



Série sur la

CONNECTIVITÉ



Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999

P. Dickinson et J. Ellison



Série sur la connectivité

Dans la série de publications sur la connectivité, on trouve des études analytiques ainsi que des rapports de recherche et des documents de travail liés au vaste domaine de la connectivité. Ce vaste domaine comprend les secteurs des télécommunications, de la radiodiffusion, des services informatiques et des fournisseurs d'accès Internet, de même que des activités qui touchent l'ensemble de l'économie comme Internet et le commerce électronique. Cette série de publications présente, sous une perspective statistique, les phénomènes particuliers qui sont la cause des grands changements en matière économique et sociale.

Tous les documents sont contrôlés par des pairs et par le Bureau et, au besoin, par des experts en la matière. Ils sont distribués dans les bureaux régionaux de Statistique Canada, aux coordonnateurs statistiques provinciaux ainsi que disponible sur Internet.

Les documents dans la Série sur la connectivité exprime le point de vue de l'auteur et ne reflète pas nécessairement celui de Statistique Canada.

La série est produite par :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

Directeur: Fred Gault

Pour de plus amples informations :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique
Édifice R.H. Coats, Section 7-L
Ottawa, Ontario, K1A 0T6
Téléphone : (613) 951-2581
Télécopieur : (613) 951-9920

Vous pouvez également visiter notre site web pour la liste complète des publications sans frais de Statistique Canada : <http://www.statcan.ca>

Also available in English

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.



Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999

P. Dickinson et J. Ellison

Pour de plus amples informations, veuillez contacter J. Ellison au (613) 951-5882
Courriel : Jonathan.Ellison@statcan.ca

Editeur : George Sciadas

Comité de revue : Mike Sheridan, Philip Smith, Louis-Marc Ducharme, Paul Johanis, Philip Cross.

Production : Lucienne Sabourin

Novembre 2000

N°56F0004MIF, N° 1

ISBN: 0-662-85286-9

ISSN: 1492-7934

Périodicité: Irrégulier

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Résumé

Les Canadiens sont de plus en plus nombreux à se brancher à Internet. En effet, en 1999, la proportion des ménages qui utilisaient régulièrement Internet, peu importe le lieu d'utilisation, a atteint 41,8 %. Cette augmentation était largement attribuable au remarquable bond de la proportion des ménages utilisant Internet à domicile (28,7 %).

Non seulement les ménages étaient-ils plus nombreux à utiliser Internet, mais aussi l'utilisaient-ils plus fréquemment et pendant des périodes plus longues. Par ailleurs, les ménages utilisaient ce nouveau mode de communication à des fins plus variées, y compris pour acheter des biens et des services. De plus, les ménages branchés avaient tendance à le rester, et les branchements par câble représentaient 12 % des branchements en 1999. Les désabonnements ont été très rares.

Les ménages à revenu élevé et ceux à haut niveau de scolarité étaient toujours plus susceptibles d'utiliser Internet. Malgré le fait que les personnes âgées utilisaient toujours beaucoup moins Internet que les ménages plus jeunes, le taux de pénétration d'Internet a augmenté dans tous les groupes d'âges et dans tous les types de familles.

Les plus riches provinces, à savoir l'Alberta, la Colombie-Britannique et l'Ontario, étaient les plus branchées. Mentionnons cependant que la connectivité a augmenté dans toutes les provinces, le plus important taux de croissance étant survenu au Québec. La variabilité des taux de pénétration d'Internet était considérable dans les grands centres urbains mais, en général, les ménages qui y vivaient étaient plus susceptibles d'être déjà branchés que les ménages d'autres régions géographiques.

Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999

Par P. Dickinson et J. Ellison

1. CONTEXTE

Les Canadiens se branchent sur Internet en nombre de plus en plus grand. De 1998 à 1999, la proportion de ménages dont les membres utilisent régulièrement Internet*, tous lieux d'utilisation confondus, est passée de 35,9 % à 41,8 %. Selon l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages réalisée en 1999, mesurée au niveau du ménage, l'utilisation d'Internet a augmenté aussi bien à domicile qu'à l'école. En outre, aujourd'hui, la nouvelle technologie s'est infiltrée dans les activités quotidiennes au foyer de nombreux Canadiens.

