

# Chiffres à l'appui du MCC

## Culture, communications et technologies numériques au Québec



Mai 2014

Québec 

## Réalisation

Direction des politiques de culture, de recherche et d'évaluation

## Supervision

Sophie Magnan

## Mise à jour

Guy Therrien

## Collaboration

Alexandra Roy

Steve Simard

## Édition

Agathe Caron

**Mai 2014**

Dépôt légal : 2014  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada  
ISBN : 978-2-550-67011-7 (PDF)  
ISSN : 1929-5391 (PDF)

© Gouvernement du Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2014

## Table des matières

### Introduction

- **Partie 1** : Où se situe le Québec ? Comparaisons avec le Canada et le reste du monde (p.7)
- **Partie 2** : Évolution de l'utilisation d'Internet au Québec (p.16)
- **Partie 3** : Usage d'Internet au Québec (p.25)
- **Partie 4** : Cycle d'adoption des technologies médias (p.36)

**Conclusion** (p.64)

### Objectif

- Présentation de statistiques sur les tendances d'utilisation du numérique aux fins de communication et de consommation de produits culturels au Québec.

## Principales sources consultées

- ✓ Observateur des technologies médias (OTM)
- ✓ Institut de la statistique du Québec (ISQ)
- ✓ Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)
- ✓ Statistique Canada
- ✓ CEFRIO
- ✓ Centre d'études sur les médias
- ✓ Gartner, Netcraft, Eurostat, ITU, The Radicati Group

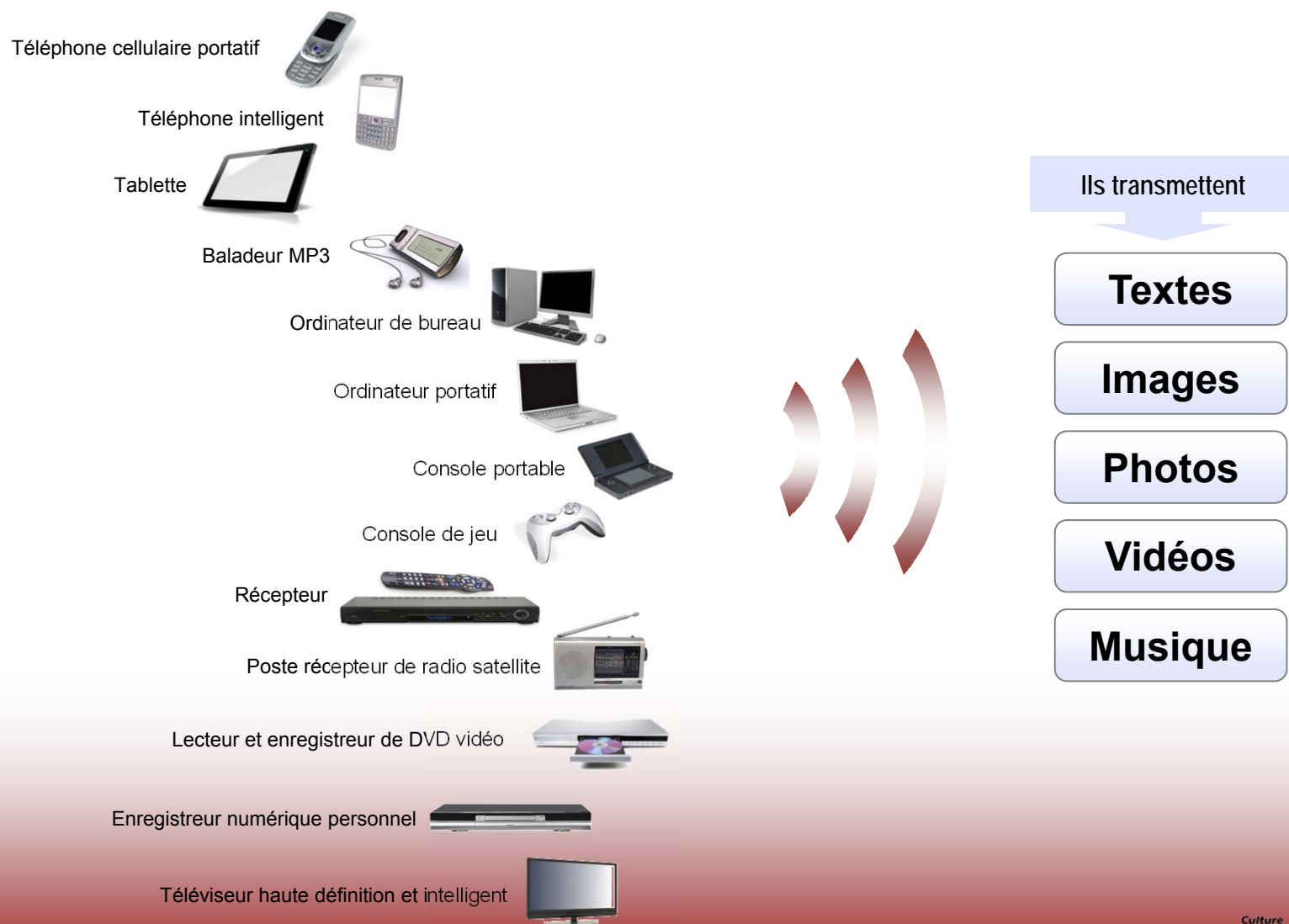
## Introduction

Depuis les deux dernières décennies, la révolution numérique modifie en profondeur presque tous les aspects de notre vie :

- **l'éducation** (utilisation des technologies en classe et formation à distance)
- **le travail** (ordinateurs, logiciels et autres outils de travail)
- **la consommation** (commerce électronique)
- **l'information** (médias électroniques)
- **les relations interpersonnelles** (réseaux sociaux)
- **le tourisme** (services touristiques et réservations)
- **l'industrie** (production de biens et services)

**et aussi la culture**

## Plusieurs appareils audiovisuels et numériques grand public véhiculent du contenu culturel





# Où se situe le Québec ? 1

Comparaisons avec le Canada et le reste du monde

## PORTRAIT MONDIAL DE L'UTILISATION D'INTERNET EN 2013

### Ordinateurs et navigation sur Internet

|                                                          |                 |
|----------------------------------------------------------|-----------------|
| Ordinateurs vendus dans le monde en <b>2014</b> (estimé) | 281,6 millions  |
| Nombre d'internautes dans le monde (estimé)              | 2,749 milliards |

### Courriels

|                                                           |               |
|-----------------------------------------------------------|---------------|
| Nombre de comptes de messagerie (courriels) dans le monde | 3,9 milliards |
| Nombre de courriels envoyés et reçus par jour             | 210 milliards |
| Pourcentage de courriels considérés comme des pourriels   | 80 %          |

### Sites Web

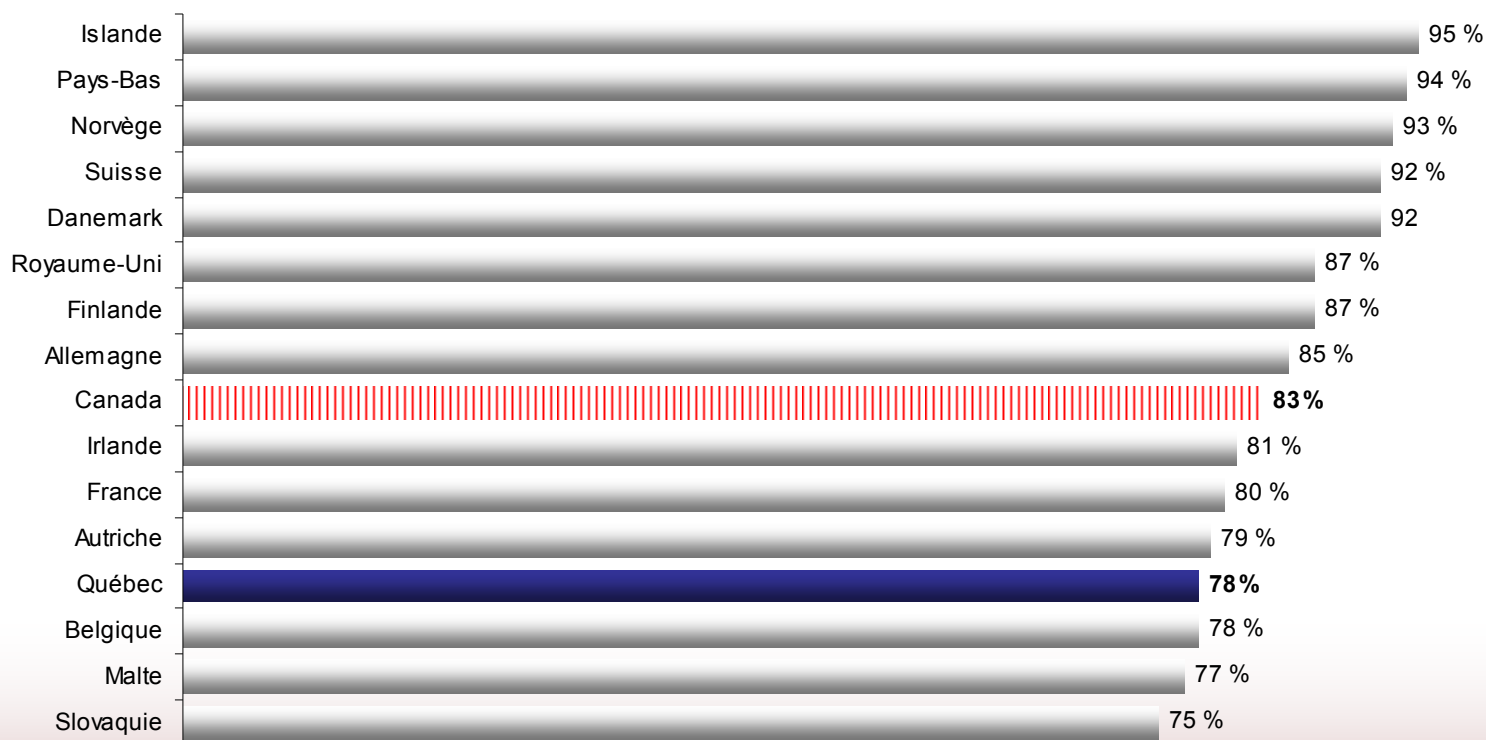
|                                                                 |              |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|
| Nombre de sites Web                                             | 861 millions |
| Nombre de sites Web ajoutés dans l'année (décembre 2012 à 2013) | 227 millions |

Sources : Gartner (<http://www.gartner.com/newsroom/id/2610015>)  
 ITU (<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>)  
 The Radicati Group (<http://www.radicati.com/wp/wp-content/uploads/2013/04/Email-Statistics-Report-2013-2017-Executive-Summary.pdf>)  
 Netcraft (<http://news.netcraft.com/archives/2012/12/04/december-2012-web-server-survey.html>)



## Taux de pénétration d'Internet dans les ménages au Québec et dans certains pays, 2012

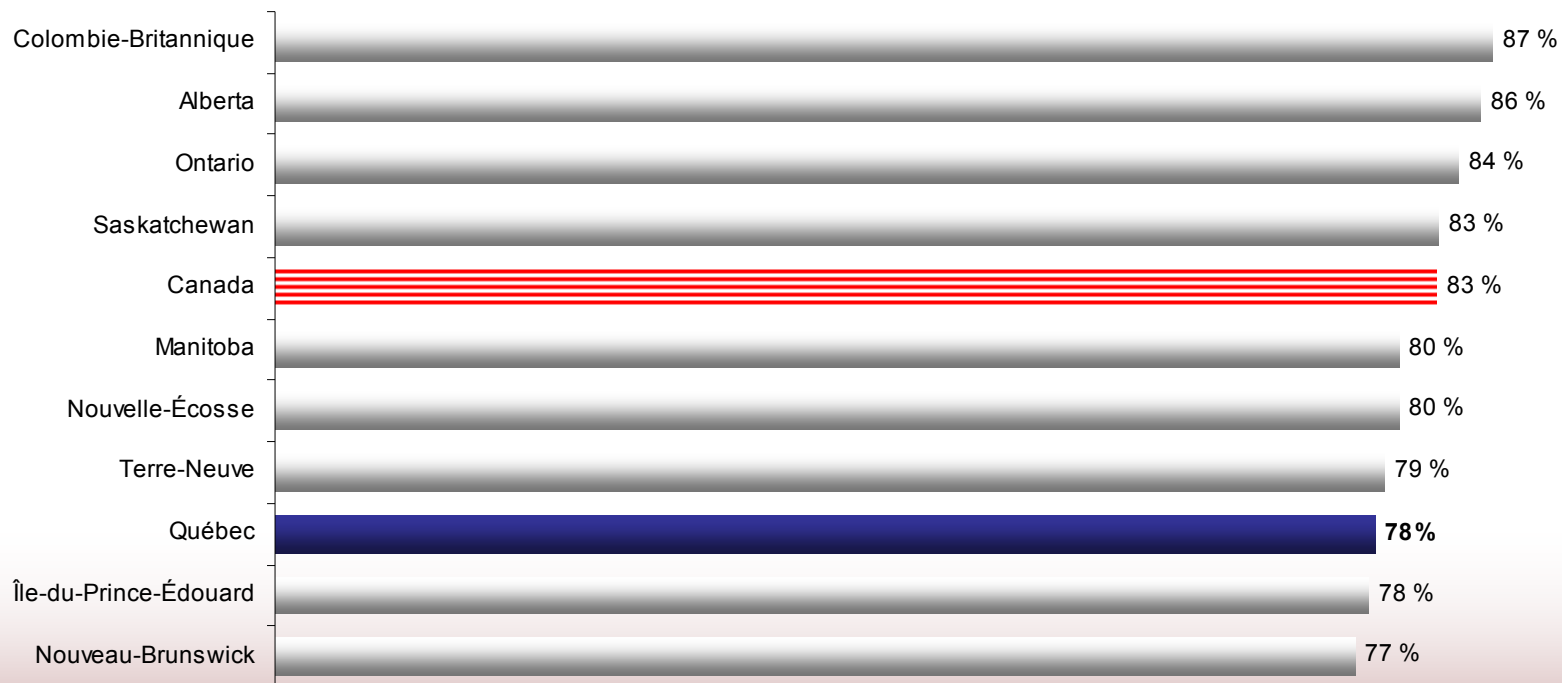
En 2012, 83 % des ménages ont une connexion à Internet à domicile au Canada, alors que cette proportion se situe à 78 % pour les ménages du Québec.



Sources : Pour le Canada : Statistique Canada, Enquête sur l'utilisation d'Internet, 2012  
 Pour les autres pays : Eurostat

## Proportion des ménages canadiens ayant accès à Internet à partir du domicile par province, 2012

78 % des ménages québécois ont accès à Internet au domicile en 2012, ce qui est 1 point de pourcentage plus élevé que la province avec la plus faible proportion (Nouveau-Brunswick, 77 %) et 9 points de pourcentage moins élevés que la province ayant le plus haut taux (Colombie-Britannique, 87 %).



Source : Statistique Canada, Enquête sur l'utilisation d'Internet 2012, tableau 358-0167

## Évolution du taux de branchement à Internet des ménages au Québec et au Canada

➤ Augmentation tant au Québec qu'au Canada de 2007 à 2012.

### Taux de branchement à Internet des ménages, Québec et Canada, 2008 à 2012

|        | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Écart<br>2007-2012 |
|--------|------|------|------|------|------|--------------------|
|        | %    |      |      |      |      | Pts de %           |
| Québec | 67   | 71   | 73   | 74   | 78   | 16                 |
| Canada | 74   | 78   | 78   | 81   | 83   | 11                 |

➤ Faible augmentation, de 2010 à 2012, du taux de branchement à Internet haute vitesse au Québec, alors qu'au Canada, ce taux est stable.

### Taux de branchement à Internet haute vitesse des particuliers, Québec et Canada, 2010 à 2012

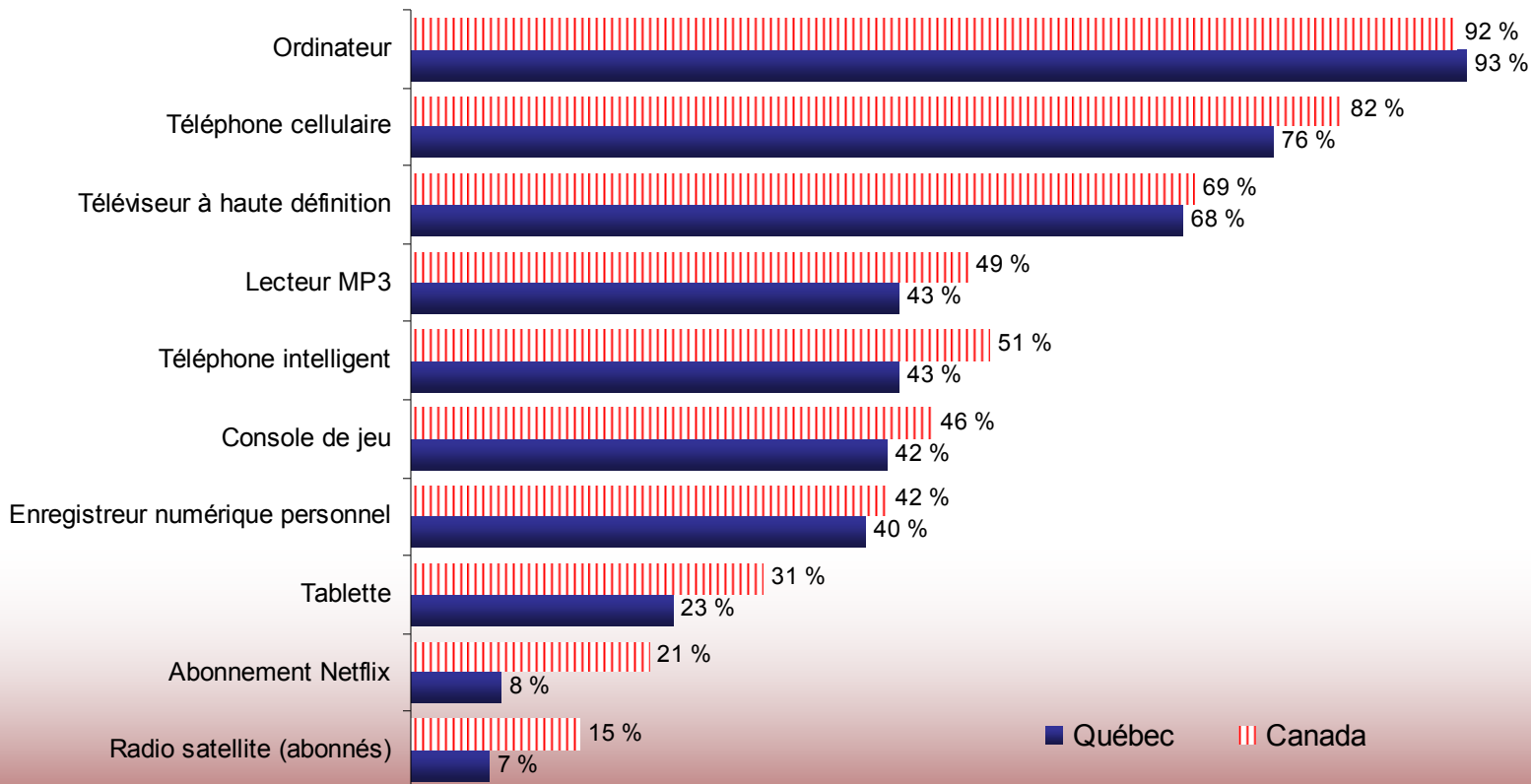
|                       | 2010 | 2012 | Écart    |
|-----------------------|------|------|----------|
|                       | %    |      | Pts de % |
| Québec                | 71,7 | 76,7 | 7,0      |
| Canada sans le Québec | 80,6 | 84,5 | 4,3      |

Mise en garde : l'introduction d'une nouvelle méthode de collecte de données en 2010 crée une rupture de série dans les données de l'Enquête sur les dépenses des ménages. Il faut donc user de prudence en comparant les données de 2010 et des années suivantes avec celles des années antérieures.

Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages) et Statistique Canada, Enquête sur l'utilisation d'Internet

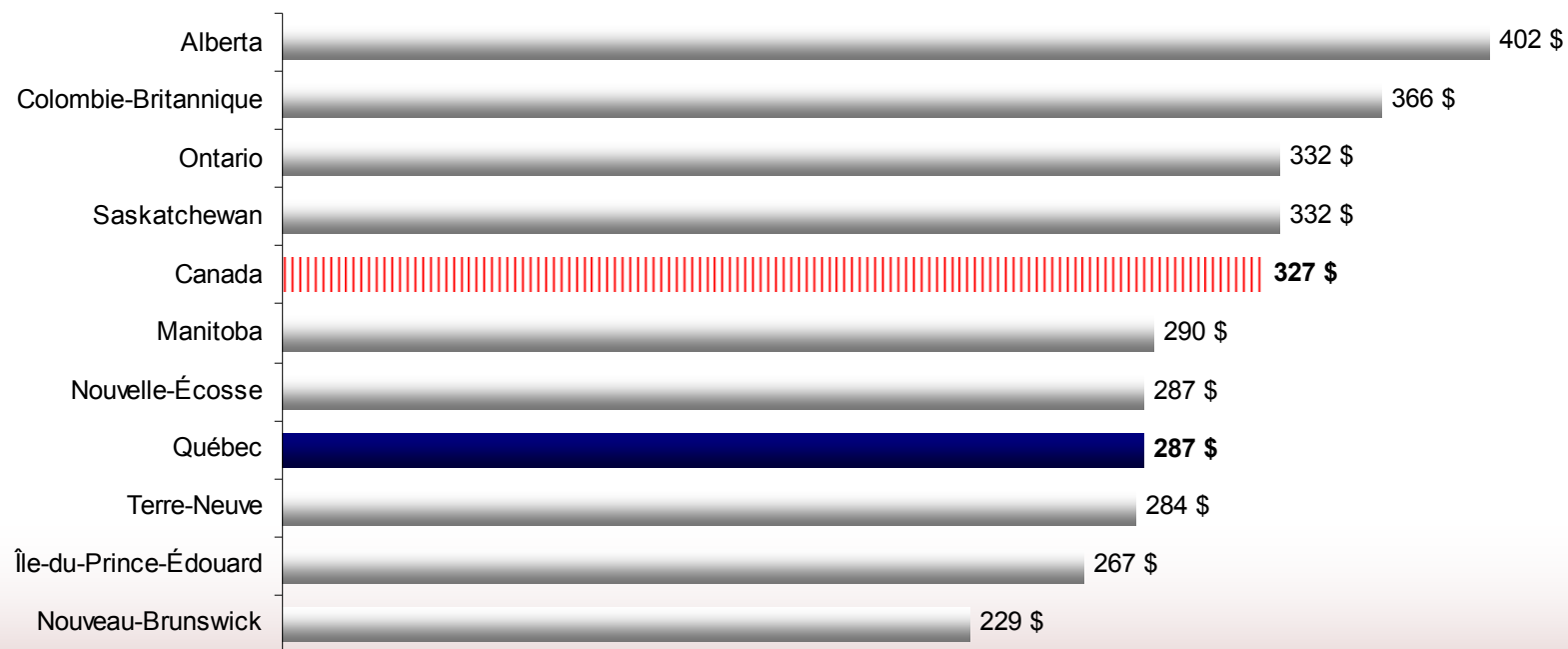
## Pourcentage des foyers abonnés à des services ou possédant certains appareils audiovisuels, Québec et Canada, 2013

L'abonnement à Netflix est nettement plus populaire au Canada (21 %) qu'au Québec (8 %), ce qui représente 13 points de pourcentage d'écart. Cette différence peut notamment s'expliquer par le contenu sur Netflix qui est surtout anglophone. On observe également un écart entre le Canada et le Québec, à raison de 8 points de pourcentage de moins pour le Québec pour chacun des équipements suivants: téléphone intelligent (51 % comparativement à 43 %), tablette (31 % comparativement à 23 %), radio satellite (15 % comparativement à 7 %).



## Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages canadiens pour du matériel informatique par province, 2011

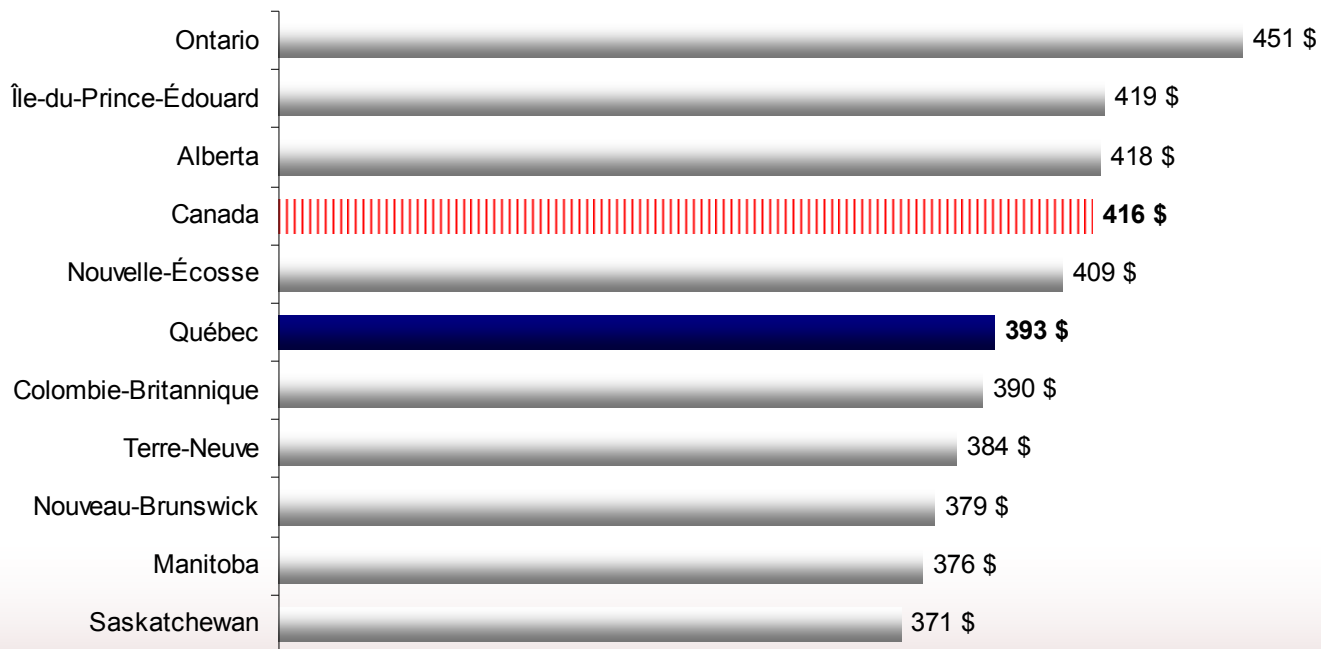
Les dépenses moyennes des ménages québécois pour du matériel informatique se situent à 287 \$ en 2011, alors que celles des ménages canadiens s'élèvent à 327 \$. Les ménages québécois ont des dépenses moyennes pour du matériel informatique équivalentes à celles des ménages de la Nouvelle-Écosse (287 \$).



Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages)

## Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages canadiens pour les services Internet par province, 2011

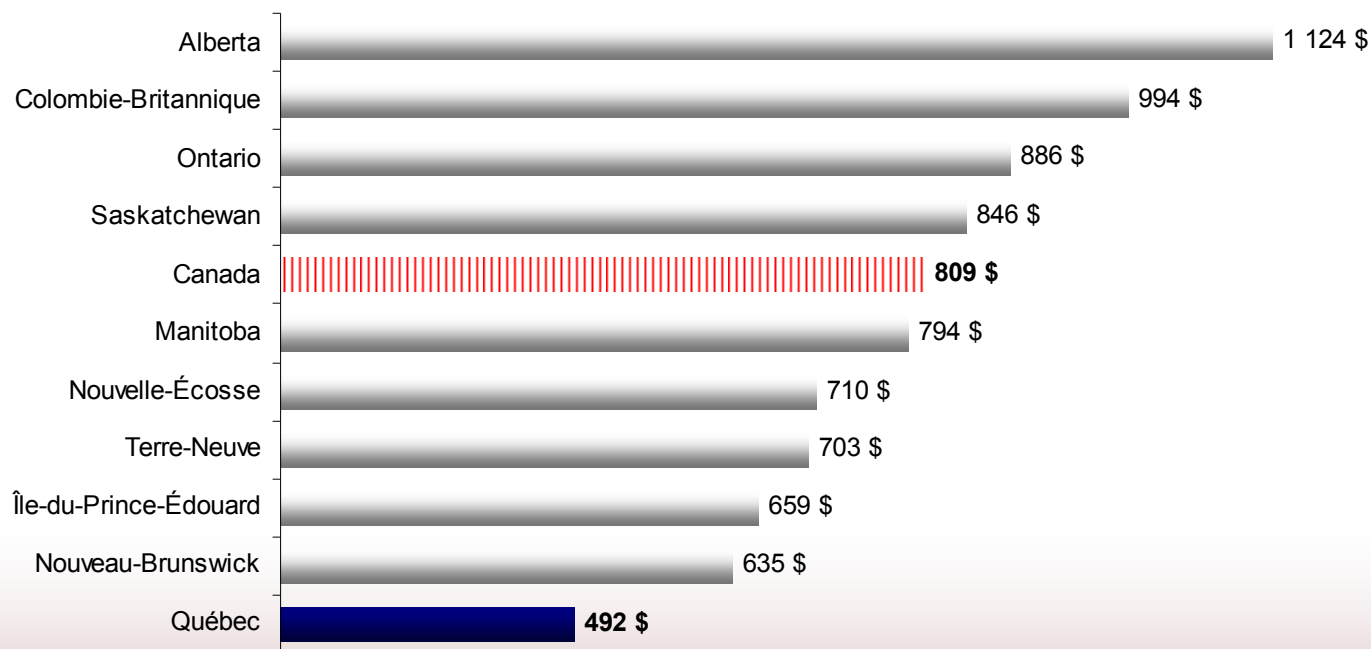
Les ménages canadiens dépensent davantage que les ménages québécois (416 \$ comparativement à 393 \$), qui eux se comparent à la Colombie-Britannique (393 \$ comparativement à 390 \$).



Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages)

## Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour les services cellulaires par province, 2011

Au Québec, ces dépenses sont nettement sous la valeur canadienne moyenne :  
492 \$ comparativement à 809 \$.



Source : Institut de la statistique du Québec (provenant de Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages)



# Évolution de l'utilisation d'Internet au Québec 2



## Proportion des ménages branchés à Internet, Québec 2012

La région de la Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine est celle ayant la plus faible proportion de ménages branchés à Internet (70,7 %), alors que la région de la Chaudière-Appalaches est celle où la connexion Internet haute vitesse est la moins répandue parmi les ménages branchés (91,2 %).

Ménages branchés à Internet,  
Québec et régions administratives, 2012

|                                   | Estimation* |
|-----------------------------------|-------------|
|                                   | %           |
| <b>Ensemble du Québec</b>         | <b>81,6</b> |
| 01 Bas-Saint-Laurent              | 74,4        |
| 02 Saguenay—Lac-Saint-Jean        | 76,3        |
| 03 Capitale-Nationale             | 84,5        |
| 04 Mauricie                       | 78,3        |
| 05 Estrie                         | 76,4        |
| 06 Montréal                       | 83,6        |
| 07 Outaouais                      | 80,3        |
| 08 Abitibi-Témiscamingue          | 79,0        |
| 09-10 Côte-Nord et Nord-du-Québec | 79,0        |
| 11 Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine  | 70,7        |
| 12 Chaudière-Appalaches           | 77,6        |
| 13 Laval                          | 84,3        |
| 14 Lanaudière                     | 81,0        |
| 15 Laurentides                    | 80,6        |
| 16 Montérégie                     | 84,0        |
| 17 Centre-du-Québec               | 77,8        |

Ménages branchés à la haute vitesse sur l'ensemble des  
ménages branchés,  
Québec et régions administratives, 2012

|                                   | Estimation* |
|-----------------------------------|-------------|
|                                   | %           |
| <b>Ensemble du Québec</b>         | <b>94,4</b> |
| 01 Bas-Saint-Laurent              | 92,3        |
| 02 Saguenay—Lac-Saint-Jean        | 93,5        |
| 03 Capitale-Nationale             | 94,4        |
| 04 Mauricie                       | 93,4        |
| 05 Estrie                         | 92,1        |
| 06 Montréal                       | 96,0        |
| 07 Outaouais                      | 95,3        |
| 08 Abitibi-Témiscamingue          | 96,7        |
| 09-10 Côte-Nord et Nord-du-Québec | 94,6        |
| 11 Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine  | 94,5        |
| 12 Chaudière-Appalaches           | 91,2        |
| 13 Laval                          | 96,1        |
| 14 Lanaudière                     | 93,7        |
| 15 Laurentides                    | 93,1        |
| 16 Montérégie                     | 94,2        |
| 17 Centre-du-Québec               | 91,5        |

\* Estimation dont la cote attribuée pour la précision est A (excellent).

Source : Institut de la statistique du Québec, Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet, 2012.

## Proportion des ménages branchés à Internet selon l'équipement d'accès utilisé, Québec, 2012

L'ordinateur de bureau et l'ordinateur portable sont les équipements les plus utilisés pour accéder à Internet.

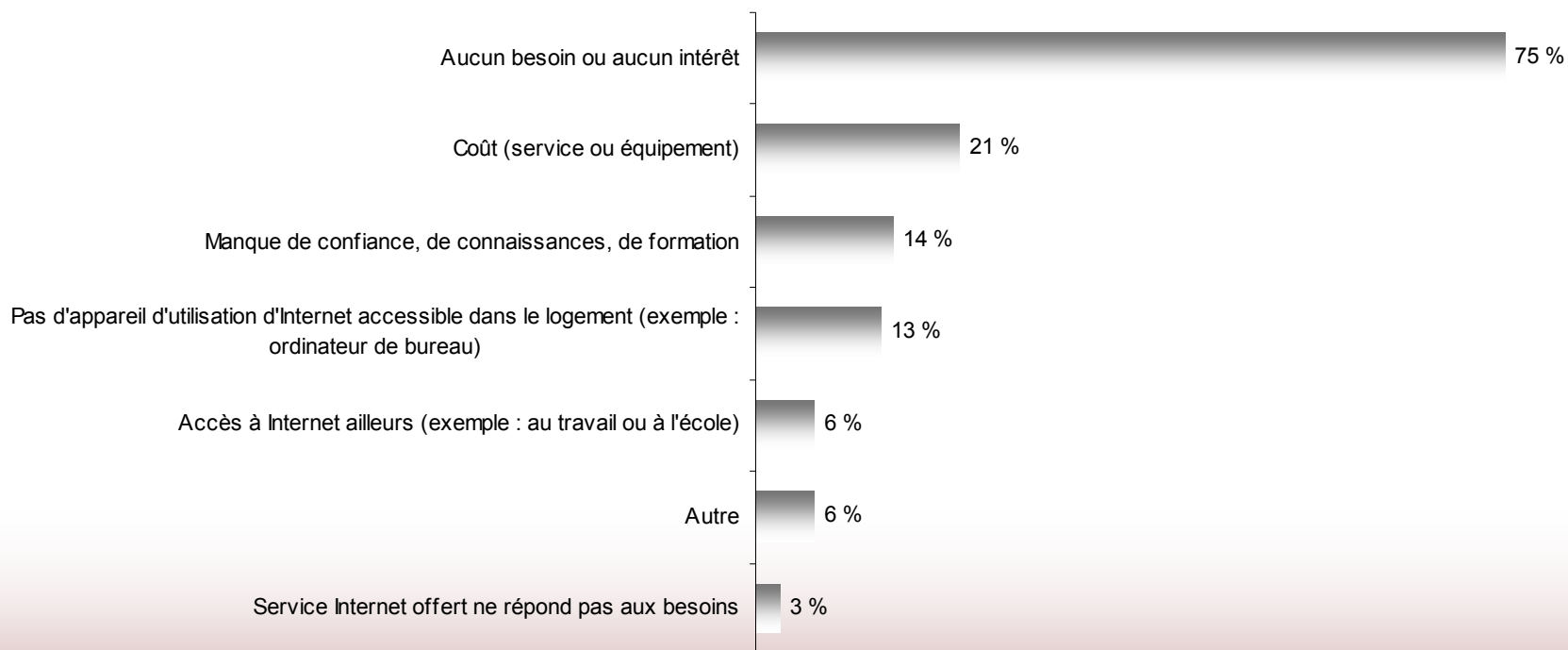
|                                   | Ordinateur de bureau |          | Ordinateur portable |          | Tablette numérique |          | Téléphone intelligent ou autre appareil de poche sans fil |          | Console de jeux vidéo |          | Autre équipement |          |
|-----------------------------------|----------------------|----------|---------------------|----------|--------------------|----------|-----------------------------------------------------------|----------|-----------------------|----------|------------------|----------|
|                                   | Estimation*          |          | Estimation*         |          | Estimation*        |          | Estimation*                                               |          | Estimation*           |          | Estimation*      |          |
|                                   | %                    | Cote     | %                   | Cote     | %                  | Cote     | %                                                         | Cote     | %                     | Cote     | %                | Cote     |
| <b>Ensemble du Québec</b>         | <b>65,8</b>          | <b>A</b> | <b>71,4</b>         | <b>A</b> | <b>22,0</b>        | <b>A</b> | <b>52,8</b>                                               | <b>A</b> | <b>26,7</b>           | <b>A</b> | <b>4,9</b>       | <b>A</b> |
| 01 Bas-Saint-Laurent              | 66,2                 | A        | 69,6                | A        | 14,8               | B        | 39,1                                                      | A        | 25,5                  | A        | 3,4              | C        |
| 02 Saguenay—Lac-Saint-Jean        | 65,7                 | A        | 72,1                | A        | 17,0               | B        | 48,9                                                      | A        | 26,4                  | B        | 3,9              | D        |
| 03 Capitale-Nationale             | 66,4                 | A        | 70,7                | A        | 22,8               | B        | 51,7                                                      | A        | 23,5                  | A        | 5,1              | C        |
| 04 Mauricie                       | 71,2                 | A        | 62,6                | A        | 15,5               | B        | 40,7                                                      | A        | 23,8                  | B        | 2,9              | D        |
| 05 Estrie                         | 66,2                 | A        | 65,6                | A        | 13,9               | B        | 44,9                                                      | A        | 24,8                  | B        | 3,6              | D        |
| 06 Montréal                       | 60,6                 | A        | 76,9                | A        | 28,1               | A        | 59,4                                                      | A        | 25,1                  | A        | 6,0              | C        |
| 07 Outaouais                      | 64,3                 | A        | 74,0                | A        | 22,3               | B        | 54,6                                                      | A        | 30,7                  | A        | 6,1              | C        |
| 08 Abitibi-Témiscamingue          | 62,2                 | A        | 72,3                | A        | 15,8               | B        | 44,8                                                      | A        | 28,1                  | A        | 4,0              | C        |
| 09-10 Côte-Nord et Nord-du-Québec | 59,8                 | A        | 75,8                | A        | 22,5               | B        | 48,4                                                      | A        | 30,5                  | A        | 3,8              | C        |
| 11 Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine  | 54,1                 | A        | 75,1                | A        | 15,1               | B        | 41,6                                                      | A        | 21,0                  | A        | 2,6              | D        |
| 12 Chaudière-Appalaches           | 68,4                 | A        | 66,7                | A        | 16,4               | B        | 44,3                                                      | A        | 23,7                  | A        | 3,4              | C        |
| 13 Laval                          | 65,0                 | A        | 74,7                | A        | 27,7               | B        | 59,5                                                      | A        | 32,0                  | A        | 5,8              | C        |
| 14 Lanaudière                     | 70,2                 | A        | 67,5                | A        | 19,5               | B        | 52,5                                                      | A        | 29,5                  | A        | 4,1              | C        |
| 15 Laurentides                    | 67,4                 | A        | 70,3                | A        | 20,3               | A        | 54,3                                                      | A        | 27,4                  | A        | 3,8              | C        |
| 16 Montérégie                     | 70,6                 | A        | 69,3                | A        | 21,0               | A        | 53,0                                                      | A        | 29,9                  | A        | 5,3              | B        |
| 17 Centre-du-Québec               | 71,2                 | A        | 60,0                | A        | 13,3               | B        | 41,8                                                      | A        | 22,0                  | B        | 2,4              | D        |

\* Estimation dont la cote attribuée pour la précision est : A (excellent); B (très bon); C (bon); D (passable); E (faible - à utiliser avec circonspection).

