

NETendances

2023

Édition 2023

Volume 14

Numéro 06

Commerce électronique

ATN

Académie de la
transformation
numérique

Avec la collaboration de



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

Table des matières

Méthodologie	4
Faits saillants de l'enquête	5
1. Les cyberachats au Québec en 2023	6
1.1 Évolution du pourcentage d'adultes adeptes de cyberachats en 2023	6
1.2 Évolution mensuelle du pourcentage d'adultes adeptes de cyberachats et du montant dépensé en ligne.....	7
1.3 Estimation du montant des achats réalisés en ligne par les adultes québécois en 2023	8
1.4 Évolution du montant moyen annuel dépensé en ligne par les adultes adeptes de cyberachats au Québec en 2023.....	8
1.5 Utilisation des réseaux sociaux pour des recommandations sur des produits avant de faire des achats en ligne ou en magasin.....	10
1.6 Fréquence de ramassage des achats en ligne directement en magasin ou dans un centre de cueillette afin d'éviter de payer les frais de livraison	11
2. Les achats en ligne des adultes québécois dans trois grandes catégories de produits	13
2.1 Estimation du pourcentage des achats réalisés en ligne dans trois grandes catégories de produits.....	13
2.2 Achat et vente en ligne de produits de seconde main ou usagés.....	15
2.3 Plateformes utilisées pour faire l'achat et la vente en ligne de produits de seconde main ou usagés.....	17
3. Répartition des achats en ligne réalisés sur différents sites Web et applications mobiles	18
3.1 Estimation en pourcentage de la répartition des achats en dollars réalisés en ligne	18
3.2 Évolution du programme Amazon Prime chez les adultes et les adultes adeptes de cyberachats au Québec.....	21
4. Identification des produits québécois en ligne	22
4.1 Facilité à identifier en ligne les produits québécois	22
4.2 Perception du coût associé à l'achat des produits locaux.....	23
5. Options de paiement lors d'achats en ligne	24
5.1 Taux d'utilisation de l'option de paiement en ligne en plusieurs versements sans frais d'intérêt.....	24
5.2 Moyens de paiement utilisés pour faire des achats en ligne	25
6. Préoccupations à l'égard de certains enjeux associés aux achats en ligne	26
6.1 Niveau de préoccupation à l'égard de certains enjeux associés aux achats en ligne	26

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU QUÉBEC

L'enquête *NETendances 2023* 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 le gouvernement du Québec.

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget
Directrice intelligence d'affaires et recherche marketing

Jonathan Couturier
Consultant – recherche marketing

ÉQUIPE D'ÉDITION

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 : 2023
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.

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

Mentions de source : Freepik | Flaticon | Unsplash

MERCI AUX PARTENAIRES FINANCIERS DES ENQUÊTES NETENDANCES



Méthodologie

Pour réaliser le volet « *Le commerce électronique* » de l'enquête *NETendances 2023*, nous avons procédé à une collecte de données du 4 au 31 janvier 2024, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 028 adultes internautes du Québec de 18 ans et plus via le Web. À ces personnes répondantes 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 personnes répondantes afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1$ % 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 %.
- L'astérisque présenté dans les tableaux indique que la taille d'échantillon est trop petite ($n < 30$) pour afficher les résultats.

Faits saillants de l'enquête

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU QUÉBEC EN 2023

ACHATS EN LIGNE DES ADULTES DU QUÉBEC

74 % des adultes québécois ont personnellement réalisé des achats en ligne en 2023 (**comparable à 2022**)

Les résultats de l'enquête permettent d'estimer que le montant total des **achats en ligne** réalisés par les adultes du Québec en 2023 est de l'ordre de **17,8 milliards de dollars**, ce qui représente une **hausse de 8,80 %** depuis 2022 en dollars constants

La **valeur moyenne des achats** réalisés en ligne **mensuellement** en 2023 s'établit à **335,27 \$**, une **augmentation de 7,5 %** comparativement à 2022 (311,86 \$)

47 % des **adultes adeptes de cyberachats** affirment que la **valeur en dollars** de leurs achats réalisés en ligne **a augmenté en 2023** comparativement à l'année 2022

RÉPARTITION EN % DES ACHATS EN LIGNE

En 2023, les **adultes adeptes de cyberachats** répartissent de la manière suivante la valeur pécuniaire totale (100 %) de leurs achats en ligne sur les **sites Web** et **applications mobiles** :

- **Amazon** : (51 %) (+4 pts de % depuis 2022)
- **Marchands québécois** : (15 %) (-11 pts de % depuis 2022)
- **Autres marchands canadiens** : (16 %) (stable depuis 2022)
- **Autres marchands étrangers** : (18 %) (+6 pts de % depuis 2022)

Parmi les **adultes adeptes de cyberachats** ayant acheté en ligne auprès de **marchands québécois**, **41 %** affirment que la **valeur totale des achats qu'ils ont** réalisés sur ces sites provinciaux en 2023 **a augmenté**

PROPORTION DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE DANS TROIS CATÉGORIES DE PRODUITS EN 2023

En 2023, voici les proportions des achats des catégories de produits suivantes qui ont été **effectués en ligne** :

- **Vêtements, chaussures et accessoires** : 30 %
- **Produits d'épicerie** : 12 %
- **Produits de pharmacie** : 11 %

Notons que les **adultes adeptes de cyberachats** de **18 à 34 ans** ont été relativement **plus nombreux** en 2023 à acheter en ligne des produits de la catégorie **vêtements, chaussures et accessoires (36 %)** ainsi que de celle des **produits d'épicerie (16 %)**

ACHAT ET VENTE EN LIGNE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS EN 2023

44 % des **adultes adeptes de cyberachats au Québec** ont acheté en ligne des produits de **seconde main ou usagés (-12 pts de % depuis 2022)**

43 % des **adultes adeptes de cyberachats au Québec** ont vendu en ligne des produits de **seconde main ou usagés (-6 pts de % depuis 2022)**

ACHAT DE PRODUITS LOCAUX ET DIFFICULTÉ À IDENTIFIER LES PRODUITS QUÉBÉCOIS EN LIGNE

Le **tiers** des **adultes adeptes de cyberachats au Québec** considère, en 2023, que d'acheter des **produits locaux en ligne (36 %)** ou **en magasin (33 %)** est **toujours ou souvent trop cher** pour leur budget

De plus, **36 %** des **adultes adeptes de cyberachats au Québec** trouvent qu'il est **très ou assez difficile d'identifier les produits québécois** lorsqu'ils magasinent en ligne (**+9 pts de % depuis 2022**)

PRÉOCCUPATIONS LIÉES AUX ACHATS EN LIGNE

Une **majorité** d'adultes adeptes de cyberachats au Québec partagent en 2023 les **préoccupations** suivantes liées aux achats en ligne :

- Protection des données de transaction comme leur numéro de carte de crédit (**70 %**)
- Réutilisation de leurs données personnelles sans leur permission (**69 %**)
- Protection de leurs données personnelles (**69 %**)

UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR OBTENIR DES RECOMMANDATIONS SUR DES PRODUITS

34 % des **adultes adeptes de cyberachats au Québec** utilisent les **réseaux sociaux** pour recevoir des **recommandations sur des produits** avant d'en faire ensuite l'achat en ligne ou en magasin

Cette proportion s'établit à **61 %** chez les **adeptes de cyberachats de 18 à 24 ans**

RAMASSAGE EN MAGASIN OU EN CENTRE DE CUEILLETTE DES ACHATS FAITS EN LIGNE

Afin **d'éviter de payer les frais de livraison**, **32 %** des adultes adeptes de cyberachats au Québec pratiquent le ramassage en magasin de leurs achats faits en ligne et **23 %** le font en centre de cueillette

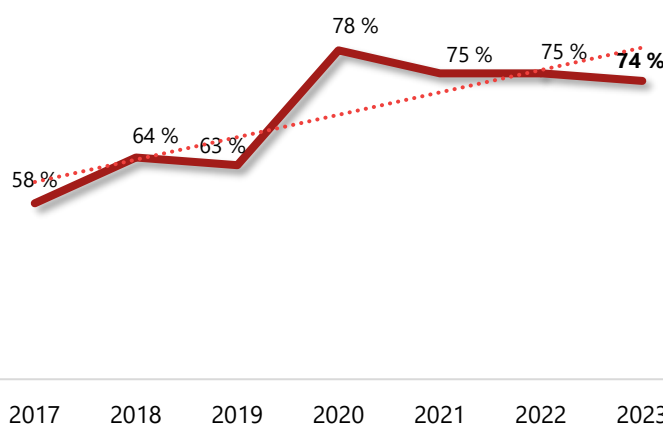
1. Les cyberachats au Québec en 2023

1.1 Évolution du pourcentage d'adultes adeptes de cyberachats en 2023

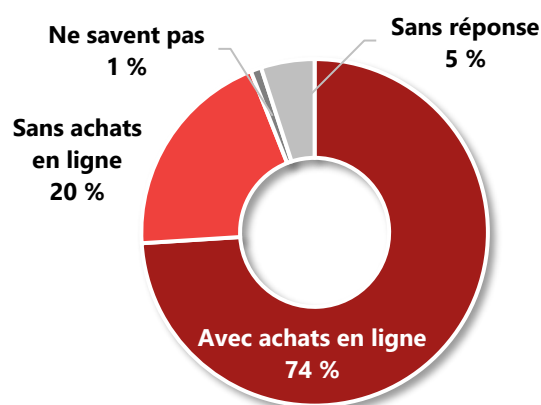
En 2023, ce sont 74 % des adultes québécois qui ont réalisé personnellement au moins un achat en ligne. Ce résultat est comparable à celui observé en 2022 et également à celui observé en 2021. On se souviendra que la hausse importante observée en 2020 était due au contexte de la pandémie. Au cours de l'année 2023, les adultes de 18 à 34 ans (87 % chez les 18 à 24 ans et 89 % chez les 25 à 34 ans), de même que les adultes diplômés d'études collégiales (85 %) ou universitaires (88 %) ainsi que les adultes dont le revenu familial annuel total est de 80 000 \$ et plus ont été significativement plus nombreux à avoir fait en ligne des achats.

Notre étude indique aussi que la proportion d'adultes québécois n'ayant pas réalisé d'achats en ligne en 2023 s'établit à 20 %. Cette proportion est plus élevée chez les adultes de 65 à 74 ans (27 %) et de 75 ans et plus (36 %), de même qu'auprès des adultes ayant obtenu un diplôme de niveau primaire ou secondaire (27 %).

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE D'ADULTES ADEPTES DE CYBERACHATS



POURCENTAGE D'ADULTES AYANT ACHETÉ EN LIGNE EN 2023



Base : adultes québécois (n=1 087 en 2023)

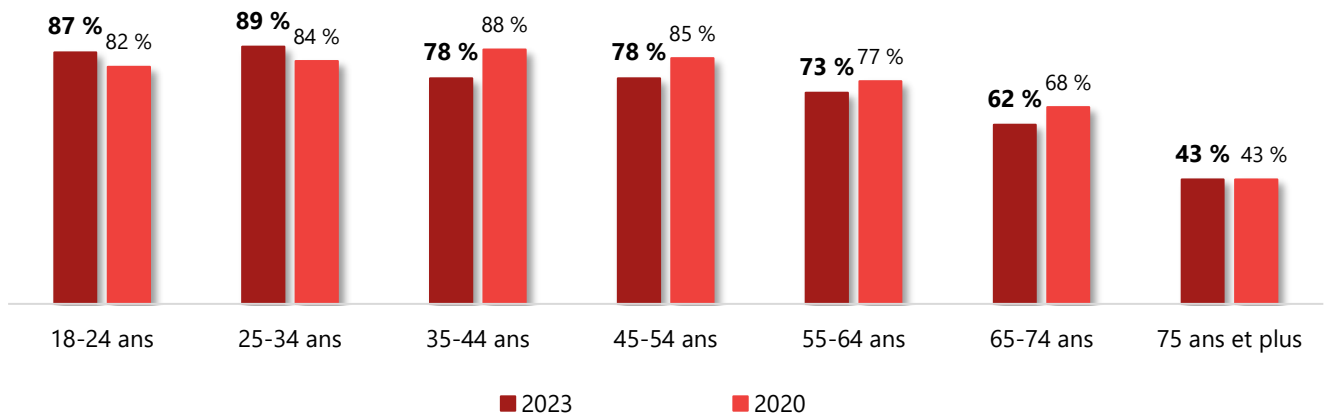
Question : Au cours de l'année 2023, soit de janvier à décembre 2023, avez-vous réalisé personnellement un ou des achats sur Internet, incluant aussi des achats sur des applications mobiles et des abonnements à des services en ligne comme Netflix ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Avec achat en ligne	74 %	77 %	71 %	87 %	89 %	78 %	78 %	73 %	62 %	43 %
Sans achat en ligne	20 %	17 %	22 %	11 %	10 %	21 %	17 %	20 %	27 %	36 %
Ne savent pas	1 %	0 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Sans réponse	5 %	6 %	5 %	0 %	0 %	1 %	2 %	7 %	11 %	20 %

Parmi les adultes québécois	Total 2023	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
Avec achat en ligne	74 %	63 %	85 %	88 %	54 %	66 %	76 %	81 %	91 %	88 %
Sans achat en ligne	20 %	27 %	14 %	11 %	24 %	24 %	23 %	18 %	9 %	12 %
Ne savent pas	1 %	1 %	0 %	0 %	4 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Sans réponse	5 %	9 %	1 %	1 %	19 %	9 %	1 %	1 %	0 %	0 %

Lorsqu'on analyse l'évolution de la proportion d'adultes adeptes de cyberachats entre 2020 et 2023 selon les groupes d'âge, on constate qu'elle a augmenté de 5 points de pourcentage au cours de cette période chez les 18 à 24 ans et chez les 25 à 34 ans, mais qu'elle a diminué chez les groupes suivants : 35 à 44 ans (-10 points de pourcentage), 45 à 54 ans (-7 points de pourcentage), 55 à 64 ans (-4 points de pourcentage) et 65 à 74 ans (-6 points de pourcentage). Quant aux adultes de 75 ans et plus, on remarque que cette proportion est demeurée identique entre 2020 et 2023, s'établissant toujours à 43 %.

