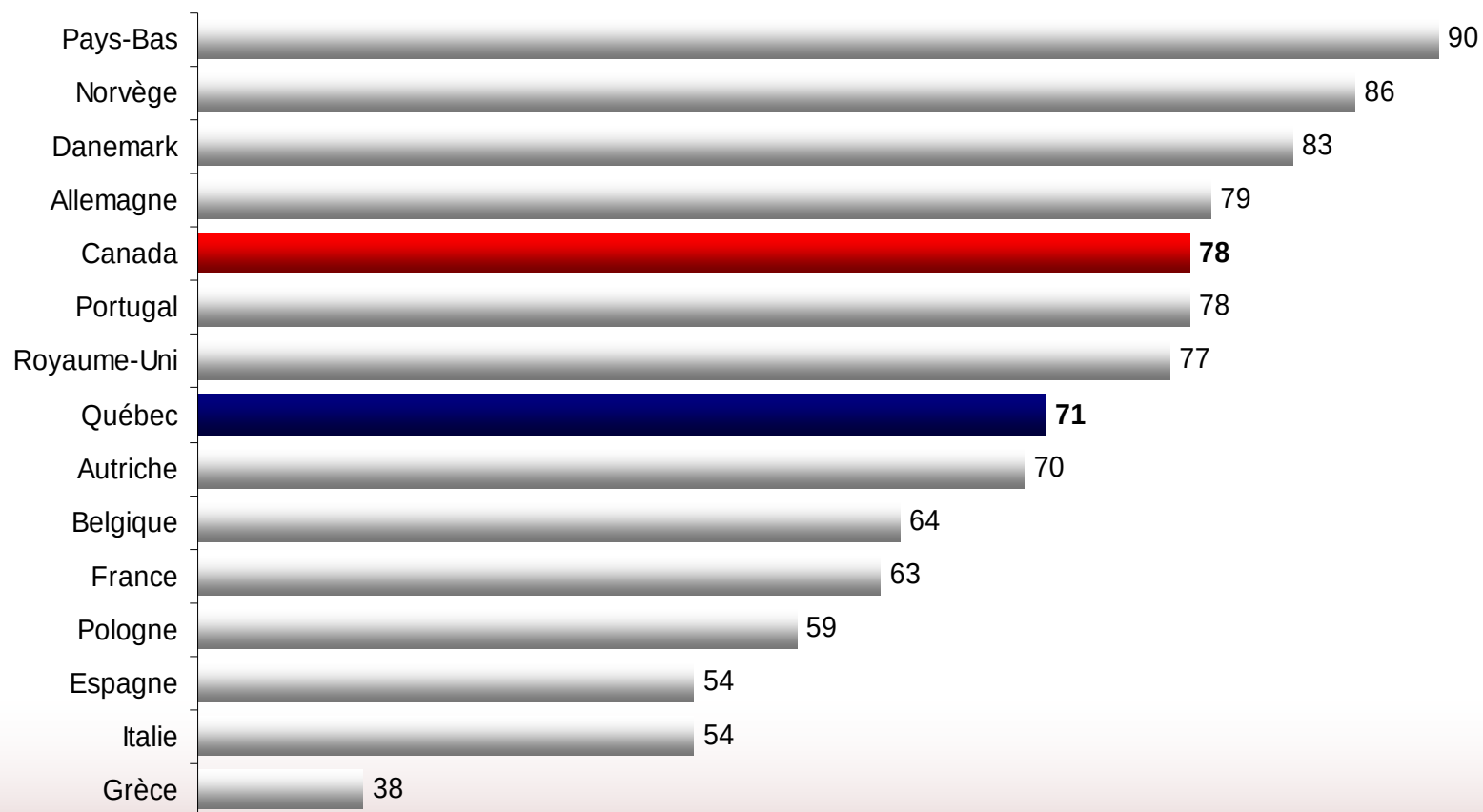
Courriel

Nombre d'utilisateurs de courriels dans le monde	1,9 milliard
Nombre de courriels envoyés par jour en 2008	294 milliards
Pourcentage de courriels considérés comme des pourriels	89 %

Sites Web

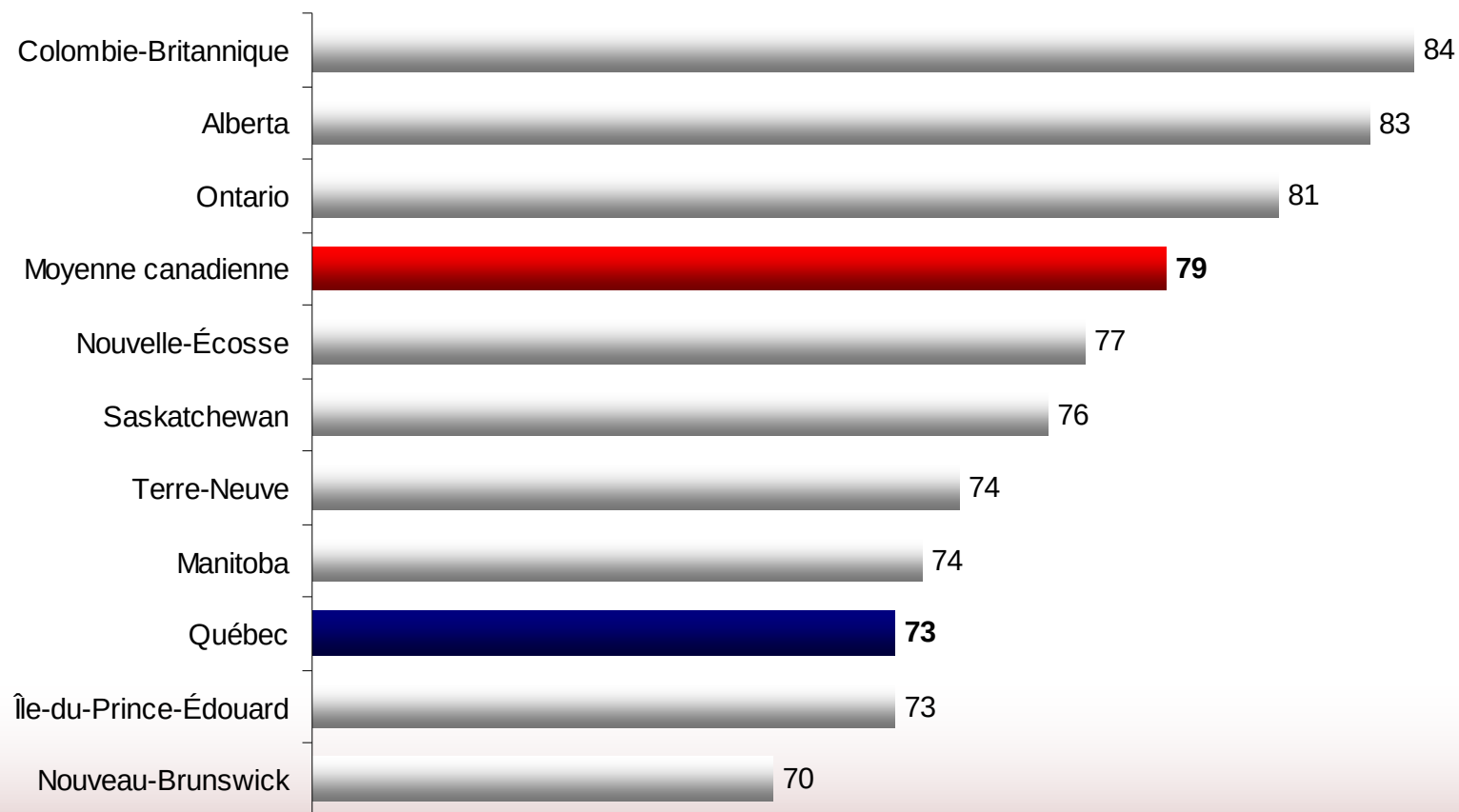
Nombre de sites Web	255 millions
Nombre de sites Web ajoutés cette année	21,4 millions

Taux de pénétration d'Internet dans certains pays, 2009



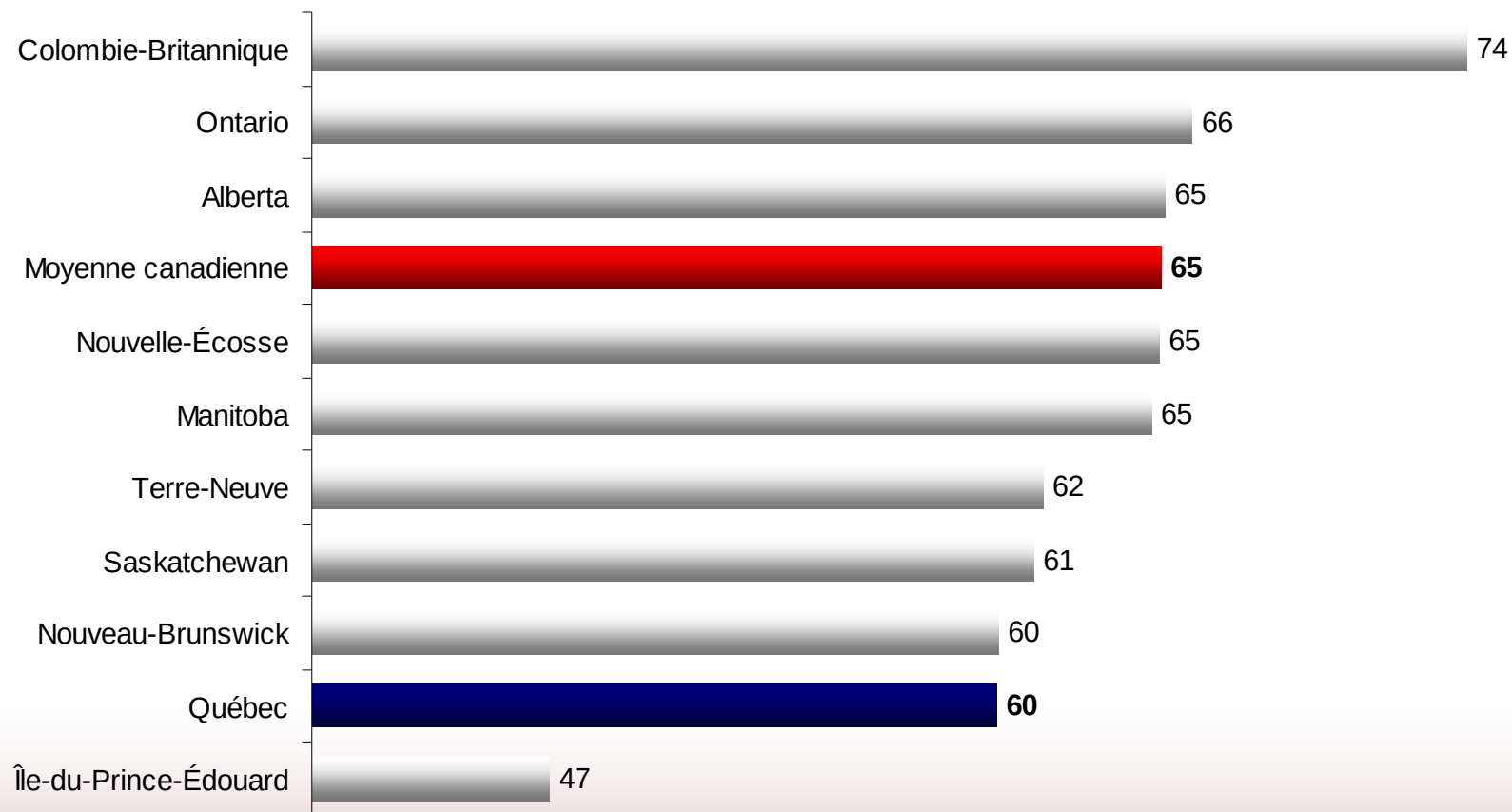
Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Eurostat. Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages; compilation : Institut de la statistique du Québec)

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

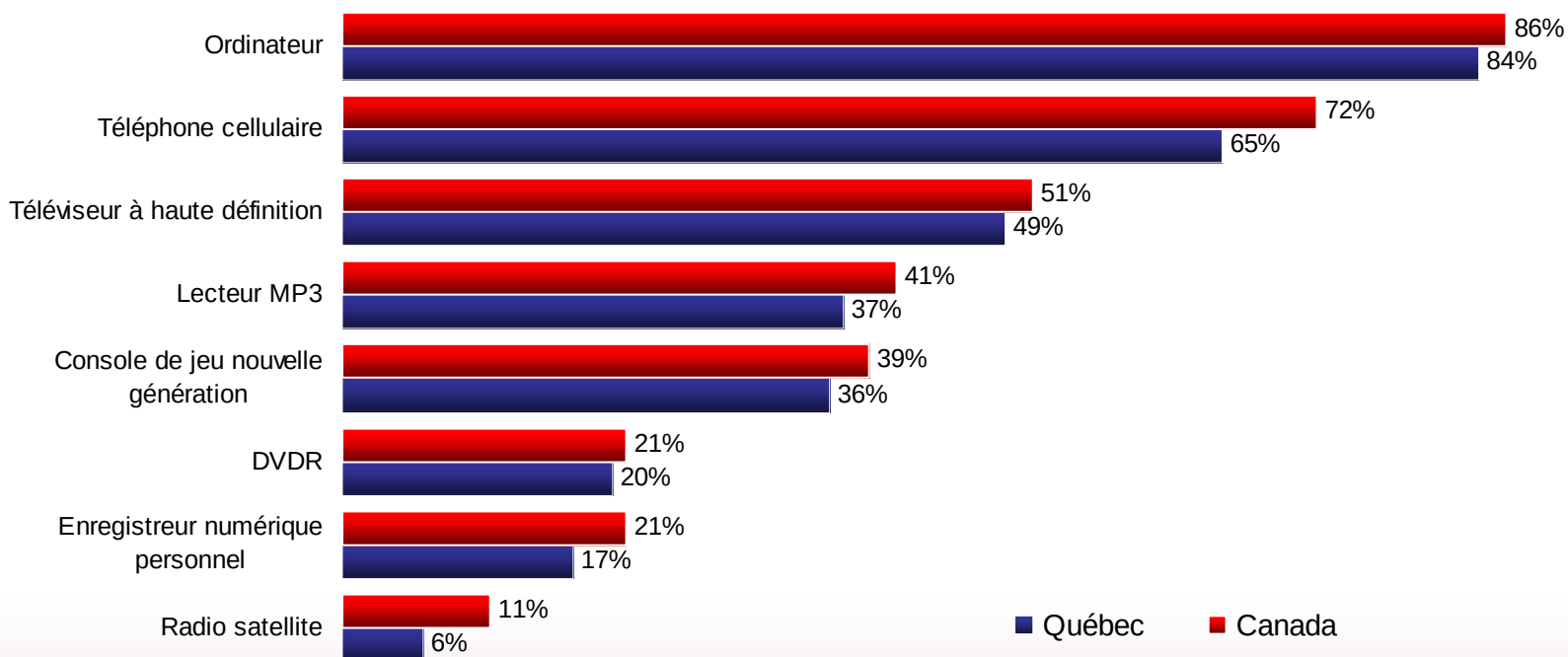
	2005	2006	2007	2008	2009	Écart 2005-2009
	%					Pts de %
Québec	55	59	64	67	71	16
Canada	63	68	73	74	78	15

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

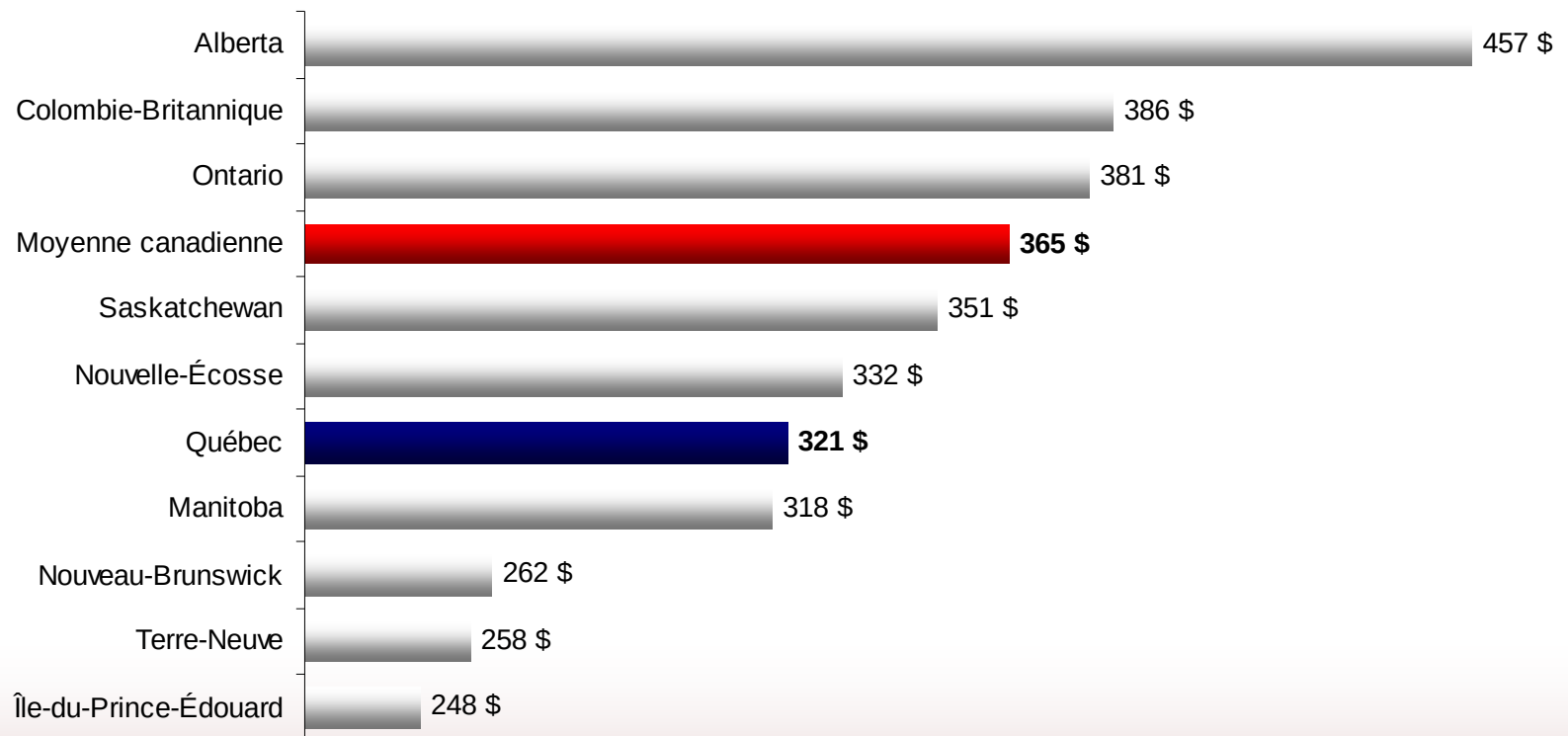
Taux de branchement à Internet haute vitesse des ménages, Québec et Canada, 2008 à 2009

