

Les internautes québécois sont-ils plutôt « Cyber-surfeurs » ou « Cyber-acheteurs »?





Introduction

Comme tous les ans depuis 2007, nous avons voulu en savoir davantage sur le comportement des internautes québécois face à l'utilisation d'Internet. Nous leur avons donc posé une série de questions en relation avec leurs habitudes en ligne.

Cette année nous avons voulu pousser l'étude plus loin et nous nous sommes penché principalement sur **leurs habitudes d'achats**. Par conséquent, de nouvelles questions ont été ajoutées et nous ont permis de décoder le comportement des cyberacheteurs dans leur acte d'achat en ligne.

Méthodologie

Nous avons généré ce sondage en ligne, au moyen d'une vingtaine de questions posées aux membres adultes de la liste d'envoi électronique <u>Toutacoup</u>. Cet effort nous a permis de compiler et analyser les réponses de près de **6 000 répondants**.

□ Résultats

Les résultats de cette année confirment encore une fois que l'utilisation d'Internet fait partie intégrante des habitudes des québécois. D'ailleurs, 73% d'entre eux ne peuvent plus s'en passer dans leur vie quotidienne. Internet est devenu un canal incontournable pour recueillir et diffuser l'information.

Quand à l'aspect démographique, il se révèle clairement que c'est la tranche des 18-24 ans suivie des 25-34 ans qui arrivent en tête des résultats avec respectivement des proportions de 81% et 79%.

Pour ce qui est de l'achat en ligne, il connaît une croissance importante chez les québécois qui semblent suivre peu à peu la tendance grandissante du commerce électronique. Effectuer des achats sur le web rentre dans les mœurs même si les montants dépensés par les cyberacheteurs restent encore modestes.



Les résultats marquants de l'étude



- Les internautes québécois utilisent le web de manière régulière, aussi bien que 88% d'entre eux se connectent quotidiennement (dont 68% plusieurs fois par jour) et près de 60% ont déjà achetés en ligne durant ces 12 derniers mois.
- Leur site préféré pour l'information reste l'indétrônable Google (62%), suivi de Canoë (48%). En matière de divertissement, Facebook arrive en tête (55%) autant que Expedia (41%) et Voyagesarabais (40%) pour les sites de voyages. Pour ce qui est de l'achat de produits culturels, leur préférence va à Archambault avec 31%.
- Plus d'un tiers des répondants (36%) passent au-delà de 3 heures par jour sur Internet. Près de la moitié (49%) y passent entre 1 et 2 heures par jour. Par conséquent, la grande majorité y surfe au moins 1 heure par iour.
- Le moteur de recherche le plus utilisé par nos internautes québécois est Google (78%). Il est suivi de loin par MSN / Bing qui a les faveurs de 10% des répondants.
- Le montant des achats effectués en ligne est pour la majorité (54%) des internautes québécois inférieur à 100\$.
- Les produits de divertissement culturels et billetterie sont les biens les plus achetés en ligne par les internautes québécois (43%). Viennent ensuite les livres et/ou revues qui ont été procurés en ligne par 40% des répondants lors des 12 derniers mois.
- Les éléments qui influenceraient le plus nos répondants lors d'un achat en ligne sont tout d'abord l'avantage de comparer différents produits avant d'acheter (34%) mais aussi le rapport au prix (29%).
- Le paiement par carte de crédit ne semble pas être un problème pour les internautes québécois pour peu que le site soit connu. Ainsi ils sont 56% à être confortables avec le paiement par carte de crédit sur un site qu'ils connaissent. Notons en revanche que pour 39% de répondants, le paiement en ligne reste une opération à risque.
- La e-boutique préférée de nos internautes québécois est Archambault, cité par 18% des répondants. Elle est suivie de près par eBay Canada (16%) et Sears (12%).
- 78% des sondés ayant réalisé un achat en ligne ces 12 derniers mois sont globalement satisfaits de leurs achats.





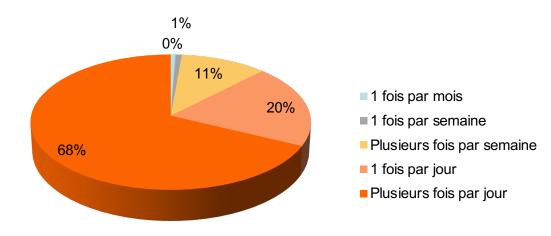
Sommaire des questions du Sondage

- 1. À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?
- 2. Quelle est votre principale utilisation d'internet ?
- 3. Pourriez-vous vous passer d'Internet dans votre vie quotidienne ?
- 4. Combien d'heures par jour passez-vous sur Internet ?
- Quel outil de recherche utilisez-vous la plupart du temps
- 6. Quel sont vos sites web préférés parmi les différentes catégories que voici ?
- 7. Sur les 12 derniers mois, avez-vous effectué des achats en ligne ?
- 8. Si oui, quel était le montant moyen de vos achats?
- 9. Lorsque vous avez un bien ou un service à acheter, pensez-vous à magasiner sur Internet ?
- 10. Quel type d'achat en ligne avez-vous déjà effectué au cours des 12 derniers mois ?
- 11. Quel est l'élément qui vous influence le plus dans l'achat en ligne ?

- 12. Lorsque vous achetez en ligne, lisez-vous les conditions générales de vente ?
- 13. Payer en ligne avec sa carte de crédit, pour vous c'est...
- 14. Êtes-vous généralement satisfait de vos achats en ligne ?
- 15. Quelles sont vos trois boutiques en ligne préférées au Québec, peu importe leur activité ou leur objet ?
- 16. Avez-vous déjà effectué des achats en ligne sur des sites en dehors du Canada?
- 17. Si oui, sur lesquels?
- 18. Avez-vous déjà utilisé des sites pour vendre des produits ou services, tels que eBay, Lespac, Kijiji...?
- 19. Au cours de cette année, vous laisseriez-vous tenter par l'achat en ligne de votre prochain voyage ?
- 20. Si oui, quel site de voyage en ligne vous choisiriez en priorité?
- 21. Profil des répondants



1. À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?



La fréquence d'utilisation du web par les Internautes québécois reste importante par rapport aux années précédentes.

68% d'entre eux l'utilisent plusieurs fois par jour et la quasi-totalité (88%) y ont accès au moins une fois par jour.

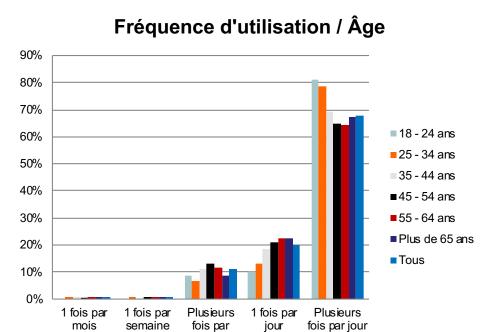
Nous avons donc une population dont la grande majorité accède au web de façon régulière.

