



La langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne

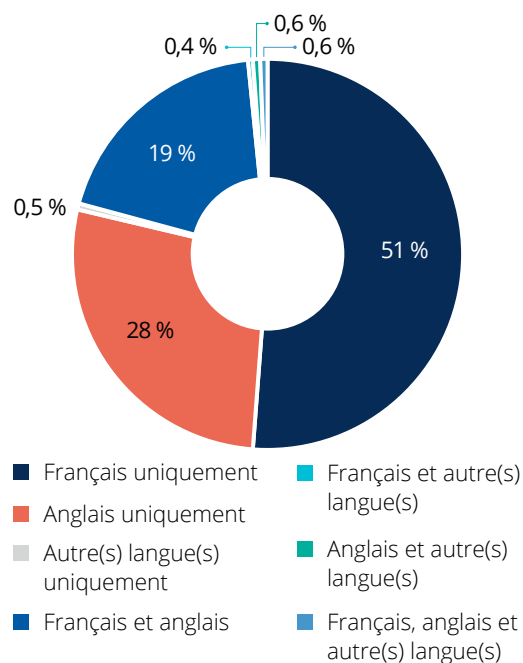
Fiche-synthèse | Résultats 2024

L'Étude sur la situation des langues parlées au Québec est une nouvelle enquête de l'Institut de la statistique du Québec qui a pour but de recueillir des données fiables et objectives sur les différentes langues parlées au Québec dans divers contextes de vie, que ce soit à la maison, au travail ou dans les commerces. Elle vise aussi à connaître les langues utilisées pour naviguer sur Internet et pour écouter ou lire des contenus culturels. L'enquête a été réalisée du 10 janvier au 26 août 2024 auprès de 45 280 personnes répondantes.

Résultats

En 2024, environ 51 % de la population de 15 ans et plus au Québec ont fait le plus fréquemment des achats en ligne en français uniquement, 28 % en ont fait en anglais uniquement et 19 %, en français et en anglais. Le reste de la population a fait le plus fréquemment des achats en ligne dans une ou plusieurs autres langues que le français ou l'anglais (0,5 %) ou dans une autre combinaison de langues (0,6 % en français, en anglais et dans une ou plusieurs autres langues, 0,6 % en anglais et dans une ou plusieurs autres langues et 0,4 %, en français et dans un ou plusieurs autres langues).

Langue(s) le plus fréquemment utilisée(s) pour faire des achats en ligne, population de 15 ans et plus¹, Québec, 2024



1. Population de 15 ans et plus qui fait des achats en ligne.

Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec, 2024*.

Les langues utilisées et les territoires à l'étude

Le français uniquement

En 2024, c'est sur l'île de Montréal que la proportion de personnes de 15 ans et plus ayant fait des achats en ligne le plus fréquemment en français uniquement est la plus faible (31 %), et ailleurs au Québec qu'elle est la plus élevée (66 %). La proportion de personnes de 15 ans et plus qui font des achats en ligne le plus fréquemment en français uniquement est d'environ 60 % dans la région administrative (RA) de la Capitale-Nationale, de 50 % dans la partie de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal située hors de l'île de Montréal et de 33 % dans la municipalité de Gatineau. Aucun écart significatif n'est détecté entre la proportion estimée pour l'île de Montréal et celle estimée pour la municipalité de Gatineau. À noter que la proportion à l'échelle de la RMR de Montréal est estimée à 41 %, ce qui est inférieur à la proportion estimée pour la RA de la Capitale-Nationale et ailleurs au Québec, mais supérieur à celle estimée pour la municipalité de Gatineau.

L'anglais uniquement

La proportion de personnes de 15 ans et plus qui font des achats en ligne le plus fréquemment en anglais uniquement est d'environ 46 % sur l'île de Montréal, de 43 % dans la municipalité de Gatineau, de 28 % dans le reste de la RMR de Montréal, de 17 % dans la RA de la Capitale-Nationale et de 16 % ailleurs au Québec. Aucun écart n'est détecté entre la proportion estimée pour l'île de Montréal et celle estimée pour la municipalité de Gatineau, ainsi qu'entre celle pour la RA de la Capitale-Nationale et celle pour ailleurs au Québec. La proportion estimée dans la RMR de Montréal (37 %) est inférieure à celle observée dans la municipalité de Gatineau, mais supérieure à celle estimée pour la RA de la Capitale-Nationale (17 %) et pour ailleurs au Québec.

Le français et l'anglais

La proportion de personnes de 15 ans et plus qui font des achats en ligne le plus fréquemment en français et en anglais varie entre environ 18 % pour ailleurs au Québec et 22 % pour la municipalité de Gatineau. La proportion estimée pour ailleurs au Québec est inférieure à celles estimées pour les autres territoires.