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE D'ADULTES ADEPTES DE CYBERACHATS ENTRE 2020 ET 2023



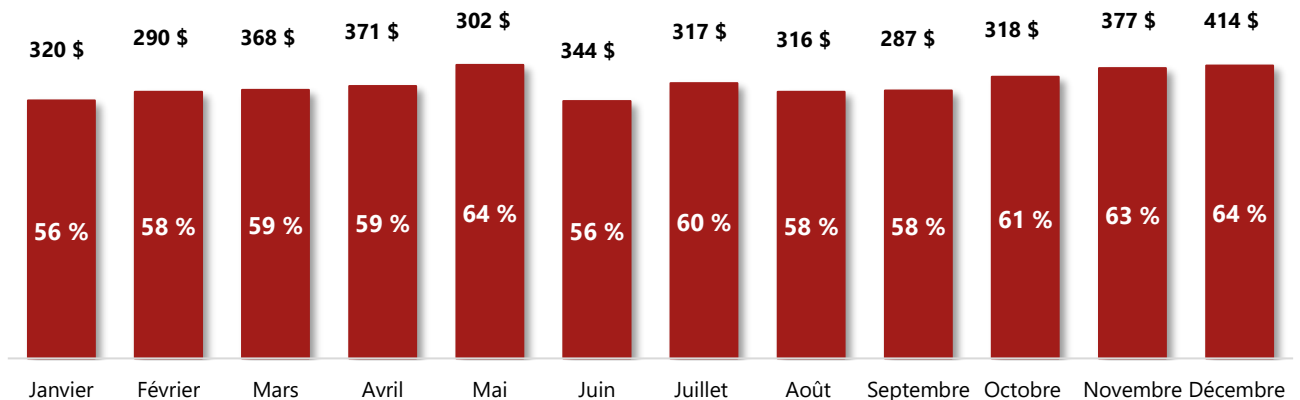
Base : adultes québécois (n=1 087 en 2023 et 1 600 en 2020)

Question : Au cours de l'année 2023, soit de janvier à décembre 2023, avez-vous réalisé personnellement un ou des achats sur Internet, incluant aussi des achats sur des applications mobiles et des abonnements à des services en ligne comme Netflix ?

1.2 Évolution mensuelle du pourcentage d'adultes adeptes de cyberachats et du montant dépensé en ligne

Au cours de l'année 2023, ce sont en moyenne 60 % des adultes québécois qui ont acheté en ligne mensuellement, soit une proportion comparable à celle observée en 2022, qui s'établissait à 61 %. Pour l'année 2023, les mois de janvier et de juin sont ceux pour lesquels on a observé la plus faible proportion d'adultes ayant effectué des achats en ligne, soit 56 %. Et c'est en mai et en décembre qu'ont été observés les pourcentages les plus élevés d'adultes adeptes de cyberachats, soit 64 %. Quant à la valeur moyenne des achats réalisés en ligne mensuellement en 2023, elle s'établit à 335,27 \$, ce qui représente une augmentation de 7,5 % comparativement au montant moyen enregistré en 2022, qui était alors de 311,86 \$.

ÉVOLUTION MENSUELLE EN 2023 DU POURCENTAGE D'ADULTES QUÉBÉCOIS AYANT ACHETÉ EN LIGNE ET VALEUR MOYENNE DU MONTANT DÉPENSÉ EN LIGNE (\$)



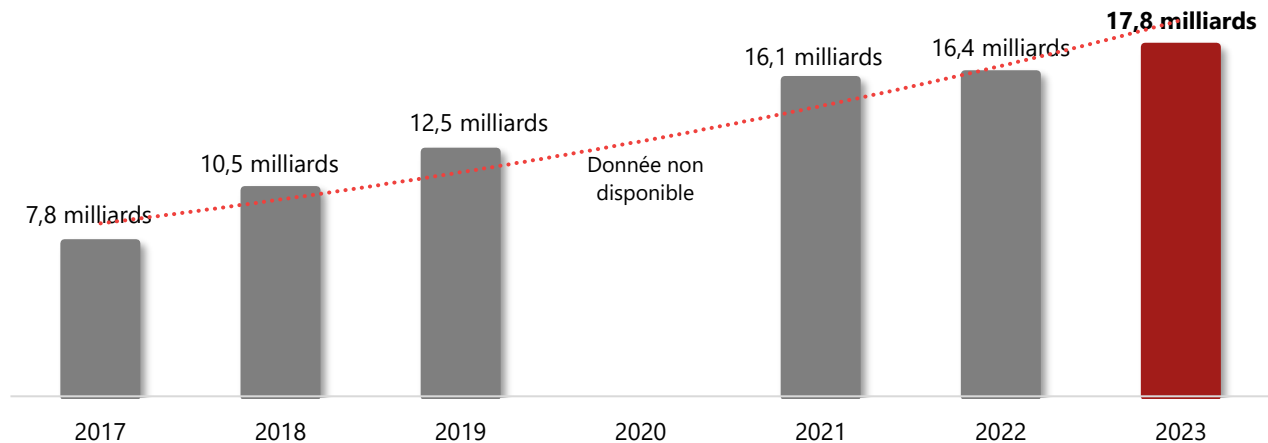
Base : adultes québécois (n=1 087 en 2023) et adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : Au cours du mois dernier, avez-vous réalisé personnellement un ou des achats sur Internet, incluant aussi des achats sur des applications mobiles et des abonnements à des services en ligne comme Netflix ? Question : Quel a été le montant total de l'ensemble de vos achats sur Internet au mois dernier, incluant vos achats sur des applications mobiles et vos abonnements à des services en ligne comme Netflix ?

1.3 Estimation du montant des achats réalisés en ligne par les adultes québécois en 2023

En considérant la proportion d'adultes adeptes de cyberachats au Québec, selon les différents groupes d'âge et le montant dépensé mensuellement au cours de l'année, nous estimons que le montant total des achats réalisés en ligne en 2023 par les adultes québécois est de l'ordre de 17,8 milliards de dollars. En 2022, cette estimation (calculée selon la même méthode) était de l'ordre de 16,4 milliards de dollars. Calculé sur la base de dollars constants, l'écart entre ces deux années est donc de 8,80 %.

ÉVOLUTION DE L'ESTIMATION EN DOLLARS DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE PAR LES ADULTES QUÉBÉCOIS (2017 à 2023)



Base : adultes québécois (n=1 087 en 2023) et adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

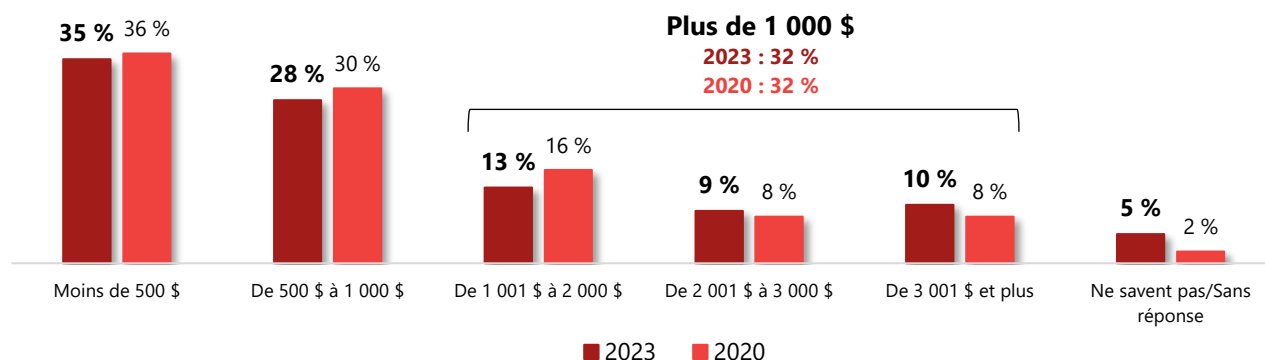
Question : Au cours du mois dernier, avez-vous réalisé personnellement un ou des achats sur Internet, incluant aussi des achats sur des applications mobiles et des abonnements à des services en ligne comme Netflix ? Question : Quel a été le montant total de l'ensemble de vos achats sur Internet au mois dernier, incluant vos achats sur des applications mobiles et vos abonnements à des services en ligne comme Netflix ?

1.4 Évolution du montant moyen annuel dépensé en ligne par les adultes adeptes de cyberachats au Québec en 2023

On constate aussi que le montant moyen annuel dépensé en ligne par les adultes adeptes de cyberachats au Québec a augmenté en 2023 comparativement à 2020. En effet, les adultes adeptes de cyberachats estiment avoir dépensé en ligne un montant moyen de 1 139 \$ en 2023, alors qu'il s'établissait à 1 048 \$ en 2020, soit une hausse de 9 % durant cette période. Encore une fois, on peut déduire que cette hausse est probablement le résultat des effets inflationnistes de l'économie québécoise et canadienne.

Plus spécifiquement, en 2023, 35 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec estiment à moins de 500 \$ le montant total de leurs achats réalisés personnellement en ligne. Cela inclut les achats faits sur des applications mobiles et des abonnements à des services en ligne comme Netflix. Toujours pour la même période, 28 % des adultes adeptes de cyberachats représentant un deuxième segment estiment que le montant total de leurs achats en ligne est de 500 \$ à 1 000 \$. Pour le troisième segment, ce sont 32 % des adultes adeptes de cyberachats qui estiment, quant à eux, que ce montant est de plus de 1 000 \$. D'ailleurs, notons que ces résultats sont tous comparables avec ceux observés en 2020.

ÉVOLUTION DU MONTANT MOYEN ANNUEL DÉPENSÉ EN LIGNE PAR LES ADULTES ADEPTES DE CYBERACHATS AU QUÉBEC ENTRE 2020 et 2023



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023 et 1 246 en 2020)

Question : Au cours de l'année complète de 2023, à combien estimez-vous le montant total de vos achats réalisés sur Internet, incluant vos achats sur des applications mobiles et vos abonnements à des services en ligne comme Netflix ?

