



Étude du marché québécois de l'achat de livres par Internet

Présentée au Ministère de la Culture et des Communications
du Québec

Août 2000

Table des matières

Introduction

Faits saillants

1. Le profil des internautes adultes québécois 9
2. Les comportements d'achat de produits et services sur Internet 12
3. La dynamique des achats de livres par Internet au cours de la dernière année 17
4. Les besoins futurs en achat de livres par Internet 20

Document d'accompagnement (sous pli séparé)

Méthodologie
Questionnaire
Tableaux détaillés



Introduction

Introduction

- Le ministère de la Culture et des Communications du Québec, en collaboration avec l'Association des librairies du Québec, désire étudier le comportement et les besoins des internautes québécois en matière d'achat de livres dans le but de développer un concept de librairie virtuelle.
- SOM présente dans ce document les principaux résultats de cette étude de comportement et de besoins.
- L'étude a été réalisée par sondage téléphonique entre le 7 et le 18 juillet 2000, auprès d'un échantillon aléatoire de 600 internautes adultes (18 ans ou plus) québécois répartis à travers la province.
- Vous trouverez d'abord un sommaire exécutif qui présente les principaux résultats de l'étude, suivi des résultats détaillés.
- On retrouvera, dans un document d'accompagnement, les détails sur la méthodologie utilisée pour l'étude, le questionnaire final utilisé et, très important pour les analystes du Ministère qui voudront pousser plus loin l'analyse, l'ensemble des résultats détaillés et segmentés.



Faits saillants

Faits saillants

- Voici les faits saillants d'une étude réalisée par sondage téléphonique entre le 7 et le 18 juillet 2000, auprès d'un échantillon aléatoire de 600 internautes adultes (18 ans ou plus) québécois répartis à travers la province.
- L'étude a pour but d'analyser le comportement et les besoins des internautes québécois en matière d'achat de livres dans le but de développer un concept de librairie virtuelle.
- **Le profil des internautes québécois sert bien un concept de librairie virtuelle.**
- **Actuellement, l'achat de livres par Internet est presque aussi populaire que l'achat de logiciels et représente un marché de 28,3 millions de dollars chez les internautes québécois. Mais les librairies virtuelles québécoises n'en retirent que 3,7 millions de dollars (13 %).**
- L'internaute dont il est question ici est une personne de 18 ans ou plus qui utilise Internet soit à la maison, au travail ou ailleurs.
- La moitié des internautes québécois ont 16 ans de scolarité ou plus, ce qui est un profil intéressant pour une librairie virtuelle.
- Parmi l'ensemble des réponses fournies, on dénombre une quarantaine de produits et services différents achetés sur Internet par les internautes québécois au cours de la dernière année.
- Par des études antérieures, nous savions déjà que l'achat de logiciels arrivait au premier rang des achats par Internet.
- Cette étude nous apprend toutefois que l'achat de livres vient tout de suite en deuxième (7 % des internautes en ont achetés l'an dernier).
- En nombre, nous estimons que 160 000 internautes québécois auraient acheté des livres sur Internet en moyenne 2,6 fois au cours de la dernière année pour une dépense moyenne de 180 \$ canadien pour l'année.
- Le marché annuel de livres achetés par Internet par les Québécois s'établit donc à :
 - 416 000 ± 97 600 commandes
 - 28,3 ± 10,5 millions de dollars canadiens
- Les sites québécois ne recueillent qu'une faible part du marché des dépenses québécoises en livres achetés par Internet.
- Des 28,3 millions de dollars de livres achetés par les internautes québécois par Internet, seulement 3,7 millions de dollars l'auraient été sur des sites québécois.
- En fait, 13,9 millions de dollars sont allés aux sites américains.