Internet a sans aucun doute reçu beaucoup d'attention et suscité de vives discussions. Sa diffusion et son utilisation sont généralement considérées comme des moteurs indispensables de la croissance et du développement futurs. « Pour que le Canada puisse créer des emplois et stimuler la croissance et la richesse, il faut qu'il ait une économie de premier plan, axée sur le savoir et capable de générer des idées nouvelles et de les mettre en œuvre pour les Canadiens. Pour ce faire, il faut que les Canadiens soient branchés entre eux, avec les écoles et les bibliothèques, avec les gouvernements et les marchés, de manière à ce qu'ils puissent profiter des idées des autres et partager leurs connaissances. » (Gouvernement du Canada 1999, p. 12).

Pour poursuivre cet objectif, les secteurs public et privé ont lancé de

nombreuses initiatives portant à la fois sur l'infrastructure et sur la prestation de services. Ainsi, les Canadiens se voient offrir des forfaits de raccordement de plus en plus alléchants et abordables, tandis que le gouvernement accorde depuis quelque temps déjà une haute priorité aux mesures prises pour donner à tous les Canadiens la possibilité d'utiliser Internet. Des programmes sont mis en place pour offrir aux habitants des collectivités rurales, éloignées ou urbaines des lieux publics de consultation d'Internet, pour brancher entre elles les écoles et les bibliothèques et pour fournir des services gouvernementaux en ligne (Gouvernement du Canada 2000).

À mesure que voient le jour de nouvelles applications, comme le commerce électronique, la demande de données sur le raccordement des ménages à Internet et sur leur utilisation de cette technologie s'intensifie. Le présent article contient les données de 1999, qui permettent de mettre à jour les estimations et les analyses antérieures (Dickinson et Sciadas 1996, 1997, 1999 et Dickinson et Ellison 1999). Il fournit des renseignements sur l'utilisation d'Internet par les ménages, y compris le lieu d'utilisation, la fréquence, l'intensité et le genre d'utilisation, ainsi qu'une analyse de l'utilisation selon le revenu, le niveau de scolarité, l'âge et la catégorie de famille. En outre, il rend compte de la croissance de l'utilisation d'Internet par les ménages au fil du temps.

Consultant, Paul Dickinson est aussi chargé de cours en économie à l'Université McGill. Jonathan Ellison travaille à la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada.

* Les ménages où l'on utilise régulièrement Internet sont ceux qui ont répondu affirmativement à la question : « Au cours d'un mois habituel, est-ce qu'un membre de votre ménage utilise Internet? (Incluez tous les endroits) ». En plus de renseignements sur l'usage régulier d'Internet, l'enquête est conçue pour recueillir des renseignements sur les ménages dont un membre a déjà utilisé Internet. Sauf indication contraire, l'analyse présentée ici porte sur les ménages dont certains membres sont des utilisateurs réguliers d'Internet.

NOTE AUX LECTEURS

L'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM) est réalisée auprès d'un sous-échantillon de ménages qui participent à l'Enquête sur la population active (EPA) et, par conséquent, le plan de sondage est étroitement lié à celui de l'EPA. Cette dernière est une enquête-ménage mensuelle réalisée auprès d'un échantillon représentatif de ménages formés de civils, non placés en établissement, des dix provinces du Canada. Sont exclus du champ d'observation de l'enquête les résidents du Yukon, des Territoires-du-Nord-Ouest et du Nunavut, les personnes qui vivent dans les réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces canadiennes et les détenus des établissements pénitenciers. Ensemble, ces groupes exclus représentent environ 2 % de la population canadienne de 15 ans et plus.

Contrairement à l'EPA, dans le cadre de laquelle on recueille individuellement des renseignements sur tous les membres admissibles du ménage, l'EUIM vise à recueillir des renseignements sur le ménage dans son ensemble. En 1999, 43 034 ménages répondaient aux critères de participation à l'EUIM. En tout, 36 241 de ces ménages ont été interviewés, ce qui représente un taux de réponse de 84,2 %. Les résultats ont été pondérés de sorte qu'ils soient représentatifs de l'ensemble des ménages.

