



LA MOBILITÉ AU QUÉBEC : UNE MONTÉE EN FLÈCHE

VOLUME 4 - NUMÉRO 7

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



DES SERVICES ACCESSIBLES POUR STEVEN



Moore

EN MOUVEMENT

SERVICES MOBILES DESJARDINS

Effectuez vos opérations courantes de façon sécuritaire et obtenez de l'information financière où que vous soyez, à partir de votre appareil mobile.



Découvrez-en plus sur
m.desjardins.com



Desjardins

Coopérer pour créer l'avenir

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	4
MONTÉE EN FLÈCHE DE L'UTILISATION DES APPAREILS MOBILES	5
Appareils mobiles détenus en 2013	5
Les plus jeunes se démarquent	5
... Et les adultes avec une scolarité élevée aussi	5
UTILISATION D'INTERNET SUR LES APPAREILS MOBILES	6
Communications et services pratiques	6
Courriels et messages textes sur des appareils différents	6
Vidéos, webtélés et webradios populaires sur les appareils mobiles	7
Partage de photos sur les téléphones intelligents	7
Les services bancaires mobiles font un bond important	7
Croissance des achats en ligne sur appareils mobiles	7
Les transactions en ligne sur appareils mobiles	7
INTENTIONS D'ACHAT DES APPAREILS MOBILES	8
Téléphone intelligent : des intentions élevées chez les jeunes	8
Le revenu joue sur les intentions d'achat d'une tablette numérique	8
ANDROID ET IOS TOUJOURS NEZ À NEZ EN 2013 AU QUÉBEC	9
iOS et Android restent en tête	9
Téléphones intelligents : les systèmes d'exploitation les plus populaires dans les intentions d'achat	9
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	10
Profil des adultes qui possèdent un appareil mobile et intentions d'achat	10

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « mobilité » de l'enquête *NETendances 2013*, nous avons fait appel à une collecte de données réalisée en octobre 2013 au cours de laquelle nous avons interrogé au téléphone environ 1 000 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 $\pm 3,1\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,32\%$ 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.

LA MOBILITÉ AU QUÉBEC : UNE MONTÉE EN FLÈCHE

L'enquête *NETendances 2013* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins et Services Québec.

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

Mélanie Fontaine

Chargée 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

Tony Bureau

Révision linguistique

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

Dépôt légal : 2013

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

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/© Adam Radosavljevic

FAITS SAILLANTS

Les fonctions de plus en plus complexes dont sont dotés nos appareils mobiles modifient indéniablement notre rapport à l'utilisation d'Internet et toutes ses possibilités (communications, information, divertissement, transactions, etc.). Un peu plus de la moitié des adultes québécois possèdent un téléphone intelligent ou une tablette numérique en 2013 (52 %), un taux qui est en forte croissance par rapport à l'an dernier (36,2 %). Et les intentions d'achats laissent présager une croissance de la tendance pour l'an prochain également. Qui plus est, les adultes qui possèdent une tablette numérique sont 9 sur 10 à l'utiliser pour naviguer sur Internet, tandis que la proportion est de 3 sur 4 pour le téléphone intelligent. Le virage mobile est ainsi bel et bien amorcé au Québec et s'ancre encore un peu plus dans les pratiques. L'enquête *NETendances 2013* sur la mobilité révèle les informations suivantes :

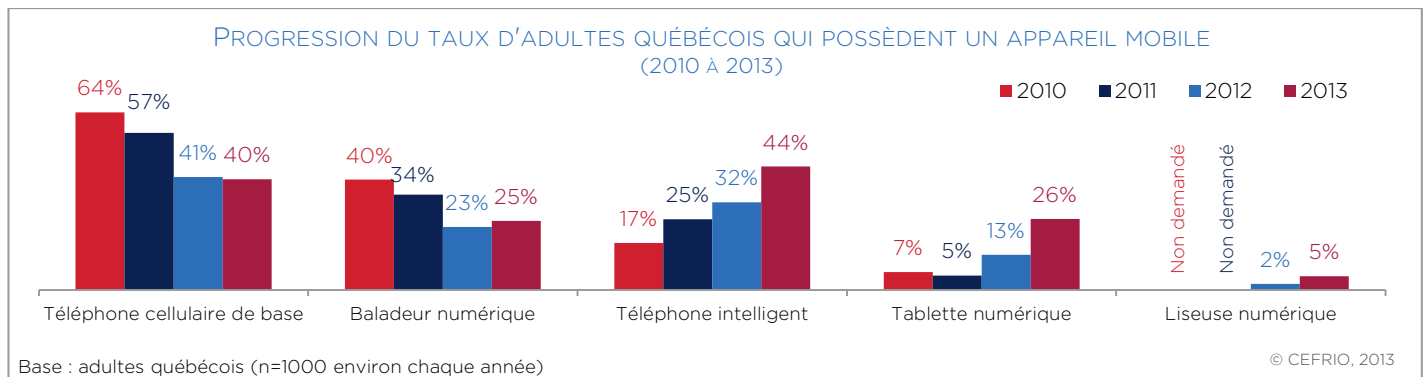
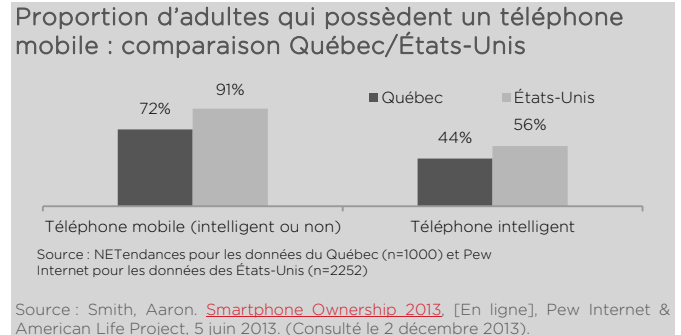
- > Le nombre d'adultes possédant un téléphone intelligent (44,4 %) dépasse pour la première fois celui des détenteurs d'un téléphone cellulaire de base (39,8 %). Quant à la tablette numérique, le nombre de ses adeptes double parmi les adultes entre 2012 (12,7 %) et 2013 (25,5 %).
- > Les 18 à 44 ans possèdent au moins un téléphone intelligent, une tablette ou un baladeur numérique dans une proportion de 80,4 %, soit un taux significativement supérieur à l'ensemble des adultes québécois. De 45 à 54 ans, la proportion de ceux qui possèdent l'un de ces appareils reste significativement supérieure statistiquement (65,6 %), alors qu'à partir de 55 ans, ce taux chute de façon importante, puisqu'il n'est plus que de 30,5 %.
- > En 2013, la répartition des parts de marché confirme la popularité des téléphones utilisant les systèmes d'exploitation iOS (iPhone) et Android (Google Nexus, Samsung Galaxy, etc.), à l'inverse de BlackBerry, en baisse. Les différentes versions de l'iPhone et les téléphones fonctionnant sous Android se partagent la position de tête (respectivement 40 % et 37,9 %). Dans les intentions d'achat pour l'an prochain, toutefois, iOS (iPhone) a une bonne avance (44,8 %) sur Android (23,1 %).