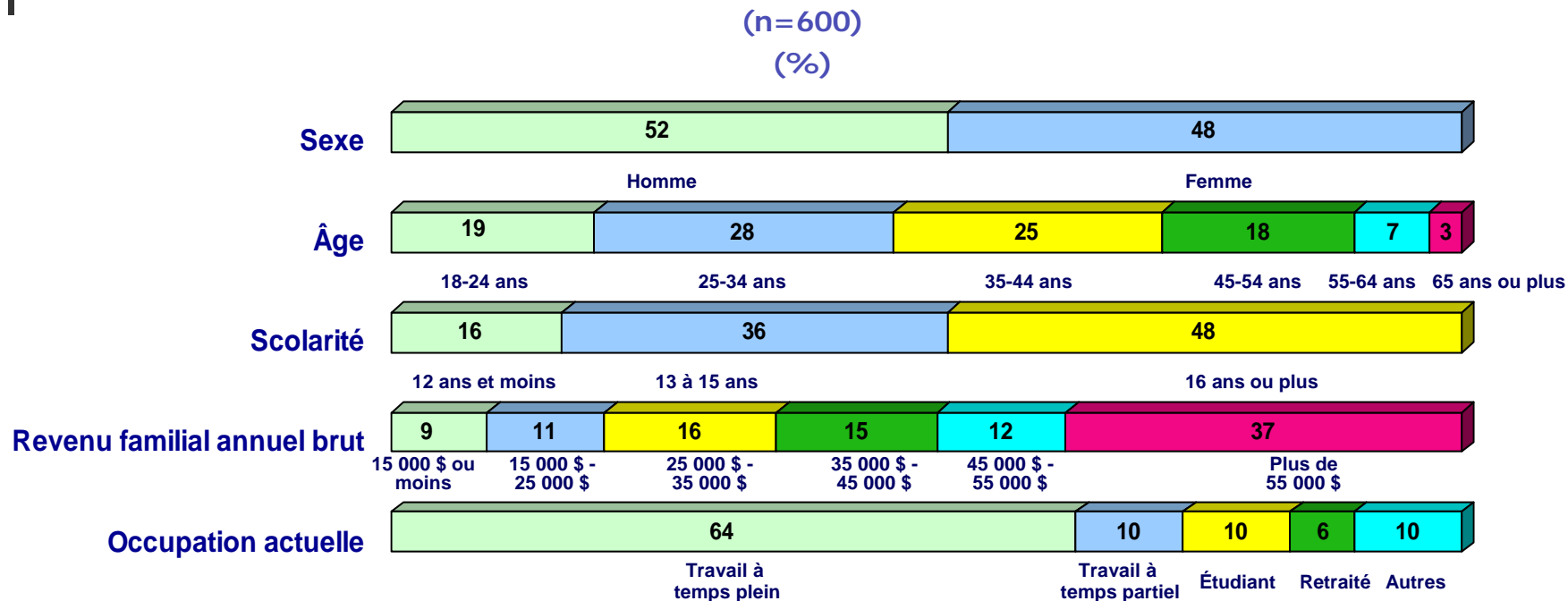
Faits saillants (suite)

- **Un manque de confiance dans la sécurité de la transaction et le fait de ne pas pouvoir voir ni toucher la marchandise sont les principaux freins à l'achat par Internet.**
- **Le marché pourrait plus que doubler d'ici trois ans où, en 2003, 350 000 internautes québécois pourraient acheter pour 63,6 millions de dollars de livres par Internet.**
- **La part de marché des librairies virtuelles québécoises devrait s'accroître à 21 % mais pour s'en assurer et peut-être même l'augmenter, celles-ci doivent se baser sur cinq axes de développement dont, en priorité, l'assurance de la sécurité de la transaction ainsi qu'une offre élargie qui montre bien le produit.**
- Deux raisons majeures semblent freiner le magasinage ainsi que l'achat : le manque d'assurance face à la sécurité de la transaction et l'impossibilité de voir ou toucher la marchandise.
- Toutefois, pour le lancement d'une librairie virtuelle, ces deux freins peuvent être contrôlés. D'abord, en rassurant l'internaute par rapport à la sécurité de la transaction ou en proposant des modes de paiement alternatifs. Puis, en proposant des photos des pages couvertures, des résumés ou des descriptions des livres comme on peut en obtenir sur la couverture arrière d'un livre ou auprès d'un libraire.
- Nous estimons que d'ici trois ans, 16 % des internautes québécois achèteront des livres par Internet, soit un peu plus du double de la dernière année.
- En terme de marché, nous estimons qu'en 2003, 350 000 internautes québécois pourraient acheter pour 63,6 millions de dollars de livres par Internet. (On se base sur une dépense annuelle moyenne égale à la dépense de la dernière année).
- Les sites québécois pourraient voir leur part de marché s'accroître si l'on se fit aux intentions (de 13 % pour la dernière année à 21 % pour la prochaine année).
- Néanmoins, ceci demeure une petite part de marché, d'autant plus que chez les principaux acheteurs (les universitaires), elle n'est que de 17 %.
- Cinq axes de développement pourraient permettre aux sites québécois de s'assurer de la part de marché estimée et peut-être même l'augmenter. Parmi ceux-ci, les deux premiers viennent réduire les freins à l'achat exprimés plus tôt :
 - Rassurer les acheteurs potentiels sur la sécurité de la transaction.
 - Offrir un grand choix avec descriptions et photos des pages couvertures (équivalent de pouvoir voir et toucher la marchandise).