Source : Institut de la statistique du Québec, Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet, 2012.

## Raisons du non-branchement à Internet mentionnées par les ménages, Québec, 2012

La raison du non-branchement\* la plus souvent mentionnée par les ménages québécois est « Aucun besoin ou aucun intérêt » à 75 %.

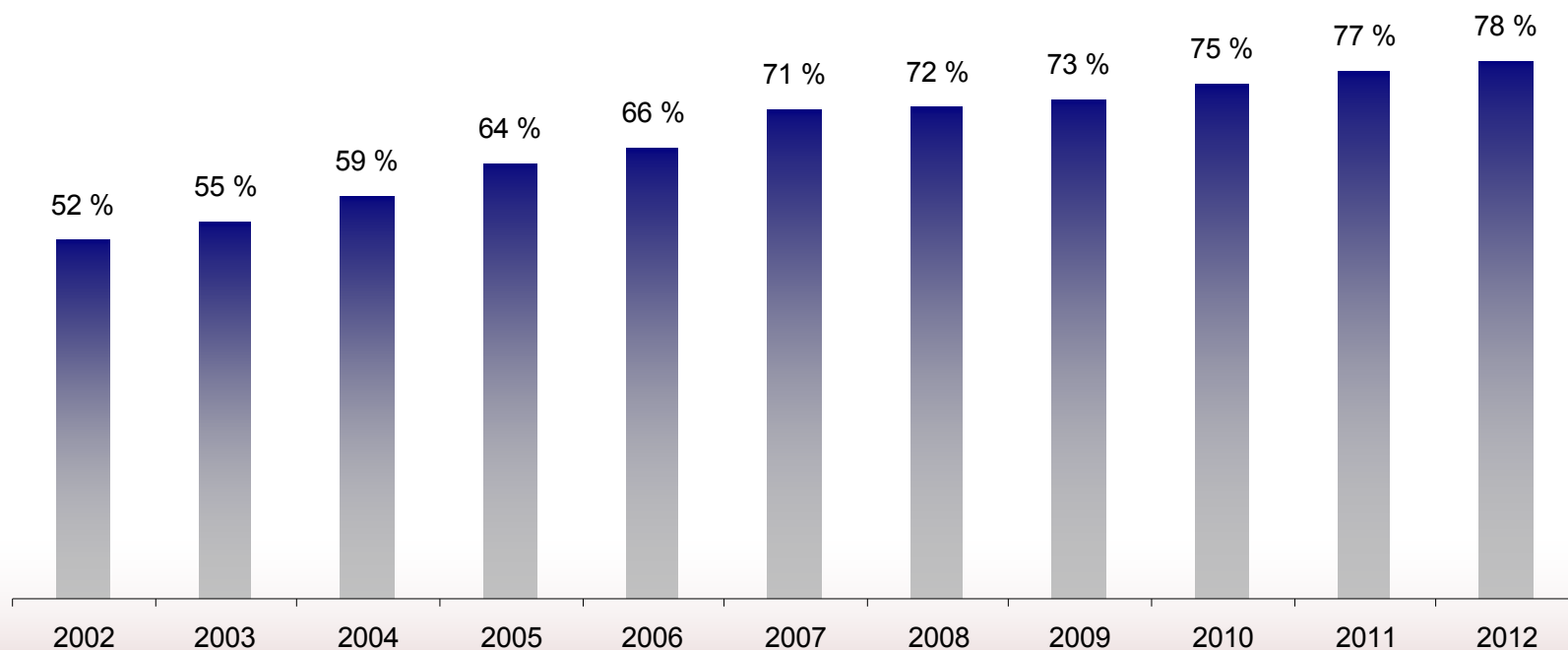


\* Note : Le taux de non-branchement des ménages québécois est de 18,4 % en 2012.

Source : Institut de la statistique du Québec : Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet, 2012

## Proportion d'internautes réguliers, Québec, 2002 à 2012

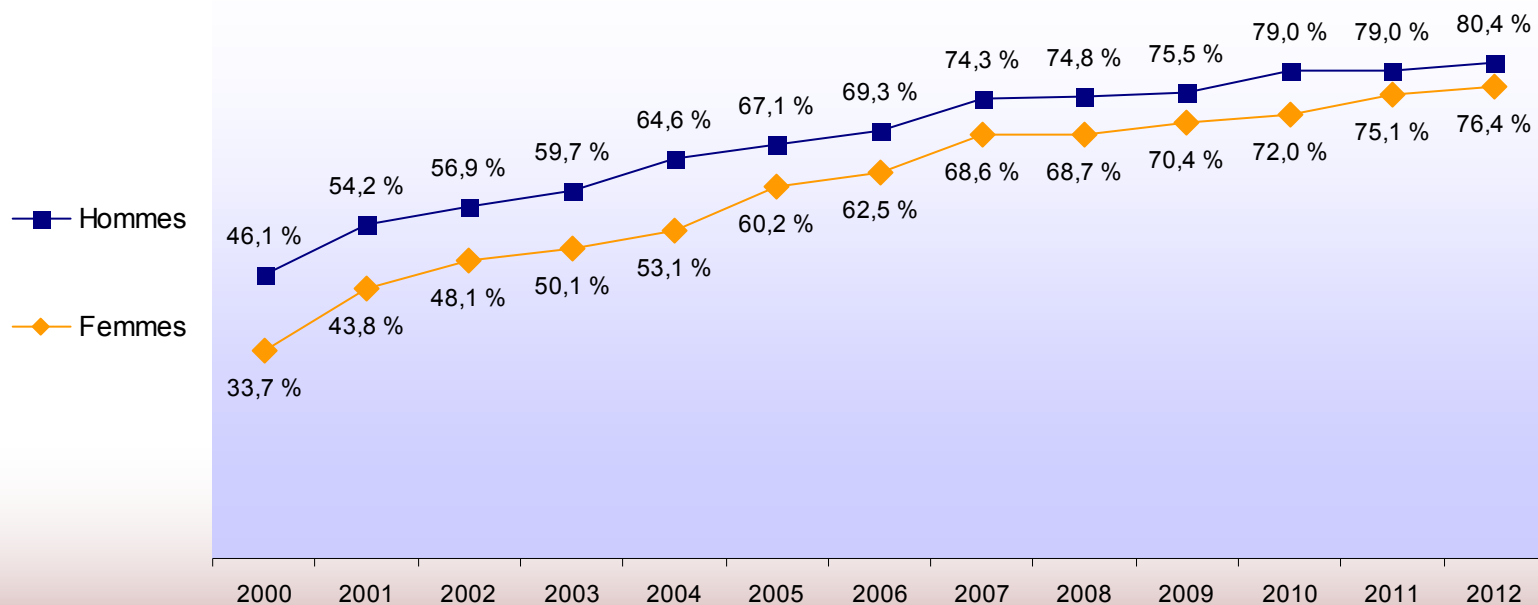
Une progression constante est observée avec de faibles hausses de 2007 à 2012.



Sources : NETendances 2009 et 2011, Cinq générations d'Internaute : profil d'utilisation des TIC en 2011 et L'informatisation du Québec en 2012, CEFRIO

## Utilisation d'Internet selon le sexe, Québec, 2000 à 2012

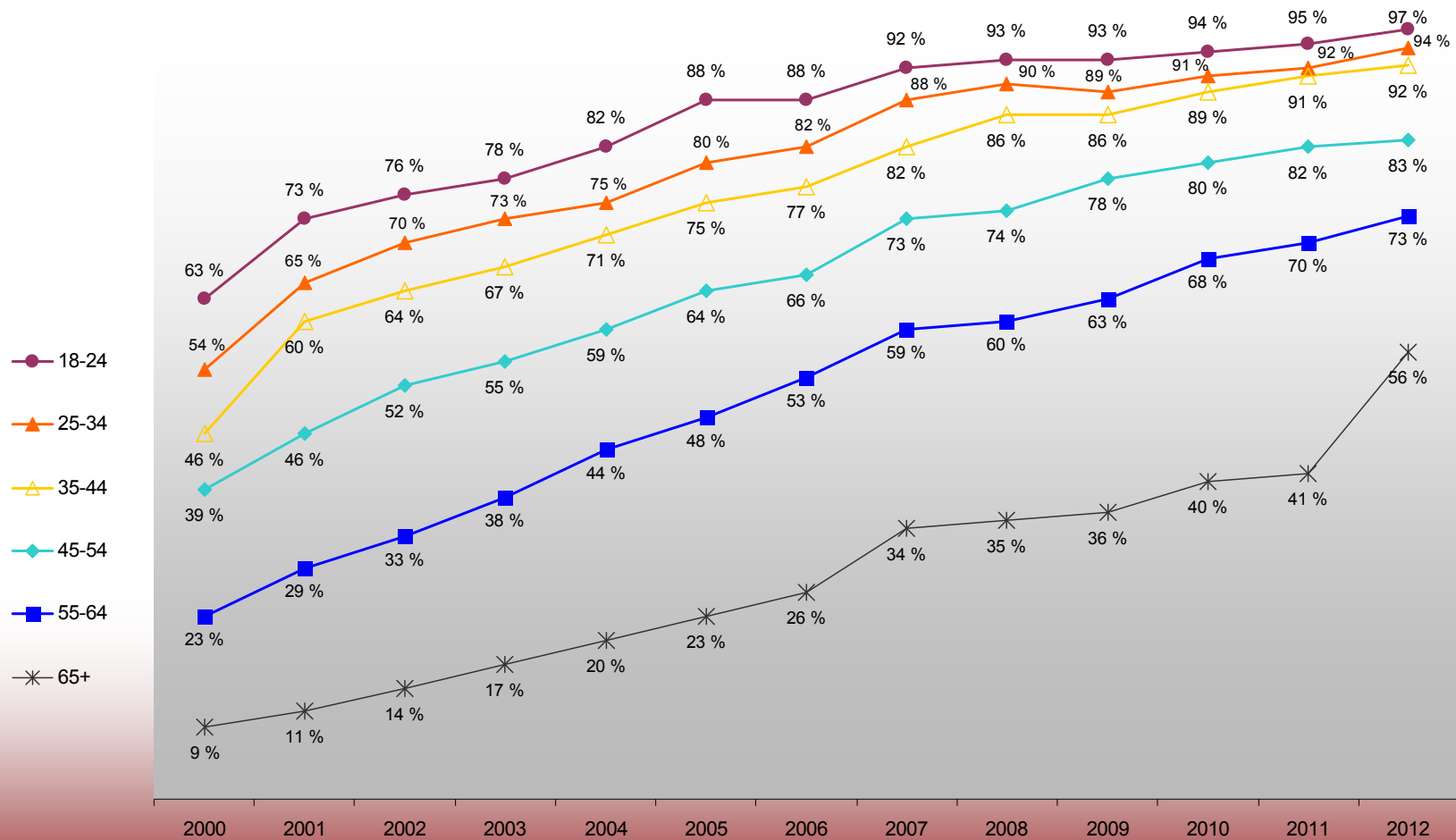
L'écart entre les hommes et les femmes concernant l'utilisation d'Internet tend à diminuer avec les années. Le plus faible écart est observé en 2012 (4 points de pourcentage) : 76,4 % pour les femmes et 80,4 % pour les hommes.



Source : NETendances, L'informatisation du Québec en 2012, CEFRIO, volume 3, no 7, Compilation MCC

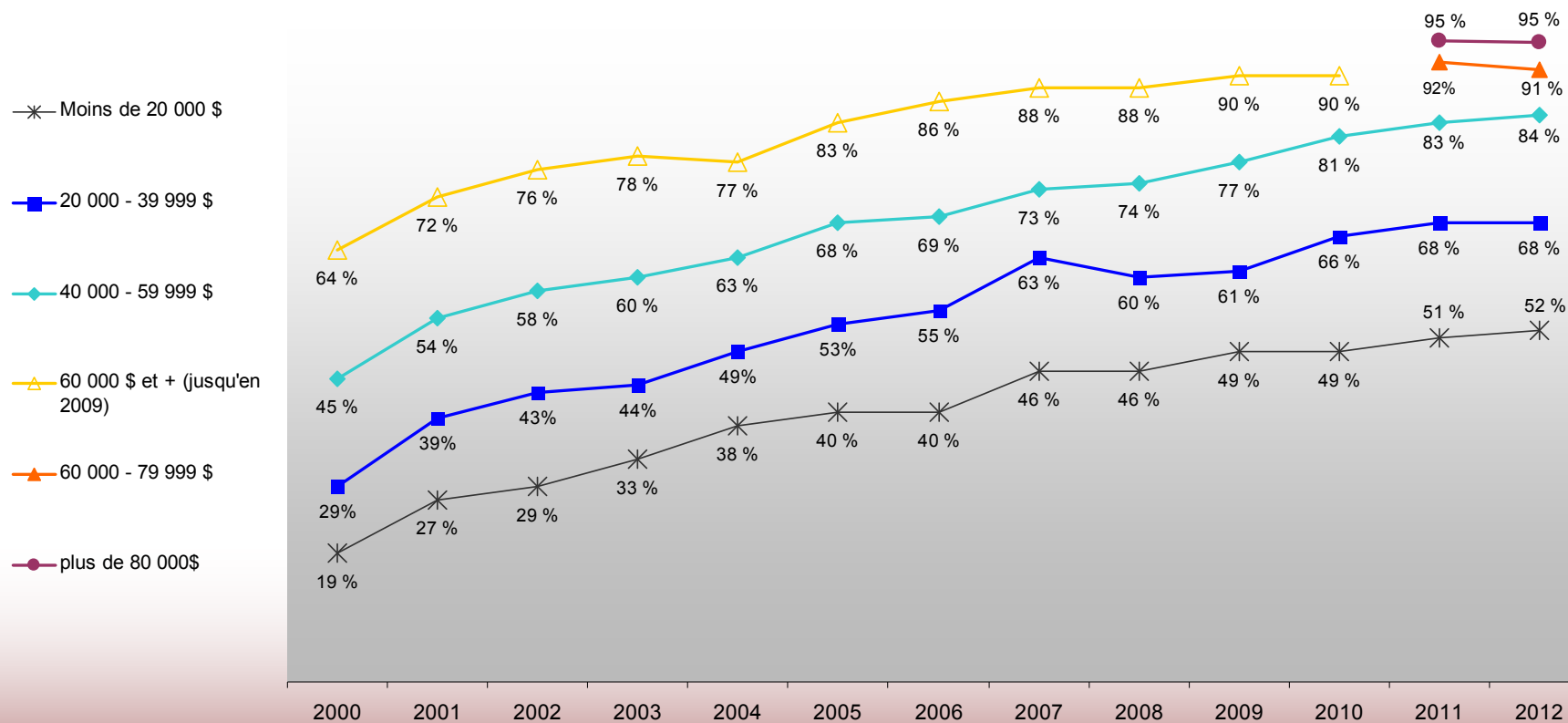
## Utilisation d'Internet selon le groupe d'âge, Québec, 2000 à 2012

La tranche des 18-24 ans demeure la plus grande utilisatrice d'Internet (97 %). Une nette augmentation de la proportion des 65 ans et plus qui utilise Internet est observée entre 2011 et 2012 (41 % à 56 %).



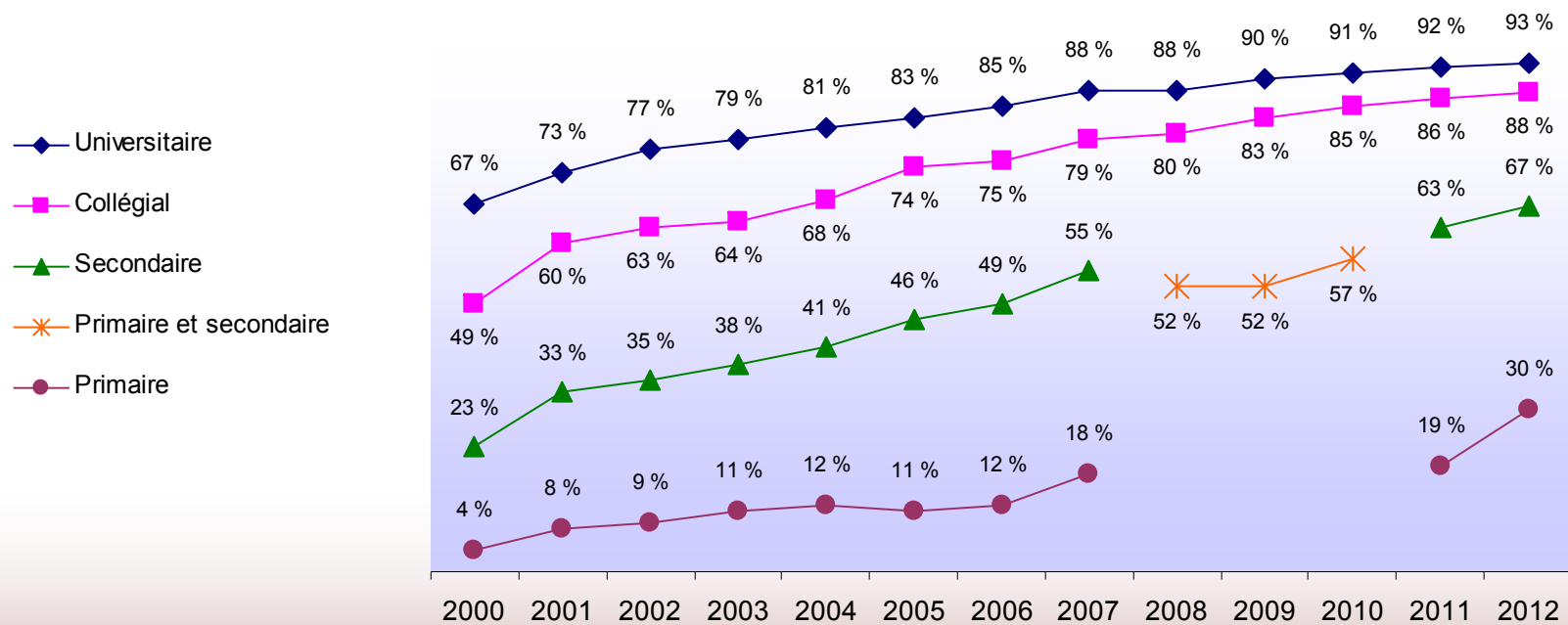
## Utilisation d'Internet selon le revenu du ménage, Québec, 2000 à 2012

L'augmentation du revenu du ménage correspond à une augmentation de l'utilisation d'Internet. Par ailleurs, une augmentation de l'utilisation d'Internet est observée entre 2000 et 2012, peu importe le revenu du ménage.