MONTÉE EN FLÈCHE DE L'UTILISATION DES APPAREILS MOBILES

APPAREILS MOBILES DÉTENUS EN 2013

La mobilité prend du galon au Québec cette année, avec la croissance de la proportion d'adultes qui possèdent un ou plusieurs appareils mobiles tels qu'une tablette numérique ou un téléphone intelligent. Le nombre d'adultes disposant d'un téléphone intelligent (44,4 %) dépasse pour la première fois celui des détenteurs d'un téléphone cellulaire de base (39,8 %). Quant à la tablette numérique, le nombre de ses adeptes double parmi les adultes entre 2012 (12,7 %) et 2013 (25,5 %). La proportion d'adultes qui possèdent un cellulaire de base (39,8 %) ou un baladeur numérique (24,8 %) reste quant à elle stable. Encore peu populaire au Québec, la liseuse numérique gagne quelques partisans en 2013, passant de 2,2 % en 2012 à 4,9 % cette année.

LE NOMBRE D'ADULTES POSSÉDANT UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT (44,4 %) DÉPASSE POUR LA PREMIÈRE FOIS CELUI DES ADULTES QUI DISPOSENT D'UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE DE BASE (39,8 %).

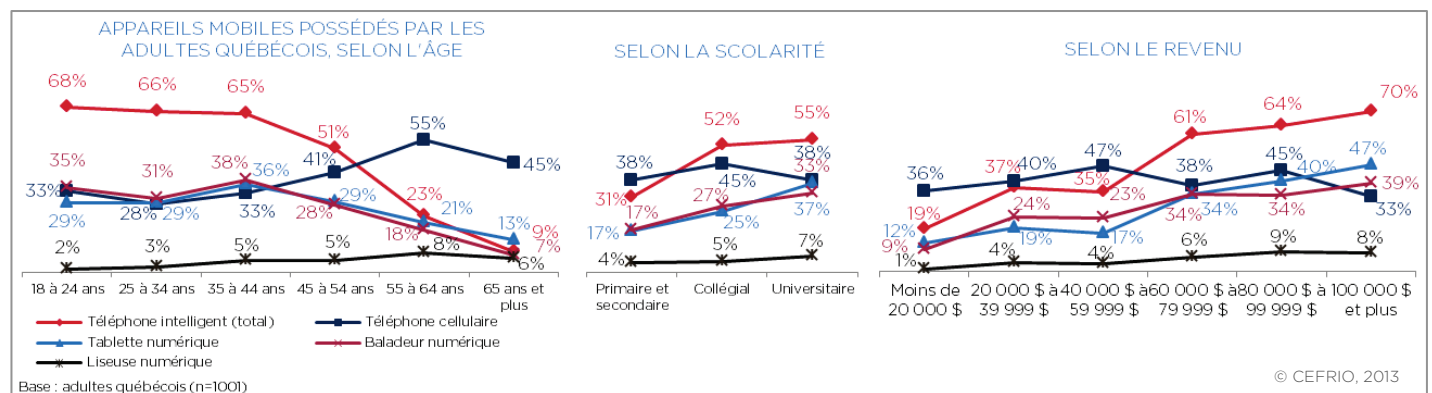


LES PLUS JEUNES SE DÉMARQUENT...

Les plus jeunes adultes sont beaucoup plus nombreux que leurs aînés à détenir au moins un téléphone intelligent, une tablette ou un baladeur numérique. De 18 à 44 ans, ils sont en effet 80,4 % dans ce cas, soit un taux significativement supérieur à l'ensemble. De 45 à 54 ans, la proportion de ceux qui possèdent l'un de ces appareils reste supérieure statistiquement (65,6 %), alors qu'à partir de 55 ans, elle chute de façon importante, puisqu'elle n'est plus que de 30,5 %.