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

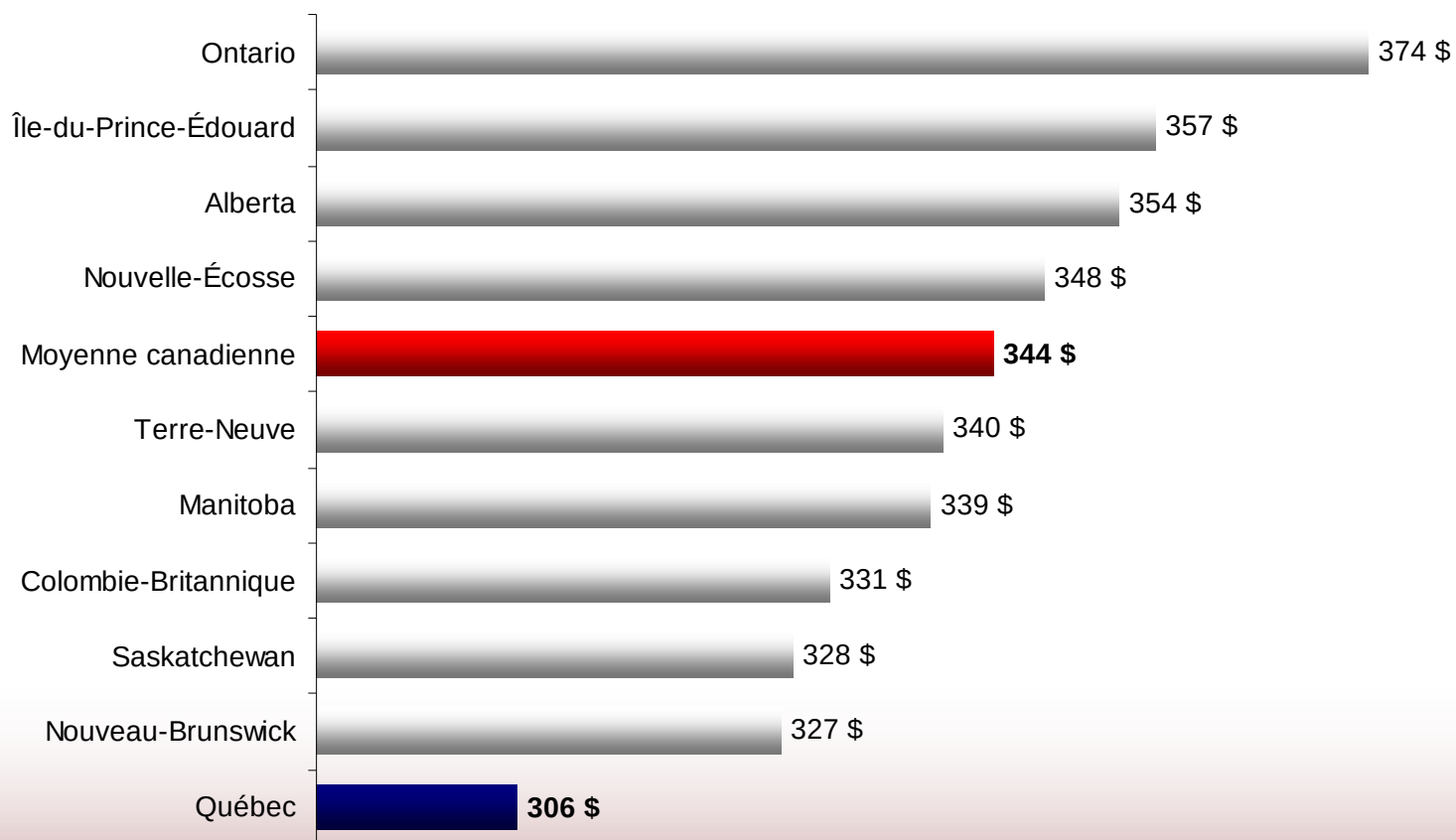
Pourcentage de foyers possédant certains appareils électroniques Québec et Canada, 2010



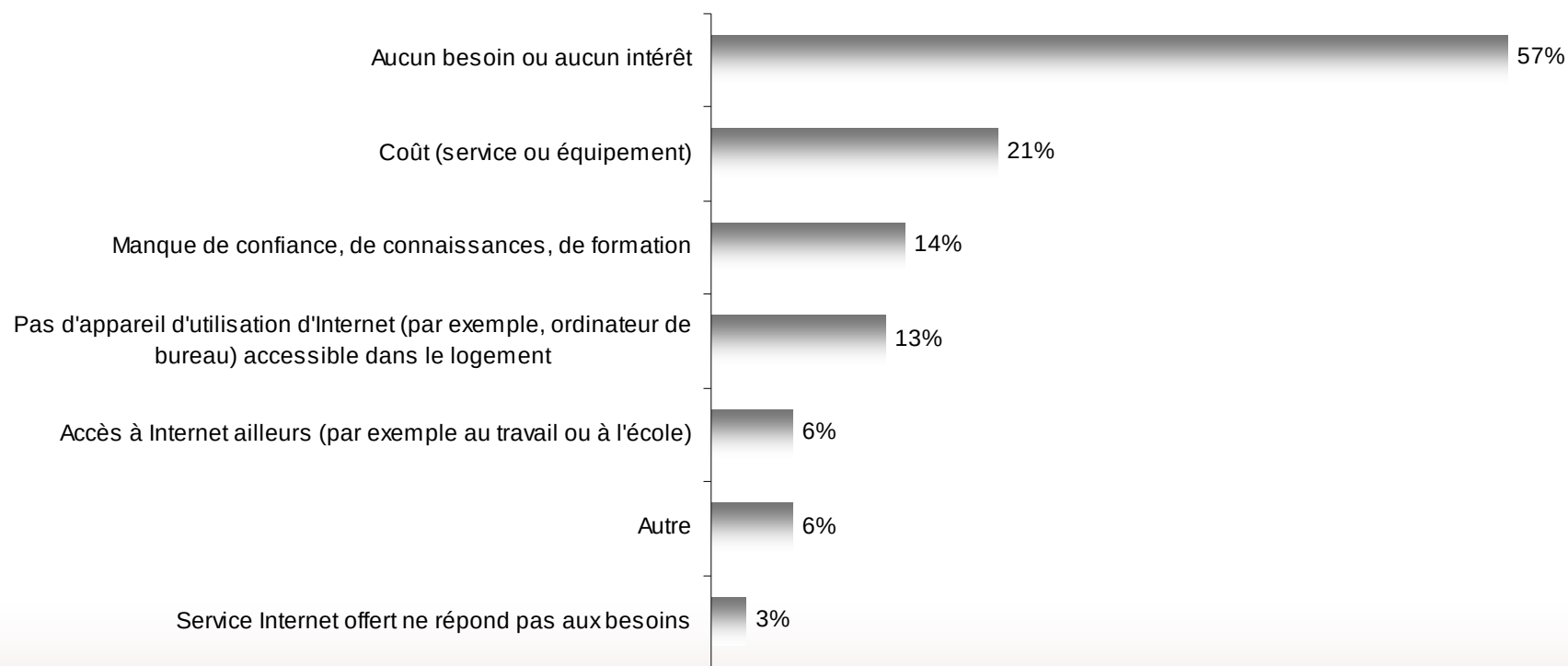
Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour du matériel informatique par province, 2009



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)

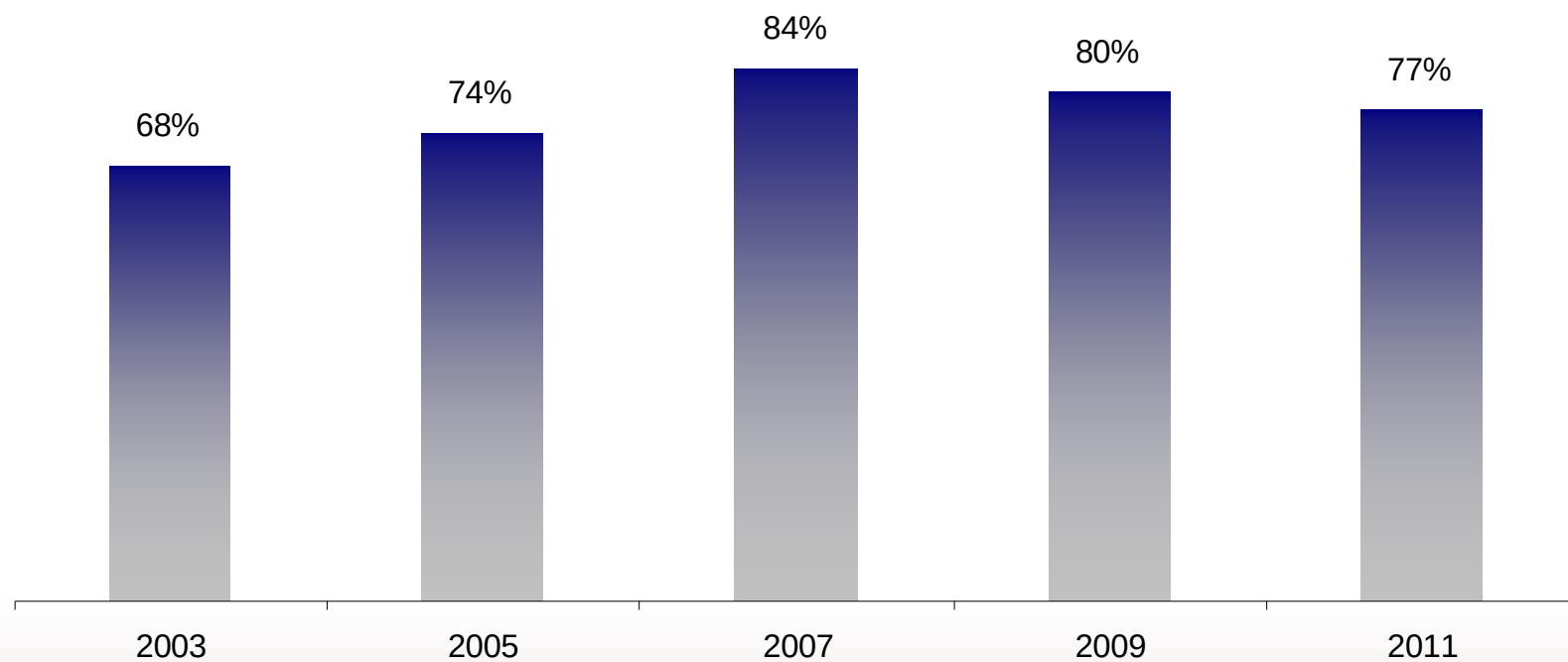


Évolution d'Internet au Québec

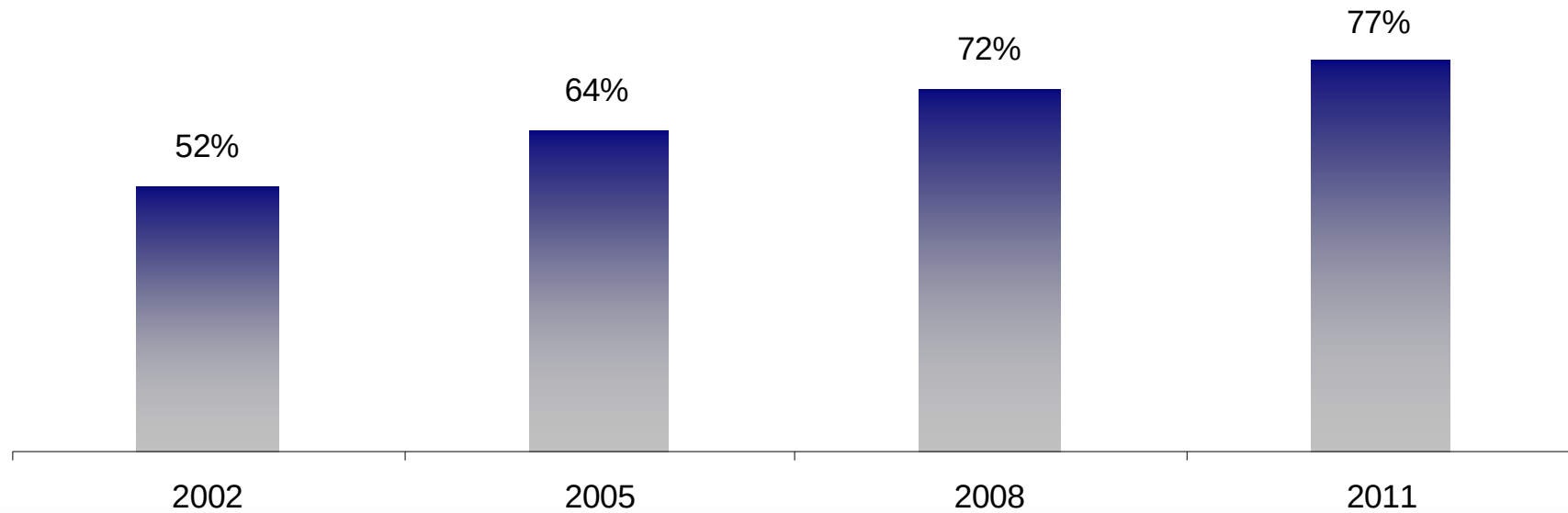
2

Évolution d'Internet au Québec

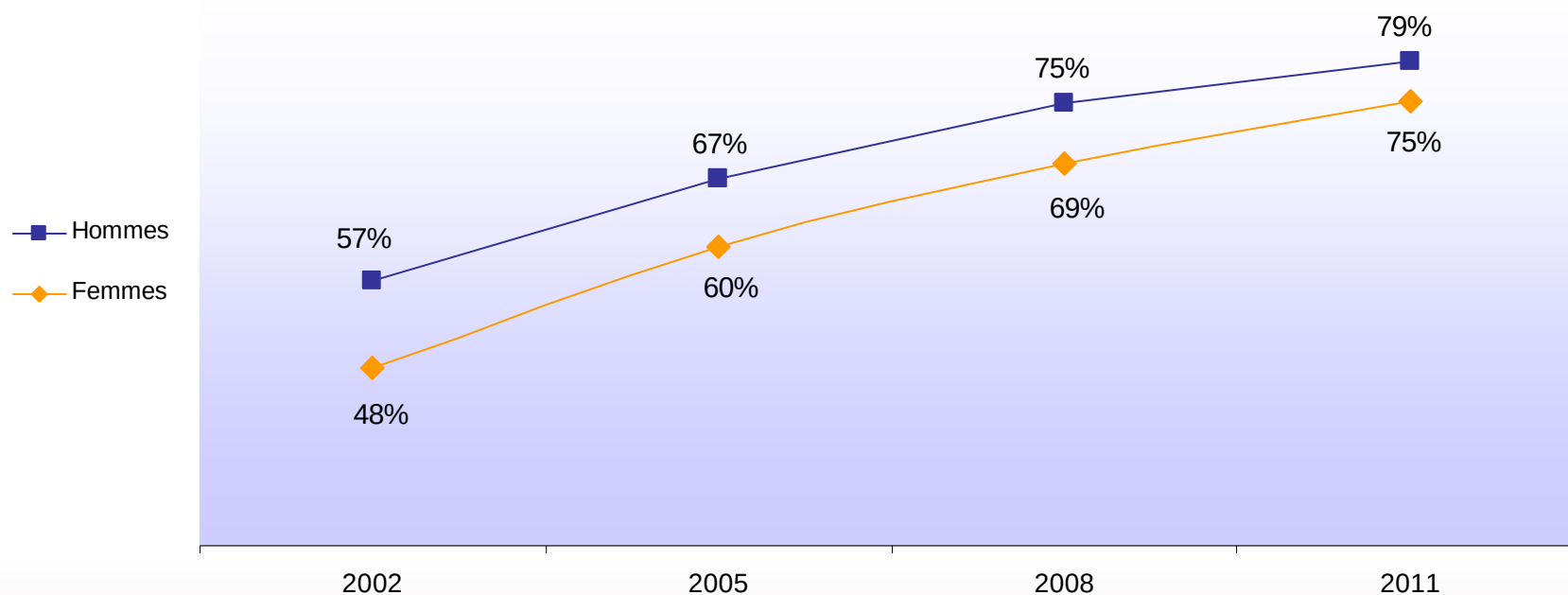
Possession d'un ordinateur à domicile Québec, 2003 - 2011



