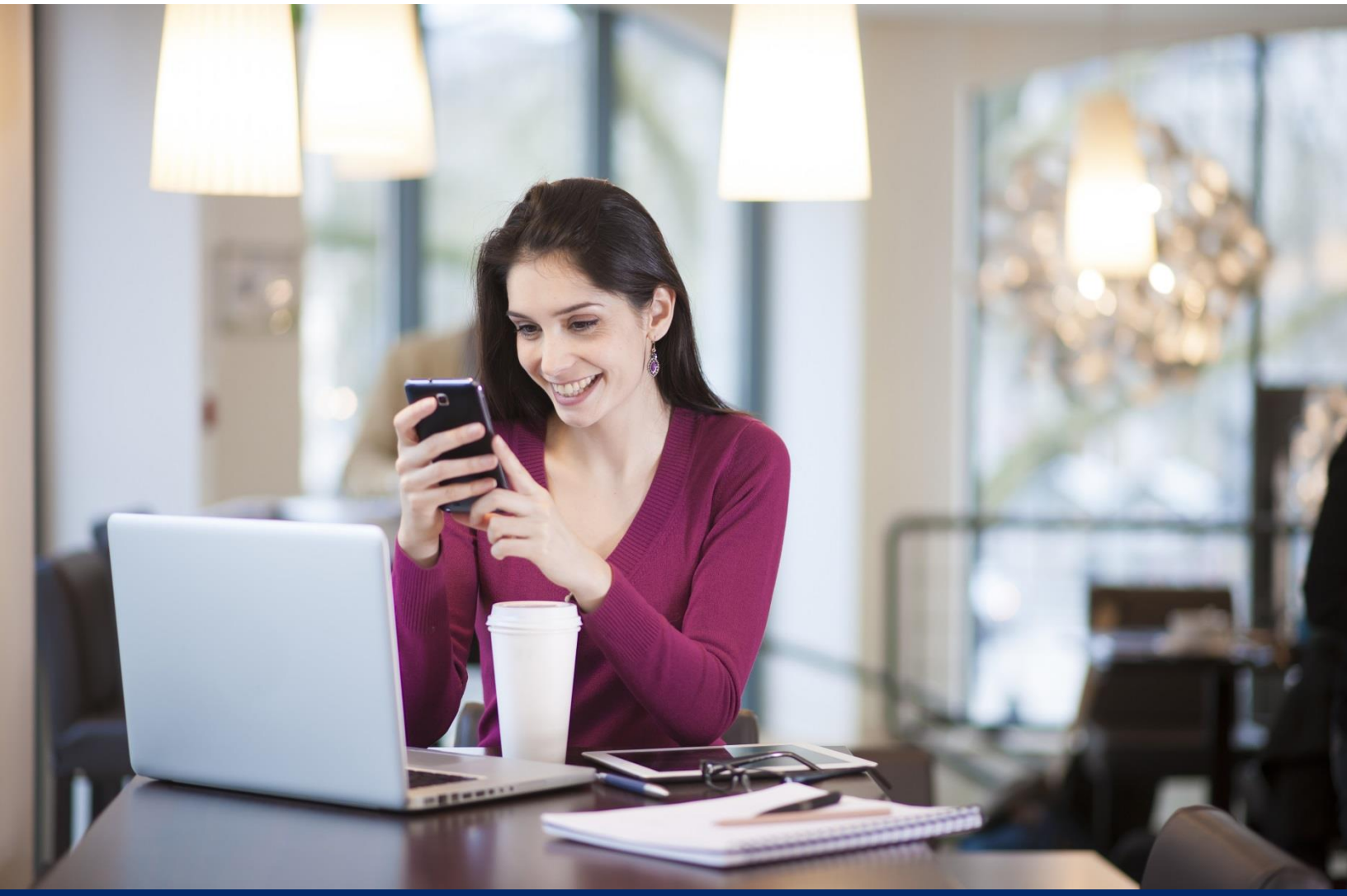
NETendances 2014

UNE INITIATIVE DU cefrio



# ÉQUIPEMENT ET BRANCHEMENT INTERNET DES FOYERS QUÉBÉCOIS

VOLUME 5 – NUMÉRO 2

AVEC LA COLLABORATION DU

BIP BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

B I P

BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

# Votre partenaire depuis *plus de 25 ans*

- ✓ **Sondages**
- ✓ **Recherche sociale**
- ✓ **Recherche marketing**
- ✓ **Mesure de la satisfaction**

630, rue Sherbrooke Ouest, bur. 210
Montréal (Québec) H3A 1E4

Tél. : 514 288-1980
Téléc. : 514 288-6607

**www.bip-sondage.com**

# TABLE DES MATIÈRES


FAITS SAILLANTS ..... 4

BRANCHEMENT INTERNET ..... 5
Foyers branchés ..... 5
Types de branchement ..... 5
Quels foyers n'ont pas accès à Internet ? ..... 5

ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE ET DE DIVERTISSEMENT ..... 6
Les ordinateurs de table et les ordinateurs portables gagnent en popularité ..... 6
Accroissement de la présence des appareils mobiles chez les Québécois ..... 6
La télévision haute définition dans les trois quarts des foyers ..... 7

UTILISATION HEBDOMADAIRE D'INTERNET ..... 9
Stabilité du nombre d'heures d'usage d'Internet ..... 9
Les jeunes : avides utilisateurs d'Internet ..... 9

RÉSULTATS DÉTAILLÉS ..... 10
Profil des internautes ..... 10
Équipement des foyers ..... 11

THÈMES DES PROCHAINES PUBLICATIONS ..... 12


## MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « équipement et branchement » de l'enquête NETendances 2014, nous avons fait appel à une collecte de données (juin 2014) au cours de laquelle nous avons interrogé, au téléphone, 1 003 adultes québécois. 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 ± 3,1 % pour la base des adultes et à ± 3,3 % 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 : la RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]); la RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]); l'Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay–Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine); le Centre du Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]); et l'Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

## NOTES EXPLICATIVES

- Adultes québécois : ensemble des répondants de 18 ans et plus, qui utilisent Internet ou non.
- Internautes québécois : personnes de 18 ans et plus qui utilisent Internet.
- Foyers avec enfant : foyers où habite au moins une personne de moins de 18 ans.
- Données comparatives de 2013 : les données ont été recueillies en juin 2013. 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, est de ± 3,1 % pour la base des adultes et de ± 3,4 % pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

## ÉQUIPEMENT ET BRANCHEMENT INTERNET DES FOYERS QUÉBÉCOIS


L'enquête NETendances 2014 a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins et le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale.