1. Le profil des internautes adultes québécois

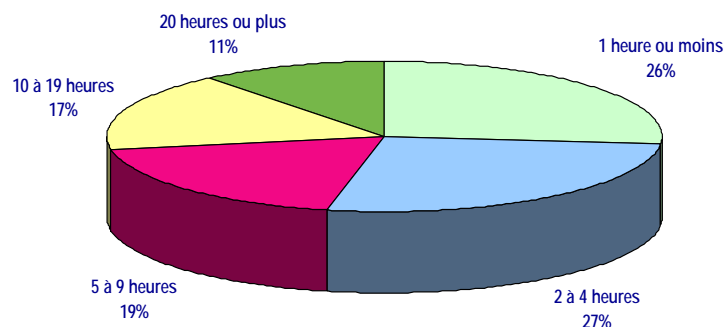
Le profil des internautes adultes québécois - démographie



- L'internaute dont il est question ici est une personne de 18 ans ou plus qui utilise Internet soit à la maison, au travail ou ailleurs.
- Les femmes ont maintenant repris tout le retard qu'elles avaient il y a quelques années par rapport à Internet.
- Les personnes âgées de 55 ans ou plus sont encore peu présentes sur le Web.
- La moitié des internautes québécois ont 16 ans de scolarité ou plus, ce qui est un profil intéressant pour une librairie virtuelle.

Le profil des internautes adultes québécois - Utilisation d'Internet

Combien d'heures par semaine naviguez-vous sur Internet?
(n=591)



Moyenne : 7,5 heures/sem.
Médiane : 4 heures/sem.

- Si les femmes sont aussi nombreuses que les hommes à utiliser Internet, elles naviguent moins souvent (8,9 heures par semaine pour les hommes contre 5,9 pour les femmes).
- L'achat de produits et services sur Internet est fortement corrélé avec le temps passé sur le Web : ceux qui ont acheté sur Internet au cours de la dernière année passe en moyenne 10 heures par semaine sur le réseau contre 6,7 heures pour ceux qui n'ont rien acheté sur le réseau durant cette période.



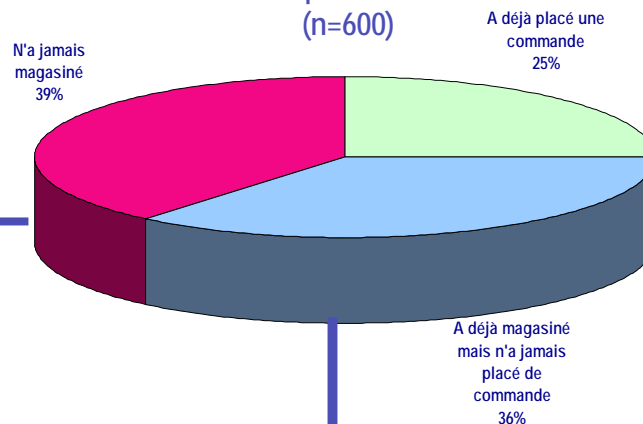
2. Les comportements d'achat de produits et services sur Internet

Le magasinage et l'achat en général

Avez-vous déjà utilisé Internet pour magasiner un produit ou un service, c'est-à-dire chercher de l'information sur un produit ou un service, pour connaître le prix et les points de vente, etc.?

Avez-vous déjà utilisé Internet pour placer une commande concernant un produit ou un service?

(n=600)



Pour quelles raisons vous n'avez jamais utilisé Internet pour magasiner un produit ou un service?

(n=241)

(Total des deux mentions)

	%
Pas sécuritaire	25
Ne peut pas toucher la marchandise	25
Pas intéressé/pas attiré/ne magasine pas	21
N'y a jamais pensé	10
Pas le temps	9
Manque de connaissance sur le sujet	8
Pas d'ordinateur à la maison	7
Pas de carte de crédit	4

Pour quelles raisons, vous n'avez jamais placé de commandes de produits ou services sur Internet?

