

COMMUNIQUER, S'INFORMER, MAGASINER... QUE FONT LES QUÉBÉCOISES SUR INTERNET ?

Montréal, le 8 mars 2010 – Dans le cadre d'une conférence organisée par *Infopresse* qui aura lieu le 10 mars prochain, le CEFRIO dévoilera des données toutes récentes sur l'utilisation que les Québécoises font du Web. « Au Québec, les femmes semblent prendre une place de plus en plus importante sur Internet. À preuve, la proportion d'internautes féminines a crû de **106 %** depuis 2000, passant de 34 à **70 %** en neuf ans », déclare Najoua Kooli, directrice de projet au CEFRIO.

Bien que les hommes demeurent plus nombreux à utiliser Internet (76 %), l'écart qui subsiste à ce chapitre entre eux et les femmes ne cesse de diminuer depuis les dernières années.

Selon les résultats de l'enquête *NETendances 2009* du CEFRIO, le profil de l'internaute québécoise tend à se démocratiser. La plupart d'entre elles ont entre 18 et 44 ans (**89 %**) et habitent surtout les RMR de Montréal (**75 %**) ou de Québec (**74 %**). L'internaute type est mère de famille (enfants à domicile, **87 %**) et son revenu familial s'élève en moyenne à 80 000 dollars par an (**92 %**). Ces femmes sont des diplômées universitaires (**89 %**), exercent une carrière professionnelle (**91 %**), sont étudiantes (**91 %**) ou encore travaillent comme employées de bureau ou dans le secteur des services ou de la vente (**83 %**).

Jaser, communiquer et...

Sans grande surprise, les femmes aiment échanger sur Internet. Ainsi, **60 %** d'entre elles communiquent par courriel et **34 %** clavardent. Au chapitre du divertissement en ligne, l'écoute de vidéos (**27 %**) et le visionnement de photos (**23 %**) comptent parmi les activités préférées des internautes québécoises. Viennent ensuite l'écoute de la radio ou de la télé (**18 %**), l'écoute ou le téléchargement de musique (**18 %**) et les jeux en réseau (**14 %**).

Bien que pour plus de **64 %** des femmes, la télévision demeure le principal média pour s'informer sur l'actualité et les nouvelles, une minorité de Québécoises (**9 %**) ont désormais adopté Internet pour satisfaire ce besoin. Les femmes trouvent également que le Web est très utile pour planifier leurs vacances (**41 %**). Par ailleurs, plus du quart des Québécoises s'intéressent aux offres promotionnelles qu'elles reçoivent par courriel et aux bulletins électroniques (**27 %** chacun).

De grandes utilisatrices d'opérations bancaires en ligne

En 2009, près de la moitié des Québécoises (**42 %**) ont effectué sur Internet des opérations bancaires courantes : virement de fonds, vérification de solde, paiement de factures, etc. Elles sont toutefois moins nombreuses à effectuer des achats en ligne. Selon l'Indice du commerce électronique au Québec, **16 %** des Québécoises en moyenne ont acheté des produits et services sur Internet au cours d'un mois type en 2009. Par ailleurs, le Web est devenu un outil de consommation incontournable : en 2009, **34 %** des Québécoises ont cherché de l'information sur Internet avant d'effectuer un achat, que ce soit en ligne ou en magasin.

Web 2.0 : les femmes utilisent les médias sociaux

Les Québécoises apprécient les sites de réseautage. Ainsi, **29 %** d'entre elles fréquentent des réseaux sociaux et **27 %** y participent. Dans une proportion similaire, **24 %** consultent des blogues. En contrepartie, à peine **9 %** des internautes québécoises écrivent sur des blogues ou y expriment leur opinion, et seulement **5 %** participent à des sites de microblogage tel Twitter.

Finalement, les Québécoises ne semblent pas encore prêtes à utiliser Internet mobile : **57 %** d'entre elles possèdent un cellulaire, un assistant numérique ou un téléphone intelligent, mais seulement **8 %** s'en servent pour accéder à Internet mobile. Cela dit, la grande majorité des mobinautes féminines s'y connectent régulièrement, dont **32 %** tous les jours !

Notons en terminant que tous les résultats de l'enquête *NETendances 2009* seront dévoilés dans le cadre de l'événement Boule de cristal, organisé par le CRIM le 8 avril prochain. Rappelons que cette enquête a été rendue possible grâce au soutien financier de **Services Québec**, du **Mouvement des caisses Desjardins** et de **TELUS**.

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe près de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux, ainsi qu'une soixantaine de chercheurs associés et invités. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme leviers de transformation et d'innovation. Le CEFRIO réalise en partenariat des projets de recherche-expérimentation, d'enquête et de veille stratégique sur l'appropriation des TI partout au Québec. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à 70 % par ses propres projets et à 30 % par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.

- 30 -

Pour de plus amples informations, communiquez avec :

Liette D'Amours

Directrice des communications, CEFRIO

Tél : 514 946-0935

liette.damours@cefrio.qc.ca