

# Portrait numérique des foyers québécois



**NETendances** 2021

Édition 2021  
Volume 12 - Numéro 4

**ATN** Académie de la  
transformation  
numérique

AVEC LA COLLABORATION DE

**BIP** RECHERCHE

**BIP**

RECHERCHE

**Votre partenaire en sondage  
depuis 30 ans**

**Spécialiste en recherche marketing et sociale**



Sondage



Recherche marketing



Recherche sociale



Mesure de la satisfaction

2021, Ave. Union, bur. 1221  
Montréal (Québec) H3A 2S9

Téléphone : 514 288-1980  
Télécopieur : 514 288-6607

[www.biprecherche.com](http://www.biprecherche.com)

# Table des matières

Méthodologie .....	4
Faits saillants de l'enquête .....	5
<b>1. Utilisation d'Internet par les adultes québécois.....</b>	<b>6</b>
1.1 Fréquence d'utilisation personnelle d'Internet .....	6
1.2 Appareil électronique le plus fréquemment utilisé pour accéder à Internet à la maison ou ailleurs .....	7
1.3 Évolution de l'utilisation d'Internet sur le téléphone intelligent .....	8
1.4 Langue de navigation sur Internet.....	9
1.5 Principales utilisations d'Internet par les internautes québécois .....	10
<b>2. Connexion Internet des foyers québécois.....</b>	<b>11</b>
2.1 Taux de branchement à Internet des foyers québécois .....	11
2.2 Changements apportés aux services d'accès à Internet depuis 12 mois.....	12
<b>3. Adoption des appareils électroniques .....</b>	<b>13</b>
3.1 Appareils électroniques personnels des adultes québécois.....	13
3.2 Disposition d'un forfait de données sur le téléphone intelligent .....	14
3.3 Adoption des appareils de divertissement .....	14
3.4 Intentions d'achat des appareils électroniques.....	16
<b>4. Temps passé devant les écrans.....</b>	<b>17</b>
4.1 Temps passé devant les écrans au cours des 12 derniers mois .....	17
<b>5. Service de télévision et d'abonnement payant .....</b>	<b>18</b>
5.1 Recul du taux d'abonnement à un service de télévision à la maison .....	18
5.2 Progression du taux d'abonnement à des services payants de visionnement en ligne .....	19

## PORTRAIT NUMÉRIQUE DES FOYERS QUÉBÉCOIS

L'enquête *NETendances 2021* est réalisée par l'Académie de la transformation numérique (ATN), avec la collaboration de BIP Recherche, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Hydro-Québec et Services Québec.

### ÉQUIPE DE PROJET

#### Claire Bourget

Directrice intelligence d'affaires et recherche marketing

#### Jonathan Couturier

Consultant – recherche marketing

#### Rafaël Boucher

Agente de recherche et planification marketing

### ÉQUIPE D'ÉDITION

#### Claudine Vézina

Chargée de communication

#### William Douville

Chargé de communication

#### Cendrine Audet

Révisseuse linguistique – Littera

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

Dépôt légal : 2022

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISSN (PDF) : (1923-6565)

Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF à partir du site Web de l'ATN à : [atn.ulaval.ca/netendances](http://atn.ulaval.ca/netendances).

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite de l'ATN.

Mention de sources : Freepik | Flaticon | Unsplash

## MERCI AUX PARTENAIRES FINANCIERS DES ENQUÊTES NETENDANCES



# Méthodologie

Pour réaliser le volet « *Portrait numérique des foyers québécois* » de l'enquête *NETendances 2021*, nous avons procédé à une collecte de données du 8 au 28 octobre 2021, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 033 adultes internautes québécois âgés de 18 ans et plus via le Web. À ces répondants ont été ajoutés des non-internautes issus de la collecte téléphonique annuelle de l'enquête. Ces résultats ont ensuite été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région, de la langue et du niveau de scolarité 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  $\pm 3,0\%$  pour la base des adultes et celle des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en 5 grandes régions :

- > RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], Laurentides [RMR] et Montérégie [RMR]);
- > RMR de Québec (Québec [RMR] et Chaudière-Appalaches [RMR]);
- > Est-du-Québec (Bas-Saint-Laurent, Saguenay–Lac-Saint-Jean, Côte-Nord et Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine);
- > Centre-du-Québec (Mauricie, Estrie, Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et Chaudière-Appalaches [hors RMR]);
- > Ouest du Québec (Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], Laurentides [hors RMR] et Montérégie [hors RMR]).

## Note :

- Les chiffres **en rouge** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % — **en gras rouge**, l'intervalle de confiance est de 99 %.
- Les chiffres **en bleu** indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % — **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

# Faits saillants de l'enquête

## PORTRAIT NUMÉRIQUE DES FOYERS QUÉBÉCOIS EN 2021

### APPAREILS ÉLECTRONIQUES UTILISÉS POUR ACCÉDER À INTERNET

- Le **téléphone intelligent (47 %)** est devenu en 2021 l'appareil électronique **le plus utilisé** pour accéder à Internet (+ 7 pts de % par rapport à 2020)
- 67 %** des détenteurs de **téléphone intelligent** qui naviguent sur Internet à l'aide de leur appareil le font plusieurs fois par jour (**stable par rapport à 2020**)
- L'appareil électronique de type **montre intelligente ou bracelet d'activité connecté** est celui qui a connu **la plus forte hausse** d'adoption depuis 2020 (+ 6 pts de %)

### TOP 4 DES APPAREILS ÉLECTRONIQUES POSSÉDÉS



**83 %**  
Téléphone intelligent



**83 %**  
Ordinateur (portable ou de table)



**57 %**  
Tablette électronique



**27 %**  
Montre intelligente ou bracelet d'activité connecté

### INTENTIONS D'ACHAT D'APPAREILS ÉLECTRONIQUES (12 prochains mois)

**44 %** des adultes québécois **envisagent d'acheter au moins un appareil électronique** au cours des 12 prochains mois, une hausse de **3 pts de %** en un an

### CONNEXION ET UTILISATION D'INTERNET

**66 %** des internautes québécois utilisent le plus souvent le **français** pour **naviguer sur Internet**, alors que **29 %** utilisent **l'anglais**

**Les trois quarts** des internautes québécois utilisent Internet pour **s'informer et communiquer (74 %)** et **pour se divertir (73 %)**

### APPAREILS DE DIVERTISSEMENT

**74 %** des adultes québécois possèdent **au moins un appareil de divertissement** en 2021 (+ 8 pts de % depuis 2020)

La **télévision intelligente** est l'appareil de divertissement ayant connu la **plus forte progression (+ 21 pts de %)** depuis 2020

### TEMPS PASSÉ DEVANT LES ÉCRANS

**58 %** des adultes québécois reconnaissent avoir **passé plus de temps devant les écrans en 2021**

### SERVICES INTERNET RÉSIDENTIELS

**Le tiers** des **détenteurs d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms ou via satellite** ont effectué les actions suivantes **à la maison**, et parmi ceux-ci :

- 34 %** ont **changé leur connexion Internet pour une version plus rapide**
- 34 %** ont passé à un **forfait Internet de type « illimité »**
- 29 %** ont modifié leur forfait Internet pour un qui leur **donne accès à une plus grande capacité de téléchargement**

### RECU DU SERVICE DE TÉLÉVISION ET PROGRESSION DES SERVICES DE VIDÉO EN CONTINU

**66 %** des adultes québécois sont **abonnés à un service de télévision**, une **baisse de 6 pts de %** en un an et de **18 pts de %** depuis 2017

**73 %** des internautes québécois sont **abonnés à au moins un service de vidéo en continu (stable par rapport à 2020)**

La proportion d'internautes québécois s'étant abonnés à **Amazon Prime (+ 10 pts de %)**, **Netflix (+ 5 pts de %)** et **Disney+ (+ 4 pts de %)** a **augmenté** par rapport à 2020

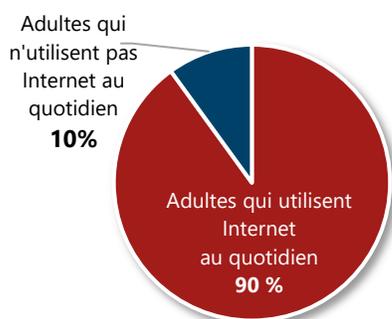
# 1. Utilisation d'Internet par les adultes québécois

## 1.1 Fréquence d'utilisation personnelle d'Internet

Au quotidien en 2021, c'est 82 % des adultes québécois qui utilisent Internet plusieurs fois par jour et 8 % environ une fois par jour. Ce résultat combiné représente une diminution de 4 points de pourcentage par rapport à 2020 alors que les adultes québécois étaient 94 % à utiliser Internet au quotidien. Par rapport à 2019, il s'agit cependant d'une hausse de 5 points de pourcentage. Il est à noter qu'en 2021 les adultes âgés de 35 à 44 ans (89 %) de même que ceux de 45 à 54 ans (91 %) ainsi que les diplômés universitaires (90 %) et ceux dont le revenu familial annuel de 100 000 \$ et plus (95 %) sont relativement plus nombreux à utiliser personnellement Internet plusieurs fois par jour, que ce soit à partir d'un ordinateur, d'une tablette, d'un téléphone intelligent ou de tout autre moyen.

Quant aux non-utilisateurs d'Internet, c'est chez les adultes âgés de 65 ans et plus, respectivement 11 % des adultes de 65 à 74 ans et 24 % de ceux âgés de 75 ans et plus, que l'on trouve les pourcentages les plus élevés. On constate également une plus forte proportion (15 %) chez ceux dont le revenu familial annuel est de moins de 20 000 \$.

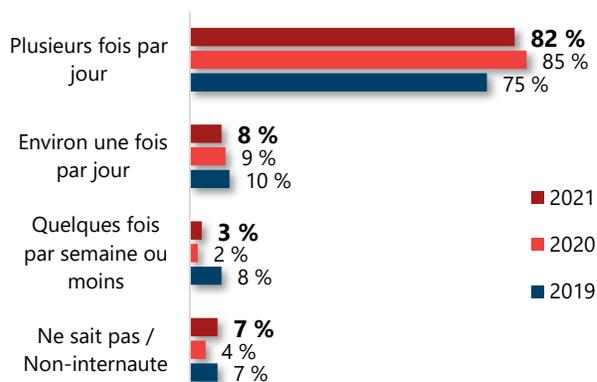
### UTILISATION D'INTERNET AU QUOTIDIEN PAR LES ADULTES QUÉBÉCOIS



**Pourcentage d'adultes québécois qui utilisent Internet au quotidien**

2021 : 90 %  
2020 : 94 %  
2019 : 85 %

### FRÉQUENCE D'UTILISATION PERSONNELLE D'INTERNET



Base : adultes québécois (n= 1 069 en 2021, 1 600 en 2020 et 1 004 en 2019)

Question : À quelle fréquence utilisez-vous personnellement Internet ? Précisons que cela inclut l'utilisation d'Internet à la maison et à l'extérieur, par ordinateur, tablette, cellulaire ou tout autre moyen.