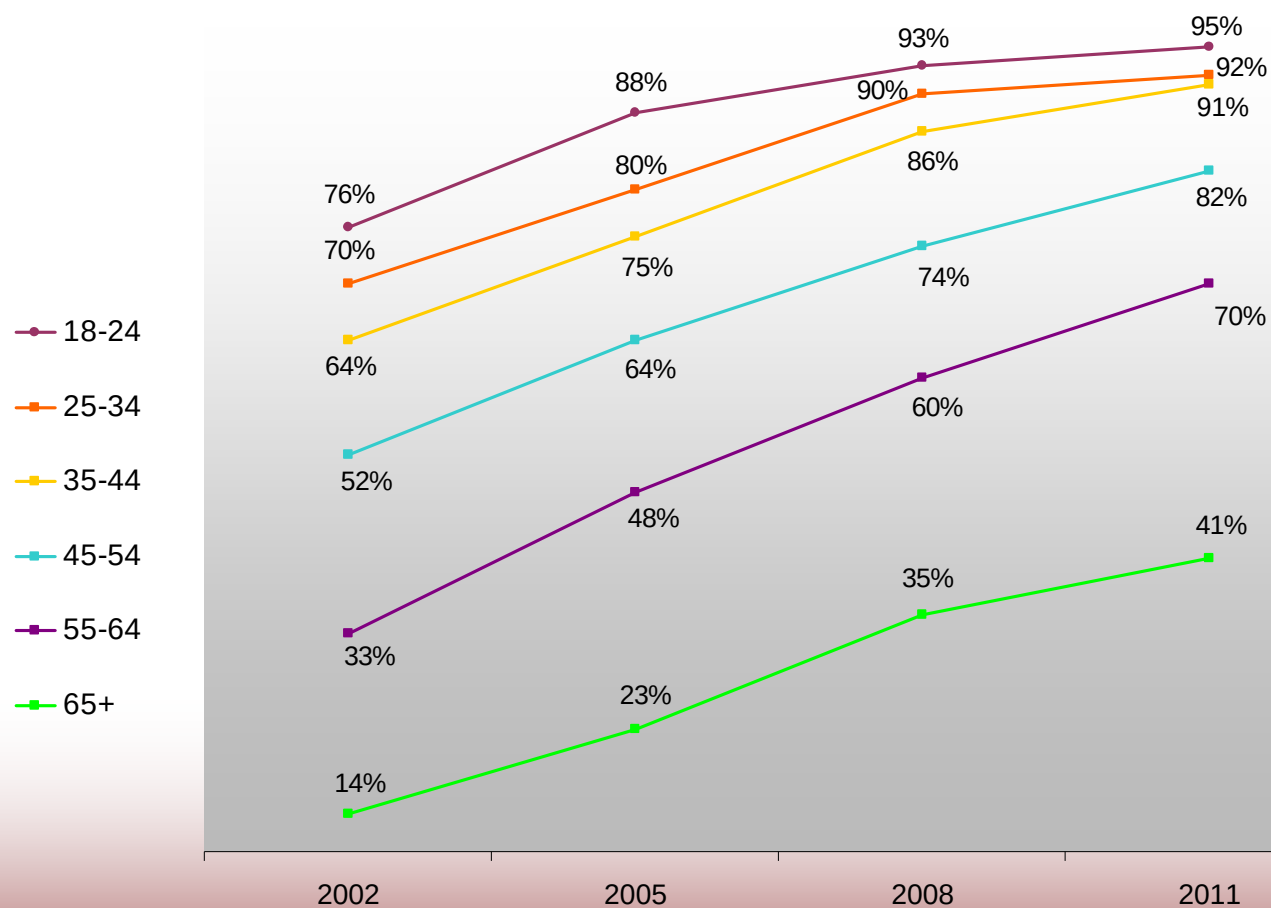
Proportion d'internautes réguliers Québec, 2002 - 2011



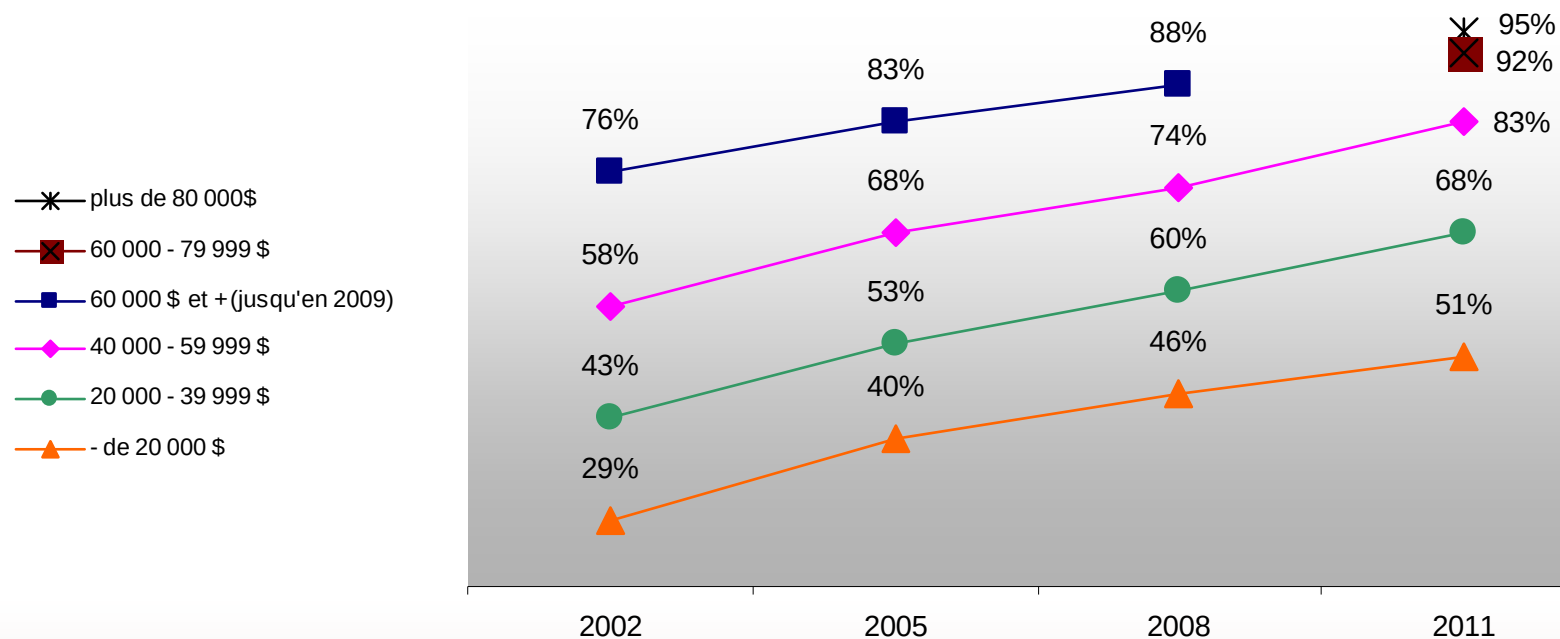
Utilisation d'Internet selon le sexe Québec, 2002 - 2011



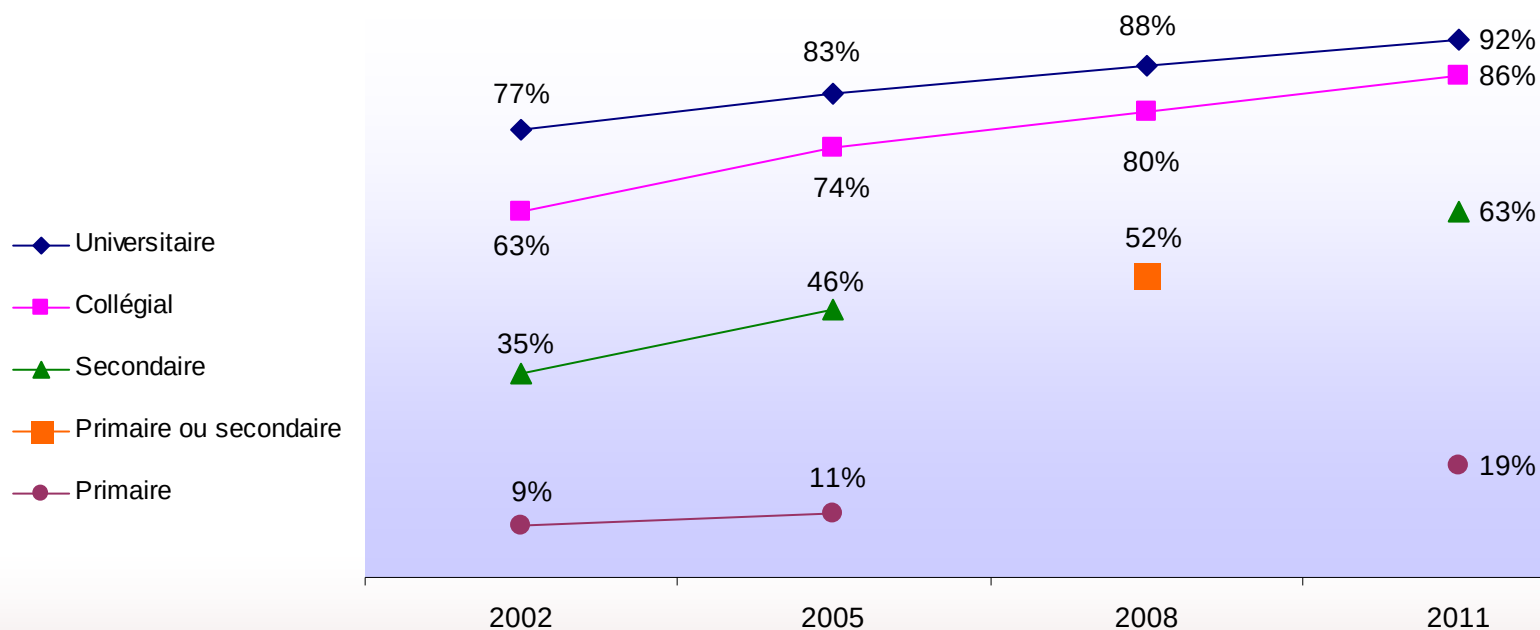
Utilisation d'Internet selon le groupe d'âge Québec, 2002 - 2011



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



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



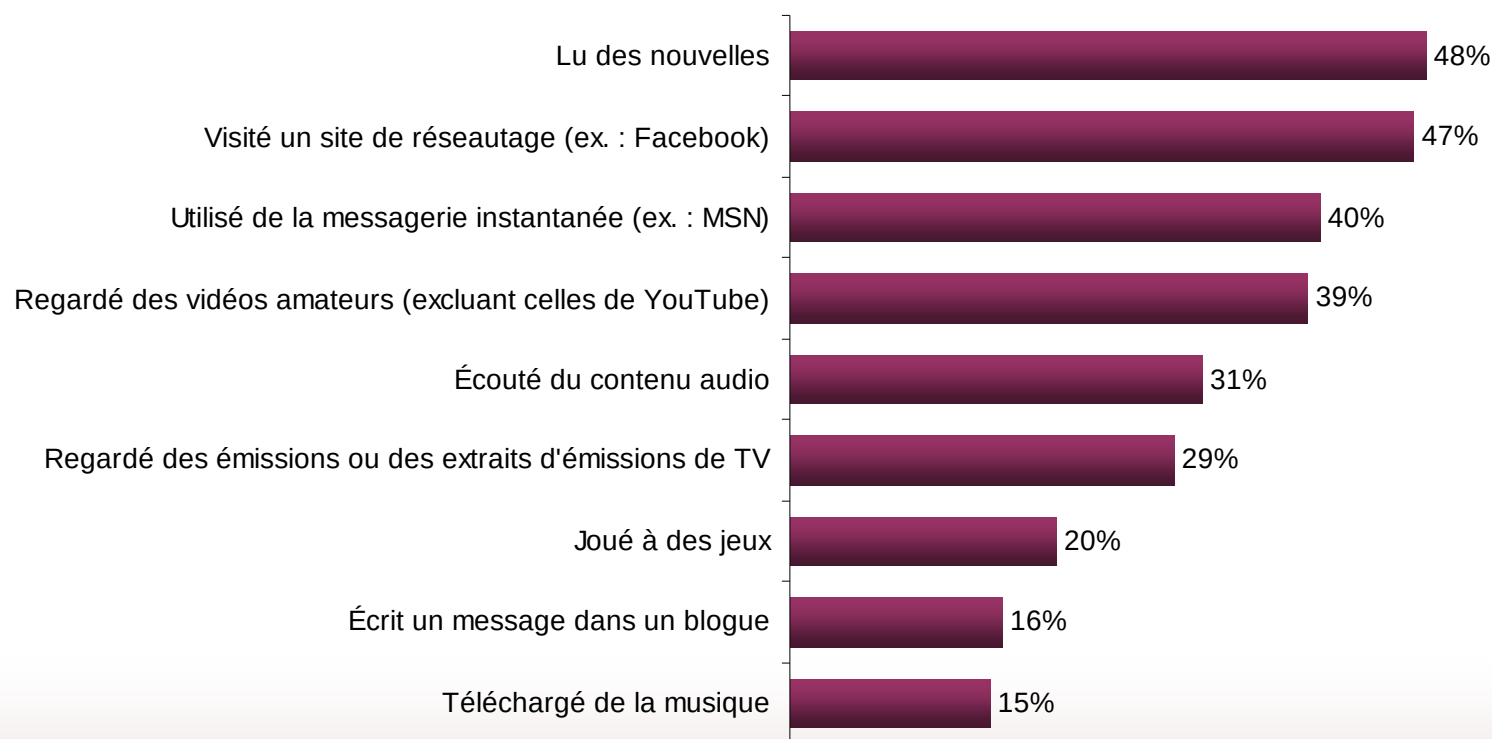


Usage d'Internet au Québec

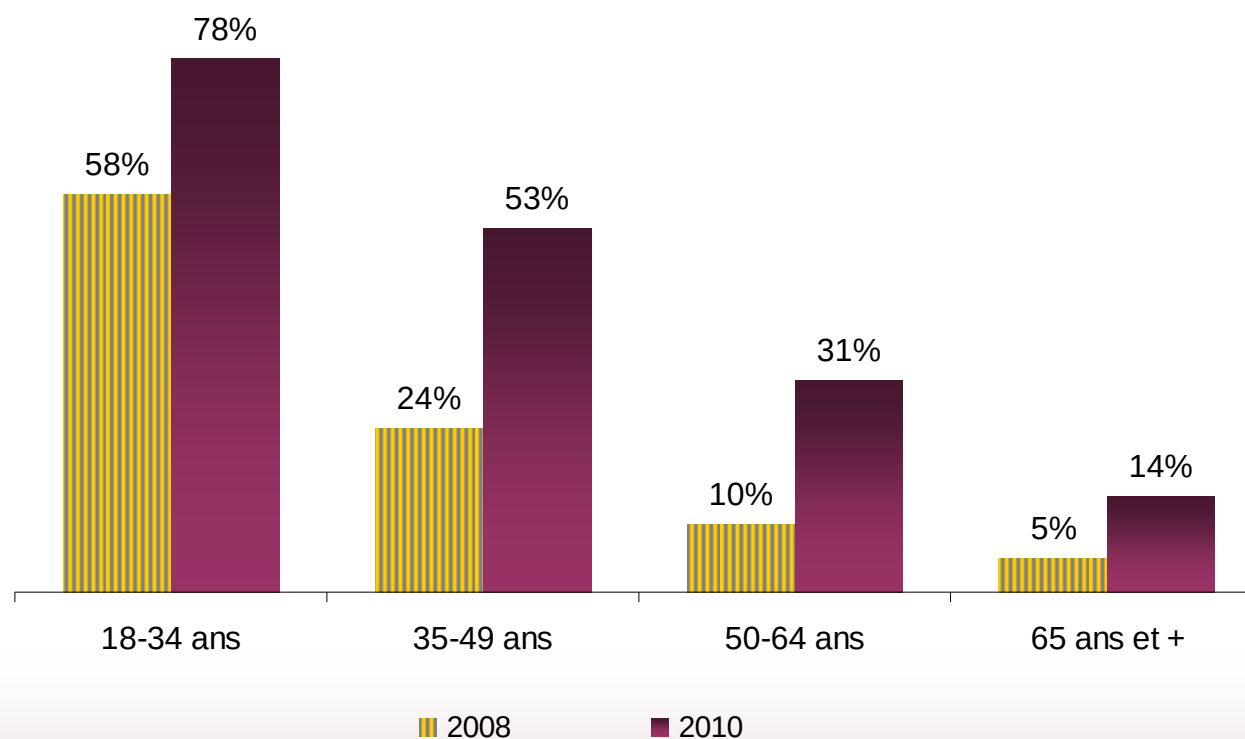
3

Usage d'Internet au Québec

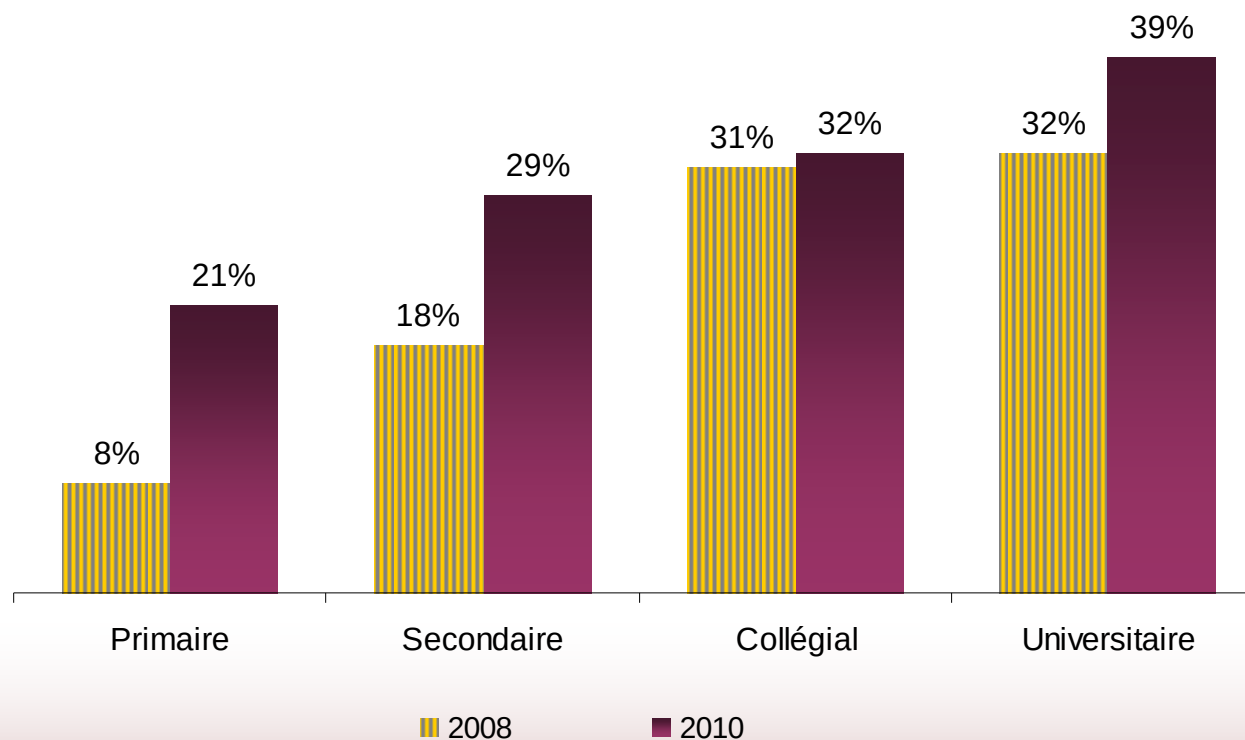
Au cours du dernier mois, lorsque vous étiez en ligne, avez-vous...