À la fin de l'année 2009, 4 Canadiens sur 5 utilisaient Internet à des fins personnelles selon une enquête menée par Industrie Canada. Les données de l'enquête signalent que les taux d'utilisation d'Internet ont augmenté dans toutes les provinces au cours de cette période de deux ans: l'Alberta et la Colombie-Britannique ont enregistré le taux d'utilisation le plus élevé (85%), alors que le Québec (77%) se classait au cinquième rang à égalité avec le Manitoba et l'Île-du-Prince-Édouard.

Parmi les personnes qui accédaient à Internet à partir de leur domicile, 92% utilisaient une connexion haute vitesse.

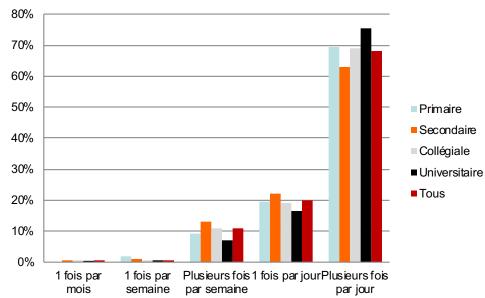


1. À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?



semaine

Fréquence d'utilisation / Éducation



Les deux variables socio démographiques les plus corrélées avec la fréquence d'utilisation d'Internet sont l'âge et le niveau d'éducation.

On peut remarquer que la proportion de 18-34 ans utilisant Internet de façon journalière est nettement plus élevée que dans les autres classes d'âges (81% pour la génération des18-24 ans et 79% pour celle des 25-34 ans).

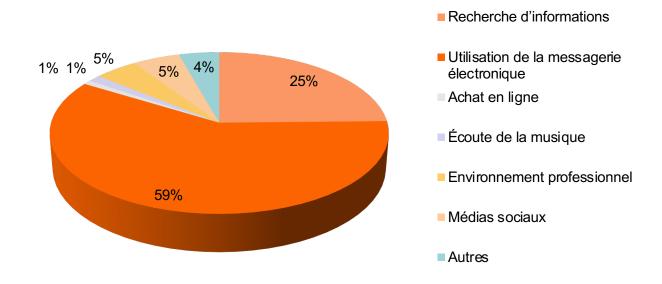
En 2009, 98% des personnes âgées de 16 à 24 ans naviguaient sur Internet et qu'ils représentait 60% de l'ensemble de tous les nouveaux utilisateurs d'Internet depuis 2007.

Les répondants qui possèdent un diplôme universitaire utilisent plus fréquemment le web, et ce plusieurs fois par jour : 76% contre 68% pour l'ensemble des répondants.

Ceci indique clairement à quel point Internet est devenu important dans la recherche d'informations, surtout au sein des étudiants.



2. Quelle est votre principale utilisation d'internet ?



Si la majorité des internautes québécois se connectent au moins une fois par jour sur le web, c'est avant tout pour consulter leur messagerie électronique (59% des répondants). Les courriels constituaient donc l'activité en ligne la plus fréquente à domicile.

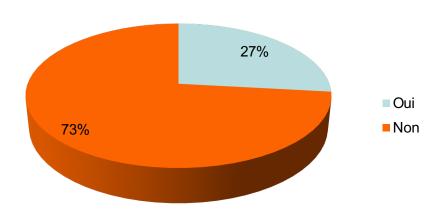
Ensuite viennent la recherche d'information (25%), les médias sociaux (seulement 5%), l'utilisation dans leur environnement professionnel (5%).

L'écoute de la musique et non l'enregistrement, ainsi que l'achat en ligne comme principale utilisation restent très marginales (1%).

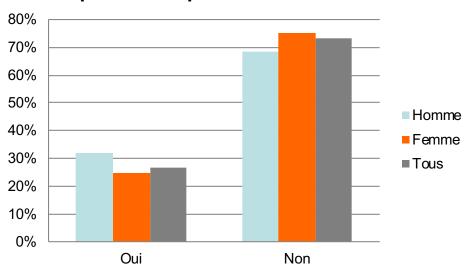


3. Pourriez-vous vous passer d'Internet dans votre vie quotidienne?

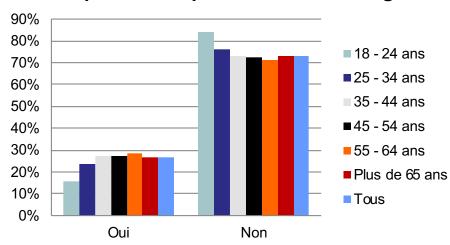
Capacité à se passer d'internet



Capacité à se passer d'internet / Genre



Capacité à se passer d'internet / Âge



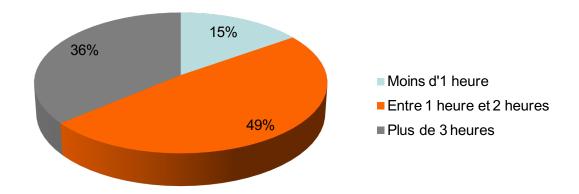
Pour bon nombre de québécois, l'Internet est devenu un outil indispensable dans leur quotidien. Ainsi, 73% d'entre eux ne peuvent s'en passer dans leur vie de tout les jours et seuls 27% affirment pouvoir le faire.

32% des hommes contre seulement 25% des femmes ayant répondu, estiment pouvoir se passer d'Internet, Ils représentent 27% des répondants, on note donc ici que les femmes semblent moins enclines à se passer du web que les hommes.

On constate également que la cyber-génération des 18-24 ans est la moins capable de se passer d'Internet dans sa vie quotidienne. En effet, cette génération Internet est branchée 24h/24 sur le web et ne semble pas prête à y renoncer.



4. Combien d'heures par jour passez-vous sur Internet?

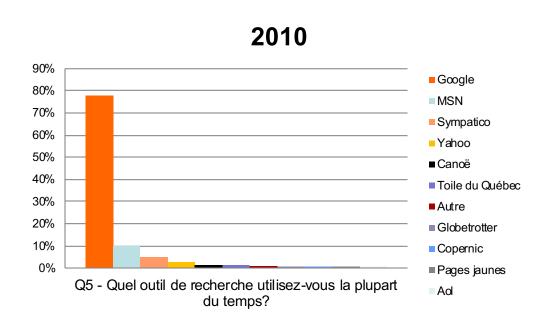


Près de la moitié (49%) des internautes québécois interrogés passent entre 1 heure et 2 heures par jour sur Internet. Ils sont plus d'un tiers à passer un minimum de 3 heures par jour à naviguer sur la toile et seulement 15% y passent moins d'une heure par jour.

Au détriment de la télévision, la diminution des heures d'écoute coïncide avec la profusion d'Internet à la maison. Selon Statistique Canada, en 2006, 75 % des ménages canadiens avaient un ordinateur, contre 40 % en 1997. Pendant la même période, la proportion des ménages ayant accès à Internet est passée de 17% à 68%. Aujourd'hui, pas loin de 100% des ménages a l'Internet à la maison et 85% d'entre eux passent au moins 1 heure de leur journée à y surfer (de la maison ou au travail).



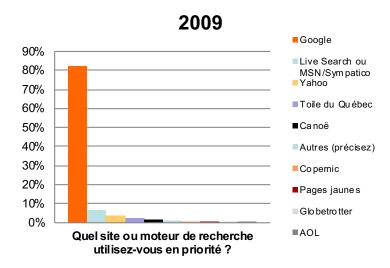
5. Quel outil de recherche utilisez-vous la plupart du temps?



