ICEQ 2018-2019

Indice du commerce électronique au Québec

Résultats annuels

Claire Bourget
cefrio.qc.ca

cefrio
L'EXPÉRIENCE DU NUMÉRIQUE

L'ICEQ en quelques mots

Enquête réalisée mensuellement auprès de 500 cyberacheteurs québécois, âgés de 18 ans et plus, portant sur les achats en ligne.

! "##$%&$ $''$%&( )$ *$ + ,- . /01 2 ,34-# . /056

! "##$%&$74) ,#-8)$79 ,47 : ;<7= : (4$, (7*›;?&$43-$@$(487<4"'$88-"??$#8!"

! "##$%&$7$''$%&( )$7, (94A87*›(?79 ,?$#7 B $C

En somme …

6 000	13 150	41 684	3 070 861 $
cyberacheteurs	transactions	articles	dépensés en ligne

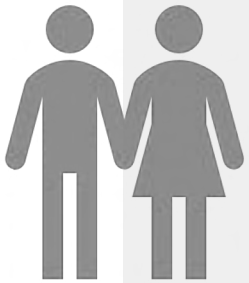
Portrait du cyberacheteur québécois

Taux de cyberacheteurs et panier moyen

64 % des adultes québécois ont réalisé un ou des achats en ligne en 2018

Environ 1 adulte sur 2 a acheté en ligne au cours du mois précédant l'enquête

Taux de cyberacheteurs
mensuel moyen



47 % ↑

(+8 pts versus 2017)

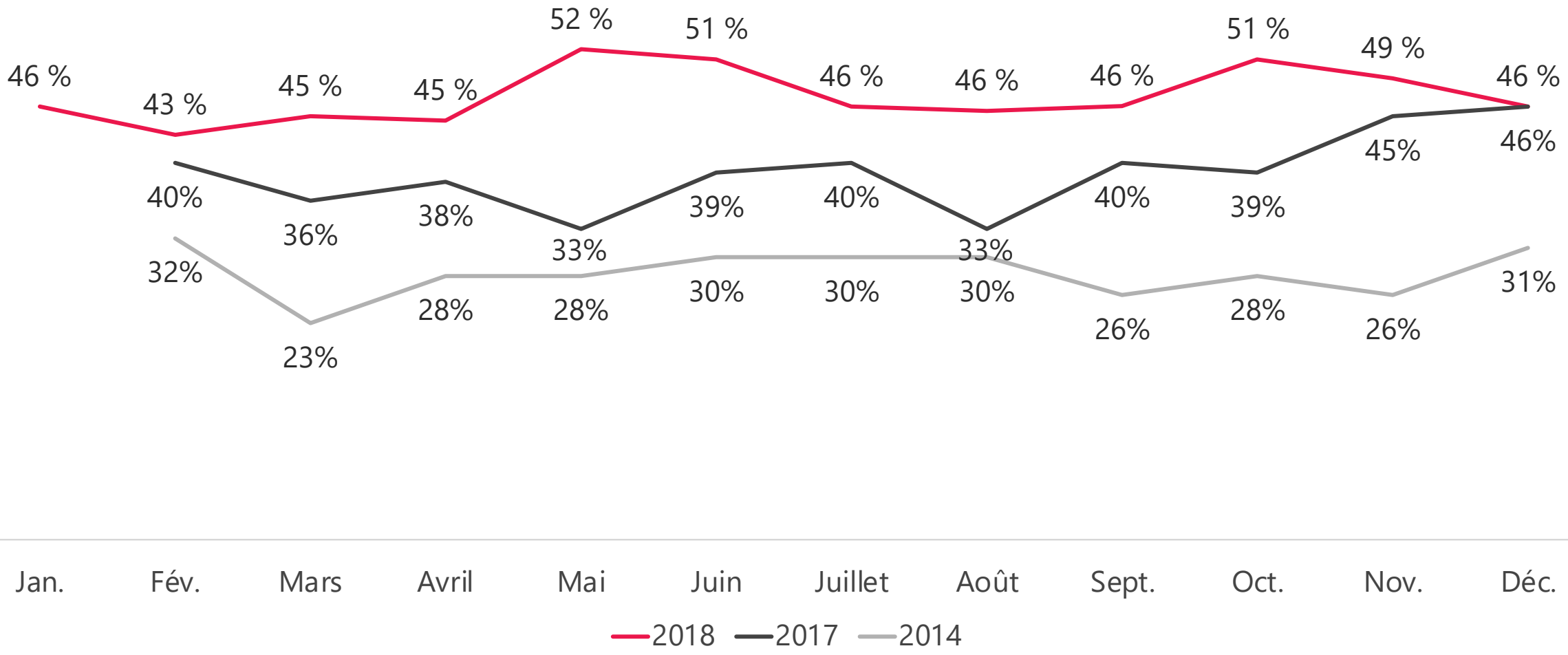
Panier d'achat
mensuel moyen

293 $

(+19 $ versus 2017)

NETendances 2017 et 2018 : Commerce électronique

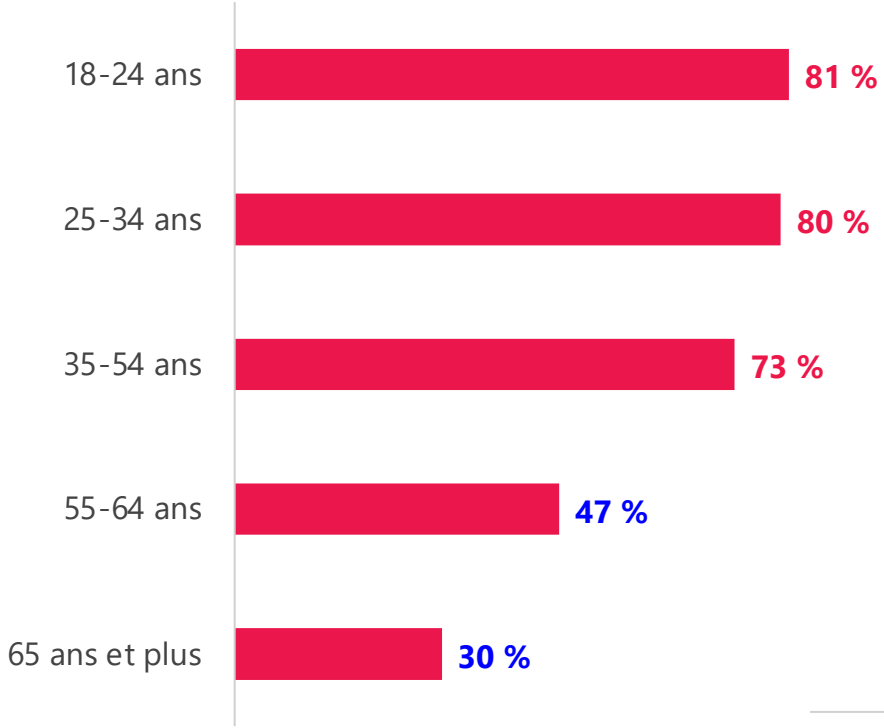
Évolution du taux de cyberacheteurs

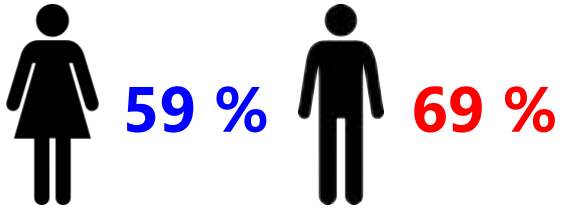


NETendances 2018, 2017 et 2014: Commerce électronique

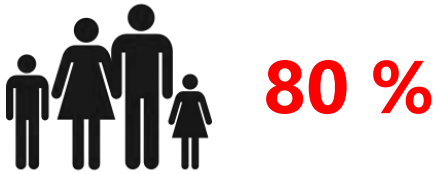
Qui sont les cyberacheteurs ?

Les plus jeunes: plus grande propension à acheter en ligne

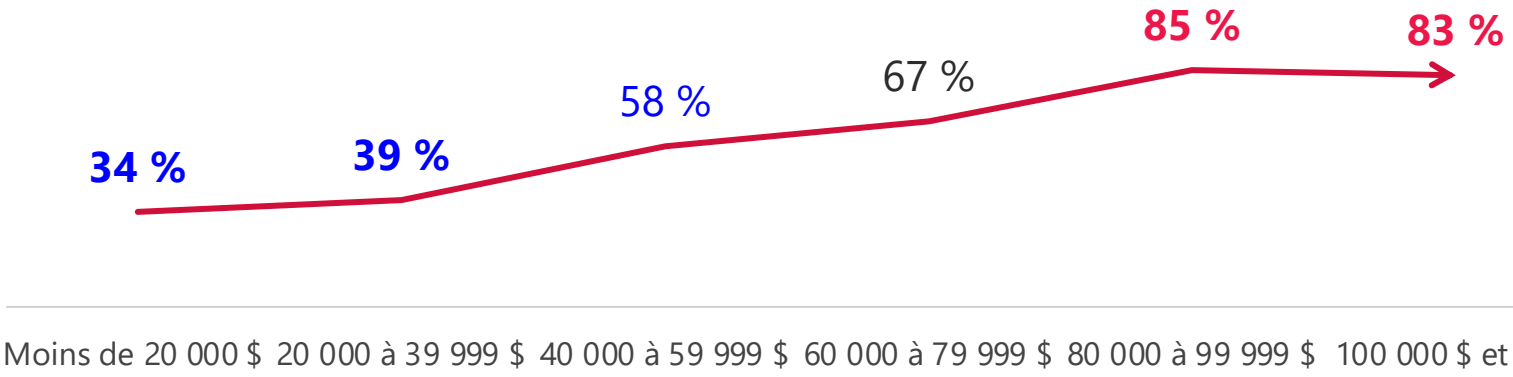




Ménages composés de 4 personnes et plus



Les cyberacheteurs à revenu familial plus élevé achètent plus en ligne



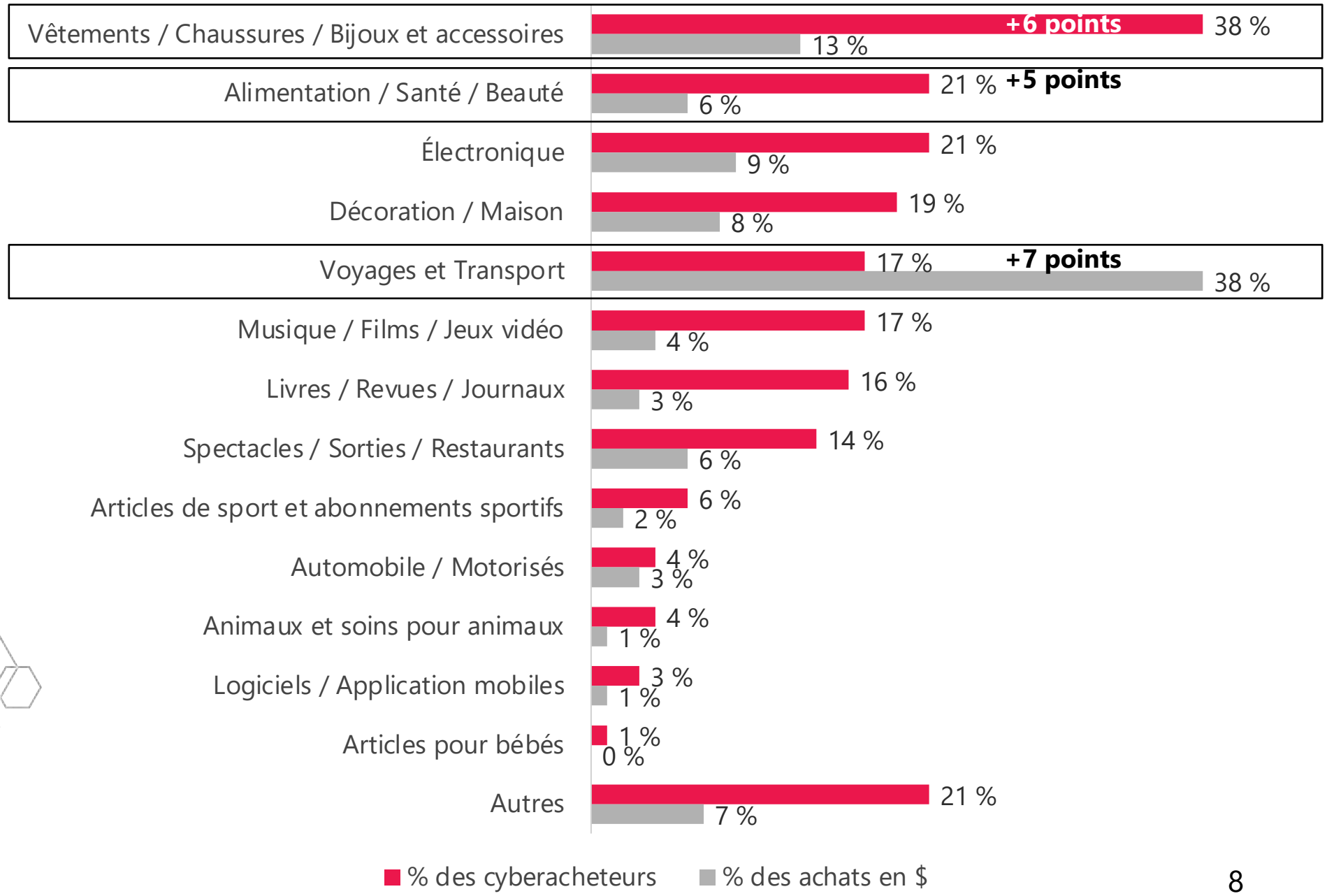
NETendances 2018: Commerce électronique
Base: Adultes québécois
Q: Au cours des douze mois de l'année 2018, avez-vous réalisé personnellement un ou des achats sur Internet ?

Qui achète quoi, comment au Québec?

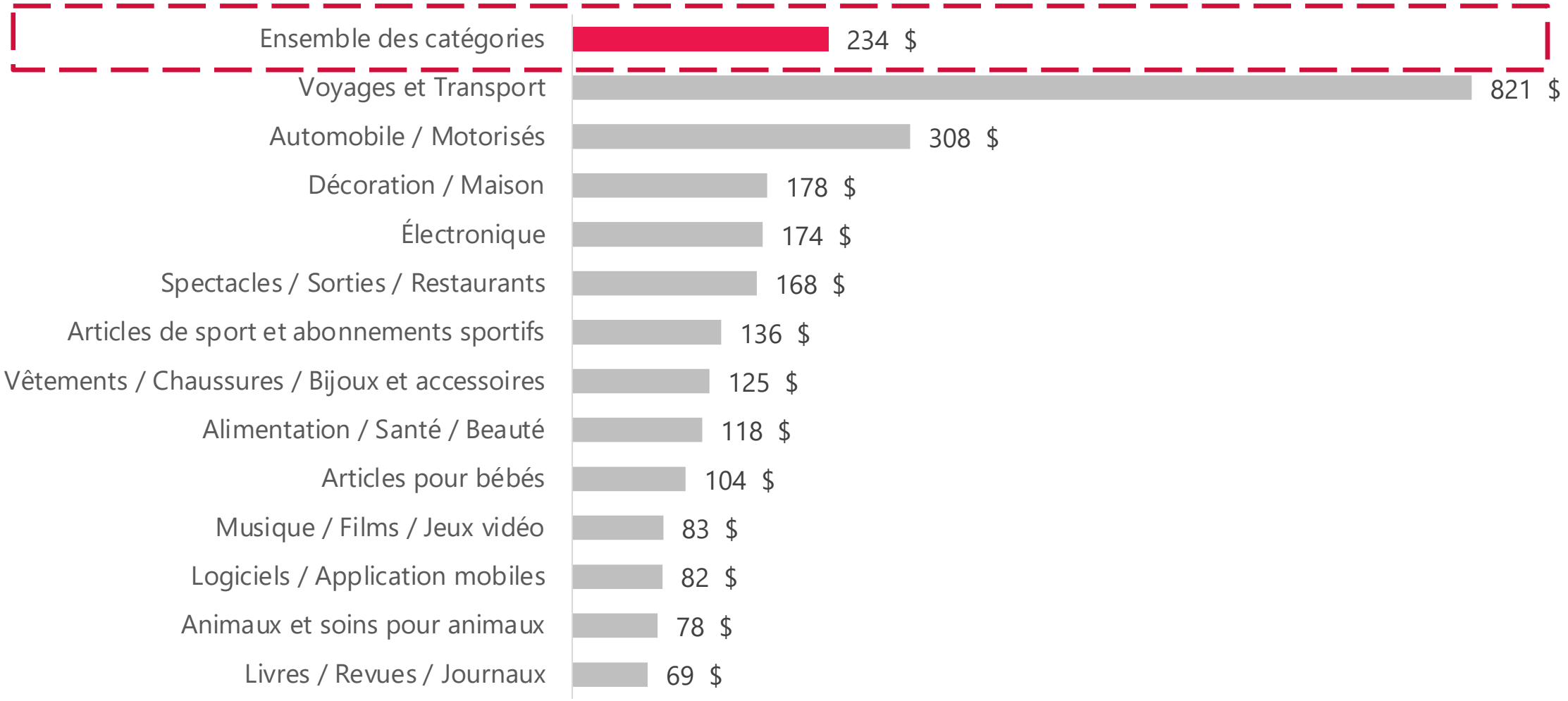
cefrio
L'EXPÉRIENCE DU NUMÉRIQUE

Catégories de produits achetés en ligne

* Les comparaisons sont effectuées par rapport à l'année 2017 de l'ICEQ en base Cyberacheteurs



Montant moyen par transaction selon les différentes catégories de produits

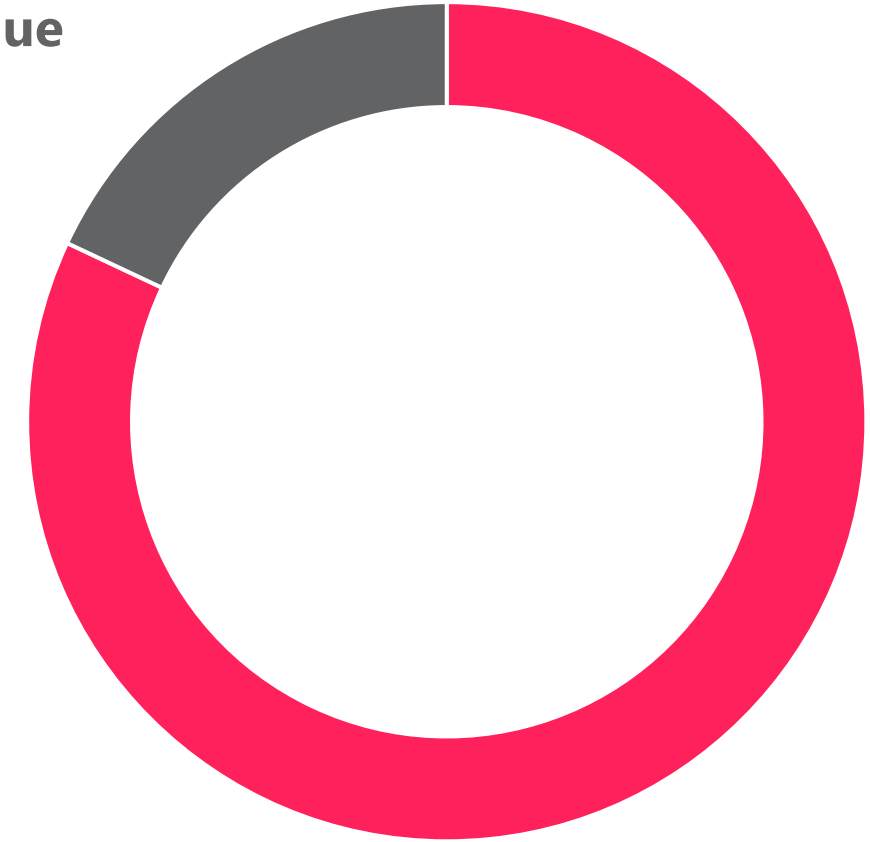


Base : Montant (3 070 861 $) et Transactions (n = 13 150)

Types de produits achetés en ligne

Achats livrés par voie électronique

18 %



Achats nécessitant une livraison physique

82 %

Rappel du profil numérique des Québécois

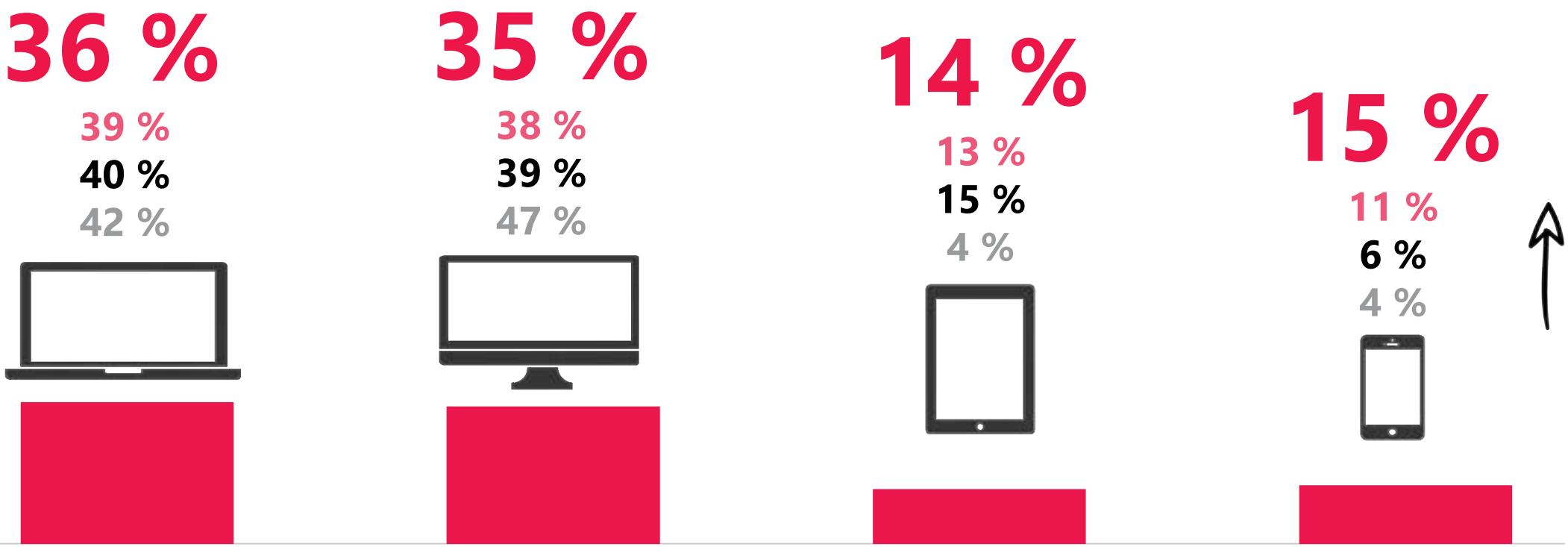
		18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
	76 %	94 %	83 %	53 %
	55 %	45 %	63 %	54 %
	82 %	86 %	86 %	76 %
	7 %	8 %	9 %	4 %

Source : NETendances 2018 – Base adultes (n = 1 000 par mois)

Les appareils utilisés pour l'achat en ligne

% Transactions en ligne

ICEQ 2018-2019 (12 mois)
ICEQ 2017 (12mois)
ICEQ 2014-2015 (12 mois)
ICEQ 2012-2013 (12 mois)



ICEQ: Base transactions (n = 13 150 en 2018-2019, n = 13 339 en 2017, 9 108 en 2014-2015 et 13 576 en 2012-2013)