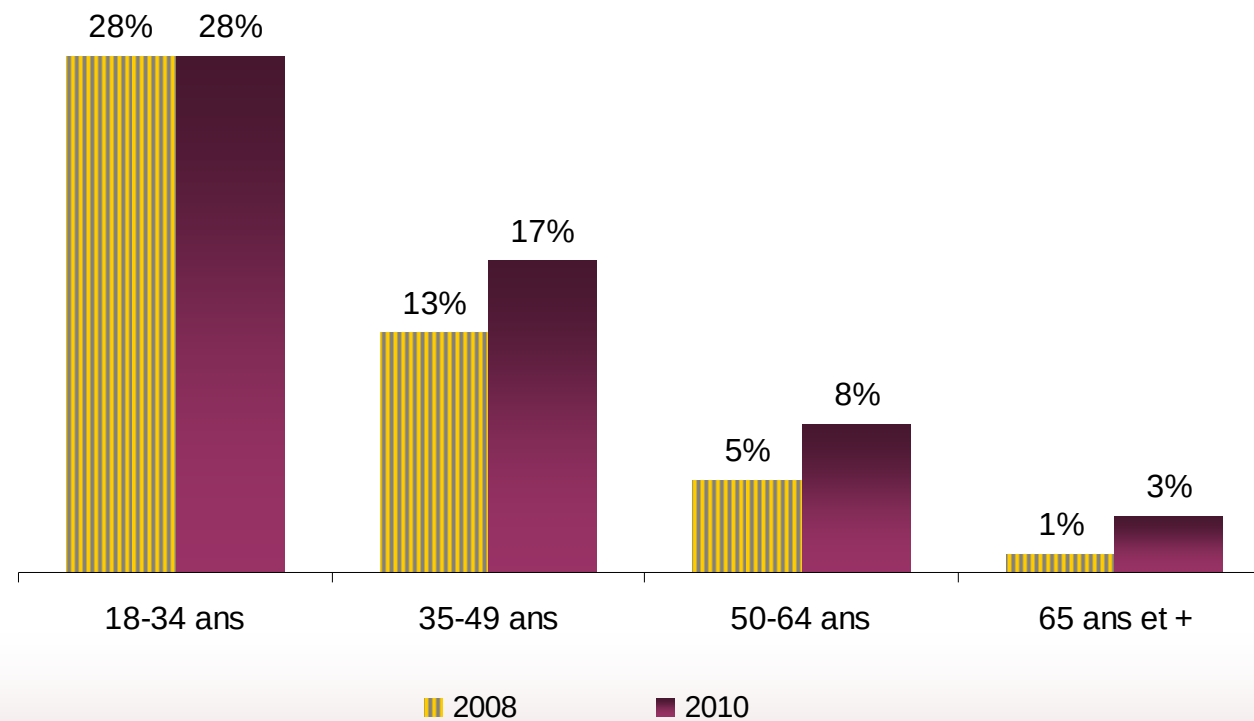
Visite d'un site de réseautage social au cours du dernier mois selon l'âge Québec, 2008 et 2010



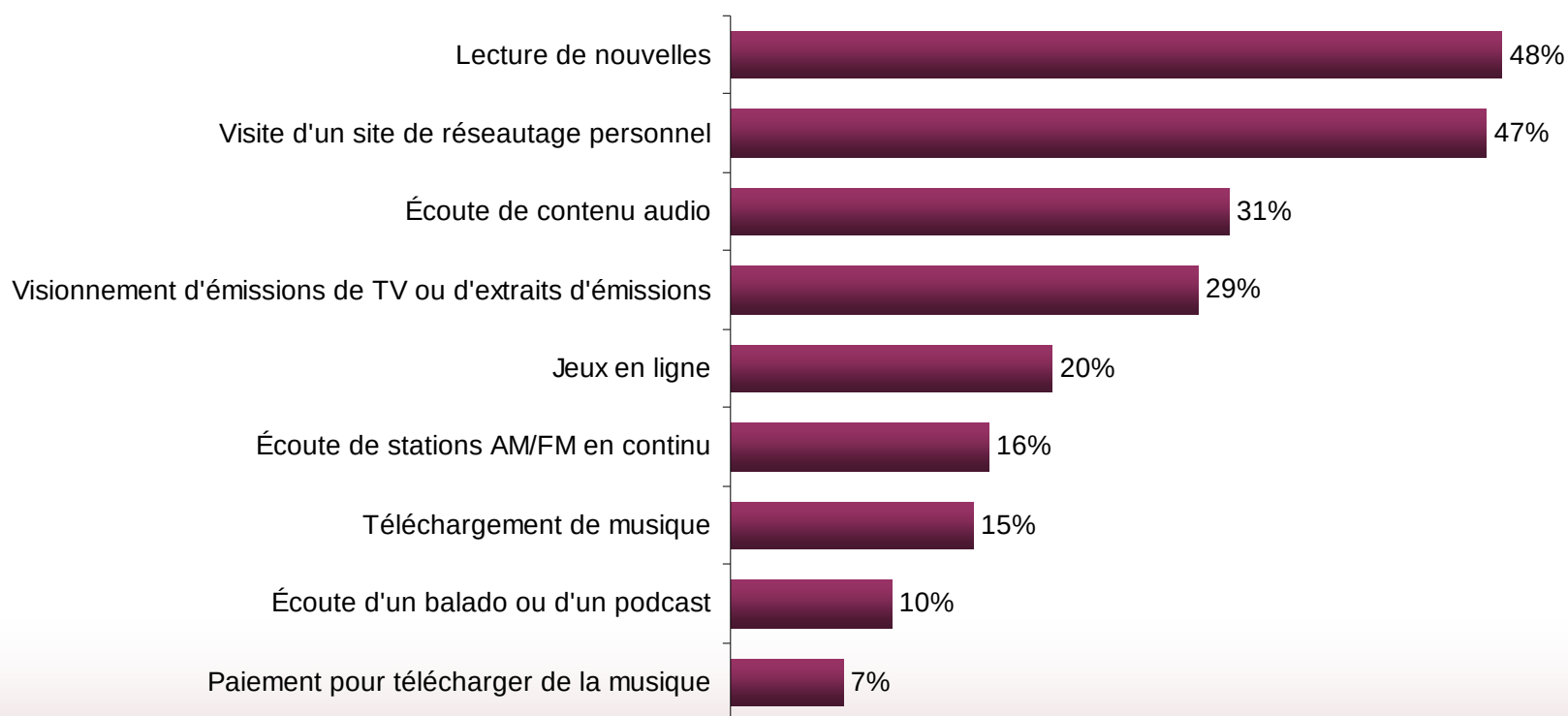
Visite d'un site de réseautage social au cours du dernier mois selon la scolarité complétée, Québec, 2008 et 2010



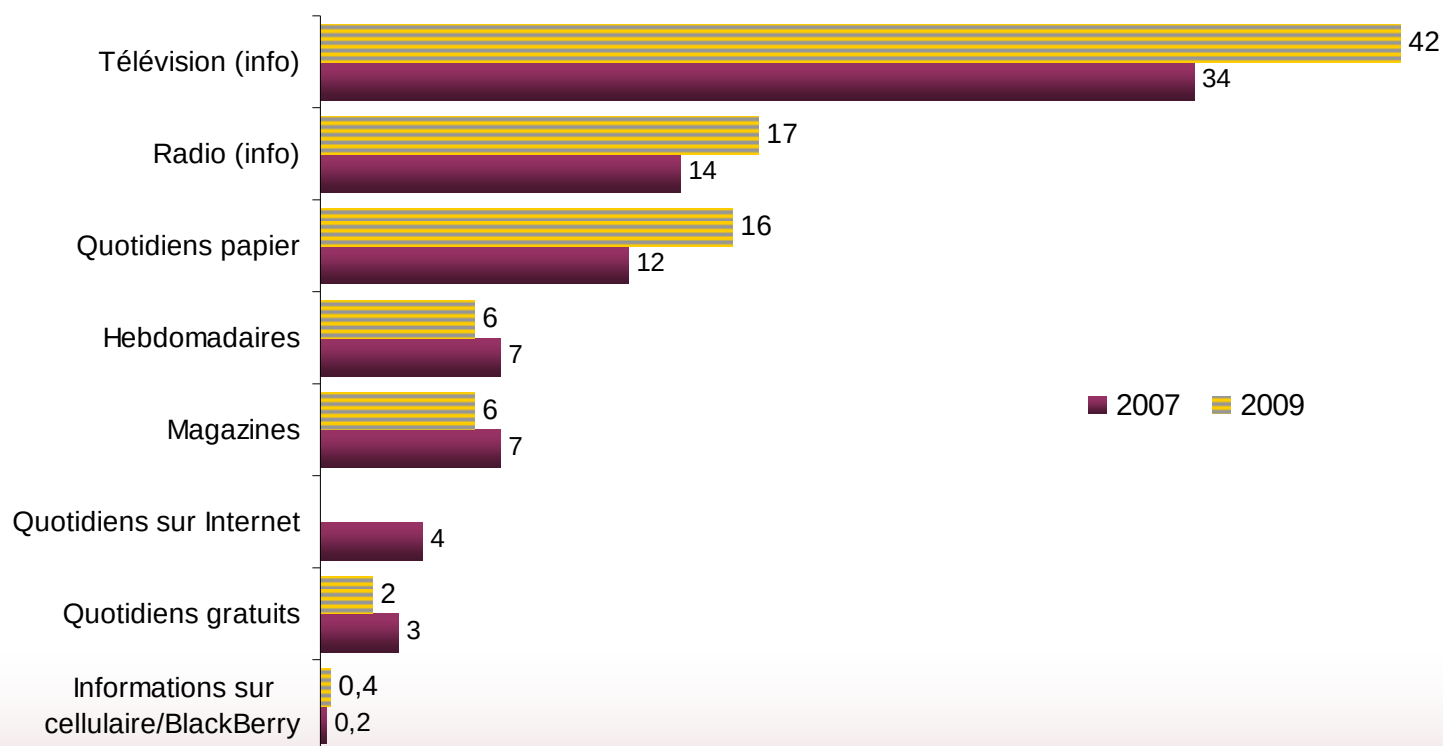
Téléchargement de musique au cours du dernier mois selon l'âge Québec, 2008 et 2010



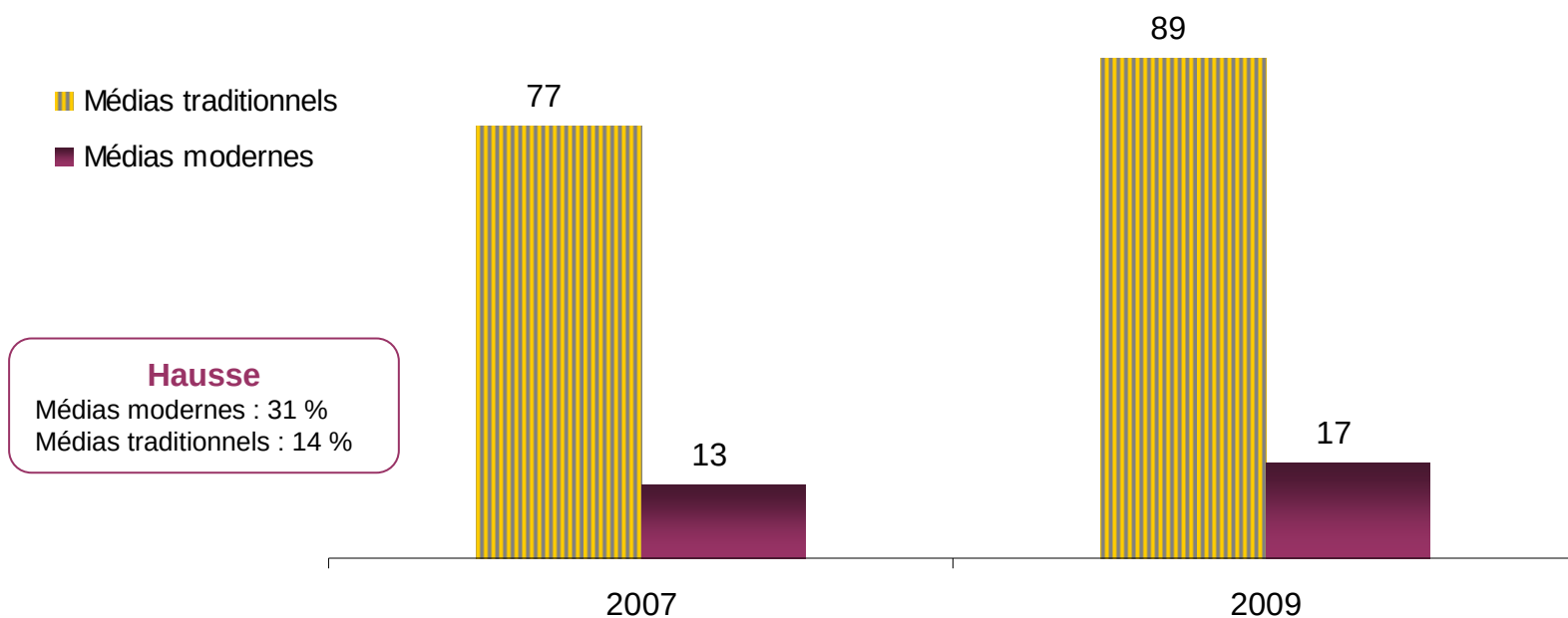
Activités de nature culturelle réalisées sur Internet Québec, 2010



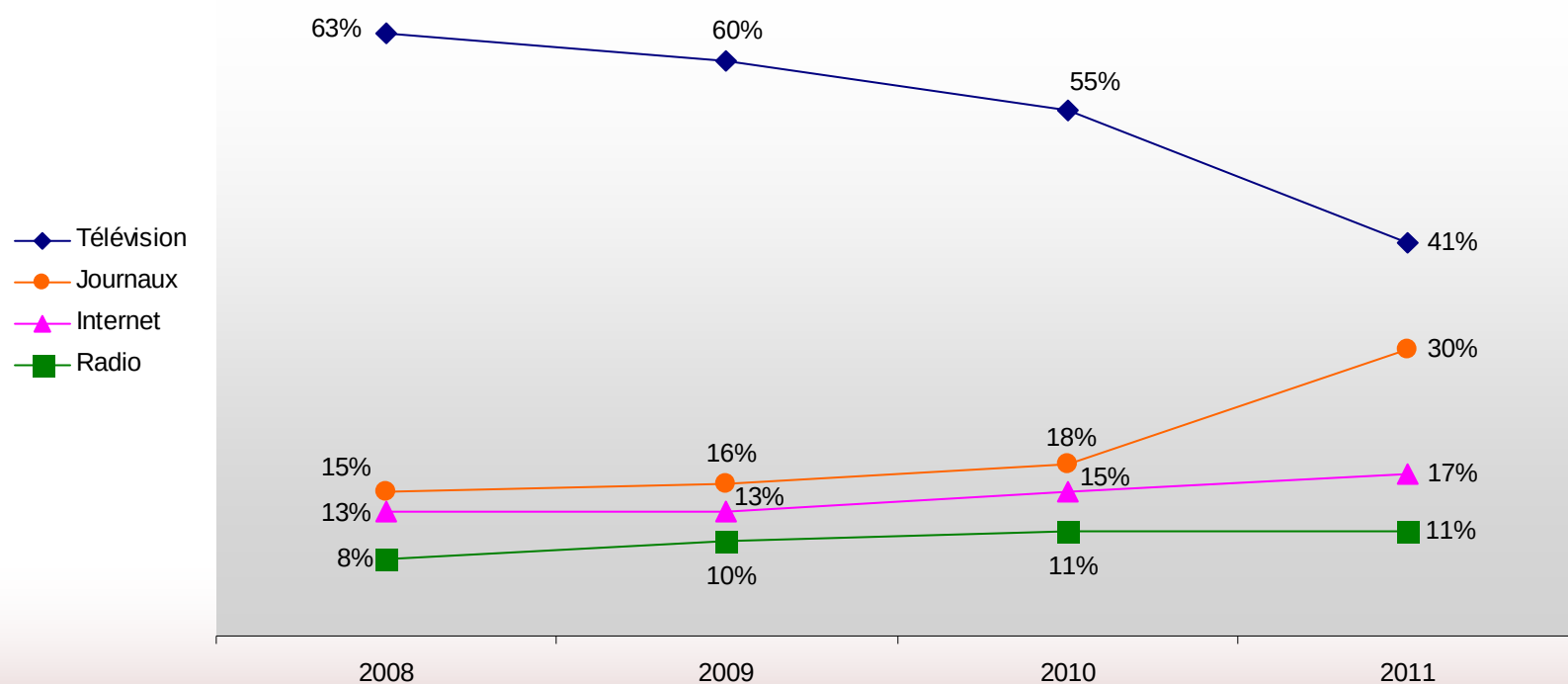
Minutes par jour consacrées aux différents médias (temps-information) Québec, 2007 et 2009