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL UTILISENT INTERNET AU QUOTIDIEN</b>	<b>90 %</b>	91 %	90 %	95 %	93 %	<b>96 %</b>	<b>94 %</b>	88 %	<b>83 %</b>	<b>75 %</b>
Plusieurs fois par jour	<b>82 %</b>	81 %	83 %	87 %	83 %	<b>89 %</b>	<b>91 %</b>	<b>78 %</b>	<b>73 %</b>	<b>64 %</b>
Environ une fois par jour	<b>8 %</b>	<b>10 %</b>	<b>6 %</b>	8 %	10 %	7 %	<b>3 %</b>	10 %	9 %	11 %
Quelques fois par semaine ou moins	<b>3 %</b>	3 %	3 %	3 %	2 %	2 %	<b>1 %</b>	4 %	<b>6 %</b>	1 %
Ne sait pas / Non-internaute	<b>7 %</b>	6 %	8 %	<b>1 %</b>	5 %	<b>2 %</b>	5 %	8 %	<b>12 %</b>	<b>24 %</b>

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL UTILISENT INTERNET AU QUOTIDIEN</b>	<b>90 %</b>	<b>87 %</b>	<b>93 %</b>	<b>96 %</b>	<b>85 %</b>	<b>83 %</b>	<b>95 %</b>	94 %	<b>97 %</b>	<b>97 %</b>
Plusieurs fois par jour	<b>82 %</b>	<b>78 %</b>	84 %	<b>90 %</b>	80 %	<b>73 %</b>	84 %	84 %	84 %	<b>95 %</b>
Environ une fois par jour	<b>8 %</b>	9 %	9 %	<b>6 %</b>	5 %	11 %	11 %	10 %	13 %	<b>2 %</b>
Quelques fois par semaine ou moins	<b>3 %</b>	<b>4 %</b>	<b>1 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>9 %</b>	2 %	1 %	1 %	<b>1 %</b>
Ne sait pas / Non-internaute	<b>7 %</b>	<b>9 %</b>	5 %	<b>2 %</b>	<b>15 %</b>	7 %	<b>3 %</b>	4 %	<b>2 %</b>	<b>3 %</b>

### En Amérique du Nord, c'est plus de 90 % de la population qui navigue sur Internet

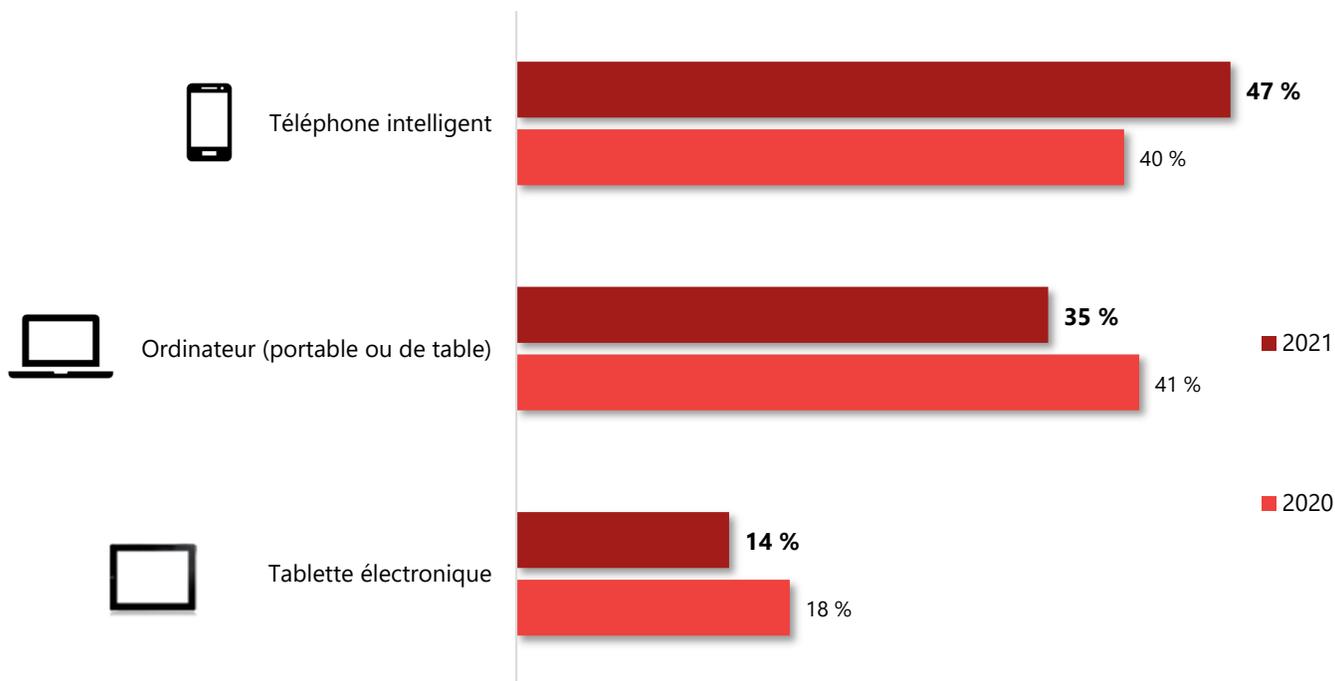
Selon une étude de l'agence We Are Social publiée en 2021, la proportion d'internautes au sein de la population mondiale se situe à 59,5 %. Toutefois, d'importantes disparités sont observées dans le monde. En effet, ce taux s'établit à plus de 90 % en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest et du Nord, alors qu'il se situe entre 24 % et 62 % dans les différentes régions d'Afrique et qu'il est de 68 % dans l'est de l'Asie, une région qui regroupe près du quart du nombre total d'internautes sur la planète.

Source : « Digital 2021 », We are social / Hootsuite, Janvier 2021, <https://www.lapresse.ca/affaires/techno/2021-01-27/plus-de-4-milliards-d-utilisateurs-des-reseaux-sociaux-dans-le-monde.php>

## 1.2 Appareil électronique le plus fréquemment utilisé pour accéder à Internet à la maison ou ailleurs

Le téléphone intelligent est devenu en 2021 l'appareil électronique le plus fréquemment utilisé par les internautes québécois pour accéder à Internet, à la maison ou ailleurs. C'est en effet 47 % des adultes qui affirment utiliser le plus fréquemment cet appareil pour accéder à Internet, ce qui représente une hausse de 7 points de pourcentage comparativement à 2020 alors qu'ils étaient 40 % à choisir le plus souvent cet appareil pour accéder à Internet. De son côté, l'ordinateur (portable ou de table) enregistre une baisse de 6 points de pourcentage comparativement à 2020, son taux étant passé de 41 % en 2020 à 35 % en 2021. Quant à la tablette électronique, elle connaît également une baisse, son taux étant passé de 18 % en 2020 à 14 % en 2021, soit une diminution de 4 points de pourcentage en un an. Pour accéder à Internet à la maison ou ailleurs, le téléphone intelligent est privilégié par les adultes québécois âgés de 18 à 54 ans, alors que l'ordinateur l'est encore chez les adultes âgés 55 ans et plus.

### APPAREIL ÉLECTRONIQUE LE PLUS FRÉQUEMMENT UTILISÉ POUR ACCÉDER À INTERNET À LA MAISON OU AILLEURS



Base : internautes québécois (n=1 033 en 2021, 1 540 en 2020 et 930 en 2019)

Question : Quel appareil électronique utilisez-vous le plus fréquemment pour accéder à Internet à la maison ou ailleurs ?

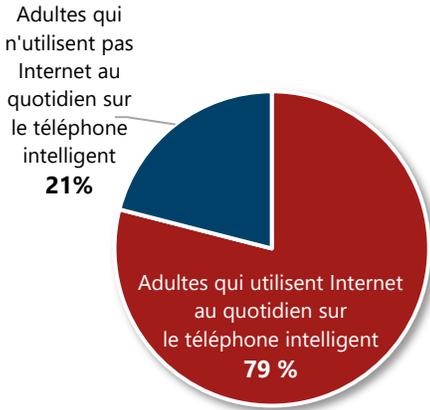
Parmi les internautes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL APPAREILS MOBILES</b>	<b>61 %</b>	<b>57 %</b>	<b>65 %</b>	<b>87 %</b>	<b>80 %</b>	<b>76 %</b>	<b>67 %</b>	<b>48 %</b>	<b>29 %</b>	<b>27 %</b>
Téléphone intelligent	47 %	45 %	50 %	78 %	69 %	63 %	55 %	26 %	17 %	8 %
Ordinateur (portable ou de table)	35 %	39 %	31 %	12 %	15 %	22 %	30 %	45 %	68 %	69 %
Tablette électronique	14 %	12 %	15 %	9 %	11 %	13 %	12 %	22 %	12 %	19 %
Ne sait pas / Sans réponse	4 %	4 %	4 %	1 %	5 %	2 %	3 %	6 %	3 %	4 %

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL APPAREILS MOBILES</b>	<b>61 %</b>	60 %	63 %	64 %	55 %	54 %	67 %	66 %	59 %	65 %
Téléphone intelligent	47 %	46 %	46 %	51 %	45 %	44 %	54 %	52 %	42 %	51 %
Ordinateur (portable ou de table)	35 %	35 %	34 %	35 %	39 %	41 %	31 %	32 %	39 %	32 %
Tablette électronique	14 %	13 %	17 %	13 %	9 %	10 %	13 %	14 %	18 %	14 %
Ne sait pas / Sans réponse	4 %	5 %	3 %	1 %	6 %	4 %	1 %	2 %	2 %	3 %

### 1.3 Évolution de l'utilisation d'Internet sur le téléphone intelligent

Au quotidien, depuis 2019, une majorité d'internautes québécois (79 %) utilisent personnellement Internet sur leur téléphone intelligent, que ce soit environ une fois par jour (12 % en 2021) ou plusieurs fois par jour (67 % en 2021). Les proportions les plus grandes d'adultes qui utilisent Internet via leur téléphone intelligent en 2021, et ce plusieurs fois par jour, se retrouvent chez les adultes âgés de 18 à 54 ans, les diplômés universitaires (81 %) et ceux disposant d'un revenu familial annuel de 100 000 \$ et plus (80 %).

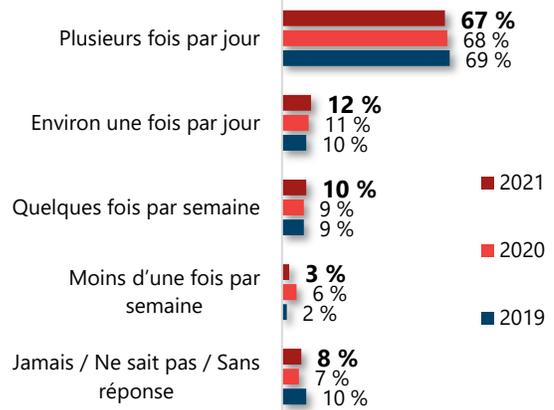
#### UTILISATION D'INTERNET AU QUOTIDIEN SUR LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT



**Pourcentage d'adultes québécois qui utilisent Internet au quotidien sur le téléphone intelligent**

2021 : 79 %  
2020 : 79 %  
2019 : 79 %

#### FRÉQUENCE D'UTILISATION D'INTERNET SUR LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT



Base : internautes québécois ayant un téléphone intelligent (n=879 en 2021, 1 280 en 2020 et 768 en 2019)

Question : De façon générale, utilisez-vous personnellement Internet sur votre téléphone intelligent ?

