

La maison intelligente : entre objets connectés et domotique



NETendances 2018
UNE INITIATIVE DU **cefrio**

Édition 2018
Volume 9 – Numéro 2

AVEC LA COLLABORATION DE



RECHERCHE



Toute l'info accessible au bout de vos doigts.

Téléchargez l'application mobile gratuite d'Hydro-Québec pour gérer votre compte d'électricité, visualiser votre consommation horaire, suivre l'évolution des pannes, recevoir des notifications et bien plus.



hydro
quebec
.com

Table des matières

Méthodologie	4
Faits saillants de l'enquête	5
1. Les Québécois et la maison intelligente	6
1.1 Près d'un adulte sur quatre détient un appareil intelligent pour la maison	6
1.2 L'amélioration du confort et de la qualité de vie motive les Québécois à aller vers la domotique	9
1.3 Le téléphone intelligent est l'outil de contrôle le plus utilisé par les Québécois	10
1.4 Un haut niveau de satisfaction face aux objets connectés	11
2. Une industrie à fort potentiel de croissance	12
2.1 Les milléniaux : les plus enthousiastes face à l'avenir des objets intelligents	12
2.2 La majorité des intentions d'achats proviennent de futurs consommateurs	13
2.3 Certains Québécois peinent à voir l'utilité des appareils intelligents pour le foyer	15
3. Mieux comprendre les segments de consommateurs	17
3.1 Trois segments de consommateurs d'objets connectés pour le foyer	17

LA MAISON INTELLIGENTE

L'enquête *NETendances 2018* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Hydro-Québec et Services Québec (ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale).

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget

Directrice principale, recherche marketing, CEFRIO
Coordination du projet

Maggie Poulin de Courval

Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme

Vice-président, communications et affaires corporatives, CEFRIO

Raymond Poirier

Chef, communications et mise en valeur des projets, CEFRIO

Marie-Guy Maynard

Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

Merci à l'équipe de BIP pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données.

Dépôt légal : 2018
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (PDF) : (1923-6565)
Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF à partir de 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.

Mention de source : Unsplash | Aditya Chinchure

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS :



Méthodologie

Pour réaliser le volet « La maison intelligente » de l'enquête *NETendances 2018*, une collecte de données a été réalisée du 3 au 15 avril 2018, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,10 \%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,18 \%$ pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions :

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

Note :

- Les chiffres **en rouge** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % - **en gras rouge**, l'intervalle de confiance est de 99 %.
- Les chiffres **en bleu** indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % - **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

Le futur des maisons connectées est à notre porte

Faits saillants de l'enquête

55 %

des Québécois sont enthousiastes face au futur des technologies et des objets intelligents comme partie intégrante de la vie quotidienne à la maison



24 %

des Québécois détiennent au moins un objet connecté pour la maison



15 %

des Québécois ont l'intention d'en acheter au moins un dans les 12 prochains mois

Top 4 des appareils connectés les plus populaires détenus par les Québécois



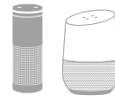
5 %

Drone ou robot téléguidé



5 %

Avertisseur de fumée intelligent



7 %

Assistant vocal à domicile



8 %

Système de caméra connecté



43 %

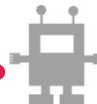
des détenteurs d'objets connectés pour la maison utilisent un téléphone intelligent comme principal moyen de contrôle

Top 3 des motivations pour l'adoption d'objets connectés auprès de ceux qui possèdent au moins un objet connecté



52 %

Améliorer le confort et la qualité de vie



45 %

Essayer de nouveaux produits technologiques



43 %

Améliorer l'expérience de divertissement

Top 3 des freins à l'adoption d'objets connectés

auprès de ceux qui ne possèdent aucun objet connecté pour la maison



32 %

Confidentialité et sécurité des données



40 %

Ne croient pas l'utiliser assez souvent



71 %

Manque de pertinence et d'utilité

OBJETS CONNECTÉS, DOMOTIQUE ET MAISON INTELLIGENTE : QU'EST-CE QUE C'EST?

Les objets connectés ou appareils intelligents pour le domicile réfèrent à tous les objets ou appareils capables de communiquer avec d'autres objets par le biais d'une connexion Internet. Les objets connectés peuvent être contrôlés à distance à l'aide d'une application ou d'un système. Les téléphones intelligents, les tablettes électroniques, les ordinateurs et les montres intelligentes sont exclus de ce qui est considéré comme étant des objets connectés pour la maison, mais sont souvent utilisés pour les contrôler.

La domotique, terme formé de la contraction des mots « domicile » et « automatique », incorpore un ensemble de technologies maximisant l'efficacité et le confort des maisons. Elle permet la centralisation du contrôle des différents systèmes de la maison, maximisant ainsi le temps de l'utilisateur.

Une maison intelligente est l'utilisation d'objets connectés pour le foyer et de la domotique. Elle permet notamment de verrouiller les portes; d'ajuster la température; de contrôler l'éclairage, les appareils audiovisuels, les systèmes d'alarme, les stores motorisés et autres commodités; le tout à distance ou de façon automatisée.

1. Les Québécois et la maison intelligente

1.1 Près d'un adulte sur quatre détient au moins un appareil intelligent pour la maison

Bien que le taux d'adoption de chacun des objets connectés considérés dans cette enquête soit encore marginal au Québec, c'est près d'un adulte sur quatre (24 %) qui possède au moins un de ces objets. En effet, ils ont, en moyenne, 1,6 objet intelligent pour le foyer. Il est intéressant de noter que, parmi les utilisateurs actuels, 24 % ont l'intention de se procurer au moins un autre objet connecté pour le foyer dans la prochaine année. Comme quoi, essayer la domotique, c'est l'adopter!

Les familles disposant d'un revenu familial supérieur (32 %), ainsi que les familles avec enfant(s) (30 %) sont plus nombreuses à posséder au moins un objet connecté pour le foyer. On remarque également que les détenteurs de téléphones intelligents (27 %) et les détenteurs de tablettes électroniques (29 %) sont plus nombreux à compter parmi les utilisateurs d'objets connectés pour la maison.

Ils peuvent être regroupés en cinq grandes catégories. La première, surveillance et contrôle, est la plus populaire auprès des Québécois, avec 14 % d'entre eux qui détiennent au moins un objet dans cette catégorie. D'ailleurs, les propriétaires (15 %) sont plus nombreux que les locataires (9 %) à posséder ce type d'appareils intelligents. Les adultes ayant un revenu familial de 100 000 \$ ou plus (19 %) sont également plus nombreux à posséder un objet connecté de surveillance ou de contrôle à la maison.