La projection du nombre annuel de ménages au Canada se fonde sur les données du Recensement de la population. Les données sur les échantillons de 1997 et de 1998 de l'EUIM ont été pondérées d'après les projections fondées sur le Recensement de 1991, tandis que celles sur l'échantillon de 1999 l'ont été d'après les projections fondées sur le Recensement de 1996. L'augmentation projetée du nombre de ménages calculée d'après les données du Recensement de 1991 est un peu plus importante que l'augmentation réelle, si l'on s'en tient aux données du Recensement de 1996. Donc, le nombre total de ménages dans les dix provinces qui a été utilisé pour l'analyse des données de 1999 (11 631 995) est un peu plus faible que celui utilisé pour l'analyse des données de 1998 (11 913 370). Par conséquent, la comparaison des proportions entre années distinctes est valable, mais non celle des valeurs absolues. Autrement dit, on peut comparer les taux de pénétration pour 1997, 1998 et 1999, mais on ne peut déterminer la variation du nombre actuel de ménages dont les membres utilisent Internet d'après les chiffres pondérés de population dont on dispose à l'heure actuelle. Par exemple, la légère baisse du taux d'utilisation d'Internet au travail ne signifie pas nécessairement que le nombre réel de ménages dont certains membres utilisent Internet au travail a diminué.

En outre, lors de l'enquête de 1999, on a posé aux membres des ménages des questions sur leur utilisation d'Internet, tandis que lors des enquêtes de 1997 et de 1998, on leur a posé des questions sur l'utilisation plus générale des « communications informatiques ». Ce changement pourrait expliquer en partie la diminution du taux d'utilisation au travail observée de 1998 à 1999. Il se pourrait en effet que certaines personnes, qui utilisent les systèmes intranet, mais ne se raccorde pas sur Internet au travail, aient répondu affirmativement à la question formulée en terme généraux, mais négativement à la question plus précise.

Des renseignements supplémentaires sur les définitions, les concepts et la méthodologie de l'EUIM de 1999 figurent dans Statistique Canada (1999, 2000a). Des renseignements supplémentaires sur la méthodologie de l'EPA figurent dans Statistique Canada (2000b).

2. TENDANCES GÉNÉRALES

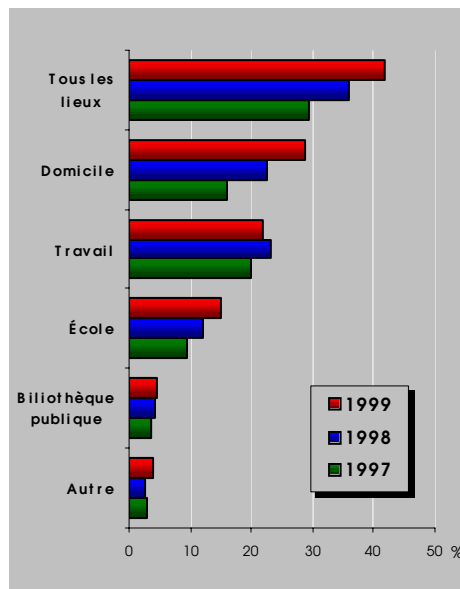
Le taux global d'utilisation d'Internet continue de croître sous l'impulsion de l'augmentation importante de l'utilisation à domicile

L'utilisation d'Internet par les ménages canadiens continue d'augmenter rapidement. Dans l'ensemble, en 1999, les membres de 41,8 % de ménages canadiens étaient des utilisateurs réguliers d'Internet. Ce taux de pénétration, qui représente l'utilisation d'Internet tous lieux d'utilisation confondus, c'est-à-dire à domicile, au travail, à l'école, dans les bibliothèques publiques ou à d'autres emplacements, est nettement plus élevé que ceux relevés pour 1998 (35,9 %) et pour 1997 (29,4 %) (graphique 1). En outre, les membres de 3,3 % de ménages où l'on n'utilisait pas Internet ont dit qu'ils prévoyaient le faire dans les douze prochains mois.

Le moteur le plus important de cette hausse est l'augmentation importante de la proportion de ménages dont les membres utilisent Internet à la maison. Le taux d'utilisation à domicile a augmenté considérablement en deux ans, passant de 16 % en 1997 à 28,7 % en 1999. Plus des deux tiers (68,7 %) des ménages où l'usage d'Internet est régulier comptent au moins un membre qui l'utilise à domicile. Plus d'un ménage sur cinq (21,9 %) comptent des membres qui utilisent Internet au travail. (Une modification de la méthodologie de l'enquête, décrite dans la note aux lecteurs, pourrait avoir contribué à la légère baisse observée par rapport à 1998). L'usage d'Internet à l'école continue d'augmenter, la proportion de ménages comptant des utilisateurs en milieu scolaire atteignant maintenant 14,9 %. Vient ensuite l'utilisation dans les bibliothèques publiques (4,5 %) et dans d'autres lieux¹ (3,9 %).