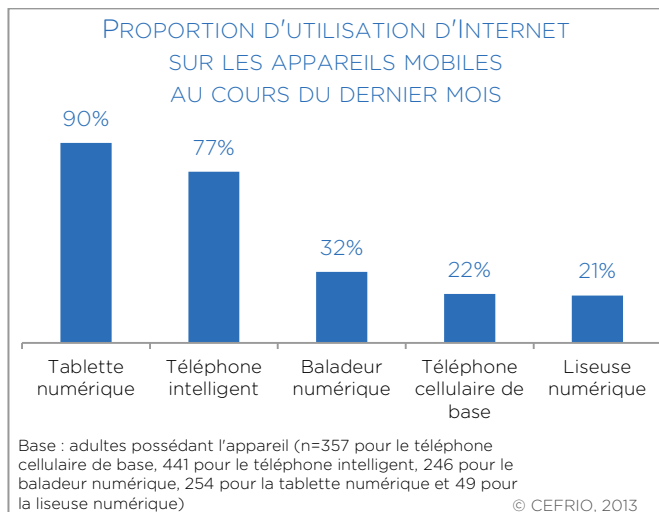
... ET LES ADULTES AVEC UNE SCOLARITÉ ÉLEVÉE AUSSI

Les adultes ayant réalisé des études primaires ou secondaires (43,3 %) sont significativement moins nombreux que ceux dont la scolarité est collégiale ou universitaire (69,6 %) à détenir au moins un téléphone intelligent, une tablette ou un baladeur numérique. De même, les différences sont significatives en fonction du revenu : plus le revenu familial annuel est élevé, plus la proportion d'adultes possédant l'un de ces appareils est grande.



UTILISATION D'INTERNET SUR LES APPAREILS MOBILES

L'utilisation d'Internet au cours d'un mois sur les appareils mobiles est plus répandue chez les adultes ayant une tablette numérique (89,6 %). Du côté des téléphones intelligents, environ trois adultes sur quatre en font un tel usage (76,7 %). Sur les baladeurs numériques (31,8 %), téléphones cellulaires de base (22 %) et liseuses numériques (21,3 %), cette pratique est beaucoup moins courante.



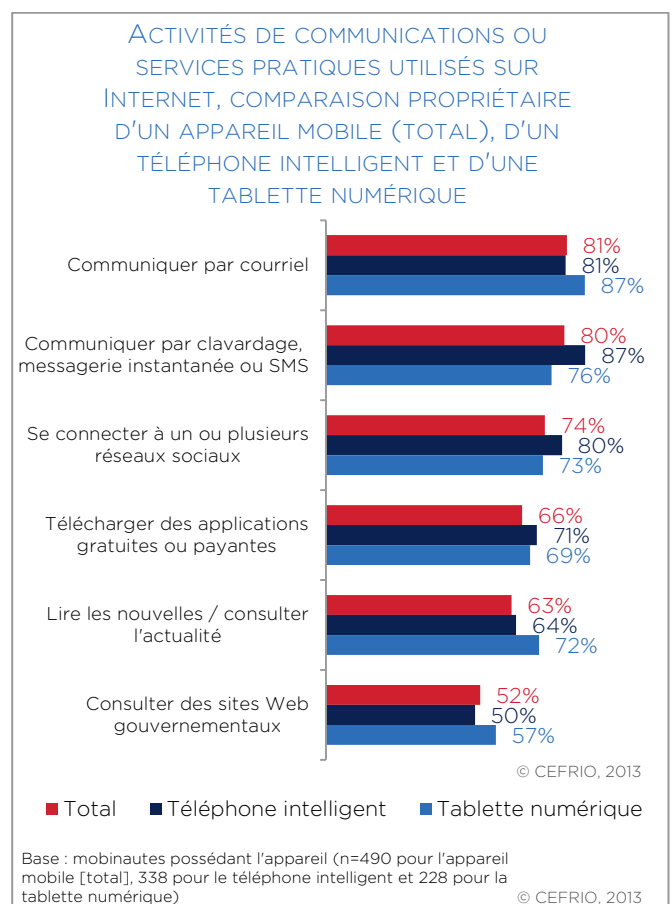
COMMUNICATIONS ET SERVICES PRATIQUES

Que ce soit par courriel (81,2 %) ou par clavardage, messagerie instantanée ou messages textes (80,4 %), communiquer est l'activité réalisée par le plus grand nombre de mobinautes, ces adultes qui utilisent Internet sur leur appareil mobile. Non loin derrière, près de trois sur quatre se connectent à l'un ou l'autre des réseaux sociaux (73,8 %), et deux sur trois téléchargent des applications (66,1 %) ou lisent les nouvelles et consultent l'actualité (62,6 %). Quant aux sites Web gouvernementaux, un peu plus de la moitié des mobinautes les visitent sur leur appareil mobile (52 %).

PRESQUE TOUS LES ADULTES QUI POSSÈDENT UNE TABLETTE NUMÉRIQUE UTILISENT INTERNET SUR CET APPAREIL (89,6 %).

COURRIELS ET MESSAGES TEXTES SUR DES APPAREILS DIFFÉRENTS

Des usages différents se dessinent selon que l'on possède une tablette numérique ou un téléphone intelligent. Les messages courts induits par le clavardage, la messagerie instantanée ou les messages textes sont plus courants chez les mobinautes qui détiennent un téléphone intelligent, alors que les courriels sont plus dominants chez ceux qui disposent d'une tablette numérique. Du reste, se connecter à un réseau social est plus fréquent du côté des mobinautes qui possèdent un téléphone intelligent, alors que la lecture d'actualités et de nouvelles ou encore la consultation des sites Web gouvernementaux l'est plus du côté de ceux qui disposent d'une tablette numérique.