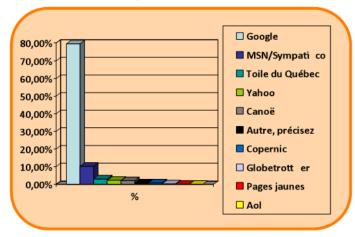
Pour les internautes québécois interrogés, Google reste l'outil de recherche le plus utilisé car 78% d'entre eux y ont recours.

Vient ensuite MSN / Bing avec 10%, suivi de Sympatico / Bing (5%), Yahoo (seulement 3%) . La toile du Québec et Canoë ne sont utilisés que par 2% des répondants.

Comparativement aux années précédentes le trio de tête reste stable. Google demeure en tête suivi de loin par MSN et Yahoo.

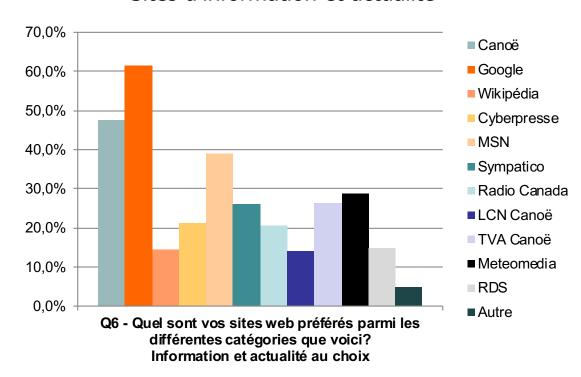


Comparaison 2008





Sites d'information et actualité



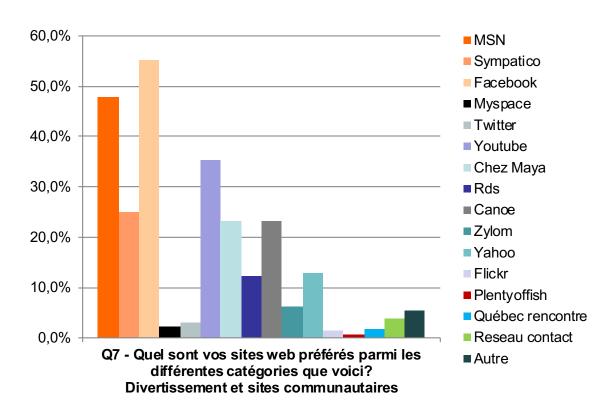
Google est cité par 62% des sondés bien qu'il ne soit pas un site d'actualités en temps que tel. Cependant les fonctionnalités d'agrégation d'actualités qu'offre iGoogle ou encore Google Actualités peuvent justifier cette notoriété.

Canoë arrive en seconde position puisqu'il est cité par 48% des répondants. Ses divisions LCN Canoë et TVA Canoë sont également bien positionnées (respectivement citées par 14% et 26% des répondants), ce qui en fait le leader canadien.

Ensuite suivent MSN avec 39%, Météomédia qui est site spécialisé avec 29%, Sympactico avec 26%, Cyberpresse et Radio Canada avec 21%.



Sites de divertissement et sites communautaires

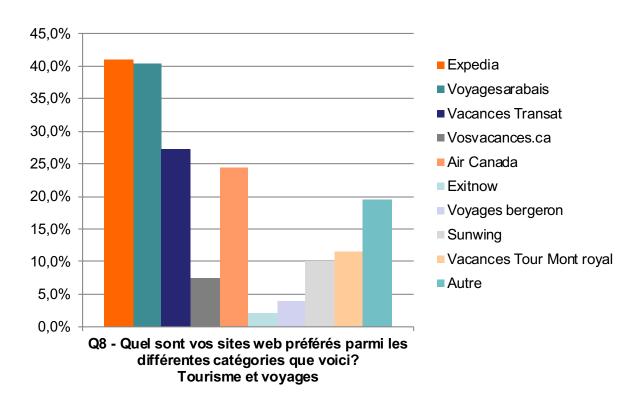


Cette année, Facebook est le site le plus cité en matière de divertissement et de sites communautaires (55%). D'ailleurs, une étude récente a démontré que les canadiens étaient plus nombreux que jamais à être présents sur ce site. Au mois de mai 2010, le Canada a passé le cap des 16 millions d'utilisateurs. C'est peut-être une plateforme à prendre en compte en matière de publicité et de marketing de medias sociaux.

MSN arrive en seconde position (48%) suivi de Youtube (35%). On note ensuite un certain nombre de portails et sites de jeux parmi les résultats ainsi que l'étonnant faible score de Twitter (3%).



Sites de Tourisme et Voyages



Expedia et Voyages à rabais sont au coude-à-coude en matière de popularité pour nos répondants.

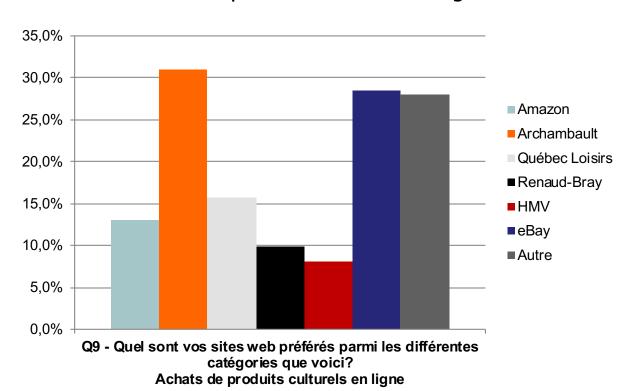
Ils sont largement en tête du classement et sont suivi par Vacances Transat (27%) et Vacances Air Canada (24%).

Vacances Tour Mont Royal relève 12% des sondés, suivi de près par Sunwing 10%, et les autres (Vosvacances.ca, Voyages Bergeron et Exitnow) qui ne sont cités que par moins de 10% des répondants.

Dans les « Autres » sites web préférés cités par les répondants, WestJet est le plus mentionné.



Achats de produits culturels en ligne



En ce qui concerne l'achat en ligne de produits culturels, on peut remarquer qu'Archambault tient le haut du pavé avec ses 31% de répondants. eBay semble également être très prisé et suivi de près avec 29% des internaute québécois.

Les faibles scores d'Amazon (13%), Renaud-Bray (10%) et HMV (8%) sont surprenants par rapport à leur notoriété.

Il est important de spécifier que parmi les 28% qui ont répondu « Autre », la majorité ont déclaré ne pas effectuer d'achat en ligne (58%).