Les sites et applications mobiles d’achat en ligne

Les achats sur applications mobiles

17 %	15 %	13 %
! "#$cyberacheteurs	! "#$transactions	du montant total

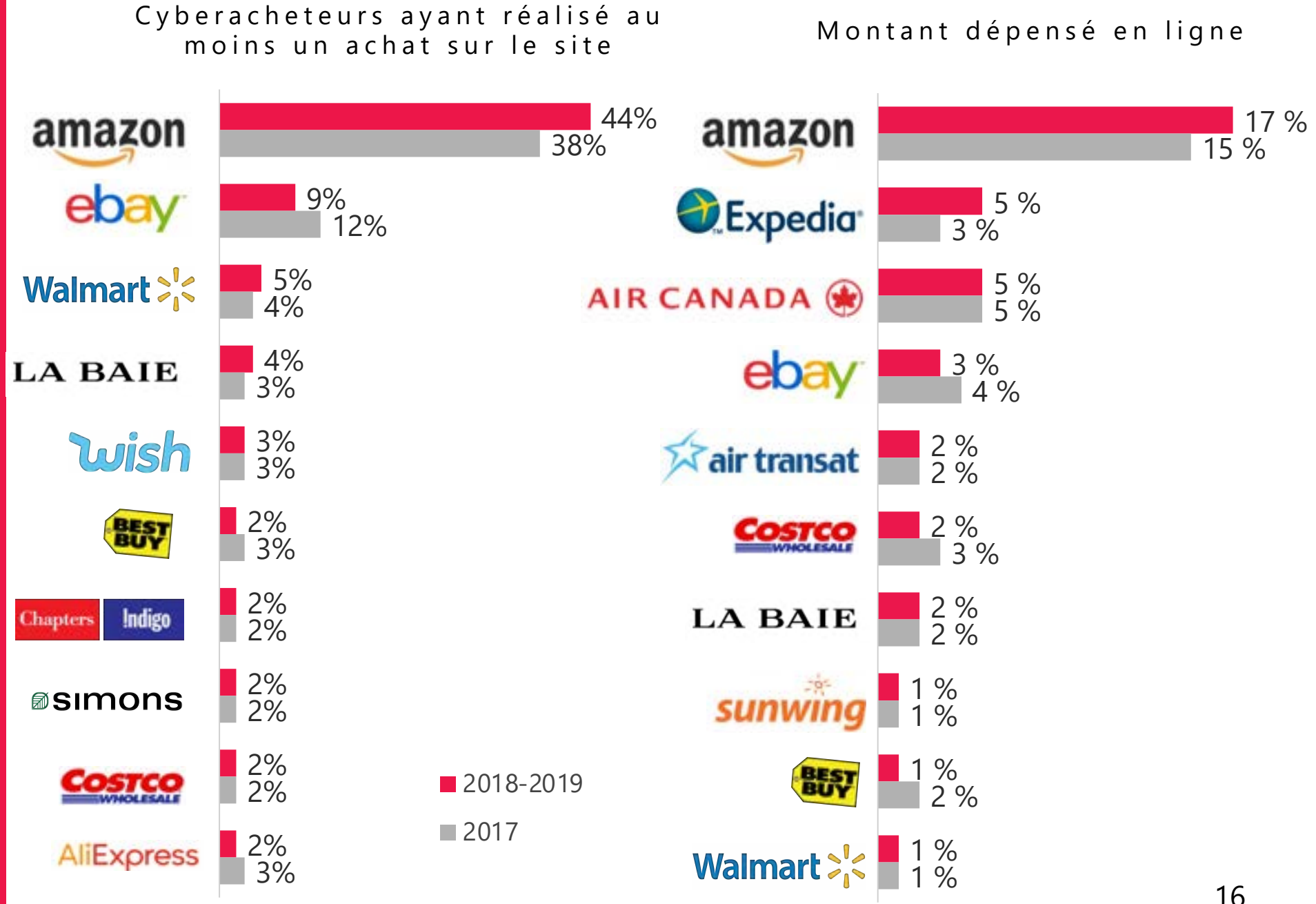
	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
	33 %	19 %	10 %
	89 %	92 %	95 %

Top 10 des applications mobiles utilisées pour des achats en ligne

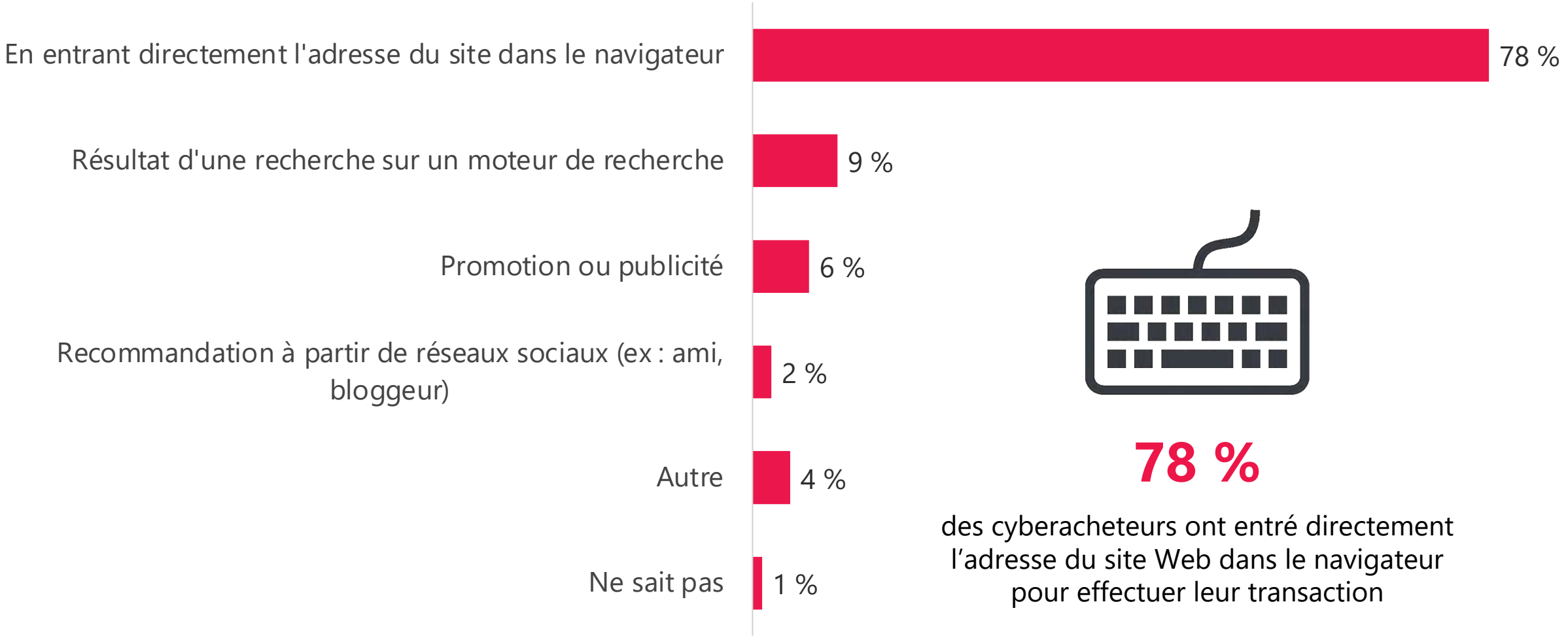
Base Montant (n = 304 359 $)

Cefrio
L'EXPÉRIENCE DU NUMÉRIQUE

Sur quels sites ont-ils réalisé leurs achats en ligne ?



Cheminement vers les sites Web

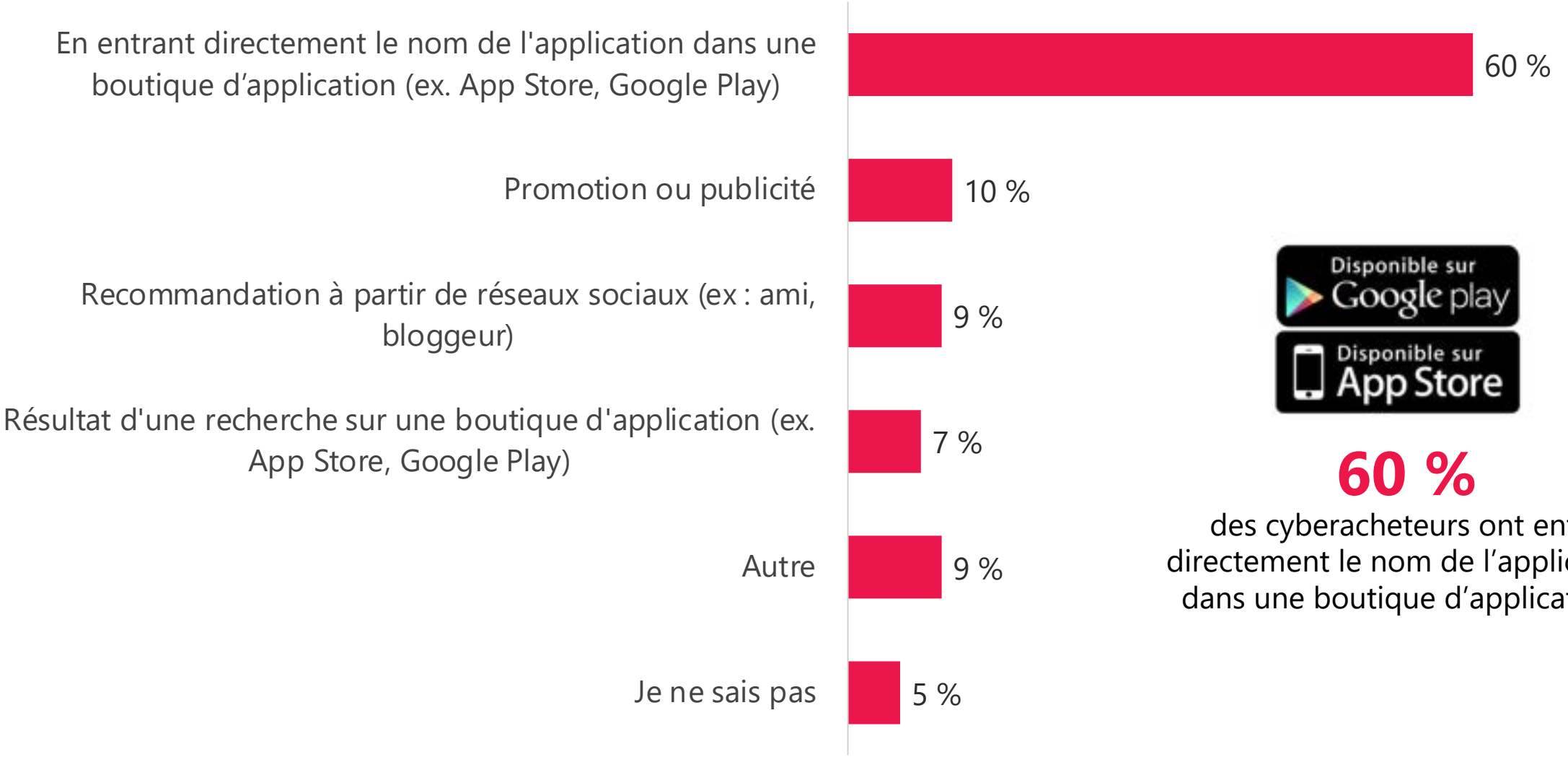


78 %

des cyberacheteurs ont entré directement l'adresse du site Web dans le navigateur pour effectuer leur transaction

Base : Transactions sur les sites Web (n= 11 627)
Question : Comment êtes-vous arrivé(e) sur le site ?

Cheminement vers les applications



Disponible sur Google play

Disponible sur App Store

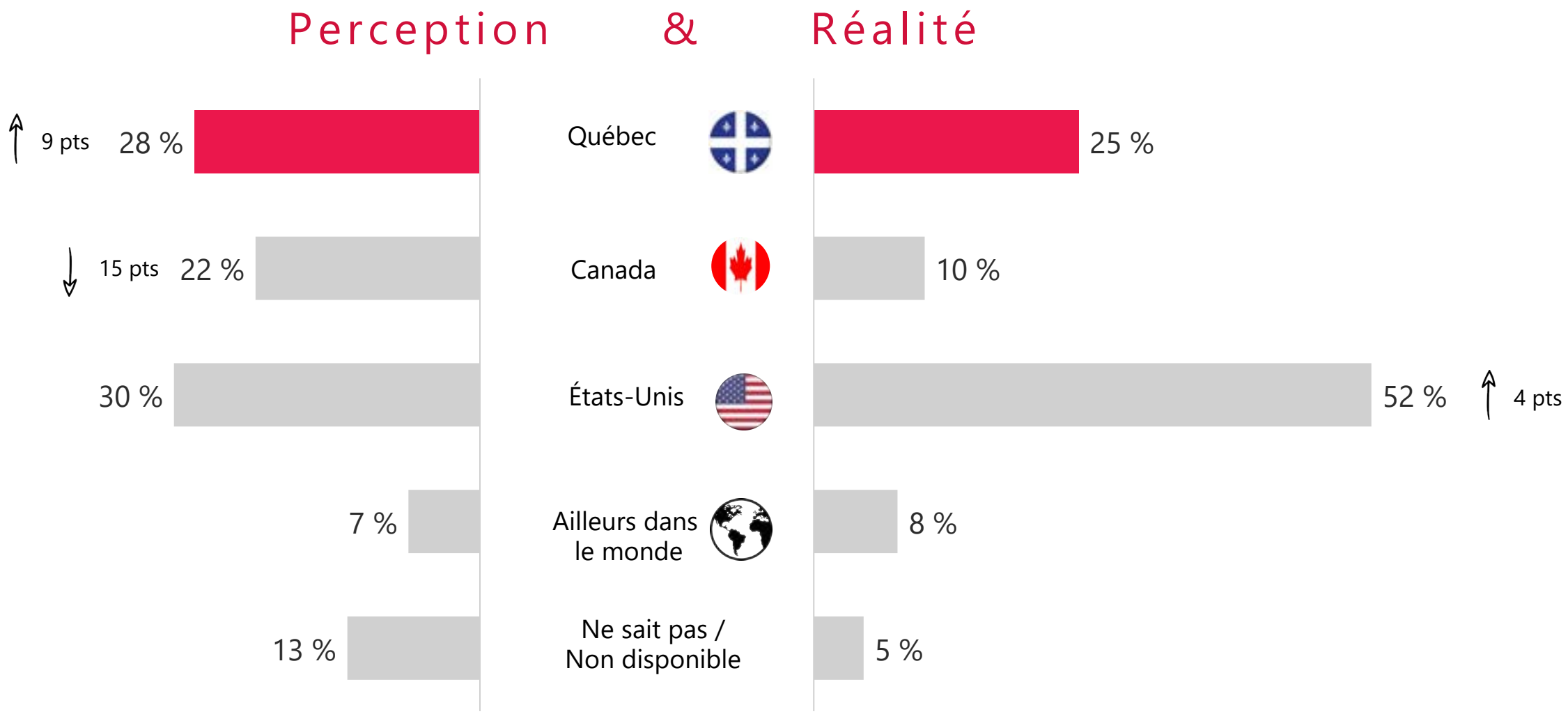
60 %

des cyberacheteurs ont entré directement le nom de l'application dans une boutique d'applications

Base : Transactions sur les applications (n= 1 523)
Question : Comment avez-vous découvert l'application mobile ?

Origine perçue et
réelle des sites Web

Origine perçue et réelle des sites Web



Question (perception) : Selon vous, ce site est-il un site québécois, d'une autre province canadienne, américain, chinois, autre ou vous ne savez pas ?
Pour l'origine réelle des sites Web, nous avons pris le montant dépensé sur chacun des sites Web et avons attribué sa provenance en fonction du siège social principal de l'entreprise.

Analyse des catégories d’articles

VOYAGES ET TRANSPORT

Voyages et Transport

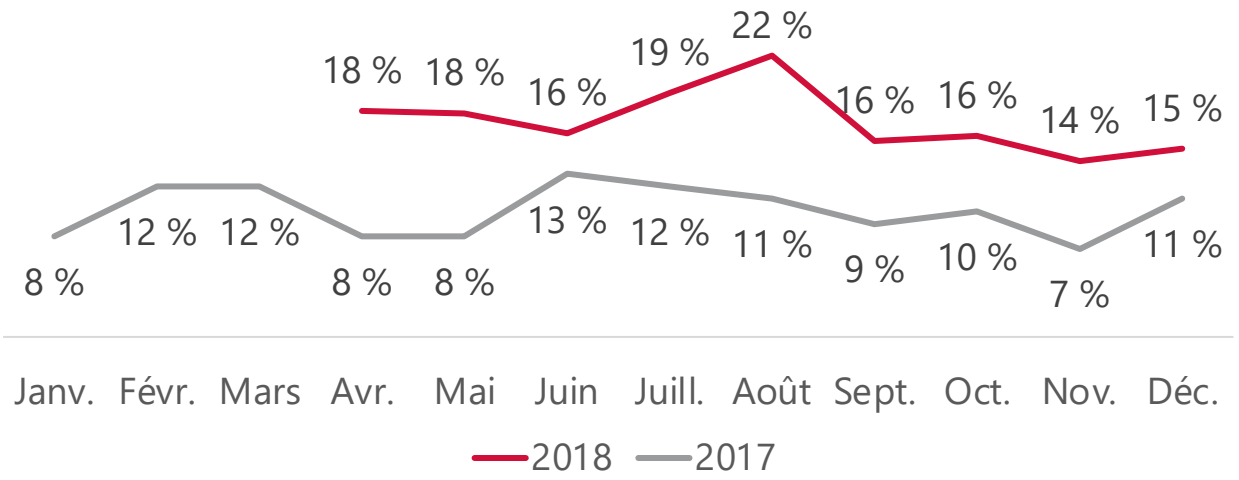
! "#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

821 $
par transaction en moyenne

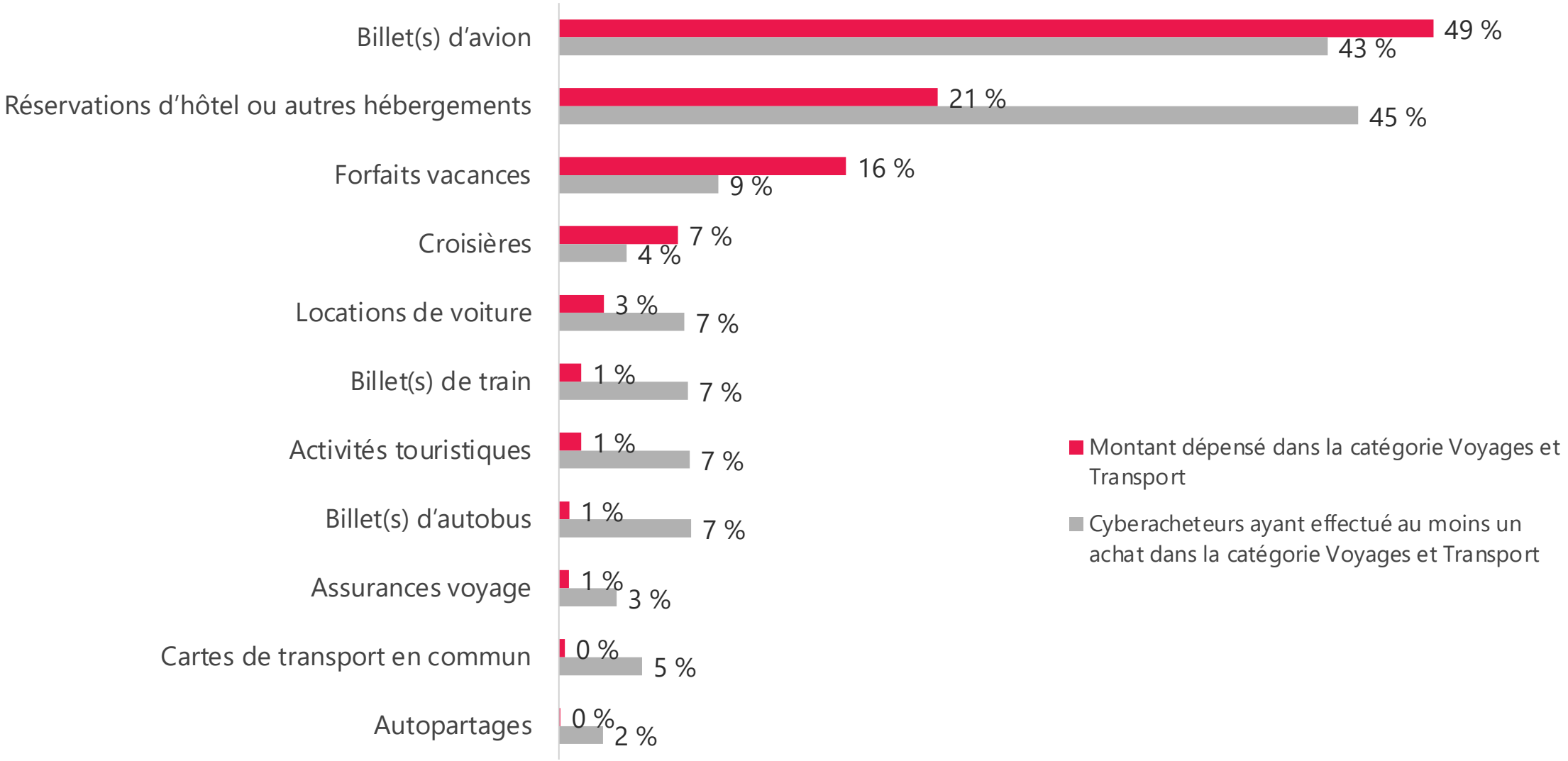
20 % **15 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
18 %	17 %	18 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

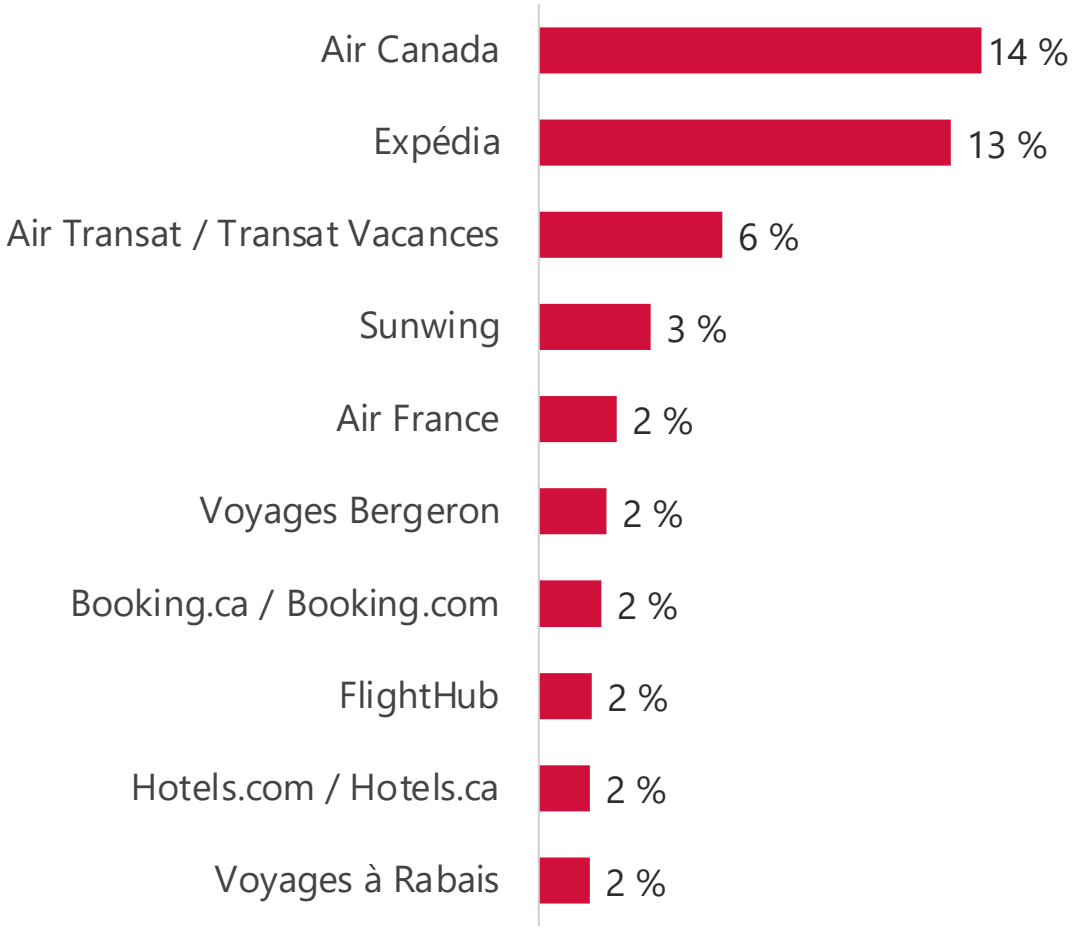


Base: Montant dépensé pour la catégorie Voyages et Transport (n = 1 170 212 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 1 047)

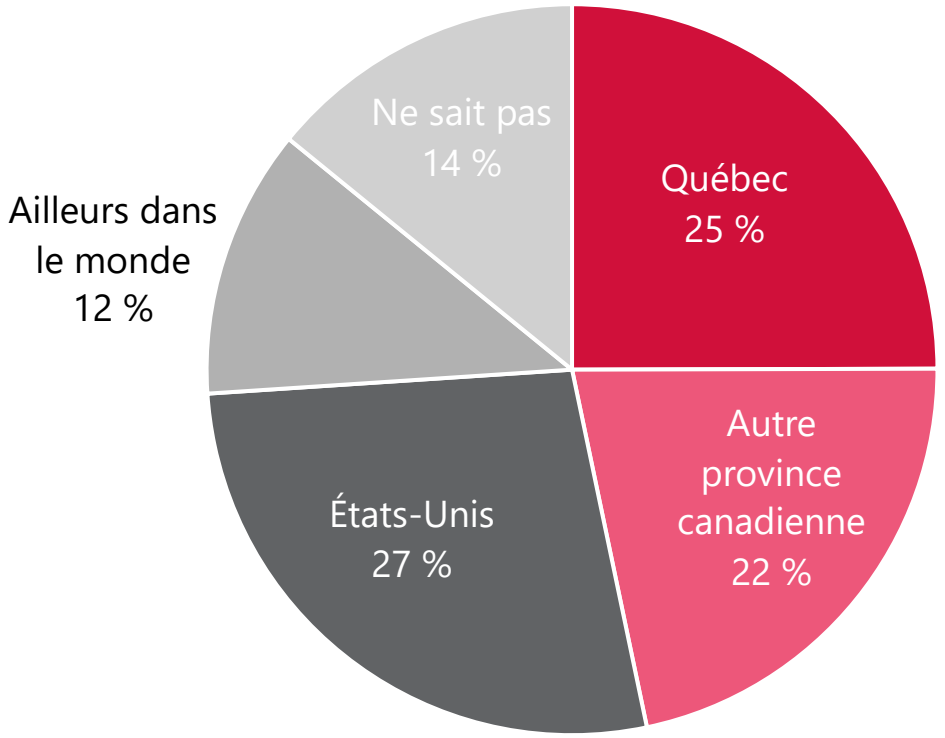
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 1 043 521 $)