## COLLABORATION

### ÉQUIPE DE PROJET


**Josée Beaudoin**
Vice-présidente, Innovation et Transfert, CEFRIO
*Supervision du projet*

**Claire Bourget**
Directrice de la recherche marketing, CEFRIO
*Coordination du projet*

**Guillaume Mallette-Vanier**
Chargé de projet, CEFRIO
*Analyse des données et rédaction*


### ÉQUIPE D'ÉDITION


**Guillaume Ducharme**
Directeur des communications et des relations avec les partenaires, CEFRIO

**Annie Lavoie**
Conseillère en communication, CEFRIO
*Coordination de l'édition*

**Réviseure**
**Marie-Guy Maynard**
*Révision linguistique*



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

Dépôt légal : 2014
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (version imprimée) 1923-6565
ISSN (PDF) 1923-6573

Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF dans la section « Publications » du site Web du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.



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



Photo de la couverture : Shutterstock/©Jack Frog

# FAITS SAILLANTS

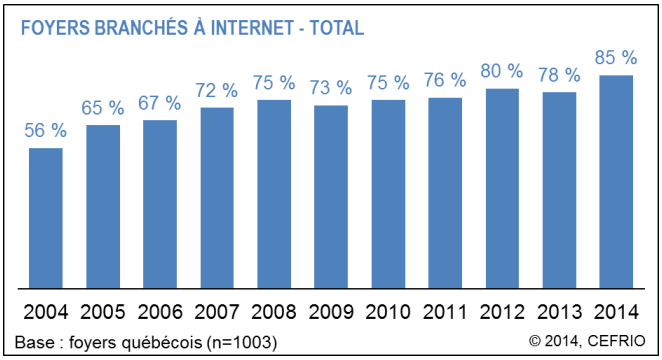
De plus en plus d'équipements technologiques, répondant à divers besoins, s'offrent aux Québécois. À l'aide de ce fascicule, qui présente les résultats de l'étude NETendances 2014, le CEFRIO vous livre le portrait de la présence de différents équipements technologiques dans les foyers québécois ainsi que du taux de branchement à Internet de ces foyers.

- En 2014, 85,4 % des foyers québécois sont branchés à Internet. De ces foyers, 69,8 % le sont à haute vitesse (54,1 %) ou très haute vitesse (15,7 %).
- Plus de quatre foyers québécois sur cinq (83,1 %) disposent d'un ordinateur. L'ordinateur portable (66,4 %) est présent dans une plus grande proportion des foyers québécois que l'ordinateur de table (59,2 %).
- Le téléphone intelligent est présent chez plus d'un Québécois sur deux (53,3 %) cette année, en hausse par rapport à l'année précédente (41,8 %). Notons également qu'il est présent en plus grande proportion dans les foyers des ménages avec au moins un enfant (74,3 % contre 42,2 % dans les foyers sans enfant dans le ménage).
- L'adoption de la tablette électronique fait quant à elle un bond considérable par rapport à 2013, passant d'une présence dans un foyer sur quatre (26,5 %) à près d'un foyer sur deux (44,7 %) cette année. La tablette est proportionnellement plus présente dans les foyers des ménages avec au moins un enfant (63,7 %) que dans ceux où il n'y a aucun enfant (34,6 %).
- La présence de la télévision haute définition croît de manière importante en 2014. Cet appareil se retrouve chez plus des trois quarts des Québécois en 2014 (76,6 %), une hausse de 11,7 % par rapport à 2013. L'enregistreur numérique personnel est aussi de plus en plus populaire, passant d'une présence dans 31,9 % des foyers en 2013 à 44,8 % en 2014. Les consoles de jeux vidéo sont toujours aussi présentes dans les foyers des Québécois (40,7 %), n'affichant pas de variation depuis 2010.
- En moyenne, les internautes québécois passent 20,5 heures par semaine sur Internet, ce qui est comparable à l'année dernière où la moyenne se situait à 19,8 heures par semaine.
- Le poste de travail fixe est l'outil utilisé pendant le plus grand nombre d'heures par semaine en moyenne pour accéder à Internet (10 heures). Les appareils mobiles progressent, on y passe en moyenne 7,2 heures par semaine sur Internet comparativement à 5,1 en 2013. En contrepartie, on passe moins de temps qu'en 2013 sur le Web à partir d'un ordinateur portable ou d'un miniportable (6,5 heures en 2014 contre 7,3 heures en 2013).
- Les internautes de 18 à 24 ans (31,6 heures par semaine) et les diplômés universitaires (23,8 heures par semaine) sont d'avides utilisateurs d'Internet, y passant hebdomadairement plus d'heures que l'internaute québécois moyen (20,5 heures par semaine).

# BRANCHEMENT INTERNET

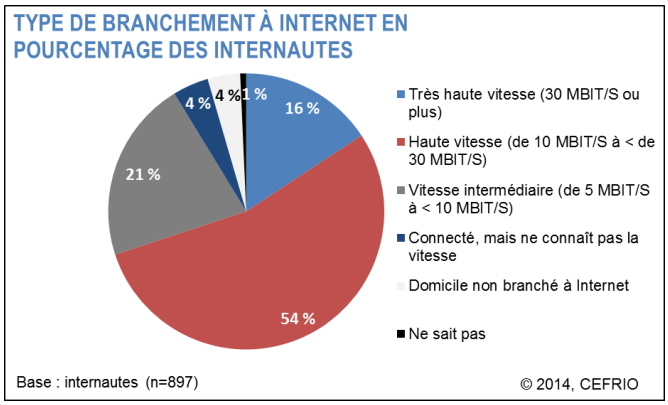
## FOYERS BRANCHÉS

En 2014, 85,4 % des foyers québécois sont branchés à Internet. Cette proportion est en hausse par rapport à l'année précédente où le taux de connexion s'établissait à 78,1 %.



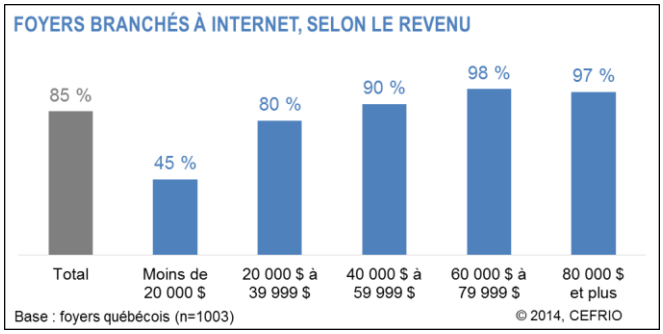

## TYPES DE BRANCHEMENT

La majorité des foyers québécois branchés le sont à partir d'une connexion Internet haute vitesse (à partir de 10 Mbit/s, mais moins de 30 Mbit/s) (54,1 %). Plus d'un foyer branché sur cinq l'est à partir d'une connexion à vitesse intermédiaire (à partir de 5 Mbit/s, mais moins de 10 Mbit/s) (21,3 %) et 15,7 % à partir d'une connexion à très haute vitesse (30 Mbit/s ou plus). Au total, c'est donc près de 70 % des internautes qui ont accès à une connexion à haute ou très haute vitesse au foyer.