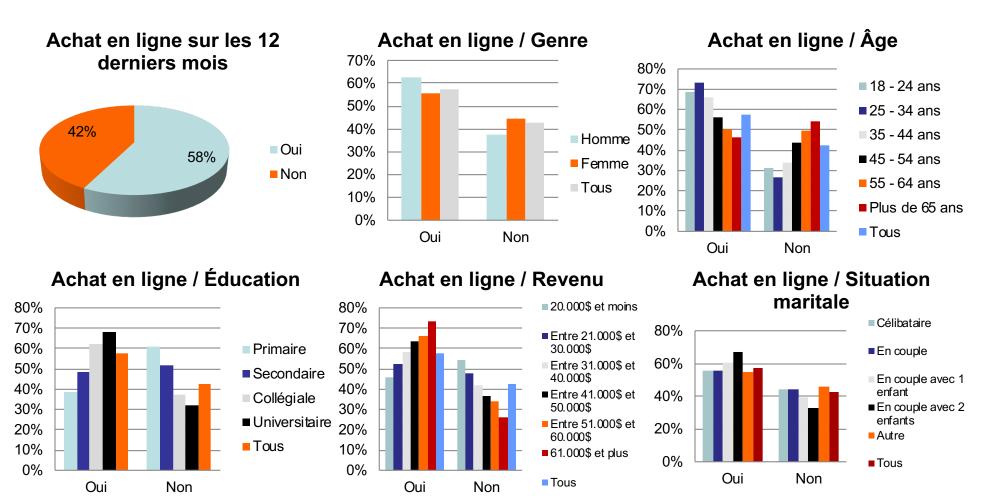
Bilan : Les internautes québécois et leur utilisation du Web

- De manière générale, l'internaute québécois connaît bien le web puisqu'il l'utilise depuis de nombreuses années et ce quotidiennement.
- Leurs sites web préférés sont :
 - Google pour l'information et la recherche
 - Facebook pour les divertissement et sites communautaires
 - Expedia et Voyages à rabais pour le tourisme et les voyages
 - Archambault pour l'achat de produits culturels en ligne
- □ Comme les années précédentes, les internautes québécois semblent d'abord utiliser Internet pour la messagerie électronique et la recherche d'information. L'achat en ligne demeure faible malgré sa croissance à travers le net.
- Les 18-34 ans utilisent Internet de manière plus intense que leurs aînés. Ils sont la génération qui n'a pas connu le monde sans ordinateur, ni web.





7. Sur les 12 derniers mois, avez-vous effectué des achats en ligne?

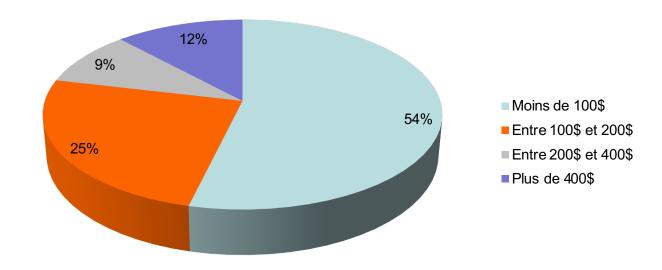


Plus de la moitié des répondants ont effectué des achats en ligne lors des 12 derniers mois. Ils sont 58% à avoir acheté au moins un bien ou service sur Internet.

Au vu des proportions des variables socio démographique, le « cyber-acheteur » type pourrait être un homme de 25-34 ans ayant un diplôme universitaire, en couple avec 2 enfants et dont le revenu annuel est au moins égal à \$61 000 par an.



8. Si oui, quel était le montant moyen de vos achats ?



Les répondants ne semblent pas être très dépensiers sur l'Internet. Ainsi, la grande majorité d'entre eux ont déboursé moins de 100\$.

Cela peut s'expliquer par l'état de l'économie mondiale ces 12 derniers mois et l'incertitude liée à cette conjoncture économique défavorable.

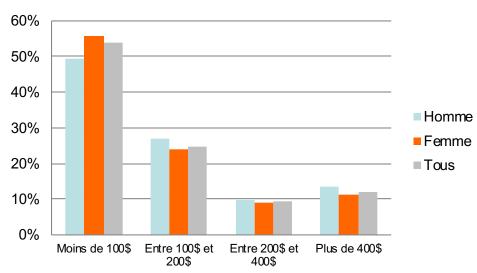
En comparaison avec la France, le Journal du Net précise que la progression des ventes en ligne a été très forte en début d'année 2010, elle a bondit de 35% au premier trimestre et le panier moyen dépasse désormais 95 euros. On peut donc en conclure que les français sont plus familier avec le e-shopping et que les acteurs offrent peut-être des produits et services plus variés que dans le marché québécois.

Quand aux États-Unis, les dépenses en ligne s'élèvent à près de 34 milliards de dollars au premier trimestre 2010 outre-Atlantique, soit une hausse de 10 % par rapport à la même période en 2009. Une croissance qui n'a jamais été atteinte depuis 2008 (30,6 milliards de dollars).

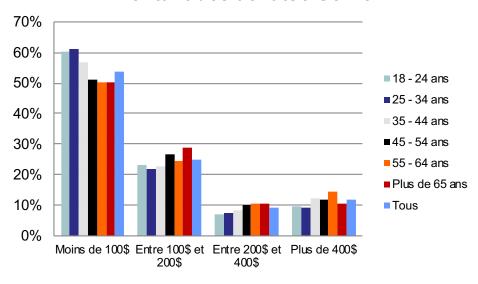


8. Si oui, quel était le montant moyen de vos achats?

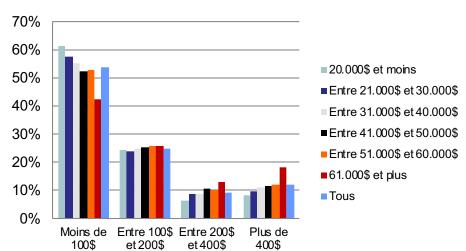
Montant des achats / Genre



Montant des achats / Genre



Montant des achats / Revenu



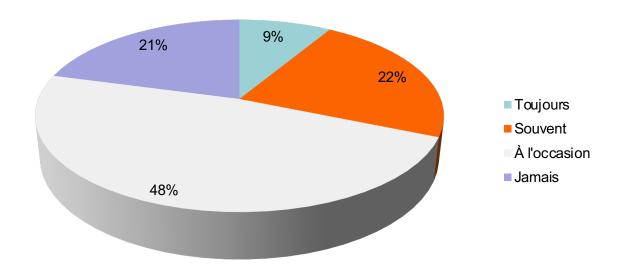
Le panier moyen des achats en ligne est moins de 100\$.

On peut noter que les hommes dépensent légèrement plus que les femmes, qui ont une vision plus globale de leur acte d'achat, et qui évaluent toutes les options avant de prendre une décision d'achat.

Enfin, comme on pouvait s'en douter, plus les revenus augmentent plus le montant moyen des achats augmente. C'est pourquoi les 18-34 ans ne dépensent pas autant que leurs aînés de la catégorie 55-64 ans, même s'ils peuvent sembler plus confortable avec l'outil Internet.



9. Lorsque vous avez un bien ou un service à acheter, pensez-vous à magasiner sur Internet?



Avoir recours à l'Internet pour magasiner n'est pas encore un réflexe pour la majorité des répondants.

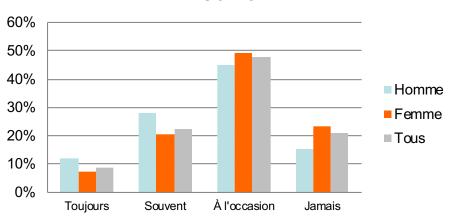
Selon le CEFRIO, 20 % des adultes québécois ont dépensé 363 millions de dollars sur Internet en janvier 2010. À la même période en 2009, 18 % des adultes québécois avaient acheté pour seulement 180 millions de dollars en ligne. Ceci représente donc une croissance de 183 millions de dollars (102 %).