MUSIQUE / FILM / JEUX VIDÉO

Musique / Films / Jeux vidéo

! "#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

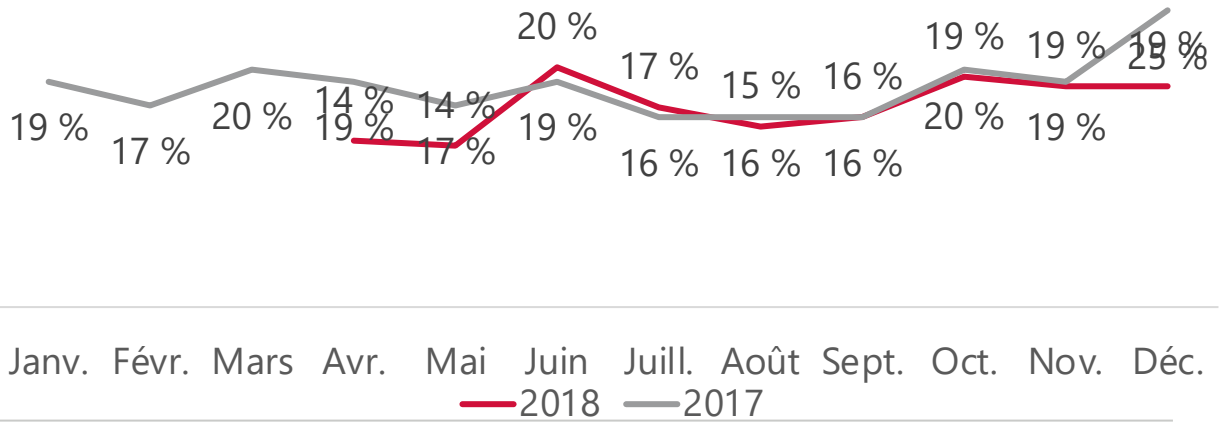
83 $

par transaction en moyenne

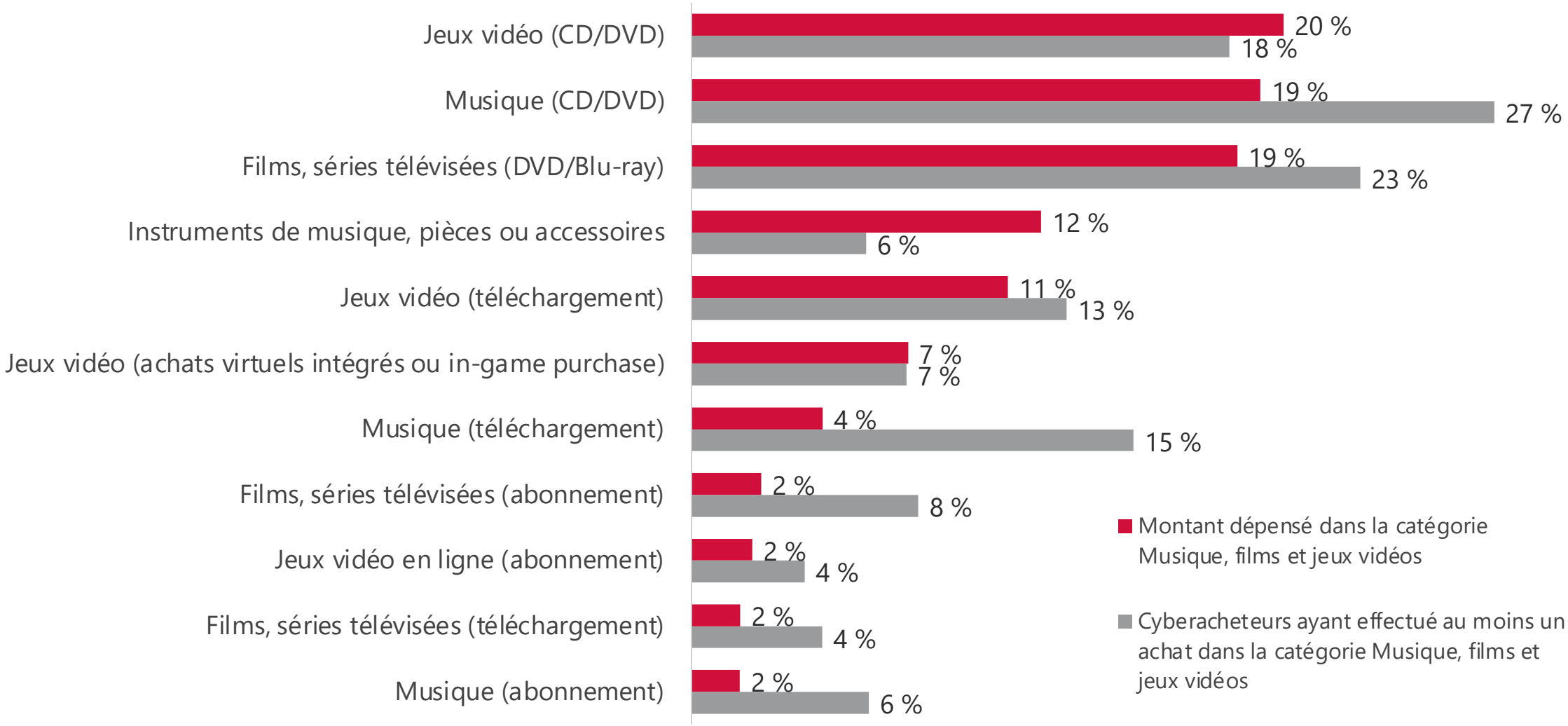
20 % **14 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
28 %	**20 %**	**11 %**

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

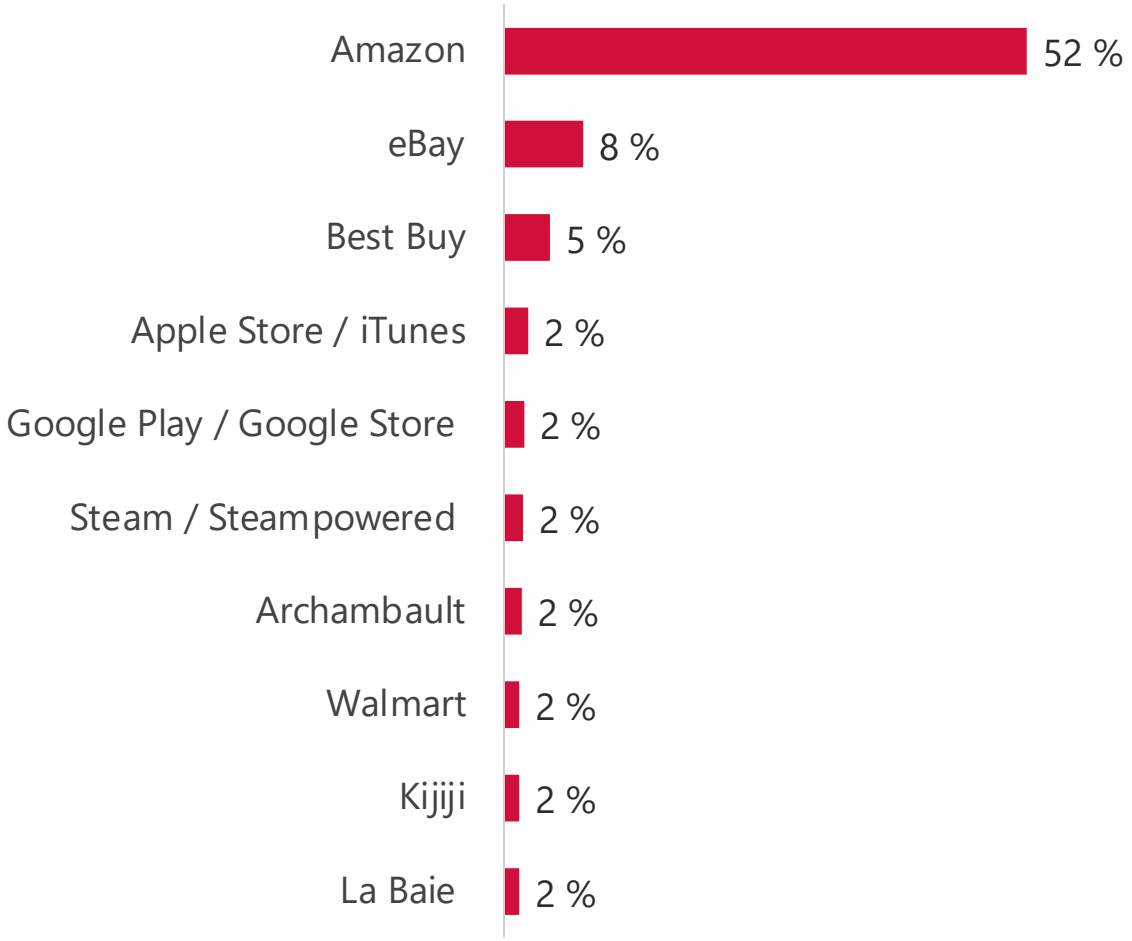


Base: Montant dépensé pour la catégorie Musique / Films / Jeux vidéo (n = 111 427 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 1 014)

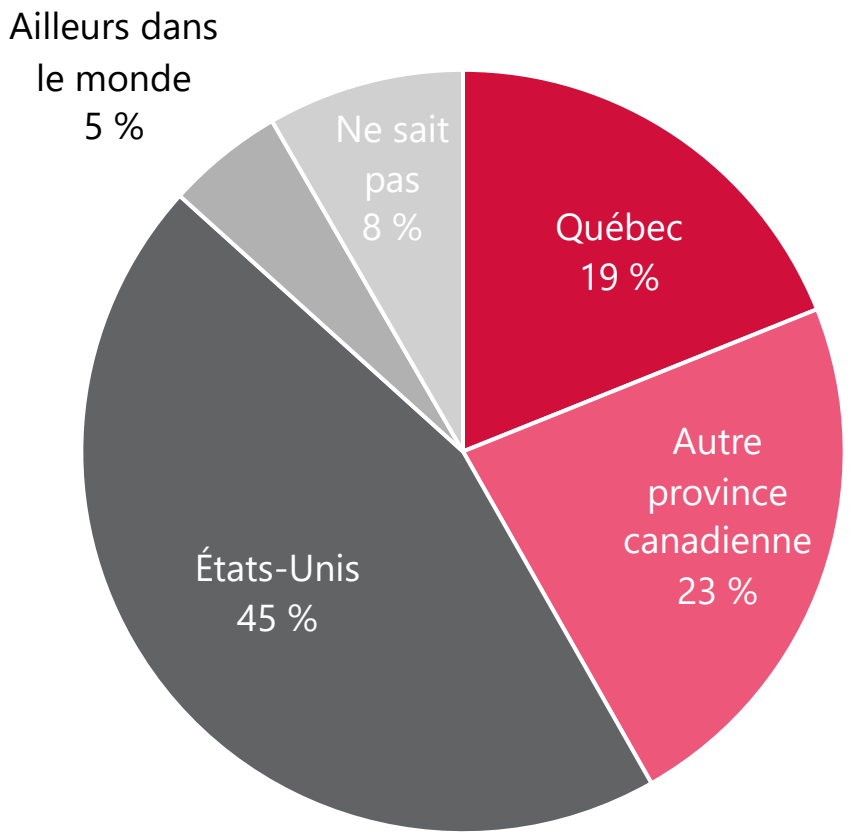
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 92 049 $)

Vêtements / Chaussures / Bijoux et Accessoires

Vêtements / Chaussures / Bijoux et Accessoires

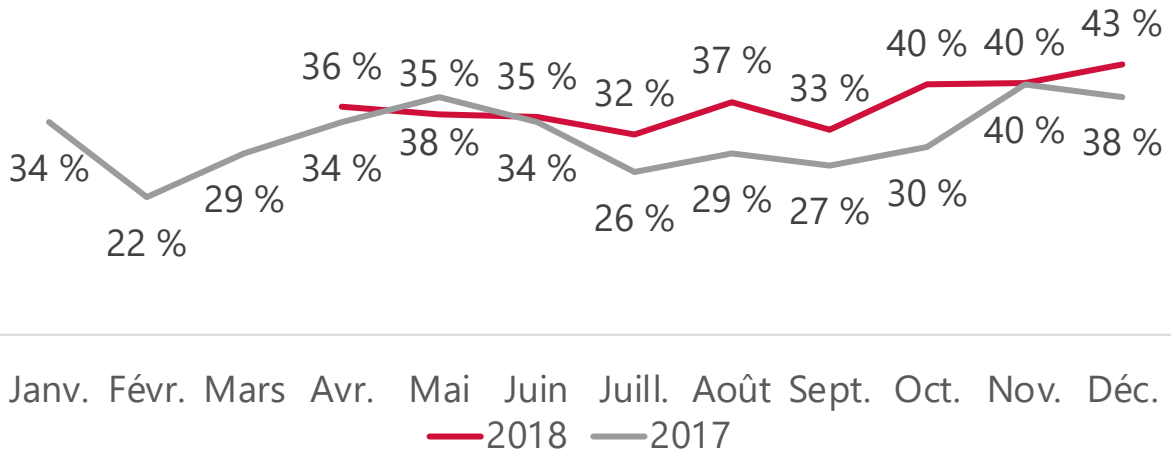
%&#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

125 $
par transaction en moyenne

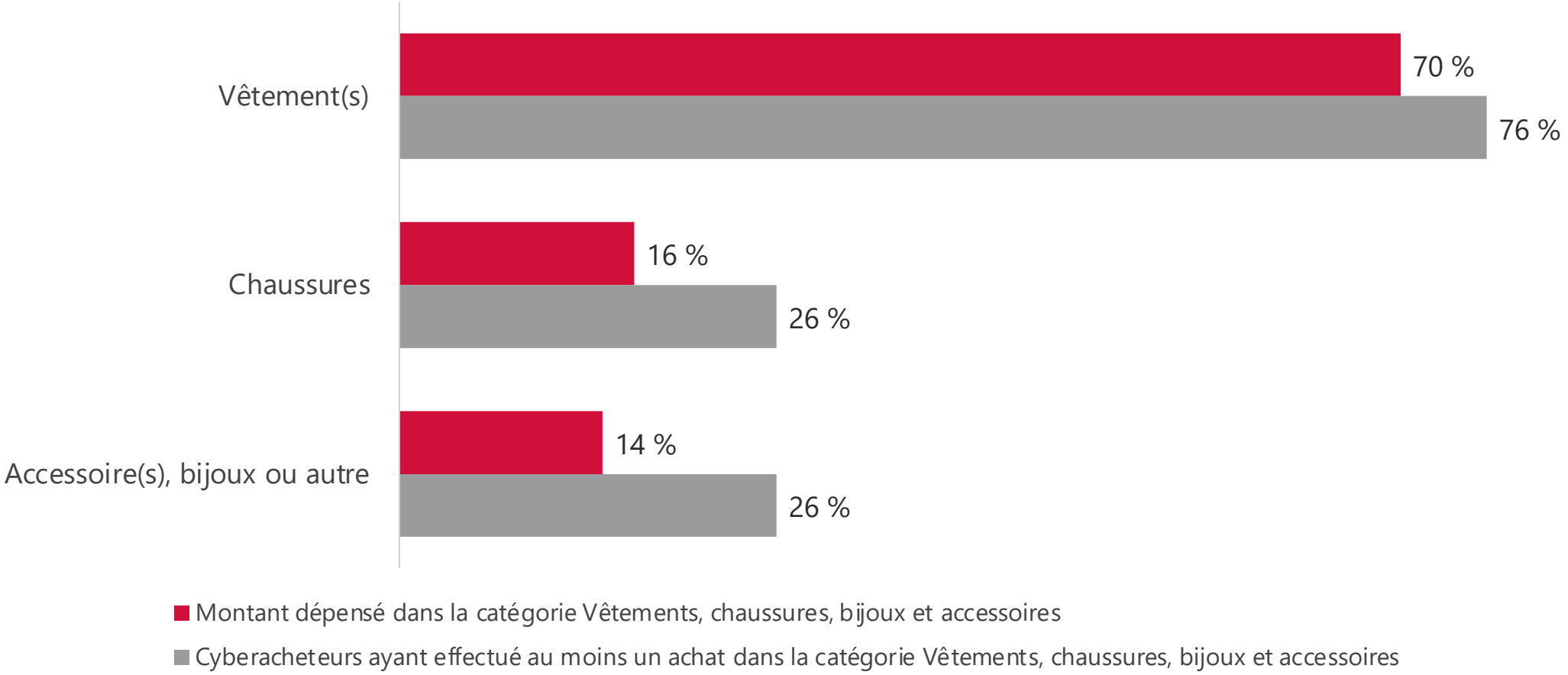
18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
48 %	**44 %**	**31 %**

29 % **46 %**

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



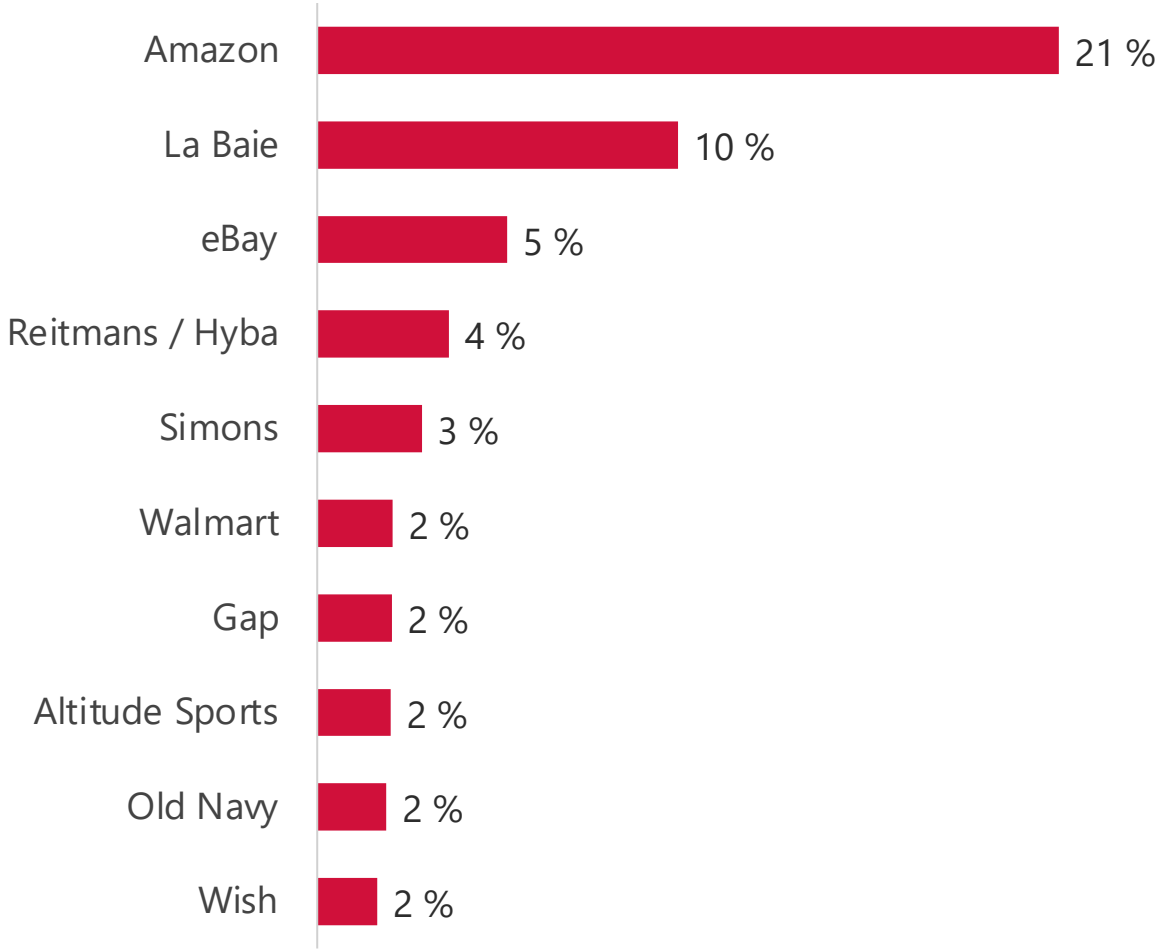
Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?



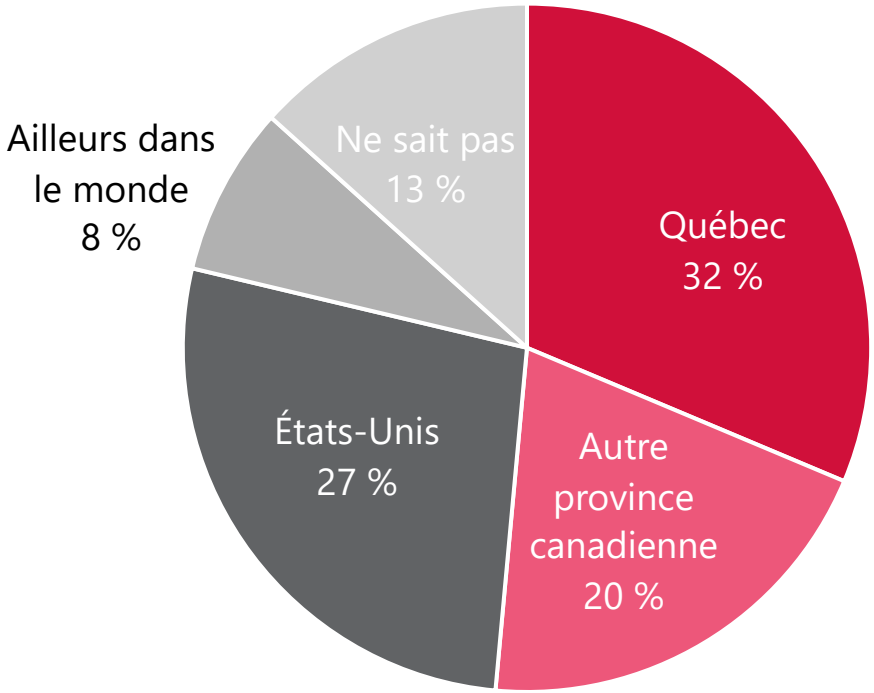
Base: Montant dépensé pour la catégorie Vêtements / Chaussures / Bijoux et Accessoires (n = 411 617$) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 2 286)
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 375 317 $)

SPECTACLE / SORTIES / RESTAURANTS

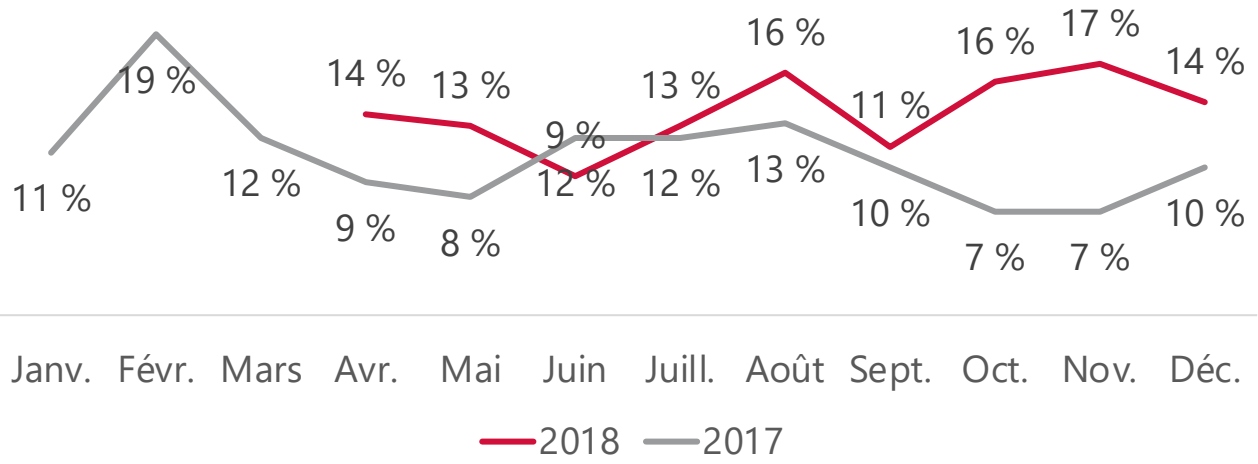
Spectacles / Sorties / Restaurant

14 % des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

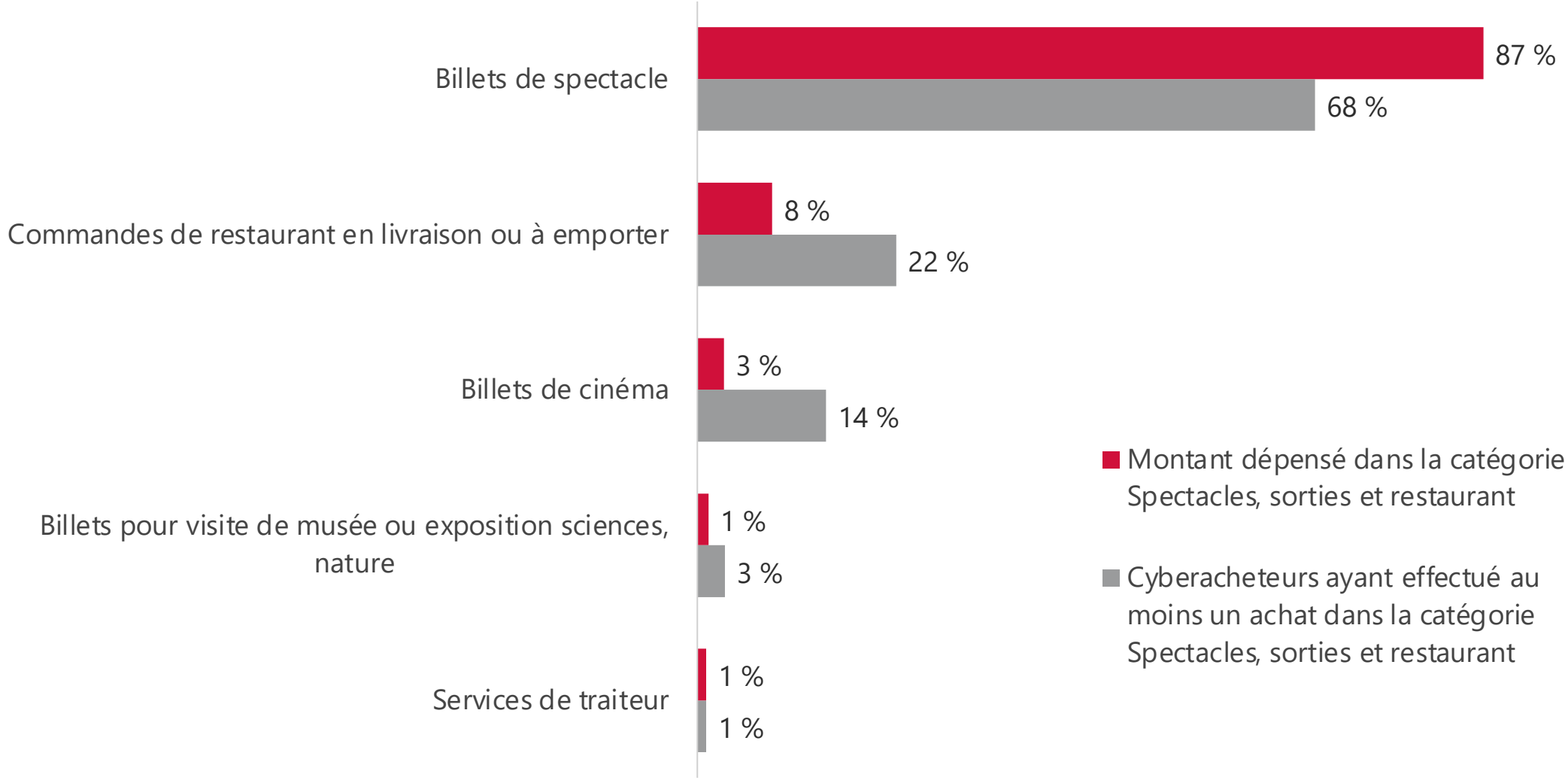
168 $
par transaction en moyenne

	13 %	14 %
18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
14 %	12 %	15 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu’est-ce qu’ils achètent exactement ?