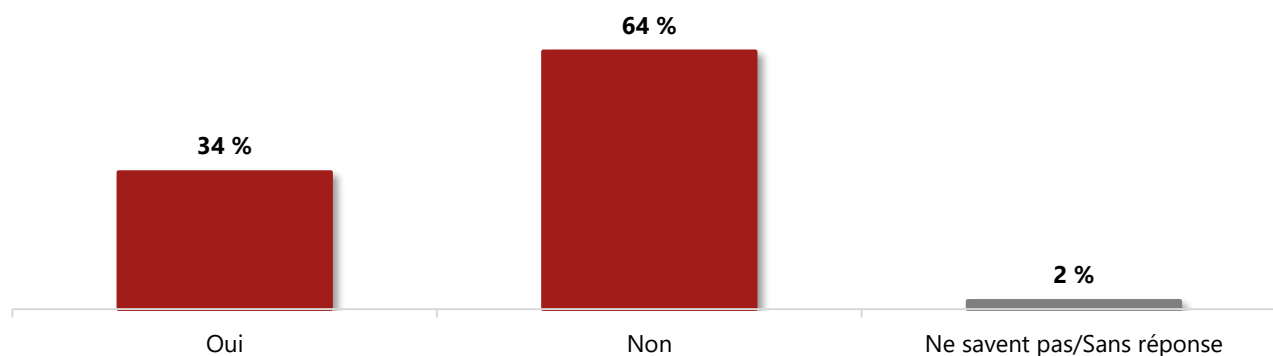
Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Moins de 500 \$	35 %	32 %	38 %	37 %	33 %	15 %	39 %	40 %	46 %	48 %
De 500 \$ à 1 000 \$	28 %	33 %	22 %	28 %	31 %	31 %	23 %	28 %	24 %	25 %
De 1 001 \$ à 2 000 \$	13 %	12 %	14 %	11 %	11 %	25 %	16 %	8 %	8 %	9 %
De 2 001 \$ à 3 000 \$	9 %	11 %	7 %	11 %	10 %	10 %	4 %	14 %	9 %	4 %
3 001 \$ et plus	10 %	8 %	13 %	13 %	10 %	15 %	13 %	9 %	6 %	4 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	4 %	5 %	0 %	6 %	4 %	7 %	1 %	7 %	10 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Moins de 500 \$	35 %	41 %	37 %	26 %	50 %	46 %	43 %	38 %	26 %	17 %
De 500 \$ à 1 000 \$	28 %	30 %	25 %	26 %	29 %	30 %	33 %	28 %	23 %	28 %
De 1 001 \$ à 2 000 \$	13 %	8 %	18 %	17 %	6 %	11 %	12 %	14 %	17 %	17 %
De 2 001 \$ à 3 000 \$	9 %	11 %	10 %	7 %	1 %	4 %	6 %	8 %	21 %	12 %
3 001 \$ et plus	10 %	4 %	9 %	20 %	9 %	4 %	6 %	10 %	9 %	23 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	6 %	2 %	4 %	5 %	6 %	1 %	2 %	3 %	3 %

1.5 Utilisation des réseaux sociaux pour des recommandations sur des produits avant de faire des achats en ligne ou en magasin

En 2023, ce sont 34 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec qui utilisent les réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram pour recevoir des recommandations sur des produits avant d'en faire ensuite l'achat en ligne ou en magasin. Les femmes (38 %), les adultes de 18 à 24 ans (61 %), ceux de 25 à 34 ans (46 %) et ceux de 35 à 44 ans (52 %), de même que les adultes diplômés d'études universitaires (40 %) sont relativement plus nombreux à utiliser les réseaux sociaux de cette manière. Notons que cette utilisation des réseaux sociaux est aussi présente en France (voir l'encadré au bas de la page).

UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR DES RECOMMANDATIONS SUR DES PRODUITS AVANT DE FAIRE DES ACHATS EN LIGNE OU EN MAGASIN



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : Généralement, utilisez-vous les réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram pour des recommandations sur des produits avant d'en faire ensuite l'achat en ligne ou en magasin ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Oui	34 %	29 %	38 %	61 %	46 %	52 %	33 %	14 %	11 %	0 %
Non	64 %	69 %	59 %	38 %	47 %	46 %	65 %	85 %	88 %	100 %
Ne savent pas/Sans réponse	2 %	2 %	2 %	0 %	7 %	1 %	2 %	1 %	1 %	0 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Oui	34 %	29 %	33 %	40 %	39 %	23 %	40 %	33 %	40 %	37 %
Non	64 %	67 %	65 %	59 %	60 %	74 %	58 %	67 %	59 %	63 %
Ne savent pas/Sans réponse	2 %	3 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	0 %	0 %	0 %

EN FRANCE, TROIS RÉSEAUX SOCIAUX INFLUENCENT LES ACHATS

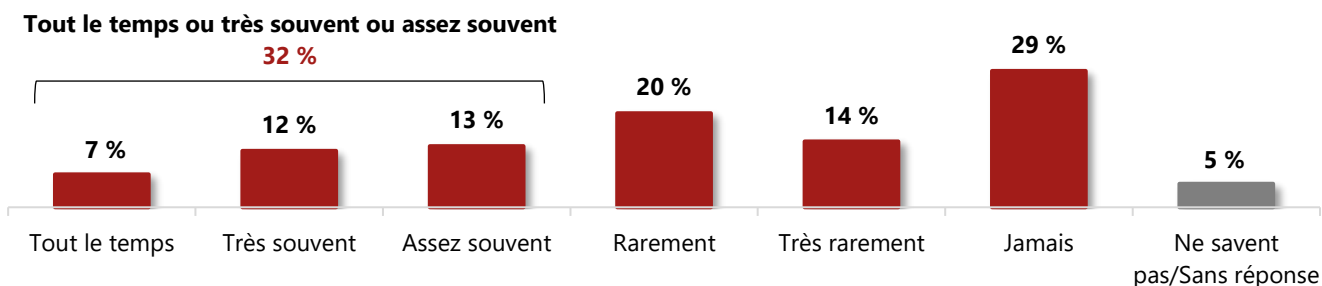
Les résultats d'une étude de la firme TGI montrent que Facebook est le réseau social qui permet le mieux de découvrir des produits, services ou marques jusqu'alors méconnus pour 43 % des Français de 15 ans et plus, devant YouTube (31 %), Instagram (30 %) et TikTok (14 %). C'est également Facebook, YouTube et Instagram qu'on retrouve en tête lorsque les Français déclarent être amenés à se rendre dans un magasin qui propose un produit, un service ou une marque, ou encore quand ils citent les réseaux sociaux qui influencent le plus leurs achats à très court terme.

Source : « Facebook, YouTube et Instagram sont les plateformes les plus influentes sur les décisions d'achat et celles qui renforcent le plus la relation entre les marques et les consommateurs, selon la dernière étude TGI de Kantar Media », TGI, novembre 2023, <https://www.kantar.com/fr/actualites-presse/2023-nouveautes-tgi-2023r2>

1.6 Fréquence de ramassage des achats en ligne directement en magasin ou dans un centre de cueillette afin d'éviter de payer les frais de livraison

En 2023, 32 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec récupèrent tout le temps, très ou assez souvent leurs achats en ligne directement en magasin afin d'éviter de payer les frais de livraison. C'est d'ailleurs davantage le cas des femmes (35 %), des adultes de 18 à 24 ans (37 %), de 25 à 34 ans (41 %) et de 35 à 44 ans (40 %), de même que des adultes diplômés d'études universitaires (38 %).

FRÉQUENCE DE RAMASSAGE EN MAGASIN DES PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE POUR ÉVITER D'AVOIR À PAYER LES FRAIS DE LIVRAISON



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

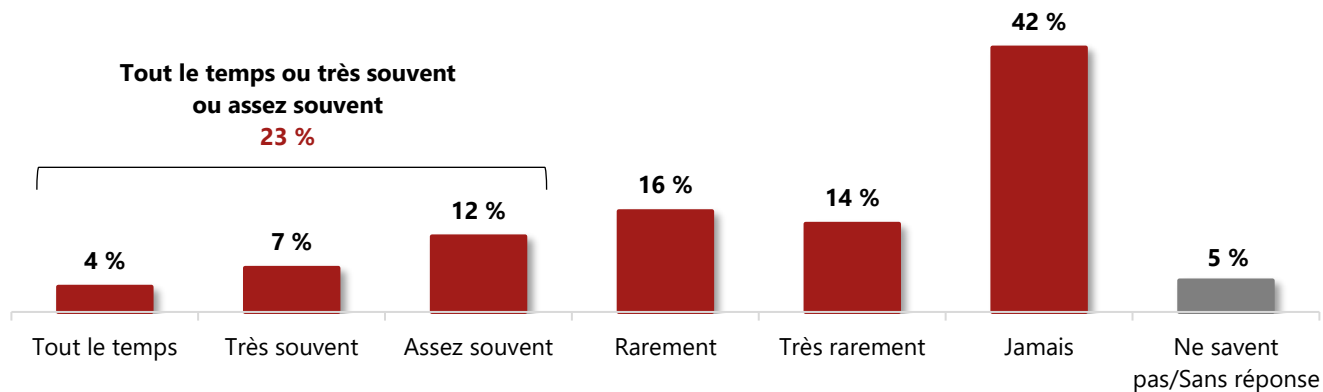
Question : Généralement, lorsque vous faites des achats en ligne, à quelle fréquence allez-vous récupérer le ou les produits achetés directement en magasin pour éviter d'avoir à payer les frais de livraison ?

DIRECTEMENT EN MAGASIN Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
TOTAL TOUT LE TEMPS OU TRÈS SOUVENT OU ASSEZ SOUVENT	32 %	29 %	35 %	37 %	41 %	40 %	28 %	27 %	20 %	14 %
Tout le temps	7 %	5 %	9 %	4 %	11 %	7 %	5 %	10 %	3 %	4 %
Très souvent	12 %	11 %	12 %	15 %	16 %	14 %	11 %	7 %	11 %	3 %
Assez souvent	13 %	12 %	14 %	18 %	14 %	19 %	13 %	11 %	6 %	7 %
RAREMENT + TRÈS RAREMENT	34 %	35 %	33 %	41 %	34 %	36 %	34 %	33 %	36 %	21 %
Rarement	20 %	20 %	21 %	27 %	21 %	19 %	18 %	21 %	18 %	18 %
Très rarement	14 %	15 %	13 %	14 %	13 %	18 %	16 %	12 %	17 %	3 %
Jamais	29 %	29 %	29 %	17 %	18 %	21 %	27 %	39 %	41 %	58 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	7 %	3 %	4 %	7 %	3 %	11 %	1 %	4 %	7 %

DIRECTEMENT EN MAGASIN Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
TOTAL TOUT LE TEMPS OU TRÈS SOUVENT OU ASSEZ SOUVENT	32 %	23 %	39 %	38 %	37 %	32 %	30 %	32 %	33 %	31 %
Tout le temps	7 %	7 %	7 %	7 %	12 %	7 %	7 %	9 %	11 %	4 %
Très souvent	12 %	8 %	17 %	14 %	13 %	11 %	11 %	11 %	11 %	11 %
Assez souvent	13 %	9 %	16 %	17 %	12 %	14 %	12 %	12 %	11 %	17 %
RAREMENT + TRÈS RAREMENT	34 %	32 %	30 %	40 %	31 %	25 %	36 %	37 %	39 %	39 %
Rarement	20 %	20 %	18 %	23 %	24 %	14 %	19 %	27 %	25 %	21 %
Très rarement	14 %	13 %	12 %	17 %	8 %	10 %	17 %	9 %	15 %	18 %
Jamais	29 %	35 %	29 %	21 %	28 %	32 %	31 %	30 %	24 %	28 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	9 %	1 %	1 %	4 %	12 %	3 %	0 %	4 %	1 %

Qui plus est, dans une moindre mesure, ce sont 23 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec en 2023 qui vont tout le temps, très ou assez souvent récupérer leurs achats en ligne dans un centre de cueillette afin d'éviter de payer les frais de livraison. Les adultes de 18 à 24 ans (31 %) et de 25 à 34 ans (37 %), de même que les adultes diplômés d'études universitaires (28 %) sont plus nombreux à opter pour ce type de livraison de leurs produits achetés en ligne. Tout compte fait, que ce soit directement au magasin ou dans un centre de cueillette, on constate qu'une proportion non négligeable d'adultes adeptes de cyberachats au Québec en 2023 tentent d'économiser sur les frais de livraison lors d'achats en ligne. C'est d'ailleurs un phénomène qui est également observé en Europe (voir encadré à la page suivante).

FRÉQUENCE DE RAMASSAGE EN CENTRE DE CUEILLETTE DES PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE POUR ÉVITER D'AVOIR À PAYER LES FRAIS DE LIVRAISON



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : Généralement, lorsque vous faites des achats en ligne, à quelle fréquence allez-vous récupérer le ou les produits achetés dans un centre de cueillette pour éviter d'avoir à payer les frais de livraison ?