## Utilisation d'Internet selon le niveau de scolarité, Québec, 2000 à 2012

Bien que la proportion d'utilisateurs d'Internet soit plus élevée chez les personnes ayant un diplôme universitaire (93 %), le plus gros gain s'est effectué chez les personnes dont le dernier niveau de scolarité complété est le primaire, avec 19 % en 2011 et 30 % en 2012.



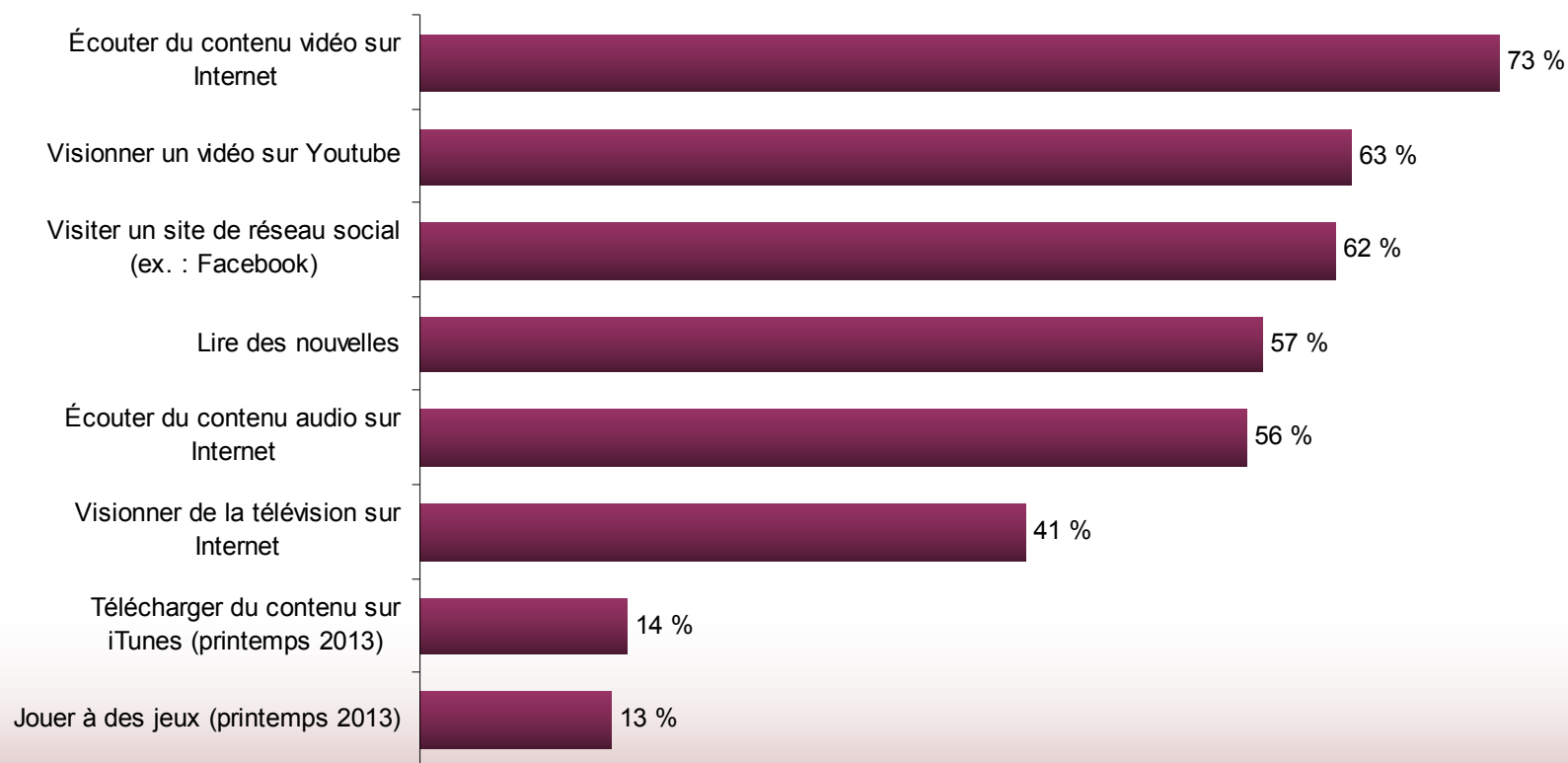




# Usages d'Internet au Québec 3

## Pratique de certaines activités en ligne sur la base des utilisateurs d'Internet, Québec, 2013<sup>1</sup>

L'écoute de contenu vidéo sur Internet est l'activité en ligne la plus populaire avec 73 %.

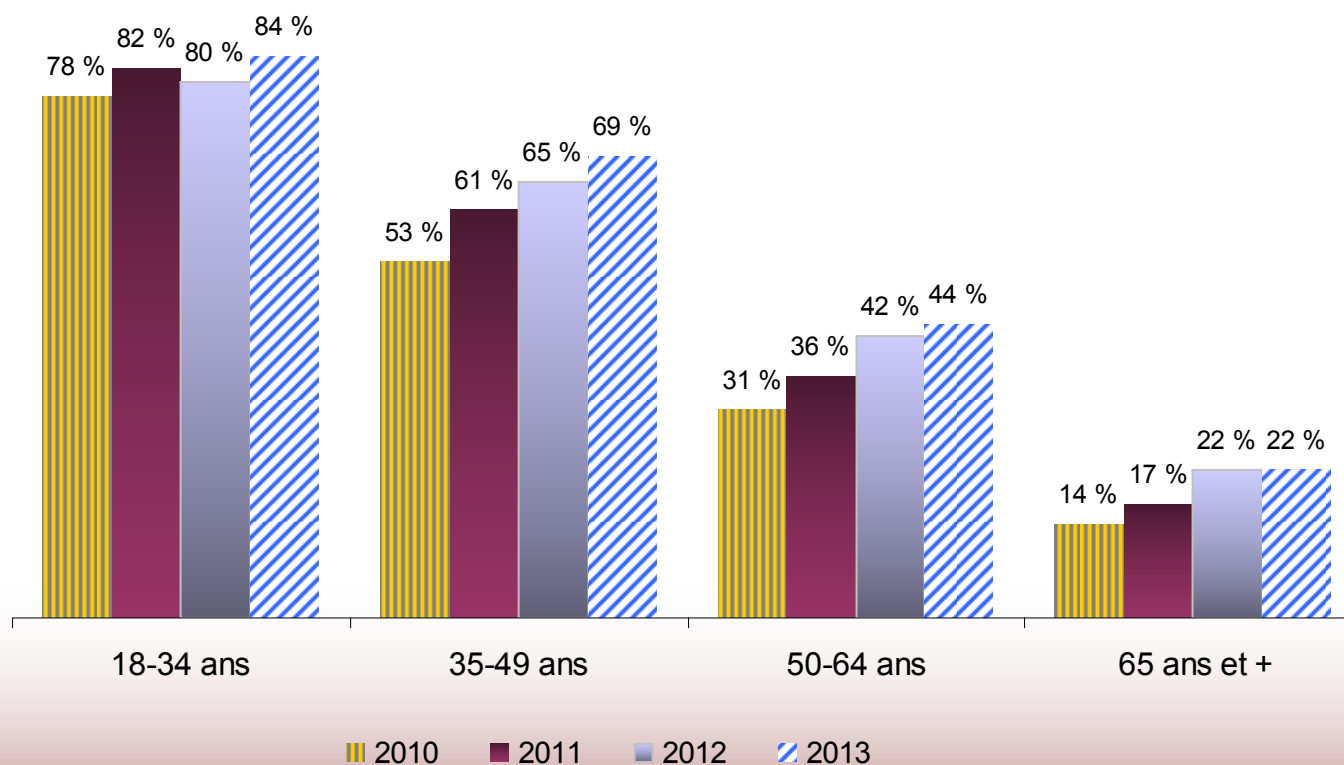


<sup>1</sup> Résultats de l'enquête du printemps 2013 et de l'automne 2013 combinés en fonction des activités réalisées au cours du dernier mois.

Source : Observateur des technologies médias, 2013.

## Visite des sites de réseaux sociaux au cours du dernier mois selon l'âge, Québec, 2010 à 2013

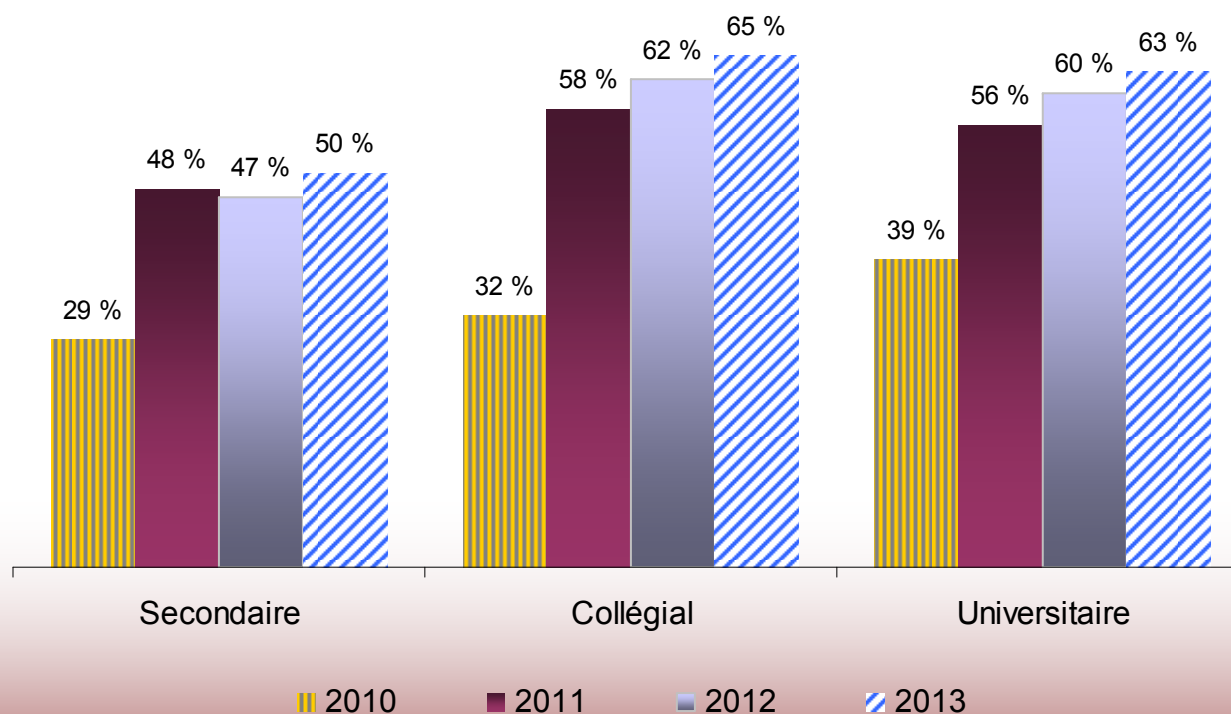
Une augmentation de 2010 à 2013 est observée chez tous les groupes d'âge.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

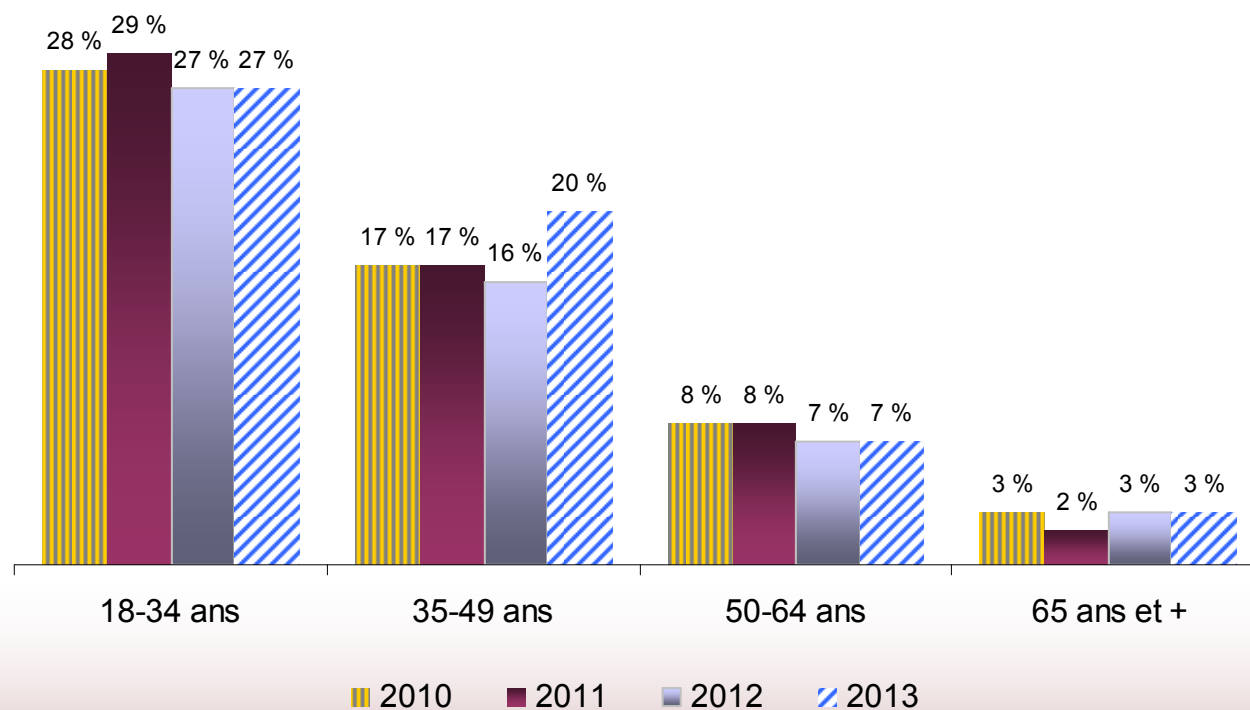
## Visite des sites de réseaux sociaux au cours du dernier mois selon le dernier niveau de scolarité complété, Québec, 2010 à 2013

La fréquentation des sites de réseaux sociaux augmente en fonction du niveau de scolarité de la population. Une augmentation de la fréquentation de ces sites Internet de 2010 à 2013 est observée dans les trois groupes.



## Téléchargement de musique au cours du dernier mois selon l'âge, Québec, 2010 à 2013

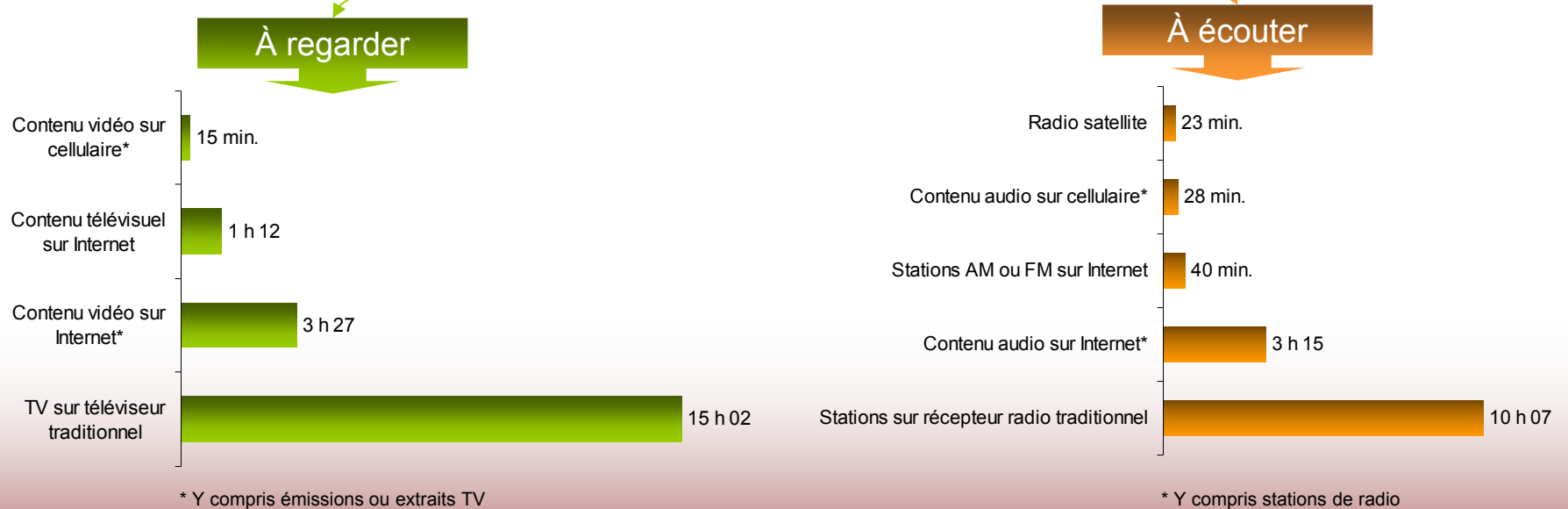
Le téléchargement de musique est demeuré relativement stable de 2010 à 2013 et plus populaire chez les 18-34 ans.