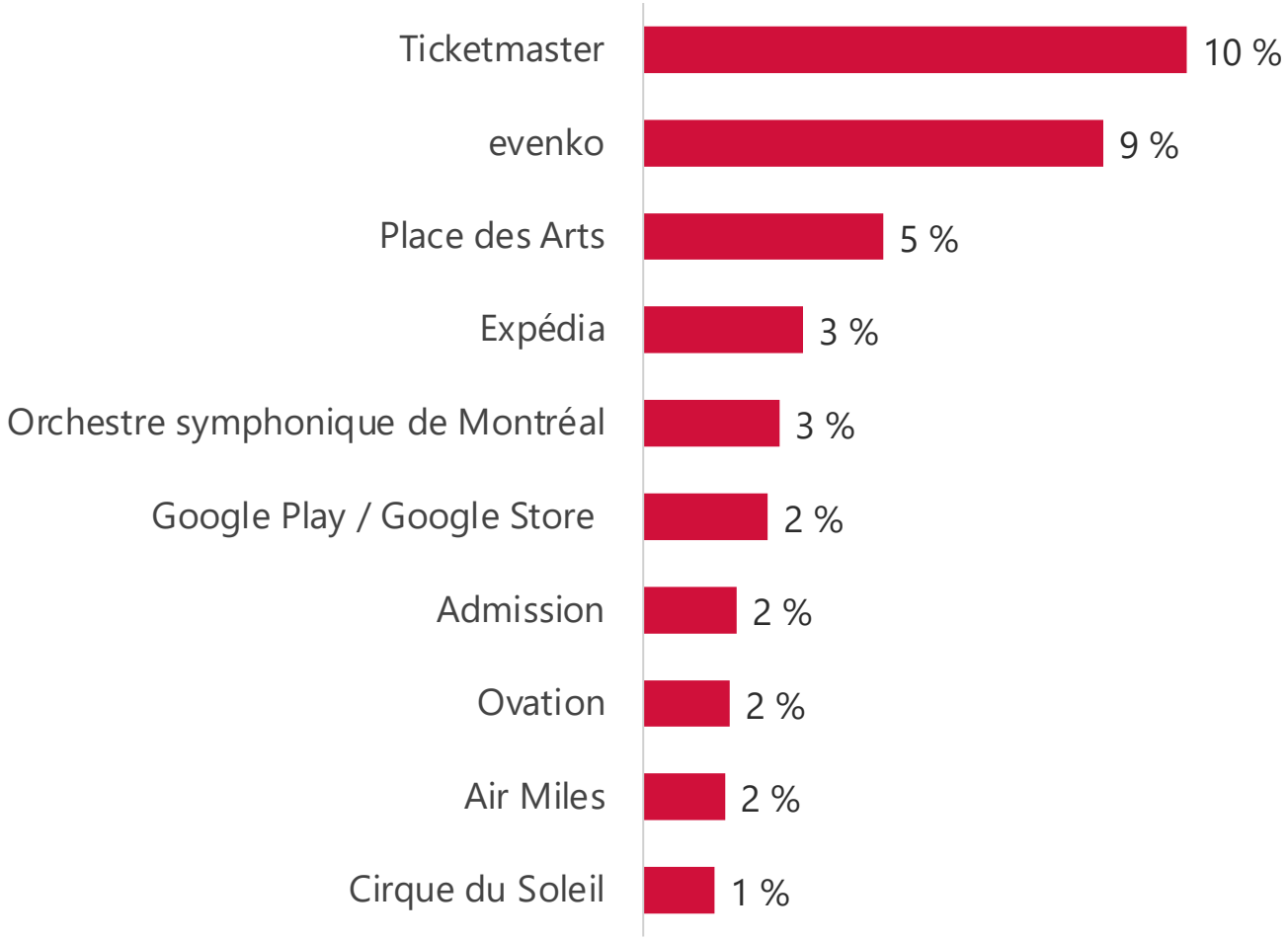


Base: Montant dépensé pour la catégorie Spectacles / Sorties / Restaurant (n = 170 538 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n =813)

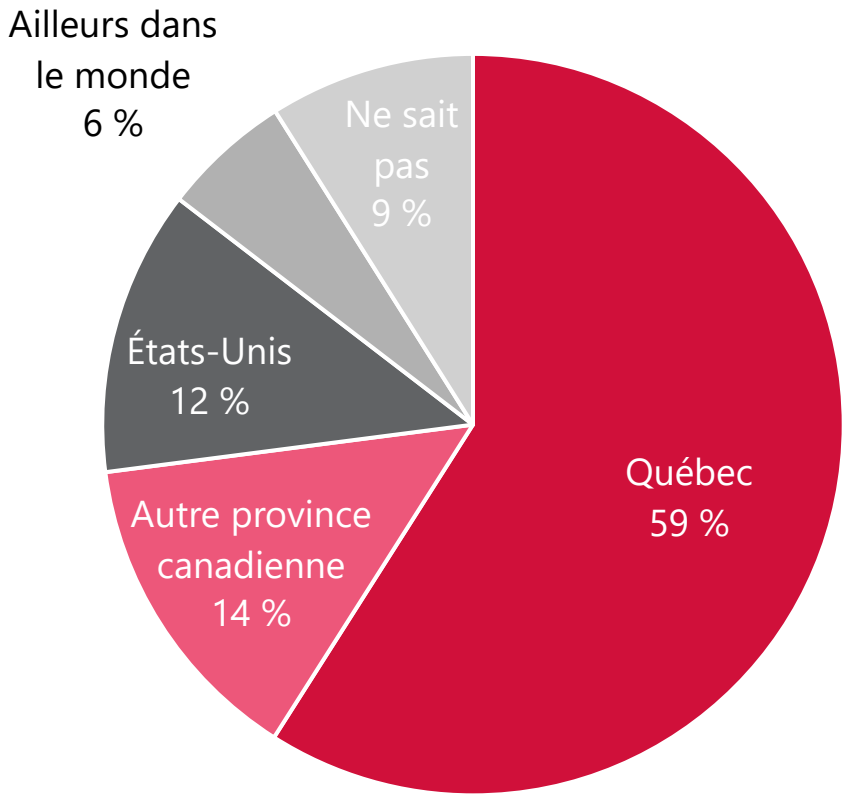
*Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 153 995 $)

LIVRES / REVUES / JOURNAUX

Livres / Revues / Journaux

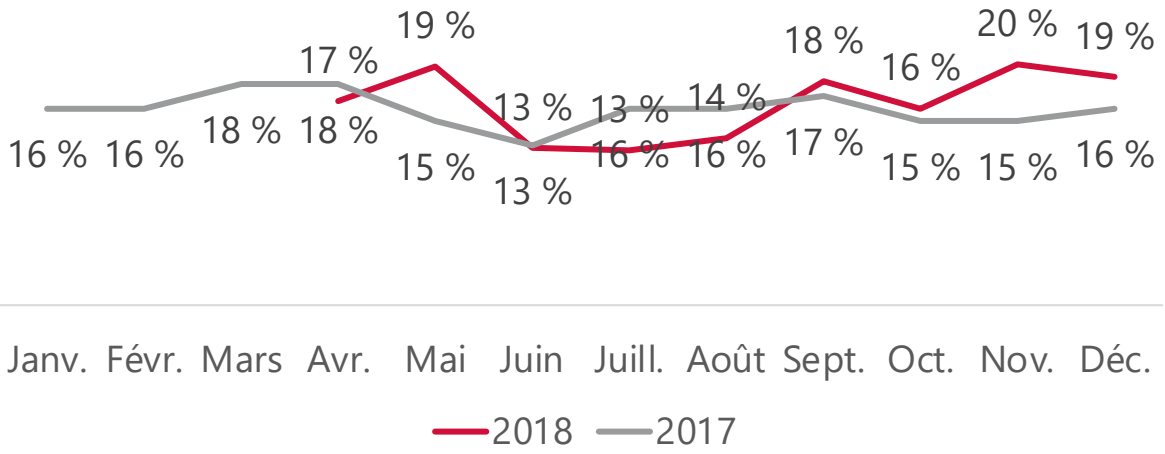
! '#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

69 $
par transaction en moyenne

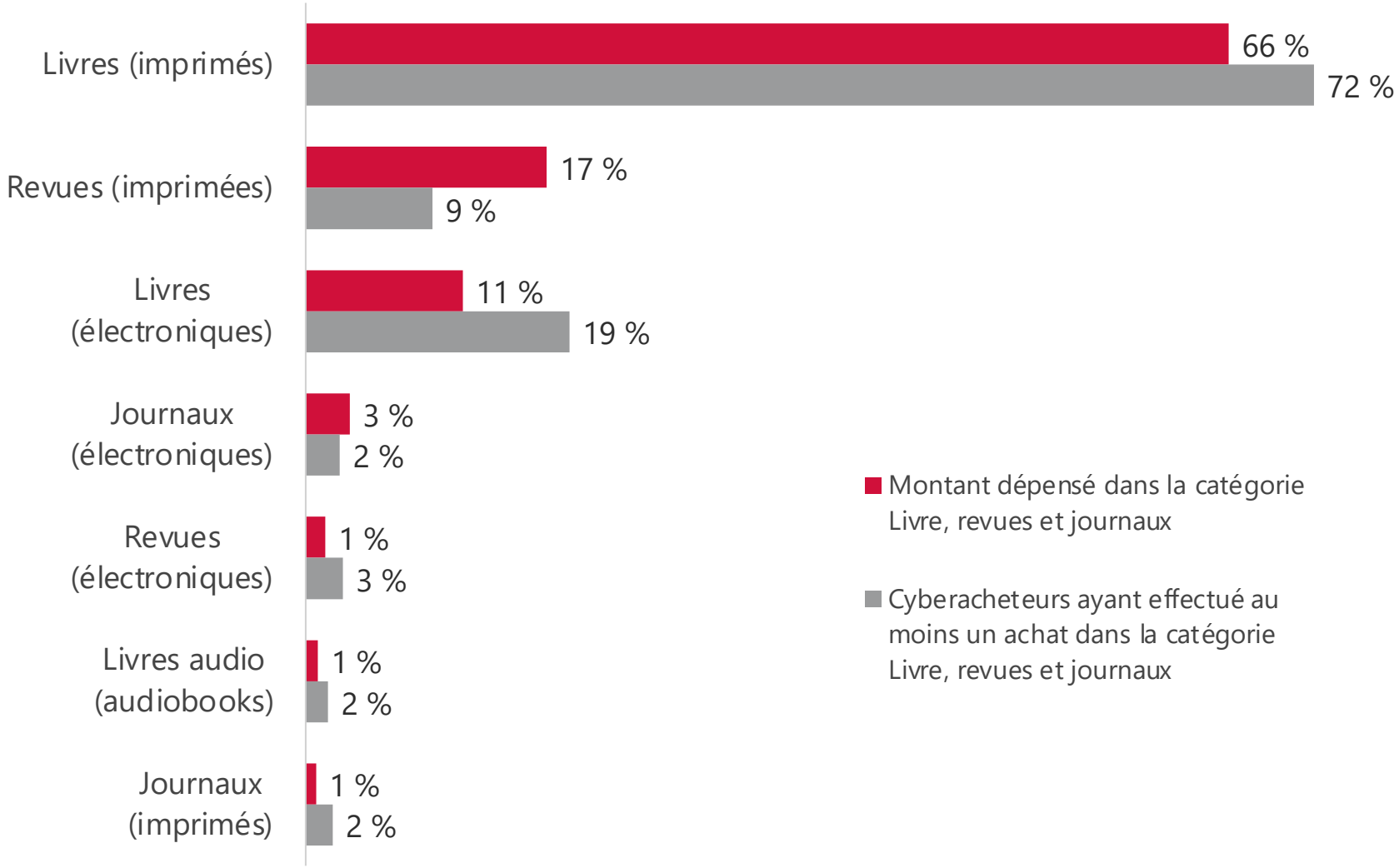
14 % **17 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
16 %	15 %	16 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



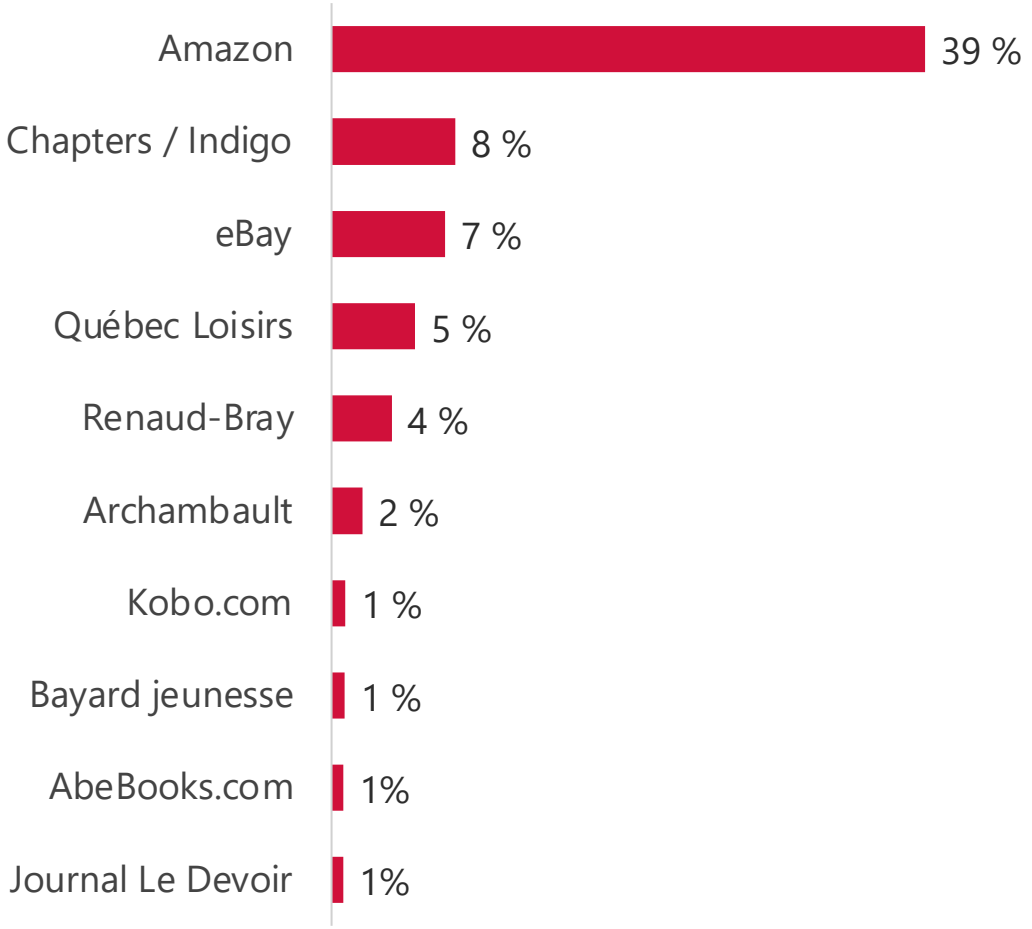
Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?



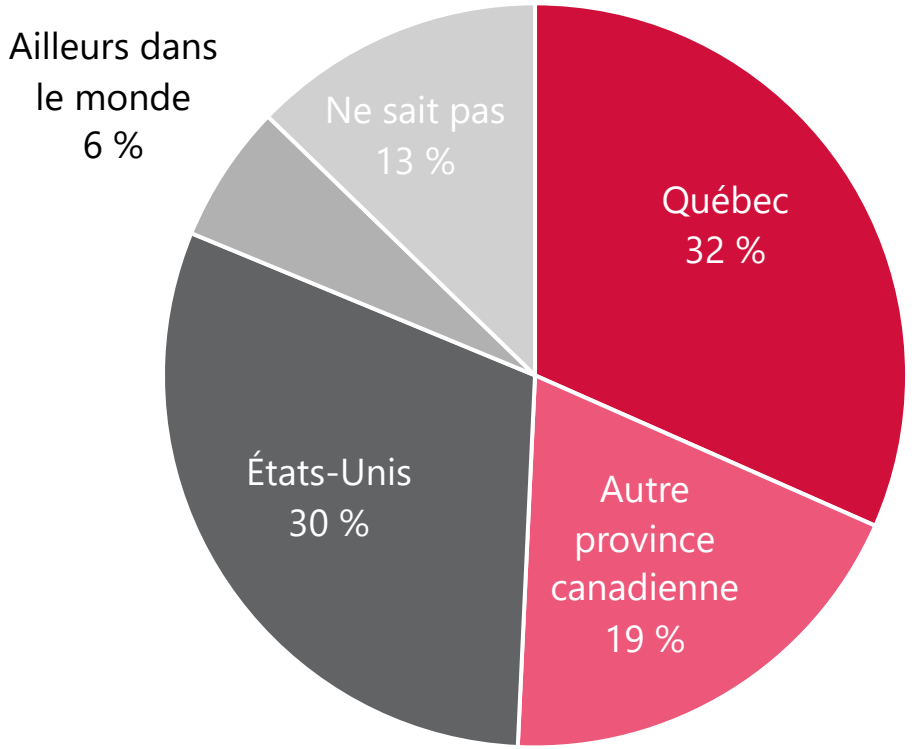
Base: Montant dépensé pour la catégorie Livres / Revues / Journaux (n = 78 110 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 945)
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 72 179 $)

ALIMENTATION / SANTÉ / BEAUTÉ

Alimentation / Santé / Beauté

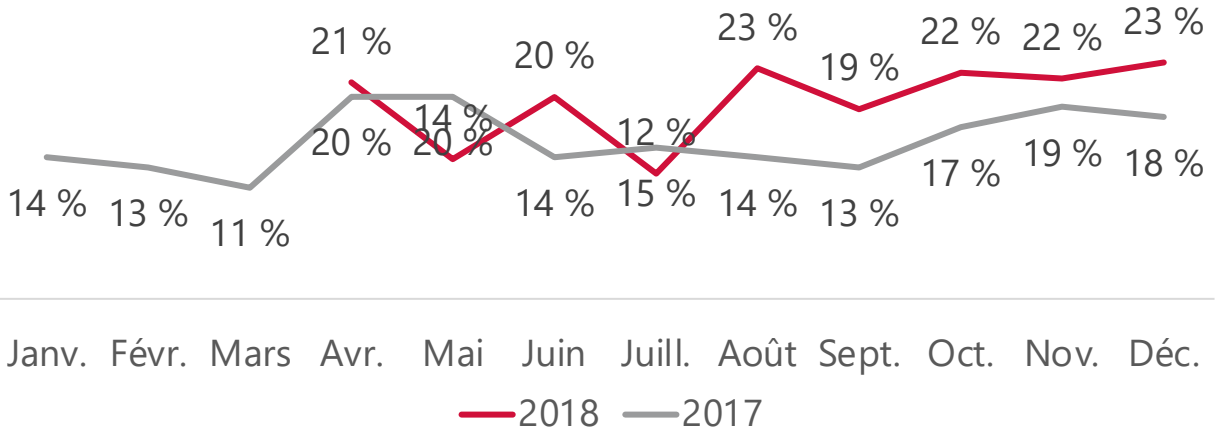
(!#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

118 $
par transaction en moyenne

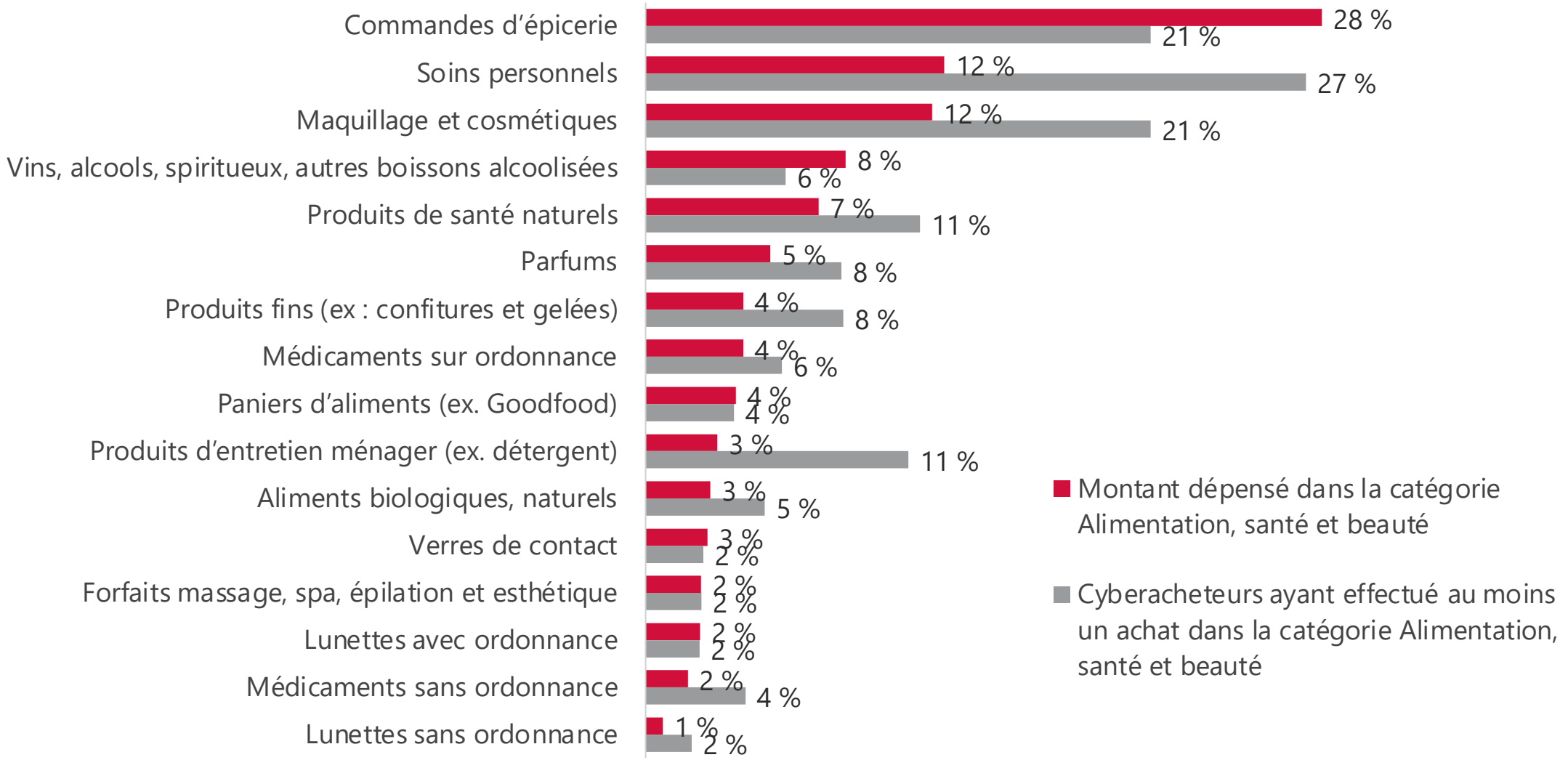
15 % **26 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
26 %	**23 %**	**18 %**

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu’est-ce qu’ils achètent exactement ?