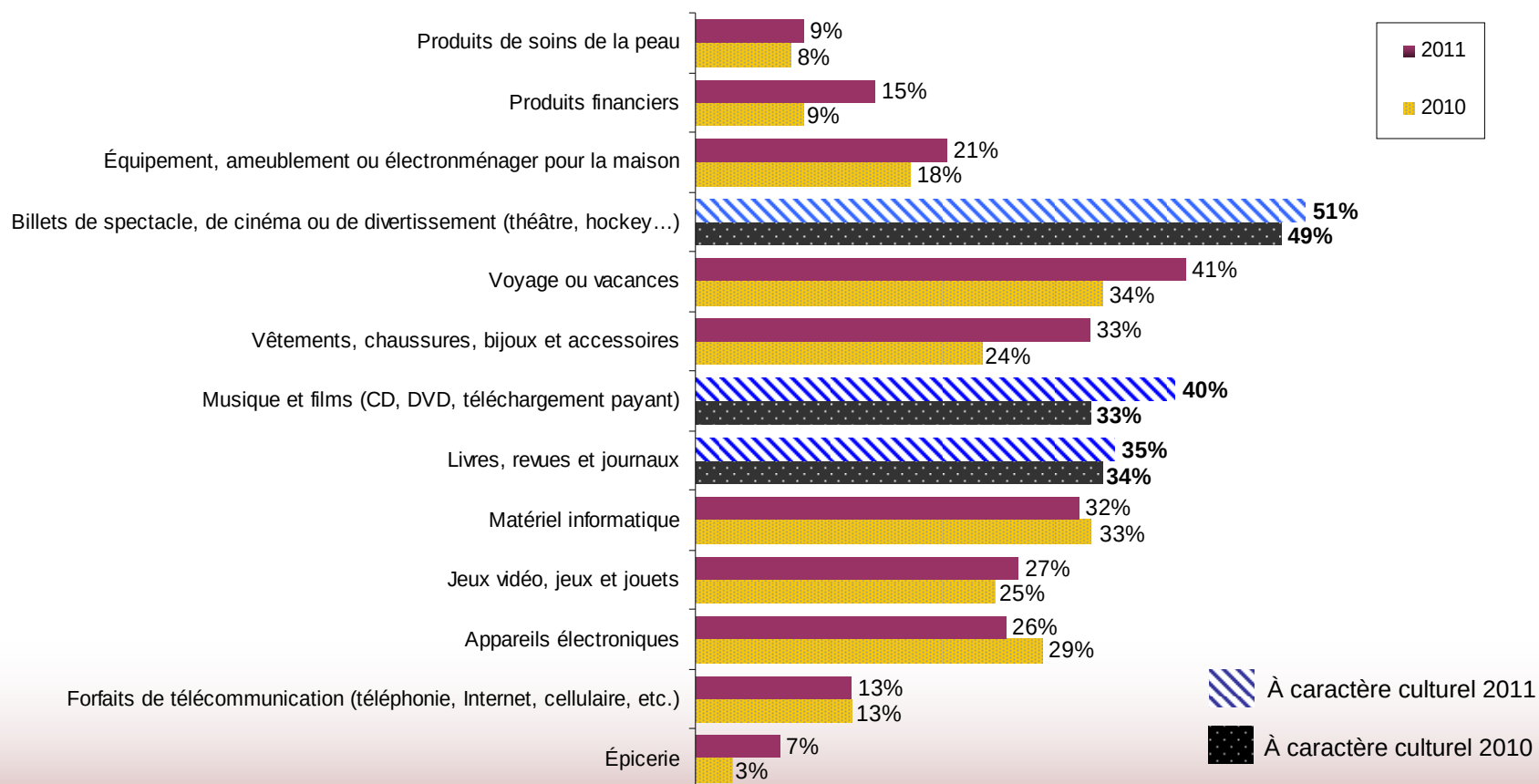
Minutes par jour consacrées aux médias d'information modernes et traditionnels Québec, 2007 et 2009



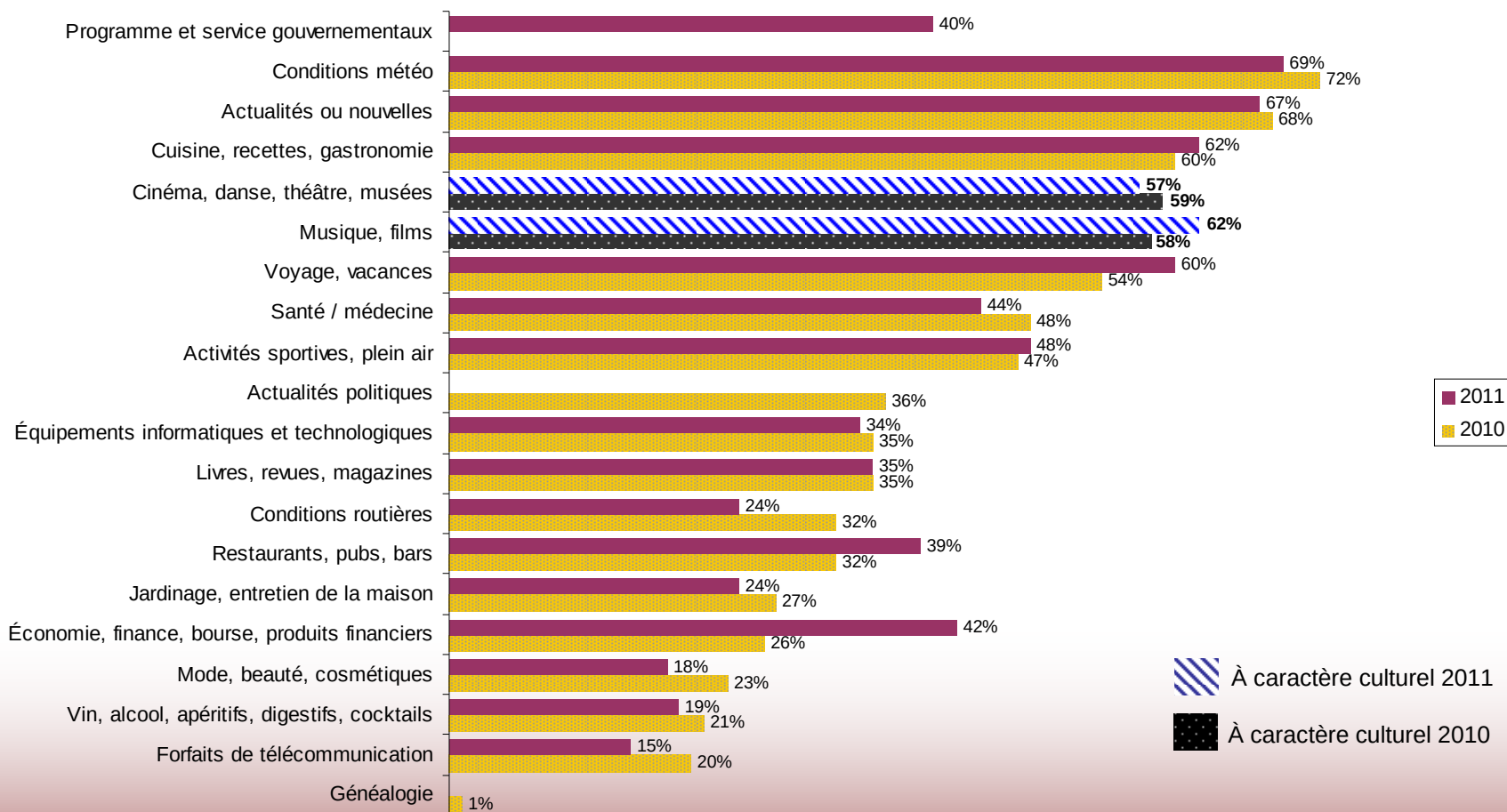
Principales sources des nouvelles ou d'information Québec, 2008 - 2011



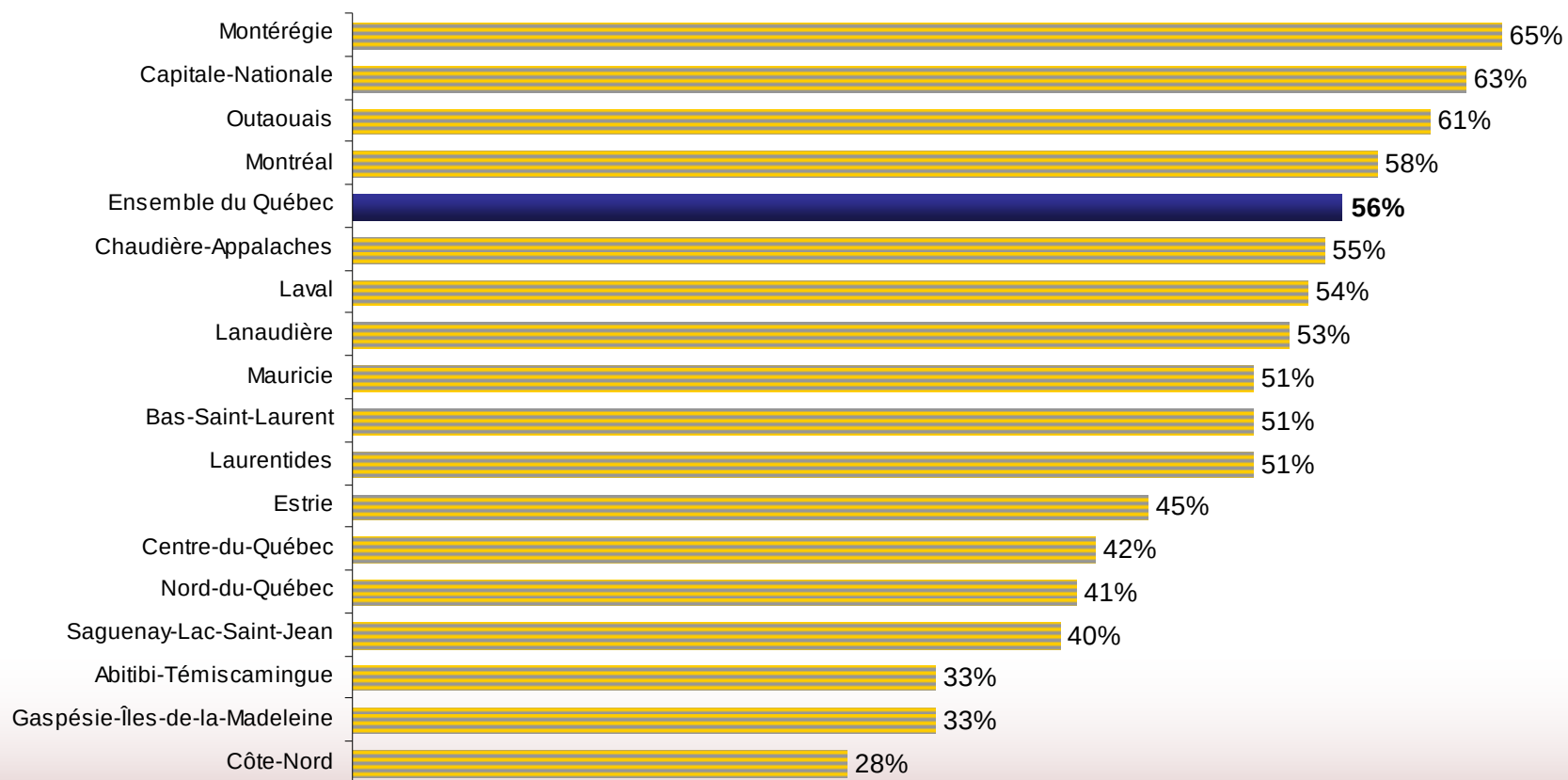
Produits et services achetés sur Internet Québec, 2010 - 2011



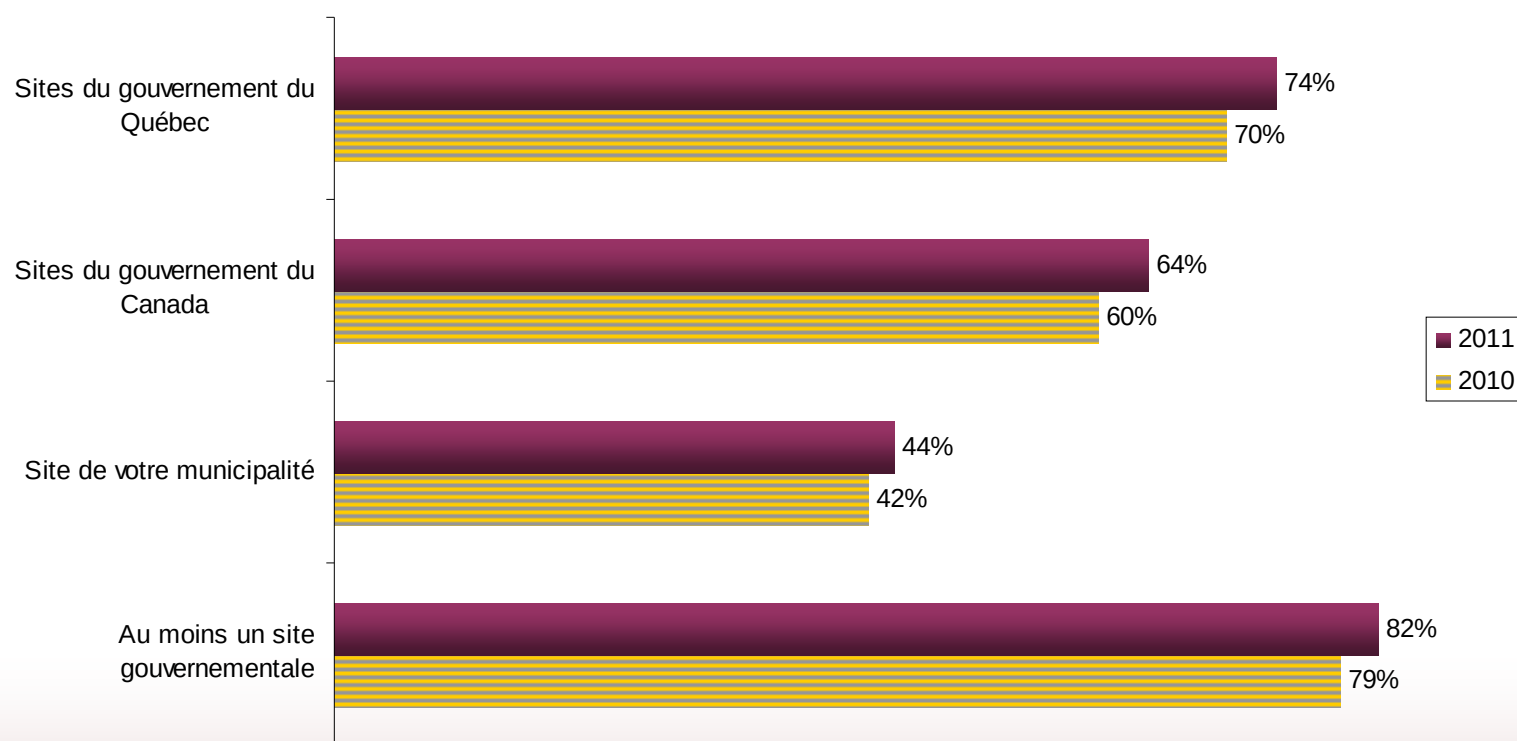
Informations recherchées sur Internet Québec, 2010 - 2011



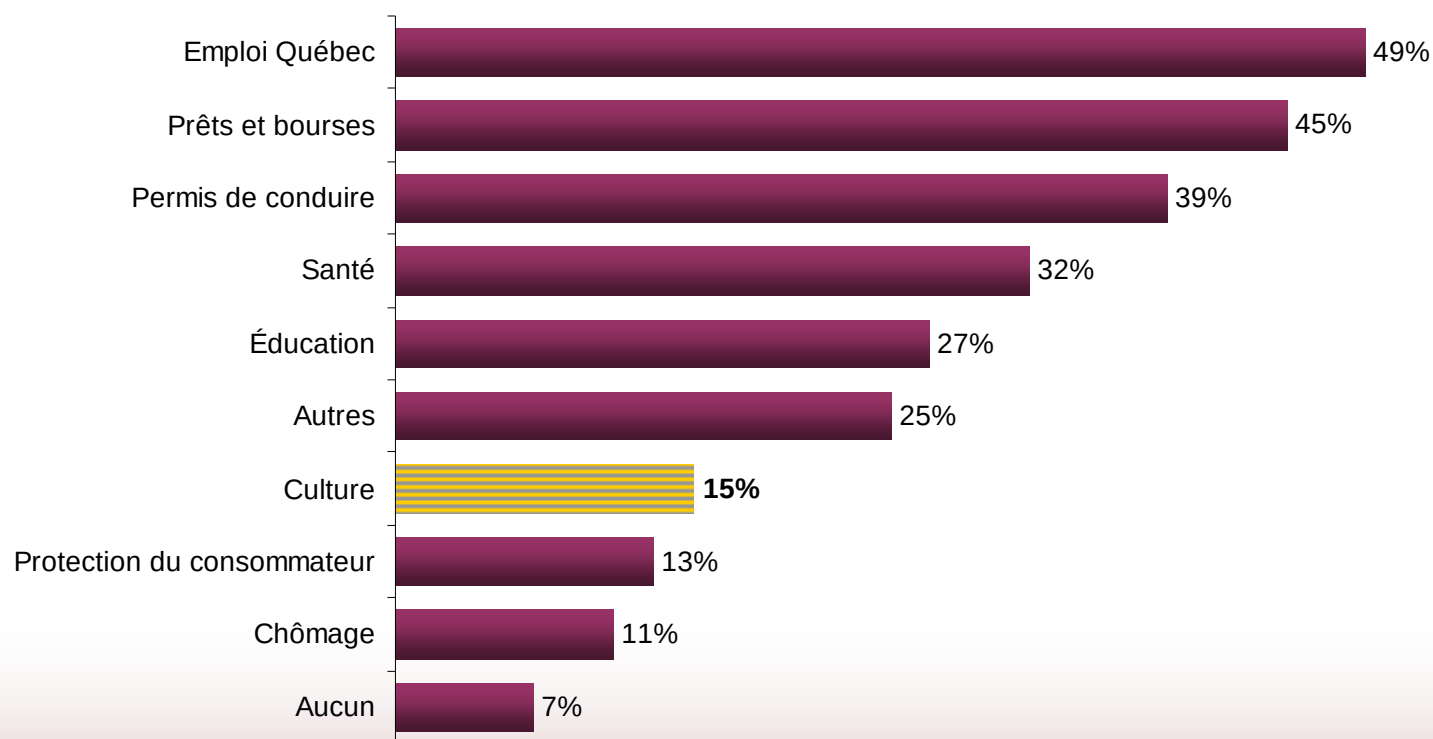
Achat de billets de spectacle sur Internet par région administrative, Québec, 2009