Selon notre sondage, moins d'un tiers (31%) y pensent de façon quasi systématique, 48% y pensent « À l'occasion » tandis que 21% n'y pensent jamais. Internet n'est pas le canal de distribution ne plus prisé par nos internautes québécois.

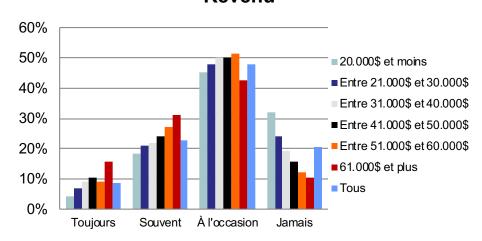


9. Lorsque vous avez un bien ou un service à acheter, pensez-vous à magasiner sur Internet?

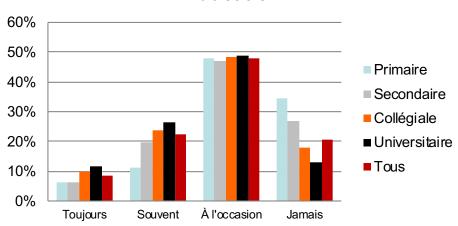
Propension à magasiner sur internet / Genre



Propension à magasiner sur internet / Revenu



Propension à magasiner sur internet / Éducation



Les hommes semblent penser plus souvent à magasiner sur Internet que les femmes. Peut-être cherchent-ils la simplicité et le gain de temps.

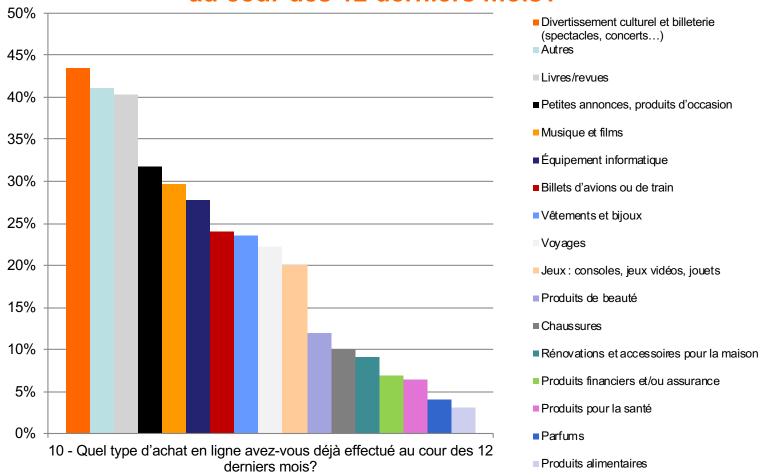
De plus, l'achat en ligne doit être lié aux habitudes de consommation et aux types de produits recherchés, il est en effet plus aisé d'acheter des produits technologiques plutôt que de l'habillement sur Internet.

De la même manière, les personnes ayant un revenu supérieur ou égal à 61 000\$ dépensent davantage sur le net.

Enfin, les personnes ayant arrêté leur scolarité au primaire ou au secondaire ont moins tendance à magasiner sur Internet.



10. Quel(s) type d'achat(s) en ligne avez-vous déjà effectué au cour des 12 derniers mois?



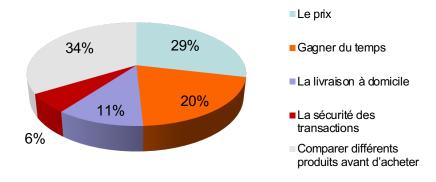
Ceux et celles qui ont déclarés avoir effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois, ont dépensés dans des produits culturels.

En effet 43% de ces achats sont concernés par le divertissement culturel et billetterie et 40% par les livres et revues.

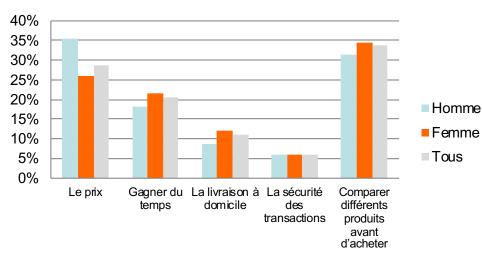


11. Quel est l'élément qui vous influence le plus dans l'achat en ligne?

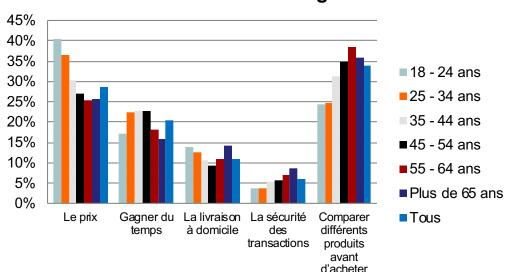
Élément influençant le plus l'achat en ligne



Élément déterminant / Genre



Élément déterminant / Âge



Lorsque vient le temps d'acheter en ligne, avoir la possibilité de comparer différents produits avant l'achat semble être l'élément le plus important pour un tiers des répondants. Vient ensuite le prix pour 29% des sondés et le gain potentiel de temps pour 20% d'entre eux.

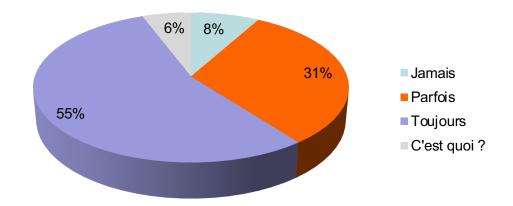
Fait intéressant, chez les hommes, le prix est l'élément qui influence le plus leur décision d'achat en ligne tandis que chez les femmes c'est la possibilité de comparer différents produits avant d'acheter.

L'élément déterminant dans l'achat en ligne varie également en fonction de l'âge. Ainsi, chez les 18-34 ans, le prix est l'élément qui influence le plus l'achat en ligne tandis que chez les 45 ans et plus c'est la possibilité de comparer les produits, du fait que leur revenu est plus élevé.

Bizarrement, la sécurité des transactions n'a pas sa place dans la décision d'achat en ligne, versus il y a quelques années.



12. Lorsque vous achetez en ligne, lisez-vous les conditions générales de vente ?

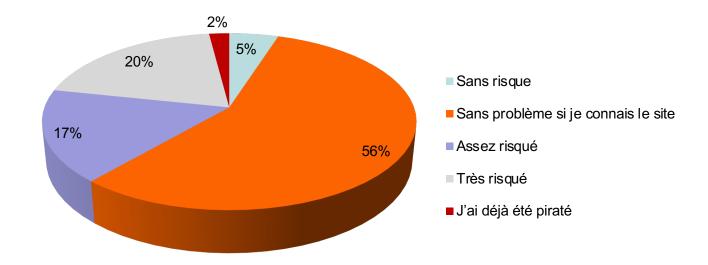


On remarque que plus de la moitié des répondants (55%) déclarent lire de manière systématique les conditions générales de ventes. C'est un bon reflexe car 31% les lisent « parfois » et 14% prennent le risque de les ignorer.