## Temps consacré aux médias traditionnels et sur Internet

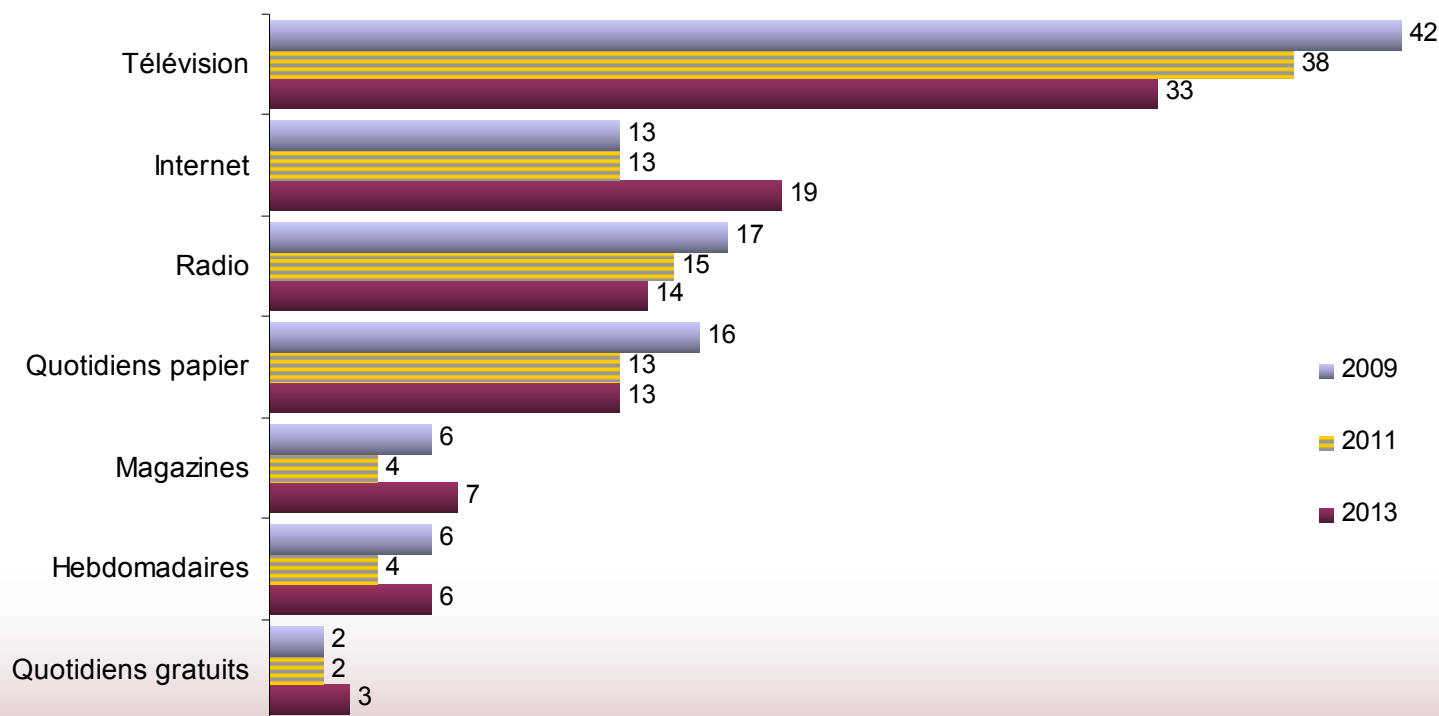
Le nombre d'heures d'écoute de la télévision traditionnelle est beaucoup plus élevé que celui consacré au contenu télévisuel sur Internet (15 h 02 comparativement à 1 h 12). Cette observation vaut également pour l'écoute de la radio : l'écoute sur récepteur traditionnel se situe à 10 h 07 et sur Internet à 40 minutes.

### Temps consacré hebdomadairement

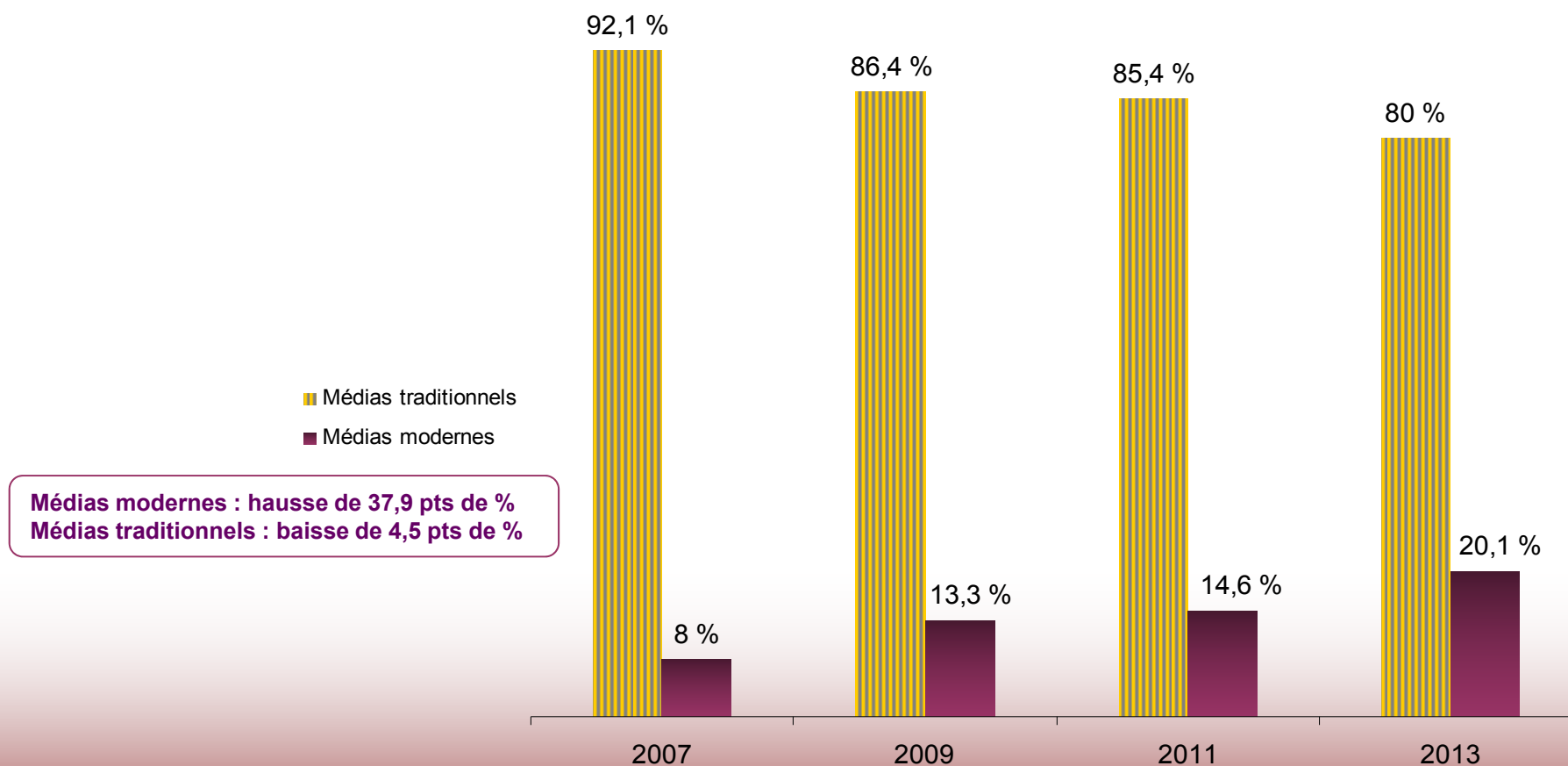


## Temps quotidien (en minutes) consacré aux différents médias à des fins d'information, Québec, 2009, 2011 et 2013

L'utilisation d'Internet à des fins d'information a cru entre 2009 et 2013 (13 % à 19 %), alors que celle de la télévision a diminué (42 % à 33 %).



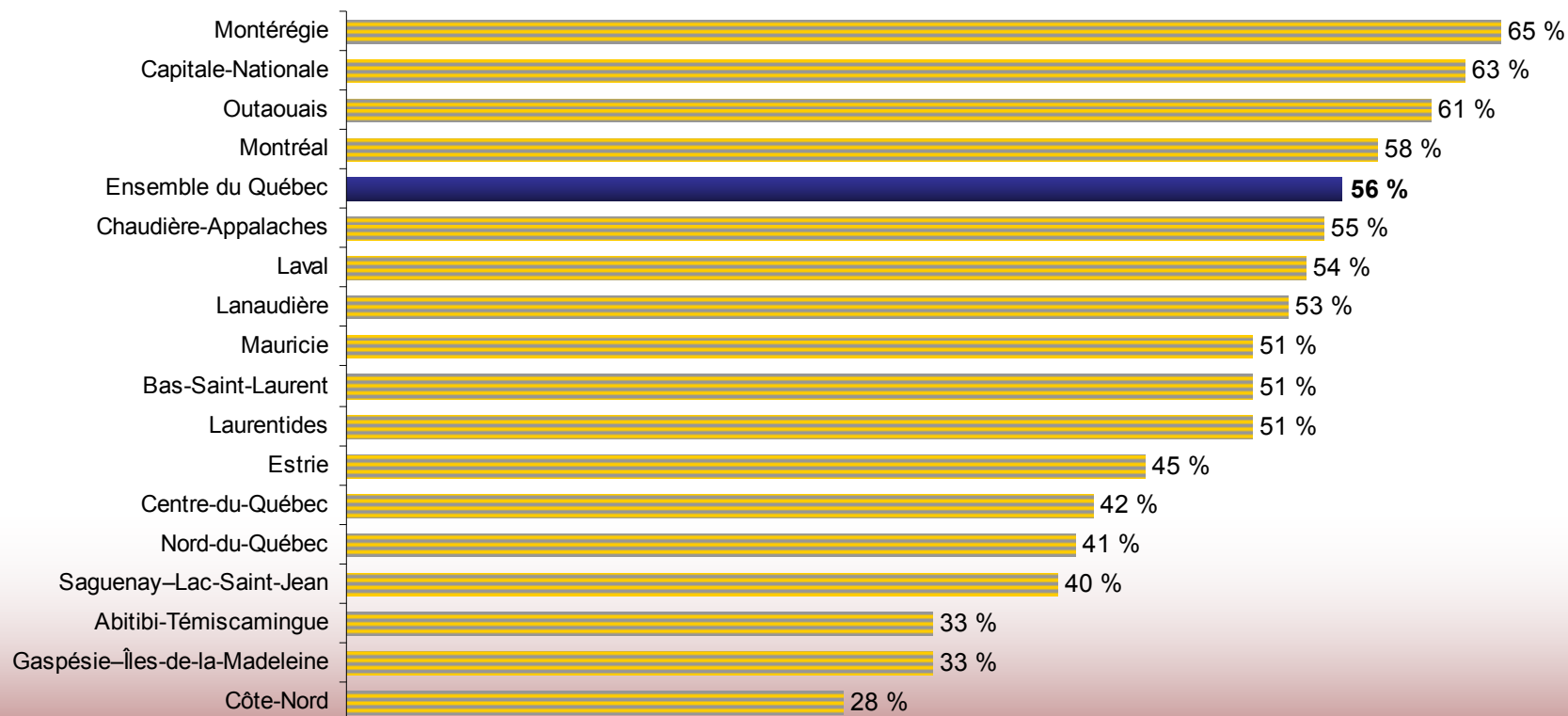
## Répartition du temps quotidien alloué aux médias traditionnels (TV, radio et presse écrite sur format papier) et aux médias modernes (TV, radio et presse écrite sur Internet) à des fins d'information, Québec, 2007, 2009, 2011 et 2013





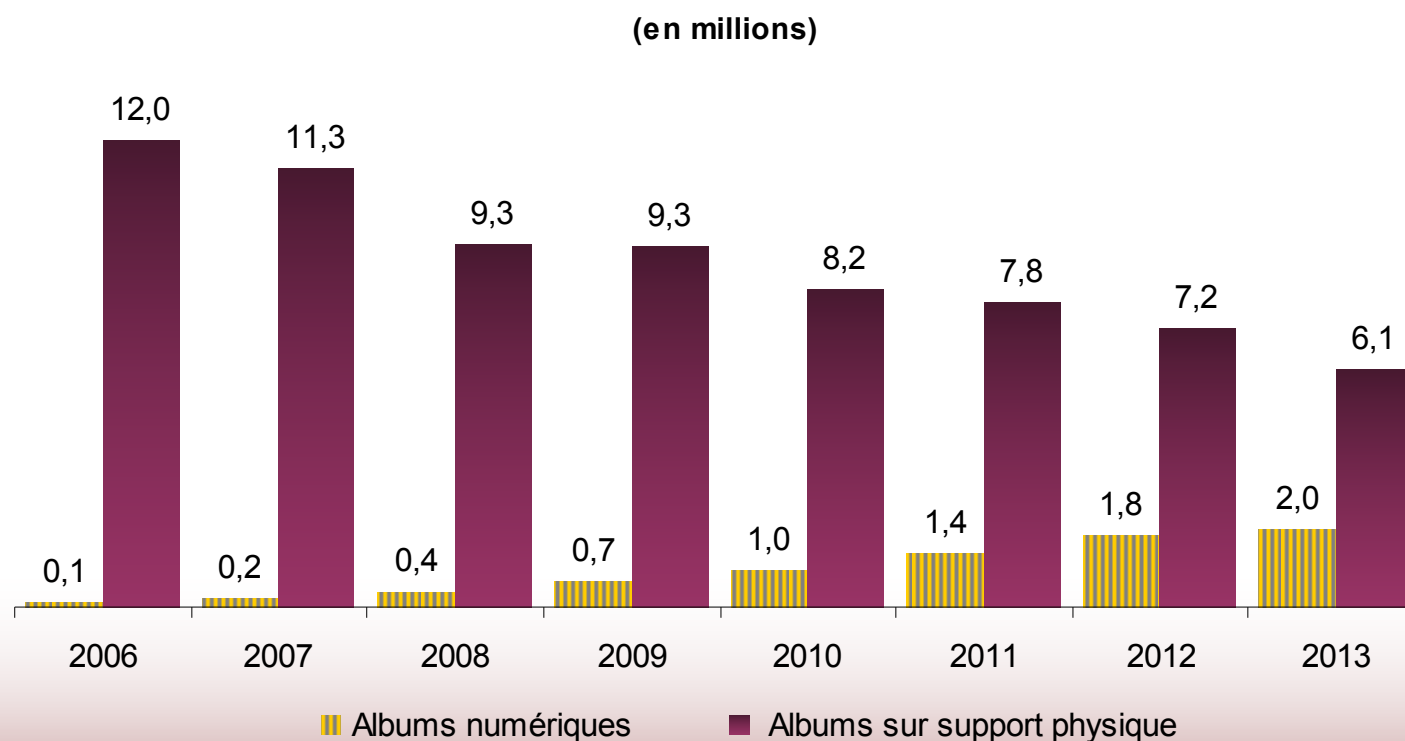
## Achat de billets de spectacle sur Internet parmi la population ayant déclaré acheter, vendre ou commander sur Internet, Québec, 2009

La consommation de billets de spectacle sur Internet touche un peu plus de la moitié de la population québécoise ayant déclaré acheter, vendre ou commander sur Internet.



## Évolution des ventes d'albums sur support physique et d'albums numériques Québec, 2006 à 2013

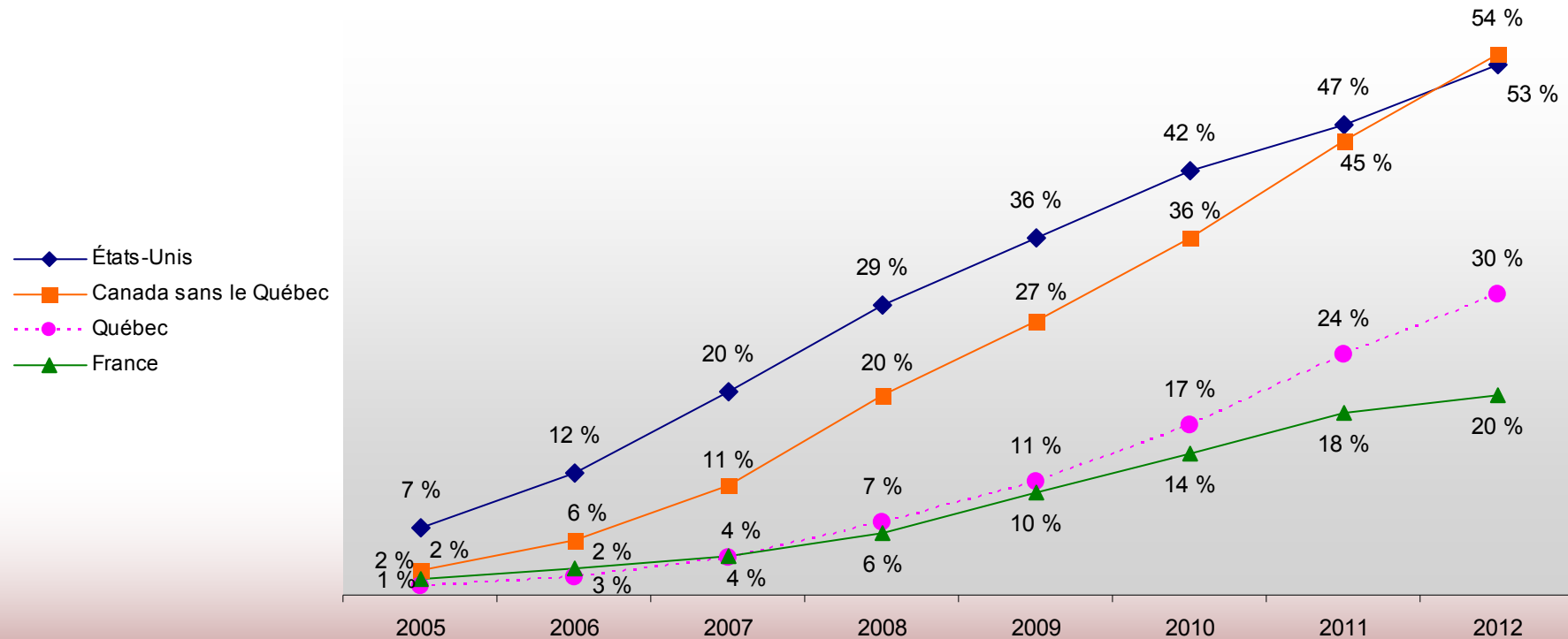
Entre 2006 et 2013, les ventes d'albums sur support physique ont connu une lente décroissance, tandis que celles d'albums numériques ont été en progression.



Source : Tableau 1 : Nombre d'enregistrements sonores vendus selon le type de produit, Québec, 2008-2012, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 9 janvier 2013

## Part du numérique dans les ventes d'enregistrements audio États-Unis, Canada sans le Québec, Québec, France, 2005 à 2012

Les parts de ventes du numérique pour le Québec et la France sont moins importantes que celles observées aux États-Unis et au Canada (sans le Québec).