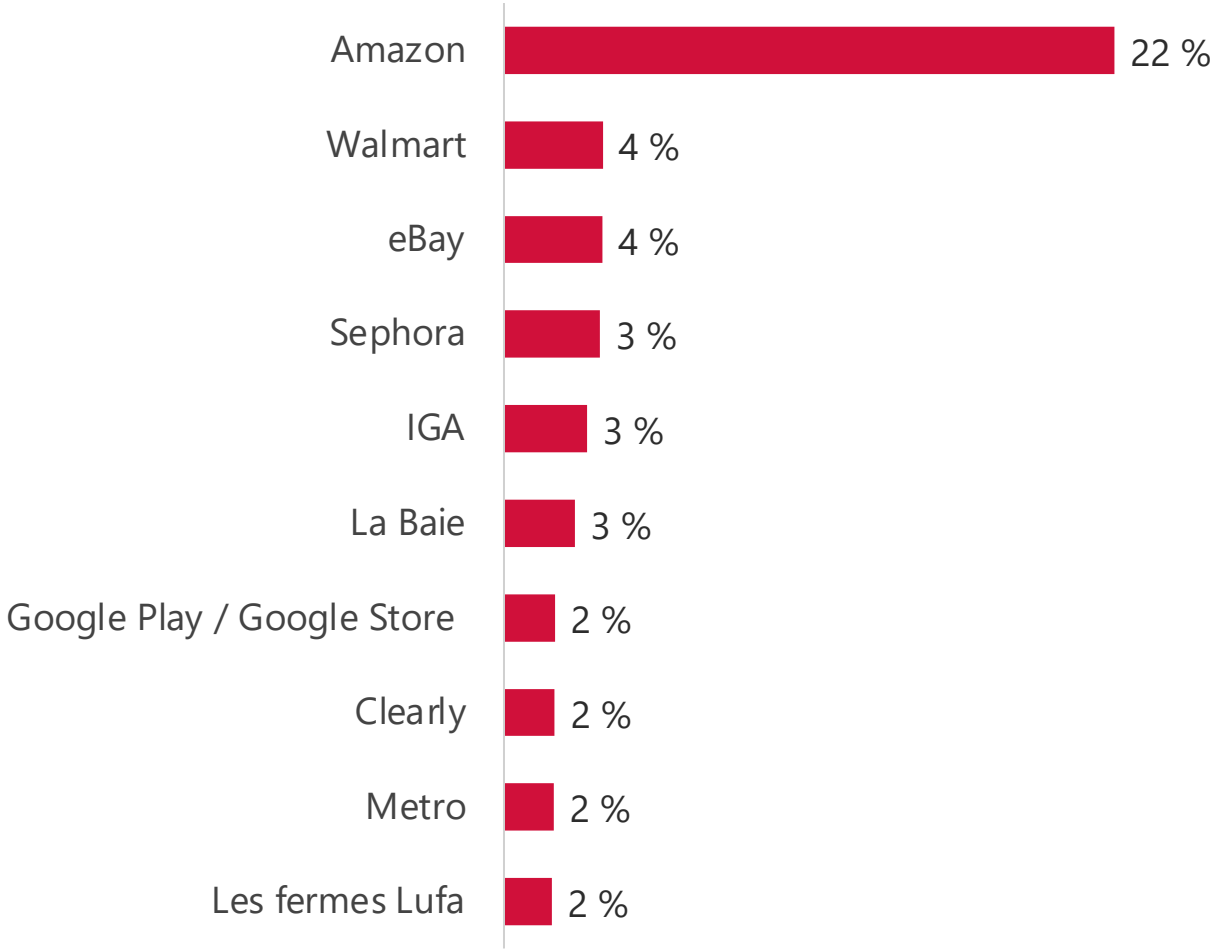


Base: Montant dépensé pour la catégorie Alimentation / Santé / Beauté (n = 195 947 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 1 264)

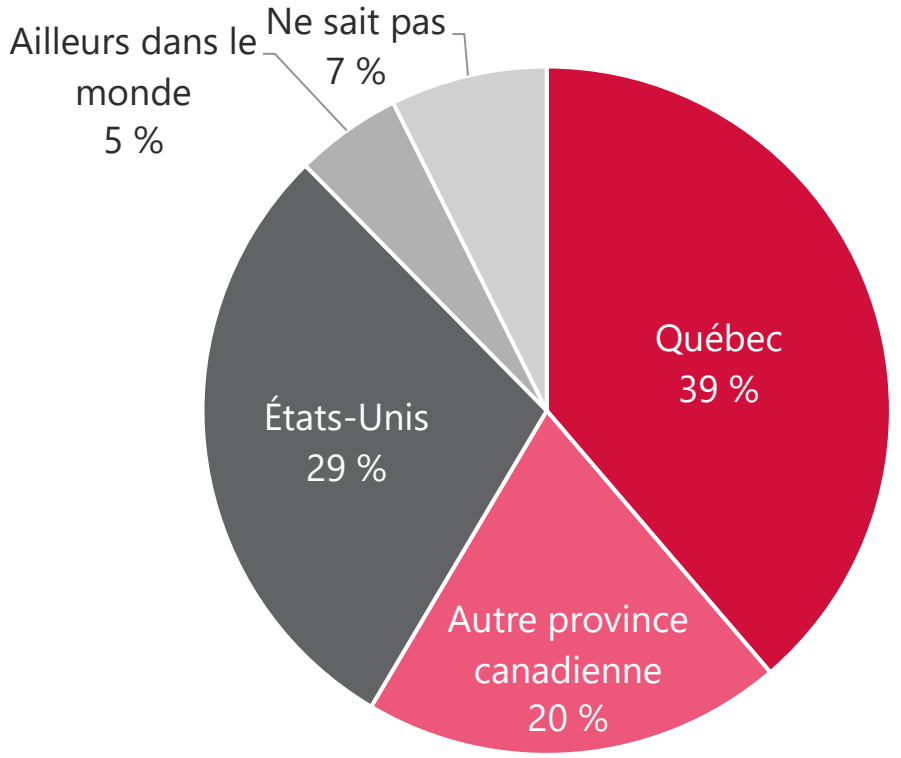
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

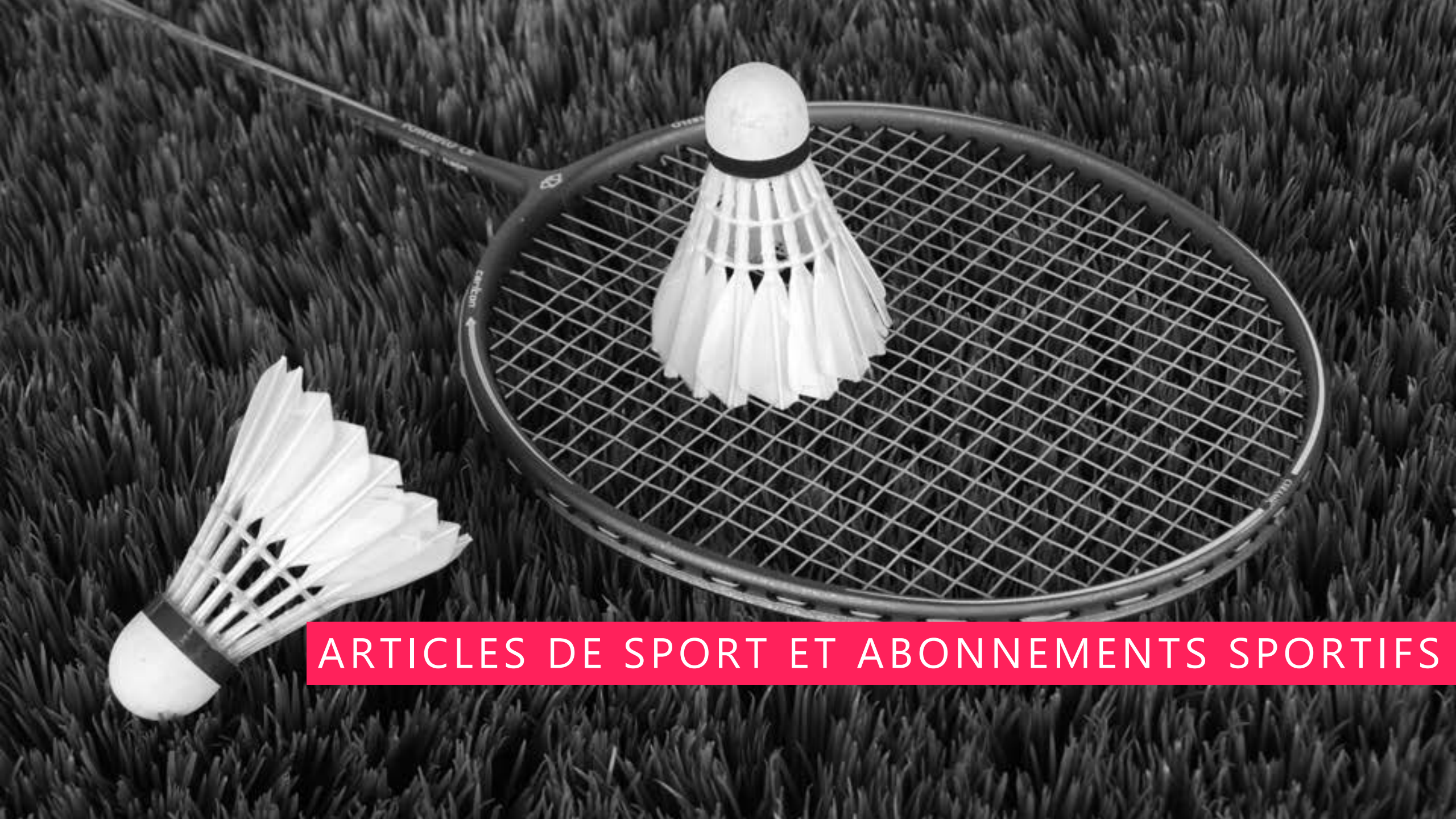
Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 169 744 $)



ARTICLES DE SPORT ET ABONNEMENTS SPORTIFS

Articles de sport et abonnements sportifs

'#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

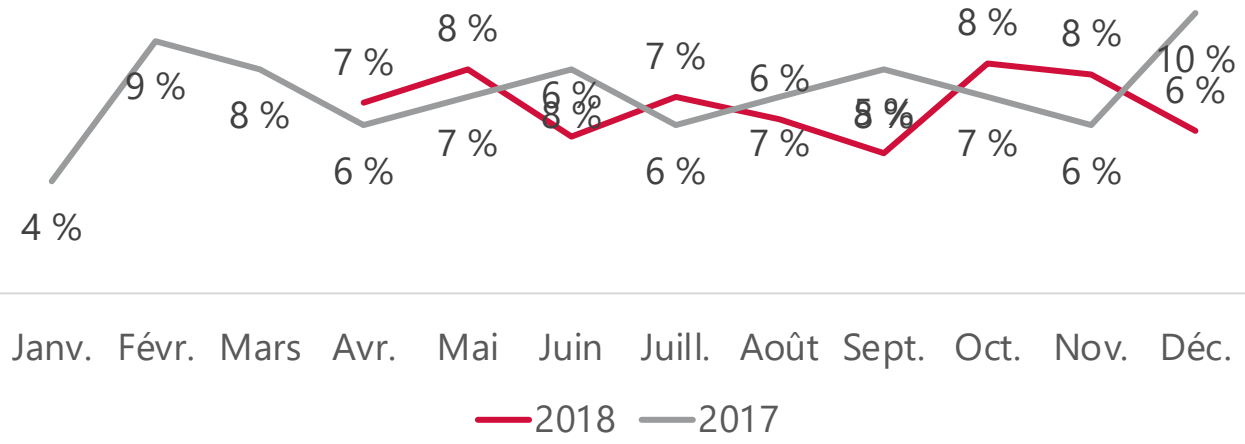
136 $
par transaction en moyenne

7 % 6 %

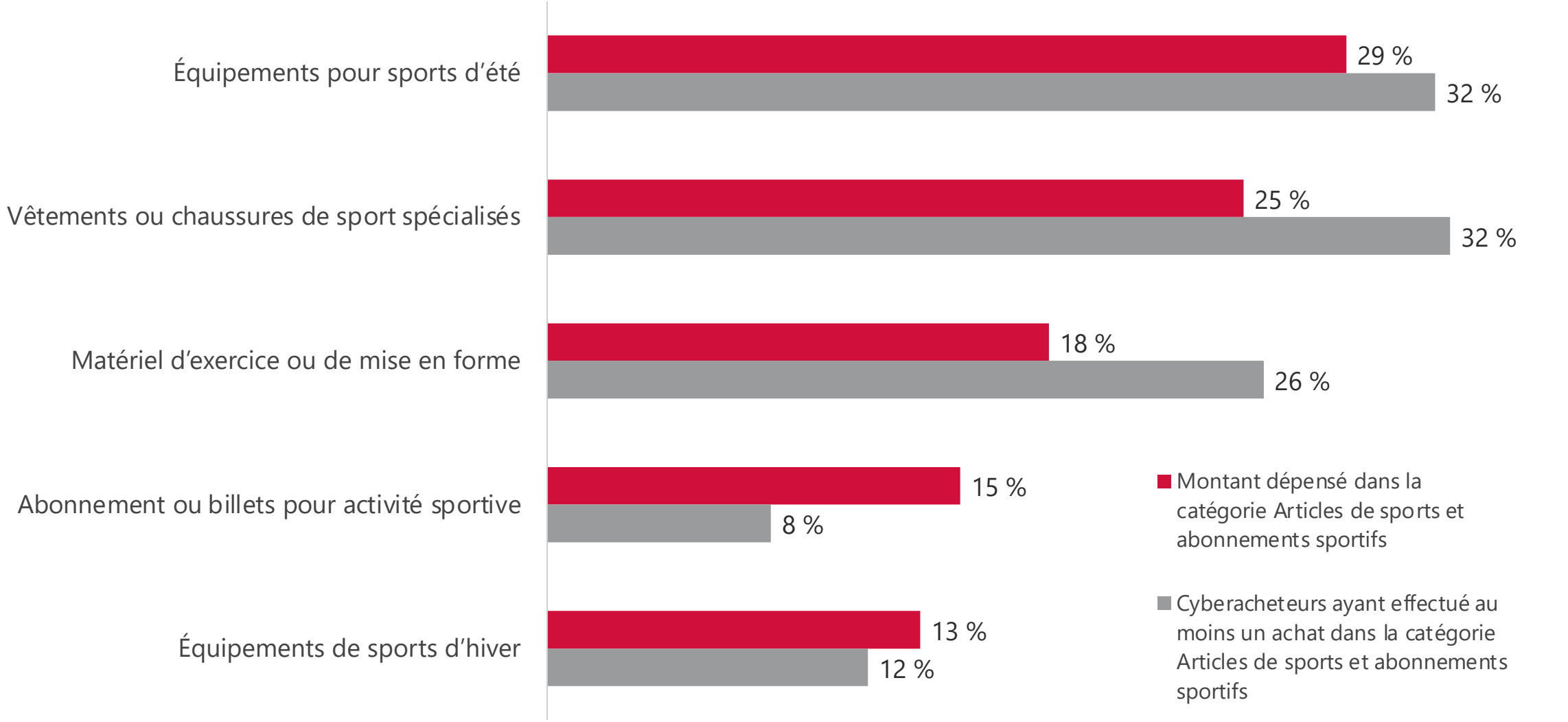
18 à 34 ans 35 à 54 ans 55 ans et plus

6 % 7 % 5 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu’est-ce qu’ils achètent exactement ?

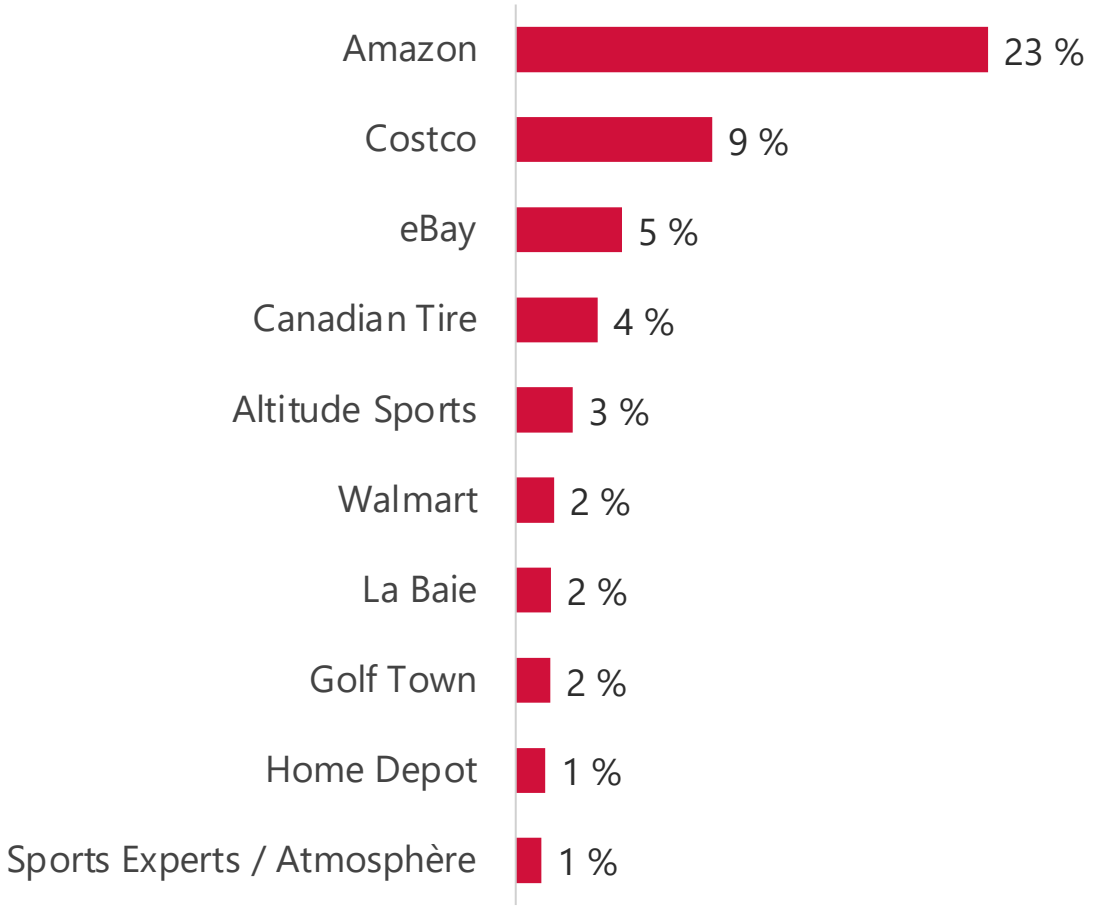


Base: Montant dépensé pour la catégorie Articles de sport et abonnements sportifs (n = 60 409 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 373)

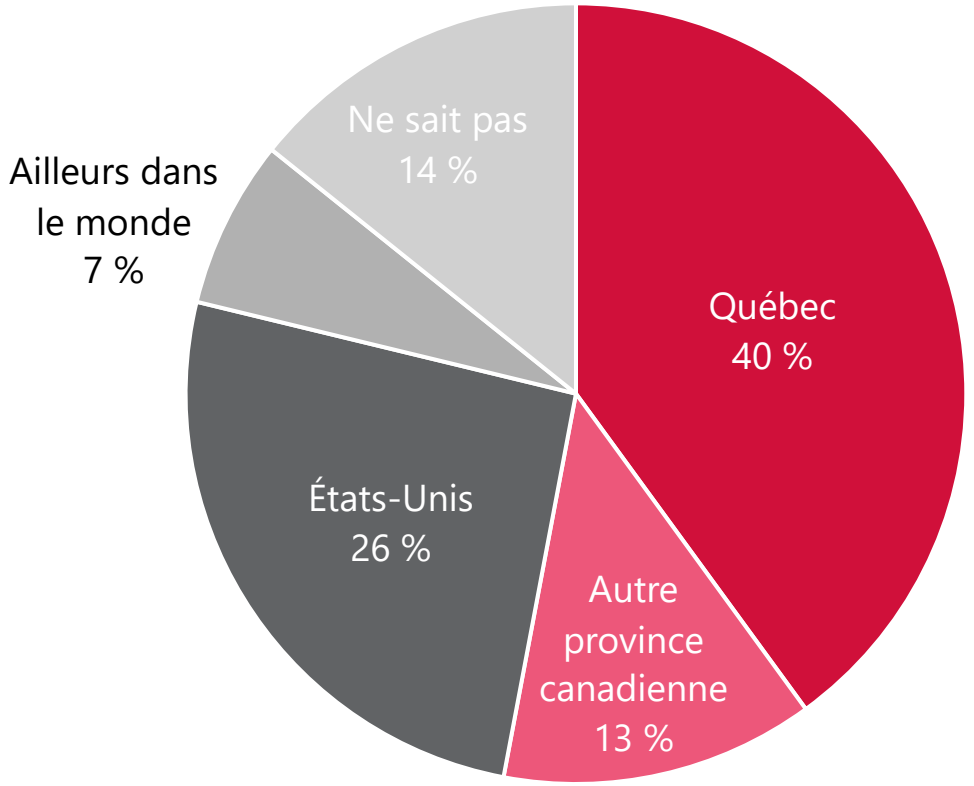
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n =56 528 $)

AUTOMOBILE / MOTORISÉS

Automobile / Motorisés

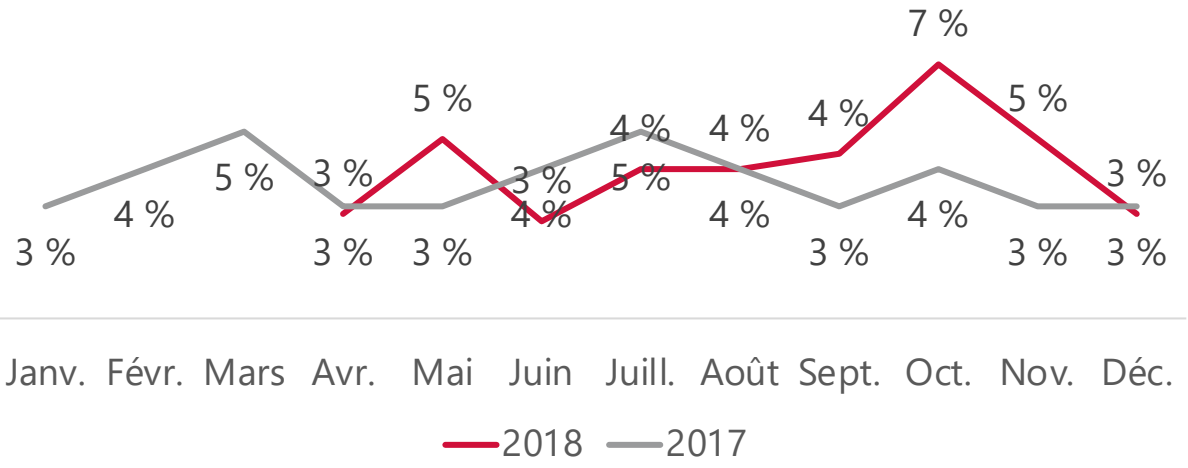
)#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

308 $
par transaction en moyenne

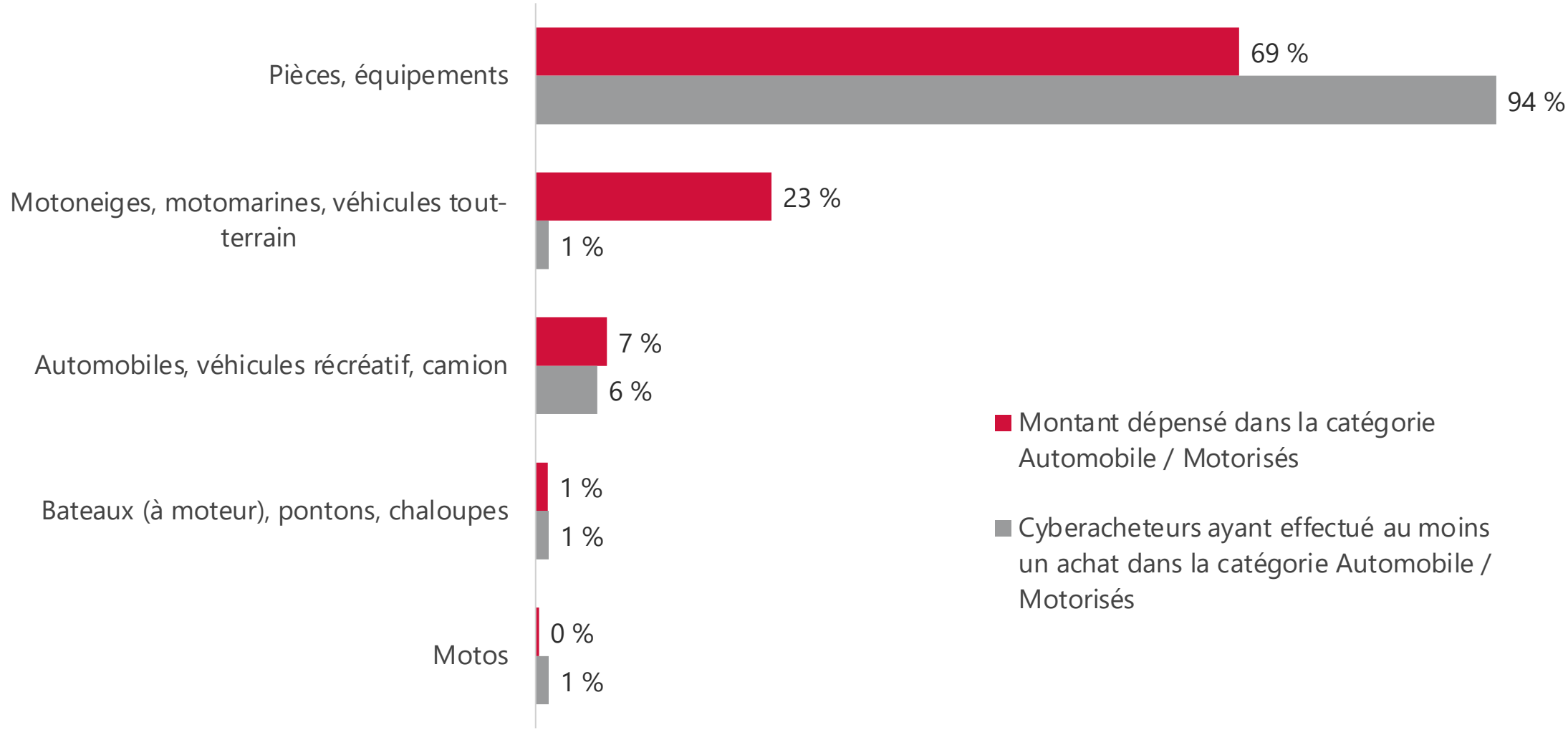
6 % **2 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
2 %	4 %	4 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

