

Croissance, toujours

Les investissements publicitaires sur le web continuent d'augmenter. Et les internautes les plus assidus n'ont pas forcément l'âge que l'on imagine...

Selon le Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB), la publicité en ligne a généré plus de 1,2 milliard \$ en 2007. Il s'agit d'une augmentation de 38 % par rapport aux résultats réels de 2006, estimés à 900 millions \$. Dans les cinq dernières années, les recettes des éditeurs générées par la publicité en ligne au Canada ont ainsi plus que quadruplé. Les catégories d'annonceurs qui ont généré le plus de revenus sont: automobile (16%), finances (11%), technologie (10%), vente au détail (9%) médias et divertissements (8%), loisirs (7%), télécommunications (7%) et pro-

duits de consommation (6%). Du montant de 1,2 milliard \$, environ 260 millions \$, soit 21 %, proviennent du marché francophone canadien.

Du côté francophone, le marché publicitaire a de nouveau enregistré une augmentation en 2007, avec des dépenses de 260 millions \$, soit une progression de 25 % par rapport aux 208 millions \$ de l'année précédente.

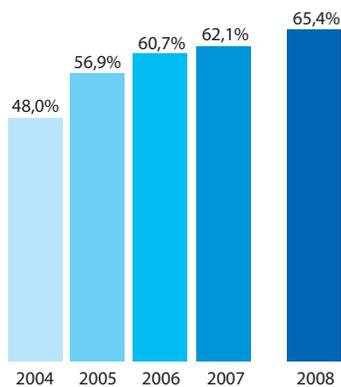
Au Québec, la pénétration d'internet au foyer a augmenté de 3,4 % atteignant 65,4 % en 2007. Le web demeure principalement utilisé pour la consultation des moteurs de recherche, pour près de 35 % en ce qui concerne les Québé-

cois. Ce pourcentage atteint plus de 43 % ailleurs au Canada. Les sites de livres/jeux/films/musique sont également populaires auprès des internautes québécois, qui sont près de 30 % à les consulter.

Les 35-49 ans, qui représentent le quart des internautes, demeurent le groupe d'âge le plus actif sur le web, juste avant les 60 ans et plus, qui comptent pour près de 21 % des internautes! Les autres groupes d'âge, à commencer par les 25-34 ans (11,6 %) suivent d'assez loin. Les personnes détenant un diplôme d'études postsecondaires comptent toujours pour plus de 50 % des utilisateurs du web. ●

1. Pénétration d'internet au foyer

POURCENTAGE DE LA POPULATION DU QUÉBEC AYANT UN ACCÈS À UN ORDINATEUR ET À INTERNET AU FOYER



Source: Sondages BBM, Service audimétrique PMT pour 2003 - 2004, et Service audimétrique PPM pour 2005 - 2008 printemps, lun-dim 2h-2h, 2 ans et plus

1.