DANS UN CENTRE DE CUEILLETTE Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	TOTAL TOUT LE TEMPS OU TRÈS SOUVENT OU ASSEZ SOUVENT	23 %	22 %	24 %	31 %	37 %	28 %	18 %	16 %	13 %
Tout le temps	4 %	3 %	5 %	2 %	5 %	6 %	3 %	6 %	1 %	2 %
Très souvent	7 %	6 %	8 %	10 %	11 %	10 %	6 %	4 %	5 %	1 %
Assez souvent	12 %	13 %	10 %	19 %	22 %	12 %	9 %	6 %	7 %	3 %
RAREMENT + TRÈS RAREMENT	30 %	34 %	26 %	36 %	32 %	37 %	28 %	29 %	25 %	21 %
Rarement	16 %	17 %	15 %	23 %	15 %	20 %	15 %	13 %	14 %	11 %
Très rarement	14 %	17 %	12 %	13 %	17 %	17 %	13 %	15 %	11 %	10 %
Jamais	42 %	39 %	45 %	29 %	26 %	33 %	44 %	53 %	61 %	65 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	4 %	5 %	3 %	5 %	2 %	10 %	3 %	1 %	8 %

DANS UN CENTRE DE CUEILLETTE Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
	TOTAL TOUT LE TEMPS OU TRÈS SOUVENT OU ASSEZ SOUVENT	23 %	18 %	26 %	28 %	25 %	25 %	21 %	28 %	20 %
Tout le temps	4 %	3 %	5 %	5 %	5 %	3 %	6 %	9 %	2 %	3 %
Très souvent	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %	10 %	6 %	8 %	6 %	8 %
Assez souvent	12 %	9 %	14 %	14 %	13 %	11 %	9 %	10 %	12 %	12 %
RAREMENT + TRÈS RAREMENT	30 %	28 %	30 %	34 %	26 %	25 %	34 %	30 %	34 %	33 %
Rarement	16 %	13 %	19 %	18 %	16 %	17 %	20 %	14 %	15 %	14 %
Très rarement	14 %	15 %	11 %	16 %	9 %	8 %	13 %	15 %	19 %	19 %
Jamais	42 %	47 %	42 %	36 %	41 %	43 %	42 %	40 %	44 %	44 %
Ne savent pas/Sans réponse	5 %	7 %	1 %	2 %	8 %	8 %	3 %	2 %	1 %	1 %

LE COÛT DE LIVRAISON : UN CRITÈRE CLÉ LORS D'UN CYBERACHAT

Selon une étude des firmes Octopia et Ipsos menée dans plusieurs pays européens, 85 % des personnes qui achètent en ligne considèrent qu'une mauvaise expérience de livraison les ferait renoncer à commander à nouveau sur le site marchand concerné. L'étude montre aussi que le délai de livraison constitue le facteur le plus déterminant dans le parcours de commande des cyberacheteurs et cyberacheteuses sur les marchés européens. Également, le prix de la livraison reste un élément essentiel : 36 % des personnes interrogées citent le coût de la livraison comme un critère déterminant pour leur achat parmi les 16 critères proposés. Il s'agit même du critère le plus fédérateur (32 % en Allemagne, 38 % en France).

Source : « E-commerce : 85 % des acheteurs renonceraient à commander à nouveau sur un site marchand suite à une mauvaise expérience de livraison », avril 2022, Octopia et Ipsos, <https://www.ipsos.com/fr-fr/enquete-ipsos-octopia-ecommerce-livraison?>

2. Les achats en ligne des adultes québécois dans trois grandes catégories de produits

2.1 Estimation du pourcentage des achats réalisés en ligne dans trois grandes catégories de produits

On a demandé aux adultes adeptes de cyberachats au Québec d'estimer en pourcentage la répartition de leurs achats réalisés en ligne en 2023 dans les trois grandes catégories de produits suivantes : les vêtements, chaussures et accessoires; les produits d'épicerie; les produits de pharmacie. Nos résultats font ressortir que, du montant total des achats de vêtements, chaussures et accessoires durant toute l'année 2023, ce sont, en moyenne, 30 % qui ont été dépensés en ligne. Notons que ce résultat est plus élevé chez les adultes de 18 à 34 ans (36 %) comparativement aux adultes de 35 à 54 ans (32 %) ou à ceux de 55 ans et plus (23 %). Du côté des produits d'épicerie, ce sont en moyenne 12 % du montant total dépensé pour ces produits durant toute l'année 2023 qui ont été effectués en ligne, un comportement davantage présent chez les 18 à 34 ans (16 %) et les 35 à 54 ans (15 %). Enfin, pour les produits de pharmacie, ce sont en moyenne 11 % du montant total dépensé pour ces produits durant toute l'année 2023 qui ont été effectués en ligne.

ESTIMATION DE LA RÉPARTITION EN POURCENTAGE DU MONTANT (\$) DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE DANS DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE PRODUITS EN 2023

CATÉGORIES DE PRODUITS	2023	18 à 34 ANS	35 à 54 ANS	55 ANS ET PLUS
	\$	\$	\$	\$
VÊTEMENTS, CHAUSSURES ET ACCESSOIRES	30 %	36 %	32 %	23 %
PRODUITS D'ÉPICERIE	12 %	16 %	15 %	7 %
PRODUITS DE PHARMACIE	11 %	13 %	11 %	9 %

Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : Quel est le pourcentage (%) du montant total de vos achats ... c) en vêtements, chaussures et accessoires, a) en produits d'épicerie, b) en produits de pharmacie que vous estimez avoir fait en ligne durant toute l'année 2023 ?

VÊTEMENTS, CHAUSSURES ET ACCESSOIRES

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Aucun	19 %	24 %	15 %	5 %	8 %	11 %	19 %	32 %	33 %	39 %
1 % à 25 %	32 %	38 %	26 %	26 %	32 %	28 %	37 %	36 %	36 %	17 %
26 % à 50 %	22 %	21 %	23 %	35 %	30 %	30 %	20 %	15 %	6 %	13 %
51 % à 75 %	6 %	5 %	6 %	10 %	8 %	6 %	5 %	3 %	3 %	4 %
76 % à 100 %	10 %	5 %	15 %	6 %	9 %	12 %	8 %	8 %	17 %	6 %
Ne savent pas	11 %	7 %	15 %	18 %	13 %	12 %	10 %	5 %	5 %	21 %
MOYENNE	30 %	23 %	37 %	37 %	36 %	37 %	26 %	22 %	27 %	19 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	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
Aucun	19 %	21 %	18 %	18 %	30 %	15 %	21 %	25 %	19 %	14 %
1 % à 25 %	32 %	29 %	39 %	32 %	20 %	36 %	37 %	33 %	28 %	36 %
26 % à 50 %	22 %	23 %	19 %	22 %	15 %	22 %	16 %	18 %	29 %	28 %
51 % à 75 %	6 %	4 %	5 %	9 %	4 %	5 %	5 %	7 %	4 %	6 %
76 % à 100 %	10 %	8 %	10 %	12 %	11 %	6 %	8 %	8 %	15 %	10 %
Ne savent pas	11 %	14 %	9 %	8 %	18 %	14 %	13 %	8 %	4 %	6 %
MOYENNE	30 %	28 %	29 %	33 %	28 %	27 %	26 %	27 %	34 %	31 %

PRODUITS D'ÉPICERIE

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Aucun	49 %	55 %	44 %	38 %	30 %	36 %	53 %	66 %	72 %	57 %
1 % à 25 %	21 %	20 %	22 %	19 %	30 %	23 %	20 %	17 %	15 %	16 %
26 % à 50 %	10 %	11 %	9 %	15 %	17 %	17 %	4 %	1 %	6 %	6 %
51 % à 75 %	3 %	2 %	3 %	1 %	1 %	6 %	3 %	4 %	0 %	0 %
76 % à 100 %	3 %	2 %	4 %	1 %	4 %	2 %	6 %	4 %	0 %	2 %
Ne savent pas	14 %	10 %	17 %	26 %	17 %	14 %	13 %	7 %	7 %	19 %
MOYENNE	12 %	10 %	14 %	14 %	17 %	17 %	12 %	9 %	4 %	8 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	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
Aucun	49 %	52 %	52 %	44 %	37 %	44 %	56 %	51 %	52 %	51 %
1 % à 25 %	21 %	15 %	25 %	26 %	15 %	17 %	18 %	21 %	22 %	29 %
26 % à 50 %	10 %	9 %	7 %	12 %	11 %	10 %	8 %	8 %	15 %	8 %
51 % à 75 %	3 %	3 %	1 %	3 %	3 %	5 %	0 %	1 %	6 %	1 %
76 % à 100 %	3 %	4 %	3 %	2 %	12 %	4 %	4 %	0 %	1 %	2 %
Ne savent pas	14 %	16 %	12 %	12 %	20 %	18 %	13 %	17 %	4 %	9 %
MOYENNE	12 %	12 %	10 %	13 %	25 %	15 %	11 %	8 %	13 %	9 %

PRODUITS DE PHARMACIE

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Aucun	51 %	55 %	47 %	45 %	30 %	38 %	59 %	62 %	69 %	63 %
1 % à 25 %	24 %	23 %	24 %	20 %	36 %	34 %	19 %	17 %	15 %	11 %
26 % à 50 %	6 %	6 %	6 %	7 %	6 %	7 %	3 %	8 %	6 %	5 %
51 % à 75 %	2 %	3 %	1 %	0 %	4 %	3 %	1 %	1 %	1 %	0 %
76 % à 100 %	3 %	3 %	3 %	1 %	4 %	1 %	3 %	5 %	3 %	3 %
Ne savent pas	14 %	11 %	18 %	27 %	20 %	16 %	13 %	6 %	6 %	18 %
MOYENNE	11 %	11 %	11 %	9 %	16 %	13 %	8 %	11 %	8 %	7 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec

	Total 2023	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
Aucun	51 %	48 %	58 %	50 %	45 %	45 %	54 %	59 %	54 %	50 %
1 % à 25 %	24 %	20 %	24 %	28 %	19 %	26 %	16 %	24 %	29 %	33 %
26 % à 50 %	6 %	6 %	4 %	7 %	2 %	5 %	8 %	4 %	12 %	6 %
51 % à 75 %	2 %	2 %	1 %	1 %	0 %	0 %	2 %	0 %	1 %	2 %
76 % à 100 %	3 %	4 %	1 %	3 %	12 %	3 %	5 %	2 %	0 %	1 %
Ne savent pas	14 %	18 %	12 %	11 %	21 %	18 %	16 %	10 %	5 %	10 %
MOYENNE	11 %	14 %	6 %	10 %	18 %	11 %	14 %	9 %	8 %	8 %

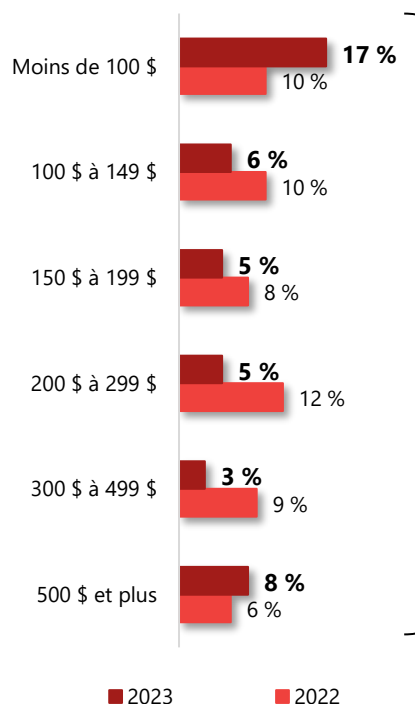
2.2 Achat et vente en ligne de produits de seconde main ou usagés

Au cours des 12 mois de l'année 2023, 44 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec mentionnent avoir fait l'achat en ligne de produits de seconde main ou usagés, alors qu'ils étaient 56 % à le faire en 2022, ce qui représente une baisse de 12 points de pourcentage depuis un an. De plus, au cours de la même période, 43 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec affirment avoir vendu sur Internet des produits en leur possession, soit une diminution de 6 points de pourcentage depuis 2022 (49 %). Dans les deux cas, on constate que les adultes de 18 à 44 ans ont été relativement plus nombreux à faire l'achat et la vente de produits usagés en ligne.

Malgré les baisses observées pour l'achat et la vente en ligne de produits de seconde main ou usagés en 2023, l'engouement semble toujours présent pour près de la moitié des adultes adeptes de cyberachats au Québec. Une réalité qui est également constatée en France selon une étude où il est mentionné que les produits d'occasion apparaissent comme un bon compromis, entre autres, pour continuer à consommer malgré l'inflation (voir encadré au bas de la page).