Parmi les internautes québécois ayant un téléphone intelligent	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL UTILISENT INTERNET AU QUOTIDIEN SUR LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT</b>	<b>79 %</b>	79 %	79 %	<b>95 %</b>	<b>88 %</b>	<b>91 %</b>	<b>85 %</b>	<b>64 %</b>	<b>54 %</b>	48 %
Plusieurs fois par jour	<b>67 %</b>	67 %	68 %	<b>85 %</b>	<b>73 %</b>	<b>80 %</b>	<b>74 %</b>	<b>53 %</b>	<b>42 %</b>	41 %
Environ une fois par jour	<b>12 %</b>	12 %	11 %	10 %	15 %	12 %	11 %	11 %	11 %	7 %
Quelques fois par semaine	<b>10 %</b>	9 %	10 %	4 %	4 %	6 %	9 %	<b>20 %</b>	<b>17 %</b>	11 %
Moins d'une fois par semaine	<b>3 %</b>	4 %	2 %	0 %	4 %	0 %	2 %	6 %	4 %	26 %
Jamais / Ne sait pas / Sans réponse	<b>8 %</b>	7 %	8 %	1 %	5 %	3 %	4 %	10 %	<b>25 %</b>	15 %

Parmi les internautes québécois ayant un téléphone intelligent	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL UTILISENT INTERNET AU QUOTIDIEN SUR LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT</b>	<b>79 %</b>	<b>73 %</b>	81 %	<b>89 %</b>	75 %	74 %	74 %	<b>86 %</b>	82 %	<b>90 %</b>
Plusieurs fois par jour	<b>67 %</b>	<b>60 %</b>	70 %	<b>81 %</b>	66 %	61 %	63 %	<b>77 %</b>	67 %	<b>80 %</b>
Environ une fois par jour	<b>12 %</b>	<b>14 %</b>	11 %	<b>7 %</b>	9 %	13 %	11 %	9 %	15 %	10 %
Quelques fois par semaine	<b>10 %</b>	11 %	9 %	8 %	<b>17 %</b>	8 %	13 %	8 %	13 %	<b>6 %</b>
Moins d'une fois par semaine	<b>3 %</b>	4 %	4 %	<b>1 %</b>	0 %	5 %	5 %	4 %	0 %	2 %
Jamais / Ne sait pas / Sans réponse	<b>8 %</b>	<b>12 %</b>	5 %	<b>2 %</b>	9 %	<b>13 %</b>	8 %	2 %	6 %	<b>3 %</b>

#### La majorité du trafic Internet mondial passe dorénavant par les appareils mobiles

La part du trafic Internet mobile a augmenté de façon spectaculaire au cours de la dernière décennie. En 2021, il représente 56 % du trafic Internet mondial total, soit plus de la moitié. L'essor du trafic Internet mobile a eu pour conséquence une baisse significative du trafic Internet depuis l'ordinateur. En 2011, la quasi-totalité du trafic Internet passait par les ordinateurs (94 %). C'est en novembre 2016 que le trafic Internet mobile a dépassé le trafic depuis l'ordinateur, représentant 48 % contre 47 % pour ce dernier.

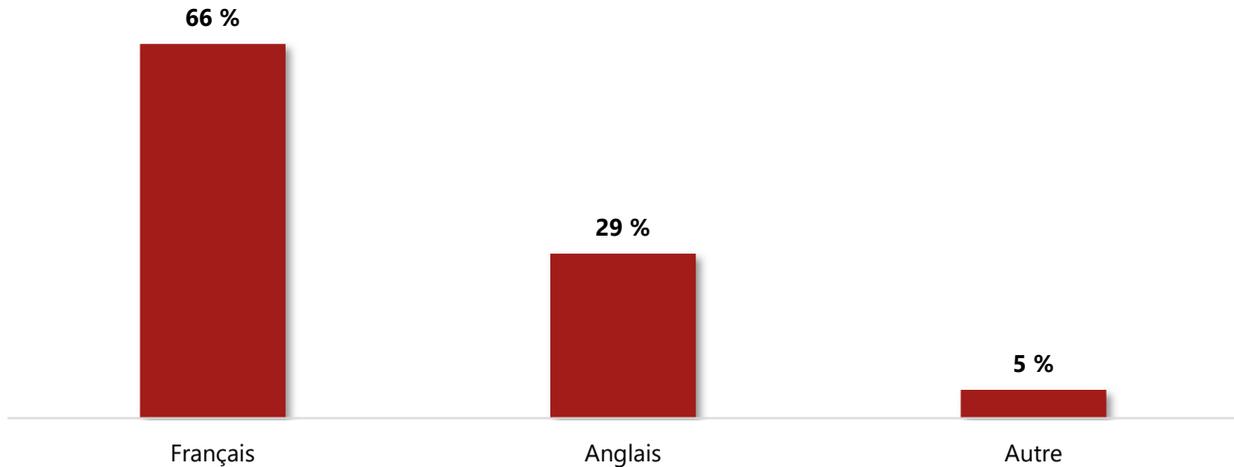
Source : « Trafic Internet mobile : Quelle part du trafic Internet est mobile ? », Oberlo, Novembre 2021, <https://www.oberlo.fr/blog/trafic-internet-mobile>

## 1.4 Langue de navigation sur Internet

Pour naviguer sur Internet, 66 % des internautes québécois utilisent le plus souvent le français et 29 % l'anglais. Les femmes sont relativement plus nombreuses que les hommes à utiliser le français pour naviguer sur Internet (69 % pour les femmes contre 62 % pour les hommes). Mentionnons également qu'il y a une plus forte proportion d'internautes âgés de 25 à 44 ans qui utilisent l'anglais pour naviguer sur Internet (44 % chez les 25 à 34 ans et 35 % chez les 35 à 44 ans).

On remarque également que 81 % des internautes québécois dont le français est la langue parlée à la maison utilisent cette langue pour naviguer sur le Web.

### LANGUE LA PLUS SOUVENT UTILISÉE POUR NAVIGUER SUR INTERNET



Base : internautes québécois (n= 1 033)

Question : Habituellement, quelle langue utilisez-vous le plus souvent lorsque vous naviguez sur Internet ?

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Français	66 %	62 %	69 %	57 %	49 %	59 %	73 %	78 %	70 %	78 %
Anglais	29 %	32 %	26 %	30 %	44 %	35 %	24 %	19 %	26 %	22 %
Autre	5 %	5 %	4 %	12 %	7 %	6 %	2 %	4 %	3 %	0 %

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Français	66 %	70 %	70 %	54 %	64 %	72 %	62 %	56 %	68 %	67 %
Anglais	29 %	24 %	28 %	41 %	21 %	22 %	37 %	40 %	30 %	31 %
Autre	5 %	6 %	1 %	5 %	15 %	6 %	0 %	3 %	3 %	2 %

### L'anglais est la langue la plus utilisée sur Internet et le français fait partie des 10 langues les plus utilisées sur Internet

Selon Statista, les 10 langues les plus utilisées sur Internet représentent 77 % de la part totale des utilisateurs d'Internet. Au premier rang, nous trouvons l'anglais (26 %), talonné par le mandarin (20 %), et au troisième rang, on trouve l'espagnol (8 %). On constate que si nous comparons le top 10 des langues les plus utilisées sur Internet avec les chiffres du PIB par langue (et non par pays), nous avons presque la même liste. Le français figure au septième rang de cette liste (3 %).

Source : « Les langues les plus utilisées sur Internet », Statista, Décembre 2020, <https://altraductions.com/blog/les-langues-les-plus-utilisees-sur-internet>

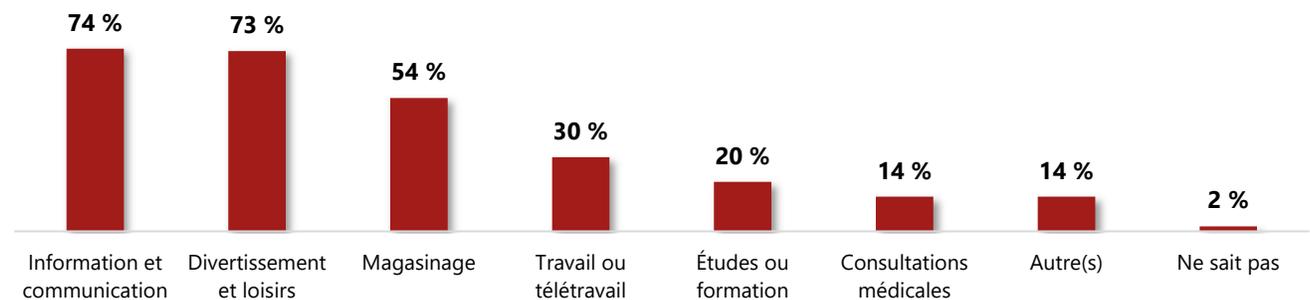
## 1.5 Principales utilisations d'Internet par les internautes québécois

Une majorité d'internautes québécois utilisent Internet pour s'informer et communiquer (74 %), se divertir (73 %) et magasiner (54 %). Dans une moindre mesure, c'est 30 % des internautes québécois qui font aussi usage d'Internet pour travailler, 20 % pour étudier ou suivre des formations et 14 % pour participer à des consultations médicales.

Comparativement aux hommes, les femmes sont plus nombreuses à se rendre en ligne pour magasiner (60 % pour les femmes contre 47 % pour les hommes) et aussi pour se divertir (76 % pour les femmes contre 71 % pour les hommes).

Un peu plus d'un internaute âgé de 18 à 24 ans sur deux (53 %) mentionne utiliser principalement Internet pour des études ou de la formation. C'est dans le groupe des adultes âgés de 35 à 54 ans où l'on trouve les plus fortes proportions d'internautes dont l'une des principales utilisations d'Internet est le travail ou le télétravail (45 % des 25 à 34 ans, 41 % des 35 à 44 ans et 45 % des 45 à 54 ans). Autre donnée intéressante, c'est dans le segment des internautes âgés de 65 à 74 ans où l'on trouve la plus forte proportion d'internautes dont l'une des principales utilisations d'Internet est la participation à des consultations médicales en ligne (21 %).

### PRINCIPALES UTILISATIONS D'INTERNET PAR LES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS



Base : internautes québécois (n= 1 033)

Question : Quelles sont les principales utilisations que vous faites d'Internet parmi les suivantes ?