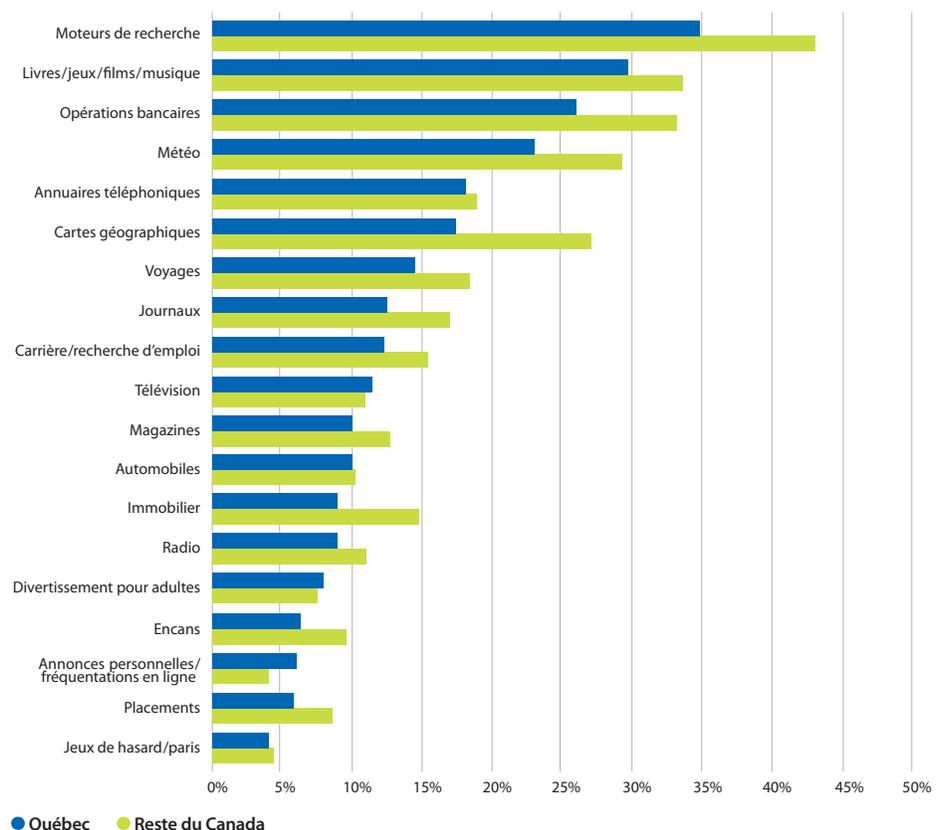
Le pourcentage des Québécois ayant accès à un ordinateur et à internet au foyer poursuit sa progression. Il a augmenté de 5% en 2008 pour atteindre 65,4%.

2.

Les moteurs de recherche sont le type de site web le plus populaire auprès des internautes, avec une portée de 34,8% au Québec et de 43,1% dans le reste du Canada, une hausse respective de 5,8% et de 7,9% comparativement à 2007. Ils sont suivis des sites de livres/jeux/films/musique ainsi que de ceux servant à effectuer des opérations bancaires.

2. Principales utilisations d'internet

TYPES DE SITES WEB VISITÉS AU COURS DU DERNIER MOIS

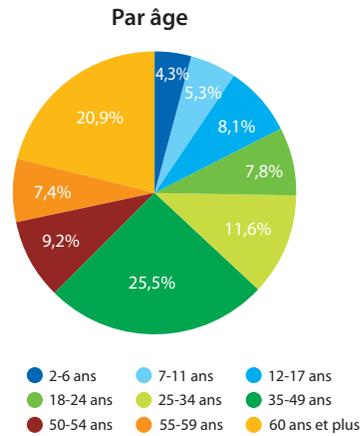
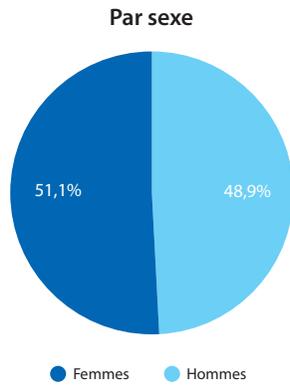


Source: PMB 2008, Québec total, 12 ans et plus

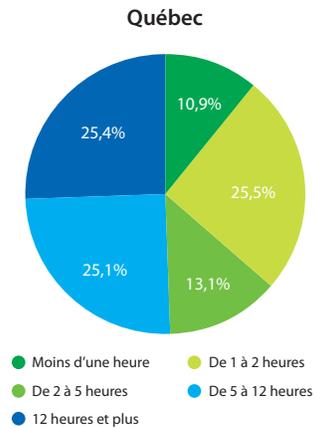
Internet

Type d'usage et portrait de l'internaute

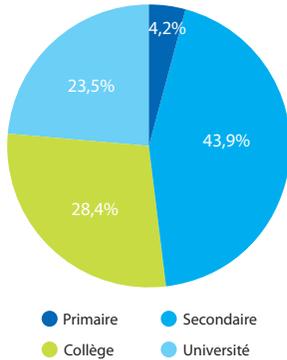
3. Profil de l'internaute



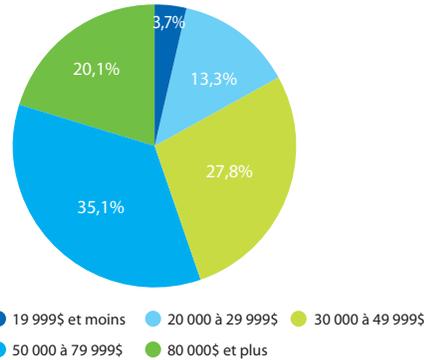
4. Répartition des utilisateurs selon le temps consacré par semaine