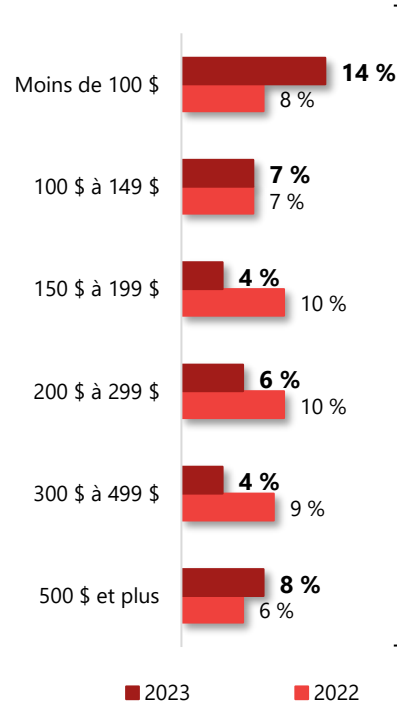
MONTANT DES ACHATS ET DES VENTES RÉALISÉS EN LIGNE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS

ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS



Achats en ligne de produits de seconde main ou usagés
2023 : 44 %
2022 : 56 %

VENTES RÉALISÉES EN LIGNE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS



Ventes en ligne de produits de seconde main ou usagés
2023 : 43 %
2022 : 49 %

Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023 et 808 en 2022)

Question : Au cours des 12 mois de l'année 2023, pour quel montant en dollars (\$) avez-vous acheté/vendu sur Internet des produits de seconde main ou usagés ?

PRÈS DE LA MOITIÉ DES FRANÇAIS ONT PRIS L'HABITUDE D'ACHETER DES PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS

L'essor du marché de la seconde main, estimé à 7 milliards d'euros en France, est exponentiel depuis plusieurs années, et près d'un adulte français sur deux a pris pour habitude d'acheter des produits d'occasion ou reconditionnés (46 %, -8 points de pourcentage par rapport à 2022). Bien qu'un léger déclin soit constaté cette année, l'occasion apparaît comme le bon compromis pour continuer à consommer malgré l'inflation (76 %) et avoir une réelle incidence sur l'environnement (75 %).

Source : « 1 Français sur 2 a pris l'habitude d'acheter des produits d'occasion », Crédit Agricole, juillet 2023, <https://presse.credit-agricole.com/actualites/sofinscope-1-francais-sur-2-a-pris-l-habitude-d-acheter-des-produits-d-occasion-3260-9ed05.html>

ACHATS EN LIGNE Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Adultes ayant ACHETÉ en ligne des produits de seconde main ou usagés	44 %	46 %	42 %	72 %	54 %	62 %	37 %	40 %	14 %	8 %
Moins de 100 \$	17 %	15 %	18 %	23 %	13 %	27 %	13 %	22 %	7 %	6 %
100 \$ à 149 \$	6 %	5 %	8 %	8 %	11 %	9 %	6 %	2 %	3 %	1 %
150 \$ à 199 \$	5 %	7 %	4 %	11 %	9 %	3 %	5 %	6 %	2 %	0 %
200 \$ à 299 \$	5 %	6 %	3 %	18 %	4 %	5 %	3 %	2 %	1 %	0 %
300 \$ à 499 \$	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %	9 %	2 %	2 %	1 %	0 %
500 \$ et plus	8 %	9 %	6 %	8 %	14 %	9 %	8 %	6 %	0 %	1 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Adultes ayant ACHETÉ en ligne des produits de seconde main ou usagés	44 %	35 %	53 %	51 %	57 %	38 %	44 %	58 %	38 %	49 %
Moins de 100 \$	17 %	15 %	18 %	19 %	21 %	21 %	13 %	27 %	13 %	14 %
100 \$ à 149 \$	6 %	4 %	9 %	8 %	14 %	4 %	5 %	12 %	4 %	7 %
150 \$ à 199 \$	5 %	4 %	9 %	6 %	7 %	2 %	10 %	4 %	4 %	7 %
200 \$ à 299 \$	5 %	4 %	5 %	5 %	4 %	1 %	11 %	4 %	3 %	5 %
300 \$ à 499 \$	3 %	2 %	3 %	6 %	1 %	4 %	2 %	4 %	4 %	5 %
500 \$ et plus	8 %	7 %	8 %	7 %	9 %	7 %	3 %	6 %	10 %	10 %

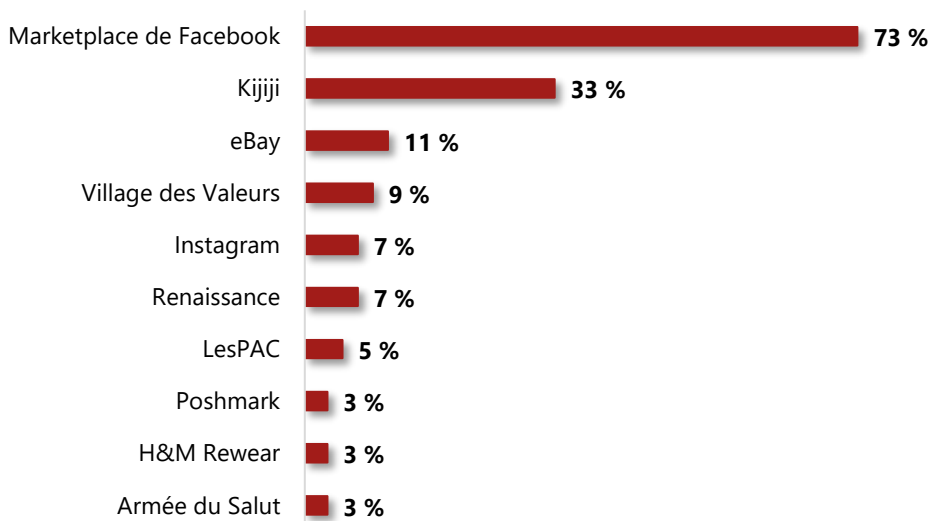
VENTES EN LIGNE Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Adultes ayant VENDU en ligne des produits de seconde main ou usagés	43 %	44 %	42 %	65 %	48 %	55 %	45 %	35 %	23 %	9 %
Moins de 100 \$	14 %	12 %	15 %	21 %	13 %	21 %	14 %	11 %	5 %	4 %
100 \$ à 149 \$	7 %	7 %	7 %	14 %	7 %	10 %	4 %	5 %	3 %	1 %
150 \$ à 199 \$	4 %	5 %	4 %	6 %	5 %	4 %	7 %	4 %	4 %	0 %
200 \$ à 299 \$	6 %	7 %	6 %	16 %	9 %	4 %	4 %	6 %	5 %	2 %
300 \$ à 499 \$	4 %	3 %	4 %	1 %	2 %	7 %	10 %	1 %	1 %	2 %
500 \$ et plus	8 %	10 %	6 %	7 %	12 %	9 %	6 %	8 %	5 %	0 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Adultes ayant VENDU en ligne des produits de seconde main ou usagés	43 %	35 %	51 %	47 %	39 %	36 %	48 %	39 %	46 %	56 %
Moins de 100 \$	14 %	11 %	18 %	14 %	20 %	18 %	13 %	13 %	9 %	13 %
100 \$ à 149 \$	7 %	5 %	6 %	9 %	9 %	6 %	9 %	5 %	8 %	7 %
150 \$ à 199 \$	4 %	4 %	6 %	4 %	3 %	1 %	7 %	4 %	4 %	8 %
200 \$ à 299 \$	6 %	6 %	8 %	6 %	2 %	2 %	13 %	7 %	10 %	7 %
300 \$ à 499 \$	4 %	2 %	6 %	5 %	1 %	3 %	1 %	6 %	5 %	6 %
500 \$ et plus	8 %	7 %	7 %	9 %	4 %	6 %	5 %	4 %	10 %	15 %

2.3 Plateformes utilisées pour faire l'achat et la vente en ligne de produits de seconde main ou usagés

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec ayant acheté ou vendu en ligne des produits de seconde main ou usagés au cours des 12 mois de l'année 2023, 73 % confirment que Marketplace de Facebook est la plateforme qu'ils utilisent le plus fréquemment. Viennent ensuite, dans l'ordre, Kijiji (33 %), eBay (11 %), le Village des Valeurs (9 %), Instagram (7 %) et Renaissance (7 %).

PLATEFORMES UTILISÉES POUR FAIRE L'ACHAT ET LA VENTE EN LIGNE DE PRODUITS DE SECONDE MAIN OU USAGÉS



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec ayant acheté ou vendu en ligne des produits de seconde main ou usagés (n=428 en 2023)

Question : Quelle(s) plateforme(s) avez-vous utilisée(s) pour acheter ou vendre en ligne des produits de seconde main ou usagés ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec ayant acheté ou vendu en ligne des produits de seconde main ou usagés										
	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Marketplace de Facebook	73 %	68 %	79 %	69 %	71 %	73 %	84 %	76 %	72 %	44 %
Kijiji	33 %	40 %	25 %	34 %	32 %	36 %	35 %	34 %	24 %	4 %
eBay	11 %	17 %	4 %	17 %	18 %	5 %	7 %	5 %	13 %	14 %
Village des Valeurs	9 %	5 %	13 %	18 %	13 %	8 %	7 %	2 %	0 %	0 %
Instagram	7 %	9 %	5 %	19 %	10 %	6 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Renaissance	7 %	4 %	9 %	13 %	11 %	5 %	5 %	0 %	1 %	13 %
LesPAC	5 %	7 %	3 %	4 %	3 %	5 %	8 %	4 %	12 %	12 %
Poshmark	3 %	1 %	4 %	4 %	4 %	4 %	1 %	2 %	0 %	0 %
H&M Rewear	3 %	2 %	4 %	10 %	4 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Armée du Salut	3 %	1 %	5 %	4 %	7 %	2 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Société de Saint-Vincent-de-Paul	1 %	1 %	1 %	0 %	3 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec ayant acheté ou vendu en ligne des produits de seconde main ou usagés										
	Total 2023	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
Marketplace de Facebook	73 %	72 %	76 %	73 %	56 %	75 %	72 %	76 %	78 %	77 %
Kijiji	33 %	26 %	32 %	40 %	33 %	26 %	28 %	35 %	37 %	39 %
eBay	11 %	9 %	14 %	10 %	12 %	8 %	14 %	8 %	14 %	10 %
Village des Valeurs	9 %	8 %	10 %	9 %	17 %	6 %	12 %	13 %	9 %	4 %
Renaissance	7 %	5 %	7 %	8 %	13 %	5 %	11 %	8 %	3 %	4 %
Instagram	7 %	7 %	5 %	8 %	9 %	1 %	9 %	7 %	15 %	5 %
LesPAC	5 %	5 %	5 %	6 %	0 %	2 %	1 %	10 %	11 %	6 %
Poshmark	3 %	1 %	2 %	5 %	1 %	0 %	3 %	3 %	0 %	6 %
H&M Rewear	3 %	2 %	4 %	3 %	6 %	0 %	6 %	3 %	0 %	2 %
Armée du Salut	3 %	3 %	1 %	3 %	6 %	6 %	3 %	1 %	1 %	1 %
Société de Saint-Vincent-de-Paul	1 %	0 %	0 %	2 %	1 %	0 %	3 %	1 %	1 %	0 %

3. Répartition des achats en ligne réalisés sur différents sites Web et applications mobiles

3.1 Estimation en pourcentage de la répartition des achats en dollars réalisés en ligne

On a demandé aux adultes adeptes de cyberachats au Québec d'estimer en pourcentage la répartition de leurs achats en dollars réalisés en ligne en 2023 sur la base de quatre grandes catégories de sites Web ou d'applications mobiles, à savoir : Amazon (.ca ou .com), les sites Web ou applications mobiles de marchands québécois, ceux d'autres marchands canadiens et enfin, ceux d'autres marchands étrangers (États-Unis ou ailleurs). Nos résultats font ressortir qu'en moyenne, 51 % de la valeur totale des achats en ligne des adultes québécois ont été faits sur Amazon, une proportion en hausse de 5 points de pourcentage comparativement à celle de 2022, alors évaluée à 46 %. Quant à la proportion des achats en dollars réalisés en ligne en 2023 sur les sites Web ou applications mobiles de marchands québécois, elle a baissé de 11 points de pourcentage, passant de 26 % en 2022 à 15 % en 2023. Une réalité confirmée par des entrepreneurs québécois interrogés par *La Presse* en septembre 2023 (voir encadré à la page 23). Du côté des autres marchands canadiens ou étrangers, la proportion observée est demeurée identique à celle de 2022, soit 16 %. Enfin, la proportion des achats en dollars réalisés en ligne en 2023 sur les sites Web ou applications mobiles d'autres marchands étrangers a augmenté de 6 points de pourcentage depuis un an, passant de 12 % en 2022 à 18 % en 2023.