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Information et communication	74 %	73 %	76 %	48 %	67 %	82 %	79 %	80 %	79 %	74 %
Divertissement et loisirs	73 %	71 %	76 %	74 %	73 %	82 %	79 %	66 %	69 %	67 %
Magasinage	54 %	47 %	60 %	29 %	49 %	62 %	59 %	55 %	56 %	59 %
Travail ou télétravail	30 %	32 %	28 %	27 %	45 %	41 %	45 %	24 %	6 %	9 %
Études ou formation	20 %	18 %	21 %	53 %	22 %	28 %	16 %	12 %	4 %	4 %
Consultations médicales	14 %	14 %	15 %	7 %	16 %	14 %	12 %	12 %	21 %	14 %

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Information et communication	74 %	68 %	78 %	88 %	59 %	72 %	77 %	84 %	77 %	87 %
Divertissement et loisirs	73 %	73 %	75 %	73 %	72 %	67 %	80 %	76 %	69 %	73 %
Magasinage	54 %	50 %	59 %	59 %	42 %	48 %	64 %	58 %	55 %	63 %
Travail ou télétravail	30 %	21 %	32 %	51 %	19 %	17 %	42 %	39 %	31 %	49 %
Études ou formation	20 %	15 %	22 %	29 %	29 %	14 %	20 %	23 %	24 %	19 %
Consultations médicales	14 %	15 %	9 %	17 %	16 %	13 %	17 %	15 %	14 %	11 %

### Les comportements des Canadiens en matière d'utilisation de l'Internet ont changé durant la pandémie

Statistique Canada a mené une enquête de novembre 2020 à mars 2021 qui révèle que, depuis le début de la pandémie, 75 % des Canadiens âgés de 15 ans et plus se sont adonnés plus souvent à diverses activités en ligne : 48 % ont consommé à une fréquence plus élevée du contenu vidéo diffusé en continu (nouvelles, concerts, conditionnement physique, films et séries), 21 % ont indiqué avoir passé plus souvent des commandes d'épicerie en ligne (livraisons ou cueillettes en magasin), 48 % ont travaillé plus souvent à domicile en utilisant Internet.

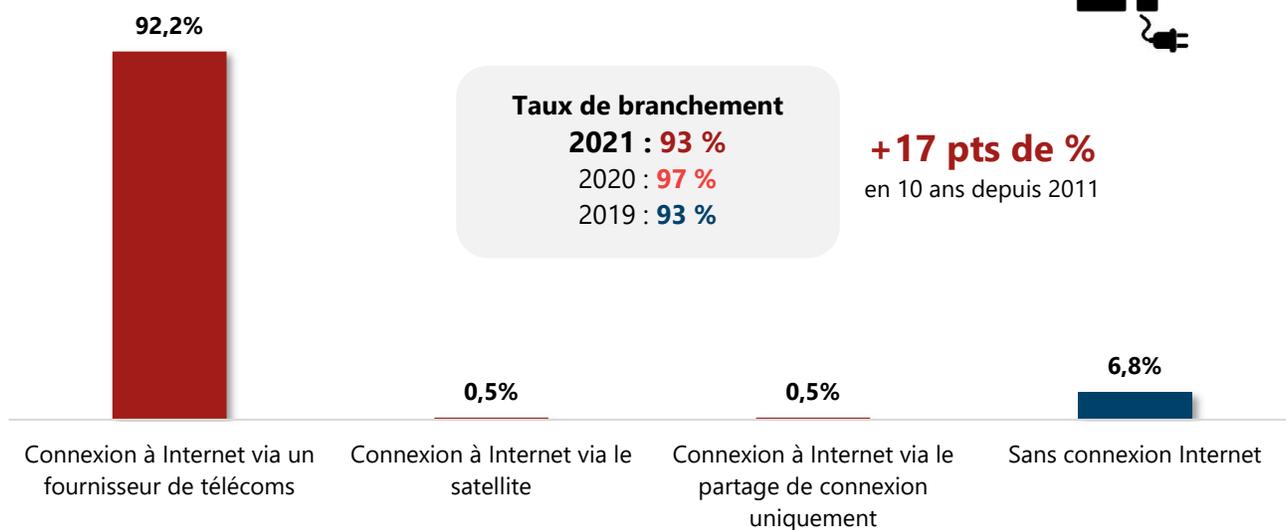
Source : « L'utilisation d'Internet à l'ère de la COVID-19 : la pandémie a incité les Canadiens à passer davantage de temps en ligne », Statistique Canada, Juin 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2021001/article/00027-fra.htm>

## 2. Connexion Internet des foyers québécois

### 2.1 Taux de branchement à Internet des foyers québécois

Le taux de branchement des foyers québécois à Internet a enregistré un écart de 4 points de pourcentage en 2021 (93 %) comparativement à 2020, mais il est demeuré comparable à celui enregistré en 2019 (93 %). Il a par ailleurs augmenté de 17 points de pourcentage sur une période de 10 ans, soit depuis 2011. En 2021, la grande majorité des adultes québécois (92,2 %) sont connectés à Internet via un fournisseur télécom (comme Bell ou Vidéotron), alors que moins de 1 % de ces derniers utilisent Internet via un satellite (0,5 %) ou uniquement via un partage de connexion à partir d'un appareil mobile (0,5 %).

#### TYPE DE BRANCHEMENT À INTERNET DES FOYERS QUÉBÉCOIS



**Base : adultes québécois (n= 1 069 en 2021, 1 600 en 2020 et environ 1 000 répondants à chaque collecte précédente)**

Question : À la maison, disposez-vous d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms, comme Bell ou Vidéotron ou un autre fournisseur ? À la maison, pour vous connecter à Internet à partir de votre téléphone intelligent, utilisez-vous le réglage « Partage de connexion » qui permet de fournir un accès Internet à d'autres appareils ou d'autres utilisateurs à partir de votre propre compte de téléphone intelligent ? Disposez-vous d'une connexion Internet par satellite ?

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL CONNEXION INTERNET</b>	<b>93,2 %</b>	<b>94,5 %</b>	<b>91,9 %</b>	<b>98,3 %</b>	<b>96,1 %</b>	<b>97,3 %</b>	95,4 %	91,7 %	<b>88,6 %</b>	<b>76,0 %</b>
Connexion à Internet via un fournisseur de télécoms	<b>92,2 %</b>	93,4 %	91,0 %	94,5 %	<b>95,5 %</b>	<b>96,9 %</b>	93,9 %	91,6 %	<b>87,6 %</b>	<b>76,0 %</b>
Connexion à Internet via le partage de connexion uniquement	<b>0,5 %</b>	0,8 %	0,2 %	<b>2,2 %</b>	0,3 %	0,0 %	0,2 %	0,0 %	1,0 %	0,0 %
Connexion à Internet via le satellite	<b>0,5 %</b>	0,3 %	0,8 %	1,6 %	0,4 %	0,5 %	1,3 %	0,1 %	0,0 %	0,0 %
<b>SANS CONNEXION INTERNET</b>	<b>6,8 %</b>	<b>5,5 %</b>	<b>8,1 %</b>	<b>1,7 %</b>	<b>3,9 %</b>	<b>2,7 %</b>	4,6 %	8,3 %	<b>11,4 %</b>	<b>24,0 %</b>

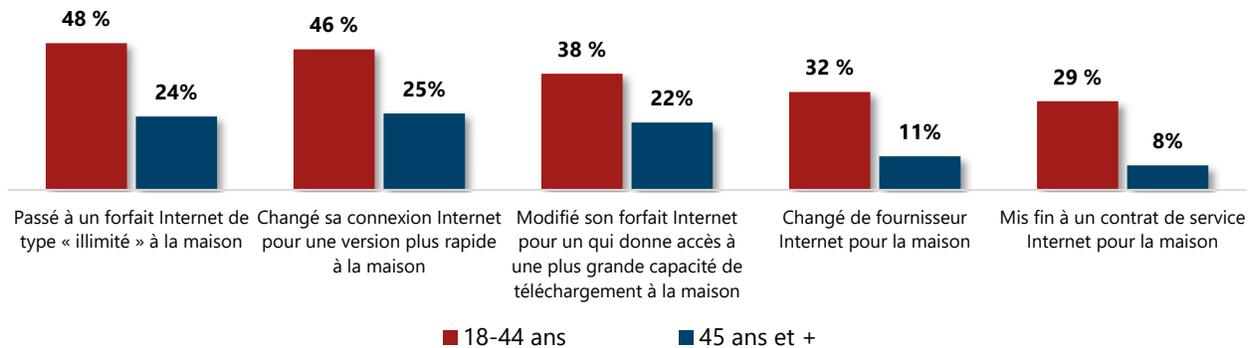
Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL CONNEXION INTERNET</b>	<b>93,2 %</b>	<b>90,6 %</b>	<b>95,9 %</b>	<b>97,6 %</b>	<b>83,9 %</b>	93,7 %	<b>97,3 %</b>	95,9 %	<b>97,7 %</b>	<b>96,9 %</b>
Connexion à Internet via un fournisseur de télécoms	<b>92,2 %</b>	<b>89,7 %</b>	94,1 %	<b>96,9 %</b>	<b>82,7 %</b>	91,6 %	<b>96,5 %</b>	94,7 %	<b>97,0 %</b>	<b>96,9 %</b>
Connexion à Internet via le partage de connexion uniquement	<b>0,5 %</b>	0,5 %	0,7 %	0,2 %	1,3 %	0,8 %	0,4 %	0,4 %	0,0 %	0,0 %
Connexion à Internet via le satellite	<b>0,5 %</b>	0,4 %	1,1 %	0,5 %	0,0 %	1,2 %	0,4 %	0,9 %	0,6 %	0,0 %
<b>SANS CONNEXION INTERNET</b>	<b>6,8 %</b>	<b>9,4 %</b>	<b>4,1 %</b>	<b>2,4 %</b>	<b>16,1 %</b>	6,3 %	<b>2,7 %</b>	4,1 %	<b>2,3 %</b>	<b>3,1 %</b>

## 2.2 Changements apportés aux services d'accès à Internet depuis 12 mois

Au cours des douze derniers mois, c'est environ le tiers des adultes disposant d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécom ou via le satellite qui ont apporté, à la maison, les modifications suivantes à leurs services d'accès à Internet : changé leur connexion Internet pour une version plus rapide (34 %), passé à un forfait Internet de type « illimité » (34 %) et modifié leur forfait Internet pour un qui leur donne accès à une plus grande capacité de téléchargement (29 %). Dans une moindre mesure, 20 % des personnes qui détiennent une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécom, via satellite ou via le partage de connexion ont changé de fournisseur Internet pour la maison, alors que 17 % ont mis fin à leur contrat de service Internet.

On observe que les adultes âgés de 18 à 44 ans ont été beaucoup plus nombreux en proportion à apporter des modifications aux services d'accès Internet qu'ils utilisent. Par exemple, 48 % de ce groupe sont passés à un forfait Internet de type « illimité » et 46 % ont changé leur connexion Internet pour une version plus rapide, comparativement à 24 % dans le premier cas et 25 % dans le deuxième cas chez les adultes branchés âgés de 45 ans et plus. C'est aussi 38 % des adultes âgés de 18 à 44 ans qui ont modifié leur forfait Internet pour obtenir une plus grande capacité de téléchargement à la maison comparativement à 22 % des adultes âgés de 45 ans et plus. En somme, 32 % des adultes du premier groupe d'âge ont changé de fournisseur Internet pour la maison comparativement à 11 % des adultes du deuxième groupe.