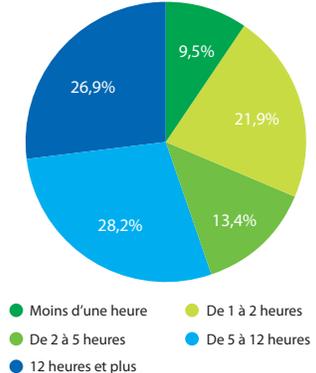
Par niveau de scolarité



Par revenu familial



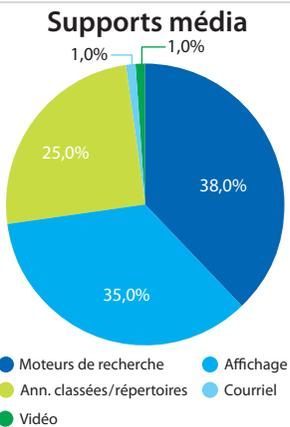
Reste du Canada



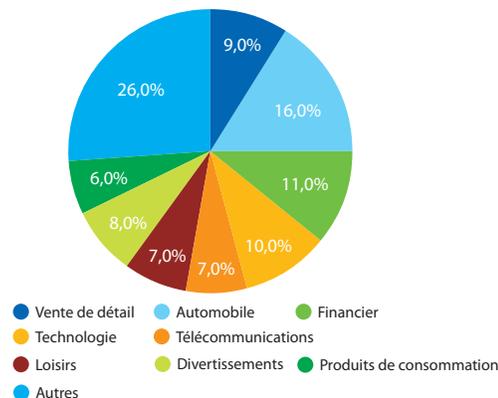
Source: Sondages BBM, Service audimétrique PPM, 21 janvier au 20 avril 2008, lun-dim 2h-2h, 2 ans et plus (sexe et âge), 18 ans et plus (scolarité et revenu familial)

Source: PMB 2008, 12 ans et plus

5. Segmentation des catégories d'investissements publicitaires internet



Catégories d'annonceurs



Source: 2008 Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB)

3.

Bien que l'écart soit léger, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à naviguer sur le web. Les personnes détenant un diplôme d'études postsecondaires comptent pour 51,9 % des gens naviguant sur la Toile, alors que celles disposant d'un revenu familial supérieur à 50 000 \$ représentent plus de 55 % des internautes.

4.

Plus d'un internaute québécois sur quatre (25,4%) navigue un minimum de douze heures par semaine sur internet, contre 26,9% dans le reste du Canada.

5.

Les moteurs de recherche, en hausse de 3% par rapport à l'année précédente, récoltent la plus grande part des investissements publicitaires en ligne (38%). La vidéo, qui apparaît à l'étude pour une première fois, obtient 1%. Le secteur de l'automobile (16%) est le plus présent sur la Toile, suivi par celui de la finance (11%), en baisse de 5% et de la vente au détail (9%), en baisse de 7%.

Internet

Utilisation d'internet

6. Utilisation des moteurs de recherche au Canada (en millions)

Nombre de recherches par mois	1 955
Nombre de visites de moteurs de recherche par mois	621
Nombre de visiteurs uniques de moteurs de recherche par mois	22

Source: comScore Media Metrix Canada, mars 2008

7. Type de connexion à internet

QUÉBEC FRANCOPHONE VS RESTE DU CANADA

	QUÉBEC FRANCOPHONE	RESTE DU CANADA
Connexion à hautes bandes passantes (haute vitesse)	92,0 %	92,0 %
Connexion à faibles bandes passantes (basse vitesse)	8,0 %	8,0 %