Aux États-Unis, la mobilité influence l'utilisation d'Internet

Une étude du Pew Research Center révèle que près de 63 % des adultes qui possèdent un téléphone mobile – intelligent ou non – utilisent cet appareil pour naviguer sur Internet. Ce taux a doublé depuis 2009. Plus intéressant encore est le fait qu'un adulte américain sur cinq (21 %) utilise maintenant davantage son téléphone mobile pour accéder à Internet que ses autres appareils, ce qui inclut même l'ordinateur.

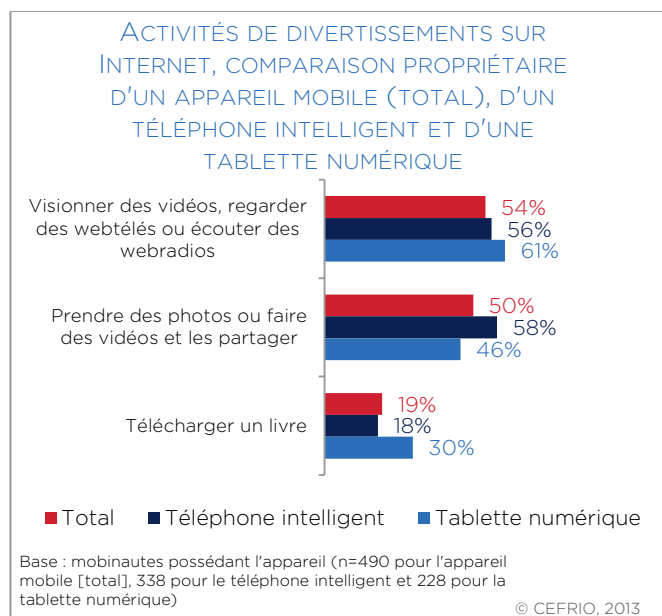
Source : Duggan, Maeve et Aaron Smith. [Cell Internet Use 2013](#), [En ligne], Pew Internet & American Life Project, 16 septembre 2013. (Consulté le 2 décembre 2013).

VIDÉOS, WEBTÉLÉS ET WEBRADIOS POPULAIRES SUR LES APPAREILS MOBILES

Visionner des vidéos sur Internet, regarder des webtélés ou écouter des webradios sont les activités de divertissement les plus populaires auprès des adultes qui utilisent Internet à partir d'un appareil mobile (54,2 %). Prendre des photos ou faire des vidéos afin de les partager en ligne le sont presque autant (50,1 %), tandis que le téléchargement de livres numériques est beaucoup moins populaire, avec une proportion de 19,4 %.

PARTAGE DE PHOTOS SUR LES TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

Dans le cas du téléphone intelligent, 58,1 % des mobinautes qui l'utilisent prennent des photos ou font des vidéos qu'ils partagent ensuite sur Internet, soit davantage que pour la tablette numérique (45,8 %). Du côté de la lecture numérique, le téléchargement de livres est beaucoup plus fréquent chez les adultes utilisant Internet sur leur tablette numérique (29,8 %) que chez ceux qui font de même sur leur téléphone intelligent (18 %).



Instagram : un modèle en croissance!

Instagram, une application permettant le partage de photos à partir d'un appareil mobile, a connu une croissance importante depuis sa création en octobre 2010. Moins de trois mois après sa naissance, elle comptait déjà un million d'utilisateurs. Qu'à cela ne tienne, 150 millions d'utilisateurs actifs par mois ont recours à ce service qui présente une moyenne de 55 millions de photos postées par jour et qui suscite de façon quotidienne 1,2 milliard de « likes ».

Source : <http://instagram.com/press/> [En ligne], (Consulté le 2 décembre 2013).

SERVICES BANCAIRES ET ACHATS EN LIGNE SUR MOBILE SONT DES ACTIVITÉS EN CROISSANCE.

LES SERVICES BANCAIRES MOBILES FONT UN BOND IMPORTANT

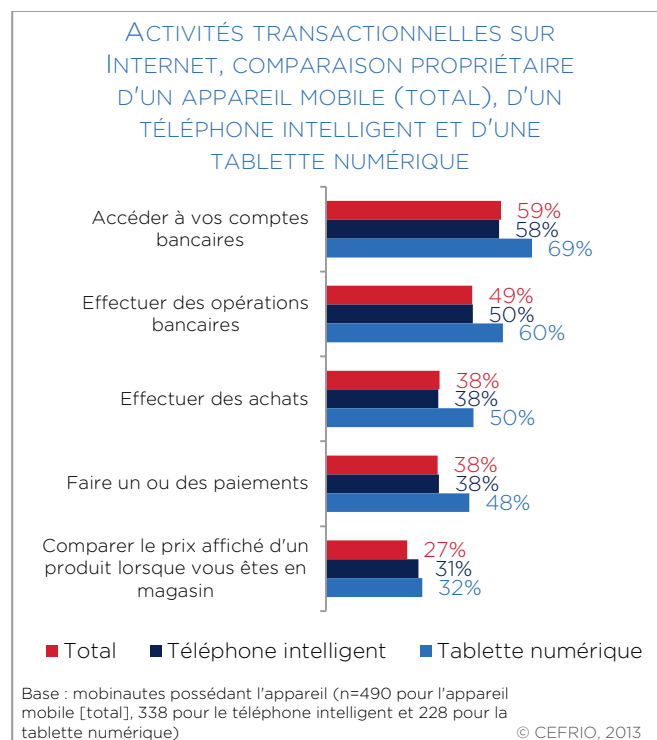
Par rapport à l'an dernier, les activités bancaires font un bond important chez les mobinautes. En effet, 59 % d'entre eux accèdent à leurs comptes bancaires (en croissance de 17,9 points de pourcentage par rapport à 2012) et 49,3 % effectuent des opérations bancaires (en croissance de 17,4 points de pourcentage par rapport à 2012).