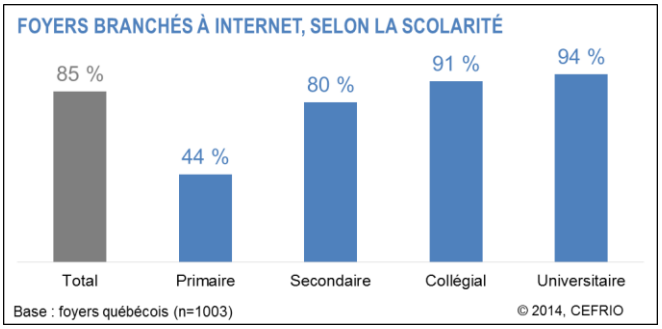



## QUELS FOYERS N'ONT PAS ACCÈS À INTERNET ?

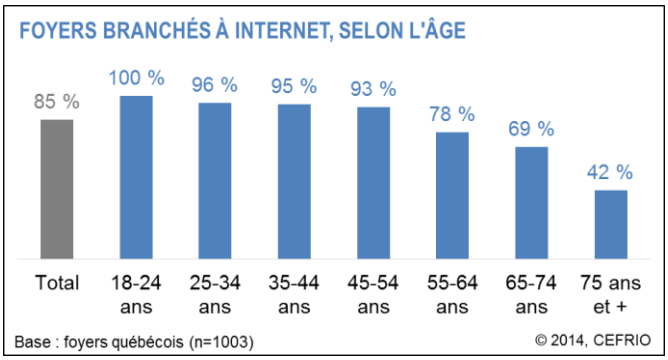
Bien qu'il s'agisse d'une minorité, certains foyers québécois ne sont pas connectés à Internet. On remarque une plus faible proportion de branchements dans les foyers avec un revenu familial moins élevé, notamment, chez ceux dont le revenu familial est inférieur à 20 000 $ (44,8 %) et ceux dont le revenu se situe entre 20 000 $ et 39 999 $ (79,5 %). En contrepartie, les foyers bénéficiant d'un revenu familial de 60 000 $ à 79 999 $ (98,2 %) et de 80 000 $ et plus (96,5 %) sont significativement plus branchés que la moyenne québécoise.




Le niveau de scolarité des répondants influence également la proportion de foyers branchés, qui est significativement moins élevée chez les adultes québécois dont le niveau de scolarité le plus élevé est un diplôme du primaire (43,9 %) ou du secondaire (80,0 %). En contrepartie, la proportion de foyers avec un accès au Web est significativement plus élevée chez les diplômés collégiaux (90,5 %) et universitaires (94,0 %).



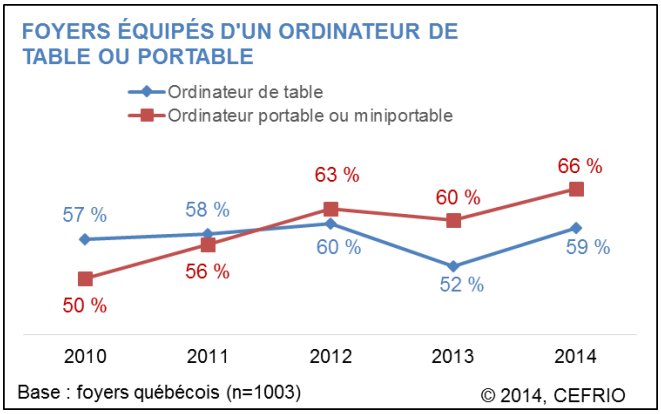

L'âge des répondants influence aussi le taux de branchement Internet des foyers québécois. Alors que les Québécois de 18 à 54 ans sont connectés dans des proportions extrêmement importantes (95,3 %) et significativement plus élevées que la moyenne québécoise (85,4 %), ceux âgés de 55 ans et plus le sont moins, toutes proportions gardées (68,3 %). Notons toutefois que la proportion des Québécois âgés de 55 ans et plus branchés à Internet est en hausse par rapport à 2013 (68,3 % en 2014 contre 60,1 % en 2013).



# ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE ET DE DIVERTISSEMENT

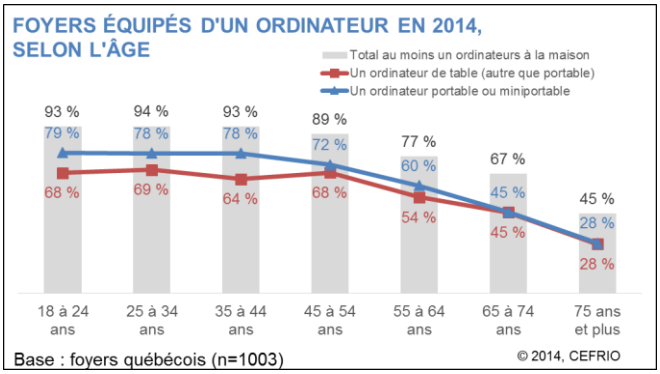
## LES ORDINATEURS DE TABLE ET LES ORDINATEURS PORTABLES GAGNENT EN POPULARITÉ

Au total, on retrouve un ordinateur dans plus de quatre foyers québécois sur cinq (83,1 %). Encore une fois en 2014, l'ordinateur portable est présent dans une plus grande proportion (66,4 %) des foyers québécois que l'ordinateur de table (59,2 %). On observe une augmentation de la proportion de foyers disposant de ces appareils comparativement à l'année 2013 (60,4 % et 52,1 % respectivement pour l'ordinateur portable et l'ordinateur de table).




Les répondants âgés de 18 à 54 ans sont proportionnellement plus nombreux à disposer d'au moins un ordinateur à domicile (92,2 %), contrairement à ceux de 55 ans et plus (67,5 %).

Les hommes (85,6 %) ont également un ordinateur à la maison dans des proportions plus importantes que les femmes (80,7 %).