La deuxième catégorie comprend les objets connectés destinés au divertissement. On compte 11 % des Québécois qui ont déjà adopté au moins un appareil dans cette catégorie. Les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans (17 %) ainsi que les Québécois ayant un revenu familial de 100 000 \$ ou plus (16 %) sont plus nombreux à en faire partie. D'ailleurs, ces deux groupes se distinguent également dans l'adoption d'objets connectés reliés à l'énergie (7 % des 18 à 34 ans et 6 % de ceux ayant un revenu familial de 100 000 \$ ou plus), comparativement à l'ensemble de la population (4 %). Puis, les deux dernières catégories, la santé (1 %) et les électroménagers (4 %) sont, pour l'instant, moins répandus dans les foyers québécois.

LA SANTÉ CONNECTÉE DES CANADIENS



Au Canada, 40 % des adultes mesurent sur une base régulière un ou plusieurs aspects de leur santé ou de leur bien-être à l'aide d'applications mobiles ou d'objets connectés. Bien qu'environ un Canadien sur quatre (24 %) possède au moins un objet connecté permettant de capter des données liées à la santé et au bien-être, c'est seulement 14 % des Canadiens qui utilisent actuellement ces objets, les 10 % d'adultes restants ont soit abandonné l'usage de ces objets ou n'ont simplement jamais commencé à s'en servir. C'est ce que nous révèle l'étude sur la santé connectée publiée à l'automne 2017 par le CEFRIO en collaboration avec M. Guy Paré, titulaire de la Chaire de recherche en santé connectée à HEC Montréal.

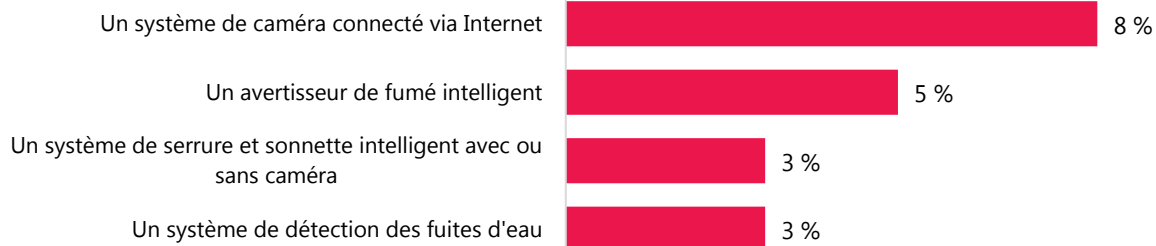
Source : « [Diffusion de la santé connectée au Canada](#) », CEFRIO, septembre 2017



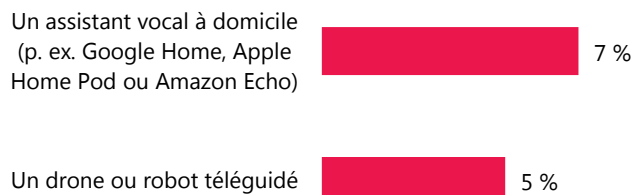
APPAREILS INTELLIGENTS DÉTENUS DANS LE FOYER



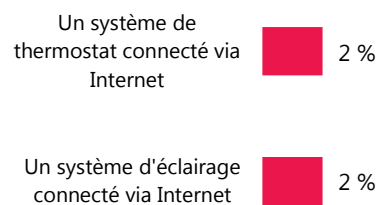
SURVEILLANCE ET CONTRÔLE



DIVERTISSEMENT



ÉNERGIE



SANTÉ



ÉLECTROMÉNAGERS



Base : adultes québécois (n=1 001)

Question : à la maison, possédez-vous chacun des appareils suivants?

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total au moins un objet connecté	24 %	24 %	25 %	33 %	26 %	21 %	27 %	21 %	15 %	30 %
Système de caméra connecté	8 %	9 %	7 %	14 %	10 %	6 %	11 %	6 %	4 %	5 %
Avertisseur de fumée intelligent	5 %	4 %	6 %	6 %	5 %	2 %	4 %	6 %	5 %	15 %
Système de serrure et sonnette intelligent avec ou sans caméra	3 %	3 %	2 %	8 %	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	1 %
Système de détection des fuites d'eau	3 %	3 %	2 %	4 %	2 %	4 %	1 %	3 %	1 %	4 %
Assistant vocal à domicile	7 %	8 %	6 %	8 %	11 %	4 %	9 %	4 %	3 %	4 %
Drone ou robot téléguidé	5 %	5 %	6 %	12 %	8 %	6 %	1 %	4 %	2 %	3 %
Électroménagers connectés	4 %	4 %	4 %	8 %	2 %	5 %	5 %	6 %	2 %	-
Système d'éclairage connecté	2 %	3 %	1 %	9 %	-	2 %	3 %	1 %	-	1 %
Système de thermostat connecté	2 %	2 %	3 %	6 %	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %	-
Avertisseur de chutes	1 %	-	2 %	-	2 %	1 %	-	-	1 %	6 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Total au moins un objet connecté	24 %	21 %	23 %	27 %	26 %	17 %	19 %	26 %	23 %	32 %
Système de caméra connecté	8 %	6 %	9 %	9 %	5 %	3 %	4 %	13 %	6 %	14 %
Avertisseur de fumée intelligent	5 %	3 %	6 %	6 %	6 %	4 %	6 %	6 %	2 %	6 %
Système de serrure et sonnette intelligent avec ou sans caméra	3 %	1 %	3 %	3 %	-	3 %	1 %	4 %	-	4 %
Système de détection des fuites d'eau	3 %	1 %	4 %	3 %	-	1 %	1 %	6 %	2 %	4 %
Assistant vocal à domicile	7 %	7 %	5 %	8 %	7 %	4 %	3 %	7 %	6 %	10 %
Drone ou robot téléguidé	5 %	4 %	6 %	6 %	-	2 %	7 %	4 %	8 %	9 %
Électroménagers connectés	4 %	7 %	4 %	3 %	9 %	5 %	3 %	7 %	2 %	6 %
Système d'éclairage connecté	2 %	2 %	3 %	2 %	-	1 %	1 %	3 %	-	2 %
Système de thermostat connecté	2 %	1 %	2 %	3 %	-	1 %	-	2 %	4 %	5 %
Avertisseur de chutes	1 %	2 %	-	-	7 %	1 %	-	-	-	-

OK GOOGLE ET ALEXA, PARLONS DE CHIFFRES!