CROISSANCE DES ACHATS EN LIGNE SUR APPAREILS MOBILES

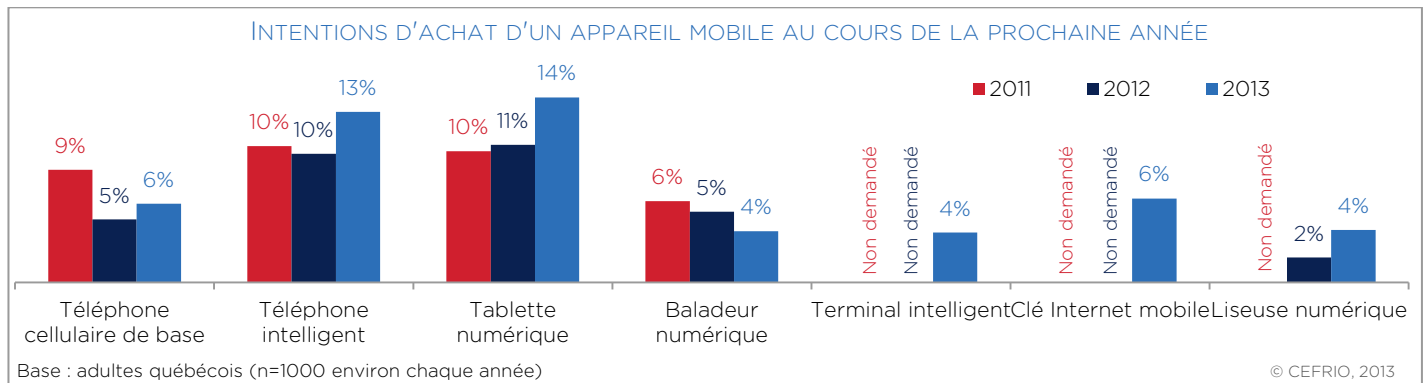
Les achats et paiements en ligne ne sont pas aussi populaires que les services bancaires, mais progressent également par rapport à 2012. Alors que 23,2 % des adultes ayant utilisé Internet sur leur appareil mobile faisaient un ou des achats en ligne l'an passé, ce taux est de 38,3 % cette année, ce qui correspond à près d'un adulte sur cinq (18,8 %). De même, 23,8 % d'entre eux procédaient à un ou des paiements en ligne en 2012, comparativement à 37,6 % en 2013. En ce qui concerne la comparaison de prix, la proportion de ceux qui réalisent cette action lorsqu'ils sont dans un magasin reste stable à 27 %.

LES TRANSACTIONS EN LIGNE SUR APPAREILS MOBILES

Dans tous les cas ou presque, les transactions sur appareil mobile sont plus fréquentes chez les mobinautes qui possèdent une tablette numérique que chez ceux qui disposent d'un téléphone intelligent. Seule exception, la comparaison de prix en magasin, qui se fait de manière équivalente par ceux qui disposent de l'un ou l'autre appareil.



INTENTIONS D'ACHAT DES APPAREILS MOBILES



En 2013, parmi les intentions d'achat d'un appareil mobile pour l'an prochain, la tablette numérique (14,1 %) et le téléphone intelligent (13 %) arrivent en tête chez les adultes québécois. Quant au téléphone cellulaire de base, 6 % seulement ont l'intention d'en faire l'acquisition au cours de la prochaine année, tandis que le baladeur numérique perd un petit nombre d'adeptes (3,9 %). Les intentions d'achat d'un terminal intelligent (3,8 %) ou d'une clé Internet mobile (6,4 %), qui permettent un accès à Internet mobile sur un réseau 3G, 4G ou LTE par exemple, mettent en évidence l'intérêt des adultes québécois pour la mobilité de leurs équipements numériques. Même si les intentions d'achats demeurent faibles, 4 % des adultes québécois veulent acquérir une liseuse numérique l'an prochain, soit deux fois plus que l'an dernier.