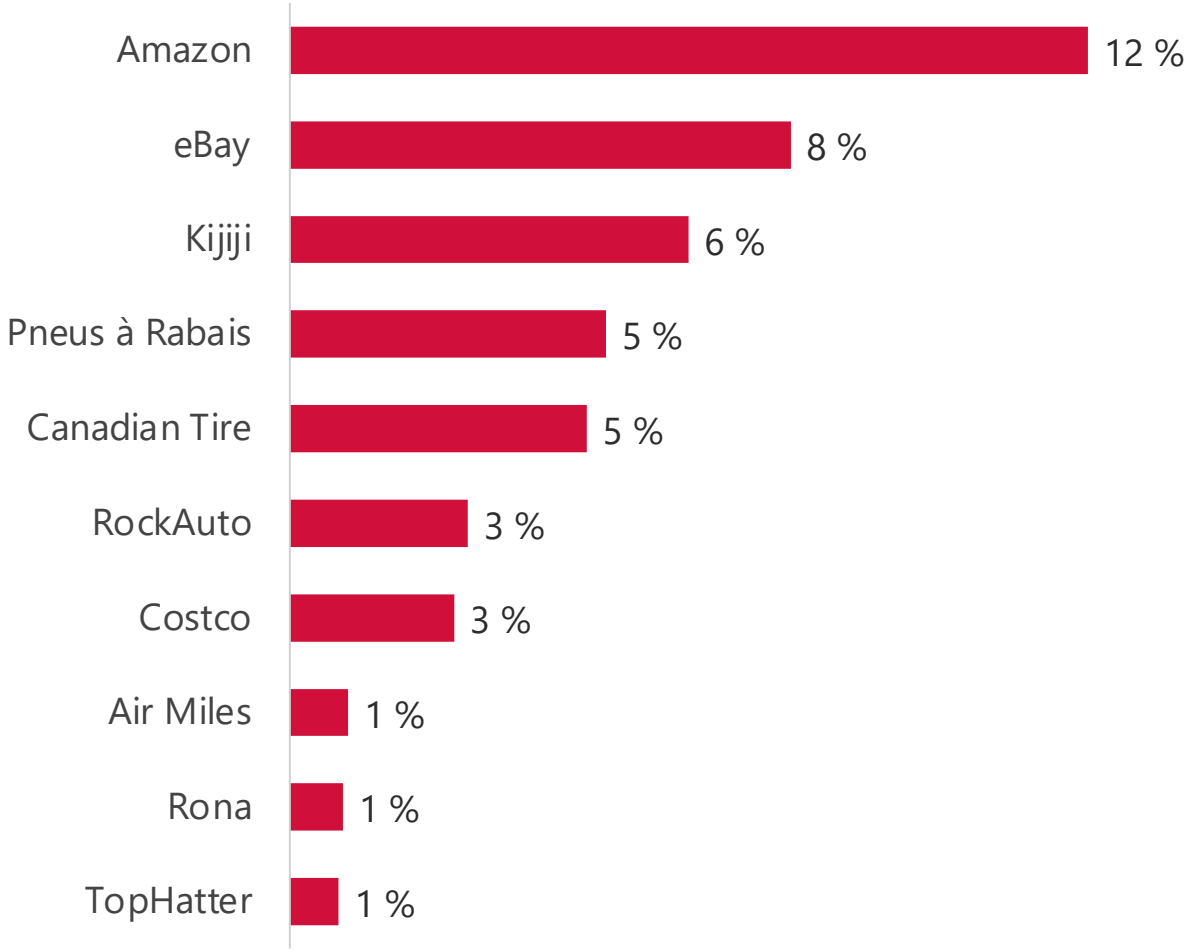


Base: Montant dépensé pour la catégorie Automobile / Motorisés (n = 90 010 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 233)

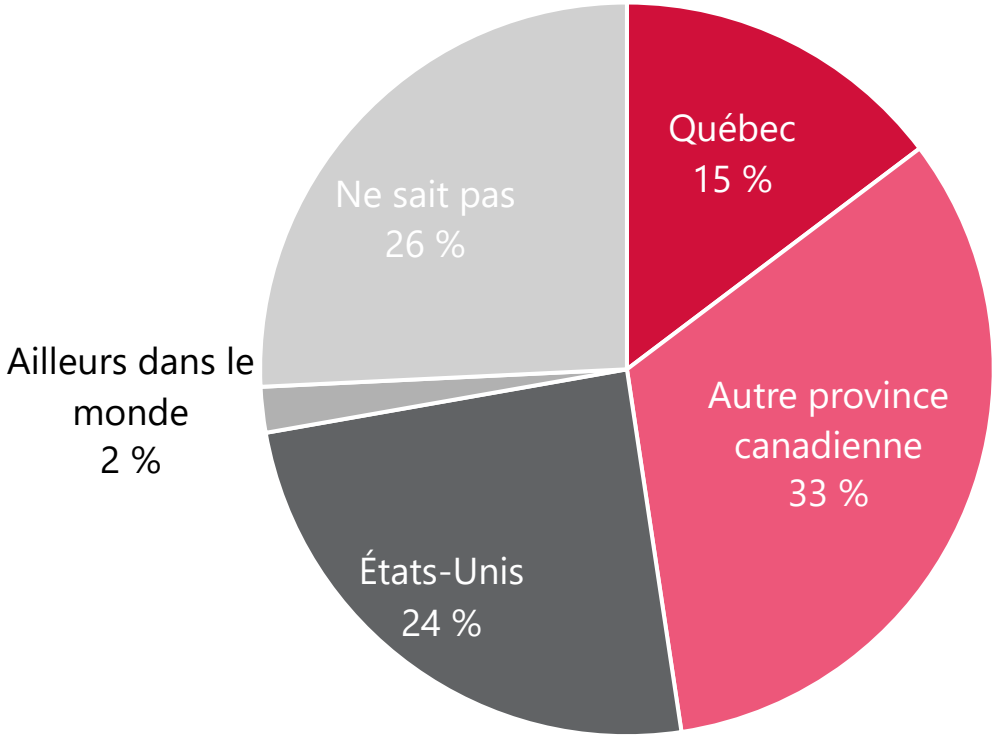
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 85 908 $)

ÉLECTRONIQUE

Électronique

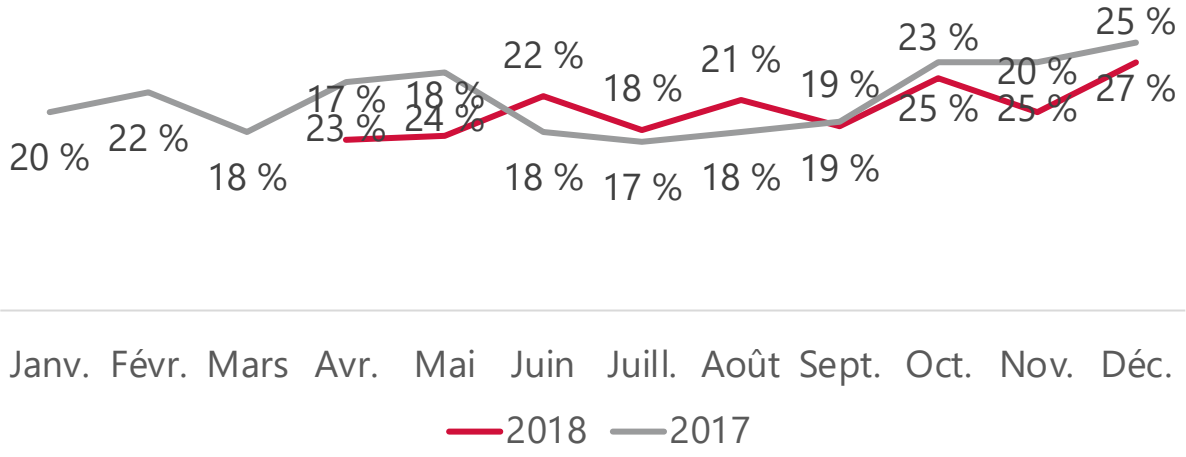
(!#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

174 $
par transaction en moyenne

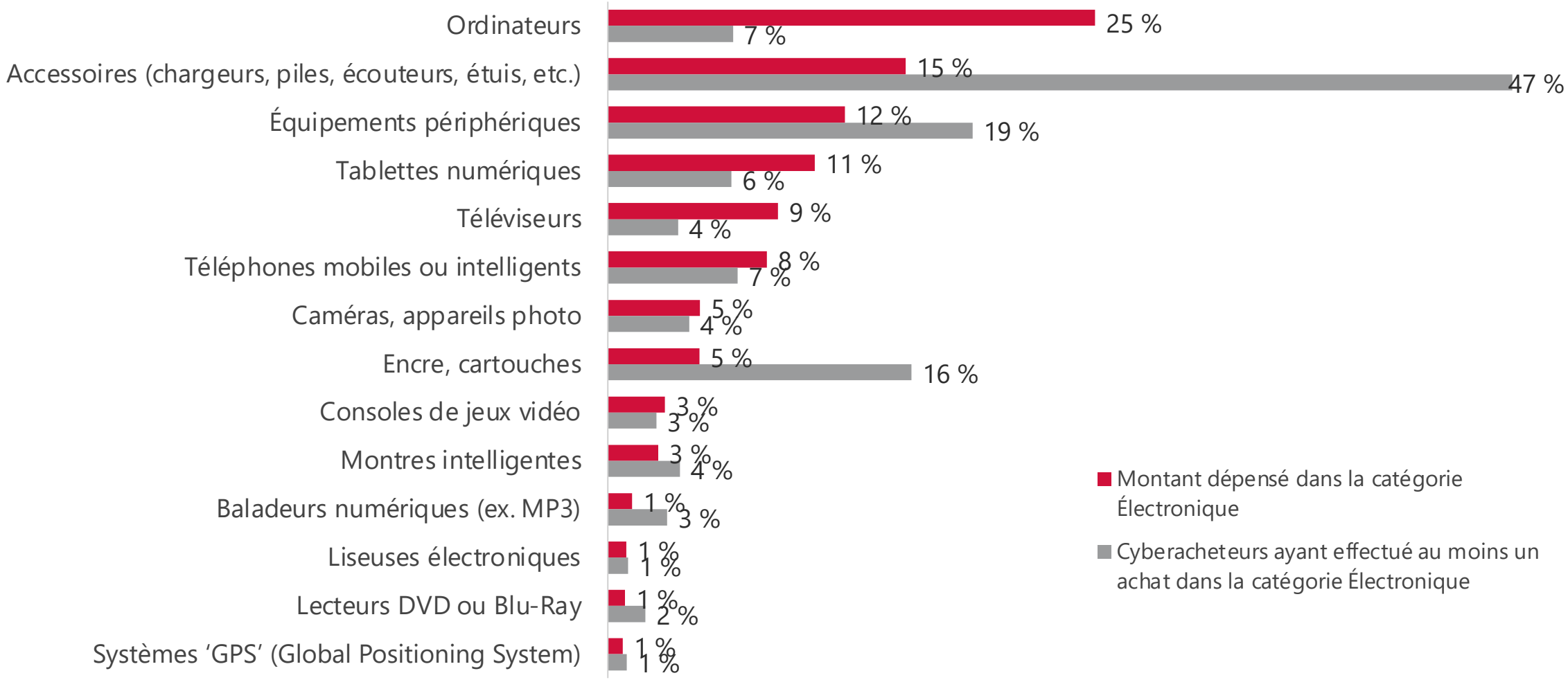
26 % **16 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
18 %	21 %	21 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

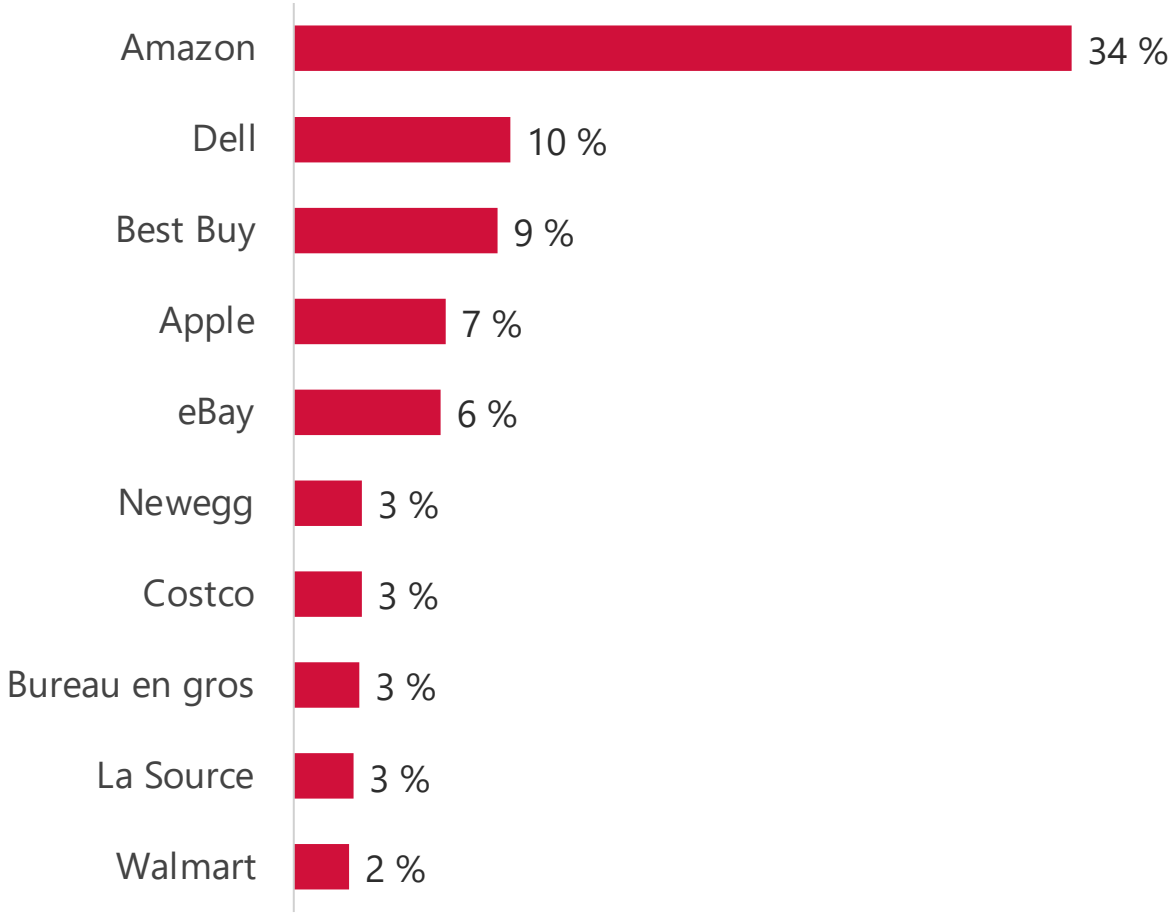


Base: Montant dépensé pour la catégorie Électronique (n = 268 163 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 1 230)

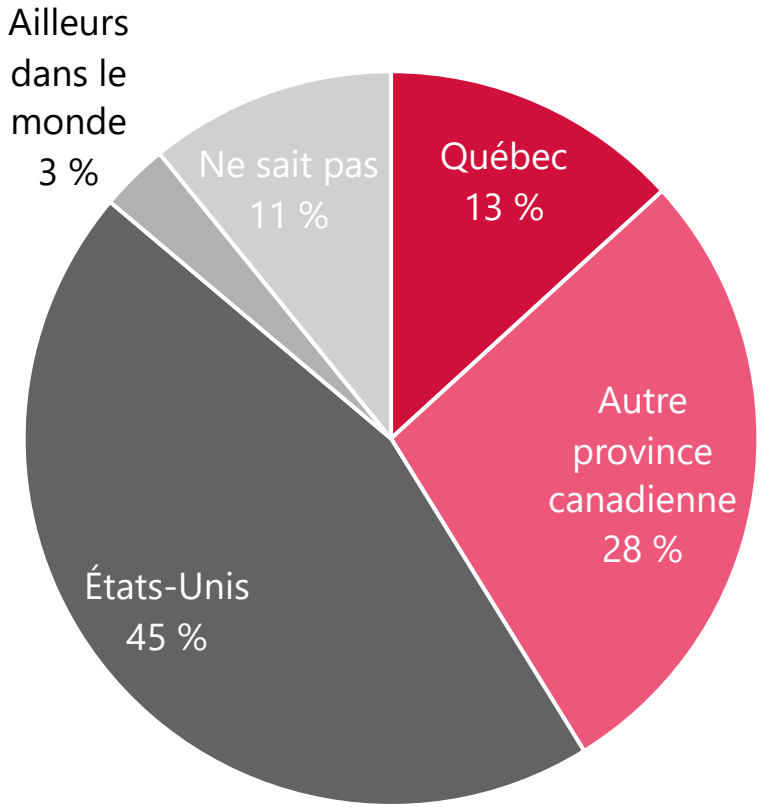
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 251 957 $)

LOGICIELS / APPLICATIONS MOBILES

Logiciel / Application mobile

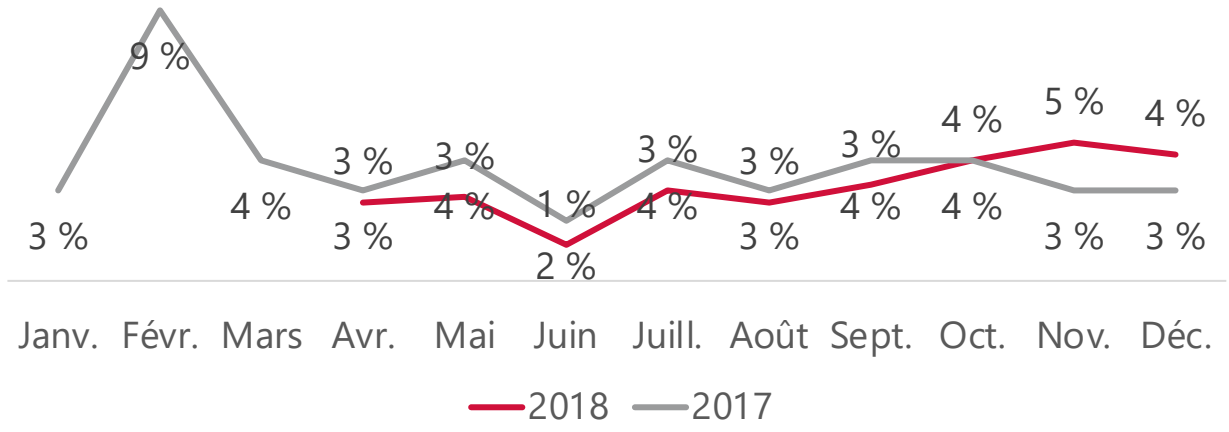
%#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

82 $
par transaction en moyenne

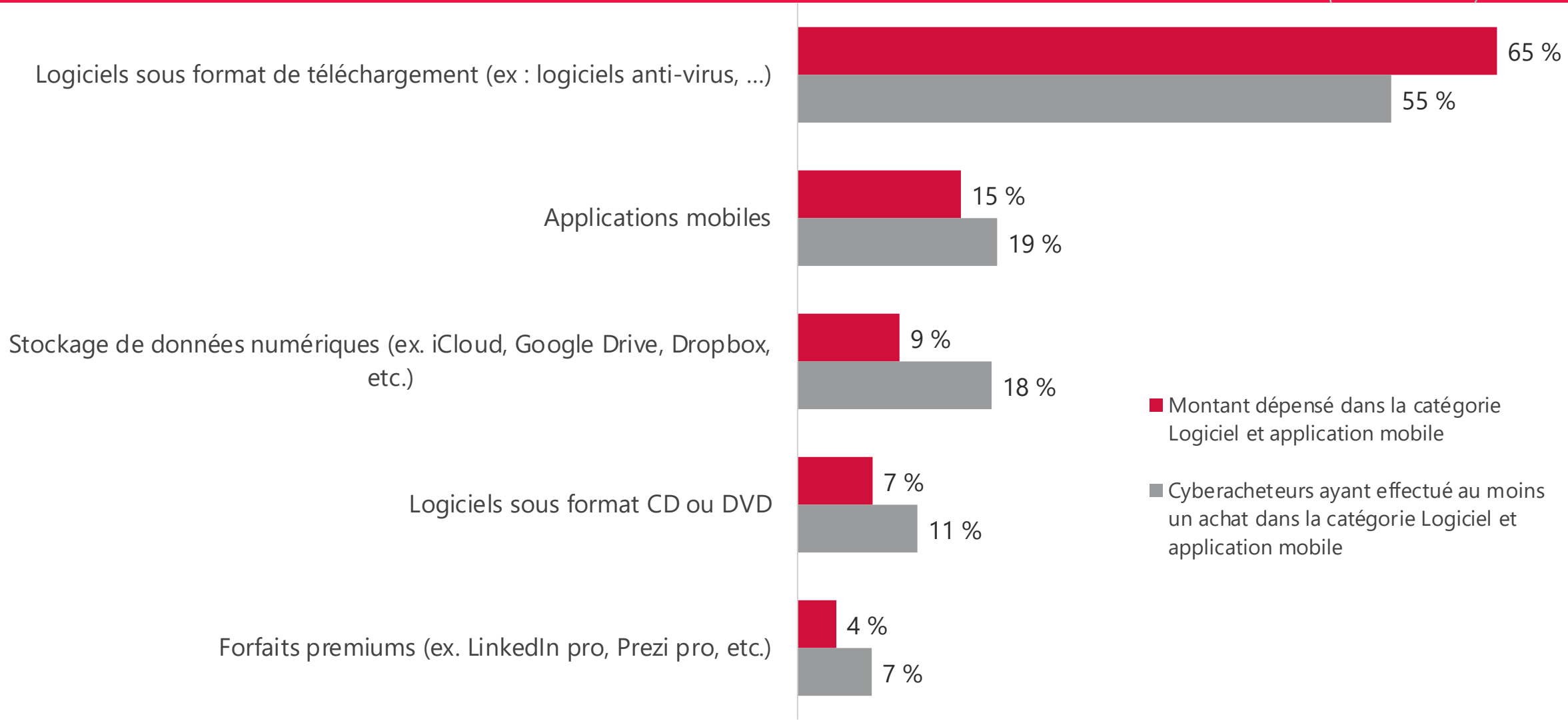
5 % **2 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
2 %	3 %	4 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