# Cycle d'adoption des technologies médias

4

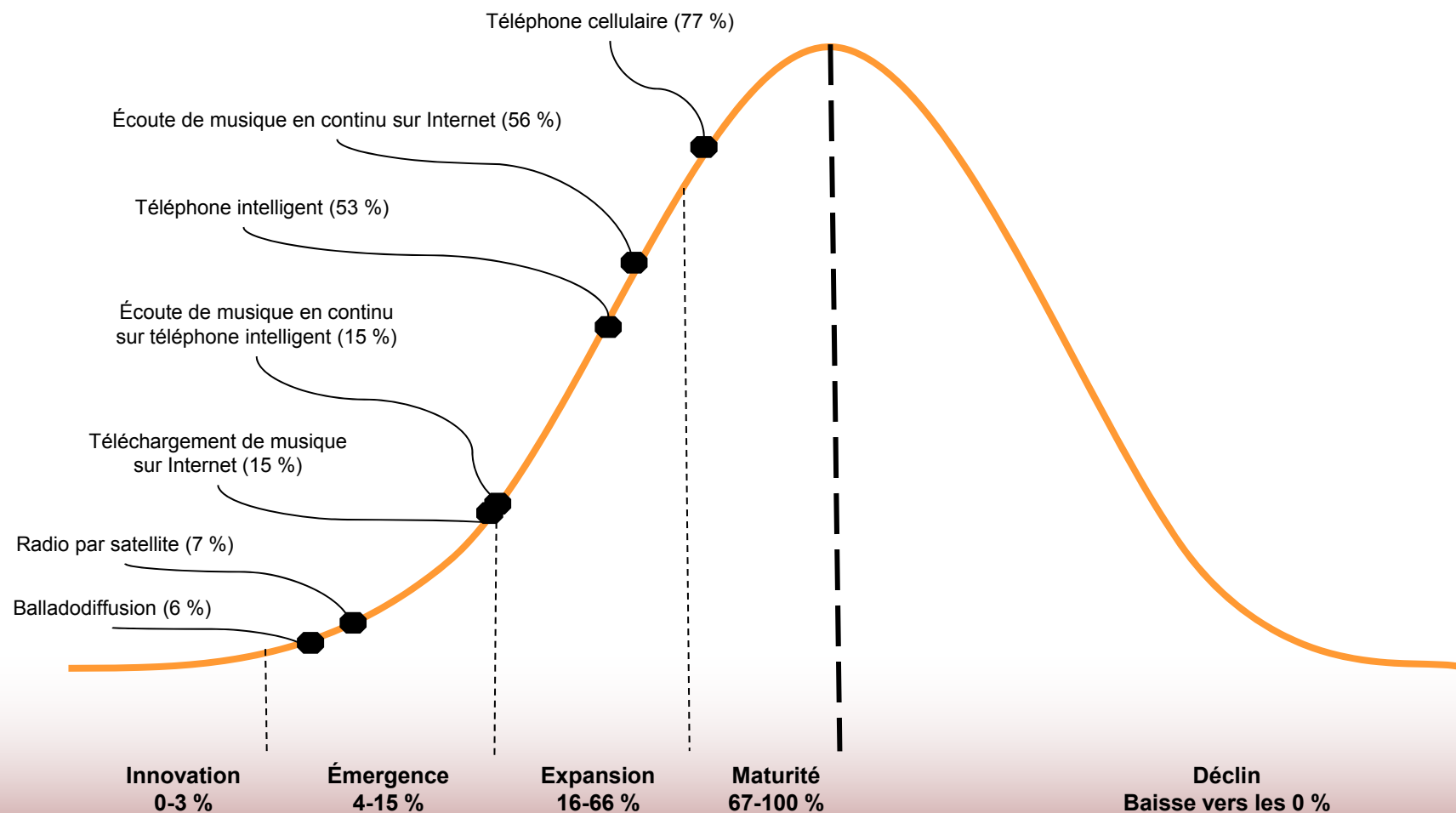
À partir du taux de pénétration, l'Observateur des technologies médias (OTM) classe les technologies médias dans les différentes phases selon leur cycle d'adoption, de la phase de l'innovation à celle du déclin :

|                                                                                     |                     |                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|
|    | <b>1 Innovation</b> | <b>0 à 3 %</b>                 |
|    | <b>2 Émergence</b>  | <b>4 à 15 %</b>                |
|    | <b>3 Expansion</b>  | <b>16 à 66 %</b>               |
|   | <b>4 Maturité</b>   | <b>67 à 100 %</b>              |
|  | <b>5 Déclin</b>     | <b>diminution vers les 0 %</b> |

## Portrait des cinq phases

AUDIO

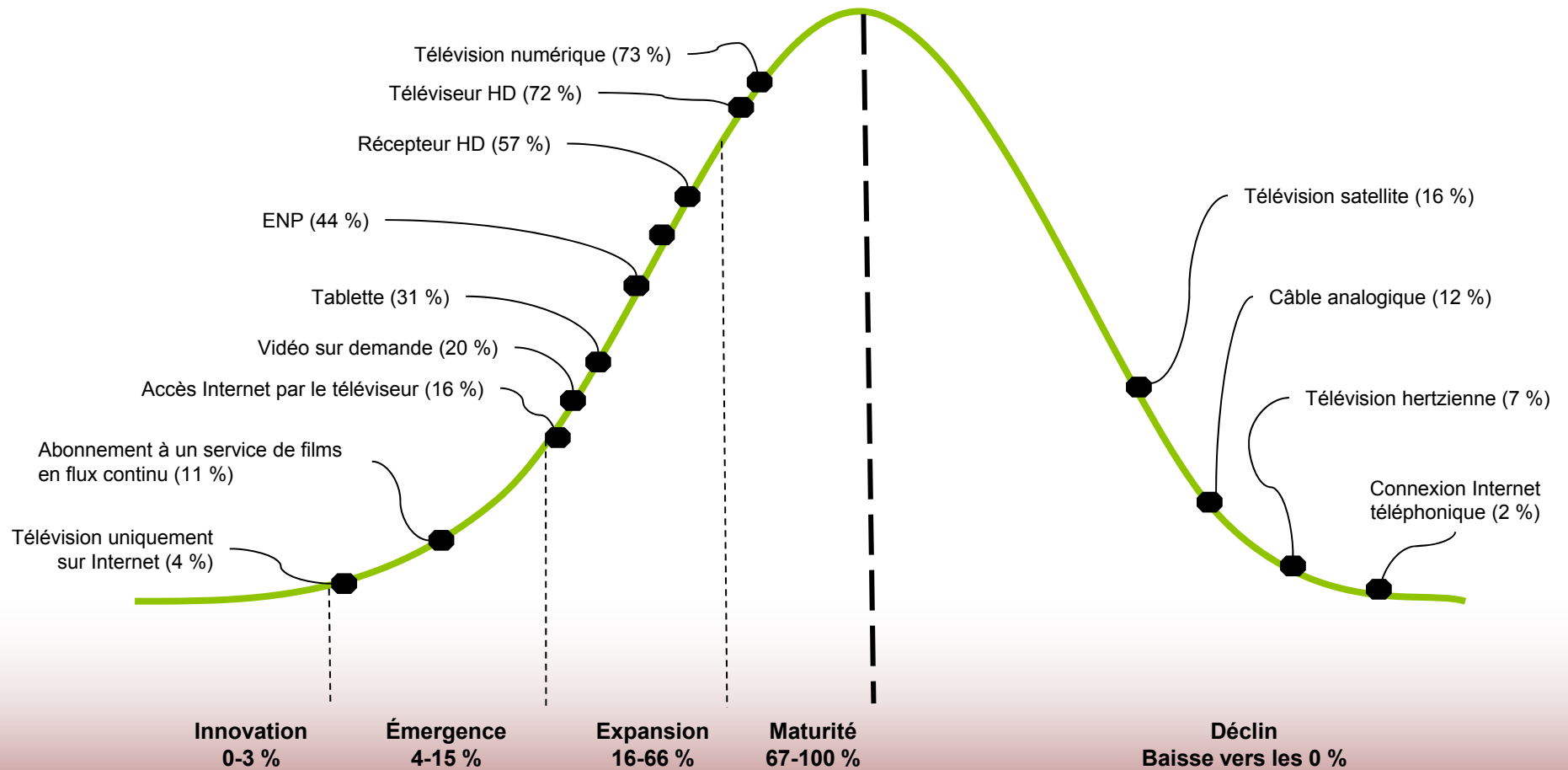
# AUDIO



## Portrait des cinq phases

VIDÉO

### VIDÉO



## Phase 1 Innovation (de 0 à 3 % de pénétration)

Aucune technologie ne présente un taux de pénétration de 3 % et moins au Québec, en 2013.



## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

### AUDIO

- Écoute de musique en continu sur téléphone intelligent
- Téléchargement de musique sur Internet
- Balladodiffusion
- Radio par satellite

### VIDÉO

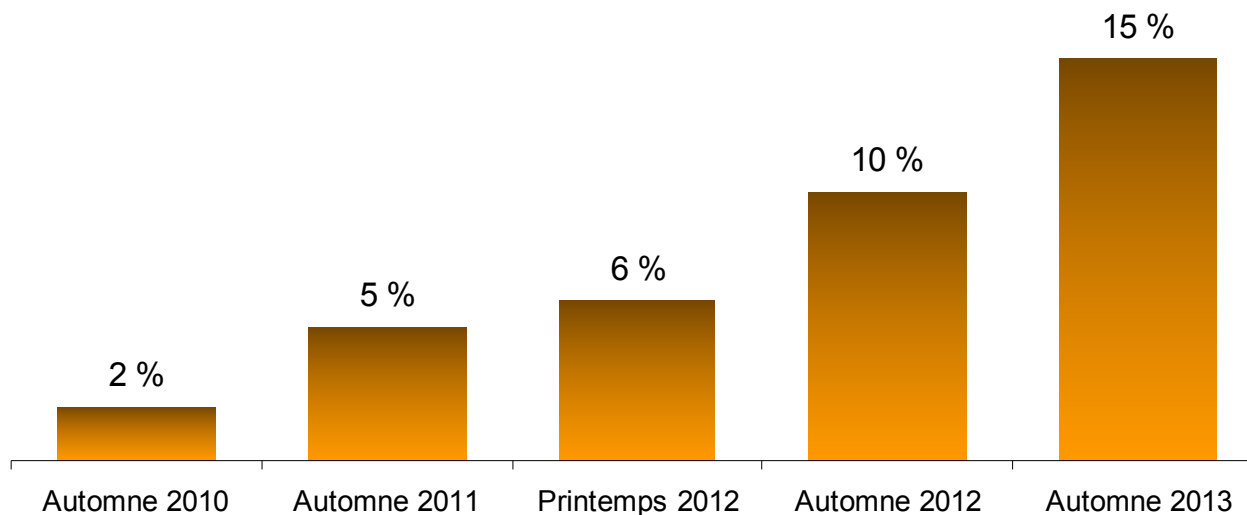
- Télévision uniquement sur Internet
- Abonnement à un service de films en flux continu

## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

### Écoute de musique en continu sur téléphone intelligent

Elle progresse constamment et est sur le point de passer à une technologie en phase d'expansion.

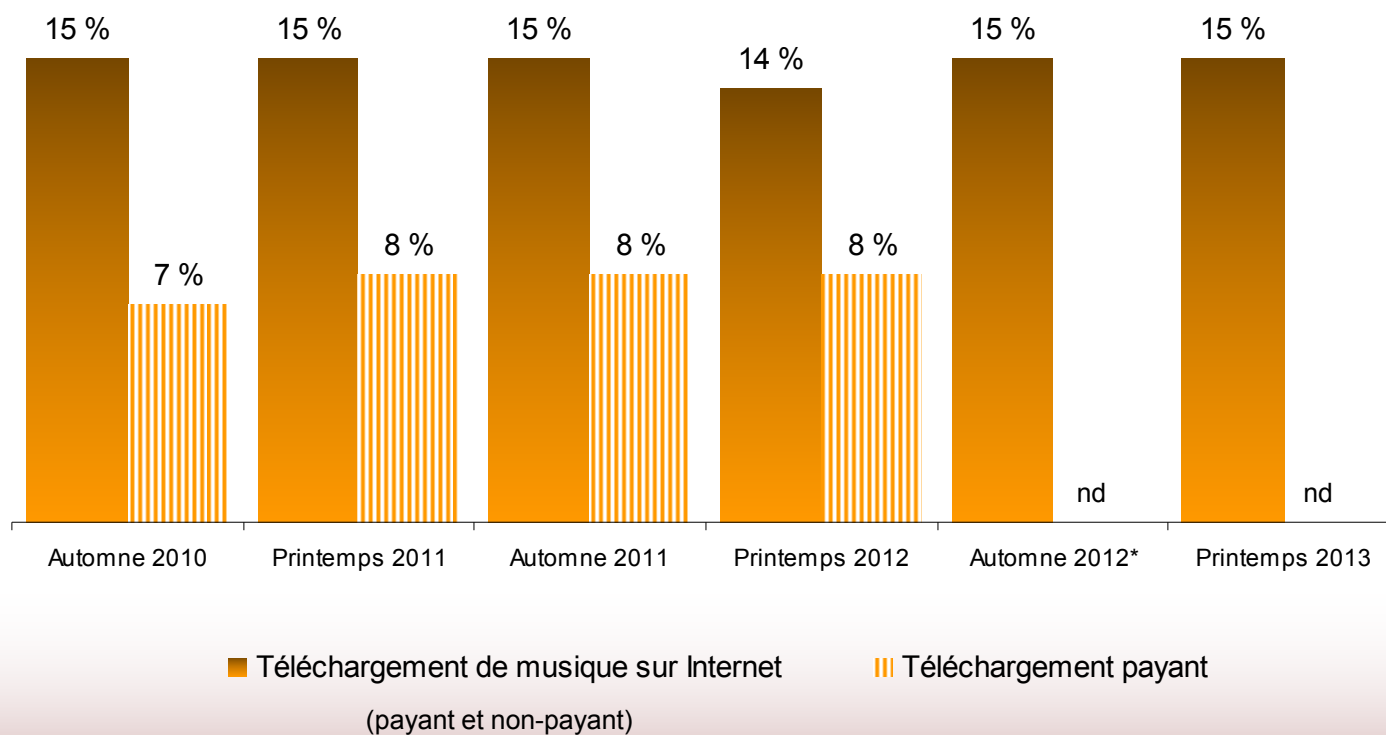


## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

### Téléchargement de musique sur Internet

Le taux demeure stable autour de 15 %.



nd : La question a été modifiée à l'automne 2012 pour mesurer seulement le téléchargement de musique sur iTunes et elle a été complètement retirée du questionnaire en 2013.

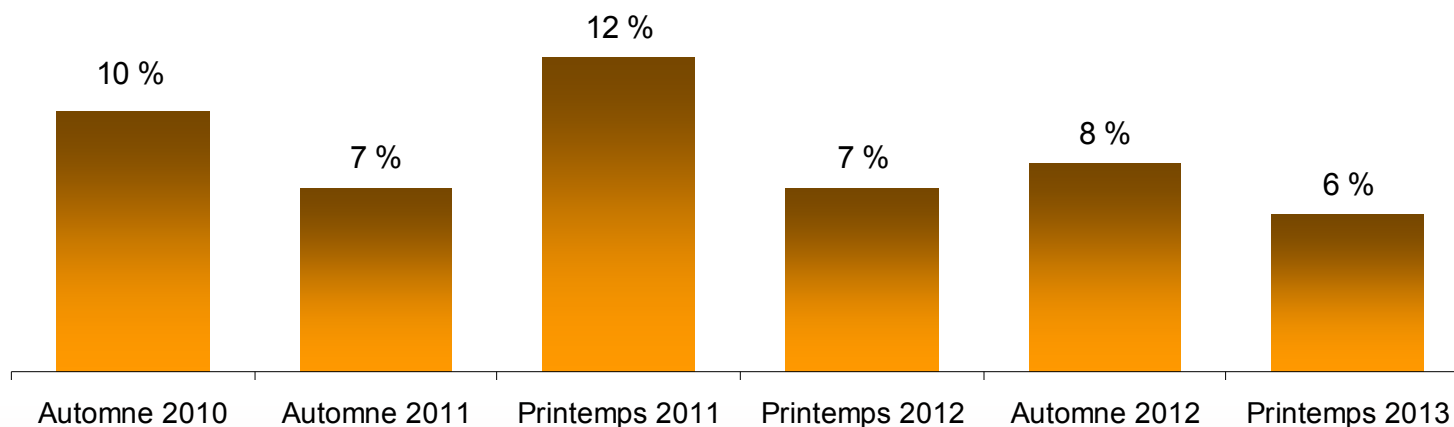
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

### Balladodiffusion

La balladodiffusion demeure dans la phase d'émergence et semble avoir atteint un palier depuis 2010. Il convient ici de se demander si le taux de pénétration de cette technologie atteindra les phases d'expansion et de maturité. Les prochaines années permettront de confirmer ou non cette tendance.

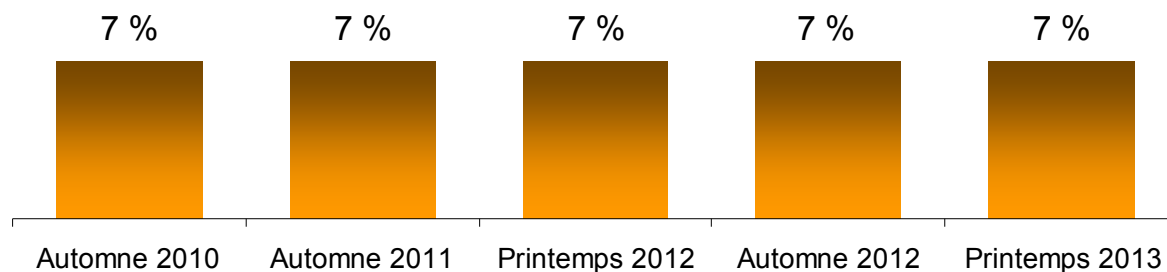


## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

AUDIO

### Radio par satellite

Le taux de pénétration de la radio par satellite demeure dans la phase d'émergence et semble avoir atteint ses limites avec un taux de pénétration stable à 7 % depuis 2010. Cette technologie ne semble pas suivre le cycle d'adoption habituel, n'atteignant pas les phases d'expansion et de maturité associées à une utilisation de masse, du moins jusqu'à maintenant.

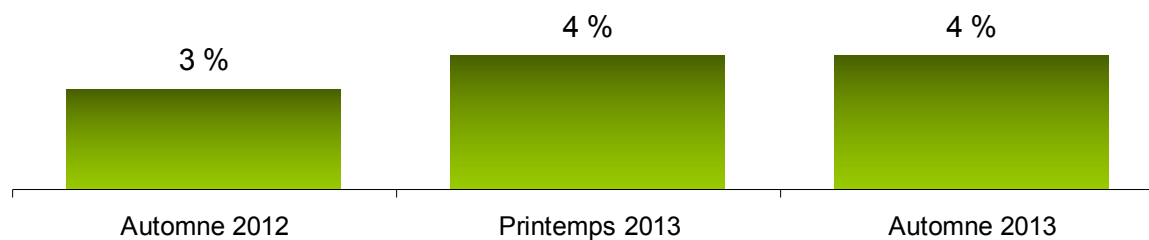


## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

### Télévision uniquement sur Internet

Bien que le taux soit encore marginal, les développements de la télévision par Internet pourraient venir faire progresser cette catégorie.

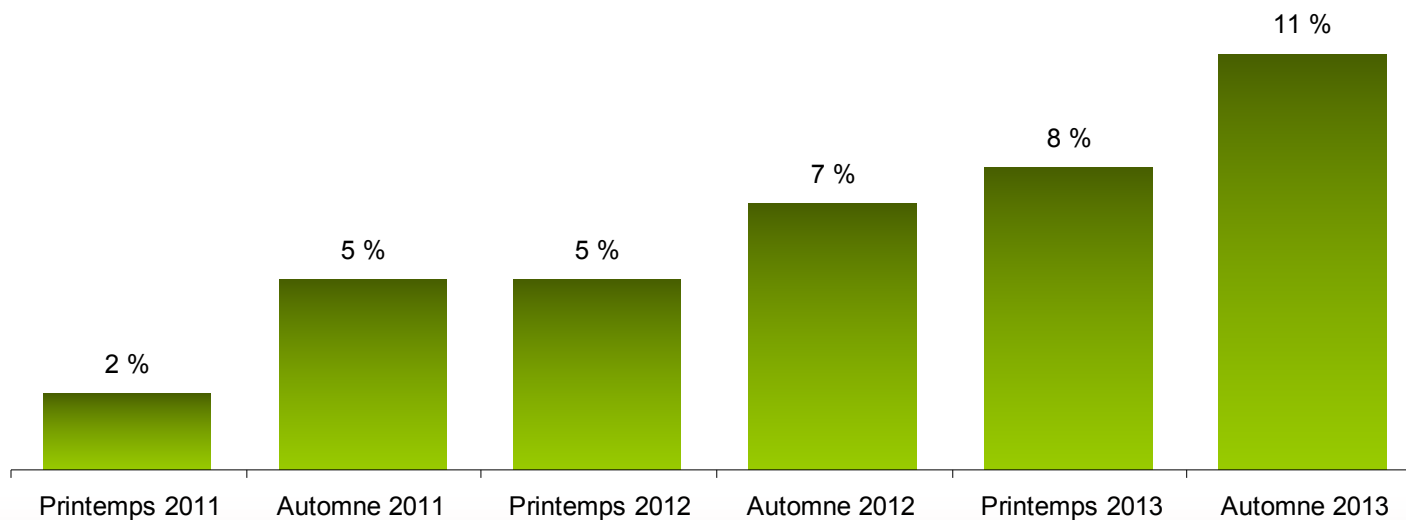


## Phase 2 Émergence (de 4 à 15 % de pénétration)

VIDÉO

### Abonnement à un service de films en flux continu<sup>1</sup>

On note une hausse considérable due notamment à la multiplication des appareils donnant accès au service, à une connexion Internet haute vitesse plus accessible et à une limite de téléchargement plus élevée.