Au début de 2018, près d'un adulte canadien sur dix (8 %) possède un assistant vocal à domicile, tandis que ce taux atteint un adulte américain sur six (17 %). Au Canada, parmi les adultes qui n'en ont pas, 14 % ont l'intention d'en acquérir un dans les 12 prochains mois. Les assistants vocaux sont l'une des technologies connaissant une courbe d'adoption des plus rapides, dépassant même celle des téléphones intelligents et des tablettes.

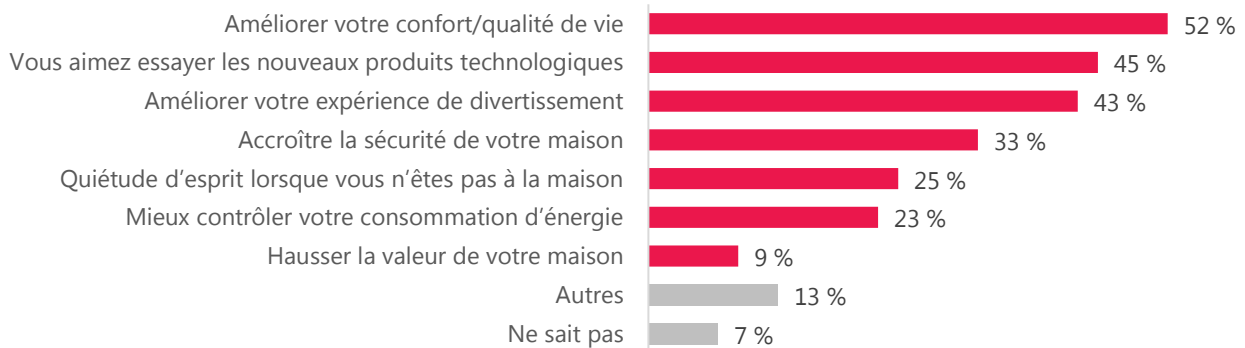
Au Canada, Google Home est le modèle le plus populaire avec 55 % des parts de marché, alors qu'Amazon Echo (Alexa) n'obtient que 22 %. Cette différence s'explique, en partie, par l'arrivée tardive d'Amazon Echo sur le marché canadien, soit près de six mois après le modèle de Google. Aux États-Unis, c'est plutôt Amazon Echo qui domine le marché avec 66 % des parts de marché.

Sources : « [A look at smart speaker adoption in Canada](#) », *Media in Canada*, 12 juillet 2017 et « [The smart audio report](#) », *fall-winter 2017*, NPR & Edison research

1.2 L'amélioration du confort et de la qualité de vie motive les Québécois à aller vers la domotique

On remarque que plusieurs facteurs motivent les Québécois à acquérir des objets connectés pour la maison. Parmi les principaux, on retrouve l'amélioration du confort et de la qualité de vie (52 %), l'essai de nouveaux produits technologiques (45 %) et l'amélioration de l'expérience de divertissement (43 %). D'ailleurs, ces trois facteurs sont davantage présents chez les jeunes adultes de 18 à 34 ans. De leur côté, les adultes âgés de 55 à 64 ans sont plus nombreux à être motivés par l'accroissement de la sécurité de leur domicile (46 %) et la hausse de la valeur de leur maison (19 %). Mieux contrôler la consommation d'énergie est une motivation présente davantage auprès des familles comptant quatre personnes ou plus (31 %), tandis que la quiétude d'esprit lorsqu'à l'extérieur du domicile est un plus grand motivateur pour les familles comptant des enfants âgés de 13 à 17 ans (36 %).

MOTIVATIONS POUR AVOIR FAIT L'ACQUISITION D'OBJETS CONNECTÉS À LA MAISON



Base : détenteurs d'au moins un objet connecté pour la maison (n=243)

Question : parmi les raisons suivantes, lesquelles correspondent à vos motivations pour avoir fait l'acquisition d'objets connectés à la maison?

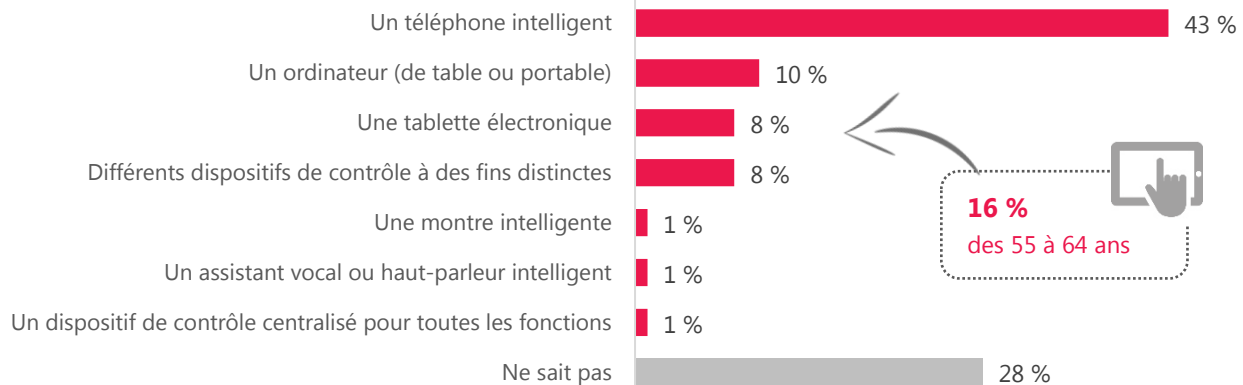
Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Hommes	Femmes	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus
Améliorer le confort et/ou la qualité de vie	52 %	54 %	50 %	65 %	48 %	50 %	28 %
Aime essayer de nouveaux produits technologiques	45 %	51 %	39 %	56 %	47 %	36 %	14 %
Améliorer l'expérience de divertissement	43 %	41 %	44 %	62 %	39 %	29 %	16 %
Accroître la sécurité de la maison	33 %	32 %	34 %	36 %	26 %	46 %	25 %
Quiétude d'esprit	25 %	23 %	27 %	24 %	25 %	25 %	24 %
Mieux contrôler sa consommation d'énergie	23 %	24 %	22 %	19 %	26 %	26 %	20 %
Hausser la valeur de la maison	9 %	7 %	11 %	5 %	8 %	19 %	9 %

Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	Avec enfants	Sans enfants
Améliorer le confort et/ou la qualité de vie	52 %	47 %	55 %	52 %	50 %	54 %
Aime essayer de nouveaux produits technologiques	45 %	35 %	48 %	48 %	49 %	42 %
Améliorer l'expérience de divertissement	43 %	35 %	40 %	48 %	45 %	41 %
Accroître la sécurité de la maison	33 %	36 %	35 %	29 %	28 %	38 %
Quiétude d'esprit	25 %	24 %	25 %	25 %	23 %	27 %
Mieux contrôler sa consommation d'énergie	23 %	24 %	22 %	23 %	22 %	24 %
Hausser la valeur de la maison	9 %	8 %	10 %	8 %	6 %	11 %

1.3 Le téléphone intelligent est l'outil de contrôle le plus utilisé par les Québécois

En dehors du contrôle manuel, le téléphone intelligent est de loin le moyen le plus répandu chez les détenteurs d'objets connectés pour le foyer pour contrôler ces appareils. Les adultes âgés de 18 à 34 ans (60 %) sont plus nombreux à utiliser le téléphone intelligent à cette fin, tout comme les diplômés collégiaux (57 %). Le contrôle par le biais d'une tablette électronique est plus répandu auprès des adultes âgés de 55 à 64 ans (16 %), un résultat non surprenant puisque les adultes de ce groupe d'âge sont également plus nombreux à personnellement détenir une tablette électronique (64 % comp. 57 % pour l'ensemble de la population¹).

MOYEN LE PLUS SOUVENT UTILISÉ POUR CONTRÔLER LES OBJETS CONNECTÉS, OUTRE LE CONTRÔLE MANUEL



Base : détenteurs d'au moins un objet connecté pour la maison (n=243)

Question : outre le contrôle manuel, quel moyen, parmi les suivants, utilisez-vous le plus souvent pour contrôler vos objets connectés?

*« Ne sait pas » peut inclure les personnes utilisant uniquement le contrôle manuel

Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Hommes	Femmes	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus
Téléphone intelligent	43 %	42 %	43 %	60 %	43 %	30 %	4 %
Tablette électronique	8 %	10 %	6 %	2 %	9 %	16 %	10 %
Ordinateur (portable ou de table)	10 %	8 %	11 %	12 %	8 %	6 %	12 %
Montre intelligente	1 %	-	2 %	3 %	-	-	3 %
Assistant vocal ou haut-parleur intelligent	1 %	2 %	-	1 %	-	3 %	-
Dispositif de contrôle centralisé pour toutes les fonctions	1 %	2 %	1 %	-	2 %	2 %	2 %
Différents dispositifs de contrôle à des fins distinctes	8 %	8 %	8 %	6 %	8 %	9 %	12 %

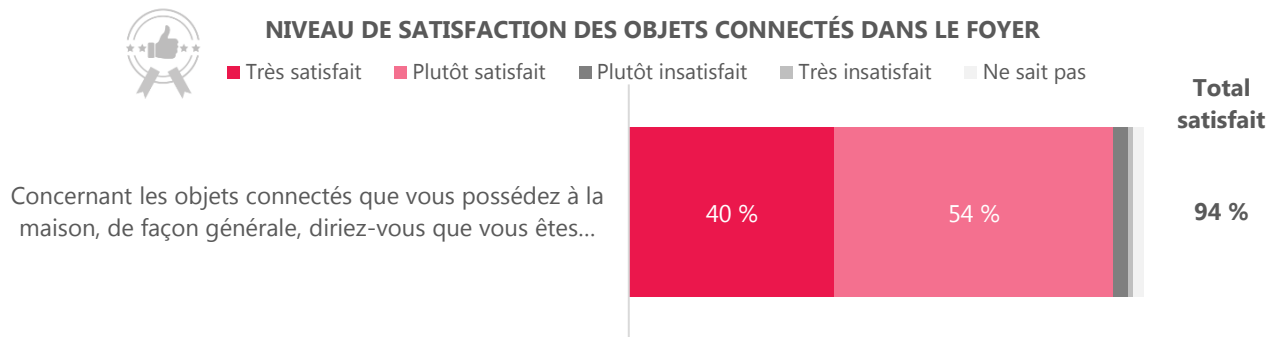
Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	Avec enfants	Sans enfants
Téléphone intelligent	43 %	37 %	57 %	35 %	51 %	36 %
Tablette électronique	8 %	4 %	7 %	11 %	6 %	10 %
Ordinateur (portable ou de table)	10 %	14 %	8 %	8 %	10 %	10 %
Montre intelligente	1 %	-	4 %	-	2 %	1 %
Assistant vocal ou haut-parleur intelligent	1 %	-	-	2 %	1 %	1 %
Dispositif de contrôle centralisé pour toutes les fonctions	1 %	-	1 %	2 %	-	2 %
Différents dispositifs de contrôle à des fins distinctes	8 %	2 %	5 %	13 %	10 %	6 %

¹ NETendances 2018, Portrait numérique des foyers québécois, parution prévue en janvier 2019

1.4 Un haut niveau de satisfaction face aux objets connectés

La quasi-totalité (94 %) des détenteurs d'objets connectés pour la maison est satisfaite de ses appareils. D'ailleurs, on retrouve un plus grand nombre d'adultes satisfaits parmi les répondants âgés de 35 à 54 ans (98 %), tout comme les familles de quatre personnes ou plus (99 %).

Des problèmes de connexion (60 %) ou le mauvais fonctionnement des objets connectés à quelques reprises (59 %) semblent expliquer principalement l'insatisfaction que vivent 3 % des détenteurs d'objets connectés pour la maison.



Base : détenteurs d'au moins un objet connecté pour la maison (n=243)

Question : concernant les objets connectés que vous possédez à la maison, de façon générale, diriez-vous que vous êtes...?

Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Hommes	Femmes	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus
Sous-total très ou assez satisfait	94 %	92 %	95 %	92 %	98 %	96 %	83 %

Parmi les détenteurs québécois d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	Avec enfants	Sans enfants
Sous-total très ou assez satisfait	94 %	93 %	98 %	92 %	94 %	94 %

MODÈLE À FRAIS UNIQUE OU ABONNEMENT : LE POULS DES BRITANNIQUES SUR LE SUJET

Le marché des maisons intelligentes ne concerne pas uniquement la vente d'objets connectés pour le foyer, mais également l'installation et l'entretien. En 2017, GfK a sondé la population britannique sur ces sujets. Il en résulte que 80 % des adultes ont mentionné vouloir payer des frais uniques pour leur objet connecté. Ils ne veulent pas de contrat comme c'est souvent le cas pour les téléphones cellulaires. Uniquement 18 % sont prêts à payer des frais additionnels récurrents, soit une sorte d'abonnement relié à l'entretien et à la mise à jour de ces objets. D'ailleurs, 37 % s'attendent à ce que le prix de l'objet soit inclus dans le prix de l'abonnement. Plus du tiers des répondants (39 %) ont mentionné préférer faire l'installation de ces objets eux-mêmes, sans l'assistance externe du fabricant ou du fournisseur. Puis, près de la moitié des adultes sondés du Royaume-Uni (49 %) ont indiqué vouloir entretenir leurs appareils connectés de manière autonome.

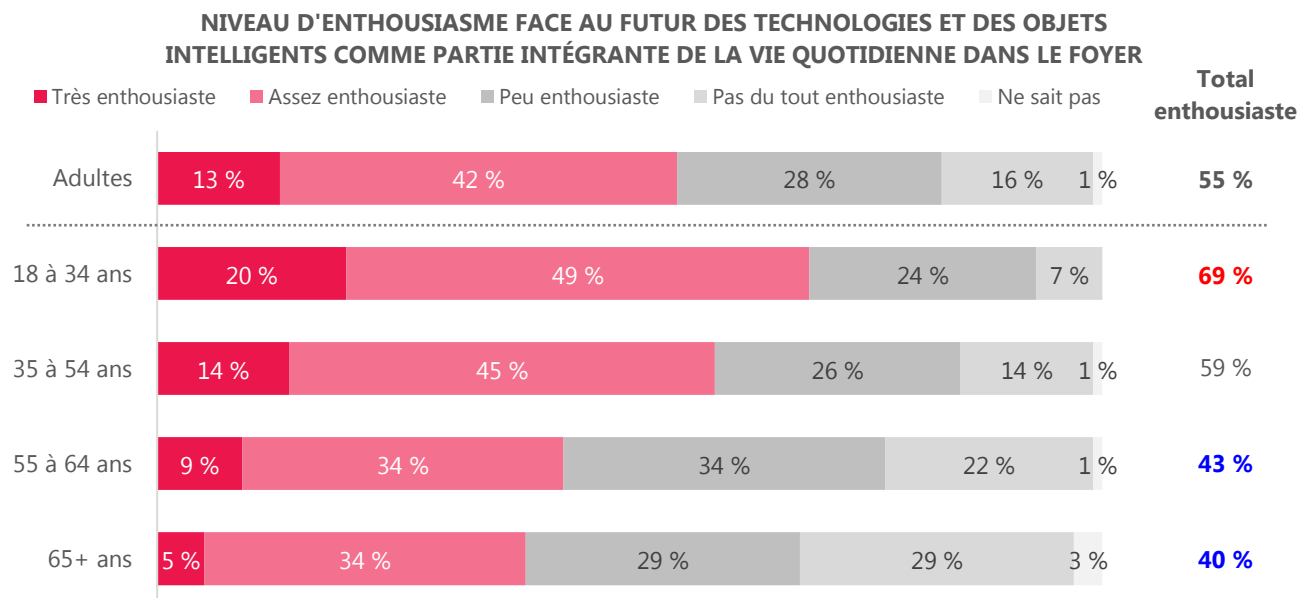
Source : « *State of the Connected Home 2017* », techUK et GfK



2. Une industrie à fort potentiel de croissance

2.1 Les milléniaux : les plus enthousiastes face au futur des objets intelligents

Un peu plus de la moitié (55 %) des Québécois sont enthousiastes concernant le futur des technologies et des objets intelligents comme partie intégrante de la vie quotidienne dans leur foyer. Les jeunes adultes de 18 à 34 ans (69 %) sont significativement plus nombreux à compter parmi les plus enthousiastes. On retrouve également un plus grand nombre d'hommes (61 %) à être de cet avis, comparativement aux femmes (50 %), tout comme les familles avec enfants (63 %) et les foyers dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (65 %).



Base : adultes québécois (n=1 001)

Question : *quel est votre niveau d'enthousiasme concernant le futur des technologies et des objets intelligents comme partie intégrante de la vie quotidienne dans votre foyer?*