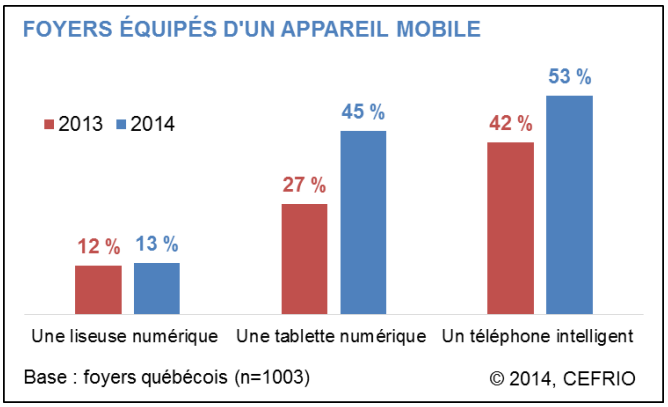

**La publicité sur mobile se taille une place de choix**

L'utilisation des appareils mobiles n'est pas la seule à connaître une croissance importante, les dépenses en publicités sur ces appareils connaissent également une hausse impressionnante. On estime que le total des dépenses en publicité sur mobile à travers le monde se chiffre à près de 18 milliards de dollars pour 2013, une hausse de 105 % par rapport à 2012. On prévoit que ces dépenses continueront à croître au rythme de 75,1 % cette année, pour atteindre plus de 31 milliards de dollars en 2014. Plus de la moitié des revenus engagés par ces investissements publicitaires sont empochés par Google.

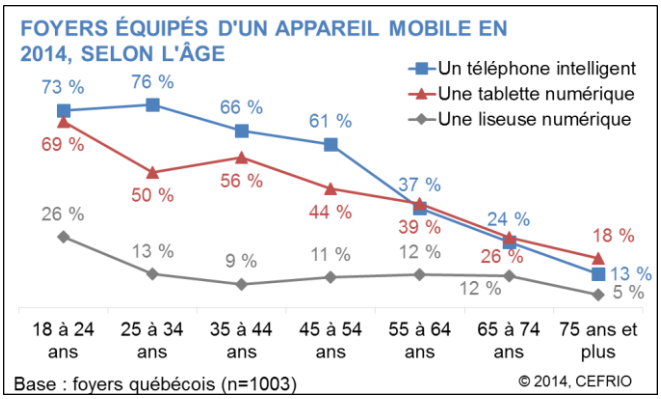
Source: Tech crunch, 19 mars 2014, « Global Mobile Ad Spend Jumped 105% In 2013, On Track For $31.5B In 2014 Led By Google, Says eMarketer ». En ligne (11 juillet 2014) : [http://techcrunch.com/2014/03/19/global-mobile-ad-spend-jumped-105-in-2013-on-track-for-31-5b-in-2014-led-by-google/].

## ACCROISSEMENT DE LA PRÉSENCE DES APPAREILS MOBILES CHEZ LES QUÉBÉCOIS

En 2014, on remarque une hausse importante de la proportion de foyers québécois disposant d'un téléphone intelligent ou d'une tablette comparativement à 2013. En effet, alors qu'en 2013, 26,5 % des foyers disposaient d'une tablette numérique, on compte maintenant 44,7 % des foyers qui en possèdent une, une hausse importante. En ce qui concerne les téléphones intelligents, le nombre de foyers munis d'un tel appareil passe de 41,8 % à 53,3 %. De son côté, la liseuse numérique demeure assez peu répandue, présente chez un peu plus d'un adulte québécois sur dix (12,5 %).



De manière générale, les foyers des jeunes adultes sont ceux qui sont le plus souvent équipés d'appareils mobiles. Les téléphones intelligents sont présents dans une plus grande proportion chez les Québécois âgés de 18 à 54 ans (68,0 %) que pour la moyenne du Québec (53,3 %). Il en va de même pour la tablette numérique (53,1 % pour les 18 à 54 ans contre 44,7 % pour la moyenne du Québec). La tablette numérique et le téléphone intelligent sont présents dans des proportions beaucoup plus élevées dans les ménages avec au moins un enfant (74,3 % pour le téléphone intelligent et 63,7 % pour la tablette) que dans les ménages sans enfant (42,2 % pour le téléphone intelligent et 34,6 % pour la tablette). La liseuse est quant à elle plus populaire que la moyenne chez les Québécois âgés de 18 à 34 ans (18 % contre 12,5 % pour la population du Québec).



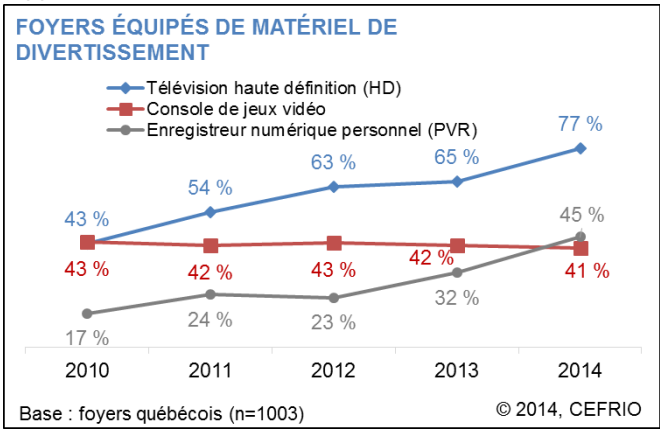

**Les adultes américains plus attachés à Internet qu'à la télévision**

D'après une étude réalisée par le PEW Research Center, les Américains considèrent qu'il serait plus facile de se priver de télévision que d'Internet. En effet, dans une étude réalisée auprès de 1006 adultes des États-Unis, 46 % des répondants ont indiqué qu'il serait très difficile ou impossible de se passer d'Internet, alors que seulement 35 % ont donné cette réponse pour la télévision.

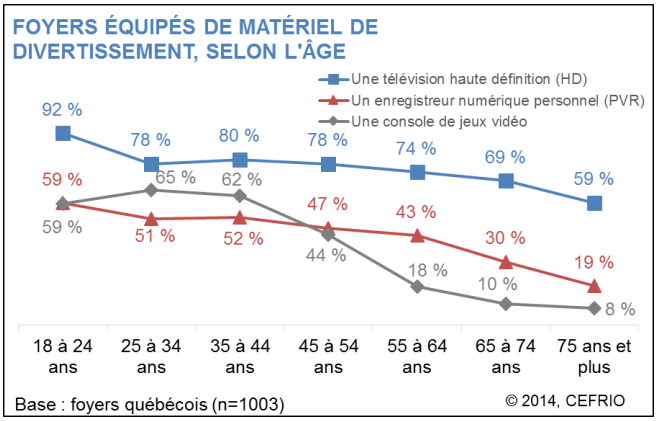
Source : TIME, 27 février 2014, « 5 Fascinating Graphs That Show How We Use the Internet ». En ligne (11 juillet 2014) : [http://newsfeed.time.com/2014/02/27/5-fascinating-graphs-that-show-how-we-use-the-internet/photo/internetgraph6/].

## LA TÉLÉVISION HAUTE DÉFINITION DANS LES TROIS QUARTS DES FOYERS

En 2014, la proportion de foyers disposant d'une télévision haute définition atteint un nouveau sommet. En 2013, on retrouvait cet appareil dans 64,9 % des foyers du Québec et c'est maintenant plus de trois foyers sur quatre (76,6 %) qui possèdent une télévision haute définition. Cette proportion représente une hausse de plus de 30% par rapport à 2010.