### CHANGEMENTS APPORTÉS AUX SERVICES D'ACCÈS À INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : détenteurs d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms ou via satellite (n= 991), détenteurs d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms, via satellite ou via le partage de connexion (n=997)

Question : Au cours de la dernière année, avez-vous effectué les actions suivantes à la maison ?

Parmi les détenteurs d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms ou via satellite ou via le partage de connexion	Total 2021	Hommes	Femmes	Âge						
				18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Passé à un forfait Internet de type « illimité » à la maison	34 %	36 %	33 %	55 %	43 %	48 %	32 %	21 %	17 %	30 %
Changé sa connexion Internet pour une version plus rapide à la maison	34 %	35 %	33 %	43 %	46 %	48 %	34 %	25 %	14 %	27 %
Modifié son forfait Internet pour un qui donne accès à une plus grande capacité de téléchargement à la maison	29 %	32 %	27 %	39 %	35 %	40 %	30 %	20 %	15 %	27 %
Changé de fournisseur Internet pour la maison	20 %	22 %	18 %	36 %	33 %	30 %	16 %	9 %	10 %	1 %
Mis fin à un contrat de service Internet pour la maison	17 %	19 %	16 %	33 %	32 %	24 %	12 %	8 %	6 %	2 %

Parmi les détenteurs d'une connexion Internet résidentielle avec un fournisseur de télécoms ou via satellite ou via le partage de connexion	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	Revenu					
					< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Passé à un forfait Internet de type « illimité » à la maison	34 %	36 %	33 %	32 %	41 %	28 %	39 %	36 %	50 %	25 %
Changé sa connexion Internet pour une version plus rapide à la maison	34 %	34 %	30 %	36 %	33 %	31 %	37 %	36 %	44 %	30 %
Modifié son forfait Internet pour un qui donne accès à une plus grande capacité de téléchargement à la maison	29 %	27 %	28 %	33 %	28 %	26 %	31 %	31 %	42 %	26 %
Changé de fournisseur Internet pour la maison	20 %	21 %	19 %	18 %	23 %	21 %	23 %	26 %	19 %	13 %
Mis fin à un contrat de service Internet pour la maison	17 %	19 %	17 %	14 %	21 %	18 %	18 %	21 %	18 %	10 %

### 3. Adoption des appareils électroniques

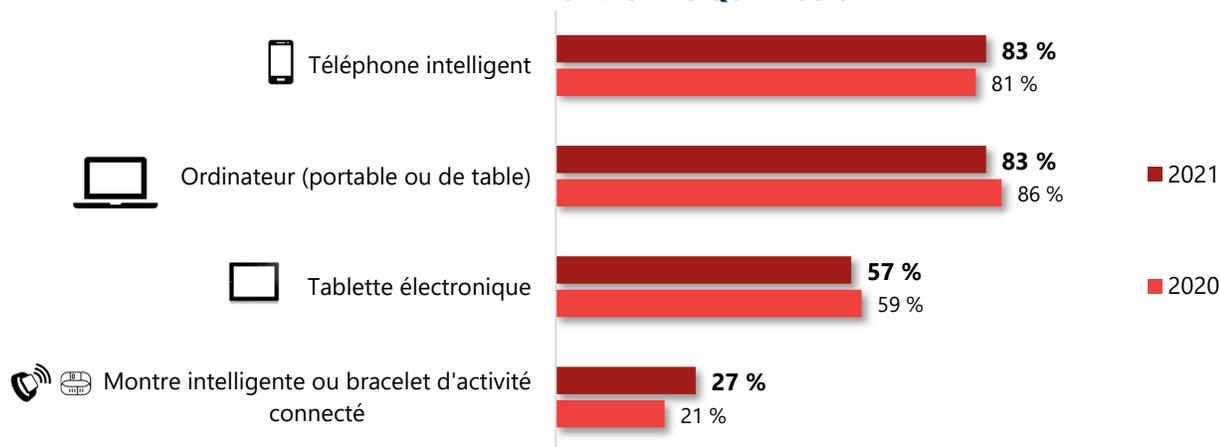
#### 3.1 Appareils électroniques personnels des adultes québécois

En 2021, 83 % des adultes québécois disposent d'un téléphone intelligent, 83 % d'un ordinateur portable ou de table, 57 %, d'une tablette électronique, puis 27 % d'une montre intelligente ou d'un bracelet d'activité connecté. Au total, c'est 97 % des adultes québécois qui disposent de l'un ou l'autre de ces appareils électroniques, un résultat très similaire à celui de 2020 qui était alors de 96 %. Il est à noter que le taux d'adoption du téléphone intelligent (81 % en 2020 contre 83 % en 2021) et celui de la tablette électronique (59 % en 2020 contre 57 % en 2021) sont demeurés relativement stables en 2021, alors que celui de l'ordinateur (portable ou de table) a diminué de 3 points de pourcentage (86 % en 2020 contre 83 % en 2021). Pendant la même période, le taux d'adoption de la montre intelligente ou du bracelet d'activité connecté a augmenté de 6 points de pourcentage (21 % en 2020 contre 27 % en 2021).

Il est à noter que le téléphone intelligent est davantage présent chez les adultes âgés de 18 à 44 ans et moins chez ceux de 45 ans et plus.

On observe aussi que l'appareil électronique de type montre intelligente ou bracelet d'activité connecté est plus populaire auprès des hommes (31 %) que des femmes (24 %), et également auprès des groupes d'adultes âgés de 25 à 34 ans et de 35 à 44 ans, avec un pourcentage respectif de 44 % et de 37 %.

#### ADOPTION DES APPAREILS ÉLECTRONIQUES PAR LES ADULTES QUÉBÉCOIS



Base : adultes québécois (n=1 069 en 2021, 1 600 en 2020 et 1 004 en 2019)

Question : Personnellement, disposez-vous de l'un ou l'autre des appareils suivants ?

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>97 %</b>	98 %	96 %	100 %	100 %	99 %	98 %	97 %	91 %	86 %
Téléphone intelligent	83 %	82 %	83 %	97 %	93 %	91 %	89 %	78 %	67 %	42 %
Ordinateur (portable ou de table)	83 %	84 %	81 %	90 %	82 %	84 %	83 %	87 %	76 %	68 %
Tablette électronique	57 %	56 %	58 %	69 %	56 %	59 %	61 %	54 %	51 %	44 %
Montre intelligente ou bracelet d'activité connecté	27 %	31 %	24 %	34 %	44 %	37 %	30 %	18 %	13 %	9 %

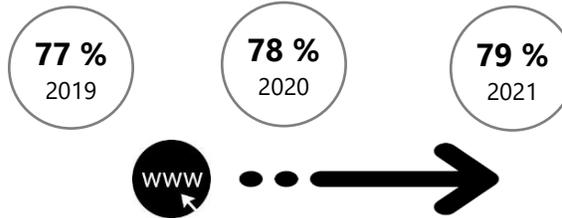
Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>97 %</b>	95 %	98 %	99 %	90 %	96 %	99 %	99 %	100 %	99 %
Téléphone intelligent	83 %	78 %	87 %	89 %	67 %	73 %	88 %	90 %	93 %	94 %
Ordinateur (portable ou de table)	83 %	77 %	86 %	93 %	69 %	79 %	87 %	87 %	88 %	87 %
Tablette électronique	57 %	55 %	59 %	61 %	50 %	46 %	59 %	61 %	68 %	64 %
Montre intelligente ou bracelet d'activité connecté	27 %	24 %	30 %	33 %	15 %	16 %	34 %	38 %	30 %	35 %

### 3.2 Disposition d'un forfait de données sur le téléphone intelligent

En 2021, c'est près de 8 détenteurs d'un téléphone intelligent sur 10 (79 %) qui disposent d'un forfait de données sur leur appareil, ce qui est très comparable aux situations de 2020 (78 %) et de 2019 (77 %). Les adultes âgés de 25 à 54 ans (88 % chez les 25 à 44 ans et 89 % chez les 45 à 54 ans), les diplômés universitaires (89 %) de même que les adultes ayant un revenu familial annuel total de 100 000 \$ et plus (91 %) sont relativement plus nombreux à disposer d'un forfait de données sur leur téléphone intelligent.

#### DISPOSITION D'UN FORFAIT DE DONNÉES SUR LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT

Évolution du pourcentage d'adultes détenteurs d'un téléphone intelligent disposant d'un forfait de données sur leur appareil



Base : adultes québécois détenteurs d'un téléphone intelligent (n=882 en 2021, 1 290 en 2020 et 768 en 2019)

Question : Disposez-vous d'un forfait de données (ou data) sur votre téléphone intelligent ?

Parmi les adultes québécois détenteurs d'un téléphone intelligent	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Détenteur d'un forfait de données (ou data)	79 %	80 %	77 %	85 %	88 %	88 %	89 %	68 %	56 %	30 %

Parmi les adultes québécois détenteurs d'un téléphone intelligent	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Détenteur d'un forfait de données (ou data)	79 %	73 %	82 %	89 %	72 %	72 %	82 %	84 %	76 %	91 %

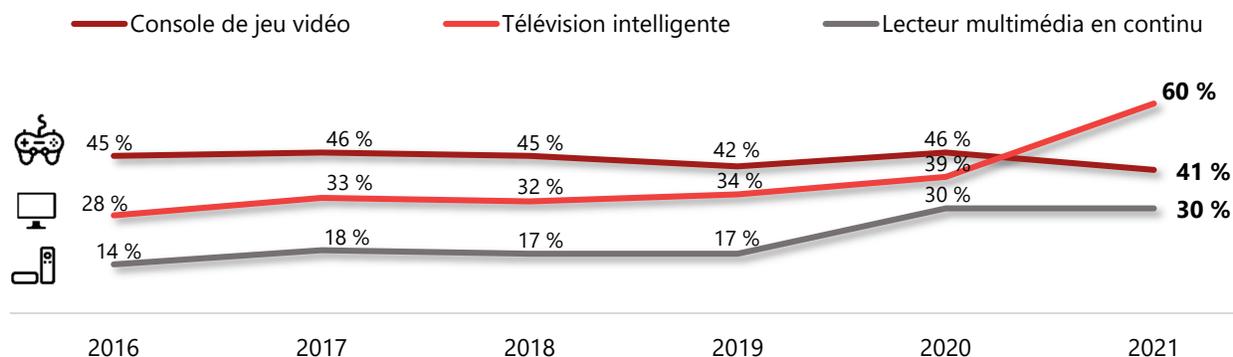
### 3.3 Adoption des appareils de divertissement

Globalement, le taux d'adoption des appareils de divertissement, que ce soit la télévision intelligente, la console de jeu vidéo ou le lecteur multimédia en continu, a augmenté au cours de la dernière année. En effet, en 2021, c'est 74 % des adultes québécois qui possèdent au moins un de ces appareils, alors que cette proportion était de 66 % en 2020 et de 60 % en 2016.