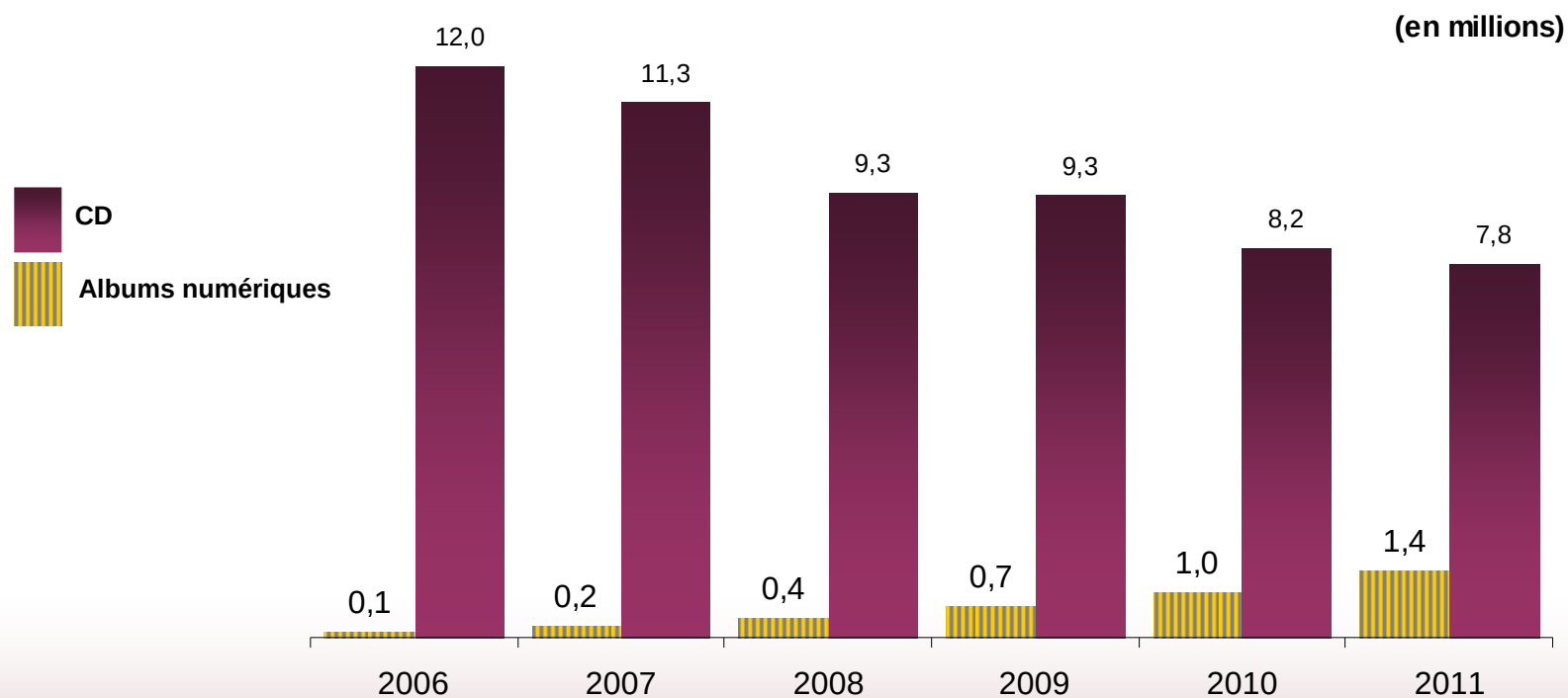
Adultes internautes ayant consulté un site gouvernemental Québec, 2011



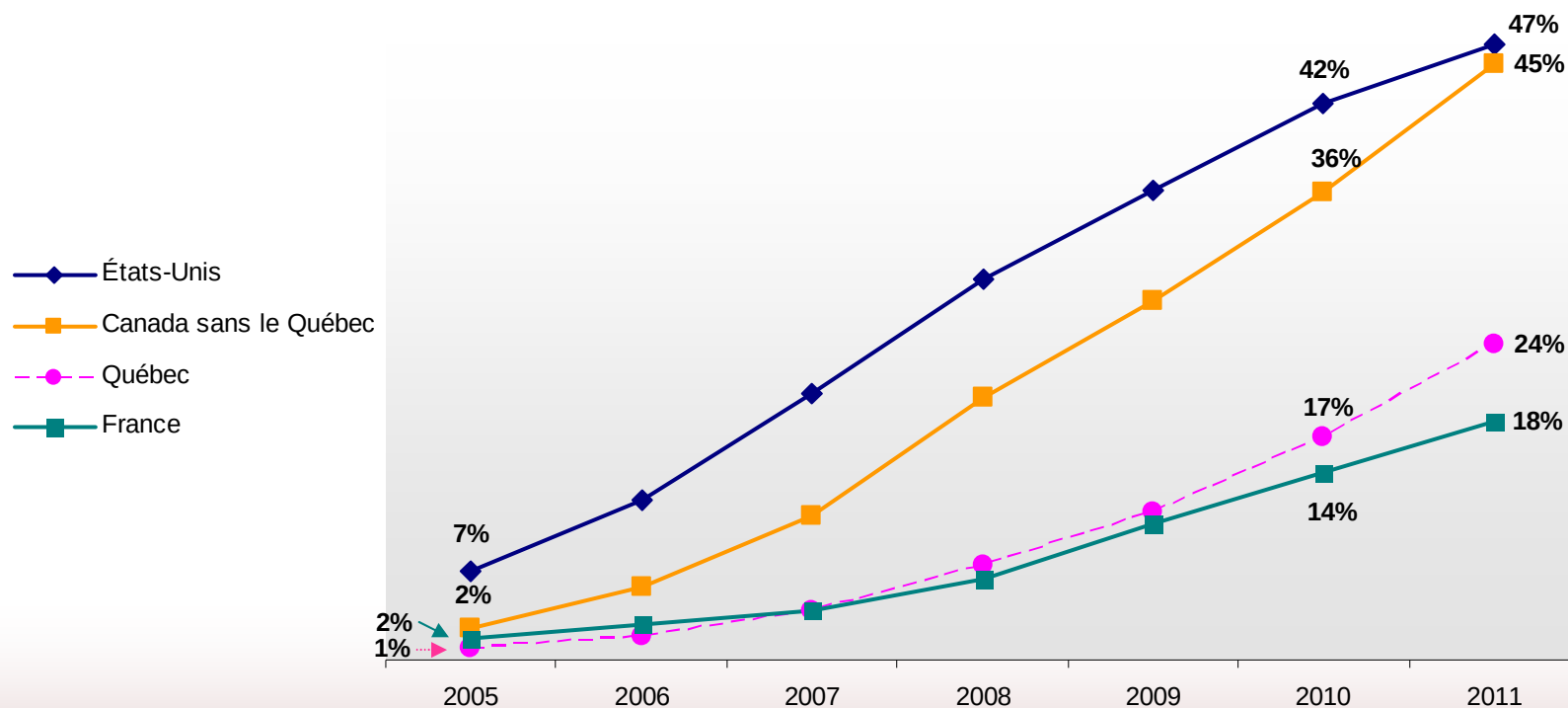
Proportion de jeunes (12-24 ans) ayant visité un site gouvernemental sur les sujets suivants Québec, 2009



Évolution des ventes de CD et d'albums numérique Québec, 2006 - 2011



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 %

Les taux de pénétration présentés dans cette partie portent sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

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

AUDIO

Écoute de contenu audio en continu sur cellulaire

Stable à 1% entre 2009 et 2010

VIDÉO

Lecteurs électroniques

1 % des francophones en possèdent un en 2010, mais plusieurs prévoient très prochainement une croissance rapide

TV sur cellulaire

Intérêt modeste pour le moment; taux de pénétration stable à 1 % en 2010

Tablettes électroniques (iPad)

Taux de pénétration à 2 % en 2010, mais plusieurs prévoient une augmentation rapide

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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

AUDIO

- Radio par satellite
- Baladodiffusion
- Téléchargement de musique sur Internet

VIDÉO

- Accès à Internet par le téléviseur
- Téléphone intelligent

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

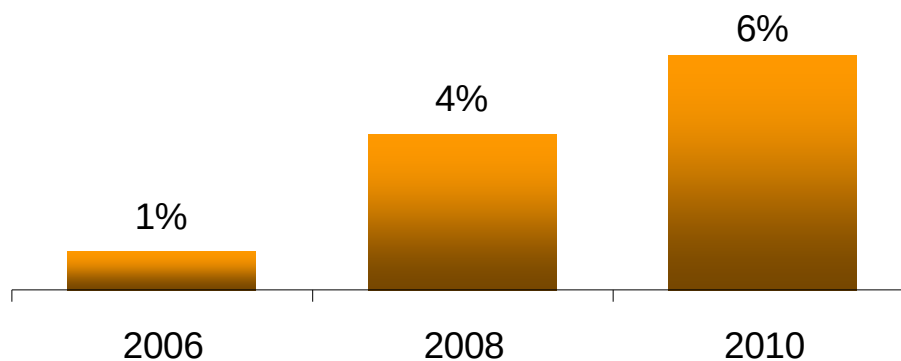
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 2 Émergence (4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

Radio par satellite

En 2010, 6 % des francophones sont abonnés à la radio par satellite, six fois plus qu'en 2006



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

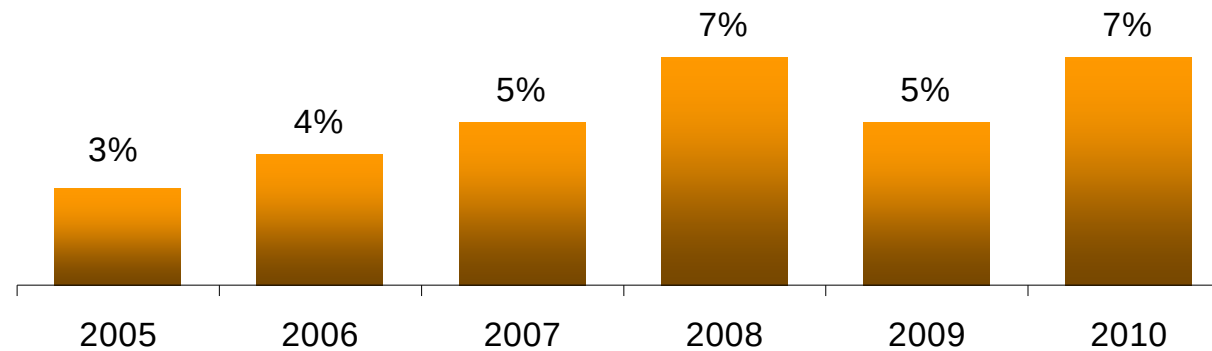
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 2 Émergence (4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

Baladodiffusion

Plutôt stable depuis 4 ans. Une question : a-t-elle atteint ses limites ?



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

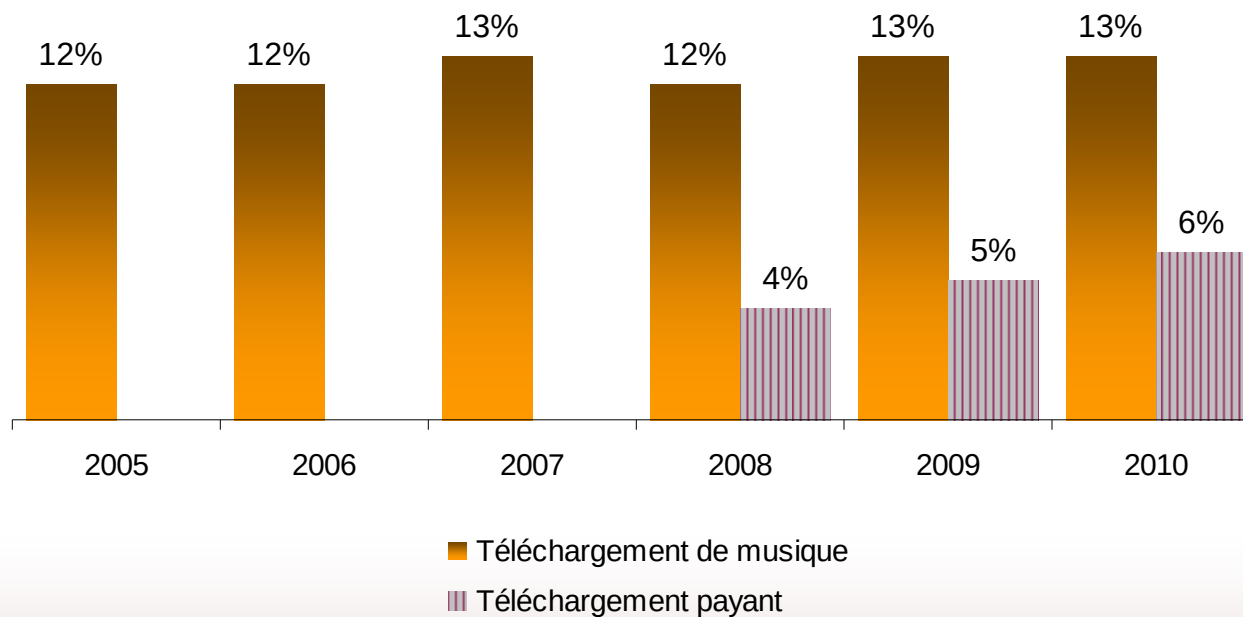
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 2 Émergence (4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

Téléchargement de musique sur Internet

Le taux demeure stable à 13 %. La moitié paie pour télécharger.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 2 Émergence (4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

Accès à Internet par le téléviseur



- Mesuré pour la première fois par l'OTM en 2010
- 5 % des francophones ont accédé à Internet par le téléviseur

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

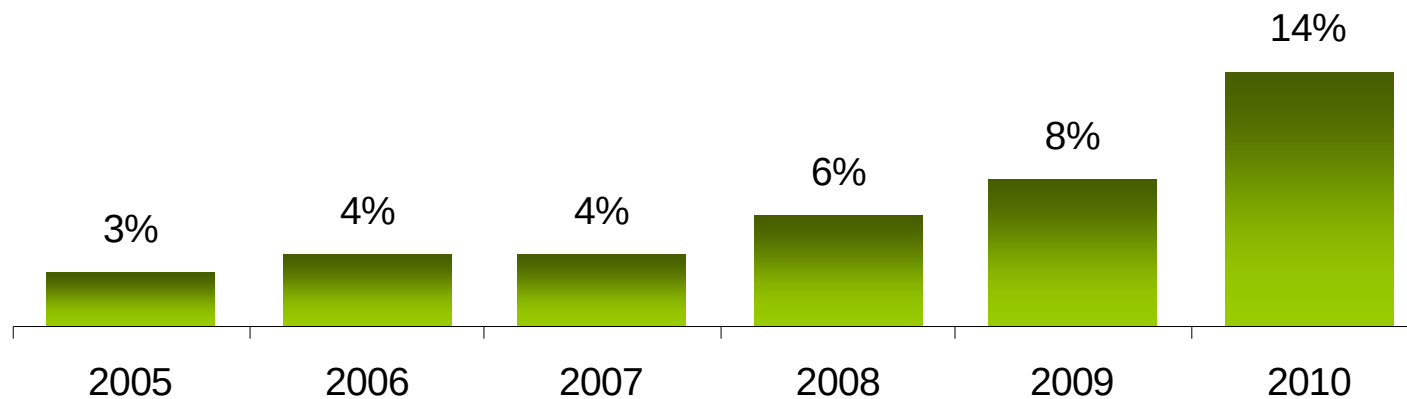
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 2 Émergence (4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

Téléphone intelligent

14 % des francophones en possèdent un : une hausse de 75 % en un an.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

AUDIO

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

VIDÉO

- VSD
- Enregistreur DVD
- Téléviseur et récepteur HD
- Lecteur vidéo MP3
- Lecteur Blu-ray
- ENP

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

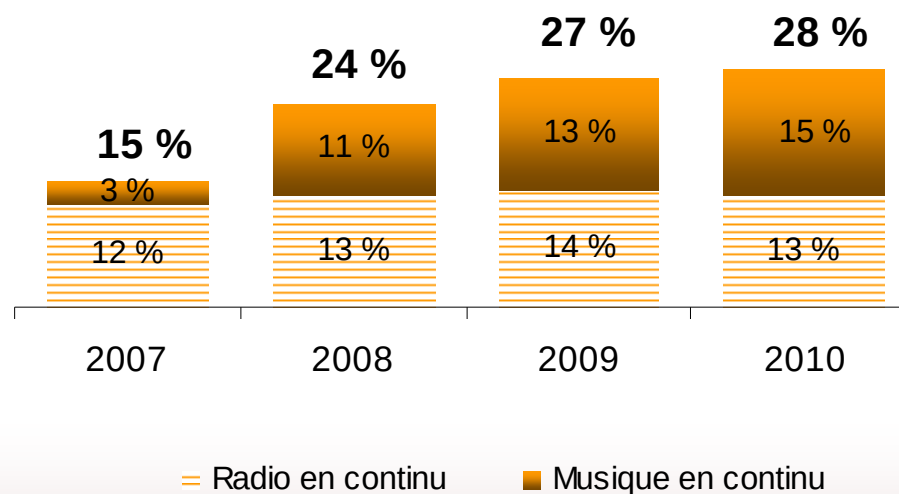
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

AUDIO

Écoute de contenu audio en continu sur Internet

En 2010, 28 % des francophones écoutent du contenu audio en continu sur Internet, un pourcentage relativement stable depuis trois ans, alors que l'écoute de musique en continu a augmenté de 36 % en trois ans.



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

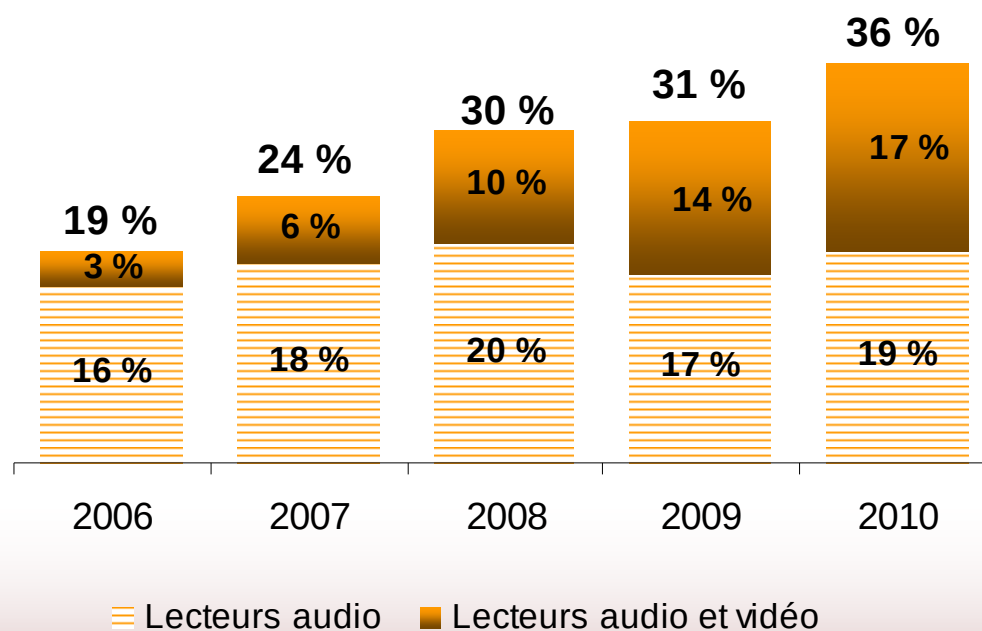
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

AUDIO

Lecteur MP3

En 2010, 19 % des francophones possèdent un lecteur audio MP3 et 17 % un lecteur vidéo MP3, pour un total de 36 %.