Source: comScore Media Metrix Canada, mars 2007 à mars 2008

8. Parts d'utilisation d'internet (Québec vs reste du Canada)

	RESTE DU CANADA	QUÉBEC	INDICE
18-24 ans	11,7 %	12,3 %	105
25-34 ans	16,1 %	15,9 %	99
35-44 ans	19,6 %	17,5 %	89
45-55 ans	16,8 %	15,9 %	95
55 ans et plus	15,3 %	13,8 %	90
Hommes	50,1 %	53,0 %	106
Femmes	49,9 %	47,0 %	94
Salaire de moins de 60 000 \$	47,4 %	51,8 %	109
Salaire de 60 000 \$ ou plus	52,6 %	48,2 %	92

Source: comScore Media Metrix Canada, mars 2008

9. Analyse des mesures clés de la population en ligne

	TOUS LES LIEUX (CANADA)	MAISON (CANADA)	TRAVAIL (CANADA)	TOUS LES LIEUX (QUÉBEC)
Nombre total moyen de visiteurs uniques par mois	23 879 000	22 768 000	8 697 000	4 628 000
Temps d'utilisation moyen (en minutes, par jour d'utilisation)	105,2	115,2	73,3	120,5
Nombre moyen de pages visitées (par jour d'utilisation)	163,1	178,1	115,6	188,9
Nombre moyen de jours d'utilisation (par mois)	25,9	20,6	17	20,8
Nombre moyen de minutes d'utilisation (par visiteur et par mois)	2 720,8	2 378	1 245	2 503,6
Nombre moyen de pages visitées (par visiteur et par mois)	4 220	3 676	1 963	3 923

Source: comScore Media Metrix Canada, mars 2008

6.

Les moteurs de recherche sont de plus en plus utilisés par les internautes. 22 millions de Canadiens les consultent au moins une fois par mois, une hausse de 3 millions par rapport à 2007.

7.

Les statistiques québécoises et canadiennes sont les mêmes en ce qui a trait au type de connexion à internet. 92% des Canadiens ayant accès à internet disposent d'une connexion haute vitesse alors que le taux est de 8% pour la connexion à faibles bandes passantes. Chez la population du Québec francophone, le taux de connexion au réseau haute vitesse a donc augmenté de 8% de 2007 à 2008 et de 6% chez celle du reste du Canada.

8.

Partout au pays, la part d'utilisation des 35-44 ans est la plus grande. Dans le reste du Canada, l'utilisation d'internet se partage également entre les femmes et les hommes, tandis qu'au Québec, ceux-ci l'utilisent dans une plus grande proportion (53%).

9.

Les Québécois passent en moyenne plus de temps (120,5 min.) sur le web par jour d'utilisation que les Canadiens (105,2 min.). Toutefois, le nombre de jours d'utilisation par mois est plus élevé chez les Canadiens (25,9) que chez les Québécois (20,8).

Internet

Utilisation d'internet

10. Portée des 20 principaux sites au Canada *

RANG	SITES	NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES	PORTÉE SUR LA POPULATION DES INTERNAUTES (%)	MOYENNE DE TEMPS PASSÉ PAR VISITEUR (EN MINUTE, PAR MOIS)	MOYENNE DE PAGES VUES PAR VISITEUR (PAR MOIS)
1	Sympatico / MSN	20 393 000	85,4	633,3	275
2	Yahoo! Sites	16 214 000	67,9	137,4	133
3	Facebook.com	15 521 000	65,0	355,9	838
4	Yellow Pages Group	9 790 000	41,0	32,4	58
5	Canoe Network	8 382 000	35,1	34,0	83
6	The Weather Network / MétéoMédia	7 713 000	32,3	12,2	21
7	CTV Globemedia	7 665 000	32,1	30,8	39
8	Ask Network	7 259 000	30,4	10,5	22
9	CNET Networks	7 188 000	30,1	16,8	15
10	About	6 209 000	26,0	3,8	8
11	Kijiji.ca	5 803 000	24,3	38,8	86
12	CBC - Radio-Canada Sites	5 659 000	23,7	18,8	19
13	Canwest Digital	4 847 000	20,3	11,4	20
14	MySpace.com	4 537 000	19,0	42,6	109
15	Expedia Inc	4 322 000	18,1	20,7	30
16	Transcontinental Digital	4 059 000	17,0	8,7	16
17	Astral Media	3 558 000	14,9	14,3	26
18	Monster Worldwide	3 510 000	14,7	7,7	14
19	Workopolis.com	3 319 000	13,9	8,8	15
20	IGN Entertainment	3 319 000	13,9	17,9	16

Source : comScore Media Metrix Canada, ensemble du Canada, mars 2008
* Ce classement n'inclut que les sites qui acceptent la publicité.