De manière plus spécifique, on observe que la télévision intelligente est l'appareil qui a le plus gagné en popularité en un an avec une hausse observée de 21 points de pourcentage, passant de 39 % en 2020 à 60 % en 2021. Quant aux autres appareils de divertissement évalués dans le cadre de l'enquête, on constate que le taux d'adoption du lecteur multimédia en continu est demeuré le même en 2021 avec un taux observé de 30 %, alors que celui de la console de jeu vidéo a connu une baisse de 5 points de pourcentage, passant de 46 % en 2020 à 41 % en 2021. Signalons que cet engouement pour la télévision intelligente est aussi observé dans plusieurs pays à travers le monde (voir l'encadré à la page suivante). Les adultes âgés de 18 à 34 ans ainsi que ceux dont le revenu familial annuel total est de 100 000 \$ et plus (73 %) de même que les répondants comptant des enfants à la maison (75 %) sont relativement plus nombreux à avoir adopté la télévision intelligente.

Les intentions d'achat des adultes québécois au cours des 12 prochains mois pour les appareils de divertissement nous laissent croire que les taux d'adoption devraient continuer de progresser, avec 11 % des adultes qui envisagent d'acquérir une télévision intelligente, un lecteur multimédia en continu ou une console de jeu vidéo.

## ADOPTION DES APPAREILS DE DIVERTISSEMENT



Base : adultes québécois (n= 1 069 en 2021, 1 000 en 2020, 1 004 en 2019, 1 001 en 2018, 1 003 en 2017 et 1 002 en 2016)

Question : À la maison, possédez-vous chacun des appareils suivants ?

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>74 %</b>	74 %	74 %	<b>89 %</b>	<b>89 %</b>	<b>85 %</b>	<b>82 %</b>	<b>62 %</b>	<b>57 %</b>	<b>28 %</b>
Télévision intelligente	<b>60 %</b>	61 %	59 %	<b>75 %</b>	<b>75 %</b>	65 %	61 %	<b>51 %</b>	<b>49 %</b>	<b>25 %</b>
Console de jeu vidéo	<b>41 %</b>	42 %	39 %	<b>73 %</b>	<b>65 %</b>	<b>54 %</b>	<b>50 %</b>	<b>18 %</b>	<b>12 %</b>	<b>18 %</b>
Lecteur multimédia en continu	<b>30 %</b>	<b>34 %</b>	<b>27 %</b>	<b>39 %</b>	<b>46 %</b>	35 %	35 %	<b>23 %</b>	<b>12 %</b>	<b>18 %</b>

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>74 %</b>	<b>70 %</b>	76 %	<b>82 %</b>	68 %	<b>68 %</b>	<b>69 %</b>	<b>83 %</b>	<b>86 %</b>	<b>85 %</b>
Télévision intelligente	<b>60 %</b>	60 %	59 %	62 %	60 %	<b>55 %</b>	<b>54 %</b>	65 %	61 %	<b>73 %</b>
Console de jeu vidéo	<b>41 %</b>	<b>36 %</b>	<b>46 %</b>	<b>48 %</b>	38 %	<b>31 %</b>	36 %	38 %	<b>53 %</b>	<b>57 %</b>
Lecteur multimédia en continu	<b>30 %</b>	<b>27 %</b>	31 %	<b>37 %</b>	<b>22 %</b>	27 %	<b>25 %</b>	34 %	36 %	<b>48 %</b>

### Le marché mondial de la télévision intelligente est en croissance

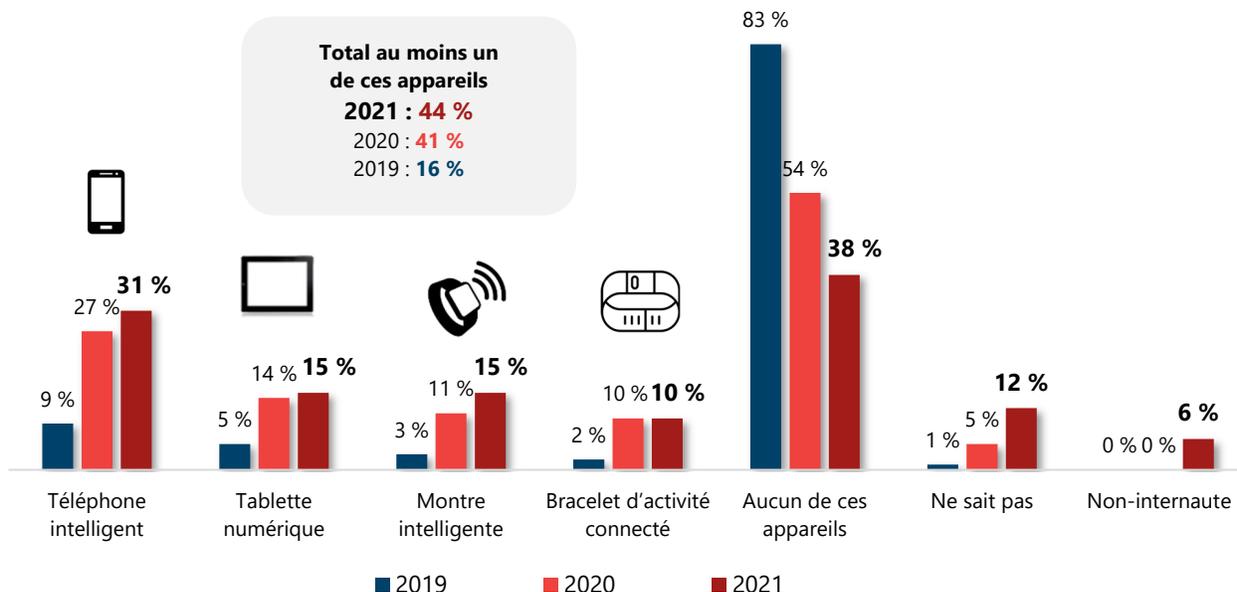
Le marché mondial de la télévision intelligente devrait croître de 21 % d'ici 2023. La croissance du marché est surtout attribuable à l'augmentation des dépenses des consommateurs en produits électroniques et à la demande croissante de téléviseurs compatibles avec Internet. En outre, on estime que les progrès technologiques et l'innovation dans les téléviseurs intelligents, les caractéristiques et les fonctions, ainsi que l'augmentation du pouvoir d'achat de certaines économies émergentes stimulent également la croissance du marché mondial.

Source: « Global Smart TV Market Research and Forecast 2018-2023 », Orion Market Research Pvt. Ltd., Décembre 2020, <https://www.icrowdfr.com/2020/12/28/analyse-de-lindustrie-mondiale-de-la-television-intelligente-taille-part-de-marche-croissance-tendance-et-previsions-jusqu'en-2026>

### 3.4 Intentions d'achat des appareils électroniques

Lors de notre collecte de données, réalisée rappelés-le en octobre 2021, 44 % des adultes interrogés ont mentionné avoir l'intention, au cours des 12 prochains mois, de se procurer l'un des appareils électroniques suivants : un téléphone intelligent (31 %), une tablette électronique (15 %), une montre intelligente (15 %) ou un bracelet d'activité connecté (10 %). Il s'agit d'une augmentation de 3 points de pourcentage par rapport à 2020, alors que l'intention d'achat combinée pour l'un ou l'autre de ces quatre appareils étaient de 41 %. En 2021, l'intention d'achat d'appareils électroniques est plus importante chez les adultes âgés de 18 à 44 ans (65 %) et les diplômés universitaires (49 %). Mentionnons également que c'est à l'égard du téléphone intelligent et de la montre intelligente que les hausses des intentions d'achat entre 2020 et 2021 sont les plus fortes, soit de 4 points de pourcentage dans les deux cas.

#### INTENTIONS D'ACHAT DES APPAREILS ÉLECTRONIQUES AU COURS DE LA PROCHAINE ANNÉE



Base : adultes québécois (n= 1 069 en 2021, 1 600 en 2020 et 1 004 en 2019)

Question : Au cours des 12 prochains mois, envisagez-vous d'acheter ou d'acquérir les appareils suivants ?

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>44 %</b>	47 %	42 %	<b>68 %</b>	<b>68 %</b>	<b>61 %</b>	44 %	<b>24 %</b>	<b>25 %</b>	<b>16 %</b>
Téléphone intelligent	<b>31 %</b>	<b>37 %</b>	<b>25 %</b>	<b>48 %</b>	<b>50 %</b>	<b>43 %</b>	31 %	<b>15 %</b>	<b>16 %</b>	<b>6 %</b>
Tablette électronique	<b>15 %</b>	<b>17 %</b>	<b>13 %</b>	20 %	<b>25 %</b>	<b>20 %</b>	16 %	<b>8 %</b>	<b>8 %</b>	9 %
Montre intelligente	<b>15 %</b>	<b>17 %</b>	<b>13 %</b>	<b>30 %</b>	<b>34 %</b>	18 %	13 %	<b>6 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>
Bracelet d'activité connecté	<b>10 %</b>	10 %	9 %	<b>17 %</b>	<b>15 %</b>	<b>14 %</b>	8 %	<b>5 %</b>	6 %	0 %
Aucun de ces appareils	<b>38 %</b>	37 %	38 %	<b>20 %</b>	<b>20 %</b>	<b>23 %</b>	40 %	<b>61 %</b>	<b>51 %</b>	42 %
Ne sait pas	<b>12 %</b>	11 %	12 %	12 %	11 %	13 %	12 %	8 %	12 %	18 %
Non-internaute	<b>6 %</b>	5 %	7 %	0 %	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	4 %	7 %	<b>11 %</b>	<b>24 %</b>