Signalons aussi que, chez les adultes adeptes de cyberachats au Québec de 55 ans et plus, c'est en moyenne 20 % du montant total de tous leurs achats faits en ligne au cours de l'année complète de 2023 qui l'ont été sur des sites Web ou applications mobiles de marchands québécois comparativement, pour cette même catégorie, à 10 % en moyenne chez les 18 à 34 ans et à 15 % chez les 35 à 54 ans. En contrepartie à cette observation, les adultes adeptes de cyberachats de 55 ans et plus affichent une part moins grande de leur montant total dépensé en ligne, soit 12 % sur des sites ou applications mobiles de marchands étrangers comparativement à 23 % chez les 18 à 34 ans et à 20 % chez les 35 à 54 ans.

ESTIMATION EN POURCENTAGE DE LA RÉPARTITION DES ACHATS EN DOLLARS RÉALISÉS EN LIGNE

SITES WEB ET APPLICATIONS MOBILES	2023 TOTAL \$	18 À 34 ANS \$	35 À 54 ANS \$	55 ANS ET PLUS \$	2022 TOTAL \$
AMAZON	51 %	50 %	50 %	52 %	46 %
MARCHANDS QUÉBÉCOIS	15 %	10 %	15 %	20 %	26 %
AUTRES MARCHANDS CANADIENS	16 %	17 %	15 %	16 %	16 %
AUTRES MARCHANDS ÉTRANGERS (p. ex. : ÉTATS-UNIS)	18 %	23 %	20 %	12 %	12 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023 et 808 en 2022)

Question : En vous référant au montant total de tous les achats que vous avez faits sur Internet au cours de l'année complète de 2023, à combien en pourcentage estimez-vous les achats faits sur... ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Le site Web ou l'application mobile d'Amazon (.ca ou .com)										
Aucun achat	16 %	18 %	15 %	11 %	8 %	10 %	23 %	14 %	29 %	34 %
1 à 25 %	16 %	16 %	16 %	27 %	24 %	16 %	11 %	14 %	8 %	13 %
26 à 50 %	19 %	14 %	24 %	22 %	17 %	28 %	17 %	18 %	12 %	13 %
51 à 75 %	16 %	16 %	16 %	19 %	16 %	21 %	13 %	16 %	15 %	6 %
Plus de 75 %	32 %	36 %	28 %	21 %	34 %	24 %	35 %	37 %	37 %	33 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %
MOYENNE	51 %	52 %	50 %	46 %	53 %	51 %	49 %	57 %	49 %	43 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Le site Web ou l'application mobile d'Amazon (.ca ou .com)										
Aucun achat	16 %	23 %	9 %	11 %	21 %	19 %	17 %	15 %	19 %	10 %
1 à 25 %	16 %	12 %	19 %	20 %	30 %	10 %	19 %	19 %	8 %	18 %
26 à 50 %	19 %	13 %	24 %	23 %	17 %	16 %	16 %	20 %	24 %	19 %
51 à 75 %	16 %	15 %	17 %	16 %	7 %	19 %	16 %	17 %	14 %	18 %
Plus de 75 %	32 %	35 %	31 %	29 %	24 %	35 %	32 %	28 %	36 %	35 %
Sans réponse	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %
MOYENNE	51 %	50 %	53 %	50 %	41 %	54 %	50 %	50 %	52 %	54 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands québécois										
Aucun achat	45 %	52 %	38 %	55 %	50 %	36 %	48 %	49 %	38 %	36 %
1 à 25 %	36 %	33 %	40 %	39 %	37 %	45 %	35 %	29 %	40 %	18 %
26 à 50 %	11 %	10 %	12 %	5 %	9 %	11 %	10 %	14 %	11 %	17 %
51 à 75 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	4 %	0 %
Plus de 75 %	6 %	4 %	7 %	0 %	2 %	6 %	5 %	5 %	7 %	29 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %
MOYENNE	15 %	13 %	18 %	7 %	11 %	17 %	14 %	15 %	19 %	37 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands québécois										
Aucun achat	45 %	51 %	44 %	38 %	48 %	48 %	48 %	52 %	36 %	43 %
1 à 25 %	36 %	31 %	40 %	41 %	36 %	31 %	39 %	34 %	41 %	40 %
26 à 50 %	11 %	10 %	10 %	12 %	7 %	10 %	9 %	10 %	18 %	9 %
51 à 75 %	1 %	0 %	2 %	3 %	0 %	1 %	0 %	0 %	3 %	2 %
Plus de 75 %	6 %	6 %	5 %	6 %	7 %	9 %	4 %	3 %	2 %	6 %
Sans réponse	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %
MOYENNE	15 %	14 %	15 %	18 %	16 %	17 %	13 %	12 %	16 %	14 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands canadiens										
Aucun achat	39 %	43 %	34 %	37 %	39 %	28 %	39 %	41 %	45 %	52 %
1 à 25 %	43 %	40 %	46 %	39 %	38 %	60 %	44 %	40 %	34 %	39 %
26 à 50 %	11 %	7 %	16 %	11 %	18 %	10 %	8 %	10 %	13 %	3 %
51 à 75 %	2 %	3 %	1 %	8 %	0 %	0 %	4 %	2 %	0 %	0 %
Plus de 75 %	5 %	7 %	2 %	4 %	5 %	2 %	5 %	6 %	7 %	6 %
Sans réponse	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %
MOYENNE	16 %	17 %	15 %	18 %	17 %	14 %	16 %	17 %	17 %	13 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands canadiens										
Aucun achat	39 %	47 %	36 %	29 %	33 %	53 %	45 %	37 %	29 %	32 %
1 à 25 %	43 %	35 %	47 %	50 %	45 %	36 %	38 %	40 %	51 %	50 %
26 à 50 %	11 %	6 %	14 %	16 %	15 %	5 %	13 %	12 %	15 %	11 %
51 à 75 %	2 %	3 %	1 %	1 %	3 %	0 %	1 %	2 %	0 %	4 %
Plus de 75 %	5 %	7 %	2 %	3 %	2 %	4 %	4 %	8 %	4 %	2 %
Sans réponse	0 %	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %
MOYENNE	16 %	16 %	14 %	17 %	17 %	11 %	15 %	20 %	17 %	16 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands étrangers (p. ex. : États-Unis)										
Aucun achat	40 %	42 %	38 %	15 %	40 %	27 %	34 %	54 %	51 %	66 %
1 à 25 %	36 %	34 %	38 %	43 %	32 %	44 %	40 %	30 %	34 %	30 %
26 à 50 %	14 %	13 %	16 %	26 %	15 %	23 %	12 %	11 %	7 %	2 %
51 à 75 %	4 %	4 %	4 %	6 %	9 %	2 %	5 %	1 %	3 %	1 %
Plus de 75 %	5 %	7 %	3 %	9 %	4 %	3 %	7 %	4 %	6 %	2 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %
MOYENNE	18 %	19 %	17 %	30 %	19 %	19 %	21 %	12 %	15 %	7 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Les sites Web ou les applications mobiles d'autres marchands étrangers (p. ex. : États-Unis)										
Aucun achat	40 %	38 %	41 %	42 %	34 %	47 %	34 %	44 %	37 %	36 %
1 à 25 %	36 %	35 %	36 %	38 %	22 %	29 %	43 %	32 %	44 %	41 %
26 à 50 %	14 %	15 %	15 %	13 %	29 %	13 %	12 %	13 %	13 %	15 %
51 à 75 %	4 %	5 %	3 %	4 %	7 %	2 %	1 %	6 %	5 %	6 %
Plus de 75 %	5 %	6 %	5 %	3 %	6 %	7 %	10 %	5 %	1 %	2 %
Sans réponse	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %
MOYENNE	18 %	20 %	17 %	16 %	26 %	18 %	22 %	18 %	15 %	16 %

L'ENGOUEMENT POUR L'ACHAT LOCAL S'ESOUFFLE AU QUÉBEC

Cet essoufflement pour l'achat local, quelque 300 entrepreneurs québécois l'avaient vu venir. En mai 2022, ils ont d'ailleurs signé une lettre ouverte dans laquelle ils affirmaient que l'achat local était en péril. « Au début de la pandémie, les PME se sont réjouies de la mobilisation pour favoriser l'achat local, notamment par des campagnes comme celle du tristement célèbre Panier bleu », écrivaient-ils.

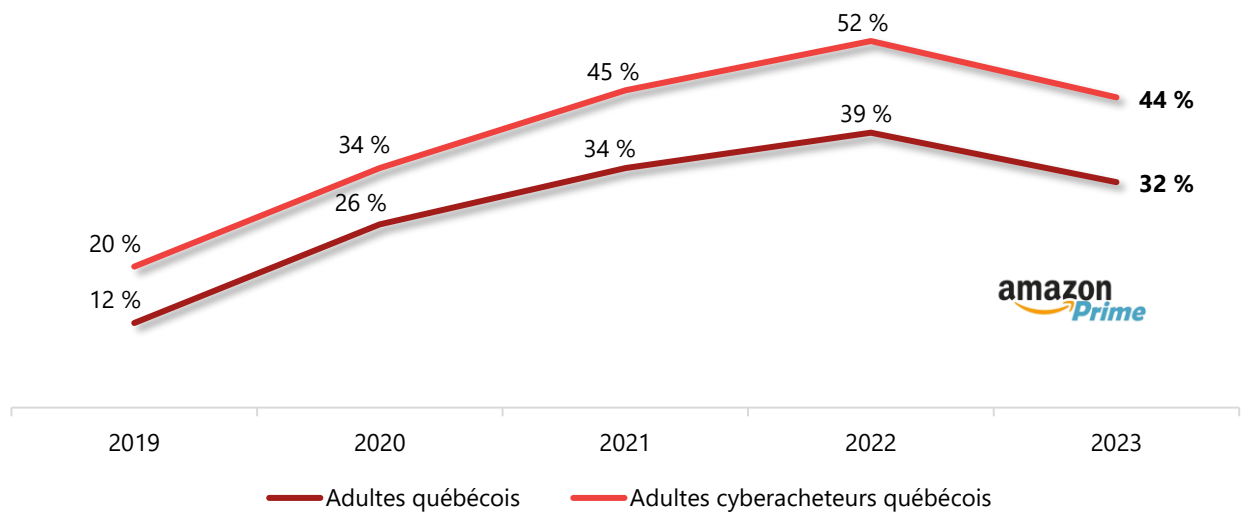
Source : « L'engouement pour l'achat local s'est vraiment essoufflé », La Presse, septembre 2023, <https://www.lapresse.ca/affaires/2023-09-08/l-engouement-pour-l-achat-local-s-est-vraiment-essouffle.php>.

3.2 Évolution du programme Amazon Prime chez les adultes et les adultes adeptes de cyberachats au Québec

Pour la première fois depuis 2019, on observe que le pourcentage d'adultes québécois et d'adultes adeptes de cyberachats au Québec membres du programme Amazon Prime est en baisse. En effet, ce sont 32 % des adultes québécois et 44 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec qui sont membres d'Amazon Prime en 2023, soit des baisses respectives de 7 et 8 points de pourcentage depuis 2022. Cette observation est également présente chez nos voisins du sud (voir encadré au bas de la page).

Signalons aussi qu'en 2023, les adultes québécois de 18 à 44 ans, les adultes diplômés d'études collégiales (38 %) et universitaires (40 %), de même que les adultes dont le revenu familial annuel total est de 60 000 \$ et plus sont relativement plus nombreux à être abonnés au programme Amazon Prime.