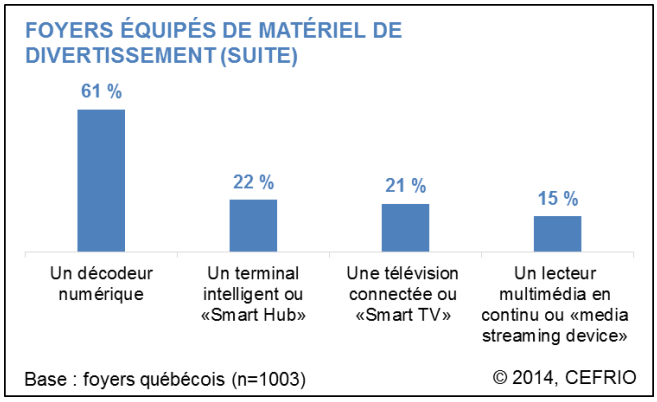

La popularité de l'enregistreur numérique personnel est également en hausse comparativement à 2013 (44,8 % en 2014 contre 31,9 % en 2013) et a fait une avancée importante depuis 2010 (17,2 %). De son côté, la proportion de foyers avec une console de jeux vidéo demeure stable, et ce depuis 2010 (40,7 %).



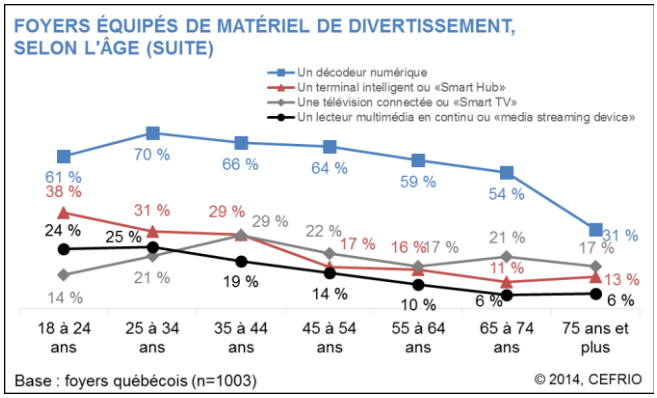

La télévision haute définition est bien implantée dans toutes les tranches d'âge au Québec. Bien qu'elle soit significativement plus présente dans le foyer des Québécois âgés de 18 à 44 ans (82,1 %), il demeure toutefois que, peu importe le groupe d'âge, plus de la moitié des foyers du Québec en sont équipés. Notons également que les hommes (79,5 %) sont plus nombreux que les femmes (73,8 %), toutes proportions gardées, à avoir une télévision haute définition chez eux.

Les consoles de jeux sont, elles aussi, présentes particulièrement chez les jeunes (18 à 44 ans ; 62,4 %) et chez les hommes (45,1 %). En outre, l'enregistreur numérique personnel est proportionnellement plus présent chez les Québécois âgés de 18 à 44 ans (53,2 %) que la moyenne. Les adultes québécois dont le revenu familial annuel est supérieur ou égal à 100 000 $ possèdent aussi un tel appareil dans des proportions plus importantes (65,2 %).

Le décodeur numérique est bien implanté au Québec avec une présence dans six foyers sur dix (60,6 %). En contrepartie, la présence des terminaux intelligents (22,3 %) et des télévisions connectées (20,6 %) est beaucoup plus faible, car dans les deux cas, on ne les retrouve que dans un foyer québécois sur cinq. Le lecteur multimédia en continu est également assez faiblement implanté, disponible dans 15,3 % des foyers du Québec.




L'âge affecte assez faiblement la présence de la télévision connectée dans les foyers québécois. L'effet de l'âge sur la présence des décodeurs numériques dans les foyers est également assez minime, sauf chez les 75 ans et plus qui sont significativement moins nombreux que la moyenne à posséder cet appareil chez eux (31,4 %). Le lecteur multimédia en continu est quant à lui particulièrement populaire chez les Québécois de 18 à 34 ans (24,3 %) et beaucoup moins chez ceux âgés de 65 ans et plus (5,8 %). De son côté, le terminal intelligent est plus présent chez les Québécois âgés de 18 à 44 ans (32,1 %) que chez ceux âgés de 45 ans et plus (14,5 %).




### La télévision connectée aux États-Unis

Selon une étude réalisée par eMarketer, 12,7 % des foyers américains disposaient d'une télévision connectée ou «Smart TV» en 2012. D'après leurs estimations, cette proportion serait de 24,1 % en 2014.

En considérant les télévisions connectées à partir d'un appareil externe (un terminal permettant la connexion à Internet ou une console de jeux), le quart des foyers américains (24,2 %) étaient branchés en 2012 et plus du tiers (34,2 %) le seraient en 2014, toujours d'après les estimations d'eMarketer.

Source : eMarketer, 3 janvier 2013, « eMarketer: A Quarter of US Households Now Have a TV Connected to the Internet». En ligne (18 juillet 2014) : [http://www.emarketer.com/newsroom/index.php/emarketer-quarter-households-tv-connected-internet/].

### Pour quelles raisons les non-utilisateurs d'Internet ne s'en servent-ils pas?

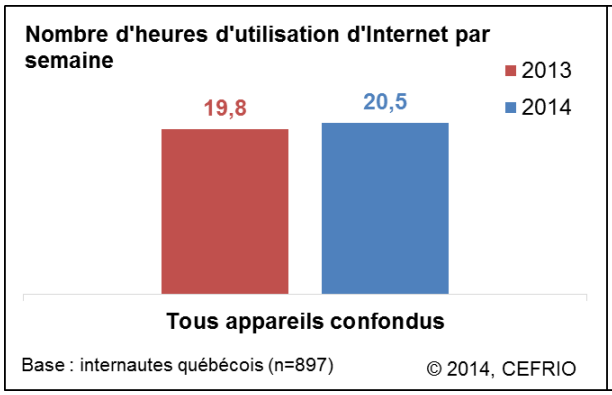
En 2013, 15 % des adultes américains ne se servaient pas d'Internet. Le manque d'intérêt est la raison la plus souvent mentionnée pour expliquer qu'ils ne fassent pas usage de cet outil. Plusieurs soulignent aussi qu'ils n'ont pas d'ordinateurs ou que l'utilisation du web est trop difficile ou frustrante. La plupart de ces adultes (92 %) disent ne pas avoir d'intérêt à se connecter dans le futur, mais près de la moitié (44 %) ont demandé à des proches de faire des recherches ou de compléter des tâches pour eux sur la toile.