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

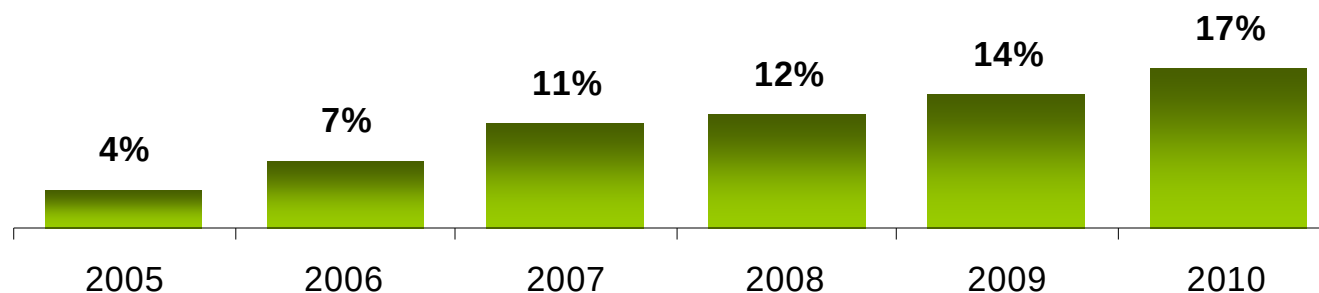
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 3 Expansion (16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

VSD (vidéo sur demande)

17 % des francophones ont, en 2010, utilisé la VSD au cours du dernier mois, comparativement à 12 % en 2008, une hausse de 42 %.



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

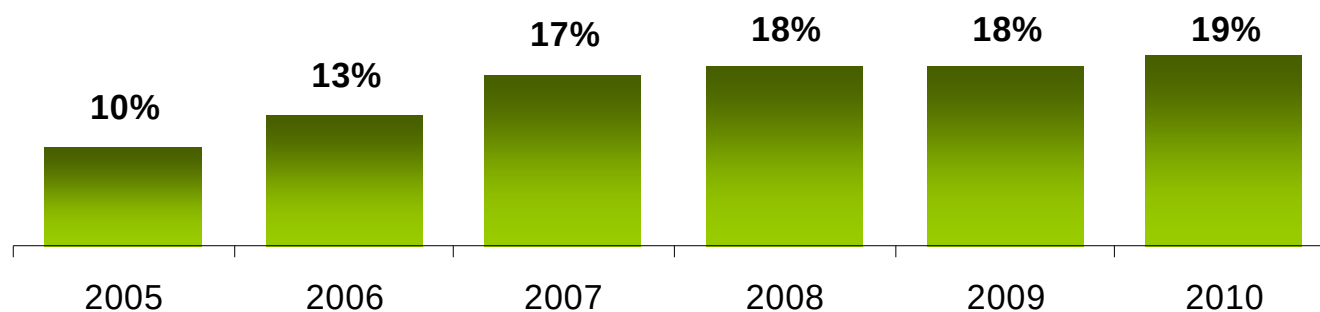
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Enregistreur DVD

19 % des francophones possèdent un enregistreur DVD. L'OTM prévoit que les autres technologies concurrentes auront un effet négatif sur sa pénétration.



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

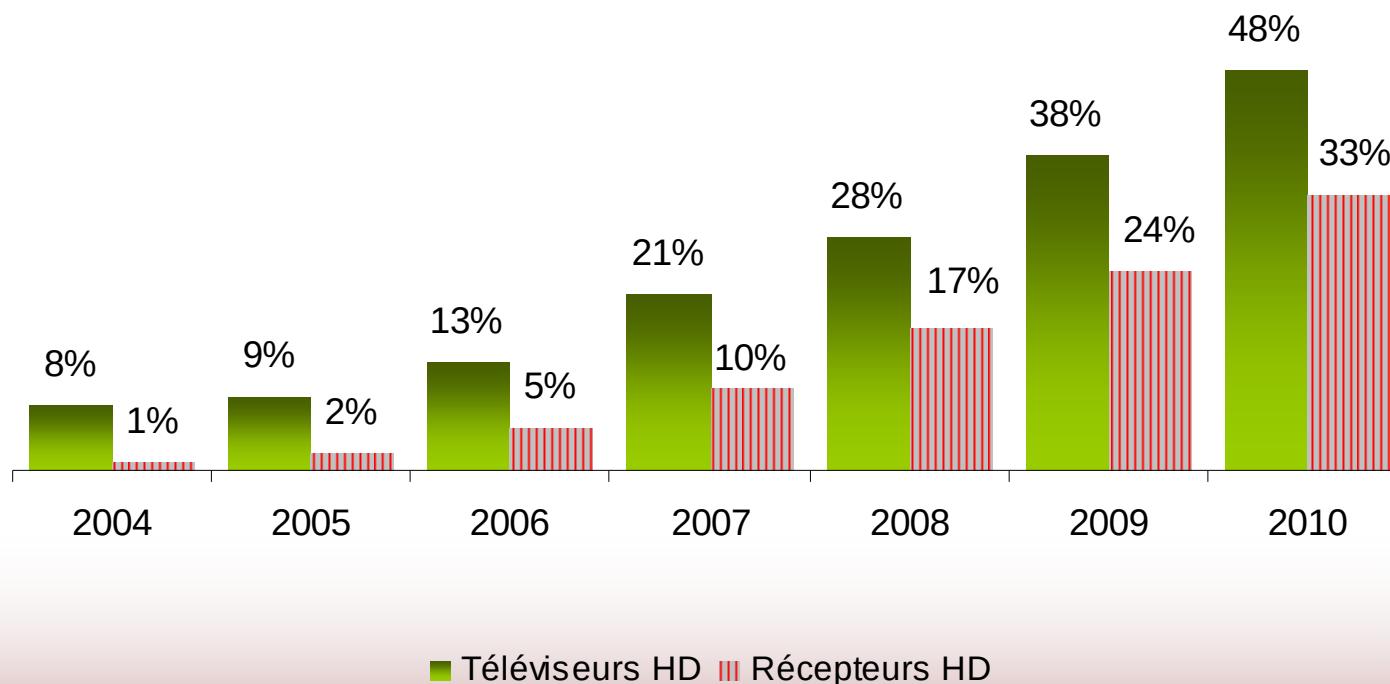
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Téléviseur et récepteur HD

Leur forte pénétration s'est poursuivie en 2010. La moitié des francophones possèdent un téléviseur HD et le tiers un récepteur HD.



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

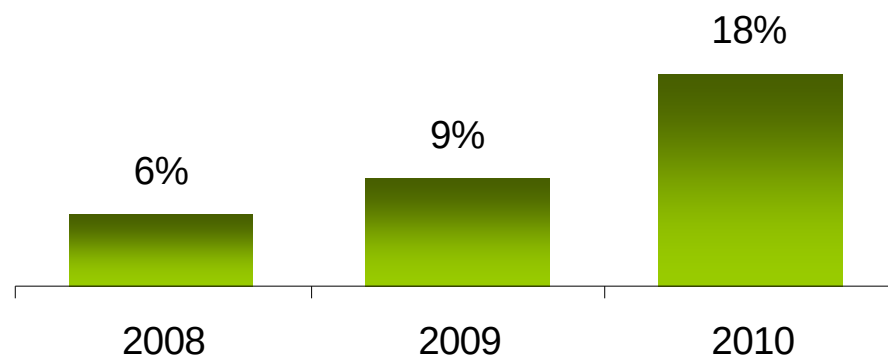
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Lecteur Blu-ray

L'OTM s'attend à ce que le Blu-ray soit, d'ici 10 ans, présent dans 90 % des foyers au Canada.



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

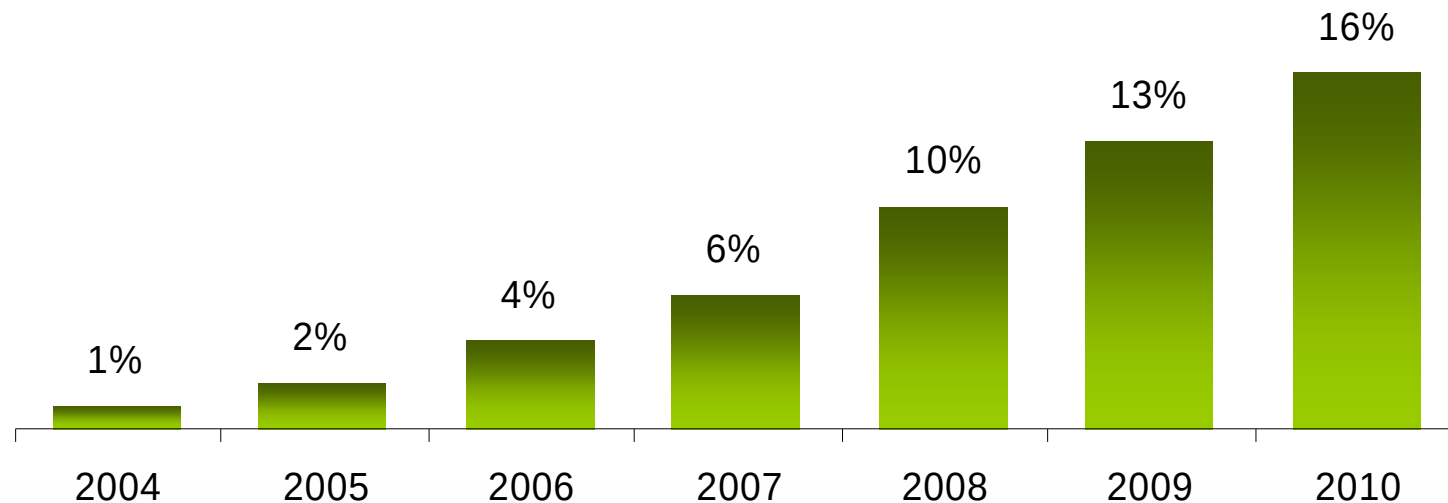
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

ENP (enregistreur numérique personnel)

L'ascension se poursuit : en 2010, 16 % de francophones en possèdent un, 23 % de plus que l'année précédente.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

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 : Les taux de pénétration portent sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

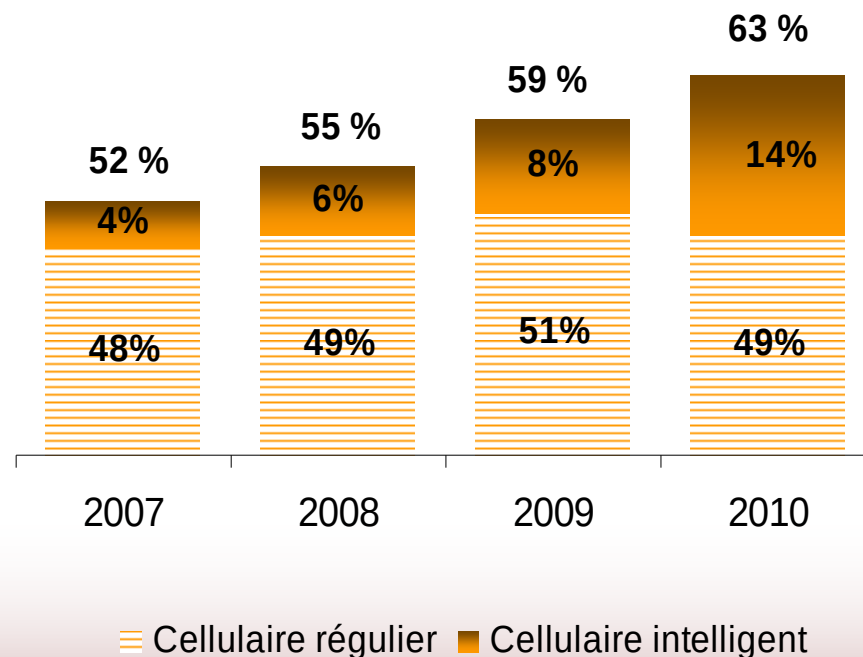
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

AUDIO

Téléphone cellulaire

En 2010, 2 francophones sur 3 possèdent un téléphone cellulaire. Leur pénétration se poursuit grâce au téléphone intelligent (iPhone, BlackBerry, etc.).



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

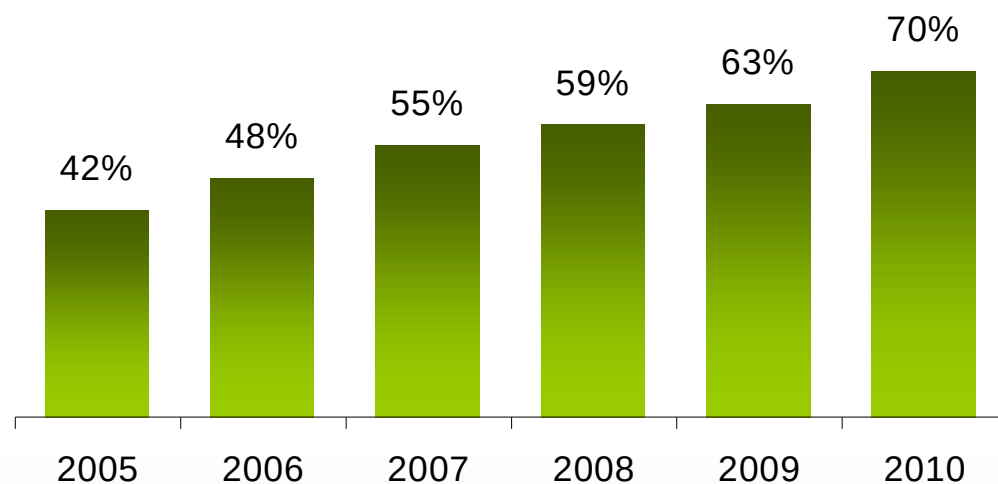
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Télévision numérique

L'ascension se poursuit : en 2010, 70 % des francophones sont abonnés à un service de TV numérique, 11 % de plus qu'en 2009.



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

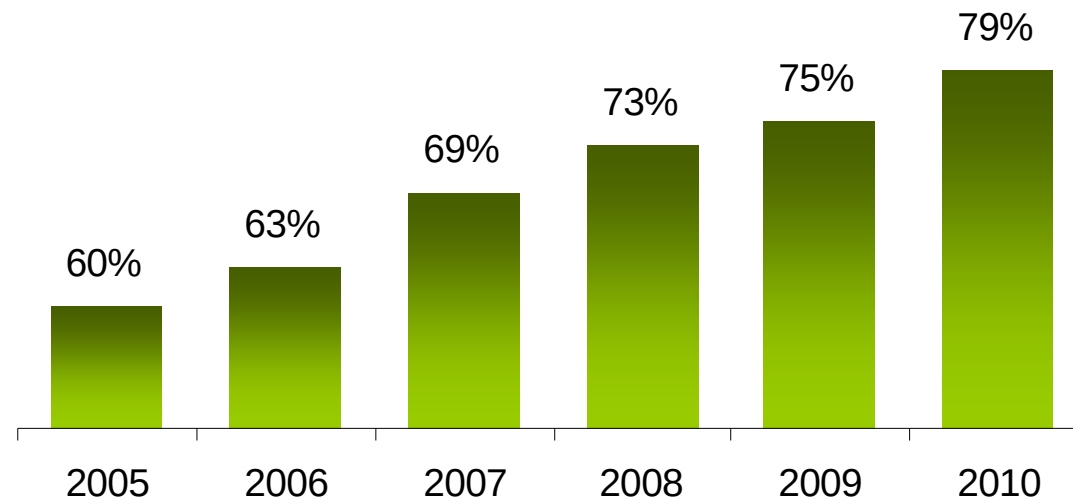
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Connexion Internet à la maison

79 % des francophones ont une connexion Internet à la maison.



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

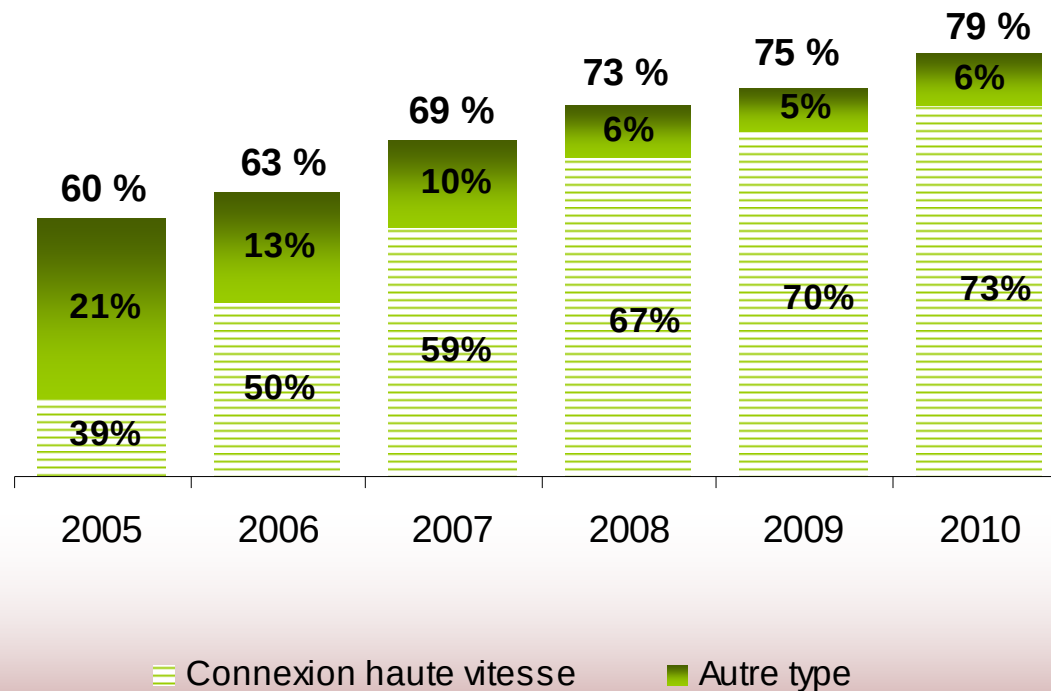
Source : Observateur des technologies médias, 2010

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

VIDÉO

Connexion Internet haute vitesse

73 % des francophones ont une connexion Internet haute vitesse à la maison. Donc, 92 % de ceux ayant une connexion à la maison ont une connexion haute vitesse.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

- Lecteur DVD
- Câble analogique
- Télévision hertzienne
- Connexion Internet téléphonique

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

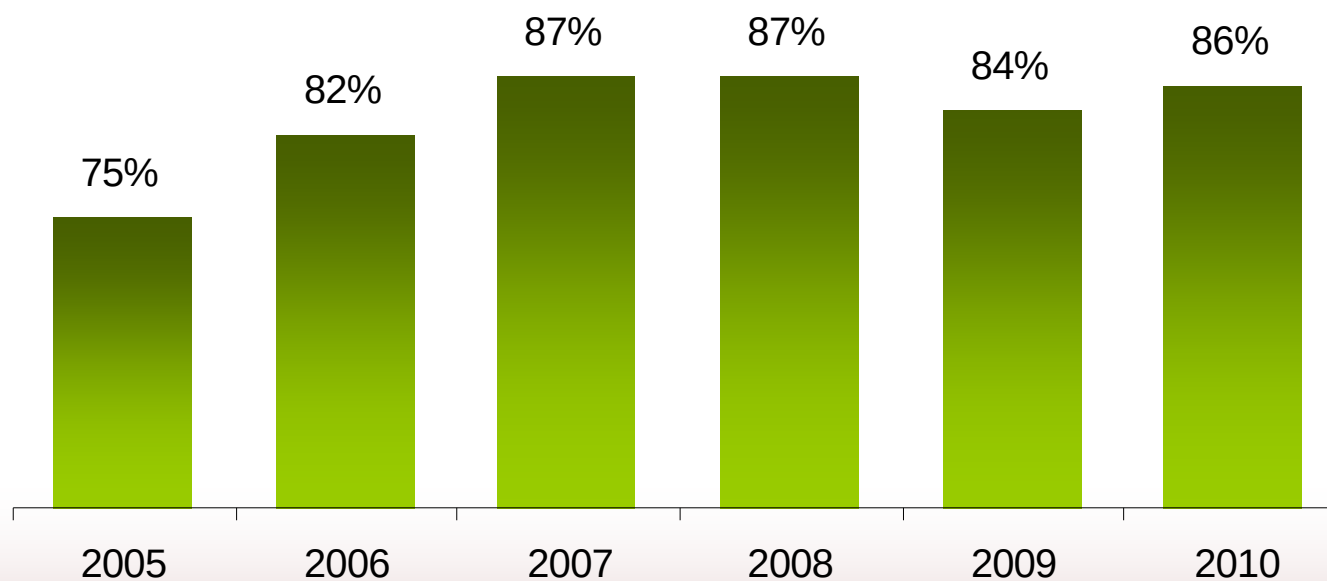
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Lecteur DVD

Les lecteurs DVD ont atteint leur point de saturation. D'autres technologies comme le Blu-ray prennent la relève.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Câble analogique

18 % des francophones sont abonnés au câble analogique qui laisse la place au numérique.