<sup>1</sup> Exemple : Netflix

Source : Observateur des technologies médias, 2011 à 2013, Compilation MCC

## Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

### AUDIO

- Écoute de musique en continu sur Internet
- Téléphone intelligent

### VIDÉO

- Accès à Internet par le téléviseur
- Utilisation de la tablette
- Vidéo sur demande (VSD)
- Enregistreur numérique personnel (ENP)

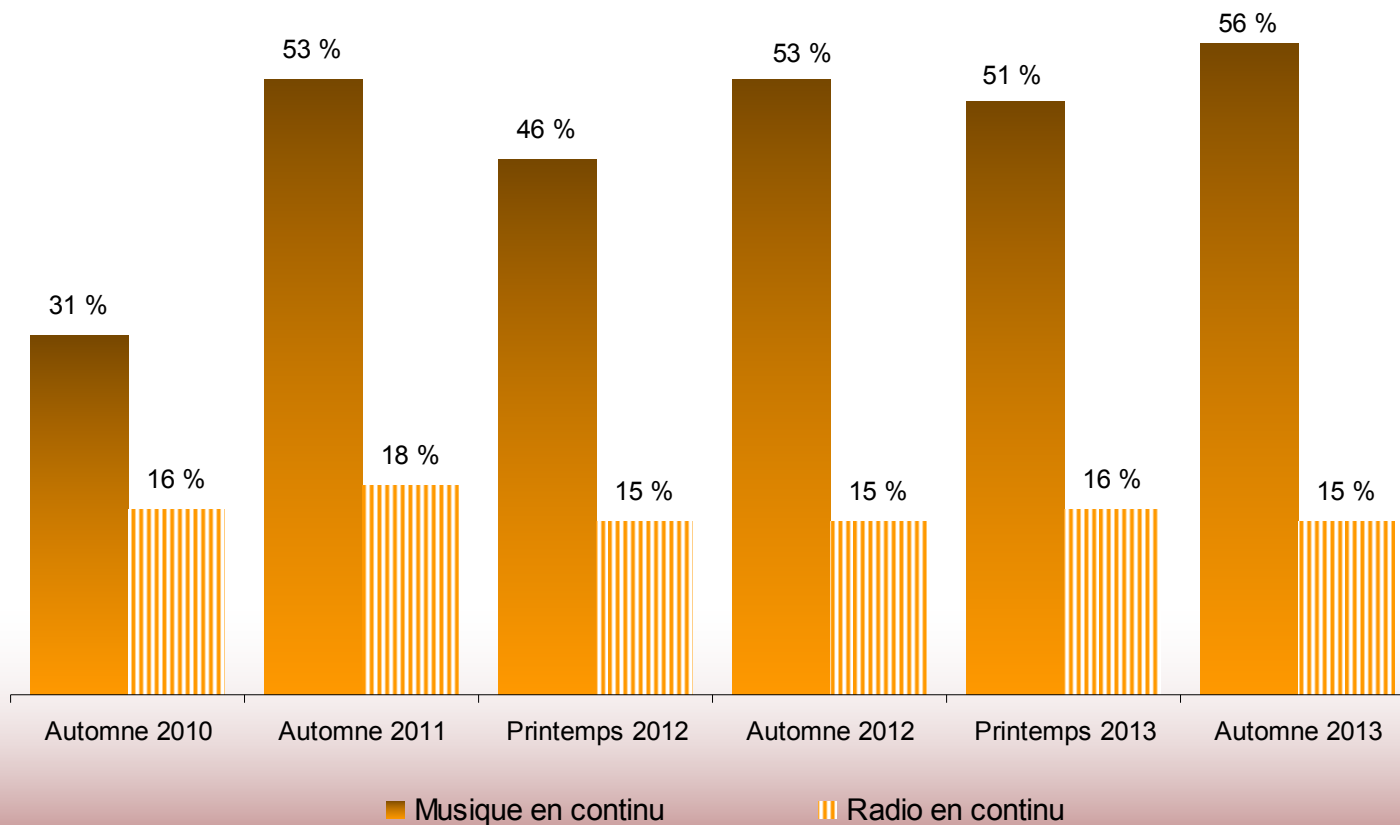


**Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)**

**AUDIO**

**Écoute de musique en continu sur Internet**

À l'automne 2013, 56 % de la population québécoise écoute de la musique en continu.  
 Ce taux est relativement stable depuis 2011.  
 L'écoute de la radio en continu demeure stable depuis 2010.



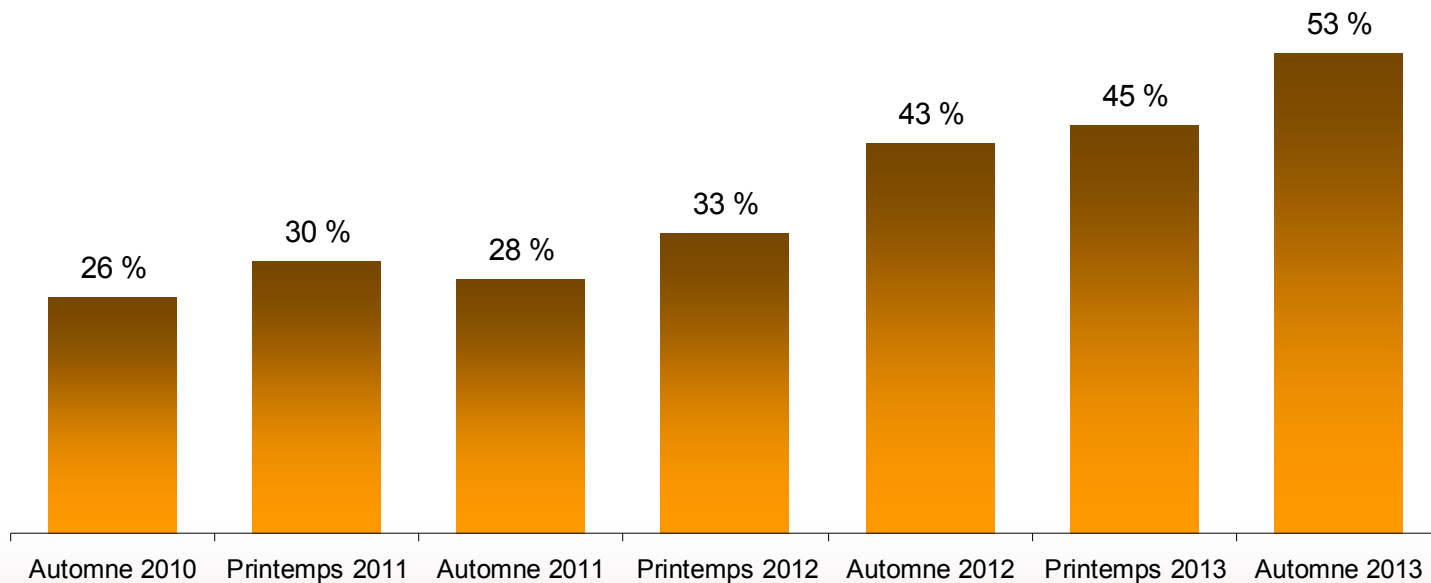
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

### Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

AUDIO

## Téléphone intelligent

La moitié de la population québécoise possède un téléphone intelligent.



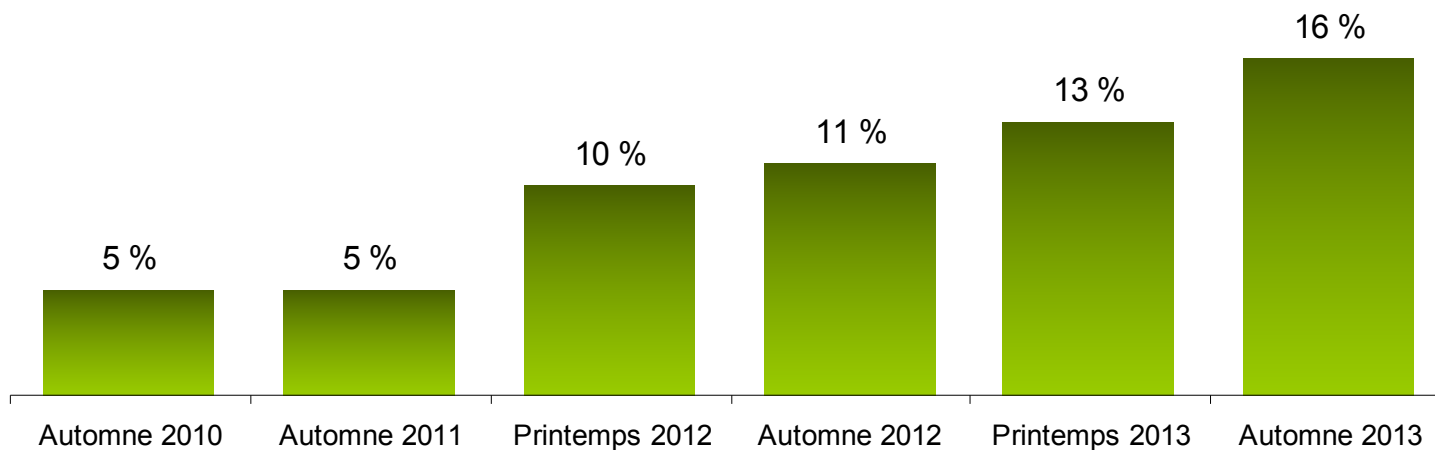
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

### Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

## Accès à Internet par le téléviseur

Entre 2010 et 2013, on observe un bond de 11 points de pourcentage concernant la proportion de la population qui accède à Internet par le téléviseur. Un des facteurs expliquant cette hausse pourrait être la plus grande popularité des téléviseurs connectés directement à Internet.

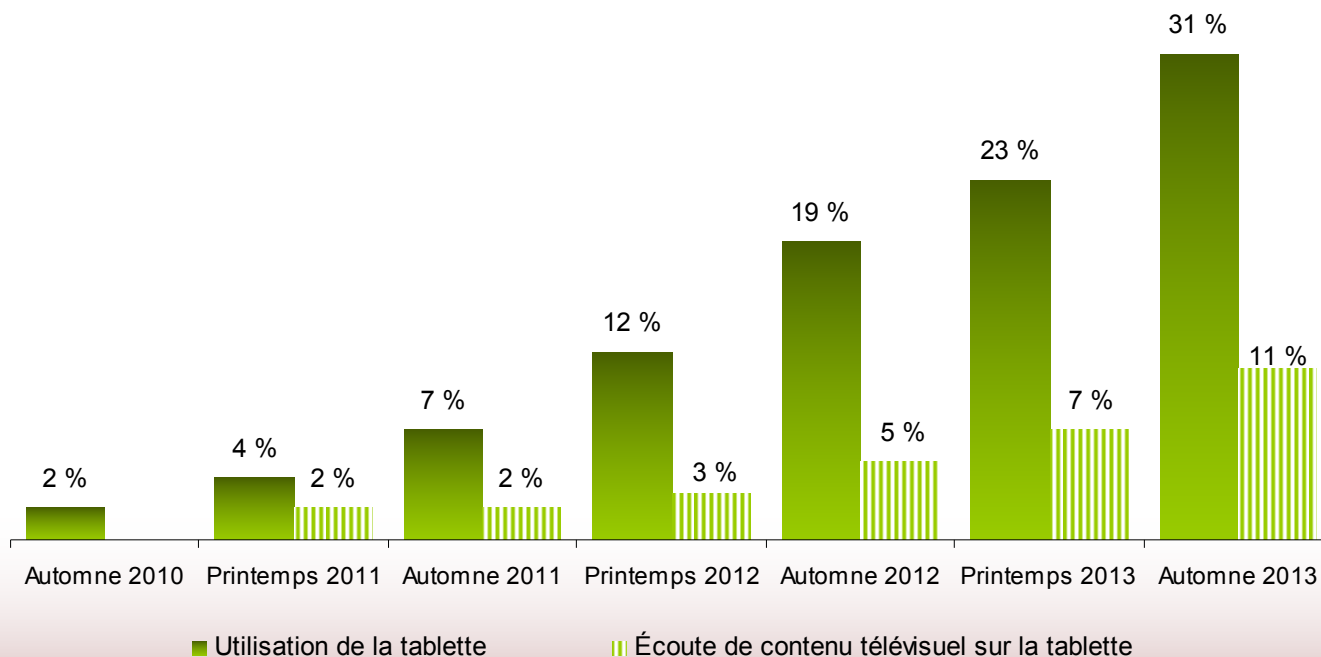


Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

Utilisation de la tablette

Même si l'arrivée des tablettes sur le marché est récente, il s'agit d'une technologie qui est déjà dans sa phase d'expansion. L'écoute de contenu télévisuel sur une tablette est par contre encore à ses débuts, mais elle progresse plutôt rapidement.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

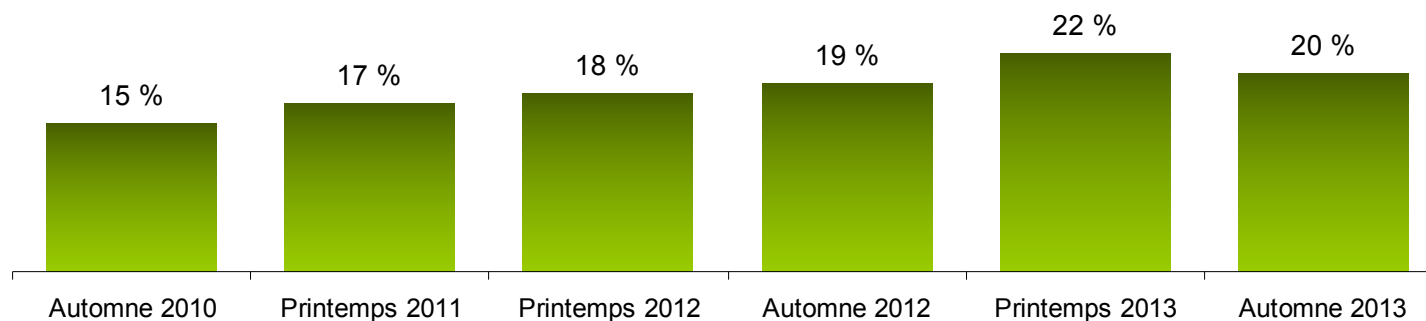
### Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

#### Vidéo sur demande (VSD)

À l'automne 2013, 20 % de la population québécoise déclare avoir utilisé la VSD au cours du dernier mois, comparativement à 15 % en 2010.

Toutefois, les fluctuations d'une année à l'autre sont peu élevées.



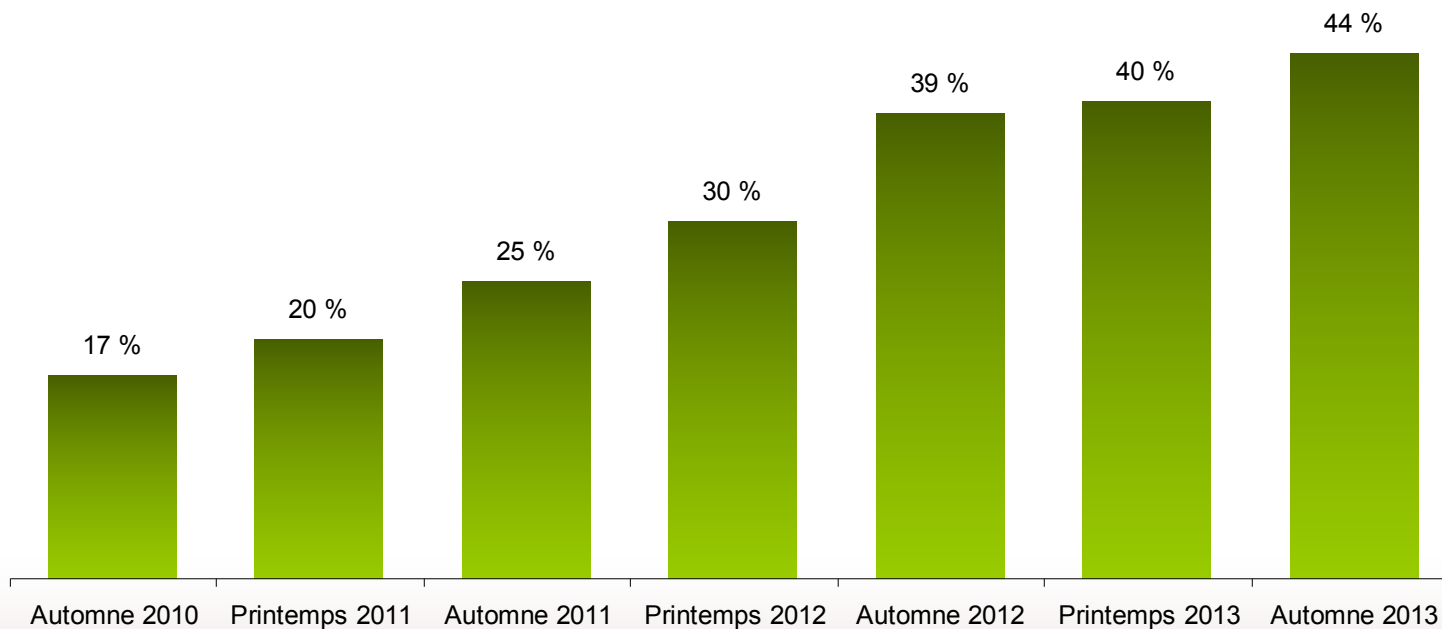
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

### Phase 3 Expansion (de 16 à 66 % de pénétration)

VIDÉO

### Enregistreur numérique personnel (ENP)

À l'automne 2013, 44 % de la population québécoise possède un ENP, comparativement à 30 % au printemps 2012, ce qui représente une augmentation de 14 points de pourcentage.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

## Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

### AUDIO

- Téléphone cellulaire

### VIDÉO

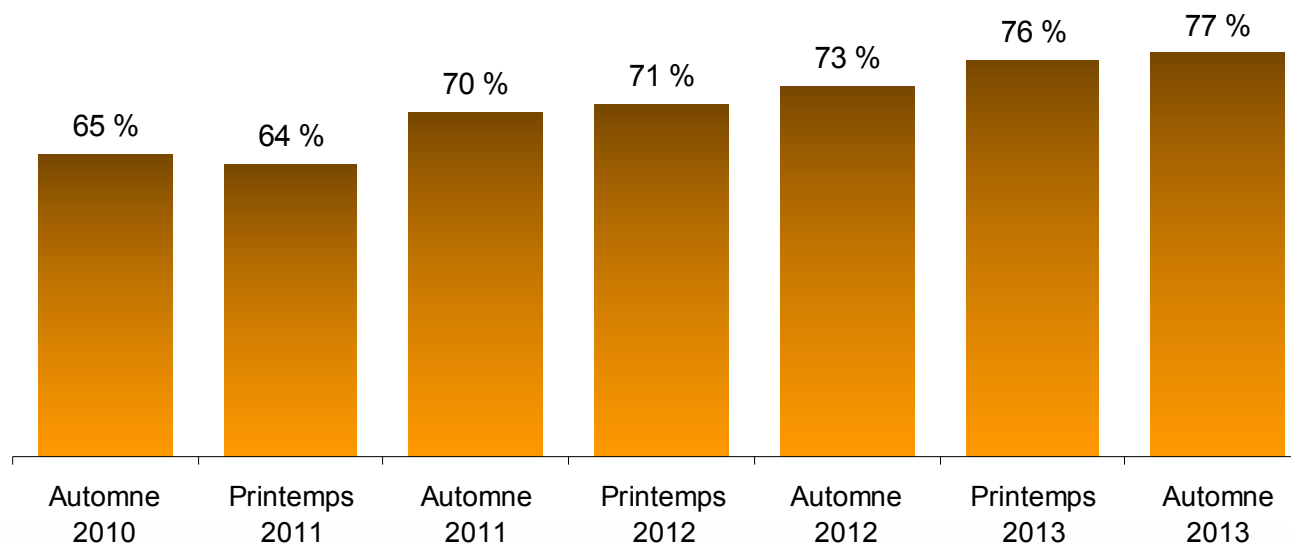
- Télévision numérique
- Téléviseur et récepteur HD
- Connexion Internet au domicile et accès à Internet haute vitesse

## Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

AUDIO

### Téléphone cellulaire

En 2013, plus du trois quart de la population québécoise possède un téléphone cellulaire.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

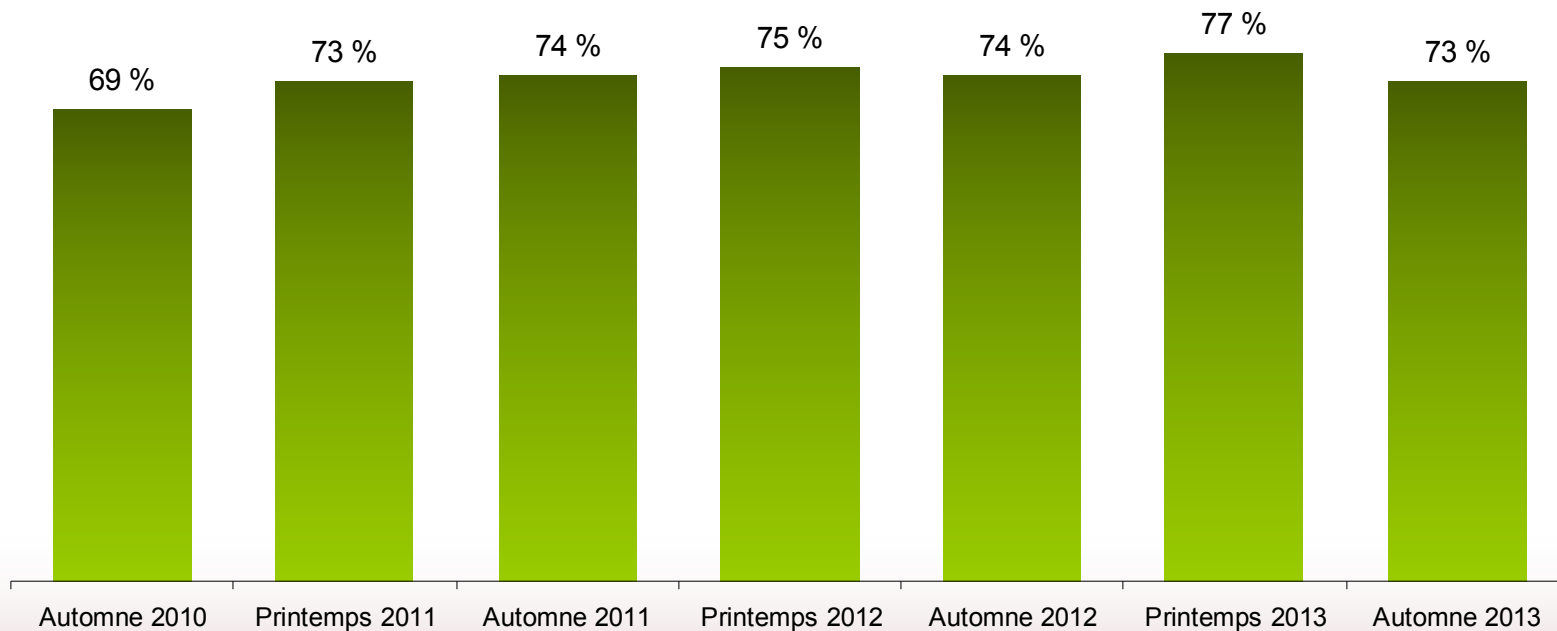


## Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)

VIDÉO

### Télévision numérique

En 2013, 73 % de la population québécoise abonnée au câble le reçoit par l'intermédiaire d'un service de télévision numérique.



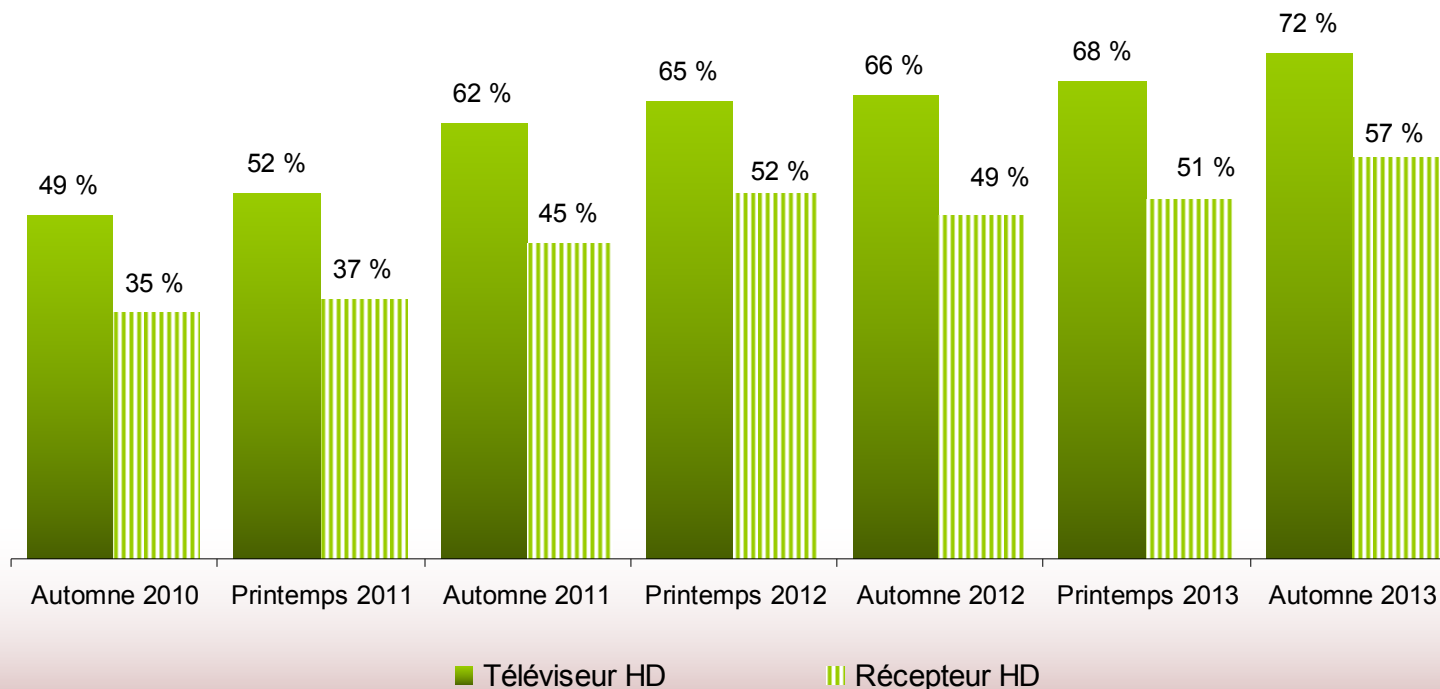
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

**Phase 4 Maturité (de 67 à 100 % de pénétration)**

**VIDÉO**

**Téléviseur et récepteur HD**

Leur forte pénétration s'est poursuivie.  
 En 2013, 72 % de la population québécoise possède un téléviseur HD, alors que ce taux s'élevait à 49 % il y a trois ans. Également, 57 % de la population québécoise possède un récepteur HD en 2013, comparativement à 35 % en 2010.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

## Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

### VIDÉO

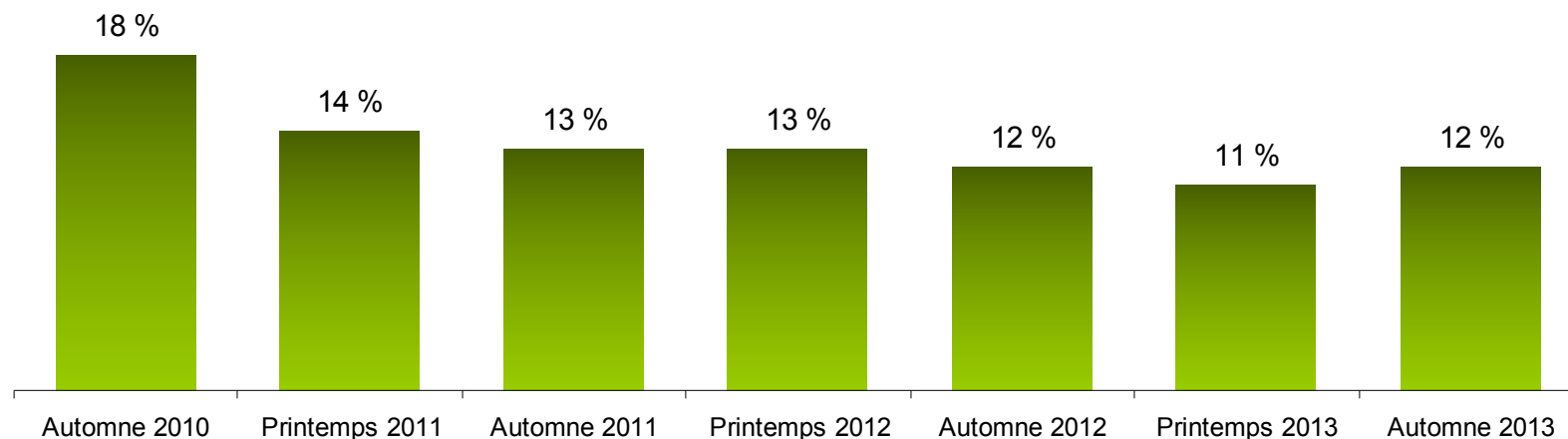
- Câble analogique
- Télévision par satellite
- Télévision hertzienne (antenne)
- Connexion Internet téléphonique

## Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

### Câble analogique

En 2013, 12 % de la population québécoise est abonnée au câble analogique (traditionnel), alors que 73 % est abonnée à un service de télévision numérique (voir diapositive 57).

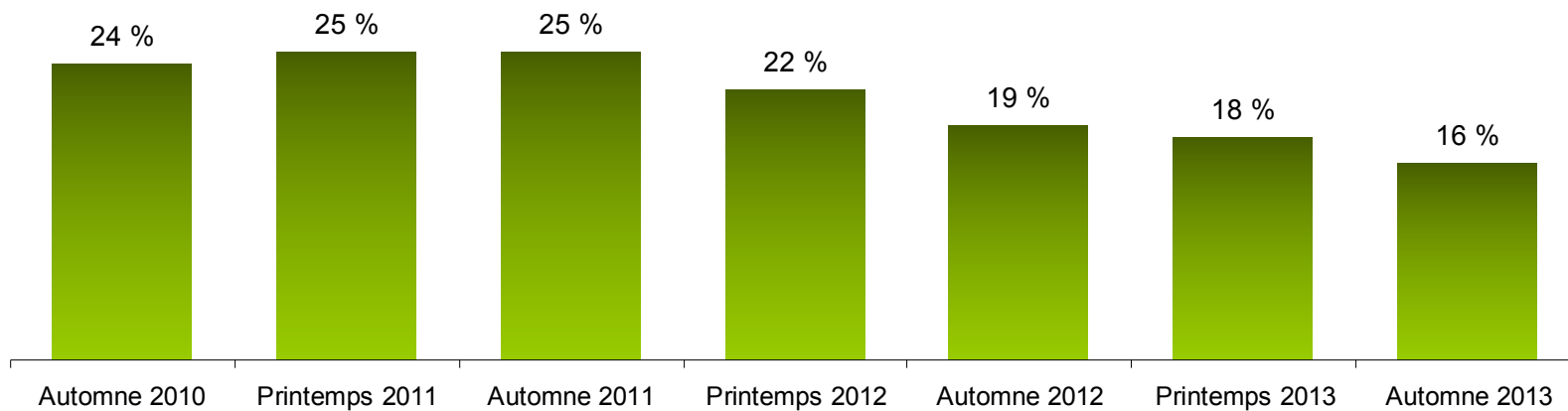


## Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

### Télévision par satellite

L'utilisation de la télévision par satellite connaît une baisse de 9 points de pourcentage depuis deux ans.



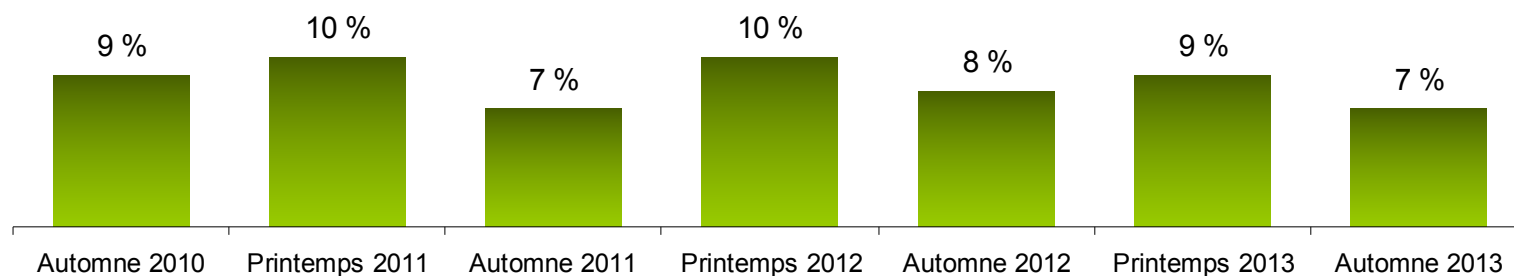
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

## Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

### Télévision hertzienne (antenne)

À l'automne 2013, 7 % de la population québécoise capte la télévision par voie hertzienne. Ce taux est plutôt stable entre 2010 et 2013.



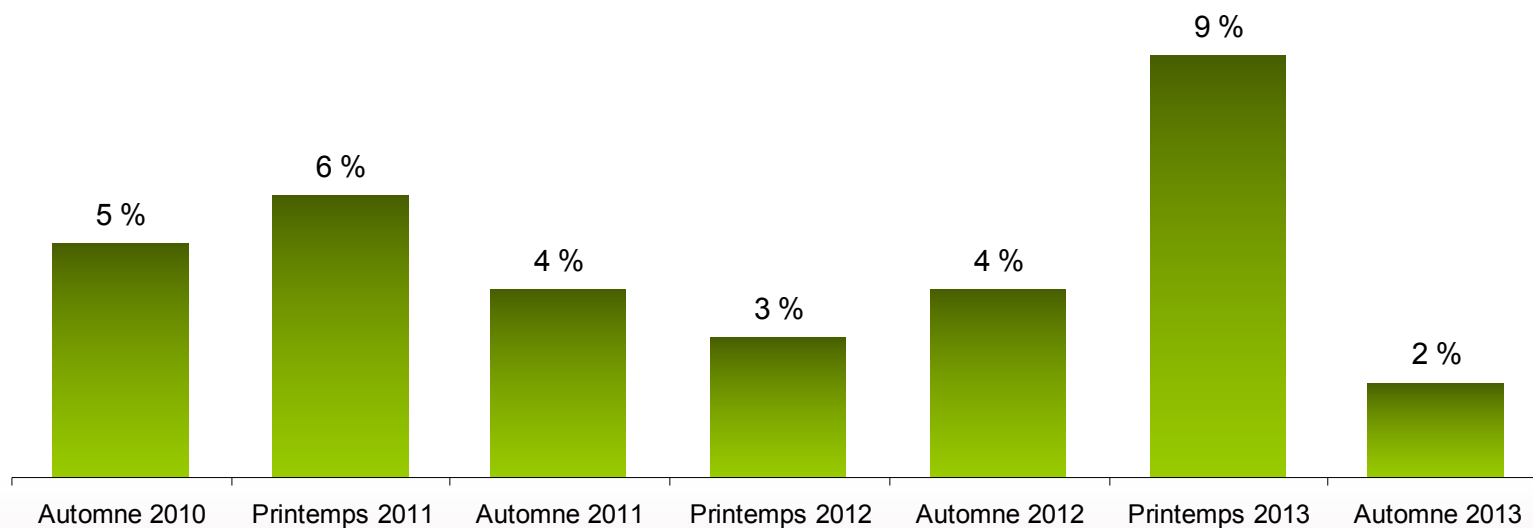
Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC

## Phase 5 Déclin (diminution vers les 0 %)

VIDÉO

### Connexion Internet téléphonique

À l'automne 2013, seulement 2 % de la population québécoise reçoit Internet par une ligne téléphonique.



Source : Observateur des technologies médias, 2010 à 2013, Compilation MCC



# Conclusion



## Constats

- Le Québec se classe bien sur la scène mondiale, mais accuse un peu de retard face aux autres provinces canadiennes en termes d'accès à Internet (diapos 9 et 10).
- L'usage d'Internet continue de progresser. Le visionnement de courts vidéos (par exemple sur YouTube), les manchettes en ligne, le contenu télévisuel sur Internet et les réseaux sociaux gagnent constamment en popularité.
- Parmi les nouvelles façons de consommer la musique, notons que le téléchargement de musique a atteint un palier, alors que la musique en continu (streaming) rejoint plus de la moitié de la population québécoise (diapos 43 et 49).

## Constats (suite)

- Les journaux et magazines en format papier demeurent toujours des moyens d'information d'importance.
- Les technologies numériques viennent, jusqu'à maintenant, faciliter plutôt que concurrencer l'écoute de la télévision :
  - les utilisateurs d'enregistreur numérique personnel ou de vidéo sur demande regardent davantage la télévision traditionnelle que la moyenne des téléspectateurs;
  - globalement, les jeunes de 18 à 30 ans regardent moins la télévision traditionnelle que l'ensemble des téléspectateurs, mais ceux qui regardent la télévision sur Internet regardent au total davantage la télévision que les autres jeunes.

**Culture  
et Communications**

**Québec**