Autant dire que la prudence est de rigueur lorsque l'internaute québécois procède à un achat!



13. Payer en ligne avec sa carte de crédit, pour vous c'est...



Le meilleur moyen de payer en ligne reste la carte de crédit, c'est le moyen le plus répandu à ce jour.

On constate que lorsqu'un internaute connaît le site, il lui est plus facile de donner son numéro de carte de crédit pour régler le e-commerçant. Ainsi 56% des répondant affirment utiliser sans problème leur carte de crédit pour régler leurs achats sur un site qu'ils connaissent.

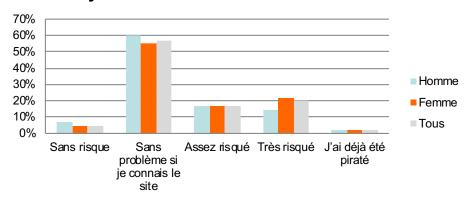
Un bon tiers des répondants (37%) considèrent néanmoins que payer par carte de crédit peut s'avérer une opération risquée, d'où l'importance d'avoir un site ergonomique et fait pour sécuriser l'acte d'achat.

Seuls 2% d'entre eux affirment avoir déjà été piraté.

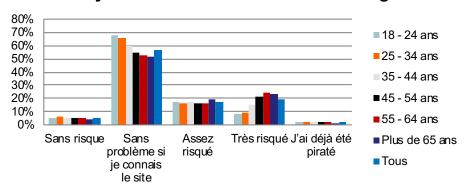


13. Payer en ligne avec sa carte de crédit, pour vous c'est...

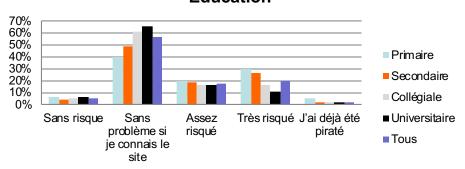
Payer avec sa carte de crédit c'est / Genre



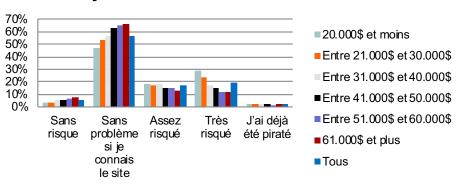
Payer avec sa carte de crédit c'est / Âge



Payer avec sa carte de crédit c'est / Éducation



Payer avec sa carte de crédit / Revenu



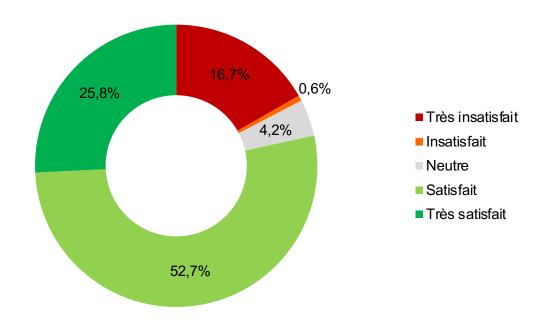
La proportion des répondants qui trouvent « très risqué » de payer en ligne avec sa carte de crédit est moins importante chez les hommes que chez les femmes (14% contre 22%).

En matière d'âge, la perception est différente: Moins de 10% des 18-34 ans considèrent qu'il est « très risqué » de payer en ligne avec sa carte de crédit contre 25% pour les 55-64 ans.

Le niveau d'éducation et de revenu diffèrent également sur cette perception, car moins de 50% des personnes au revenu inférieur à 20 000\$ par an ne trouvent aucun inconvénient à payer sur un site qu'ils connaissent avec leur carte de crédit.



14. Êtes-vous généralement satisfait de vos achats en ligne?



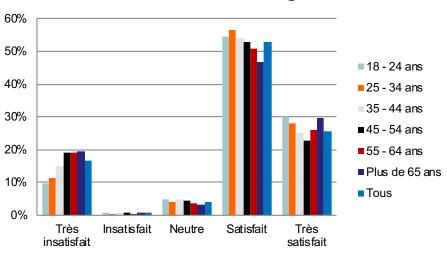
Une majorité (78%) des personnes interrogées ayant effectuées des achats en ligne au cours des 12 derniers mois sont satisfaites ou très satisfaites de leurs achats.

On remarque que la proportion des personnes très insatisfaites est assez élevée (17%) et largement supérieure à celle des personnes insatisfaites (0,6%).

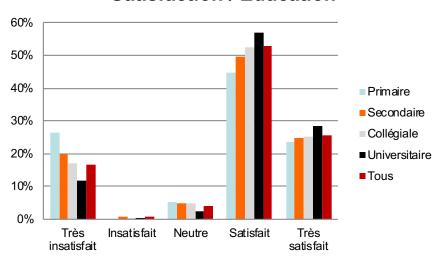


14. Êtes-vous généralement satisfait de vos achats en ligne?

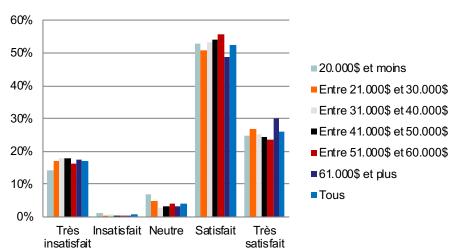
Satisfaction / Âge



Satisfaction / Éducation



Satisfaction / Revenu



L'âge, l'éducation et le revenu sont les 3 variables sociodémographiques les plus corrélées avec la satisfaction.

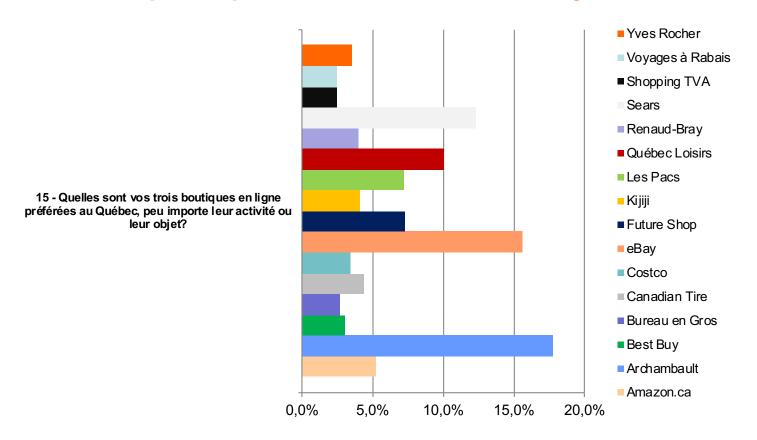
Ainsi chez les 18-34 ans, la satisfaction est plus au rendezvous que chez leur aînés (plus de 84% contre 78% en moyenne).

Les titulaires d'un diplôme universitaire sont satisfaits à 85% alors que ce qui détiennent un diplôme du primaire ne le sont qu'à 68%.

Enfin près d'un tiers (30%) des personnes ayant un revenu de 61 000\$ ou plus par an se déclarent très satisfaites de leur expérience d'achat en ligne contre 26% pour l'ensemble de la population.



