

# 7.4

C H A P I T R E

---

UTILISATION D'INTERNET

---



Dans une société de l'information, l'accès à un ordinateur et à une connexion Internet à faible coût apparaît de première importance pour toutes les couches de la société et à tous les âges de la vie. Sans cet accès, le clivage entre riches et pauvres se creuse davantage dès la petite enfance, et à chaque moment de la vie. C'est ce qui justifie l'intérêt porté à ce genre de données.

Le survol présenté permet de voir la progression du taux de branchement des ménages à Internet entre 2004 et 2007 au Québec, de comparer le taux de 2007 à celui de l'Ontario et du Canada et de juger de la fréquence d'utilisation d'Internet à domicile.

Puis, l'utilisation d'Internet au domicile, au travail ou à l'école est nuancée au regard du sexe des personnes, de leur âge, du genre de ménage dans lequel elles évoluent, de leur niveau de scolarité et de leur revenu.

Enfin, les résultats d'un sondage effectué auprès d'un échantillon représentatif des jeunes Québécois nés entre 1984 et 1996 environ, qui forment la génération C<sup>1</sup>, la plus « branchée », permettent de compléter ce bref portrait en montrant la proportion de jeunes qui possèdent certains appareils électroniques, leur répartition selon le temps qu'ils passent sur Internet et le genre d'activités en ligne qui les occupent au regard de leur sexe.

1. Selon les différents auteurs, le vocable « génération C » fait référence aux termes suivants : computer, click, connexion, communication, collaboration, création, etc.

## Taux de branchement des ménages à Internet, proportion de personnes utilisant Internet à des fins personnelles selon le point d'accès et proportion de personnes disposant d'une connexion Internet selon la fréquence d'utilisation, Québec, Ontario et Canada, période 2004-2007

TABLEAU 7.4.1

INDICATEUR	QUÉBEC	ONTARIO	CANADA
<b>TAUX DE BRANCHEMENT DES MÉNAGES À INTERNET<sup>1</sup>, 2004-2007 (%)</b>			
2004	50	..	60
2005	55	..	63
2006	59	..	68
2007	64	..	73
<b>% DE PERSONNES<sup>2</sup> UTILISANT INTERNET À DES FINS PERSONNELLES, SELON LE POINT D'ACCÈS, 2005 ET 2007</b>			
<b>N'importe quel endroit</b>			
2005	62	72	68
2007	69	75	73
<b>Domicile</b>			
2005	53	67	61
2007	63	71	69
<b>Travail</b>			
2005	25	28	26
2007	28	31	30
<b>École</b>			
2005	11	12	12
2007	14	15	15
<b>Bibliothèque publique</b>			
2005	7	11	10
2007	9	12	11
<b>Autres endroits<sup>3</sup></b>			
2005	20	21	20
2007	20	23	22
<b>% DE PERSONNES<sup>4</sup> DISPOSANT D'UNE CONNEXION INTERNET À DOMICILE, SELON LA FRÉQUENCE D'UTILISATION D'INTERNET, 2007</b>			
Au moins une fois par jour	65	69	69
Au moins une fois par semaine, mais pas tous les jours	27	24	24
Une fois par mois ou moins, mais pas chaque semaine	8	7	7

1. Inclut tous les ménages comptant au moins un membre âgé de 16 à 74 ans.

2. Inclut les personnes de 16 ans ou plus.

3. Domicile d'un membre de la famille, d'un ami ou d'un voisin, bureau du gouvernement, café Internet, organisme bénévole, en voyage, téléphone mobile ou autre assistant numérique personnel.

4. Les personnes de 18 ans ou plus qui ont utilisé Internet à partir du domicile.

**Sources :** Eurostat et Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages, extraits de compilations effectuées par l'ISQ, « Taux de branchement à Internet des ménages, Québec et certains pays de l'OCDE, 2004 à 2008 », site Web, 8 janvier 2010.

Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2007, CANSIM, extraits de compilations effectuées par l'ISQ, « Utilisation d'Internet à des fins personnelles par les individus, selon le point d'accès, Québec, autres provinces et Canada, 2005 et 2007 », site Web, 27 juin 2008.

Statistique Canada, Fichier de microdonnées à grande diffusion de l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2007, produit n° 56M0003XCB au catalogue, « Fréquence d'utilisation d'Internet par les individus disposant d'une connexion Internet à domicile, Québec, autres provinces et Canada, 2007 », site Web, 2 septembre 2009.

Si la moitié des ménages étaient branchés à Internet en 2004, quelque trois ans plus tard, près des deux tiers des ménages québécois (64 %) étaient concernés. Bien qu'important, le taux de branchement au Québec accuse toujours un retard par rapport à celui observé au Canada (73 %).