(n=212)

(Total des deux mentions)

	%
Pas sécuritaire	48
Voulait voir/toucher la marchandise	27
L'occasion ne s'est pas présentée	18
Manque de connaissance sur le sujet	6
Pas besoin/pas nécessaire	6
Pas de carte de crédit	5
N'a pas trouvé le produit recherché	3
Utilise Internet pour information seulement	2

Le magasinage et l'achat en général (suite)

- 61 % des internautes ont déjà utilisé Internet pour magasiner un produit ou un service. Il faut noter toutefois que magasiner signifie chercher de l'information sur un produit ou un service, en connaître les prix ou encore les points de vente.
- Ceci rejoint tout à fait un des premiers motifs d'utilisation d'Internet qui est la recherche d'information.
- Les plus scolarisés et les hommes sont parmi les plus actifs. Les internautes universitaires ont été 69 % à magasiner et 30 % à acheter sur Internet. Ces proportions sont de 69 % et de 31 % pour les hommes. Ceci est encore de bonne augure pour une librairie virtuelle.
- Deux raisons majeures semblent freiner le magasinage ainsi que l'achat : le manque d'assurance face à la sécurité de la transaction et l'impossibilité de voir ou toucher la marchandise.
- Toutefois, pour le lancement d'une librairie virtuelle, ces deux freins peuvent être contrôlés. D'abord, en rassurant l'internaute par rapport à la sécurité de la transaction ou en proposant des modes de paiement alternatifs. Puis, en proposant des photos des pages couvertures, des résumés ou des descriptions des livres comme on peut en obtenir sur la couverture arrière d'un livre ou auprès d'un libraire.

Les achats de la dernière année

Au cours de la dernière année, avez-vous commandé des ... par Internet?		À combien de reprise (au cours de la dernière année) avez-vous commandé des ... par Internet?		Au total, ces commandes de ... représentent quel montant en dollars canadiens?	
Produit ou service	Pourcentage de oui (n=600) (%)	Nombre moyen de reprises		Achat annuel moyen (\$)	
Logiciels	8	(n=41)	2,1	(n=40)	160
Livres	7	(n=44)	2,6	(n=44)	180
Disques audio	4	(n=26)	2,5	(n=27)	70
Cédéroms	2	(n=11)	3,7	(n=11)	290
Jeux électroniques	1	(n=4)	1,6	(n=11)	70
Au cours de la dernière année, avez-vous commandé d'autres produits ou services par Internet?					
Vêtement	2	N/D		N/D	
Billets de spectacle	2	N/D		N/D	
Hébergement	2	N/D		N/D	
Matériel informatique	1	N/D		N/D	

- Parmi l'ensemble des réponses fournies, on dénombre une quarantaine de produits et services différents achetés sur Internet au cours de la dernière année.
- Par des études antérieures, nous savions déjà que l'achat de logiciels arrivait au premier rang des achats par Internet.
- Cette étude nous apprend toutefois que l'achat de livres vient tout de suite en deuxième (7 % des internautes en ont acheté l'an dernier).

Les achats de la dernière année (suite)

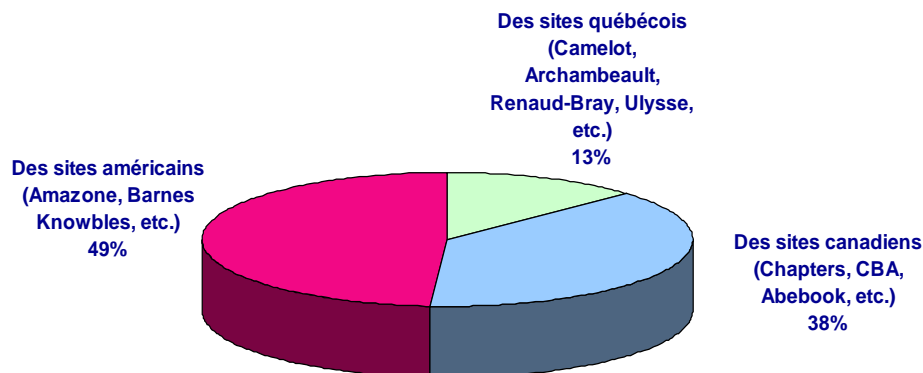
- C'est un type d'achat (le livre) fait par 28 % des internautes qui ont déjà utilisé le Web pour acheter un produit ou un service. On peut ajouter à ce résultat un autre 2 % qui en ont déjà acheté mais pas au cours des 12 derniers mois.
- Les internautes universitaires ont été 10 % à acheter des livres par Internet l'an dernier.
- En nombre, nous estimons que 160 000 internautes québécois auraient acheté des livres sur Internet en moyenne 2,6 fois au cours de la dernière année pour une dépense moyenne de 180 \$ canadien pour l'année.
- Le marché annuel de livres achetés par Internet par les Québécois s'établit donc à :
 - 416 000 ± 97 600 commandes
 - 28,3 ± 10,5 millions de dollars canadiens
- Compte tenu des tailles d'échantillon réduites, on remarquera que ces estimations sont accompagnées de marge d'erreur assez importante. Ceci est vrai autant pour les achats de livres que pour les autres types d'achats.