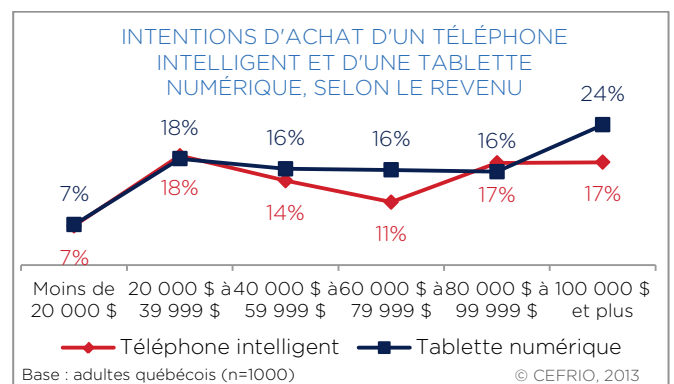
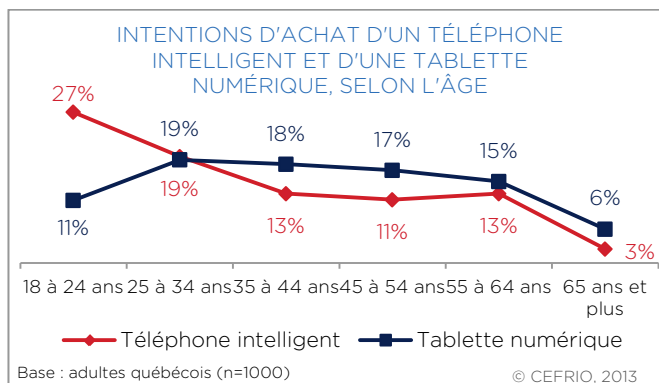
EN CE QUI CONCERNE LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT, LES INTENTIONS D'ACHAT POUR L'AN PROCHAIN VARIENT EN FONCTION DE L'ÂGE, MAIS MOINS EN CE QUI A TRAIT AU REVENU.

TÉLÉPHONE INTELLIGENT : DES INTENTIONS ÉLEVÉES CHEZ LES JEUNES

Les Québécois de 18 à 24 ans (27,2 %) et de 25 à 34 ans (19,2 %) sont significativement plus nombreux à avoir l'intention d'acquérir un téléphone intelligent l'an prochain, mais ils ne sont pas les seuls. Les non-francophones (22,7 %), les travailleurs manuels (20,8 %), les professionnels (19,1 %), les adultes ayant une formation de niveau collégial (18,1 %), les hommes (17,2 %) et les adultes de la RMR de Montréal (15,3 %) sont aussi des groupes parmi lesquels les intentions d'achat d'un téléphone intelligent sont plus élevées.

LE REVENU JOUE SUR LES INTENTIONS D'ACHAT D'UNE TABLETTE NUMÉRIQUE

Contrairement au téléphone intelligent, la tablette numérique ne présente pas de grands écarts selon l'âge, bien que les plus jeunes (18 à 24 ans) et les plus âgés (65 ans et plus) aient une proportion moins élevée en matière d'intentions d'achat. Toutefois, c'est à partir d'un revenu familial de 100 000 \$ par an que les intentions d'achat se démarquent, avec une proportion nettement au-dessus de la moyenne (23,6 %). Les adultes au foyer (26,4 %), les professionnels (21,9 %), ceux qui ont au moins un enfant à la maison (21,7 %), les non-francophones (20,4 %), les adultes ayant une scolarité de niveau universitaire (18,5 %), ceux de la RMR de Montréal (18,4 %), de même que les hommes (16,7 %) sont des groupes pour lesquels les intentions d'achats d'une tablette numérique sont plus élevées que la moyenne des adultes québécois.



ANDROID ET IOS TOUJOURS NEZ À NEZ EN 2013 AU QUÉBEC

IOS ET ANDROID RESTENT EN TÊTE

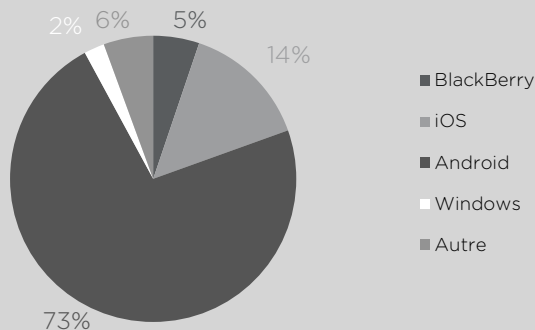
La popularité des téléphones utilisant les systèmes d'exploitation iOS (iPhone) et Android (ex. Google Nexus ou Samsung Galaxy) se confirme, tandis que celle de BlackBerry continue de se dégrader. En effet, toujours en tête, l'iPhone (40 %) et les téléphones munis du système Android (37,9 %) récoltent des parts comparables sur le plan des téléphones intelligents possédés par les adultes québécois. Du côté de BlackBerry, cependant, cette marque représente seulement 11,7 % des téléphones intelligents (ce taux était de 35,3 % en 2011 et de 18,6 % l'an dernier). Quant au Windows Phone, son taux de pénétration reste faible, avec 3,4 % des parts.