L'utilisation d'Internet, au Québec comme ailleurs, se fait le plus souvent à partir du domicile. Les personnes qui disposent d'une connexion Internet à la maison en font un usage quotidien, près des deux tiers des utilisateurs québécois (65 %) y recourant au moins une fois par jour.

## Proportion de personnes utilisant Internet à des fins personnelles, selon certains points d'accès et caractéristiques socioéconomiques, Québec, Ontario et Canada, 2007

T A B L E A U 7 . 4 . 2

CARACTÉRISTIQUES SOCIOÉCONOMIQUES	QUÉBEC			ONTARIO			CANADA		
	DOMICILE	TRAVAIL	ÉCOLE	DOMICILE	TRAVAIL	ÉCOLE	DOMICILE	TRAVAIL	ÉCOLE
% DE PERSONNES UTILISANT INTERNET									
<b>Sexe</b>									
Hommes	64,7	29,5	14,0	72,7	33,5	15,7	69,6	31,8	14,9
Femmes	61,6	27,3	13,4	69,1	29,3	14,5	67,6	28,2	14,1
<b>Groupe d'âge</b>									
16-24	85,6	30,7	69,8	90,3	23,6	68,5	89,1	27,3	65,8
25-34	79,6	49,7	16,0	86,6	49,8	17,9	83,8	47,9	17,2
35-44	77,6	37,5	4,3 <sup>E</sup>	82,3	45,1	4,7 <sup>E</sup>	80,6	41,6	5,1
45-54	66,3	33,8	F	70,4	35,2	2,3 <sup>E</sup>	70,4	35,1	2,9
55-64	49,4	14,1	F	58,9	25,1	F	56,8	20,7	1,3
65 et plus	21,4	2,4	F	32,0	2,7	F	27,9	2,5	F
<b>Genre de ménage</b>									
Unifamilial avec enfants de moins de 16 ans	80,0	36,9	13,9	82,7	40,5	16,0	81,5	38,0	15,8
Unifamilial sans enfant	61,9	26,0	14,8	68,6	26,7	16,2	66,4	26,3	14,7
À une seule personne	37,8	21,1	5,9	46,2	24,8	5,5	43,9	23,6	5,6
Multifamilial	65,7	30,6	26,7	70,0	33,4	17,7	75,4	35,1	25,5
<b>Niveau de scolarité</b>									
Études secondaires ou moins	45,2	11,2	9,8	55,1	14,2	16,5	53,9	14,4	14,3
Études collégiales ou certificat universitaire	69,4	31,7	17,2	76,2	34,3	14,6	73,5	33,0	14,7
Diplôme universitaire	86,7	57,3	14,0	90,4	56,8	13,3	89,1	55,8	14,6
<b>Quintile de revenu personnel</b>									
24 000 \$ et moins	38,5	11,4	14,1	38,7	10,7	10,5	39,1	10,8	12,3
De 24 001 \$ à 39 999 \$	46,3	16,2	10,7	55,0	12,7	13,6	52,9	16,0	11,8
De 40 000 \$ à 59 999 \$	68,9	27,6	8,4	67,2	19,9	13,5	67,7	23,5	12,5
De 60 000 \$ à 94 999 \$	77,5	41,1	15,8	79,5	37,2	15,3	80,1	37,6	14,7
95 000 \$ et plus	89,8	50,3	20,7	88,1	52,7	18,7	88,3	50,3	19,3

E. À utiliser avec prudence. Coefficient de variation se situant entre 16,6 et 33,3 %.

F. Trop peu fiable pour être publié.

Source : Statistique Canada, Fichier de microdonnées à grande diffusion de l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2007, produit n° 56M0003XCB au catalogue, compilation par l'ISQ, Direction des statistiques économiques et du développement durable, « Utilisation d'Internet à des fins personnelles par les individus [à domicile, au travail et à l'école], selon différents facteurs socioéconomiques, Québec, Ontario et Canada, 2007 », site Web, 2 septembre 2009.

Le portrait socioéconomique des utilisateurs d'Internet du Québec varie peu par rapport à celui des Ontariens et des Canadiens.

Au Québec, que ce soit au domicile, au travail ou à l'école, une proportion légèrement plus grande d'hommes que de femmes utilisent Internet à des fins personnelles.

Au domicile, où l'utilisation d'Internet est plus largement répandue, on compte environ huit utilisateurs pour dix jeunes de moins de 35 ans. Cependant, ce rapport est inverse chez les personnes de 65 ans et plus (21,4 %), à qui Internet est familier dans une moins grande proportion.