Langue(s) le plus fréquemment utilisée(s) pour faire des achats en ligne selon le territoire, population de 15 ans et plus¹, Québec, 2024

	Français unique-ment	Anglais unique-ment	Autre(s) langue(s) unique-ment	Français et anglais	Français et autre(s) langue(s)	Anglais et autre(s) langue(s)	Français, anglais et autre(s) langue(s)
	%						
Ensemble du Québec	51,2	27,5	0,5	19,2	0,4	0,6	0,6
Territoire (découpage avec l'ensemble de la RMR de Montréal)							
RMR de Montréal	40,6 ^a	36,5 ^{ab}	0,7 ^a	19,6 ^a	0,5	1,1 ^{ab}	1,0 ^{ab}
Région administrative de la Capitale-Nationale	59,9 ^a	17,0 ^a	0,5 [*]	21,4 ^b	0,4 ^{**}	0,3 ^a ^{**}	0,4 ^a ^{**}
Municipalité de Gatineau	33,4 ^a	43,1 ^{ab}	0,3 ^{**}	22,1 ^a	0,3 ^{**}	0,4 ^b ^{**}	0,7 ^c ^{**}
Ailleurs au Québec	66,0 ^a	15,6 ^b	0,3 ^a ^{**}	17,6 ^{ab}	0,3 [*]	0,1 ^b ^{**}	0,2 ^{bc} ^{**}
Territoire (découpage avec l'île de Montréal et le reste de la RMR de Montréal)							
Île de Montréal ²	30,9 ^a	45,6 ^{ab}	0,8 ^{ab}	19,2 ^{ab}	0,7 ^{ab}	1,6 ^{abc}	1,2 ^{ab}
Reste de la RMR de Montréal	49,5 ^{ab}	28,1 ^{abcd}	0,6 [*]	20,0 ^c	0,4 ^a [*]	0,6 ^a	0,8 ^c
Région administrative de la Capitale-Nationale	59,9 ^{ab}	17,0 ^{ac}	0,5 [*]	21,4 ^a	0,4 ^{**}	0,3 ^b ^{**}	0,4 ^a ^{**}
Municipalité de Gatineau	33,4 ^b	43,1 ^{cd}	0,3 ^a ^{**}	22,1 ^b	0,3 ^{**}	0,4 ^c ^{**}	0,7 ^d ^{**}
Ailleurs au Québec	66,0 ^{ab}	15,6 ^{bd}	0,3 ^b ^{**}	17,6 ^{abc}	0,3 ^b [*]	0,1 ^{ac} ^{**}	0,2 ^{bcd} ^{**}

RMR Région métropolitaine de recensement.

* Coefficient de variation compris entre 15 % et 25 % ; estimation à interpréter avec prudence.

** Coefficient de variation supérieur à 25 % ; estimation imprécise fournie à titre indicatif seulement.

a-d Pour une caractéristique donnée, le même exposant exprime une différence significative entre les proportions d'une même colonne au seuil de 0,01.

1. Population de 15 ans et plus qui fait des achats en ligne.

2. Correspond à la région administrative de Montréal.

Note : Pour connaître les intervalles de confiance de chaque donnée, consulter le fichier Excel disponible dans le [site Web de l'Institut](#).

Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec, 2024*.

Source et construction de l'indicateur

Dans l'*Étude sur la situation des langues parlées au Québec*, l'indicateur sur la langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne est obtenu à partir de la question sur la connaissance des langues. Voici une description des deux questions utilisées pour la construction de l'indicateur et un résumé de la manière dont celui-ci a été construit.

Question sur la connaissance des langues (intitulé, choix de réponses et consignes)

Au début du questionnaire, les personnes répondantes sont invitées à déclarer toutes les langues qu'elles connaissent suffisamment pour tenir une conversation simple. La question sur la connaissance des langues est posée de la manière suivante : « Quelle langue connaissez-vous suffisamment pour tenir une conversation simple ? Vous pouvez indiquer plusieurs langues. N'oubliez pas d'indiquer toutes les langues que vous connaissez, y compris celle dans laquelle vous répondez à l'étude ». Les options de réponse permettent de sélectionner jusqu'à 5 langues à partir de menus déroulants. Chaque menu déroulant est basé sur une sélection de 156 langues issues d'une classification utilisée au Recensement de la population de 2021^{1,2}. Les langues sont également présentées dans un ordre particulier, à savoir :

- Français
- Anglais
- Les différentes langues autochtones³, triées par ordre alphabétique
- Les autres langues⁴, triées par ordre alphabétique
- Langue absente de la liste⁵

Question sur les langues utilisées pour faire des achats en ligne (intitulé, choix de réponses et consignes)

Après avoir répondu à la question sur la connaissance des langues, les personnes répondantes sont invitées à déclarer la fréquence d'utilisation de chacune des langues qu'elles utilisent pour faire des achats en ligne. La question est posée de la manière suivante : « Pouvez-vous me dire à quelle fréquence vous faites vos achats en ligne en [CLX] ? ».