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE DE MEMBRES D'AMAZON PRIME



Base : adultes québécois (n=1 087 en 2023, 1 073 en 2022, 1 069 en 2021, 1 600 en 2020 et 1 000 en 2019) et adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023, 808 en 2022, 806 en 2021, 1 246 en 2020 et 630 en 2019)

Question : Actuellement, êtes-vous membre d'Amazon Prime (c'est-à-dire du programme à 99 \$ CAN avant taxes d'Amazon pour livraisons gratuites et plus rapides) ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Membres d'Amazon Prime	32 %	33 %	32 %	41 %	41 %	42 %	34 %	34 %	17 %	12 %

Parmi les adultes québécois	Total 2023	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
Membres d'Amazon Prime	32 %	26 %	38 %	40 %	18 %	23 %	28 %	40 %	54 %	43 %

BAISSE DU NOMBRE DE MEMBRES D'AMAZON PRIME POUR LA PREMIÈRE FOIS DEPUIS 2016 AUX ÉTATS-UNIS

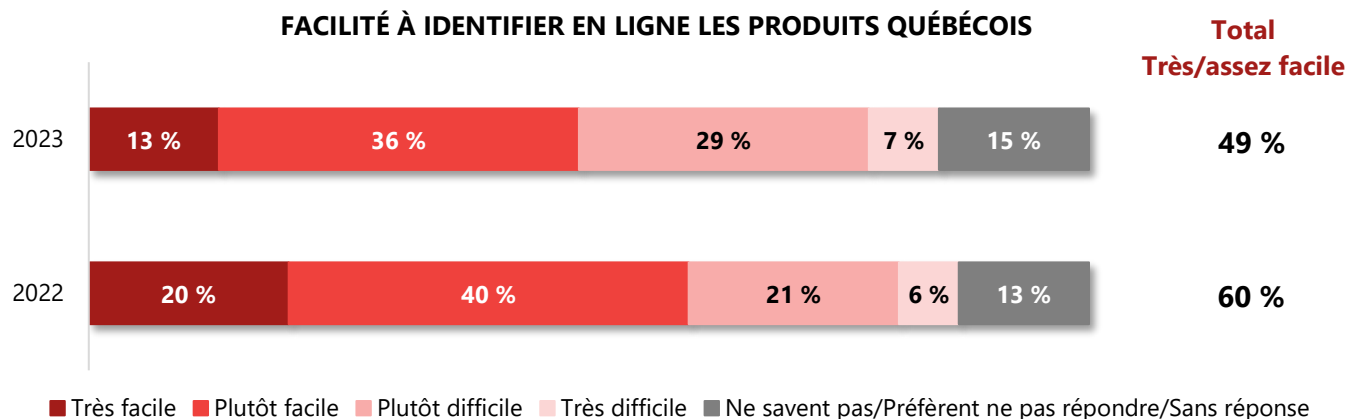
Selon la firme américaine Statista, pour la première fois depuis 2016, le nombre de membres Amazon Prime a diminué aux États-Unis. Au premier trimestre de 2023, 167 millions de personnes disposaient d'un compte Prime sur Amazon, soit une baisse d'environ 3 000 par rapport au même trimestre en 2022.

Source : « Number of Amazon Prime subscribers in the U.S. 2016-2023 », Statista, février 2024, <https://www.statista.com/statistics/1223385/amazon-prime-subscribers-in-the-united-states/>

4. Identification des produits québécois en ligne

4.1 Facilité à identifier en ligne les produits québécois

Près de la moitié des adultes adeptes de cyberachats au Québec, soit 49 %, trouvent qu'il est très ou assez facile d'identifier les produits québécois lorsqu'ils magasinent en ligne. C'est une baisse de 11 points de pourcentage comparativement à notre mesure de 2022. Bien qu'il y ait encore des progrès à faire pour identifier les produits québécois disponibles en ligne, c'est tout de même encourageant de savoir qu'Amazon identifiera les produits québécois sur sa plateforme à la suite d'une entente signée avec l'organisme québécois *Les Produits du Québec* (voir encadré au bas de la page).



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023 et 808 en 2022)

Question : En général, lorsque vous magasinez en ligne, diriez-vous qu'il est très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile d'identifier les produits québécois ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
TRÈS + PLUTÔT FACILE	49 %	51 %	48 %	54 %	52 %	57 %	51 %	48 %	34 %	45 %
Très facile	13 %	12 %	14 %	11 %	16 %	22 %	11 %	11 %	9 %	3 %
Plutôt facile	36 %	39 %	34 %	43 %	36 %	35 %	40 %	37 %	25 %	43 %
PLUTÔT + TRÈS DIFFICILE	36 %	37 %	35 %	33 %	41 %	33 %	34 %	39 %	40 %	26 %
Plutôt difficile	29 %	31 %	27 %	27 %	34 %	26 %	24 %	33 %	34 %	14 %
Très difficile	7 %	6 %	8 %	6 %	7 %	7 %	10 %	5 %	6 %	12 %
Ne savent pas/Préfèrent ne pas répondre/Sans réponse	15 %	11 %	17 %	13 %	7 %	9 %	16 %	14 %	25 %	29 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
TRÈS + PLUTÔT FACILE	49 %	55 %	51 %	41 %	49 %	44 %	57 %	45 %	56 %	52 %
Très facile	13 %	16 %	12 %	10 %	15 %	18 %	12 %	8 %	19 %	7 %
Plutôt facile	36 %	39 %	39 %	31 %	35 %	26 %	45 %	37 %	37 %	45 %
PLUTÔT + TRÈS DIFFICILE	36 %	27 %	39 %	47 %	31 %	38 %	34 %	41 %	31 %	38 %
Plutôt difficile	29 %	23 %	31 %	36 %	22 %	30 %	31 %	27 %	27 %	31 %
Très difficile	7 %	4 %	8 %	11 %	9 %	8 %	3 %	14 %	4 %	7 %
Ne savent pas/Préfèrent ne pas répondre/Sans réponse	15 %	17 %	9 %	12 %	19 %	18 %	10 %	14 %	14 %	10 %

AMAZON IDENTIFIERA LES PRODUITS DU QUÉBEC

Amazon identifiera les produits québécois sur sa plateforme par le biais de trois certifications : *Produit du Québec*, *Fabriqué au Québec* et *Conçu au Québec*. Cette entreprise lancera également la boutique Fleurdelysé, où les produits vérifiés seront identifiés. Amazon est le deuxième grand détaillant américain à se joindre à l'initiative, après Walmart. Les détaillants BMR, SAIL, DeSerres, JC Perreault, les Pharmacies Jean Coutu, Brunet, La Vie en Rose et Souris Mini font aussi partie des commerces participants. Les Produits du Québec a octroyé jusqu'à maintenant l'une de ses trois marques de certifications à plus de 155 entreprises et à près de 62 500 produits.

Source: « Amazon identifiera les certifications de Les Produits du Québec », *Les Affaires.com*, février 2024, <https://www.lesaffaires.com/secteurs/commerce-detail/amazon-identifiera-les-certifications-de-les-produits-du-quebec>

4.2 Perception du coût associé à l'achat des produits locaux

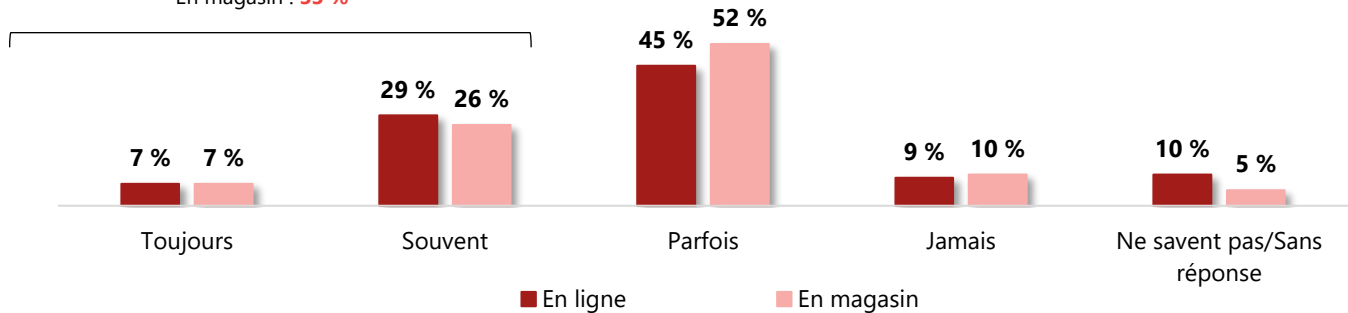
En plus des efforts à déployer pour mieux identifier les produits québécois sur les différentes plateformes numériques dont Amazon, notre étude montre qu'environ le tiers des adultes adeptes de cyberachats au Québec considèrent que d'acheter des produits locaux en ligne (36 %) ou en magasin (33 %) est toujours ou souvent trop cher pour leur budget. D'ailleurs, il est important de noter que cette perception est encore plus présente chez les femmes et chez les jeunes adultes adeptes de cyberachats de 18 à 24 ans.

PERCEPTION DU COÛT ASSOCIÉ À L'ACHAT DES PRODUITS LOCAUX

En général, je considère que d'acheter des produits locaux... est trop cher pour mon budget

TOUJOURS + SOUVENT

En ligne : **36 %**
En magasin : **33 %**



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : En général, considérez-vous que d'acheter des produits locaux en ligne est trop cher pour votre budget ? En général, considérez-vous que d'acheter des produits locaux en magasin est trop cher pour votre budget ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec % Toujours/Souvent	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	Considèrent que d'acheter des produits locaux EN LIGNE est trop cher pour leur budget	36 %	29 %	43 %	47 %	41 %	36 %	36 %	31 %	30 %
Considèrent que d'acheter des produits locaux EN MAGASIN est trop cher pour leur budget	33 %	26 %	40 %	43 %	40 %	34 %	35 %	28 %	23 %	20 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec % Toujours/Souvent	Total 2023	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
	Considèrent que d'acheter des produits locaux EN LIGNE est trop cher pour leur budget	36 %	32 %	45 %	35 %	38 %	35 %	40 %	46 %	33 %
Considèrent que d'acheter des produits locaux EN MAGASIN est trop cher pour leur budget	33 %	34 %	37 %	29 %	41 %	33 %	34 %	42 %	30 %	30 %

LES PRODUITS D'ICI : MOINS CHERS QU'ON PENSE

En réponse à l'inflation qui atteint des sommets, les adultes québécois pourraient être tentés de préférer les produits d'ailleurs à ceux qui sont faits ici. Pourtant, la vaste étude comparative menée par le Dr Sylvain Charlebois et son équipe du Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire de l'Université Dalhousie montre que, dans 70 % des catégories étudiées, les produits alimentaires locaux affichaient un prix inférieur ou comparable à leurs vis-à-vis étrangers. Une bonne nouvelle pour les consommatrices et consommateurs québécois qui tiennent à manger et à cuisiner local !

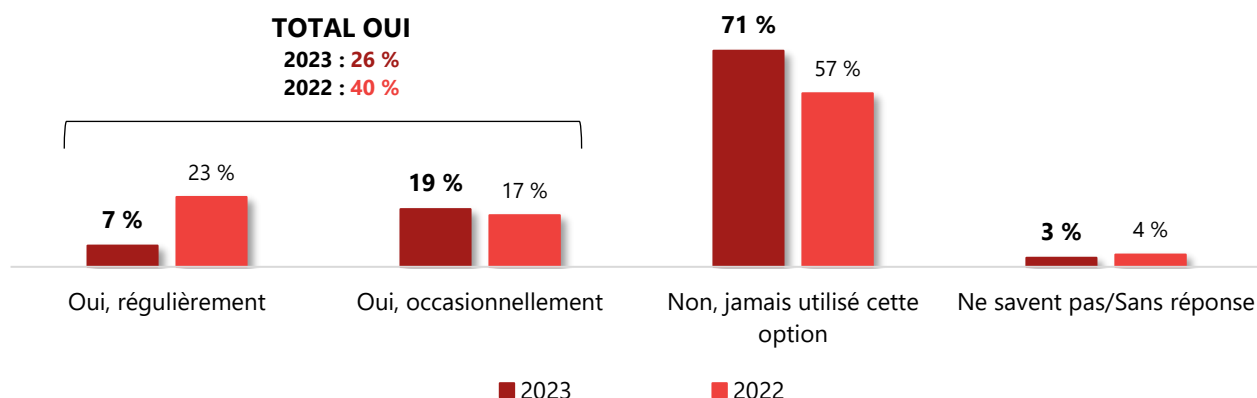
Source : « Les aliments locaux coûtent-ils réellement plus cher ? », La Presse, octobre 2022, <https://www.lapresse.ca/xtra/2022-10-29/aliments-du-quebec/les-aliments-locaux-cootent-ils-reellement-plus-cher.php>

5. Options de paiement lors d'achats en ligne

5.1 Taux d'utilisation de l'option de paiement en ligne en plusieurs versements sans frais d'intérêt

Environ le quart des adultes adeptes de cyberachats au Québec (26 %) mentionnent avoir utilisé, au cours de l'année 2023, une option de paiement en ligne en plusieurs versements, et ce, sans frais d'intérêt, ce qui représente une baisse de 14 points de pourcentage depuis 2022 (40 %). En 2023, 7 % d'entre eux l'ont fait régulièrement, alors que les autres l'ont fait de façon occasionnelle (17 %). Signalons que ce sont surtout les plus jeunes adultes, soit ceux de 18 à 24 ans (40 %) et de 25 à 34 ans (43 %), qui ont été les plus nombreux à avoir utilisé cette option de paiement en ligne au cours de l'année 2023.