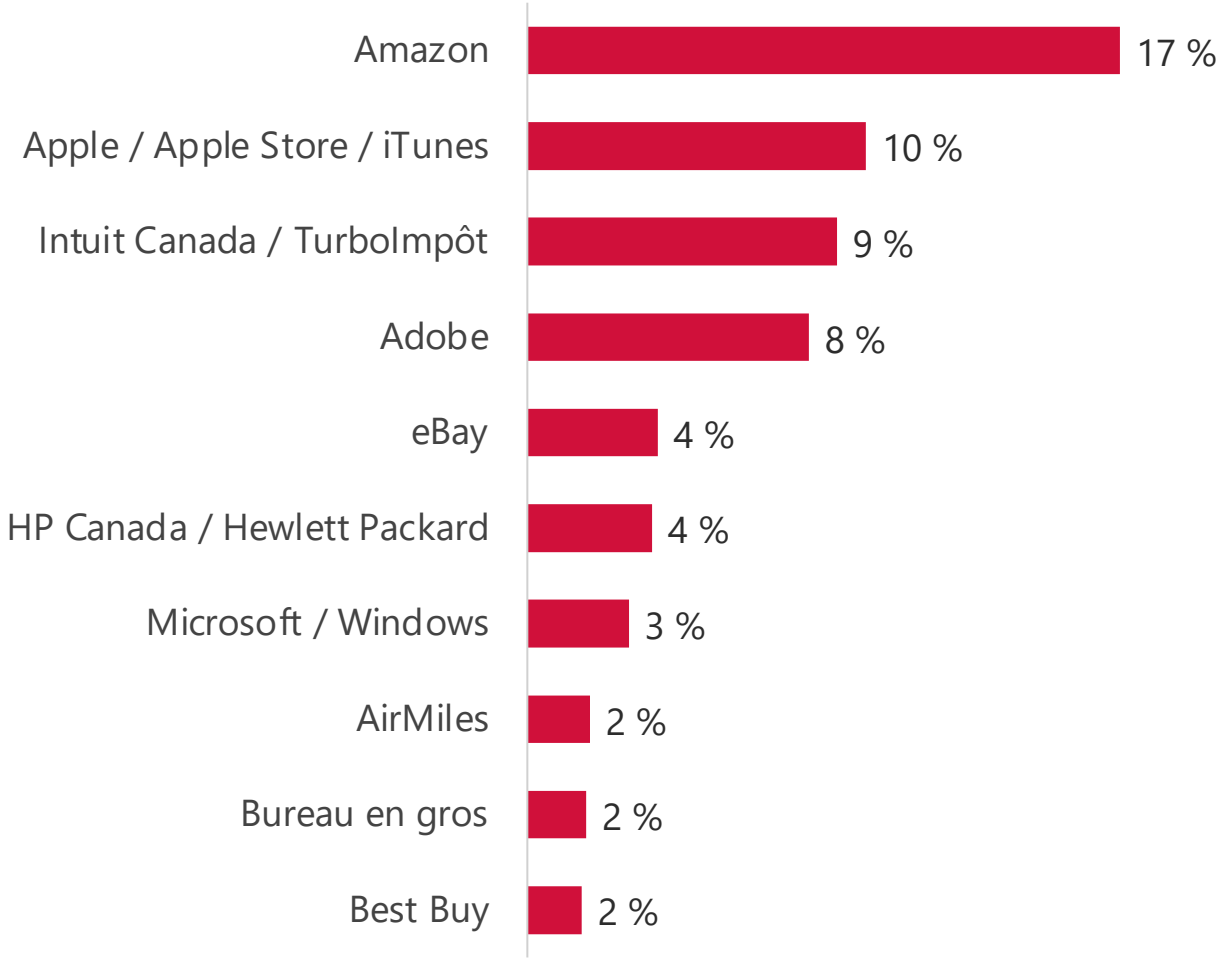


Base: Montant dépensé pour la catégorie Logiciel / Application mobile (n = 18 119 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 189)

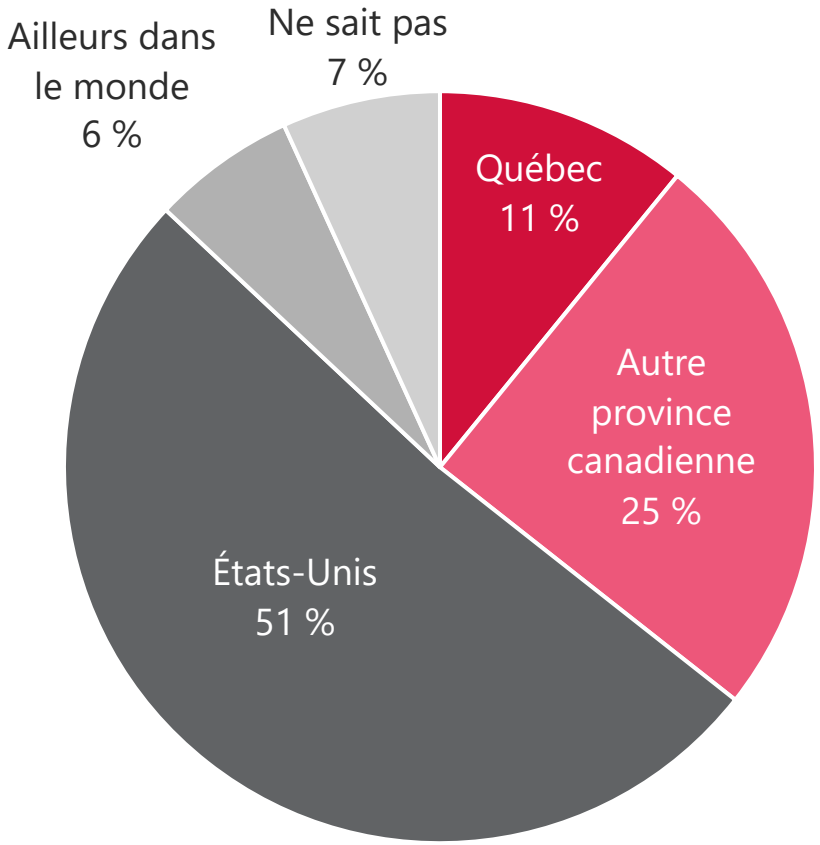
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 16 075 $)

DÉCORATION / MAISON

Décoration / Maison

! *#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

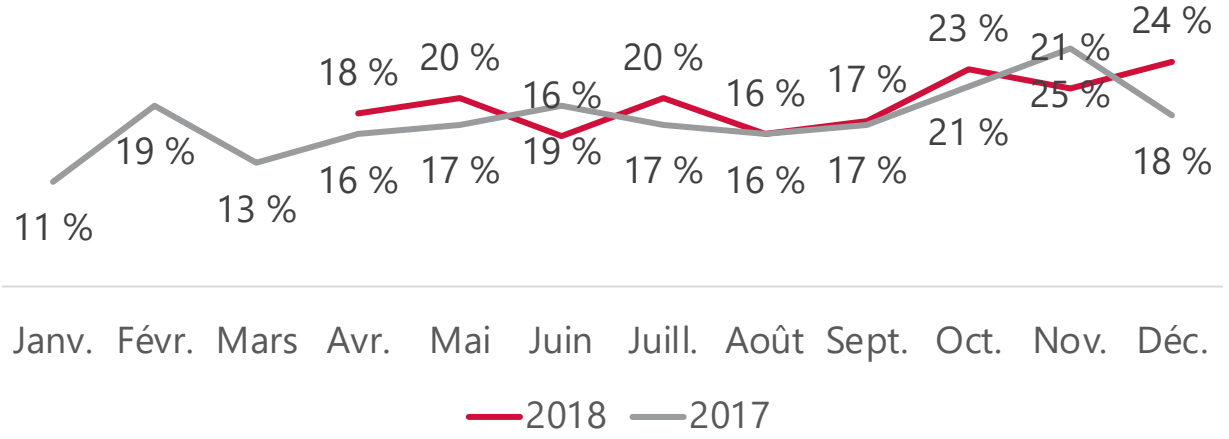
178 $
par transaction en moyenne

18 %

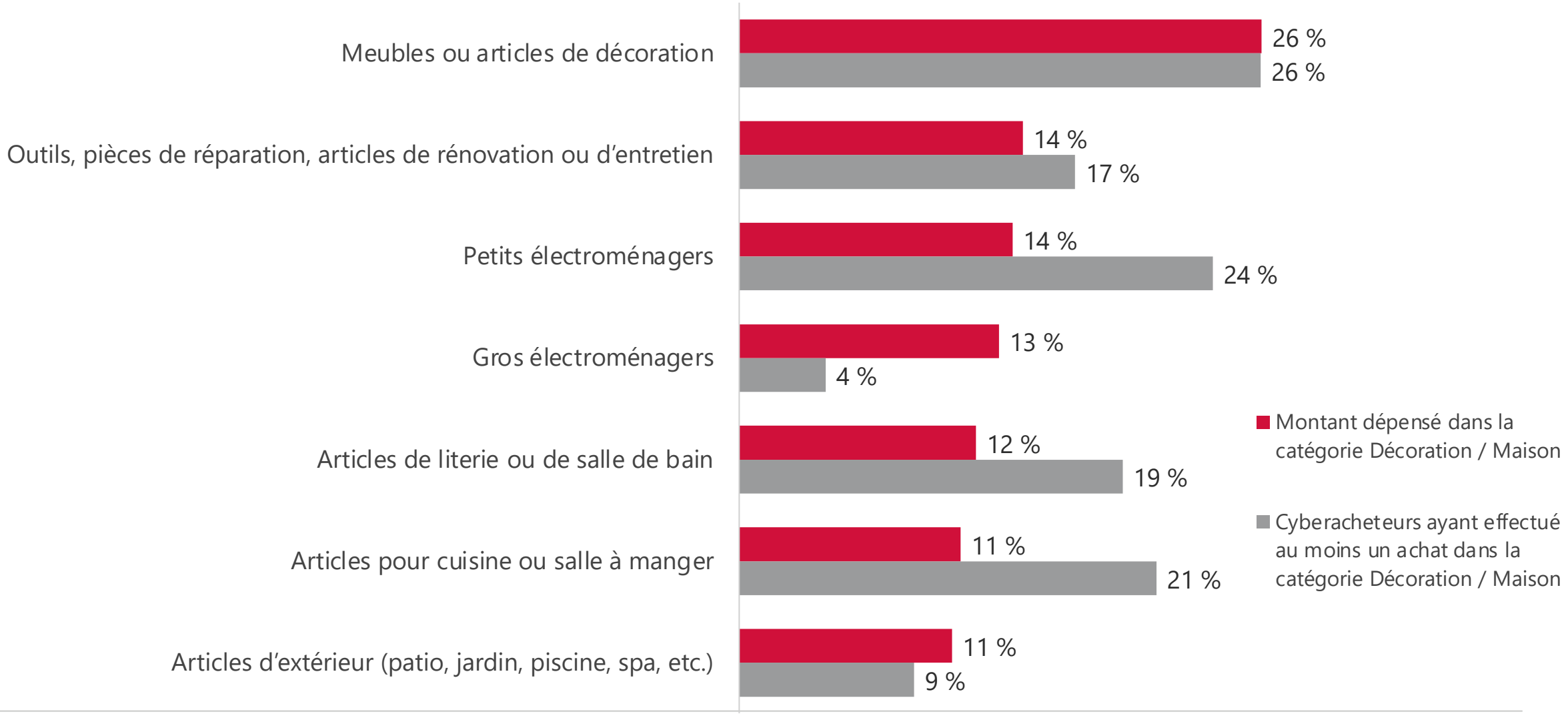
20 %

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
14 %	19 %	**20 %**

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?

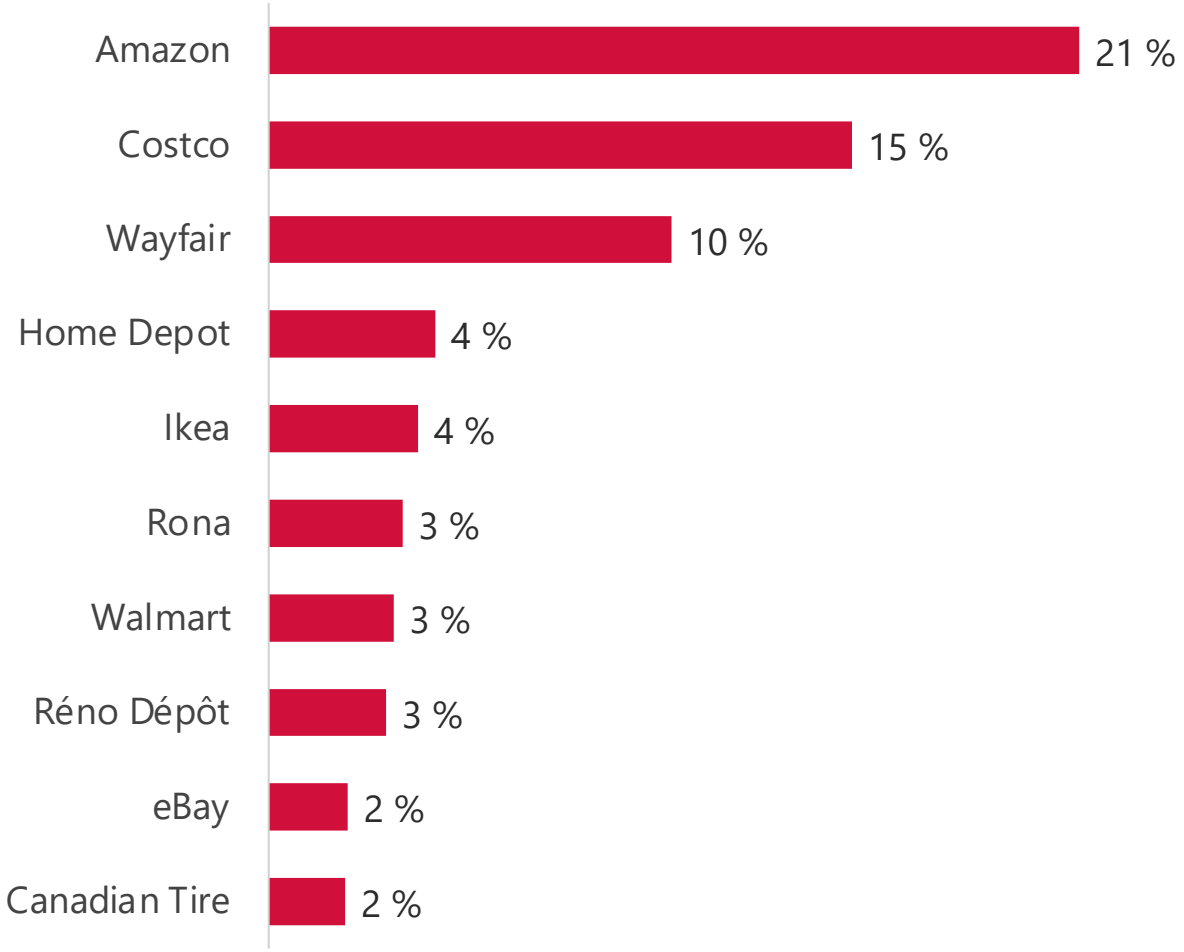


Base: Montant dépensé pour la catégorie Décoration / Maison (n = 253 278 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 1 137)

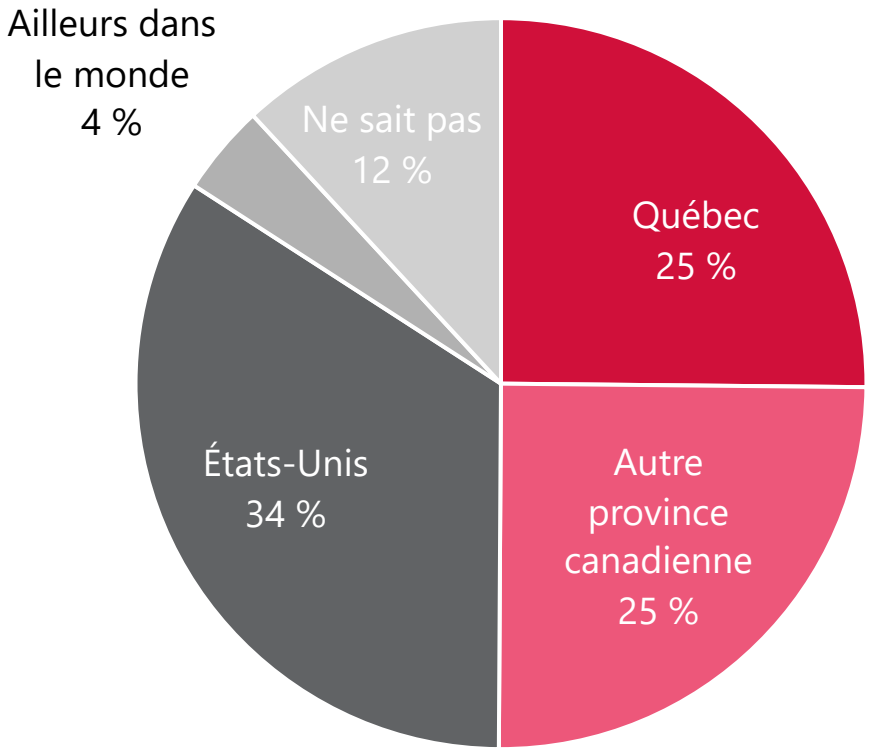
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top 10 des sites Web dans la catégorie



Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 234 420 $)

ANIMAUX ET SOIN POUR ANIMAUX

Animaux et soins pour animaux

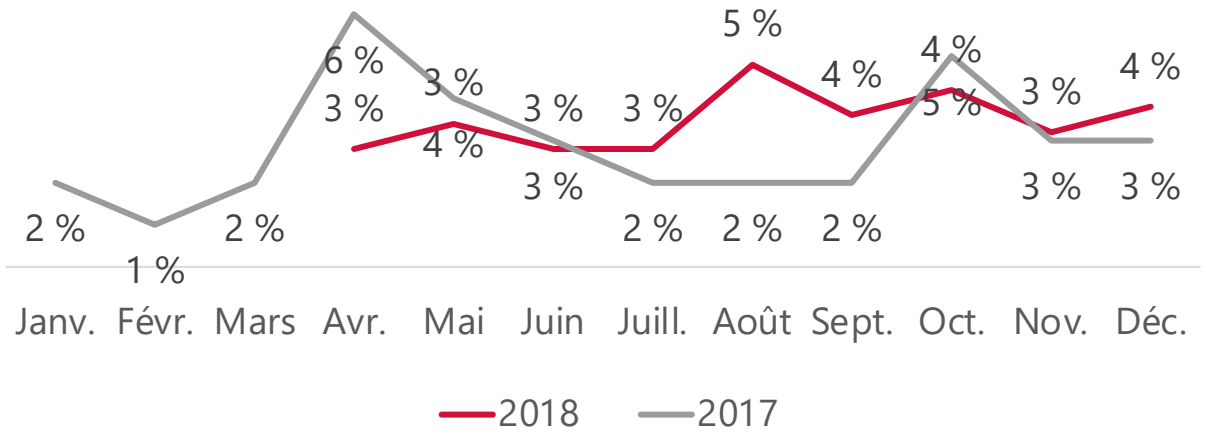
)#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

78 $
par transaction en moyenne

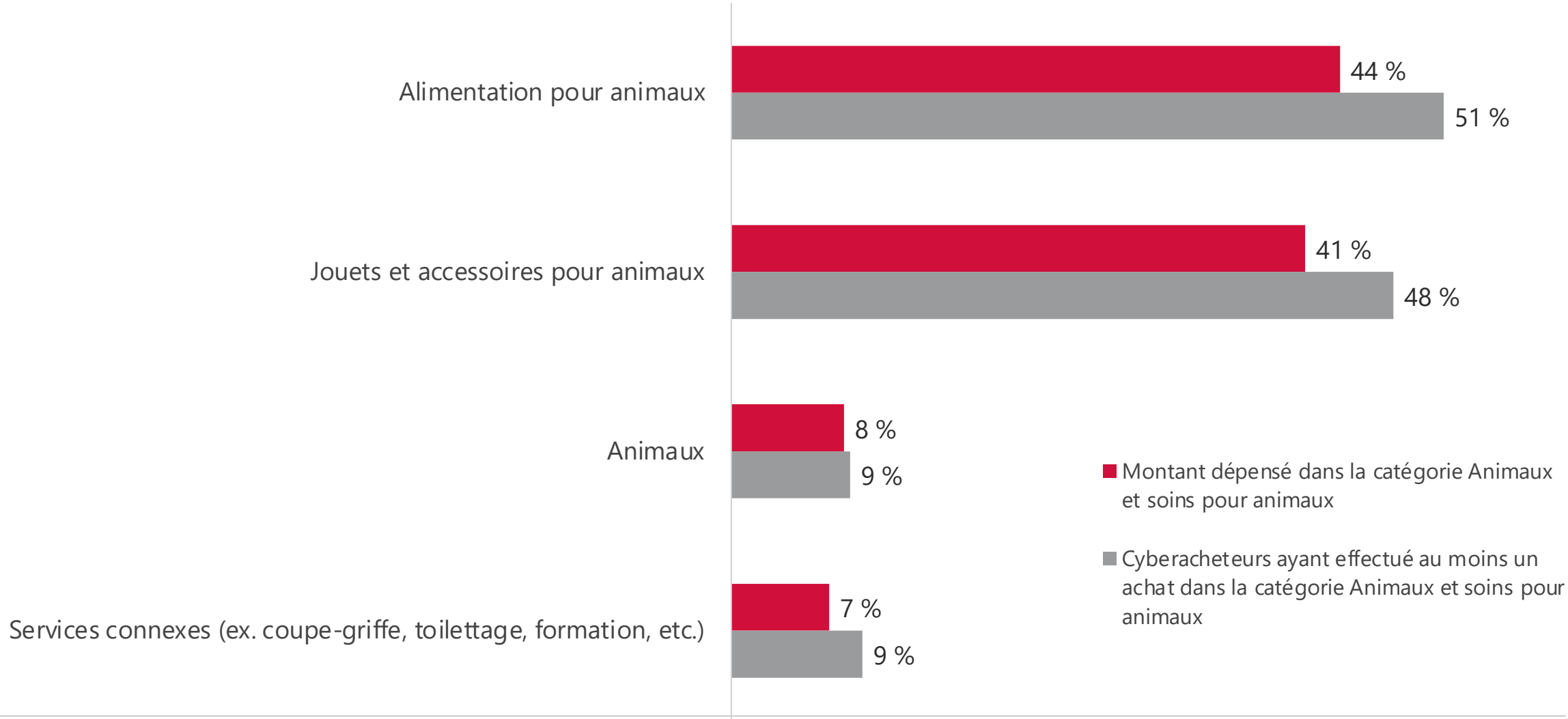
2 % **5 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
5 %	4 %	3 %

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu’est-ce qu’ils achètent exactement ?



Base: Montant dépensé pour la catégorie Animaux et soins pour animaux (n = 20 133 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 223)

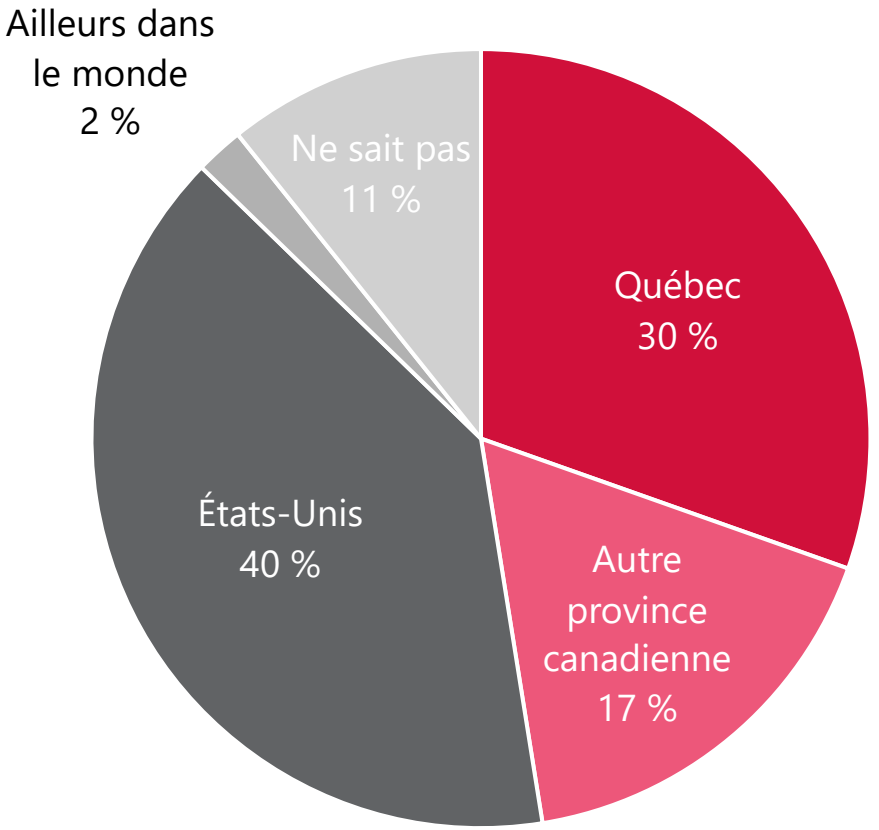
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top des sites Web dans la catégorie

(Données insuffisantes pour production d'une liste des sites Web pour cette catégorie)

Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 17 851 $)

ARTICLES POUR BÉBÉ

Articles pour bébés

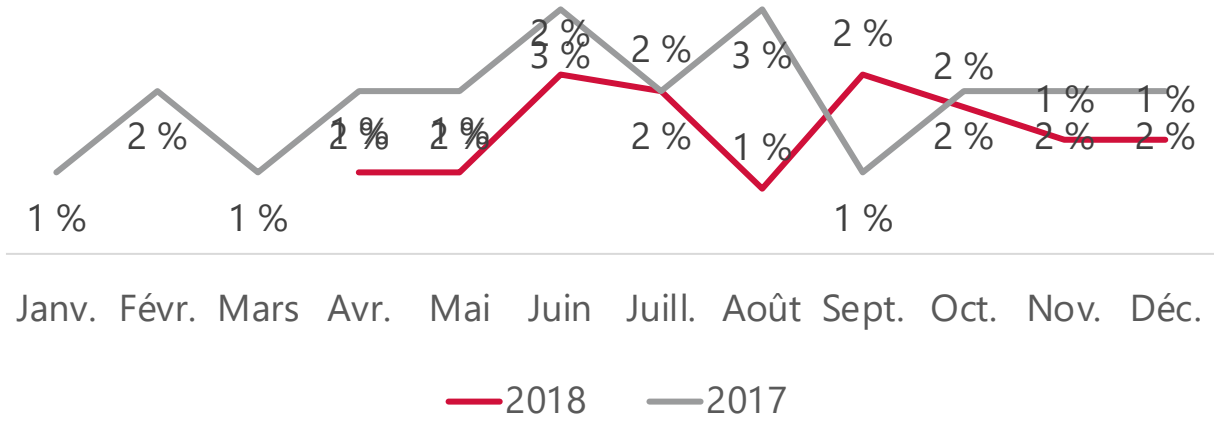
!#$ des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de cette catégorie