3. La dynamique des achats de livres par Internet au cours de la dernière année

Les parts de marché géographiques

Si vous considérez le montant total en dollars canadiens de livres que vous avez commandés par Internet au cours de la dernière année, quel pourcentage de ce montant a été dépensé sur... (n=44)

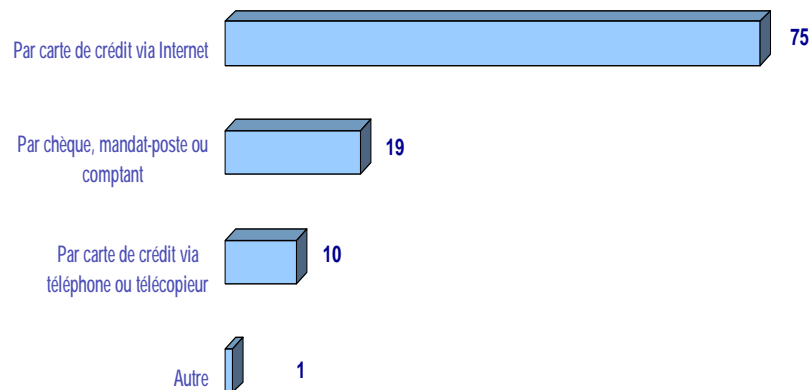


- Les sites québécois ne recueillent qu'une faible part du marché des dépenses québécoises en livres achetés par Internet.
- Des 28,3 millions de dollars de livres achetés par les internautes québécois par Internet, seulement 3,7 millions de dollars l'auraient été sur des sites québécois.
- En fait, 13,9 millions de dollars sont allés aux sites américains.

Le paiement et la livraison

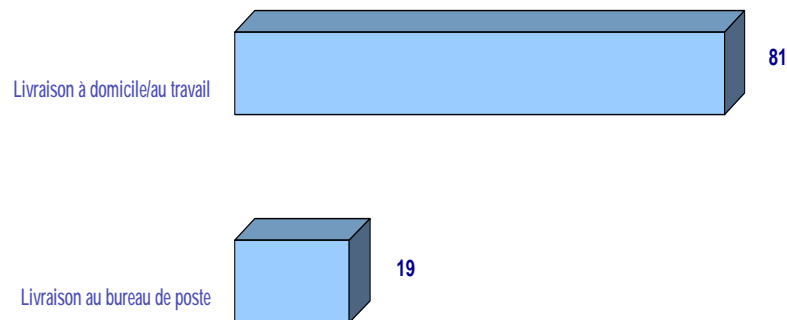
Au cours de la dernière année, de quelles façons avez-vous payé les livres que vous avez commandés par Internet?

(n=44)



Au cours de la dernière année, de quelles façons avez-vous pris possession des livres que vous avez commandés par Internet?

(n=43)



(%)