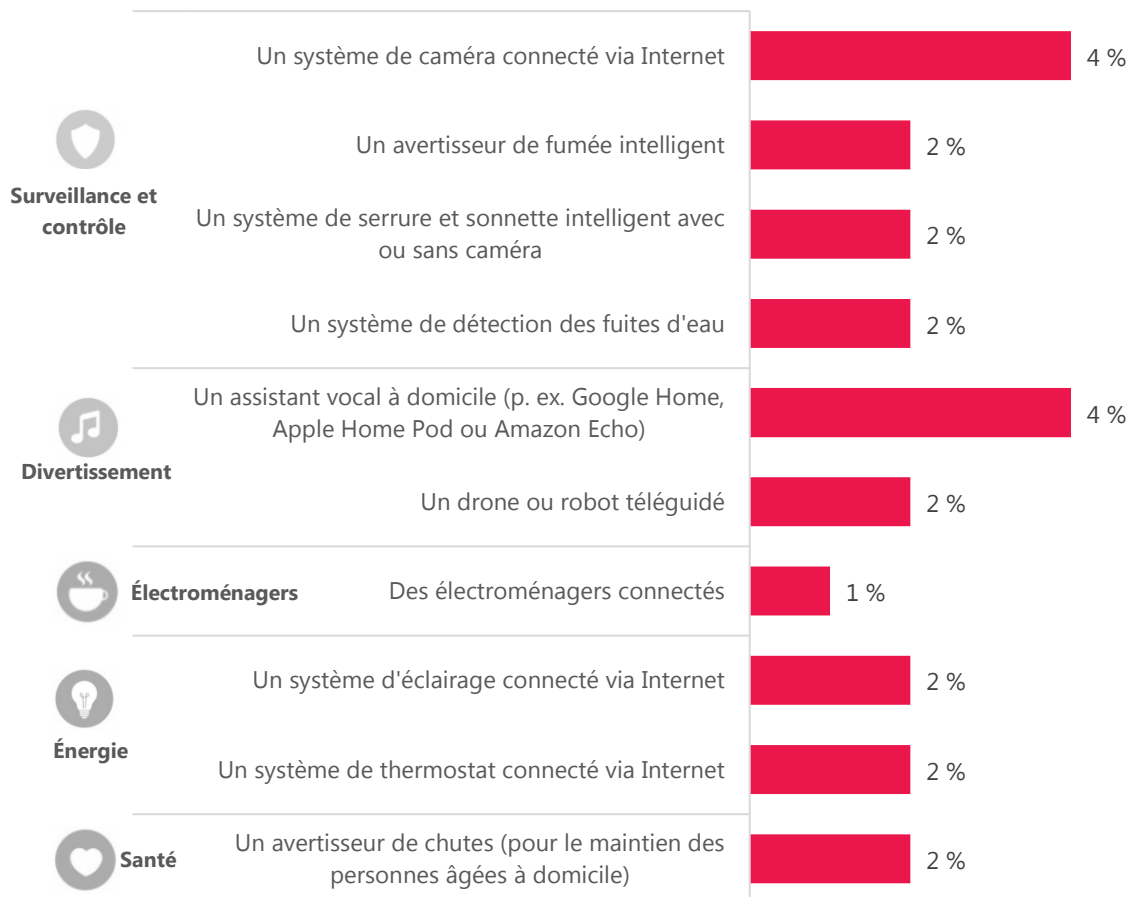
Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Sous-total très ou assez enthousiaste	55 %	61 %	50 %	83 %	59 %	62 %	55 %	43 %	42 %	33 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Sec.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Sous-total très ou assez enthousiaste	55 %	48 %	61 %	56 %	44 %	50 %	43 %	61 %	63 %	65 %

2.2 La majorité des intentions d'achats proviennent de futurs consommateurs

Au cours des 12 prochains mois, 15 % des adultes québécois ont l'intention d'acquérir au moins un appareil connecté pour la maison. Près des deux tiers d'entre eux (62 %) sont de nouveaux utilisateurs, c'est-à-dire qu'ils ne détiennent aucun appareil intelligent pour la maison en ce moment. Les hommes (19 %) sont plus nombreux à avoir l'intention d'acquérir un tel appareil comparativement aux femmes (11 %). C'est également le cas des 18 à 24 ans (27 %) et des adultes ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus (20 %). Les assistants vocaux à domicile, tel que Google Home, et les systèmes de caméra connectés par le biais d'une connexion Internet sont parmi les objets connectés les plus prisés des Québécois.

INTENTION D'ACHATS AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS



Base : adultes québécois (n=1 001)

Question : et vous, avez-vous l'intention d'en acquérir au cours des 12 prochains mois?

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Système de caméra connecté	4 %	5 %	3 %	6 %	2 %	3 %	6 %	5 %	2 %	-
Avertisseur de fumée intelligent	2 %	3 %	1 %	6 %	2 %	2 %	1 %	2 %	-	-
Système de serrure et sonnette intelligent avec ou sans caméra	2 %	3 %	2 %	1 %	1 %	4 %	4 %	3 %	2 %	-
Système de détection des fuites d'eau	2 %	3 %	1 %	2 %	3 %	-	3 %	2 %	3 %	-
Assistant vocal à domicile	4 %	4 %	4 %	12 %	1 %	6 %	2 %	5 %	-	-
Drone ou robot téléguidé	2 %	3 %	1 %	6 %	4 %	3 %	2 %	1 %	-	-
Électroménagers connectés	1 %	1 %	1 %	4 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	-
Système d'éclairage connecté	2 %	2 %	1 %	1 %	-	2 %	3 %	3 %	1 %	-
Système de thermostat connecté	2 %	2 %	1 %	3 %	-	3 %	1 %	2 %	1 %	-
Avertisseur de chutes	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	3 %	4 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Système de caméra connecté	4 %	6 %	3 %	4 %	3 %	6 %	4 %	3 %	3 %	5 %
Avertisseur de fumée intelligent	2 %	3 %	2 %	1 %	-	2 %	2 %	-	-	4 %
Système de serrure et sonnette intelligent avec ou sans caméra	2 %	1 %	3 %	3 %	-	2 %	1 %	1 %	4 %	5 %
Système de détection des fuites d'eau	2 %	2 %	3 %	2 %	-	3 %	-	1 %	2 %	4 %
Assistant vocal à domicile	4 %	2 %	6 %	3 %	5 %	9 %	1 %	3 %	7 %	3 %
Drone ou robot téléguidé	2 %	3 %	3 %	1 %	2 %	1 %	1 %	4 %	10 %	2 %
Électroménagers connectés	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	-	-	-	-	2 %
Système d'éclairage connecté	2 %	2 %	2 %	2 %	-	4 %	1 %	3 %	2 %	2 %
Système de thermostat connecté	2 %	1 %	2 %	2 %	-	-	-	1 %	2 %	5 %
Avertisseur de chutes	2 %	4 %	1 %	1 %	-	3 %	2 %	4 %	-	1 %

ROYAUME-UNI : LA MAJORITÉ DES MAISONS SERONT INTELLIGENTES D'ICI DIX ANS



Selon une étude réalisée au Royaume-Uni, 60 % des consommateurs envisageraient de remplacer leurs équipements actuels, dans la maison, par une version technologique plus avancée, lorsque ceux-ci auront atteint la fin de leur cycle de vie. Cette ouverture d'esprit chez les Britanniques est un facteur pouvant favoriser l'éclosion du marché des maisons intelligentes. D'ailleurs, 42 % des adultes croient que la majorité des maisons au Royaume-Uni deviendront intelligentes au cours des dix prochaines années. Les 25 à 34 ans sont significativement plus nombreux (62 %) à être de cet avis, alors que c'est le cas d'uniquement 32 % des adultes âgés de 55 ans et plus.