10.

Avec une portée de 85,4%, Sympatico / MSN est de nouveau le site acceptant de la publicité le plus populaire au Canada. Yahoo! demeure second, avec 67,9% des internautes. Ces deux sites enregistrent toutefois des baisses respectives de 2,1% et de 5,4% par rapport à 2007. Facebook fait quant à lui son entrée dans le classement et atteint le troisième rang, avec une portée de 65%. Il détient la pole position en ce qui a trait à la moyenne de pages vues par visiteur, avec 838, soit plus du triple de Sympatico / MSN, qui arrive second. Alors que Yellow Pages Group demeure stable en quatrième position (41%), Canoe Network passe de la huitième à la cinquième, avec 35,1%, ce qui représente une hausse de 1,1%. CTV Globemedia grimpe également de trois échelons et termine septième (32,1%) grâce à une augmentation de 3,4% de sa portée.

Internet

Utilisation d'internet

11. Portée des 20 principaux sites au Québec *

RANG	SITES	NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES	PORTÉE SUR LA POPULATION DES INTERNAUTES (%)	MOYENNE DE TEMPS PASSÉ PAR VISITEUR (EN MINUTE, PAR MOIS)	MOYENNE DE PAGES VUES PAR VISITEUR (PAR MOIS)
1	Sympatico / MSN	4 276 000	92,4	698,3	280
2	Canoe Network	3 022 000	65,3	51,1	140
3	Yahoo! Sites	2 656 000	57,4	71,1	82
4	Yellow Pages Group	2 550 000	55,1	49,5	95
5	Facebook.com	2 041 000	44,1	175,9	450
6	Transcontinental Digital	1 657 000	35,8	7,4	20
7	Cyberpresse Sites	1 629 000	35,2	25,6	33
8	Branchez-vous! Sites	1 587 000	34,3	14,8	24
9	The Weather Network / MétéoMédia	1 564 000	33,8	12,4	21
10	CBC - Radio-Canada Sites	1 486 000	32,1	23,4	22
11	CTV Globemedia	1 277 000	27,6	49,3	65
12	Astral Media	1 240 000	26,8	11,5	26
13	Ask Network	1 213 000	26,2	6,8	15
14	Kijiji.ca	1 194 000	25,8	31,1	62
15	CNET Networks	1 185 000	25,6	11,8	11
16	MySpace.com	856 000	18,5	25,9	63
17	Workopolis.com	773 000	16,7	4,2	7
18	Expedia Inc	722 000	15,6	15,2	26
19	Monster Worldwide	666 000	14,4	4,1	6
20	Corus Interactive Sites	611 000	13,2	12,6	23

Source: comScore Media Metrix Canada, ensemble du Canada, mars 2008

* Ce classement n'inclut que les sites qui acceptent la publicité.

11.

Les trois premières positions demeurent inchangées par rapport à l'année précédente. Sympatico / MSN arrive au haut du classement (92,4%), suivi de Canoe Network (65,3%) et de Yahoo! Sites (57,4%). Leur portée est toutefois moindre qu'en 2007, avec des diminutions respectives de 1,5%, 4,3% et de 8,3%. Le Yellow Pages Group (55,1%) déloge quant à lui Cyberpresse Sites (35,2%), qui passe de la quatrième à la septième place, une baisse de 23,3% comparativement à 2007. Cette chute s'explique en partie par la baisse de popularité du site des Têtes à claques que comprend Cyberpresse Sites. Facebook, au classement pour une première fois, arrive cinquième, avec 44,1%.