UTILISATION DE L'OPTION DE PAIEMENT EN LIGNE EN PLUSIEURS VERSEMENTS SANS FRAIS D'INTÉRÊT PAR LES ADULTES ADEPTES DE CYBERACHATS



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023, 808 en 2022 et 806 en 2021)

Question : De plus en plus de marchands offrent aux consommateurs et consommatrices la possibilité de répartir sur plusieurs paiements le montant de leurs achats, et ce, sans frais d'intérêt. Au cours de l'année 2022, avez-vous utilisé cette option de paiement lors de vos achats en ligne ?

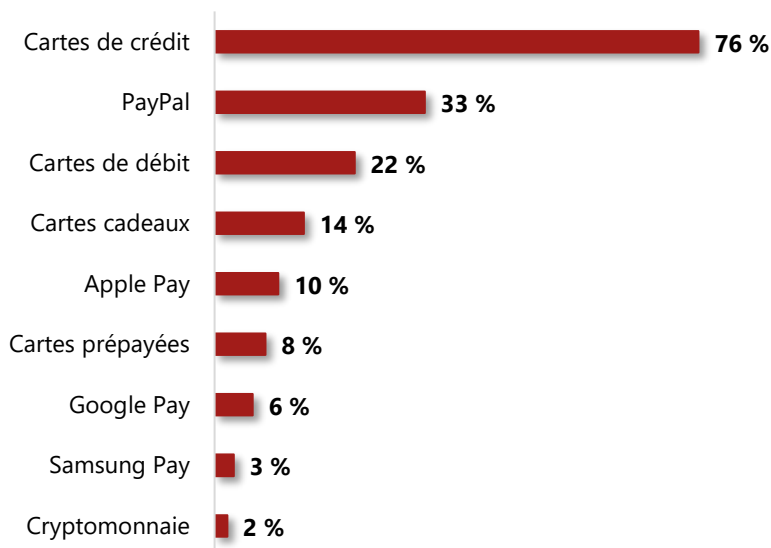
Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
TOTAL OUI	26 %	27 %	24 %	40 %	43 %	30 %	22 %	18 %	3 %	6 %
Oui, régulièrement	7 %	7 %	7 %	14 %	12 %	9 %	5 %	2 %	0 %	0 %
Oui, occasionnellement	19 %	20 %	17 %	26 %	31 %	22 %	17 %	16 %	3 %	6 %
Non, jamais utilisé cette option	71 %	69 %	73 %	57 %	46 %	68 %	74 %	82 %	97 %	92 %
Ne savent pas/Sans réponse	3 %	4 %	3 %	2 %	11 %	2 %	5 %	1 %	0 %	2 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
TOTAL OUI	26 %	22 %	28 %	27 %	39 %	23 %	19 %	33 %	37 %	21 %
Oui, régulièrement	7 %	6 %	5 %	8 %	17 %	4 %	4 %	9 %	10 %	5 %
Oui, occasionnellement	19 %	16 %	23 %	19 %	22 %	19 %	16 %	24 %	26 %	16 %
Non, jamais utilisé cette option	71 %	70 %	72 %	72 %	59 %	69 %	80 %	67 %	63 %	79 %
Ne savent pas/Sans réponse	3 %	8 %	0 %	1 %	2 %	8 %	1 %	0 %	0 %	0 %

5.2 Moyens de paiement utilisés pour faire des achats en ligne

En 2023, la carte de crédit (76 %) est le moyen de paiement le plus souvent utilisé par les adultes adeptes de cyberachats au Québec lorsqu'ils font des achats en ligne. Les femmes (79 %) de même que les adultes adeptes de cyberachats de 55 ans et plus (86 %), les adultes diplômés d'études universitaires (82 %) ainsi que les adultes dont le revenu familial annuel est de 100 000 \$ et plus (88 %) sont relativement plus nombreux à utiliser ce mode de paiement. Le deuxième mode de paiement le plus populaire lors de cyberachats est PayPal, qui est utilisé par 33 % des adultes adeptes de cyberachats au Québec, plus particulièrement chez les hommes (36 %) de même que chez les adultes de 35 à 54 ans (41 %). En troisième position, on trouve les cartes de débit qui sont utilisées par 22 % des adultes adeptes de cyberachats pour réaliser des achats en ligne. Ce moyen est davantage utilisé par les 18 à 24 ans (41 %) de même que par les 25 à 34 ans (32 %). Viennent ensuite, dans une moindre mesure, les autres moyens utilisés pour faire des achats en ligne : les cartes cadeaux (14 %), Apple Pay (10 %), les cartes prépayées (8 %), Google Pay (6 %), Samsung Pay (3 %) et la cryptomonnaie (2 %).

MOYENS DE PAIEMENT UTILISÉS POUR FAIRE DES ACHATS EN LIGNE



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : Généralement, quel(s) moyen(s) de paiement utilisez-vous lorsque vous faites des achats en ligne ?

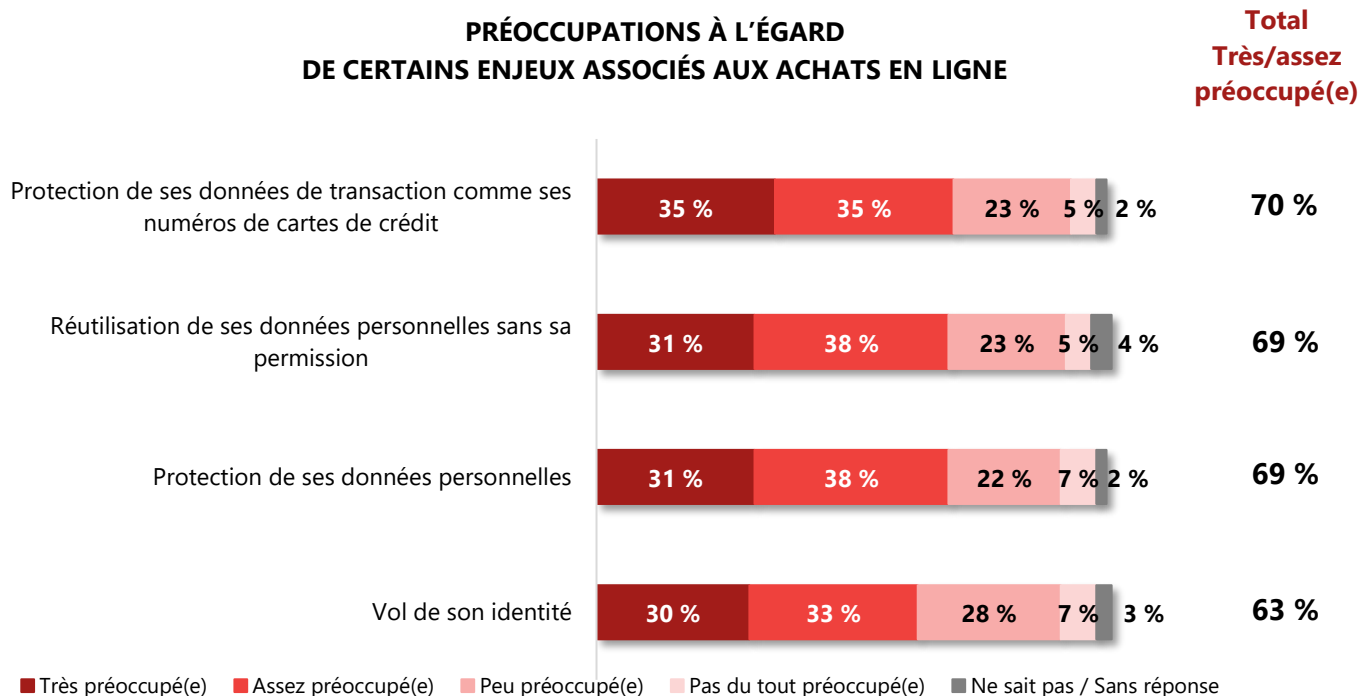
Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Cartes de crédit	76 %	74 %	79 %	66 %	63 %	77 %	76 %	82 %	90 %	90 %
PayPal	33 %	36 %	30 %	39 %	31 %	39 %	42 %	23 %	30 %	18 %
Cartes de débit	22 %	23 %	20 %	41 %	32 %	23 %	14 %	18 %	8 %	7 %
Cartes cadeaux	14 %	12 %	15 %	23 %	18 %	23 %	13 %	5 %	3 %	6 %
Apple Pay	10 %	7 %	13 %	30 %	13 %	10 %	6 %	4 %	3 %	2 %
Cartes prépayées	8 %	4 %	12 %	11 %	14 %	8 %	5 %	7 %	5 %	0 %
Google Pay	6 %	6 %	7 %	12 %	15 %	8 %	1 %	1 %	0 %	6 %
Samsung Pay	3 %	4 %	1 %	4 %	8 %	4 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Cryptomonnaie	2 %	4 %	0 %	1 %	8 %	3 %	1 %	0 %	0 %	0 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec	Total 2023	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
Cartes de crédit	76 %	73 %	75 %	82 %	48 %	71 %	75 %	82 %	81 %	88 %
PayPal	33 %	33 %	36 %	30 %	35 %	33 %	38 %	28 %	39 %	29 %
Cartes de débit	22 %	24 %	20 %	19 %	31 %	30 %	22 %	18 %	24 %	12 %
Cartes cadeaux	14 %	14 %	15 %	12 %	11 %	18 %	12 %	19 %	13 %	11 %
Apple Pay	10 %	7 %	13 %	12 %	10 %	7 %	9 %	15 %	11 %	11 %
Cartes prépayées	8 %	11 %	7 %	5 %	25 %	9 %	14 %	4 %	3 %	3 %
Google Pay	6 %	5 %	8 %	8 %	1 %	5 %	12 %	6 %	7 %	6 %
Samsung Pay	3 %	3 %	3 %	2 %	0 %	2 %	1 %	2 %	5 %	4 %
Cryptomonnaie	2 %	3 %	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	3 %	0 %	2 %

6. Préoccupations à l'égard de certains enjeux associés aux achats en ligne

6.1 Niveau de préoccupation à l'égard de certains enjeux associés aux achats en ligne

Une majorité d'adultes adeptes de cyberachats au Québec manifestent, en 2023, des préoccupations à l'égard de certains enjeux associés aux achats en ligne. En effet, plus de 60 % de ces derniers sont très ou assez préoccupés face à la protection de leurs données de transaction, comme leurs numéros de cartes de crédit (70 %), la réutilisation de leurs données personnelles sans leur permission (69 %), la protection de leurs données personnelles (69 %) et le vol de leur identité (63 %). D'ailleurs, signalons que les femmes sont relativement plus nombreuses à partager l'ensemble de ces préoccupations.



Base : adultes adeptes de cyberachats au Québec (n=801 en 2023)

Question : En général, lorsque vous faites des achats en ligne, quel est votre niveau de préoccupation concernant... ?

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec % Très + assez préoccupé(e)	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Protection de ses données de transaction comme ses numéros de cartes de crédit	70 %	66 %	75 %	62 %	66 %	78 %	62 %	72 %	72 %	89 %
Réutilisation de ses données personnelles sans sa permission	69 %	65 %	71 %	53 %	56 %	73 %	66 %	75 %	78 %	87 %
Protection de ses données personnelles	69 %	64 %	74 %	51 %	64 %	79 %	64 %	71 %	76 %	82 %
Vol de son identité	63 %	59 %	68 %	48 %	56 %	68 %	58 %	69 %	73 %	72 %

Parmi les adultes adeptes de cyberachats au Québec % Très + assez préoccupé(e)	Total 2023	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
Protection de ses données de transaction comme ses numéros de cartes de crédit	70 %	65 %	75 %	75 %	69 %	70 %	73 %	74 %	75 %	60 %
Réutilisation de ses données personnelles sans sa permission	69 %	66 %	71 %	71 %	73 %	71 %	68 %	71 %	67 %	62 %
Protection de ses données personnelles	69 %	64 %	73 %	74 %	77 %	72 %	68 %	71 %	66 %	62 %
Vol de son identité	63 %	57 %	67 %	69 %	62 %	62 %	67 %	69 %	59 %	58 %

NETendances 2023

Thèmes des fascicules

- Portrait numérique des régions
- Maison intelligente
- Services bancaires en ligne
- Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados
- Portrait numérique des foyers québécois
- Famille numérique
- **Commerce électronique**
- Services gouvernementaux en ligne, données citoyennes et cybersécurité
- Aînés connectés
- Portrait numérique des générations

Restez à l'affût



Abonnez-vous à notre infolettre
atn.ulaval.ca/infolettre

Suivez-nous sur

Facebook	@atn.ulaval
LinkedIn	@atn.ulaval
X	@atn_ulaval

L'**Académie de la transformation numérique (ATN)** a été créée dans le but de répondre aux besoins 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 leur personnel 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.

ATN Académie de la
transformation
numérique



UNIVERSITÉ
LAVAL