CLX fait référence à chacune des langues que la personne a déclaré connaître suffisamment pour tenir une conversation simple, c'est-à-dire à celles nommées à la question sur la connaissance des langues. En plus des langues CLX, la personne répondante a la possibilité de déclarer une autre langue qu'elle utilise pour faire des achats en ligne, mais qu'elle n'a pas déclarée à la question sur la connaissance des langues⁶. Pour chacune de ces langues, les choix de réponses proposés à la question sur la fréquence

1. [Dictionnaire, Recensement de la population, 2021 – Annexe 2.2 Langue maternelle, langue parlée à la maison et langue de travail, classifications de 2021, 2016 et 2011](#) (statcan.gc.ca).

2. Dans le menu déroulant se trouve aussi un choix « langue absente de la liste ». Si cette option est retenue, la personne répondante peut saisir sa langue dans une boîte ouverte. L'ISQ a ensuite procédé au recodage des langues saisies dans les boîtes ouvertes.

3. Pour figurer dans le menu déroulant, une langue autochtone doit avoir été déclarée par au moins une personne comme langue maternelle lors du recensement de 2021.

4. Pour figurer dans le menu déroulant, une langue doit avoir été déclarée par au moins 100 personnes comme langue maternelle lors du recensement de 2021.

5. Si cette option est retenue, la personne répondante peut saisir sa langue dans une boîte ouverte.

6. Autrement dit, une langue dans laquelle la personne répondante n'a pas déclaré pouvoir tenir une conversation simple. Une instruction supplémentaire demande à la personne répondante d'indiquer, en cas d'utilisation de plusieurs langues, celle qu'elle utilise le plus souvent.

d'utilisation des langues sont : toujours ou presque⁷, souvent⁸, parfois⁹, rarement¹⁰, jamais¹¹, ne s'applique pas¹², ne sait pas, ne répond pas.

Construction de l'indicateur

Les catégories de fréquence d'utilisation sont utilisées pour construire l'indicateur de la langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne. Plus concrètement, pour chaque personne, la ou les langues ayant la fréquence d'utilisation la plus élevée sont conservées pour la construction de l'indicateur, et ce, quelle que soit l'intensité de la fréquence (toujours ou presque, souvent, parfois, rarement¹³). Les

trois exemples suivants illustrent des situations fictives avec les langues retenues pour la construction de l'indicateur (indiquées en gras dans les tableaux) des langues utilisées le plus fréquemment pour faire des achats en ligne.

Pour le cas 1, la langue retenue est le français, car c'est la langue pour laquelle la fréquence est la plus élevée. Pour le cas 2, l'anglais et le français sont les deux langues utilisées le plus fréquemment. Enfin, pour le cas 3, c'est le mandarin. À noter que dans la construction de l'indicateur, toutes les langues autres que le français et l'anglais sont regroupées dans une modalité « autre(s) langue(s) ».

Cas 1 (fictif)

Langues connues (CLX)	Fréquence d'utilisation				
	Toujours ou presque	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Français	X				
Anglais			X		

Cas 2 (fictif)

Langues connues (CLX)	Fréquence d'utilisation				
	Toujours ou presque	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Français		X			
Anglais		X			
Espagnol				X	

Cas 3 (fictif)

Langues connues (CLX)	Fréquence d'utilisation				
	Toujours ou presque	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Français					X
Anglais					X
Mandarin		X			

7. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous utilisez uniquement ou presque exclusivement la langue indiquée pour réaliser l'action.
8. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous utilisez la langue indiquée au moins la moitié des fois où vous réalisez l'action, mais pas toujours ou presque
9. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous utilisez la langue indiquée moins de la moitié des fois où vous réalisez l'action, tout en l'utilisant plus que de façon exceptionnelle.
10. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous utilisez la langue indiquée de façon exceptionnelle pour réaliser l'action.
11. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous n'utilisez pas la langue indiquée pour réaliser l'action.
12. La définition fournie aux personnes répondantes est : vous ne faites pas cette action.
13. La question posée ne tient pas compte de la fréquence à laquelle l'action est réalisée, que ce soit une fois par jour ou une fois par mois. Elle porte seulement sur la fréquence d'utilisation des langues.