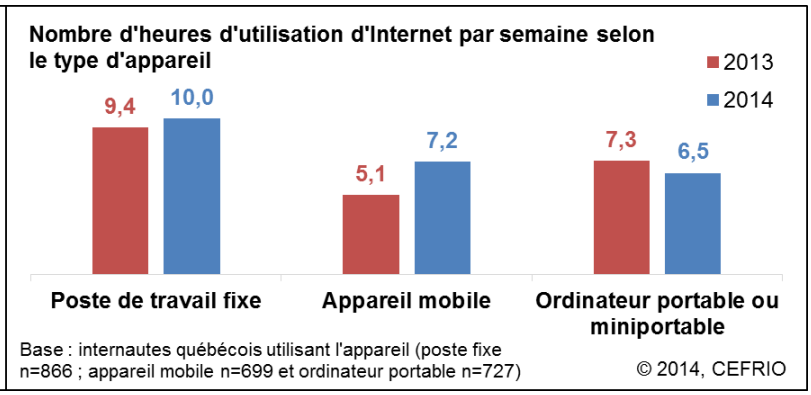
Source : PEW Research, 25 septembre 2013, « Who's Not Online and Why ». En ligne (11 juillet 2014) : [http://www.pewinternet.org/2013/09/25/whos-not-online-and-why/].

# UTILISATION HEBDOMADAIRE D'INTERNET

## STABILITÉ DU NOMBRE D'HEURES D'USAGE D'INTERNET

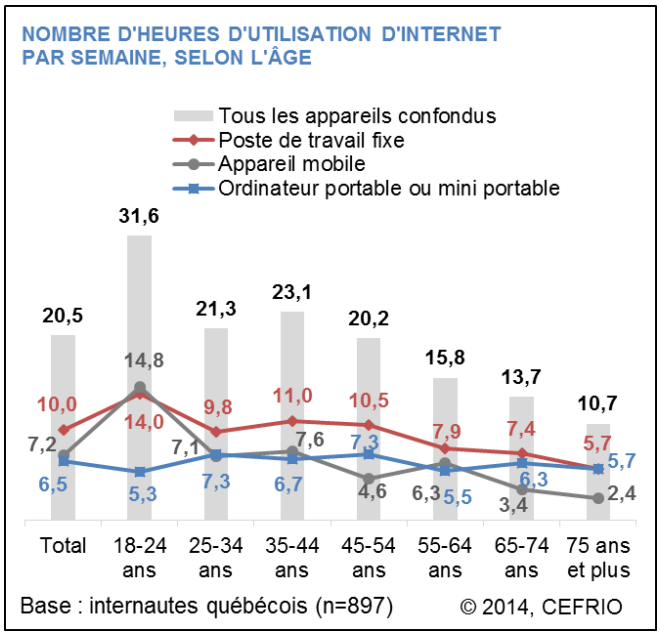
L'internaute québécois moyen passe 10 heures par semaine sur Internet à partir d'un poste de travail fixe. Cette utilisation est comparable à celle observée en 2013 (9,4 heures). L'utilisation d'Internet à partir d'appareil mobile est en hausse par rapport à l'année précédente, passant de 5,1 heures par semaine en 2013 à 7,2 heures par semaine en 2014. En ce qui a trait à l'utilisation d'Internet sur un ordinateur portable ou miniportable, on observe une légère baisse. En effet, l'utilisation moyenne à partir de ces appareils passe de 7,3 heures par semaine en 2013 à 6,5 en 2014. Lorsqu'on tient compte de tous ces appareils, l'utilisation hebdomadaire demeure stable par rapport à 2013 la moyenne étant de 20,5 heures par semaine en 2014, alors qu'elle se situait à 19,8 heures en 2013.



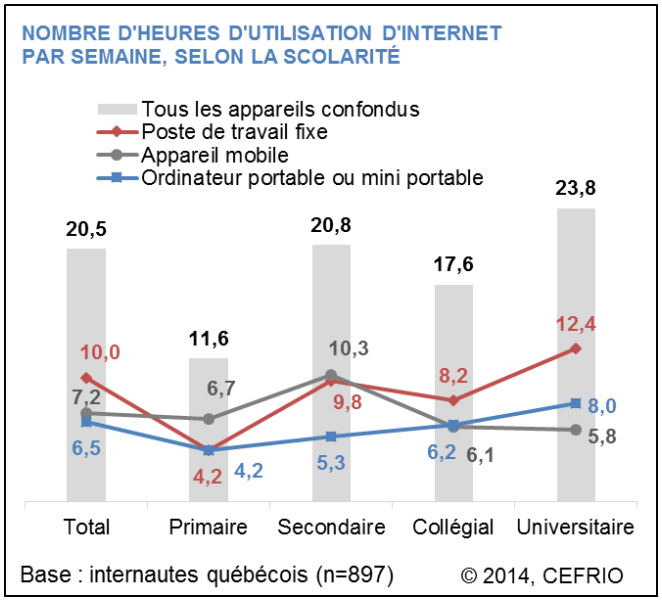




## LES JEUNES : AVIDES UTILISATEURS D'INTERNET

Les internautes de 18 à 24 ans (31,6 heures par semaine) sont ceux qui passent, en moyenne, le plus de temps sur Internet par semaine, tous appareils confondus. Ils sont également ceux qui passent le plus de temps sur Internet à partir d'un appareil mobile (14,8 heures par semaine).




Les internautes diplômés de l'université passent significativement plus d'heures sur Internet que la moyenne (23,8 heures par semaine), ils en passent aussi plus à partir d'un ordinateur de table que l'internaute québécois moyen (12,4 heures en moyenne contre 10,0 heures pour la moyenne du Québec). Fait intéressant, les internautes ayant un niveau de scolarité collégial utilisent significativement moins Internet que l'internaute québécois moyen (17,6 heures en moyenne contre 20,5 pour la moyenne du Québec). Cette différence est surprenante, parce qu'il s'agit d'un groupe plus jeune et plus riche que la moyenne, deux facteurs qui se traduisent généralement par une utilisation plus importante de la technologie.