TÉLÉPHONES INTELLIGENTS : LES SYSTÈMES D'EXPLOITATION LES PLUS POPULAIRES DANS LES INTENTIONS D'ACHAT

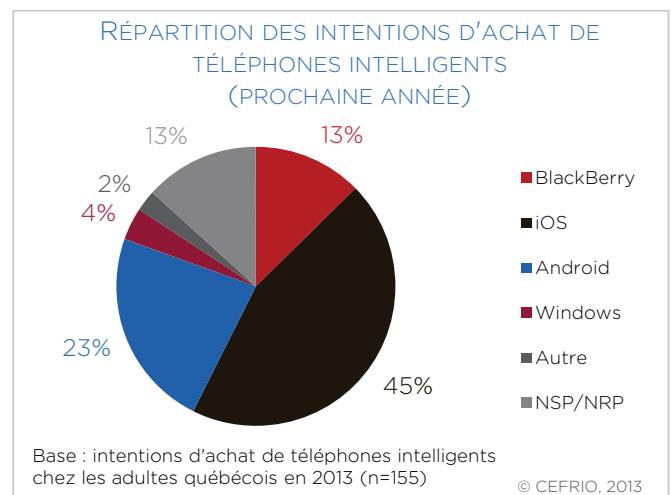
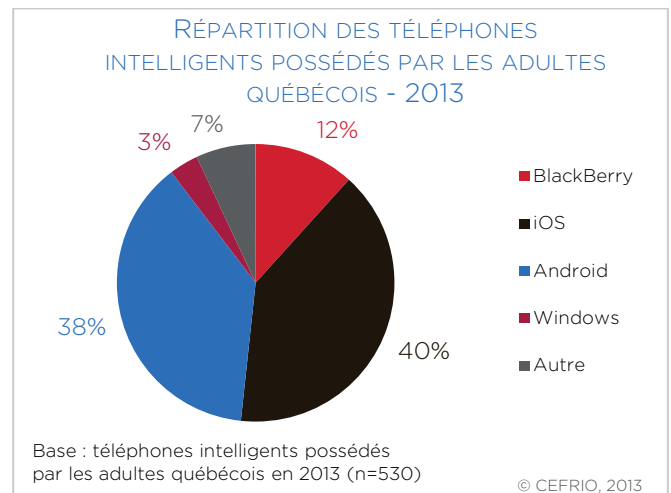
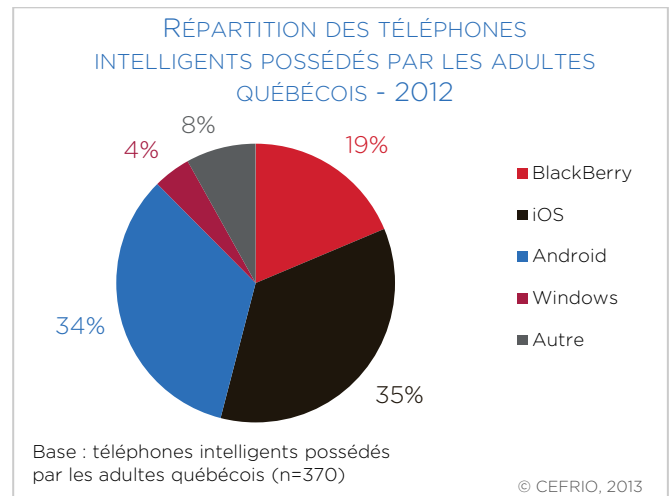
Parmi les téléphones intelligents, c'est l'iPhone qui arrive en tête des intentions d'achat pour l'an prochain, avec près de la moitié de celles-ci (44,8 %). À titre comparatif, ses plus proches rivaux, soit les téléphones fonctionnant sous Android, attirent 23,1 % des intentions d'achat. Le BlackBerry récolte quant à lui 12,6 % des intentions. Les téléphones fonctionnant sous Windows (3,8 %) et les autres téléphones intelligents (2,4 %) sont quant à eux plus marginaux dans les intentions d'achat.

Répartition des ventes de téléphones intelligents dans le monde en 2013 selon le système d'exploitation

Alors qu'au Québec, les systèmes Android et iOS se partagent le marché de façon à peu près équivalente, ce n'est pas le cas dans le reste du monde, où Android domine largement, comme en fait foi la répartition des ventes de téléphones intelligents dans le monde en 2013 tirée des chiffres publiés par Gartner (novembre 2013).



Source : Gartner. [Gartner Says Smartphone Sales Accounted for 55 Percent of Overall Mobile Phone Sales in Third Quarter of 2013](#), [En ligne], communiqué de presse, novembre 2013. (Consulté le 2 décembre 2013).