Source : « [A Research Study: The Smart Home Market in 2018](#) », [Smart Home Week](#)

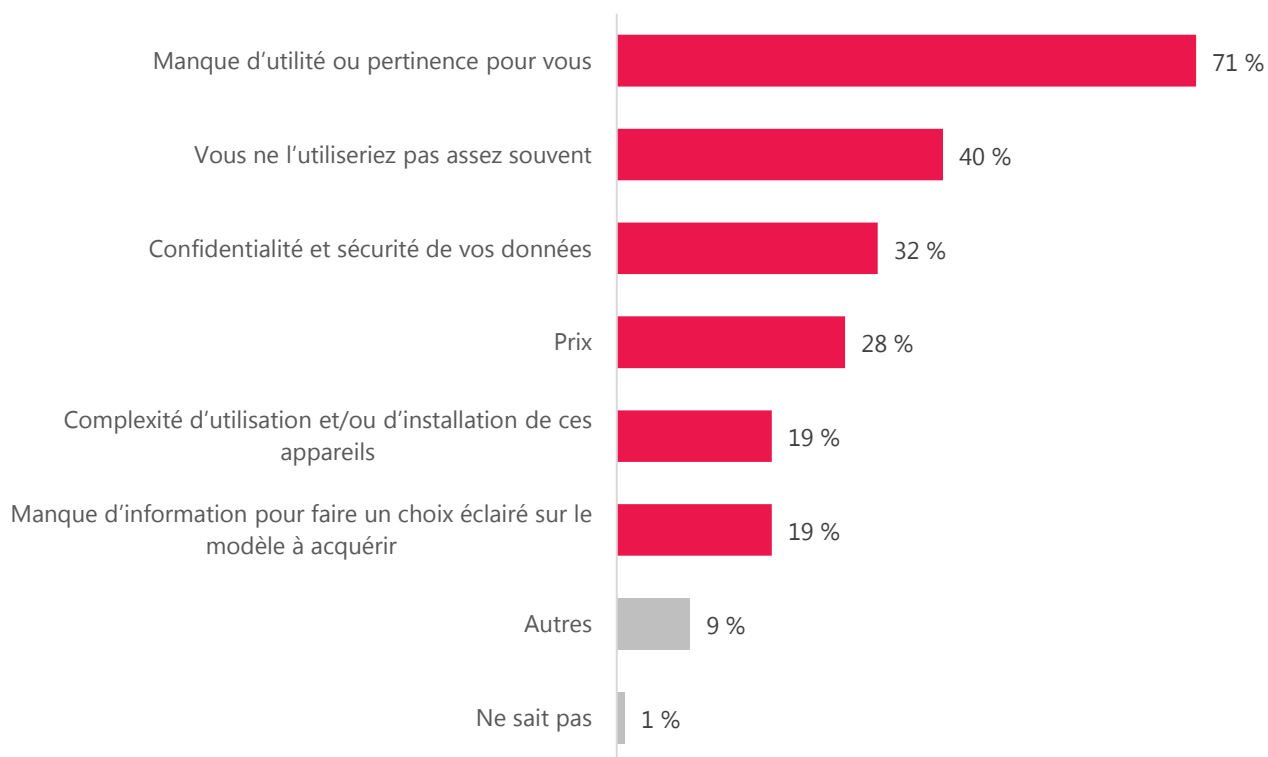
2.3 Certains Québécois peinent à voir l'utilité des appareils intelligents pour le foyer

Au Québec, le principal frein des consommateurs à l'achat d'objets connectés pour la maison est la perception d'un manque d'utilité ou de pertinence, ce qui nous laisse croire que les entreprises qui fabriquent et vendent des objets connectés pour la maison auraient intérêt à bien faire connaître les bienfaits de ces produits. D'ailleurs, il s'agit d'un frein plus présent auprès des diplômés universitaires (81 %) et des adultes âgés de 35 à 44 ans (81 %). Les plus jeunes, soit les adultes de 18 à 24 ans, sont plus nombreux à être freinés par le prix (51 %). De leur côté, les adultes de 55 à 64 ans (27 %) sont plus nombreux à mentionner la complexité d'utilisation ou d'installation de ces appareils, tout comme les retraités (27 %). La confidentialité des données est une inquiétude davantage présente chez les diplômés universitaires (37 %) et les non-francophones (45 %).

Le manque d'informations pour faire un choix éclairé ainsi que la complexité d'utilisation ou d'installation sont des motifs nommés plus fréquemment par les femmes, comparativement aux hommes. Néanmoins, il ne s'agit pas des freins principaux chez les femmes. Le manque de pertinence ou d'utilité arrive au premier rang, tout comme pour l'ensemble des répondants.

Il est intéressant de noter que pour les futurs consommateurs, soit les adultes ne possédant actuellement aucun objet connecté pour la maison, mais ayant l'intention d'en acquérir prochainement, la confidentialité et la sécurité des données (36 %) ainsi que le prix (34 %) sont des préoccupations plus importantes.

PRINCIPAUX FREINS À L'ACQUISITION D'OBJETS CONNECTÉS POUR LA MAISON



Base : adultes qui ne détiennent aucun objet connecté pour la maison (n=740)

Question : *quels sont les principaux motifs qui vous retiennent d'acquérir un objet connecté pour la maison?*

Parmi les adultes québécois non-détenteurs d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus
Manque d'utilité / pertinence	71 %	71 %	71 %	84 %	64 %	81 %	69 %	71 %	61 %
Ne l'utiliserait pas assez souvent	40 %	39 %	42 %	45 %	32 %	42 %	45 %	37 %	45 %
Confidentialité et sécurité des données	32 %	30 %	33 %	30 %	33 %	37 %	37 %	28 %	23 %
Prix	28 %	29 %	27 %	51 %	35 %	36 %	20 %	22 %	14 %
Complexité d'utilisation et/ou d'installation	19 %	12 %	25 %	11 %	16 %	15 %	17 %	27 %	24 %
Manque d'information pour faire un choix éclairé	19 %	13 %	25 %	24 %	15 %	22 %	17 %	19 %	20 %

Parmi les adultes québécois non-détenteurs d'objets connectés pour la maison	Total 2018	Prim./Sec.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Manque d'utilité / pertinence	71 %	60 %	69 %	81 %	60 %	65 %	77 %	73 %	68 %	77 %
Ne l'utiliserait pas assez souvent	40 %	44 %	44 %	35 %	46 %	31 %	54 %	42 %	39 %	37 %
Confidentialité et sécurité des données	32 %	25 %	30 %	37 %	32 %	23 %	33 %	28 %	35 %	35 %
Prix	28 %	29 %	29 %	26 %	53 %	31 %	30 %	26 %	27 %	19 %
Complexité d'utilisation et/ou d'installation	19 %	19 %	21 %	17 %	15 %	19 %	27 %	16 %	18 %	14 %
Manque d'information pour faire un choix éclairé	19 %	16 %	21 %	20 %	32 %	20 %	25 %	11 %	17 %	18 %

LE PRIX : PRINCIPAL FREIN À L'ACQUISITION D'OBJETS CONNECTÉS POUR LA MAISON AUX ÉTATS-UNIS

Les principaux motifs qui retiennent les consommateurs américains d'acheter des objets connectés pour la maison diffèrent, en ordre d'importance, de ceux des Québécois. Chez nos voisins du Sud, le prix est le premier motif. En effet, 42 % des Américains n'utilisant aucun objet connecté pour la maison mentionnent ce motif. Ensuite, on retrouve la confidentialité et la sécurité des données personnelles, à 17 %.