15. Quels sont vos trois boutiques en ligne préférées au Québec, peu importe leur activité ou leur objet ?

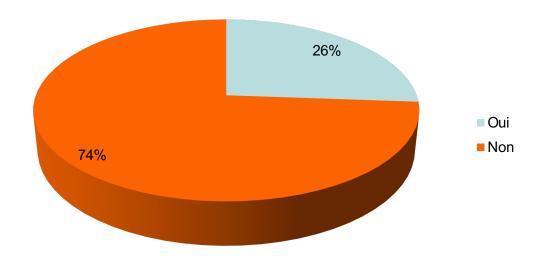


Nous avons demandé aux répondants de nous citer leur trois boutiques en ligne préférées au Québec.

C'est Archambault qui l'emporte en étant cité par 18% des répondants, suivi de près par eBay avec 16%, Sears 12% et Québec Loisirs avec 10%. Les autres sites plafonnent en dessous de 10% et nous avons présenté uniquement ceux qui ont été cité par au moins 2% des répondants.



16. Avez-vous déjà effectué des achats en ligne sur des sites en dehors du Canada?



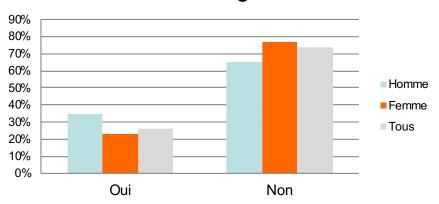
D'une manière générale, il apparaît que les internautes québécois achètent avant tout sur des sites locaux ou du moins basés au Canada. Seuls 26% d'entre eux se sont risqués à effectuer des achats en dehors du Pays.

Les coûts et les délais de livraison, les frais de douanes, les difficultés à joindre le commerçant en cas de problème, voire les barrières de la langue peuvent expliquer ce phénomène.

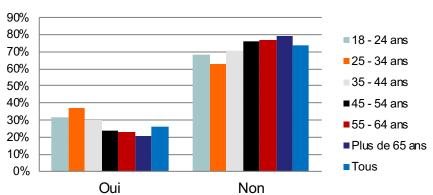


16. Avez-vous déjà effectué des achats en ligne sur des sites en dehors du Canada?

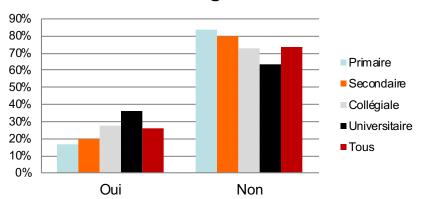
Achat à l'étranger / Genre



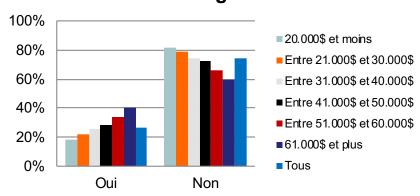
Achat à l'étranger / Âge



Achat à l'étranger / Éducation



Achat à l'étranger / Revenus

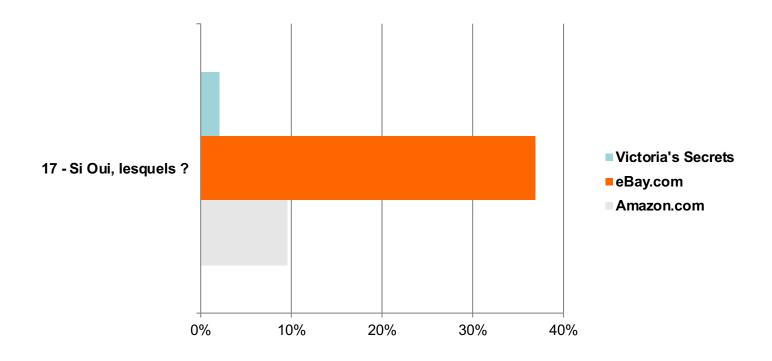


Les hommes semblent être plus prompts à commander sur des sites en dehors du Canada que les femmes (35% contre 23%). Il en va de même pour les 18-34 ans par rapport aux plus de 35 ans.

Les titulaires d'un diplôme universitaire sont plus nombreux à se laisser tenter par des achats hors Canada (36% contre 26% en moyenne) ainsi que les personnes ayant un revenu minimum de 61 000\$ par an (40%).



17. Si Oui, sur lesquels?



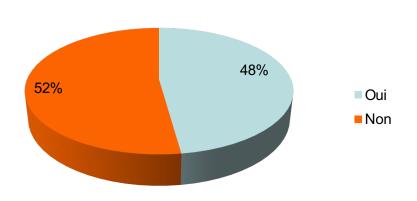
Parmi les 26% de répondants qui ont déclarés avoir effectué des achats en ligne à l'étranger, le site Américain eBay est le plus cité, avec 37%.

Viennent ensuite Amazon.com (10%) et Victoria's Secret (2%). Les autres sites nommés n'y figurent pas car ils représentaient moins de 2% de réponses.

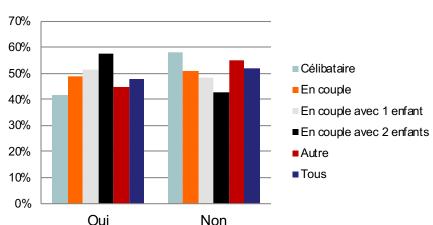


18. Avez-vous déjà utilisé des sites pour vendre des produits ou services, tels que eBay, Lespac, Kijiji...?

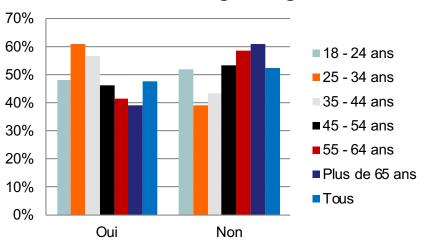
Vente en ligne



Vente en ligne / Situation matrimoniale



Vente en ligne / Âge



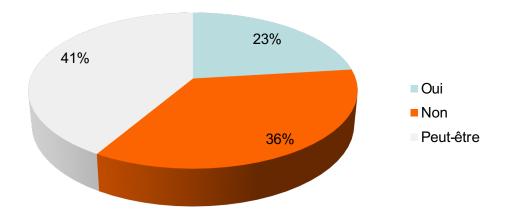
Près de la moitié des répondants déclarent avoir déjà utilisé des sites comme eBay, Lespac ou Kijiji pour vendre des produits ou services.

Les 25-34 ans sont ceux qui ont le plus eu recours à ces sites pour vendre (61% contre 48% en moyenne). Toutefois, ils sont suivis de près par les 35-44 ans qui, à 57% ont utilisé des sites comme eBay, LesPac ou Kijiji.

Enfin, on remarque que parmi les répondants, c'est les couples avec 2 enfants (57%) qui ont le plus fréquemment utilisés ces sites pour vendre des produits ou services, par rapport au 48% qui ont répondu « oui » à la question.



19. Au cours de cette année, vous laisseriez-vous tenter par l'achat en ligne de votre prochain voyage ?



Seulement 23% des sondés ont déclaré qu'ils se laisseraient tenter par l'achat en ligne de leur prochain voyage.