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

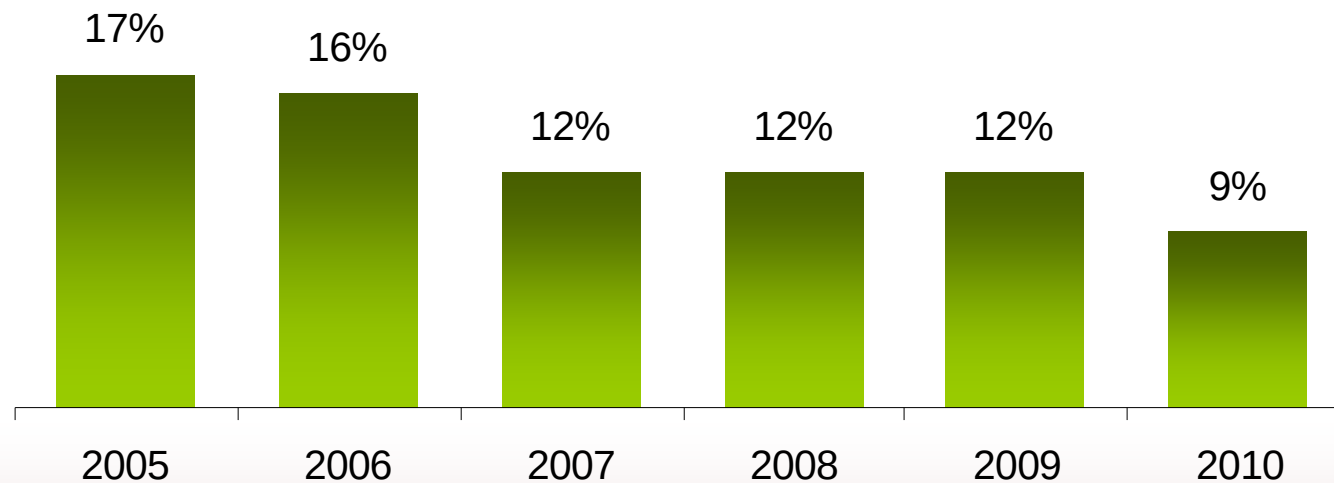
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Télévision hertzienne

9 % des francophones captent la télévision par voie hertzienne, deux fois moins qu'en 2005.



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

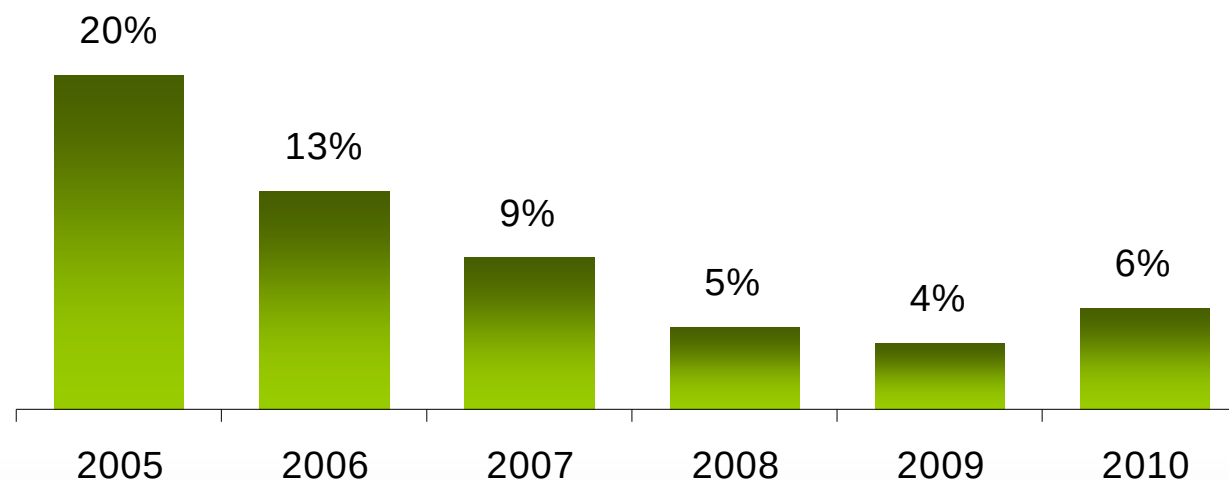
Source : Observateur des technologies médias, 2010

Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

Connexion Internet téléphonique

6 % des francophones reçoivent Internet par une ligne téléphonique, trois fois moins qu'en 2005.



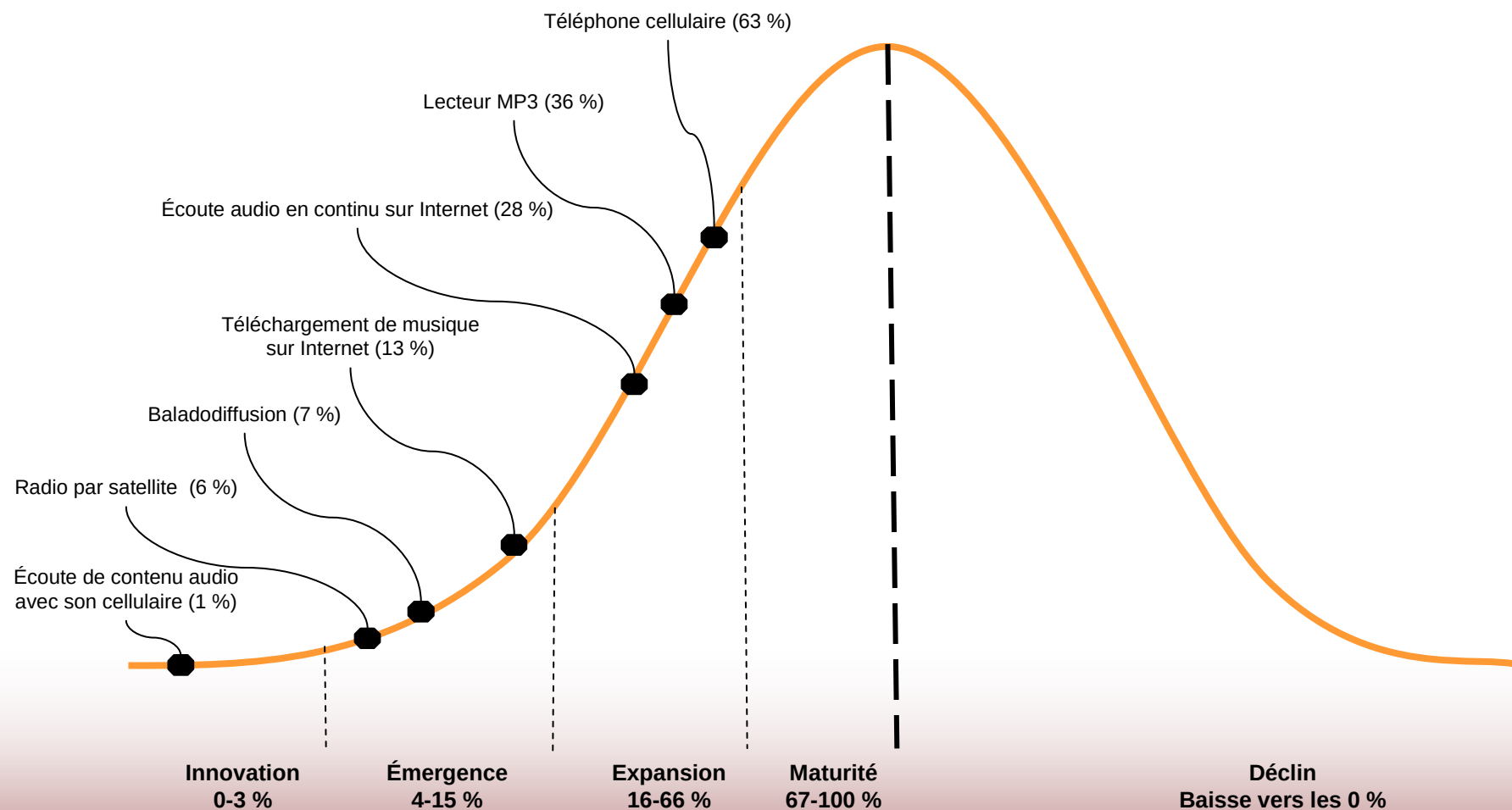
Note : Les taux de pénétration portent sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

Source : Observateur des technologies médias, 2010

Résumé des cinq phases

AUDIO

AUDIO



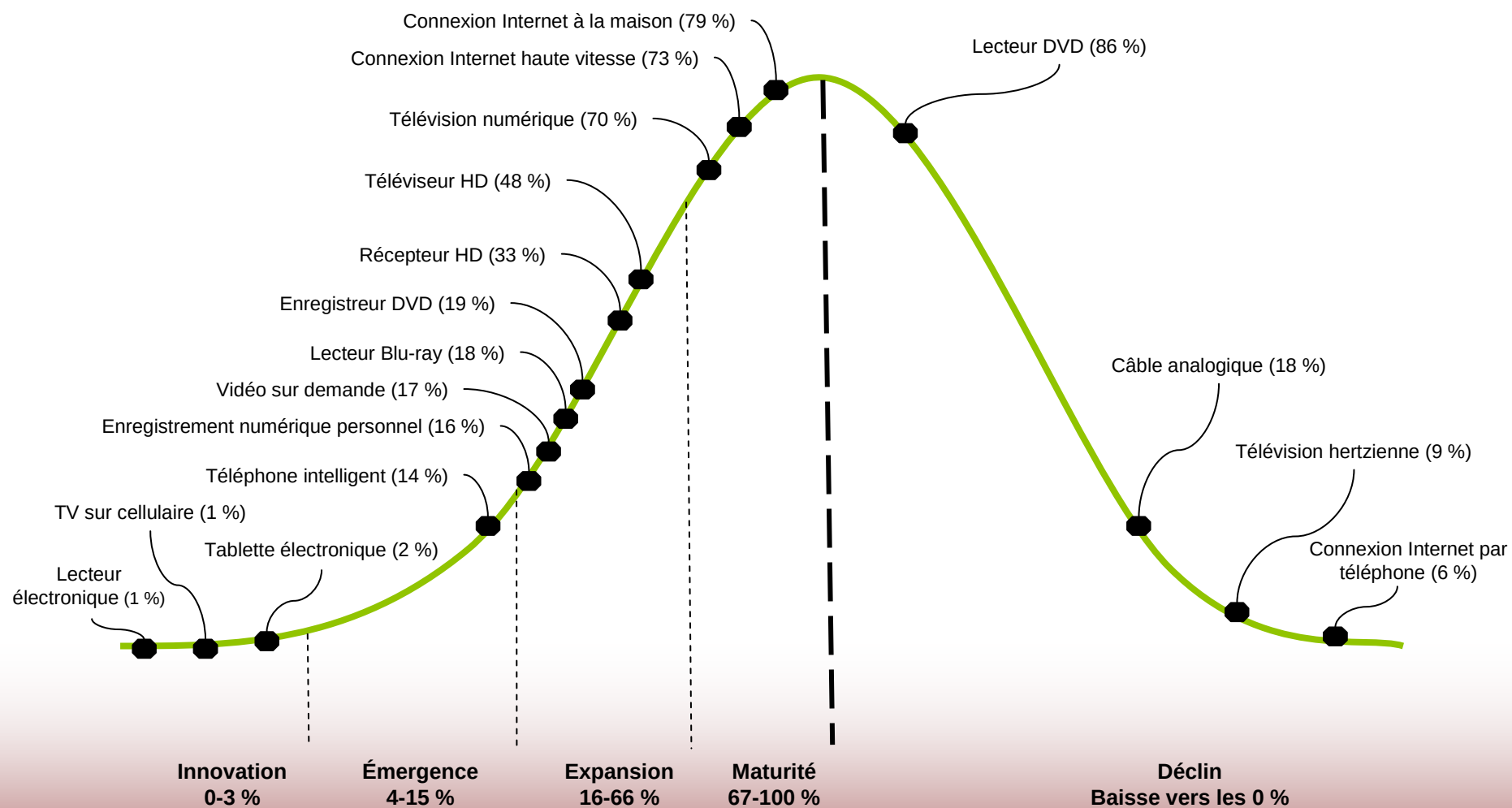
Note : Les taux de pénétration portent sur le marché francophone (province de Québec et régions francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario).

Source : Observateur des technologies médias, 2010

Résumé des cinq phases

VIDÉO

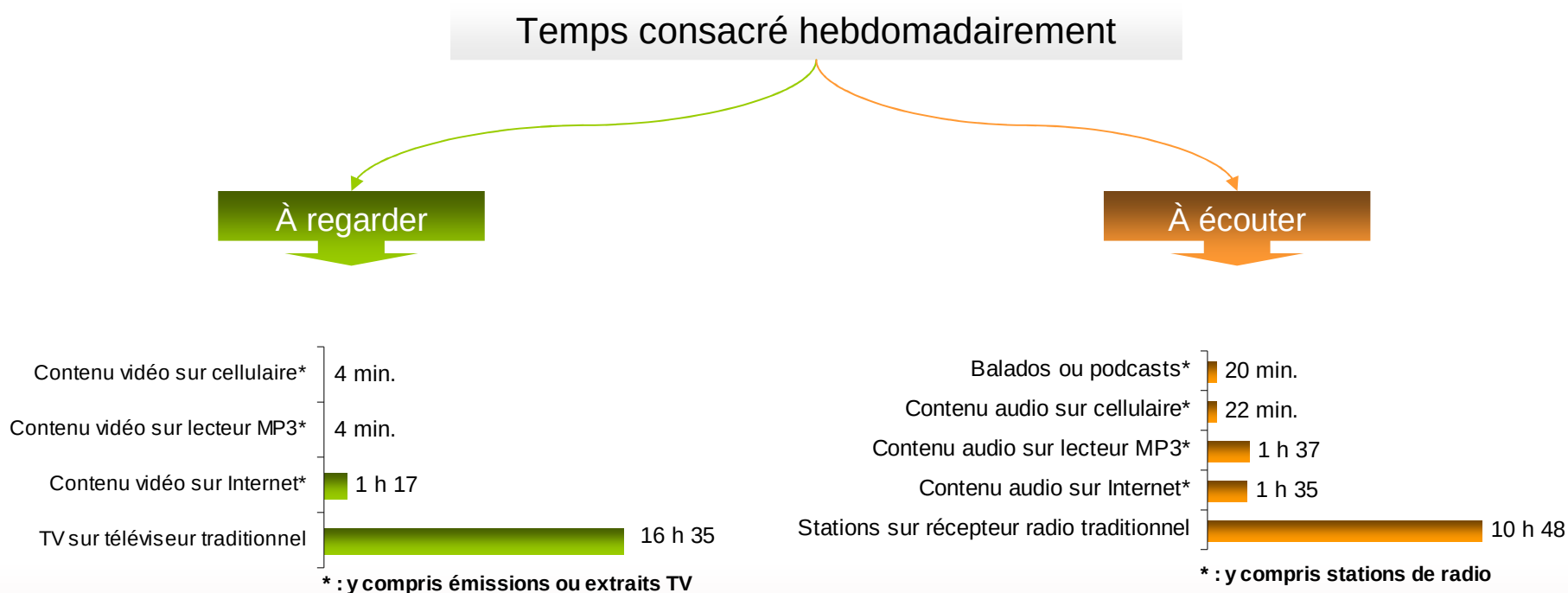
VIDÉO



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010

La télévision et la radio traditionnelles demeurent les sources d'information et de divertissement les plus utilisées.



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

Source : Observateur des technologies médias, 2010



Conclusion

- Le Québec se classe bien sur l'échiquier mondial, mais accuse un certain 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.
- Le téléchargement de musique est appelé à occuper une place de plus en plus importante, au détriment du CD.

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, d'enregistreur DVD ou de vidéo sur demande regardent davantage la TV traditionnelle que la moyenne des téléspectateurs;
 - globalement, les jeunes de 18 à 30 ans regardent moins la TV traditionnelle que l'ensemble des téléspectateurs, mais ceux qui regardent la TV sur Internet regardent au total davantage la TV que les autres jeunes.

***Culture,
Communications et
Condition féminine***

Québec 