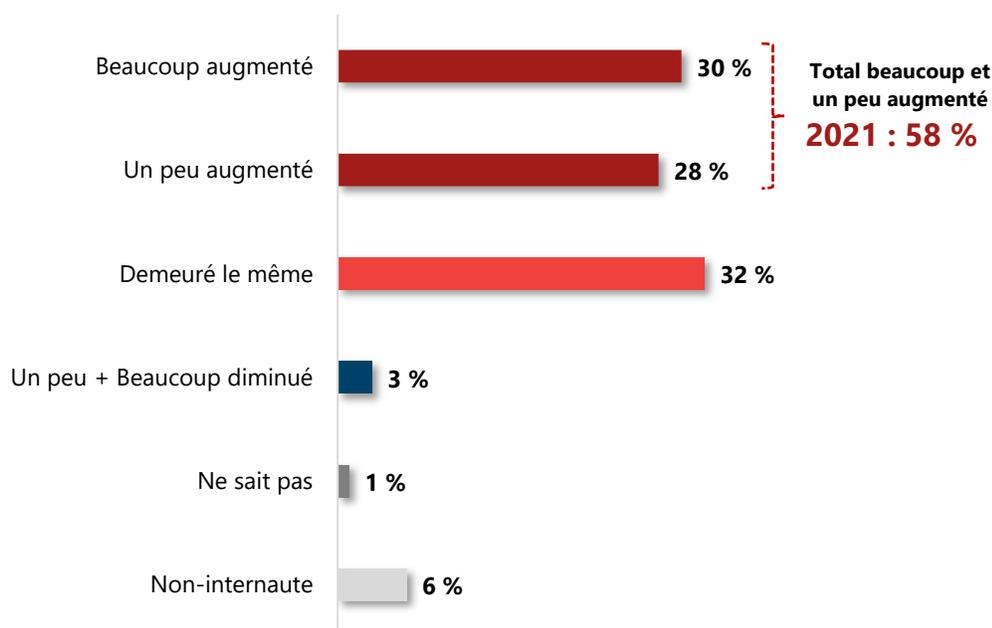
Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL AU MOINS UN APPAREIL</b>	<b>44 %</b>	42 %	46 %	<b>49 %</b>	<b>39 %</b>	44 %	51 %	<b>58 %</b>	52 %	<b>36 %</b>
Téléphone intelligent	<b>31 %</b>	30 %	30 %	34 %	30 %	32 %	35 %	<b>40 %</b>	31 %	<b>24 %</b>
Tablette électronique	<b>15 %</b>	15 %	13 %	17 %	11 %	12 %	<b>23 %</b>	16 %	19 %	<b>11 %</b>
Montre intelligente	<b>15 %</b>	13 %	16 %	17 %	<b>8 %</b>	14 %	17 %	<b>23 %</b>	<b>21 %</b>	13 %
Bracelet d'activité connecté	<b>10 %</b>	9 %	9 %	11 %	4 %	9 %	<b>18 %</b>	9 %	12 %	8 %
Aucun de ces appareils	<b>38 %</b>	37 %	38 %	40 %	38 %	37 %	35 %	34 %	35 %	<b>49 %</b>
Ne sait pas	<b>12 %</b>	13 %	12 %	9 %	9 %	14 %	12 %	4 %	10 %	12 %
Non-internaute	<b>6 %</b>	<b>8 %</b>	4 %	<b>2 %</b>	<b>14 %</b>	6 %	<b>2 %</b>	3 %	2 %	<b>3 %</b>

## 4. Temps passé devant les écrans

### 4.1 Temps passé devant les écrans au cours des 12 derniers mois

Au cours des douze mois ayant précédé notre enquête, c'est plus de la moitié des adultes québécois (58 %) pour qui le temps passé devant les écrans à la maison, que ce soit par exemple un écran de télévision, d'ordinateur, de tablette électronique ou de téléphone intelligent, a augmenté. Plus spécifiquement, près de la moitié d'entre eux, soit 30 %, mentionnent qu'il a beaucoup augmenté, et 28 %, qu'il a un peu augmenté. C'est seulement pour 32 % des adultes québécois que le temps passé devant les écrans est demeuré le même, alors qu'il a un peu ou beaucoup diminué chez seulement 3 % des adultes. Les adultes âgés de 18 à 44 ans (70 % chez les 18 à 24 ans, 72 % chez les 25 à 34 ans et 71 % chez les 34 à 44 ans) ainsi que les diplômés d'études collégiales (63 %) et universitaires (67 %) sont plus nombreux à avoir passé plus de temps devant les écrans.

#### TEMPS PASSÉ DEVANT LES ÉCRANS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois (n=1 069 en 2021)

Question : Depuis la dernière année, diriez-vous que le temps que vous avez passé devant les écrans (télévision, ordinateur, tablette, téléphone intelligent, etc.) à la maison ... ?

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL BEAUCOUP + UN PEU AUGMENTÉ</b>	<b>58 %</b>	55 %	60 %	70 %	72 %	71 %	53 %	50 %	43 %	42 %
Beaucoup augmenté	30 %	25 %	33 %	45 %	43 %	37 %	24 %	27 %	15 %	17 %
Un peu augmenté	28 %	29 %	27 %	25 %	29 %	34 %	29 %	23 %	28 %	25 %
<b>DEMEURÉ LE MÊME</b>	<b>32 %</b>	35 %	30 %	19 %	22 %	24 %	39 %	38 %	44 %	33 %
<b>TOTAL UN PEU + BEAUCOUP DIMINUÉ</b>	<b>3 %</b>	4 %	2 %	5 %	1 %	2 %	4 %	4 %	2 %	1 %
Un peu + Beaucoup diminué	3 %	4 %	2 %	5 %	1 %	2 %	4 %	4 %	2 %	1 %
Ne sait pas	1 %	2 %	1 %	6 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Non-internaute	6 %	5 %	7 %	0 %	2 %	2 %	4 %	7 %	11 %	24 %

Parmi les internautes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL BEAUCOUP + UN PEU AUGMENTÉ</b>	<b>58 %</b>	52 %	63 %	67 %	63 %	51 %	65 %	64 %	57 %	53 %
Beaucoup augmenté	30 %	26 %	36 %	33 %	40 %	26 %	33 %	36 %	26 %	23 %
Un peu augmenté	28 %	26 %	27 %	34 %	23 %	24 %	32 %	29 %	31 %	30 %
<b>DEMEURÉ LE MÊME</b>	<b>32 %</b>	35 %	29 %	27 %	20 %	37 %	31 %	30 %	35 %	40 %
<b>TOTAL UN PEU + BEAUCOUP DIMINUÉ</b>	<b>3 %</b>	2 %	3 %	4 %	2 %	4 %	2 %	2 %	5 %	3 %
Un peu + Beaucoup diminué	3 %	2 %	3 %	4 %	2 %	4 %	2 %	2 %	5 %	3 %
Ne sait pas	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Non-internaute	6 %	8 %	4 %	2 %	14 %	6 %	2 %	3 %	2 %	3 %

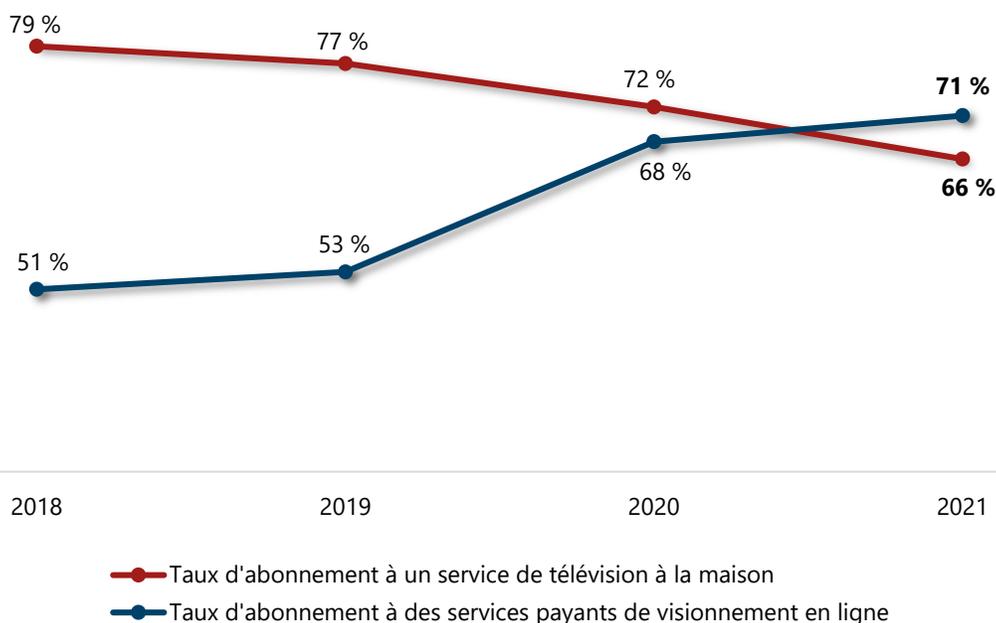
## 5. Service de télévision et d'abonnement payant

### 5.1 Recul du taux d'abonnement à un service de télévision à la maison

En 2021, la baisse du pourcentage d'abonnés à un service de télévision à la maison se poursuit. En effet, c'est dorénavant 66 % des foyers québécois qui sont abonnés à un service de télévision par fibre optique ou câblodistribution, ce qui représente une baisse de 6 points de pourcentage depuis 2020, et une baisse de 13 points de pourcentage depuis 2018. C'est chez les adultes québécois âgés de 55 ans et plus que l'on trouve les plus hauts taux d'abonnements à ces services. Il s'agit en effet de 74 % des 55 à 64 ans, 77 % des 65 à 74 ans et 75 % des 75 ans et plus.

Pour la première fois en 2021, on observe une plus forte proportion d'adultes québécois abonnés à des services payants de visionnement en ligne (p.ex. Netflix, Amazon Prime ou Disney+) qu'à un service (aussi payant) de télévision par fibre optique ou câblodistribution. En effet, c'est dorénavant 71 % des adultes québécois qui disposent d'un abonnement à des services payants de visionnement en ligne contre 66 % qui sont abonnés à un service de télévision par fibre optique ou câblodistribution.

#### SERVICES DE TÉLÉVISION ET DE VISIONNEMENT PAYANTS EN LIGNE : COMPARAISON DU TAUX D'ABONNEMENT CHEZ LES ADULTES QUÉBÉCOIS



Base : adultes québécois (n=1 069 en 2021, 1 600 en 2020, 1 004 en 2019 et 1 001 en 2018)

Question : À la maison, êtes-vous abonné à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution) ?

Parmi les adultes québécois	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Abonné à un service de télévision	66 %	66 %	67 %	56 %	51 %	60 %	70 %	74 %	77 %	75 %
Non abonné à un service de télévision	27 %	29 %	25 %	33 %	45 %	38 %	29 %	20 %	12 %	4 %
Ne sait pas	3 %	3 %	3 %	11 %	5 %	2 %	0 %	4 %	2 %	0 %
Sans réponse	3 %	2 %	4 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %	9 %	21 %