Les indécis sont majoritaires, avec 41%.

Ceux qui ne pensent pas acheter leur prochain voyage en ligne représentent un peu plus d'un tiers des répondants (36%).

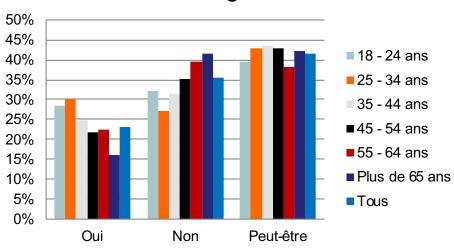
Dans une étude réalisée dans le Journal du Net, on nous révèle qu'il y a une forte affinité pour le web dans le secteur du tourisme, dont les offres sont les premières, parmi tous les secteurs, à être exclusivement achetées sur Internet. 62 % des acheteurs en ligne interrogés achètent systématiquement leurs billets d'avion en ligne, ils sont 48 % à le faire pour les billets de train et 36 % pour la réservation d'hôtels.

Pourquoi? Parce qu'ils trouvent que le web coûte moins cher.

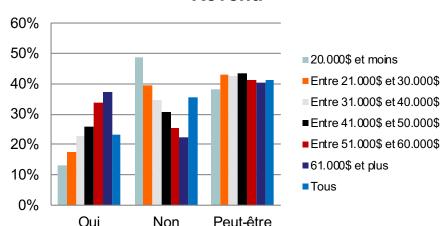


19. Au cours de cette année, vous laisseriez-vous tenter par l'achat en ligne de votre prochain voyage ?

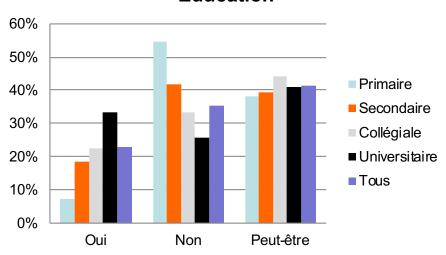
Achat du prochain voyage en ligne / Âge



Achat du prochain voyage en ligne / Revenu



Achat du prochain voyage en ligne / Éducation



On observe des différences notables entre l'âge, le niveau de scolarité et le niveau de revenu des répondants.

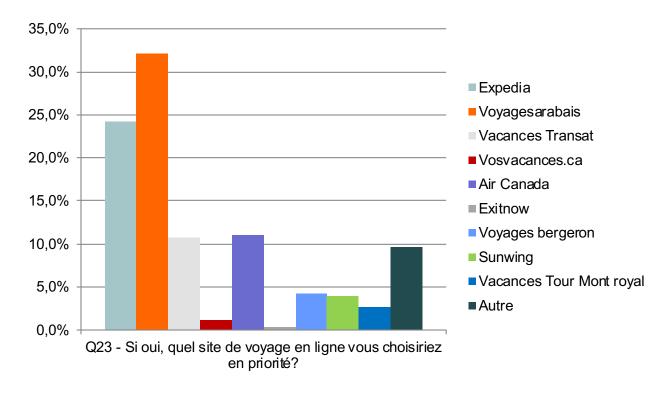
Assurément, les 25-34 ans sont 30% à déclarer qu'ils pourraient se laisser tenter par l'achat de leur prochain voyage en ligne contre 16% pour les plus de 65 ans.

Les diplômés de l'université sont 33% à être tenté par l'achat en ligne de leur prochain voyage contre 7% pour les titulaires d'un diplôme du primaire.

Et enfin, les répondants au revenu supérieur à 61 000\$ par an sont 37% à déclarer être prêts à acheter leur prochain voyage en ligne contre 13% pour ceux qui ont un revenu inférieur à 20 000\$ par an.



20. Si oui, quel site de voyage en ligne vous choisiriez en priorité?



Voyage à rabais est la principale option pour les 23% des internautes qui ont répondu « oui » à l'achat en ligne de leur prochain voyage.

Ainsi, 32% choisiraient ce site de forfait vacances, 24% opteraient pour Expedia, et seulement 11% choisiraient Vacances Air Canada ou Vacances Transat.

Ces résultats sont cohérents dans la mesure où on retrouve ces 4 agences en tête du classement des sites préférés des québécois dans la catégories « Tourisme et Voyages ».



Bilan : Les internautes québécois et les achats en ligne

- □ Plus de la moitié des internautes québécois (58%) ont réalisé des achats sur Internet lors des 12 derniers mois. Les 25-34 ans sont à 73% majoritaire dans l'achat en ligne sur cette même période.
- Les montants moyens dépensés sont plutôt raisonnables. 54% ont déboursé moins de 100\$ en moyenne et 25% entre 100\$ et 200\$.



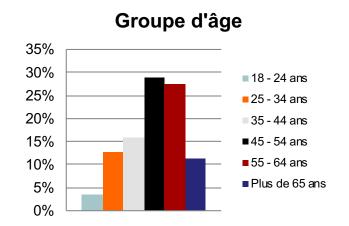
- □ Magasiner en ligne lorsque vient l'occasion d'acheter n'est pas encore un réflexe pour l'internaute québécois. La majorité des répondants n'y pensent qu'occasionnellement (48%) alors que 1/5 n'y pense jamais (21%).
- Le plus grand nombre de répondants achète des produits de divertissement culturel (43%) ainsi que des livres/revues en ligne (40%).
- Le paiement par carte de crédit ne semble pas poser de problème à l'internaute québécois pour peu qu'il connaisse le site. Par ailleurs, 37% d'entre eux considèrent cette opération étant risquée même si seuls 2% des répondants affirment avoir déjà été piratés.
- Pour les internautes québécois ayant effectué un achat en ligne lors des 12 derniers mois, la satisfaction est au rendez-vous puisque 78% se déclarent satisfaits ou très satisfaits de leurs achats en ligne.

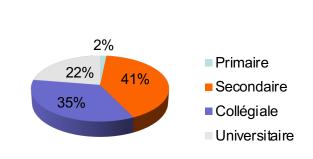




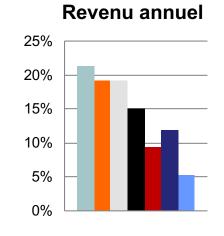
21. Profil des répondants

Genre 29% Un homme Une femme

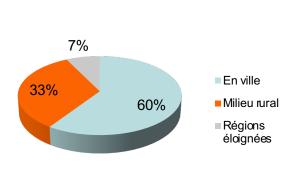




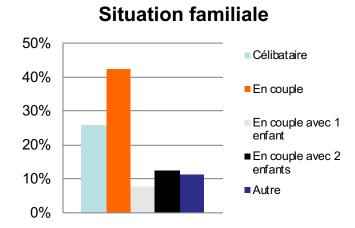
Niveau de scolarité







Lieu d'habitation





Pour de plus amples informations sur cette étude, ou pour obtenir une étude plus détaillée sur un segment de population, n'hésitez pas à nous contacter :

Téléphone: 514-887-2310

Skooiz Montréal

1450 city Councillors, Suite 425 Montréal QC, H3A 2E6

Skooiz.com

Montréal - Paris - New-York - Toronto