L'utilisation d'Internet est moins répandue chez les personnes seules que chez celles qui appartiennent à un ménage familial, quelles que soient les caractéristiques de ce dernier. Finalement, les plus fortes proportions d'utilisateurs d'Internet se trouvent généralement chez les personnes détenant un diplôme universitaire et chez celles qui se situent dans un quintile de revenu élevé.

Proportion de jeunes de la génération C, selon le nombre d'heures par semaine passées sur le Web, les appareils électroniques possédés et les activités faites en ligne au cours du mois précédant le sondage, selon le sexe ou le groupe d'âge, Québec, décembre 2009

TABLEAU 7.4.3

NOMBRE D'HEURES PAR SEMAINE	PROPORTION (%) DE JEUNES DE LA GÉNÉRATION C <sup>1</sup> SELON LE NOMBRE D'HEURES PASSÉES SUR LE WEB CHAQUE SEMAINE		
	12-17 ANS	18-24 ANS	TOTAL 12-24 ANS
0 à 10 heures	43	27	35
11 à 20 heures	32	32	32
21 heures ou plus	25	40	33
	NOMBRE		
Nombre moyen d'heures	16	22	19

  

TYPE D'APPAREIL	PROPORTION (%) POSSÉDANT PERSONNELLEMENT	
	12-17 ANS	18-24 ANS
Lecteur MP3	89	79
Téléphone cellulaire	39	73
Ordinateur de bureau	64	64
Ordinateur portable	19	58
Console de jeux vidéo	65	55
Assistant numérique (ex. : BlackBerry)	3	7

  

TYPE D'ACTIVITÉ EN LIGNE	PROPORTION (%) DE JEUNES (12-24 ANS) QUI ONT FAIT CERTAINES ACTIVITÉS EN PARTICULIER EN LIGNE AU COURS DU MOIS PRÉCÉDANT LE SONDRAGE <sup>2</sup>	
	HOMMES	FEMMES
Rechercher de l'information	85	86
Communiquer par courrier électronique	80	89
Clavarder	72	77
Écouter ou télécharger de la musique	70	71
Participer à des jeux seul ou en réseau	58	33
Visiter un site de réseautage	57	67
Effectuer des transactions bancaires	42	44
Consulter un blogue	41	42
Échanger des notes de cours	40	48
Écouter ou télécharger des films en ligne	38	26
Faire des achats en ligne	28	18

1. Génération C : Nom donné aux jeunes nés entre les années 1984 et 1996 et qui participent à l'information transmise dans une société branchée.

La lettre « C » fait référence aux termes computer, clic, connecté, communication, collaboration, création, etc., selon les chercheurs qui se penchent sur ces questions.

2. CEFRIO, Enquête Génération C, sondage réalisé par Léger Marketing pour le compte du CEFRIO, du 7 au 24 novembre 2008 et du 3 au 9 février 2009 : 2 020 jeunes québécois de 12 à 24 ans ont été interrogés par téléphone ou sur le Web. La marge d'erreur est de plus ou moins 2,2 %, 19 fois sur 20.

Source : Réjean ROY, *Génération C. Les 12-24 ans : moteurs de transformation des organisations. Rapport-synthèse*, Québec, CEFRIO, décembre 2009, 48 p.

Proportion de jeunes de la génération C, selon le nombre d'heures par semaine passées sur le Web, les appareils électroniques possédés et les activités faites en ligne au cours du mois précédant le sondage, selon le sexe ou le groupe d'âge, Québec, décembre 2009 (suite)

---

T A B L E A U 7 . 4 . 3

Ces données mettent en lumière des tendances nouvelles en ce qui a trait à l'utilisation des technologies de l'information. Les attentes, comme les agirs de ces jeunes dans le milieu scolaire, sur le plan de la consommation, au travail et dans la vie civique, se démarqueront de ce qu'on observait dans les générations plus anciennes.

Selon une enquête récente menée auprès des jeunes québécois de 12 à 24 ans, le tiers passent 21 heures ou plus par semaine sur le Web, cette proportion atteignant 40 % chez les 18-24 ans. La moyenne d'heures par semaine se chiffre à 19.

Au moins huit sur dix auraient un lecteur MP3. La grande majorité des jeunes de 18-24 ans (73 %) possèdent un téléphone cellulaire, et 40 % des 12 à 17 ans en détiennent également un. Près de six jeunes sur dix de 18 à 24 ans (58 %) disposent d'un ordinateur portable.

Les activités en ligne apparaissent très prisées par les jeunes et d'une grande variété. La recherche d'information figure au premier plan pour plus de 85 % d'entre eux, suivie de près par le courrier électronique et le clavardage, auxquels ont recours sept à huit jeunes sur dix. Six à sept jeunes sur dix fréquentent un site de réseautage, et quatre sur dix effectuent des transactions bancaires en ligne.