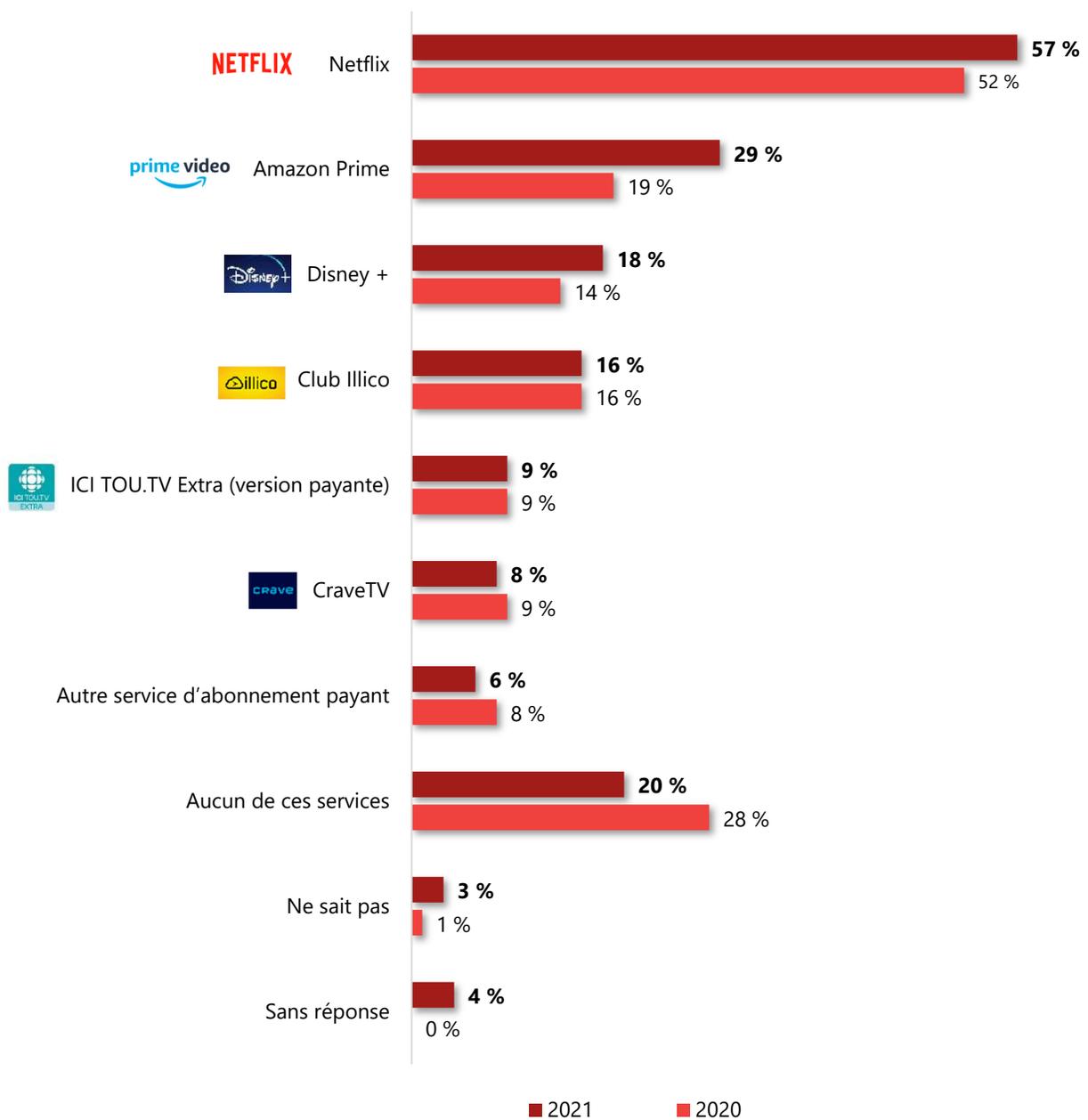
Parmi les adultes québécois	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Abonné à un service de télévision	66 %	66 %	66 %	66 %	48 %	63 %	65 %	70 %	80 %	82 %
Non abonné à un service de télévision	27 %	24 %	30 %	32 %	35 %	28 %	33 %	28 %	17 %	16 %
Ne sait pas	3 %	4 %	2 %	2 %	7 %	6 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Sans réponse	3 %	5 %	2 %	1 %	10 %	3 %	1 %	1 %	0 %	0 %

## 5.2 Progression du taux d'abonnement à des services payants de visionnement en ligne

Comparativement à 2020, la proportion d'internautes québécois abonnés à au moins un service payant de visionnement en ligne est demeurée relativement stable en 2021. En effet, en 2021, c'est 73 % des internautes québécois qui disposent d'un service d'abonnement payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, alors que ce taux était de 71 % l'année précédente. En 2021, notons que les adultes âgés de 18 à 54 ans de même que les diplômés universitaires (81 %) et ceux dont le revenu familial annuel total est de 100 000 \$ et plus (86 %) sont plus nombreux à être abonnés à au moins un service payant de visionnement en ligne.

Bien que la proportion de ménages québécois abonnés à au moins un service payant de visionnement en ligne demeure stable en 2021, signalons que la popularité des trois plateformes suivantes a augmenté comparativement à 2020 : Amazon Prime (+10 pts de %), Netflix (+5 points de pourcentage) et Disney+ (+4 points de pourcentage).

### TAUX D'ABONNÉS AUX SERVICES PAYANTS DE VISIONNEMENT EN LIGNE CHEZ LES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS



Base : internautes québécois (n=1 033 en 2021 et 1 540 en 2020)

Question : À la maison, disposez-vous des services d'abonnement payants suivants pour visionner des films ou des séries sur Internet ?

	Total 2021	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>Parmi les internautes québécois</b>										
<b>AU MOINS UN ABONNEMENT</b>	<b>73 %</b>	73 %	73 %	<b>90 %</b>	<b>87 %</b>	<b>83 %</b>	<b>78 %</b>	<b>64 %</b>	<b>58 %</b>	<b>22 %</b>
Netflix	<b>57 %</b>	56 %	59 %	<b>81 %</b>	<b>74 %</b>	62 %	<b>66 %</b>	<b>44 %</b>	<b>38 %</b>	<b>13 %</b>
Amazon Prime Video	<b>29 %</b>	28 %	30 %	36 %	<b>40 %</b>	<b>47 %</b>	33 %	<b>16 %</b>	<b>15 %</b>	<b>1 %</b>
Disney +	<b>18 %</b>	17 %	19 %	<b>30 %</b>	<b>31 %</b>	<b>26 %</b>	21 %	<b>11 %</b>	<b>2 %</b>	<b>0 %</b>
Club illico	<b>16 %</b>	17 %	16 %	17 %	17 %	17 %	17 %	18 %	13 %	9 %
ICI TOU.TV Extra (version payante)	<b>9 %</b>	9 %	9 %	6 %	<b>12 %</b>	<b>12 %</b>	<b>14 %</b>	<b>4 %</b>	6 %	<b>0 %</b>
Crave TV	<b>8 %</b>	9 %	7 %	8 %	10 %	9 %	10 %	6 %	8 %	<b>0 %</b>
Autre service	<b>6 %</b>	6 %	5 %	5 %	6 %	4 %	7 %	8 %	5 %	3 %
Aucun de ces services	<b>20 %</b>	20 %	21 %	<b>7 %</b>	<b>7 %</b>	<b>11 %</b>	19 %	<b>26 %</b>	<b>38 %</b>	<b>57 %</b>
Ne sait pas	<b>3 %</b>	4 %	2 %	0 %	2 %	3 %	0 %	3 %	2 %	17 %
Sans réponse	<b>4 %</b>	3 %	4 %	2 %	4 %	3 %	3 %	<b>6 %</b>	3 %	4 %

	Total 2021	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>Parmi les internautes québécois</b>										
<b>AU MOINS UN ABONNEMENT</b>	<b>73 %</b>	<b>70 %</b>	73 %	<b>81 %</b>	<b>66 %</b>	<b>63 %</b>	<b>81 %</b>	78 %	73 %	<b>86 %</b>
Netflix	<b>57 %</b>	<b>53 %</b>	59 %	<b>66 %</b>	49 %	<b>50 %</b>	57 %	<b>66 %</b>	57 %	<b>72 %</b>
Amazon Prime Video	<b>29 %</b>	<b>26 %</b>	32 %	<b>36 %</b>	<b>22 %</b>	<b>23 %</b>	33 %	<b>38 %</b>	28 %	34 %
Disney +	<b>18 %</b>	17 %	20 %	<b>22 %</b>	14 %	<b>14 %</b>	17 %	<b>30 %</b>	15 %	<b>25 %</b>
Club illico	<b>16 %</b>	17 %	13 %	17 %	13 %	<b>13 %</b>	20 %	<b>12 %</b>	23 %	<b>24 %</b>
ICI TOU.TV Extra (version payante)	<b>9 %</b>	<b>7 %</b>	9 %	<b>12 %</b>	<b>4 %</b>	7 %	<b>14 %</b>	8 %	11 %	11 %
Crave TV	<b>8 %</b>	<b>7 %</b>	10 %	10 %	7 %	6 %	8 %	9 %	5 %	<b>11 %</b>
Autre service	<b>6 %</b>	<b>4 %</b>	7 %	<b>8 %</b>	<b>1 %</b>	7 %	6 %	5 %	8 %	<b>10 %</b>
Aucun de ces services	<b>20 %</b>	22 %	23 %	<b>16 %</b>	22 %	<b>29 %</b>	16 %	18 %	22 %	<b>9 %</b>
Ne sait pas	<b>3 %</b>	4 %	1 %	1 %	5 %	4 %	0 %	1 %	3 %	2 %
Sans réponse	<b>4 %</b>	<b>5 %</b>	3 %	<b>2 %</b>	<b>6 %</b>	3 %	2 %	3 %	2 %	3 %

### Alors que le taux d'abonnés à un service de télévision diminue, celui des services payants de visionnement en ligne augmente

Selon une récente enquête du Pew Research Center, la proportion des États-Uniens qui regardent la télévision par câble ou par satellite est passée de 76 % en 2015 à 56 % en 2021. Cette baisse significative du nombre d'abonnés au câble et au satellite met en lumière une tendance lourde : de plus en plus de consommateurs décident de couper leur service de télévision pour se tourner vers les services payants de visionnement en ligne.

Une autre étude menée en 2021 par la société Parks Associates montre que 43 % des foyers états-uniens abonnés à la télévision payante traditionnelle sont susceptibles de passer à un service payant de visionnement en ligne dans les 12 prochains mois. La principale raison évoquée ? Le coût du service par câble ou par satellite.

Source: « The Battle of Live TV Streaming Platforms », Pew Research Center & Parks Associates, September 2021, <http://www.mediaculture.com/articles/the-battle-of-live-tv-platforms>

# NETendances 2021

## Thèmes des fascicules

Maison intelligente : le portrait québécois

Services bancaires en ligne

Aînés connectés

**Portrait numérique des foyers québécois**

Famille numérique

Commerce électronique

Services gouvernementaux en ligne

Accessibilité numérique

Portrait numérique des régions

Portrait numérique des générations

Actualité en ligne, réseaux sociaux et balados

## Allions nos forces humaines et numériques

L'Académie de la transformation numérique (ATN) a été créée dans le but de répondre aux besoins criants des ministères, des organisations publiques et des municipalités en matière de transformation numérique. Née d'un partenariat entre l'Université Laval et le gouvernement du Québec, l'ATN permet à ces organisations d'assumer un véritable rôle de leader du numérique et de soutenir leurs employés dans l'acquisition de connaissances et le développement de compétences et de savoir-être pour relever les défis de cette grande transformation. Par son adéquation unique entre la mesure, la recherche et la formation, l'ATN positionne l'humain au cœur de sa démarche et est engagée dans le développement d'une culture durable du numérique en exerçant un rôle de premier plan dans l'évolution des talents et plus globalement, de la société.



**Abonnez-vous à notre infolettre**

[atn.ulaval.ca/infolettre](http://atn.ulaval.ca/infolettre)

Facebook : @atn.ulaval

LinkedIn : @atn.ulaval

Twitter : @atn\_ulaval

### Réalisation



### Propulsée par



Pavillion J. -A. DeSève  
1025, avenue des Sciences-Humaines  
Université Laval  
Québec (Québec) G1V 0A6  
Courriel : [info@atn.ulaval.ca](mailto:info@atn.ulaval.ca)