Le manque d'utilité ou de pertinence est mentionné par uniquement 5 % des Américains n'ayant pas d'objets connectés pour la maison, contrairement aux Québécois.

Source : « *Smart home, seamless life* », PWC, janvier 2017

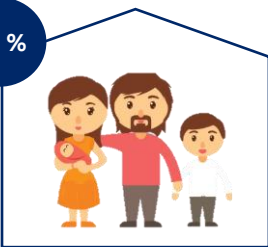


3. Mieux comprendre les segments de consommateurs

3.1 Trois segments de consommateurs d'objets connectés pour le foyer

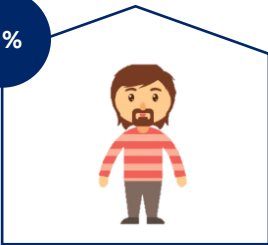
Afin de mieux comprendre le marché des objets connectés pour la maison au Québec, nous avons segmenté la population en trois groupes distincts selon leur utilisation actuelle ou leur intention d'utilisation de ces appareils.

24 %



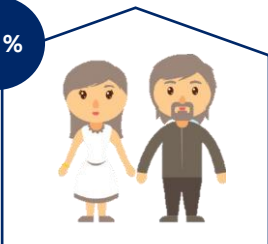
Il y a d'abord **les utilisateurs actuels**, soit les individus qui possèdent actuellement au moins un objet connecté pour la maison. Ce segment représente 24 % de la population adulte au Québec. Comme mentionné précédemment, dans ce groupe on retrouve en plus grand nombre les adultes ayant un revenu familial de 100 000 \$ ou plus (32 %) ainsi que les familles avec des enfants (30 %). Ce segment de consommateurs est plus nombreux à utiliser Internet plusieurs fois par jour (81 %) et à détenir des appareils mobiles, tels qu'un téléphone intelligent (81 %), une tablette électronique (68 %) et une montre intelligente (17 %). Leur niveau d'enthousiasme face au futur des technologies et des objets intelligents est plus élevé (75 % comp. 55 % de la population), ce qui est aussi le cas des futurs consommateurs (76 %).

9 %



Le deuxième segment, **les futurs consommateurs**, représente 9 % de la population du Québec. Il s'agit d'adultes ne détenant aucun objet connecté pour la maison, mais ayant l'intention d'en acquérir au cours des 12 prochains mois. On retrouve, dans ce groupe, un plus grand nombre d'hommes (12 %, comparativement à 7 % de femmes), d'adultes âgés de 35 à 44 ans (13 %) et de diplômés collégiaux (12 %). Tout comme les consommateurs actuels, les futurs consommateurs sont nombreux à utiliser Internet plusieurs fois par jour (80 %), comparativement à l'ensemble de la population (71 %).

67 %



Le dernier segment, représentant 67 % de la population québécoise, est composé d'individus qui ne détiennent aucun objet connecté pour la maison et qui n'ont pas l'intention de s'en procurer prochainement. Il s'agit **des indifférents**. Les adultes âgés de 55 ans et plus (74 %) sont plus nombreux à faire partie de ce groupe, tout comme les adultes vivant à deux (71 %) ou seul (78 %). Les retraités font davantage partie de ce groupe (74 %) que des deux autres. De plus, on observe que les indifférents sont moins nombreux à utiliser Internet plusieurs fois par jour (66 %), et à détenir un téléphone intelligent personnellement (69 %) ou une tablette électronique (52 %).

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Utilisateurs actuels	24 %	24 %	25 %	33 %	26 %	21 %	27 %	21 %	15 %	30 %
Futurs consommateurs	9 %	12 %	7 %	15 %	7 %	13 %	9 %	7 %	6 %	2 %
Indifférents	66 %	64 %	69 %	51 %	66 %	65 %	63 %	73 %	79 %	67 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Utilisateurs actuels	24 %	21 %	23 %	27 %	26 %	17 %	19 %	26 %	23 %	32 %
Futurs consommateurs	9 %	9 %	12 %	7 %	4 %	13 %	9 %	9 %	15 %	10 %
Indifférents	66 %	70 %	65 %	66 %	70 %	69 %	72 %	64 %	62 %	58 %



RECHERCHE

Votre partenaire en sondage depuis 30 ans.

Spécialiste en recherche marketing et sociale



Sondages



Recherche sociale



Recherche Marketing



Mesure de la satisfaction

2021 Ave. Union #1221
Montréal (Québec) H3A2S9

Téléphone : 514-288-1980
Télécopieur : 514-288-6607

www.biprecherche.com

2018

NETendances

Thèmes des fascicules *NETendances*

- > Aide numérique à la vie autonome
- > **Maison intelligente**
- > Les services bancaires en ligne
- > Portrait numérique des foyers québécois
- > Médias sociaux
- > Commerce électronique au Québec
- > Services gouvernementaux en ligne
- > Mobilité
- > Profil numérique des générations
- > Profil numérique des régions

Le CEFRIO est un organisme de recherche et d'innovation, qui accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation du numérique. Membre de QuébecInnove, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin d'agir comme accélérateur de la culture numérique dans les organisations. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de plus de 90 chercheurs ainsi que l'engagement de plus de 280 membres. Son principal partenaire financier est le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI).

www.cefrio.qc.ca | info@cefrio.qc.ca

Twitter : @cefrio | Facebook : @CEFRIOTIC | Instagram : @le_cefrio

Québec - Siège social

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec) G1R 5H6

Téléphone : 418 523-3746

Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1770, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 840-1245

Réalisation



Principal partenaire financier