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

## PROFIL DES INTERNAUTES

| | BRANCHEMENT | | NOMBRE D'HEURES ACTIVES SUR INTERNET | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | FOYERS BRANCHÉS | FOYERS BRANCHÉS TRÈS HAUTE VITESSE | TOTAL | ORDINATEUR DE TABLE | ORDINATEUR PORTABLE | APPAREIL MOBILE |
| *Base* | *Foyers québécois (n=1003)* | | *Internautes (n=897)* | | | |
| **Total** | **85,4 %** | **14,1 %** | **20,5** | **10,0** | **6,5** | **7,2** |
| **Sexe** | | | | | | |
| Homme | 86,8 % | **17,5 %** | 22,0 | 10,8 | 6,9 | 7,9 |
| Femme | 84,1 % | **10,8 %** | 19,1 | 9,2 | 6,2 | 6,4 |
| **Âge** | | | | | | |
| 18 à 24 ans | 100,0 % | 13,1 % | **31,6** | 14,0 | 5,3 | **14,8** |
| 25 à 34 ans | **95,7 %** | 17,8 % | 21,3 | 9,8 | 7,3 | 7,1 |
| 35 à 44 ans | **94,7 %** | 17,9 % | 23,1 | 11,0 | 6,7 | 7,6 |
| 45 à 54 ans | **93,0 %** | 15,7 % | 20,2 | 10,5 | 7,3 | **4,6** |
| 55 à 64 ans | **77,9 %** | 12,5 % | **15,8** | **7,9** | 5,5 | 6,3 |
| 65 à 74 ans | **68,9 %** | 10,3 % | **13,7** | **7,4** | 6,3 | **3,4** |
| 75 ans et plus | **42,1 %** | **4,6 %** | **10,7** | **5,7** | 5,7 | **2,4** |
| **Langue maternelle** | | | | | | |
| Français | 85,4 % | 12,8 % | **18,9** | 9,4 | 6,3 | **6,2** |
| Anglais ou autre | 84,9 % | 16,5 % | **24,4** | 11,0 | 7,4 | **8,9** |
| **Scolarité** | | | | | | |
| Primaire | **43,9 %** | **2,8 %** | **11,6** | **4,2** | 4,2 | 6,7 |
| Secondaire | **80,0 %** | 11,3 % | 20,8 | 9,8 | **5,3** | **10,3** |
| Collégial | **90,5 %** | 13,0 % | **17,6** | **8,2** | 6,2 | **6,1** |
| Universitaire | **94,0 %** | **19,8 %** | **23,8** | **12,4** | **8,0** | **5,8** |
| **Composition du ménage** | | | | | | |
| Avec enfant(s) | **96,6 %** | **18,8 %** | **24,9** | **11,3** | 6,8 | **9,6** |
| Sans enfant | **79,5 %** | **11,5 %** | **17,8** | **9,1** | 6,4 | **5,5** |
| **Revenu familial annuel** | | | | | | |
| Moins de 20 000 $ | **44,8 %** | **3,6 %** | **15,0** | 7,8 | 5,1 | 5,1 |
| 20 000 $ à 39 999 $ | **79,5 %** | **6,8 %** | 19,4 | 9,0 | 7,4 | 8,2 |
| 40 000 $ à 59 999 $ | 89,5 % | 17,0 % | **16,5** | 9,8 | **4,7** | **4,4** |
| 60 000 $ à 79 999 $ | **98,2 %** | 17,6 % | 20,9 | 9,3 | 7,9 | 6,8 |
| 80 000 $ et plus | **96,5 %** | **21, 9 %** | **24,5** | 11,0 | 7,5 | 7,6 |
| **Situation professionnelle** | | | | | | |
| Employé (service, bureau, vente) | **95,6 %** | 14,7 % | **22,9** | **11,4** | 7,7 | **5,8** |
| Travailleur manuel | 86,7 % | 10,8 % | **13,1** | **7,3** | **4,0** | **4,3** |
| Professionnel | **94,9 %** | **19,6 %** | 22,2 | 10,8 | 7,3 | 7,0 |
| Au foyer | 78,1 % | 10,8 % | **14,8** | 7,5 | **4,0** | 6,9 |
| Étudiant | 99,0 % | 9,1 % | 27,2 | 9,4 | 4,8 | **15,4** |
| Retraité | **63,6 %** | **9,0 %** | **13,4** | **7,2** | 5,9 | **4,0** |
| Sans emploi | 80,5 % | 26,6 % | **45,4** | **20,6** | 9,2 | **26,4** |
| **Région** | | | | | | |
| Montréal (RMR) | **87,8 %** | **18,4 %** | **23,4** | **11,3** | 6,8 | 7,6 |
| Québec (RMR) | 89,1 % | 14,6 % | 20,0 | 10,1 | 6,4 | 6,7 |
| Est du Québec | 84,1 % | 7,8 % | 17,1 | **7,1** | 6,3 | 6,3 |
| Centre du Québec | 84,9 % | 9,3 % | 17,9 | 10,1 | 5,9 | 6,1 |
| Ouest du Québec | **78,8 %** | 9,5 % | 16,8 | **7,4** | 6,5 | 7,0 |