Une fois que la ou les langues le plus fréquemment utilisées sont identifiées, nous pouvons construire trois variables intermédiaires : une première variable pour le français, une seconde variable pour l'anglais et une dernière variable pour les autres langues que le français et l'anglais. Chaque variable intermédiaire peut avoir comme valeur :

- 1, pour la langue qui obtient la fréquence la plus élevée ;
- 2, pour les langues qui n'ont pas la fréquence d'utilisation la plus élevée (que ce soit parce que la langue n'est pas utilisée ou parce qu'elle n'est pas utilisée suffisamment fréquemment).

Autrement dit, la variable intermédiaire pour le français est égale à 1 si la personne déclare que le français est la langue ou une des langues utilisées ayant la fréquence d'utilisation la plus élevée, et la variable intermédiaire pour l'anglais est égale à 1 si la personne déclare que l'anglais est la langue ou une des langues utilisées ayant la fréquence d'utilisation la plus élevée. Pour les langues autres que le français et l'anglais, il suffit qu'une de ces langues soit déclarée comme celle ayant la fréquence la plus élevée pour que la variable intermédiaire des langues autres que le français et l'anglais, soit égale à 1.

Ensuite, les différentes combinaisons des trois variables intermédiaires permettent de construire l'indicateur de la langue le plus fréquemment utilisée. Par exemple, si la variable intermédiaire pour le français est égale à 1 et que les variables intermédiaires pour l'anglais et les autres langues sont égales à 2, alors on considérera que la personne utilise le plus fréquemment le français uniquement pour faire des achats en ligne. Le tableau 2 ci-dessous décrit les différentes combinaisons possibles.

Finalement, les différentes combinaisons des trois variables intermédiaires permettent d'appliquer à l'indicateur de la langue le plus fréquemment utilisée les modalités suivantes :

- Français uniquement
- Anglais uniquement
- Autre(s) langue(s) uniquement
- Français et anglais
- Français et autre
- Anglais et autre
- Français, anglais et autre

Tableau 2

Les différentes combinaisons possibles et la modalité de recodage associée

Variables intermédiaires			Modalité de recodage
Français	Anglais	Autre(s) langue(s)	
1	2	2	Français uniquement
2	1	2	Anglais uniquement
2	2	1	Autre(s) langue(s) uniquement
1	1	2	Français et anglais
1	2	1	Français et autre langue
2	1	1	Anglais et autre langue
1	1	1	Français, anglais et autre langue

Portée et limites de l'indicateur sur la langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne

L'indicateur sur la langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne donne un aperçu des comportements linguistiques des personnes qui achètent en ligne.

Cependant, cet indicateur a aussi des limites :

- L'indicateur ne permet pas de savoir si le choix de la langue utilisée pour le paiement en ligne et le suivi de la commande est fait par la personne qui achète ou imposé par le commerçant ou la commerçante.
- L'indicateur ne permet pas de connaître la langue de l'emballage, de l'étiquetage et des documents accompagnant le produit acheté par la personne.
- L'indicateur réfère uniquement à la ou aux langues utilisées le plus fréquemment.
- Les réponses peuvent varier en fonction de la perception individuelle de la fréquence des achats en ligne, ce qui peut introduire une certaine subjectivité.
- L'indicateur ne fournit pas d'information sur les préférences d'utilisation ni sur les raisons associées à l'utilisation d'une langue donnée.
- L'indicateur ne tient pas compte de la fréquence de réalisation de l'activité (la personne peut faire des achats en ligne tous les jours ou une fois par mois). Seule la langue le plus fréquemment utilisée est prise en considération.

Notice bibliographique suggérée

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2025). *Étude sur la situation des langues parlées au Québec en 2024. La langue le plus fréquemment utilisée pour faire des achats en ligne* [En ligne], L'Institut, 7 p. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/ESLPQ2024-langue-utilisee-achats-en-ligne.pdf].

Ce document a été réalisé à l'Institut de la statistique du Québec par :

Direction des statistiques
sociodémographiques

Pour plus de renseignements :

Centre d'information et de documentation
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone :
418 691-2401
1 800 463-4090 (Canada et États-Unis)

Courriel : cid@stat.gouv.qc.ca

Site Web : statistique.quebec.ca

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
2^e trimestre 2025
ISBN 978-2-555-00932-5 (en ligne)

© Gouvernement du Québec
Institut de la statistique du Québec, 2025

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec. statistique.quebec.ca/fr/institut/nous-joindre/droits-auteur-permission-reproduction