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

PROFIL DES ADULTES QUI POSSÈDENT UN APPAREIL MOBILE ET INTENTIONS D'ACHAT

	ADULTES POSSÉDANT UN APPAREIL MOBILE					INTENTIONS D'ACHAT D'UN APPAREIL MOBILE				
	Téléphone intelligent (total)	Tablette numérique	Téléphone cellulaire de base	Baladeur numérique	Liseuse numérique	Téléphone intelligent (total)	Tablette numérique	Téléphone cellulaire de base	Baladeur numérique	Liseuse numérique
Résultat global	44,4 %	25,5 %	39,8 %	24,8 %	4,9 %	13,0 %	14,1 %	6,0 %	3,9 %	4,0 %
Sexe										
Homme	48,5 %	26,9 %	34,7 %	27,5 %	4,9 %	17,2 %	16,7 %	8,1 %	3,6 %	4,2 %
Femme	40,6 %	24,1 %	44,7 %	22,3 %	4,9 %	9,0 %	11,6 %	4,0 %	4,3 %	3,7 %
Âge										
18 à 24 ans	67,7 %	28,5 %	33,4 %	35,1 %	1,5 %	27,2 %	11,3 %	9,0 %	3,1 %	3,1 %
25 à 34 ans	66,2 %	28,7 %	28,2 %	30,5 %	2,5 %	19,2 %	18,6 %	6,1 %	5,3 %	4,5 %
35 à 44 ans	65,4 %	36,2 %	32,6 %	38,0 %	4,9 %	12,5 %	17,8 %	5,1 %	6,1 %	6,6 %
45 à 54 ans	50,8 %	29,0 %	41,3 %	27,8 %	5,2 %	11,4 %	16,7 %	6,2 %	3,7 %	2,5 %
55 à 64 ans	23,2 %	20,8 %	54,6 %	17,7 %	8,2 %	12,5 %	14,7 %	6,8 %	3,7 %	3,9 %
65 ans et plus	8,5 %	13,4 %	45,0 %	7,2 %	5,8 %	2,5 %	6,1 %	4,1 %	2,0 %	3,5 %
Scolarité										
Primaire et secondaire	31,1 %	17,0 %	38,1 %	17,4 %	4,0 %	8,6 %	9,1 %	6,4 %	3,7 %	1,8 %
Collégial	52,1 %	25,2 %	44,5 %	27,2 %	4,6 %	18,1 %	17,1 %	6,1 %	4,1 %	5,2 %
Universitaire	54,7 %	36,8 %	38,1 %	32,8 %	6,6 %	14,6 %	18,5 %	5,6 %	4,3 %	5,8 %
Revenu										
Moins de 20 000 \$	18,8 %	12,4 %	35,7 %	9,4 %	1,0 %	6,6 %	6,8 %	11,5 %	4,6 %	0,8 %
20 000 \$ à 39 999 \$	37,1 %	19,2 %	39,8 %	24,0 %	4,0 %	18,4 %	17,9 %	6,6 %	6,2 %	4,9 %
40 000 \$ à 59 999 \$	34,9 %	16,9 %	46,6 %	23,4 %	3,6 %	14,2 %	16,2 %	9,9 %	5,3 %	5,1 %
60 000 \$ à 79 999 \$	60,6 %	34,1 %	37,9 %	34,0 %	6,1 %	10,6 %	16,0 %	4,3 %	6,7 %	3,9 %
80 000 \$ à 99 999 \$	64,2 %	40,0 %	44,8 %	33,7 %	8,6 %	17,2 %	15,7 %	6,2 %	0,9 %	8,1 %
100 000 \$ et plus	70,2 %	47,1 %	33,2 %	38,9 %	8,0 %	17,3 %	23,6 %	5,1 %	3,1 %	3,6 %
Région										
Montréal (RMR)	52,4 %	28,2 %	42,8 %	25,8 %	5,4 %	15,3 %	18,4 %	7,1 %	4,3 %	4,6 %
Québec (RMR)	47,5 %	37,3 %	35,7 %	34,7 %	6,2 %	7,0 %	11,2 %	4,0 %	4,0 %	8,7 %
Est du Québec	41,4 %	25,9 %	39,8 %	28,0 %	4,2 %	9,4 %	7,0 %	7,6 %	2,2 %	1,7 %
Centre du Québec	32,0 %	17,4 %	40,7 %	20,1 %	2,4 %	9,6 %	11,1 %	6,8 %	3,7 %	2,1 %
Ouest du Québec	34,2 %	19,4 %	33,6 %	20,0 %	5,5 %	14,1 %	10,2 %	2,8 %	3,8 %	2,5 %
Langue maternelle										
Francophone	42,7 %	23,6 %	38,0 %	25,8 %	4,8 %	10,6 %	12,7 %	5,1 %	3,3 %	3,8 %
Anglophone ou autre	53,1 %	32,1 %	47,0 %	22,2 %	5,6 %	22,7 %	20,4 %	9,7 %	6,5 %	4,8 %
Situation professionnelle										
Employé (service, bureau, vente)	51,0 %	27,5 %	44,3 %	28,7 %	6,0 %	14,4 %	13,1 %	5,7 %	2,8 %	3,0 %
Travailleur manuel	48,4 %	18,9 %	30,8 %	17,5 %	0,7 %	20,8 %	14,4 %	5,7 %	2,8 %	0,0 %
Professionnel	67,3 %	33,0 %	31,8 %	35,3 %	6,1 %	19,1 %	21,9 %	7,9 %	4,7 %	5,6 %
Au foyer	39,0 %	24,8 %	41,9 %	13,2 %	0,0 %	10,1 %	26,4 %	7,0 %	11,9 %	5,8 %
Étudiant	62,6 %	25,4 %	30,2 %	40,3 %	1,5 %	14,5 %	10,0 %	10,0 %	5,8 %	5,8 %
Retraité	11,2 %	17,6 %	46,1 %	12,0 %	6,6 %	3,5 %	7,7 %	3,2 %	2,1 %	3,5 %
Sans emploi	14,3 %	27,5 %	53,2 %	16,9 %	3,1 %	0,0 %	10,5 %	11,1 %	5,4 %	0,0 %
Avec ou sans enfant(s)										
Avec enfant(s)	65,5 %	34,4 %	34,1 %	33,5 %	2,7 %	14,8 %	21,7 %	7,3 %	6,7 %	5,4 %
Sans enfant	34,0 %	20,9 %	42,6 %	20,5 %	6,0 %	12,2 %	10,5 %	5,4 %	2,6 %	3,3 %

Base : adultes québécois (n=1000)

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 %.

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
Télec. : 514 288-6607

www.bip-sondage.com

THÈMES DES PROCHAINES PUBLICATIONS

- > 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 de la communication (TIC). Il regroupe près de 150 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 80 chercheurs associés et invités. Sa mission : contribuer à faire du Québec une société numérique, grâce à l'usage des technologies comme levier de l'innovation sociale et organisationnelle. Le CEFRIO, en tant que centre de liaison et de transfert, réalise, en partenariat, des projets de recherche-expérimentation, d'enquêtes et de veille stratégique sur l'appropriation des TIC à l'échelle québécoise et canadienne. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 74 % par ses propres projets et à 26 % par le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST), son principal partenaire financier.



PRINCIPAL PARTENAIRE

*Enseignement supérieur,
Recherche, Science
et Technologie*



**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