## ÉQUIPEMENT DES FOYERS

| | ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE | | | APPAREILS MOBILES | | | DIVERTISSEMENT | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TOTAL AU MOINS UN ORDINATEUR À LA MAISON | ORDINATEUR DE TABLE | ORDINATEUR PORTABLE OU MINIPORTABLE | TÉLÉPHONE INTELLIGENT | TABLETTE NUMÉRIQUE | LISEUSE NUMÉRIQUE | TÉLÉVISION HAUTE DÉFINITION | CONSOLE DE JEUX VIDÉO | ENREGISTREUR NUMÉRIQUE PERSONNEL (PVR) |
| *Base* | *Foyers québécois (n=1003)* | | | | | | | | |
| **Total** | 83,1 % | 59,2 % | 66,4 % | 53,3 % | 44,7 % | 12,5 % | 76,6 % | 40,7 % | 44,8 % |
| **Sexe** | | | | | | | | | |
| Homme | **85,6 %** | 62,1 % | 68,0 % | **56,9 %** | 45,5 % | 12,0 % | **79,5 %** | **45,1 %** | **49,5 %** |
| Femme | **80,7 %** | 56,5 % | 65,0 % | **50,0 %** | 44,0 % | 12,9 % | **73,8 %** | **36,5 %** | **40,5 %** |
| **Âge** | | | | | | | | | |
| 18 à 24 ans | 93,4 % | 67,5 % | 78,9 % | 73,4 % | 69,3 % | 26,2 % | 92,3 % | 58,5 % | 58,7 % |
| 25 à 34 ans | **93,7 %** | **69,3 %** | **78,4 %** | **75,5 %** | 50,4 % | 12,5 % | 77,6 % | **65,1 %** | 51,0 % |
| 35 à 44 ans | **93,4 %** | 64,0 % | **78,4 %** | **65,9 %** | **55,8 %** | 8,7 % | 79,7 % | **62,2 %** | **51,7 %** |
| 45 à 54 ans | **89,4 %** | **67,6 %** | 72,0 % | **60,8 %** | 44,2 % | 11,3 % | 77,5 % | 43,6 % | 46,6 % |
| 55 à 64 ans | **76,7 %** | 53,8 % | **60,4 %** | **37,1 %** | **38,6 %** | 12,3 % | 73,6 % | **18,3 %** | 43,0 % |
| 65 à 74 ans | **67,0 %** | **45,3 %** | **45,4 %** | **24,4 %** | **26,0 %** | 11,8 % | **69,4 %** | **10,3 %** | **30,3 %** |
| 75 ans et plus | **44,6 %** | **27,5 %** | **28,0 %** | **12,6 %** | **18,4 %** | **4,7 %** | **58,8 %** | **8,2 %** | **18,7 %** |
| **Langue maternelle** | | | | | | | | | |
| Français | 82,2 % | **57,6 %** | 65,0 % | 52,0 % | **42,3 %** | 11,1 % | 76,9 % | 40,2 % | 44,8 % |
| Anglais ou autre | 85,7 % | **67,1 %** | 70,9 % | 57,0 % | **52,0 %** | 15,2 % | 74,7 % | 43,8 % | 46,4 % |
| **Scolarité** | | | | | | | | | |
| Primaire | **56,3 %** | **32,3 %** | **42,1 %** | **27,3 %** | **22,4 %** | **0,0 %** | **59,7 %** | **14,2 %** | 34,0 % |
| Secondaire | **73,7 %** | **46,4 %** | **58,9 %** | **44,6 %** | **31,8 %** | 11,8 % | 79,6 % | 38,5 % | 44,4 % |
| Collégial | **87,8 %** | **68,9 %** | 67,5 % | 57,5 % | 48,5 % | 9,4 % | 74,6 % | **48,2 %** | 46,8 % |
| Universitaire | **92,9 %** | **68,0 %** | **77,2 %** | **63,0 %** | **57,7 %** | **18,3 %** | 78,5 % | 41,2 % | 45,6 % |
| **Composition du ménage** | | | | | | | | | |
| Avec enfant(s) | **94,8 %** | **67,9 %** | **82,0 %** | **74,3 %** | **63,7 %** | 12,1 % | **82,5 %** | **70,3 %** | **57,1 %** |
| Sans enfant | **76,8 %** | **54,7 %** | **58,2 %** | **42,2 %** | **34,6 %** | 12,7 % | **73,4 %** | **25,1 %** | **38,4 %** |
| **Revenu familial annuel** | | | | | | | | | |
| Moins de 20 000 $ | **46,8 %** | **26,9 %** | **33,9 %** | **21,9 %** | **14,7 %** | **0,7 %** | **56,6 %** | **15,7 %** | **19,2 %** |
| 20 000 $ à 39 999 $ | **76,5 %** | **51,2 %** | **58,6 %** | **39,4 %** | **27,5 %** | 10,7 % | **69,4 %** | **28,1 %** | **40,9 %** |
| 40 000 $ à 59 999 $ | 87,5 % | 62,5 % | **63,5 %** | **48,0 %** | **34,1 %** | **9,3 %** | **74,1 %** | **37,7 %** | **32,2 %** |
| 60 000 $ à 79 999 $ | 91,4 % | 70,2 % | 71,9 % | 65,8 % | 52,6 % | 12,1 % | **88,1 %** | 49,2 % | **59,5 %** |
| 80 000 $ et plus | **94,8 %** | **72,2 %** | **85,2 %** | **76,7 %** | **74,1 %** | 18,0 % | **88,3 %** | **62,7 %** | **59,9 %** |
| **Situation professionnelle** | | | | | | | | | |
| Employé (service, bureau, vente) | **92,5 %** | **66,7 %** | **78,4 %** | **68,6 %** | **51,2 %** | 9,8 % | **82,3 %** | **49,4 %** | 48,5 % |
| Travailleur manuel | 79,6 % | 58,1 % | 62,9 % | 45,7 % | **32,5 %** | 7,0 % | 74,8 % | **59,4 %** | 39,6 % |
| Professionnel | **91,5 %** | **67,0 %** | **76,9 %** | **70,4 %** | **59,1 %** | 14,8 % | 79,5 % | **52,0 %** | **57,0 %** |
| Au foyer | 73,2 % | 55,7 % | 57,0 % | **37,7 %** | 37,9 % | 11,8 % | 67,3 % | 38,4 % | 34,8 % |
| Étudiant | 99,0 % | 73,8 % | 74,8 % | 63,5 % | 59,9 % | 25,3 % | 89,4 % | 55,1 % | 69,2 % |
| Retraité | **63,1 %** | **42,3 %** | **45,4 %** | **22,9 %** | **26,9 %** | 11,7 % | **67,3 %** | **12,4 %** | **30,9 %** |
| Sans emploi | 83,4 % | 41,2 % | 66,2 % | 59,2 % | 46,3 % | 29,0 % | 73,3 % | 23,3 % | 31,8 % |
| **Région** | | | | | | | | | |
| Montréal (RMR) | **86,5 %** | **62,2 %** | 69,1 % | **59,6 %** | **49,1 %** | **17,1 %** | 76,2 % | 42,5 % | 44,3 % |
| Québec (RMR) | 86,4 % | 61,8 % | 63,6 % | 54,2 % | 51,2 % | 9,3 % | 77,5 % | 40,9 % | 50,0 % |
| Est du Québec | 82,8 % | **48,2 %** | 67,2 % | **40,2 %** | 35,8 % | 12,5 % | 76,2 % | **22,8 %** | 53,7 % |
| Centre du Québec | 83,8 % | 60,2 % | 66,7 % | 47,0 % | **34,9 %** | **3,9 %** | 79,2 % | 37,5 % | 39,2 % |
| Ouest du Québec | **72,5 %** | 54,6 % | 60,6 % | 47,8 % | 42,3 % | 9,0 % | 75,1 % | 46,2 % | 44,6 % |

En caractères **gras rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.
En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

2014 NETendances

## THÈMES DES PROCHAINES PUBLICATIONS

- Divertissement en ligne
- Modes de communication
- Actualités et nouvelles
- Mobilité
- Gouvernement en ligne
- Services bancaires
- Commerce électronique
- Informatisation et NETrégions
- NETgénérations

Le CEFRIO est le centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations à l'aide des technologies de l'information et des communications. Depuis plus de 25 ans, il accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Centre de liaison et de transfert reconnu, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société : éducation, formation professionnelle, santé, gouvernance des institutions, services aux citoyens, PME et grandes entreprises, transformation organisationnelle, transfert des connaissances, et autres. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de quelque 80 chercheurs associés et invités ainsi que l'engagement de près de 150 membres. Visitez www.cefrio.qc.ca pour découvrir l'étendue de nos projets et la richesse de nos enquêtes.

cefrio L'EXPÉRIENCE DU NUMÉRIQUE

PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER

Économie, Innovation et Exportations Québec

**POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC NOUS.**

info@cefrio.qc.ca

www.cefrio.qc.ca

**BUREAU DE QUÉBEC**

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

Tél. : 418 523-3746

**BUREAU DE MONTRÉAL**

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

Tél. : 514 840-1245

MERCI À NOS PARTENAIRES

Desjardins

Emploi et Solidarité sociale Québec