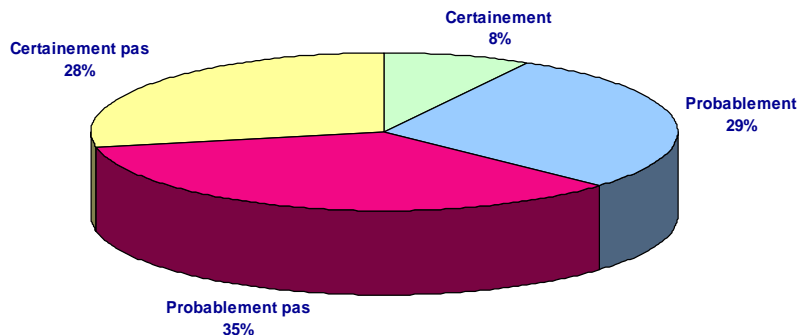
- On voit encore ici que le quart des acheteurs de livres par Internet n'ont probablement pas encore confiance en la sécurité de la transaction puisqu'un maximum de 75 % d'entre eux ont payé par carte de crédit en fournissant leur numéro par Internet.
- Les Québécois ont, en forte majorité, utilisé le mode de livraison le plus vraisemblable dans ce type de transaction : la livraison au domicile ou au bureau (81 %).
- En fait, aucun acheteur n'a pris livraison de ses achats sur place. Ceci n'est toutefois pas étonnant compte tenu que 87 % des achats de la dernière année ont été faits hors Québec.



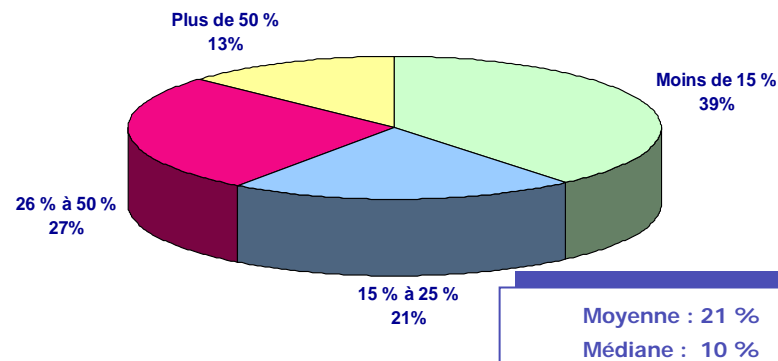
4. Les besoins futurs en achat de livres par Internet

Les intentions d'achat par Internet au cours des trois prochaines années

Maintenant, au cours des trois prochaines années, allez-vous... commander des livres par Internet?
(n=576)



De tous les livres que vous prévoyez acheter cette année, quel pourcentage de ceux-ci vous procurerez-vous par Internet sur des sites québécois?
(n=123)



- Aux dires des répondants, l'achat de livres par Internet pourrait quintupler au cours des trois prochaines années. Alors que 7 % des internautes québécois ont acheté des livres au cours de la dernière année, 37 % en auraient l'intention au cours des trois prochaines années.
- 96 % de ceux qui en ont acheté dans la dernière année récidiverait, dont 42 % en achèteraient certainement.
- 33 % de ceux qui ne l'ont pas encore fait aurait l'intention d'en acheter au cours des trois prochaines années, dont 6 % certainement.

Les intentions d'achat par Internet au cours des trois prochaines années (suite)