104 $
par transaction en moyenne

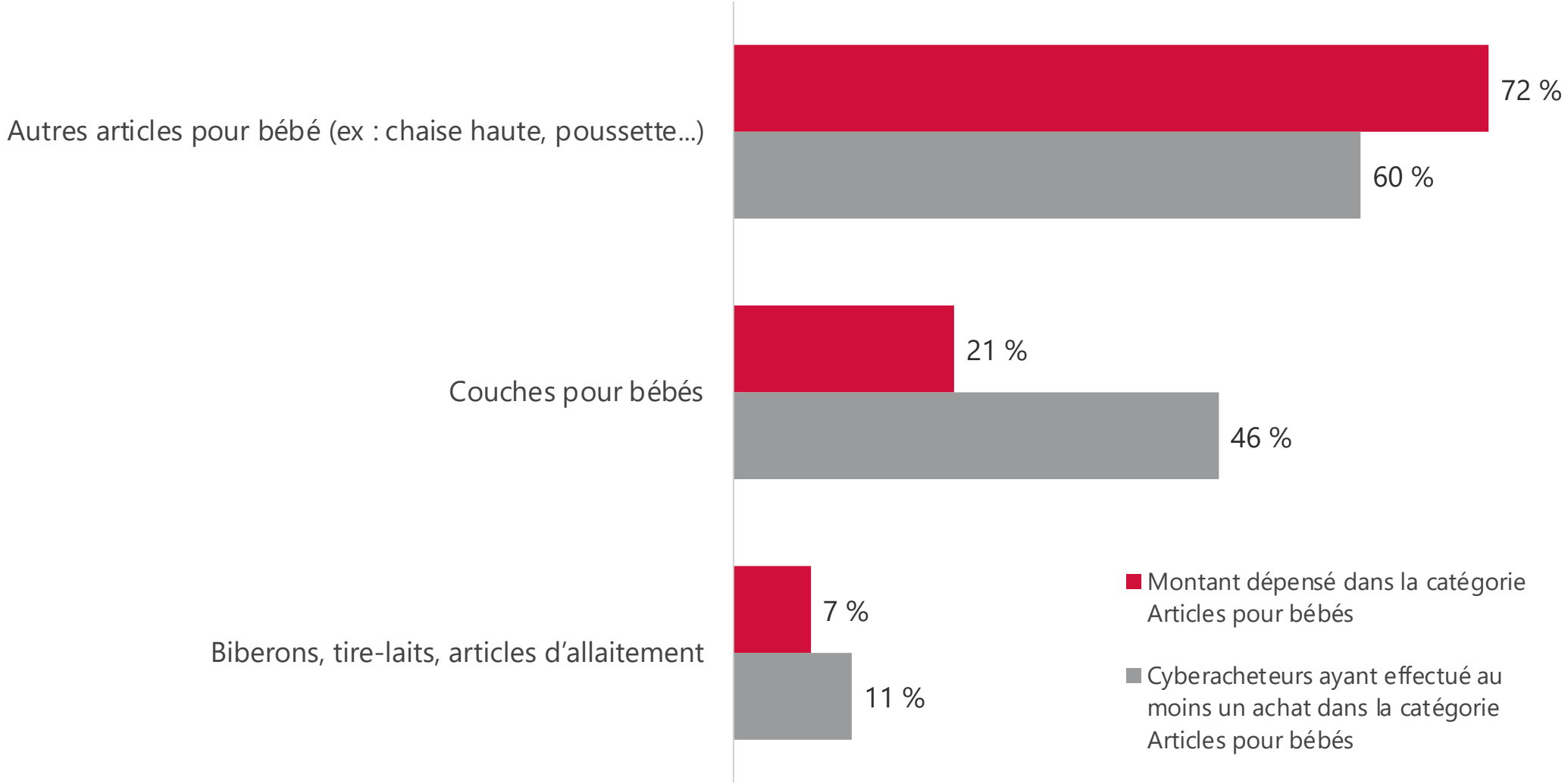
1 % **2 %**

18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
5 %	1 %	**1 %**

Variation du taux de cyberacheteurs ayant acheté au moins un article dans la catégorie



Qu'est-ce qu'ils achètent exactement ?



Base: Montant dépensé pour la catégorie Articles pour bébés (n = 11 184 $) et Cyberacheteurs dans la catégorie (n = 89)

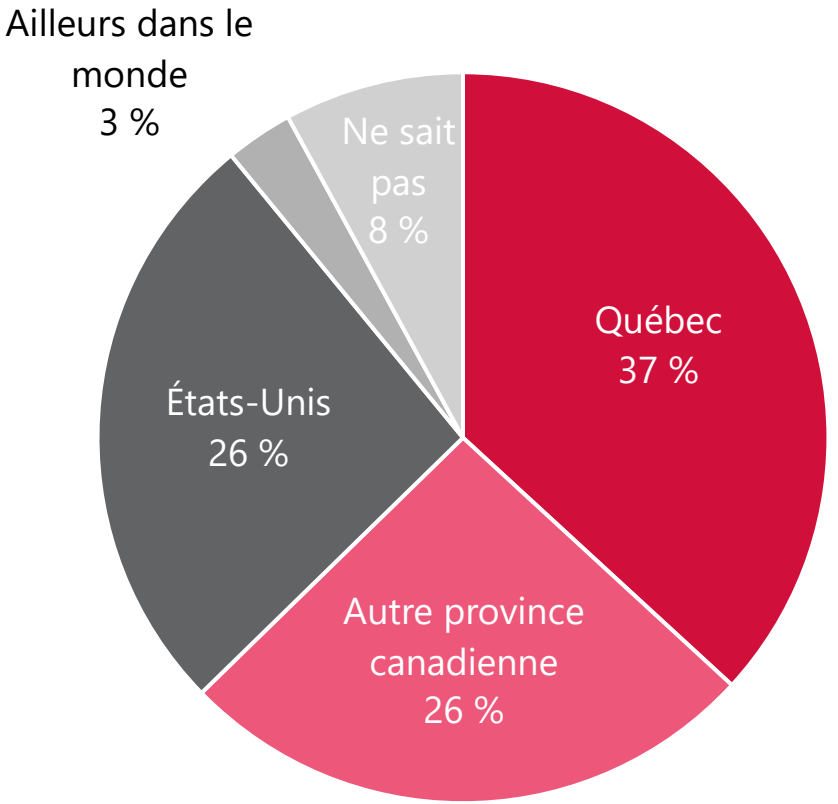
* Le total pour la base Cyberacheteurs est supérieur à 100 %, car plusieurs mentions possibles.

Sites Web sur lesquels les cyberacheteurs ont le plus dépensé et perception d'origine

Top des sites Web dans la catégorie

(Données insuffisantes pour production d'une liste des sites Web pour cette catégorie)

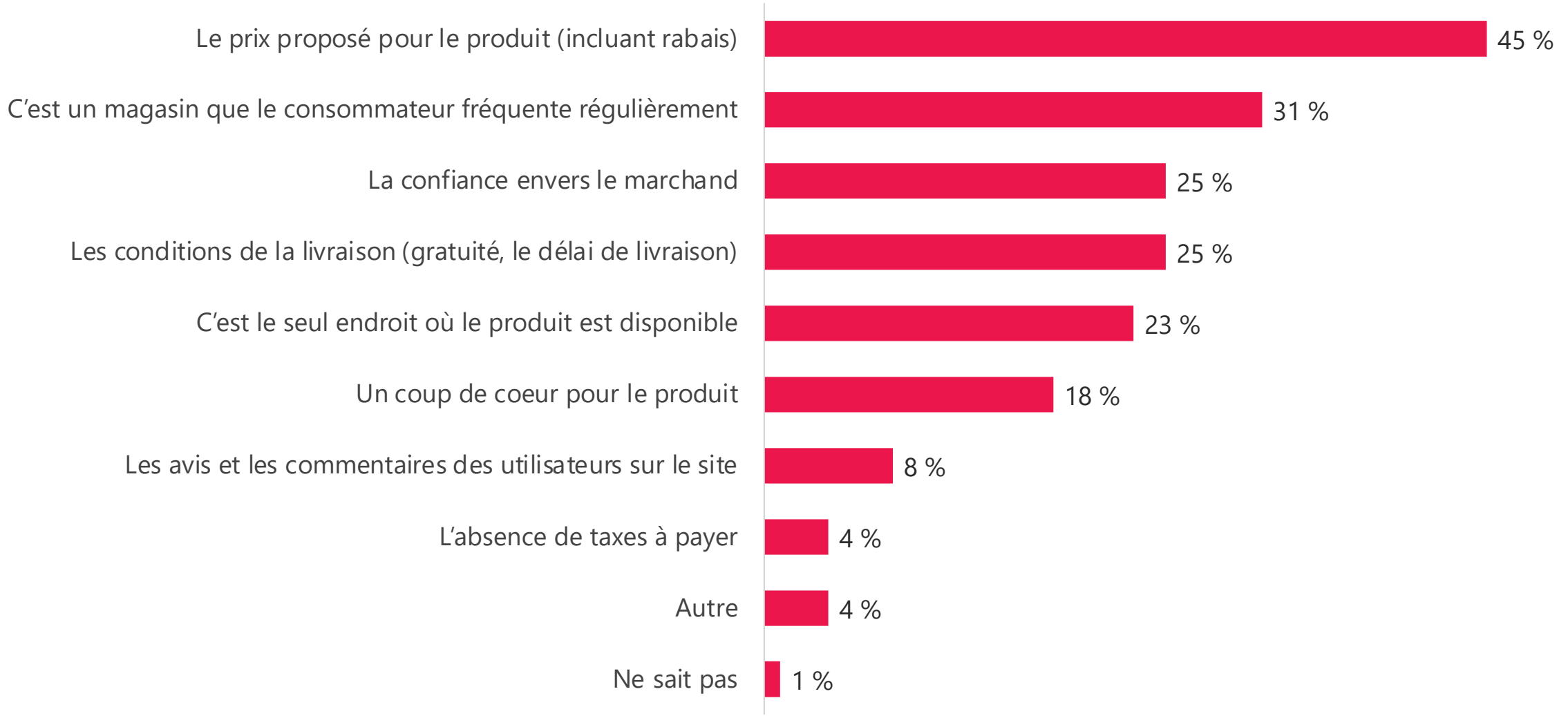
Perception d'origine des sites Web pour la catégorie



Base: Montant dépensé sur les sites Web dans cette catégorie (n = 10 331 $)

Motivations à acheter en ligne

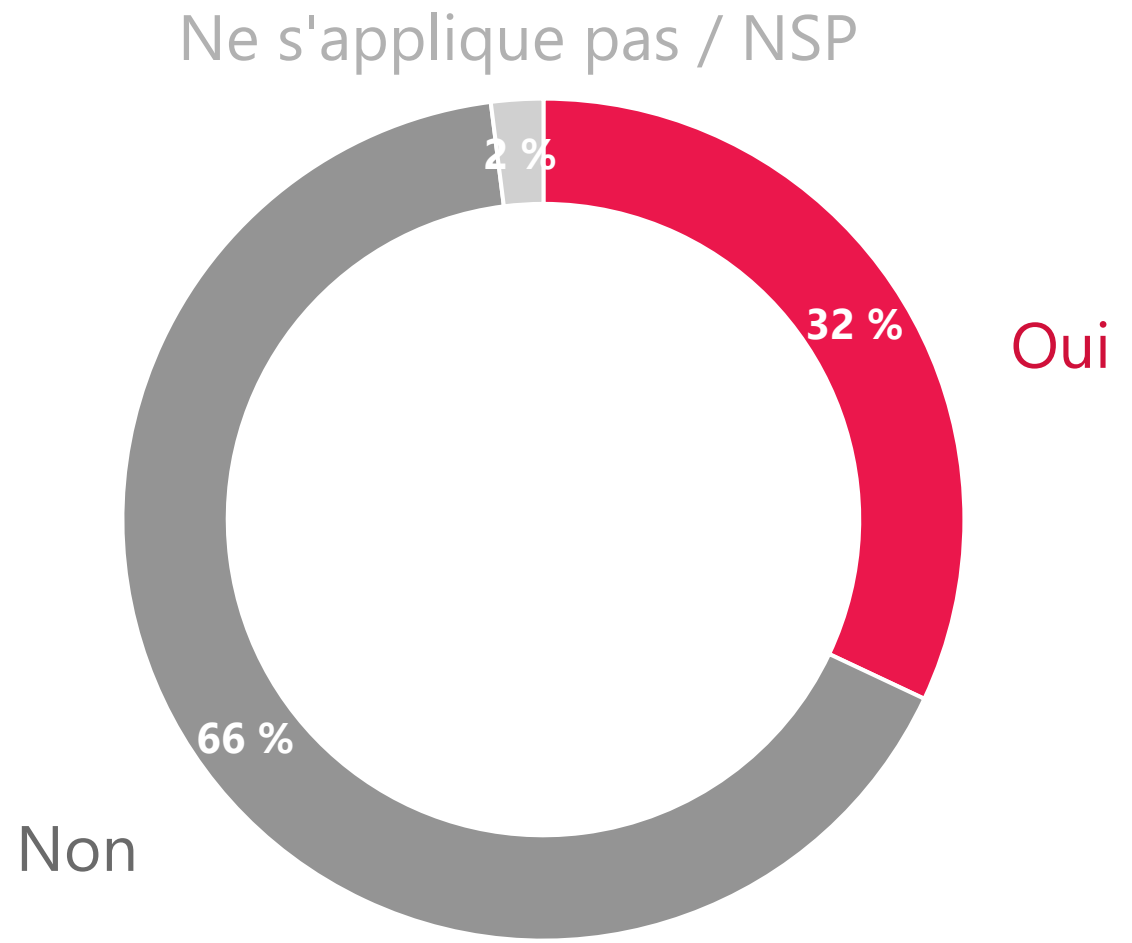
Motivations à acheter sur un site en particulier



Base : Transactions (n= 13 150)
Question : Et pour quelles raisons avez-vous fait cet achat sur ce site en particulier ? (plusieurs mentions possibles)

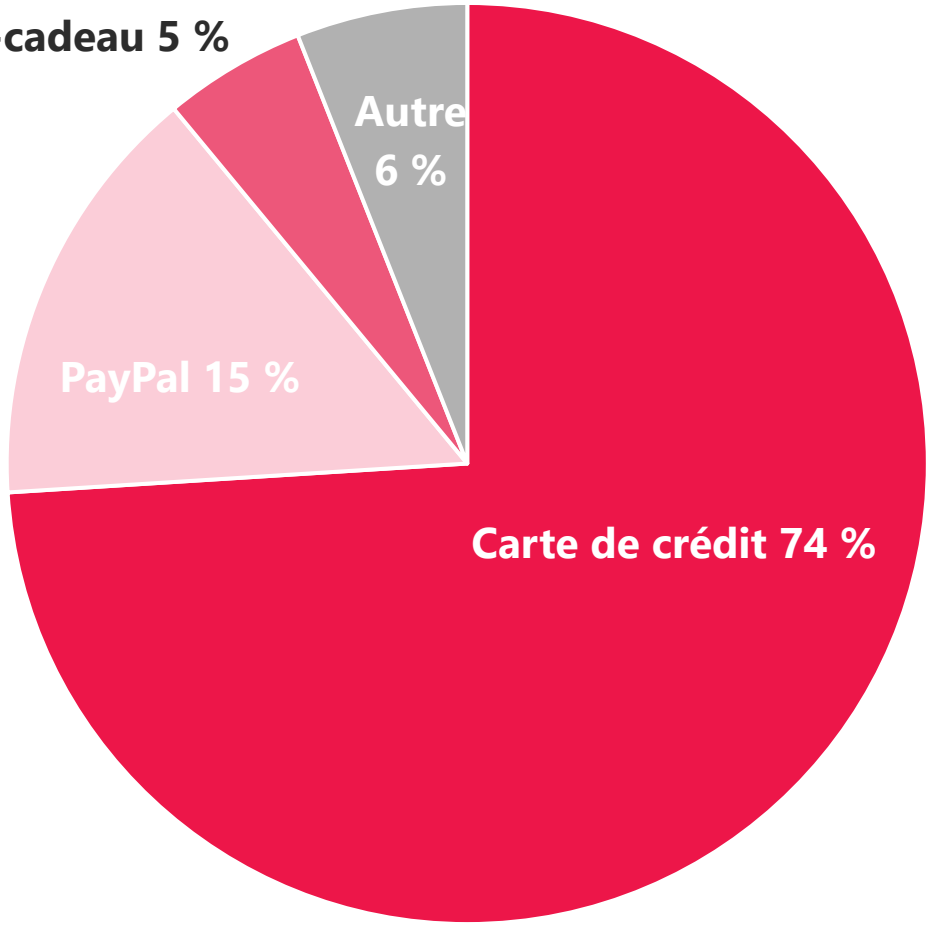
Frais de livraison, Modes de paiement & Taxes payées

Paient-ils des frais de livraison ?



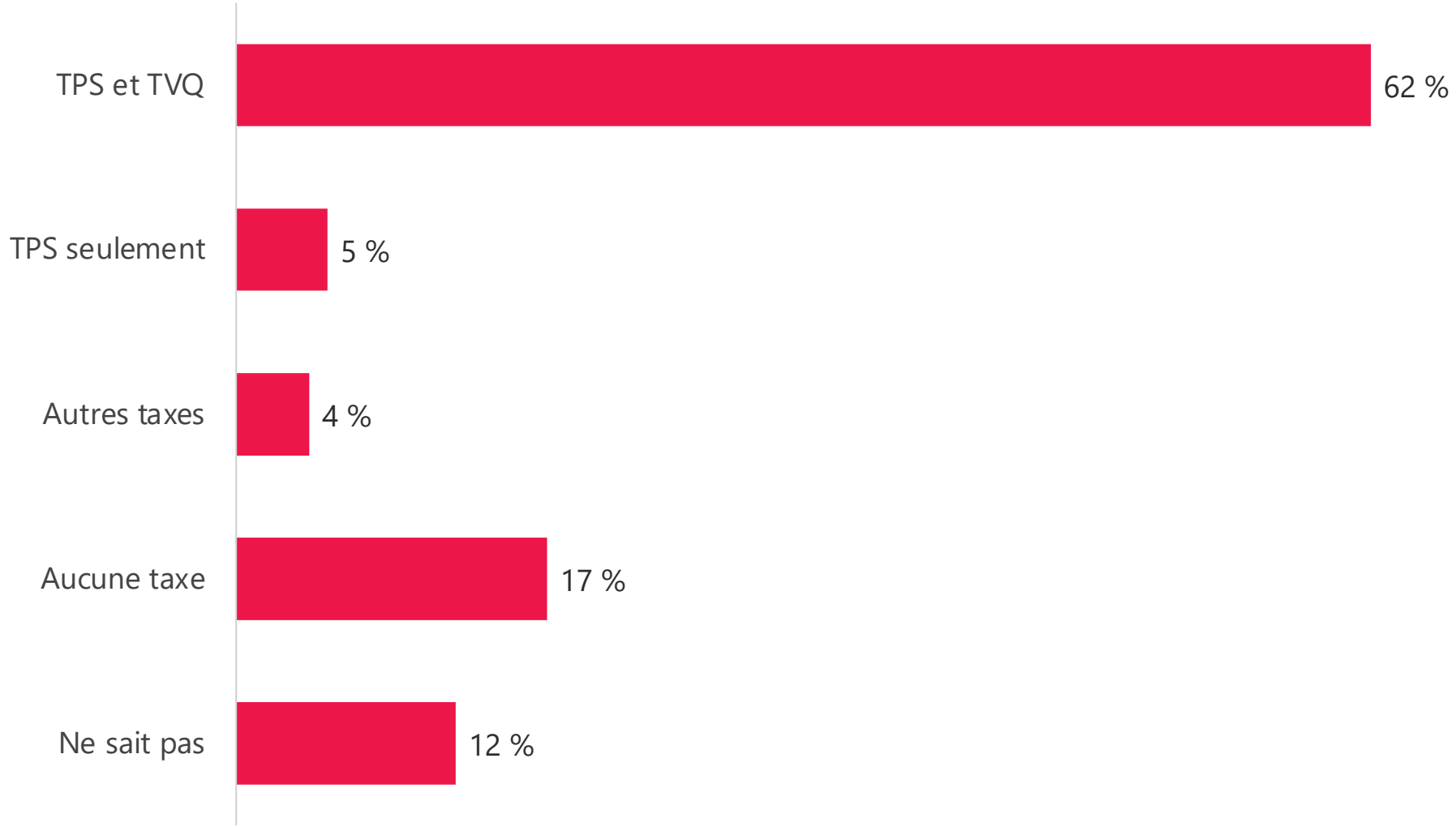
Base: Transactions nécessitant une livraison physique (effectuées sur Poste Canada, service de courrier, service de livraison par camion) (n= 9 401)

Quel mode de paiement utilisent-ils ?



Base : Transactions (n= 13 150)

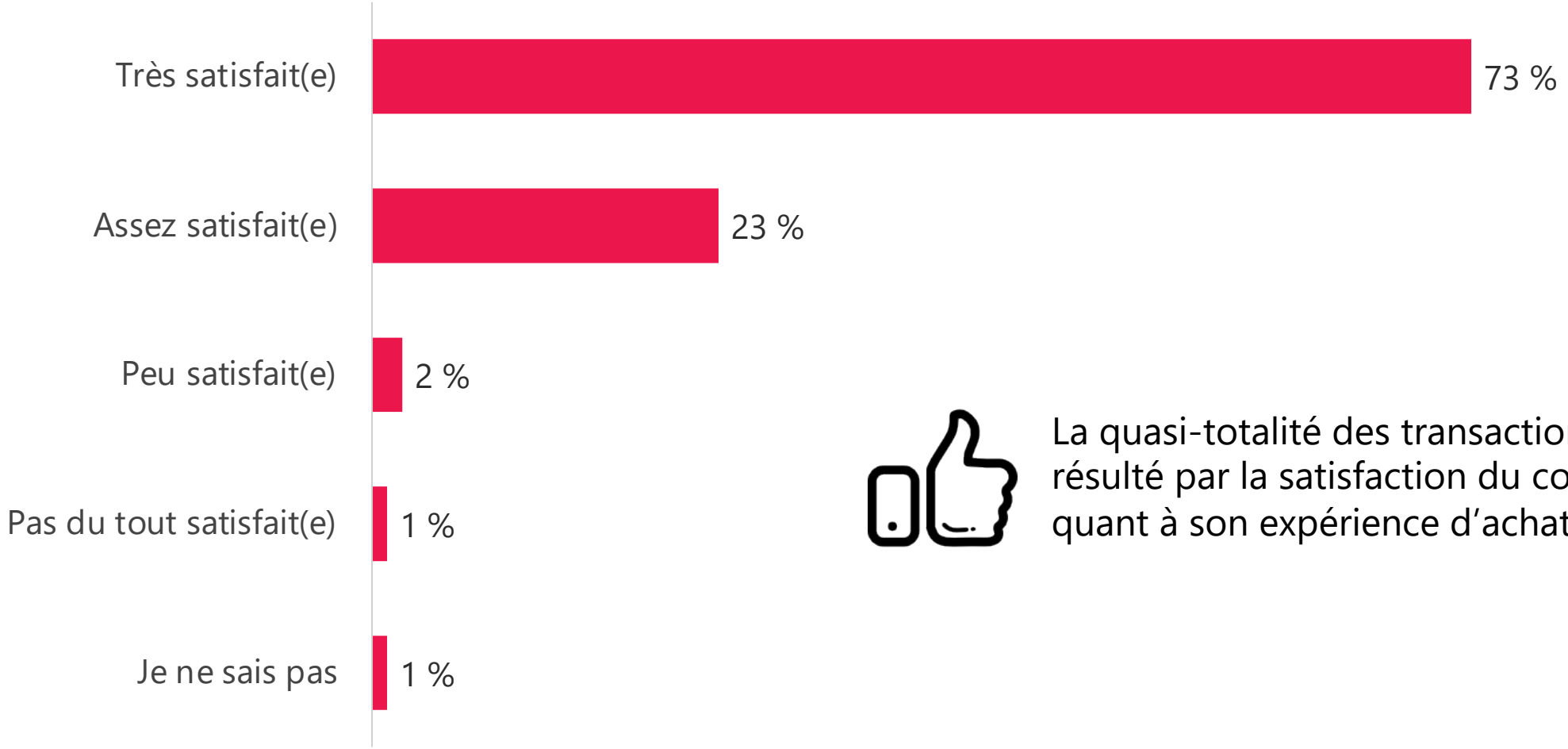
Payent-ils des taxes ?



Base : Transactions (n= 13 150)

Satisfaction – Achat en ligne

Satisfaction quant à l'expérience d'achat



La quasi-totalité des transactions (96 %) s'est résulté par la satisfaction du consommateur quant à son expérience d'achat

Base : Transactions (n= 13 150)
Question : En vous référant à votre expérience globale à l'égard de cet achat sur ce site, diriez-vous que vous avez été...?

Motifs d'insatisfaction quant à l'achat en ligne

Base : Transactions (n= 358)
Question : Pourquoi n´avez-vous pas été satisfait(e) à l´égard de cet achat en ligne ? (plusieurs mentions possibles)

Pour tout renseignement complémentaire :

Claire Bourget
Directrice principale de la recherche marketing
(514) 840-1245 poste 229

claire.bourget@cefrio.qc.ca

cefrio
L'EXPÉRIENCE DU NUMÉRIQUE