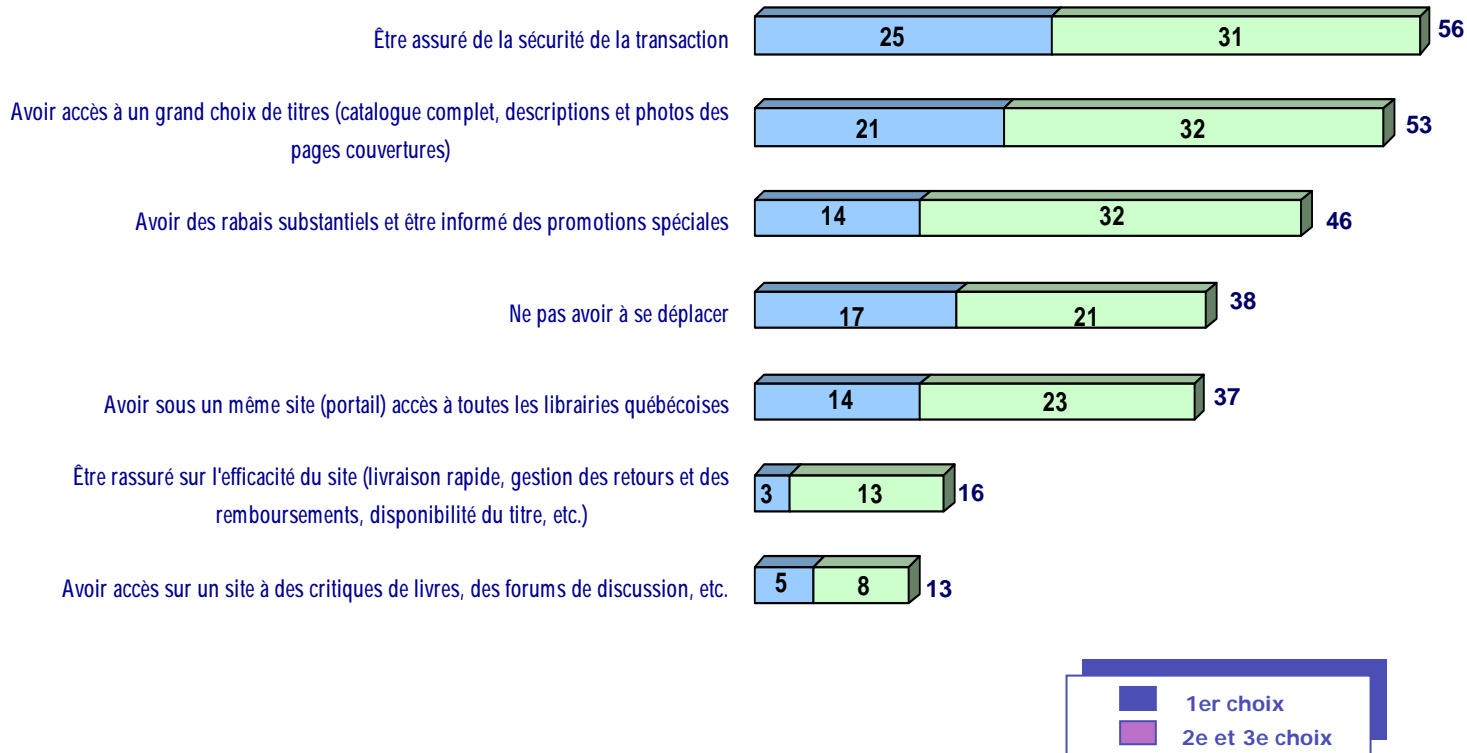
- Par expérience, nous savons que les intentions des répondants exprimées dans les sondages ne se réalisent pas à 100 % pour toutes sortes de raisons.
- Dans ce cas-ci, nous estimons que ceux qui indiquent qu'ils en achèteront certainement le feront réellement dans 75 % des cas et que ceux qui expriment une intention probable le feront vraisemblablement dans 33 % des cas.
- En appliquant ces facteurs de correction aux intentions, nous estimons que d'ici trois ans, 16 % des internautes québécois achèteront des livres par Internet, soit un peu plus du double de la dernière année.
- En terme de marché, nous estimons qu'en 2003, 350 000 internautes québécois pourraient acheter pour 63,6 millions de dollars de livres par Internet. (On se base sur une dépense annuelle moyenne égale à la dépense de la dernière année.)
- Comme ceux de la dernière année, les futurs achats seront faits par des gens de scolarité universitaire (47 % ont une intention certaine ou probable) et provenant surtout de la grande région de Montréal (43 % d'intention).
- Les sites québécois pourraient voir leur part de marché s'accroître si l'on se fit aux intentions (de 13 % pour la dernière année à 21 % pour la prochaine année).
- Néanmoins, ceci demeure une petite part de marché, d'autant plus que chez les principaux acheteurs (les universitaires), elles n'est que de 17 %.

Les facteurs de succès pour l'achat de livres sur des sites québécois

Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous inciterait le plus à commander vos livres sur des sites québécois?

Base : ceux qui achèteront certainement ou probablement des livres sur Internet au cours des trois prochaines années n=215)

%



Les facteurs de succès pour l'achat de livres sur des sites québécois (suite)

- Cinq axes de développement pourraient permettre aux sites québécois de s'assurer de la part de marché estimée et peut-être même l'augmenter. Parmi ceux-ci, les deux premiers viennent réduire les freins à l'achat exprimés plus tôt :
 - Rassurer les acheteurs potentiels sur la sécurité de la transaction.
 - Offrir un grand choix avec descriptions et photos des pages couvertures (équivalent de pouvoir voir et toucher la marchandise).
- Internet doit offrir des meilleurs prix, d'où l'intérêt pour les rabais et les promotions.
- Internet doit aussi permettre de ne pas se déplacer, c'est le modus operandi de ce niveau.
- Les internautes aiment trouver rapidement ce qu'ils cherchent d'où l'intérêt pour un portail.