Mode de raccordement

À mesure que la pénétration et l'utilisation d'Internet se généralisent, il devient nécessaire de recueillir des renseignements non seulement sur le nombre, mais aussi sur le genre de raccordements. On



considère l'accès à large bande, c'est-à-dire la capacité nécessaire pour pouvoir offrir des services plus perfectionnés et plus rapides, comme un déterminant fondamental des futurs travaux de développement. En 1999, l'enquête a permis pour la première fois de recueillir auprès des ménages des renseignements sur le genre de raccordement à Internet à domicile, afin de mieux comprendre la situation. Une majorité massive de ménages dont les membres utilisent Internet à domicile ont dit être raccordés à Internet par ligne téléphonique branchée à un ordinateur. En tout, 12 % des ménages raccordés à Internet à domicile obtiennent le service par câble branché à un ordinateur².

Une fois branchés, les ménages le restent

En 1999, presque la moitié (48,8 %) des ménages ont dit qu'un ou plusieurs de leurs membres avaient déjà utilisé Internet, proportion plus forte que les 45,7 % enregistrés en 1998 et les 38,1 % observés en 1997. L'écart entre les proportions de ménages où on a déjà utilisé Internet et de ménages où on l'utilise régulièrement tient davantage aux utilisateurs ponctuels ou sporadiques qu'à l'interruption du raccordement par des ménages où l'utilisation est régulière. Seulement 1,9 % de ménages ont « laissé tomber »

Graphique 1.
Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation

1 -- Quand on leur a demandé de préciser leur réponse, la plupart des personnes qui ont dit utiliser Internet dans d'autres lieux ont indiqué qu'elles le faisaient chez des amis, des voisins ou des personnes apparentées.

2 -- Pour des renseignements supplémentaires sur le raccordement à Internet par câble, voir April (2000).

Internet et une proportion encore plus faible (0,7 %) l'ont abandonné après l'avoir utilisé régulièrement.

Les ménages utilisent Internet plus souvent, plus longtemps et pour obtenir une gamme plus variée de services comme par le passé

Les membres de presque les deux tiers (65,4 %) des ménages où l'on utilise Internet à domicile consultent Internet chaque jour et les membres d'une très faible proportion seulement de ces ménages (2,8 %) le font moins d'une fois par semaine. La consultation d'Internet à domicile fait partie de la vie quotidienne des membres de presque un ménage canadien sur cinq, chiffre qui a doublé de 1997 à 1999, pour passer de 9,8 % à 18,8 %.

On constate une augmentation non seulement de la fréquence de l'utilisation d'Internet à domicile, mais aussi du temps passé sur Internet, et ce pour un nombre croissant de ménages. En 1999, les membres de plus des deux tiers (67,1 %) des ménages branchés ont consacré au moins 10 heures par mois à la consultation d'Internet à la maison et les membres de presque la moitié des ménages (47,1 %), au moins 21 heures. Exprimée en pourcentage de l'ensemble des

ménages, la proportion de ménages dont les membres consacrent au moins 21 heures par mois à Internet à domicile (13,5 %) a plus que doublé depuis 1997.

La consultation d'Internet à domicile a lieu principalement, mais pas uniquement, pour des raisons sans rapport avec l'occupation professionnelle. Alors que les membres de presque tous les ménages où l'on utilise Internet à domicile le font pour des raisons personnelles non liées à leur emploi, ceux d'un ménage sur cinq (19,2 %) le font pour exécuter un travail à leur propre compte et ceux d'un ménage sur quatre (23,9 %), pour exécuter un travail pour un employeur.

Les catégories de services offerts sur Internet auxquelles est consacrée l'utilisation d'Internet à domicile se diversifient, comme en témoigne la croissance du taux d'utilisation observée pour presque tous les types de services étudiés (tableau 1). Par exemple, rares sont les ménages branchés sur Internet où l'on n'utilise pas le service de courrier électronique à la maison; en 1999, les membres de plus de neuf ménages branchés sur dix utilisaient le service de courrier électronique. Les membres de plus de la moitié (54,2 %) des ménages branchés

Tableau 1.

Proportion de ménages où l'on utilise Internet à domicile, selon le but de l'utilisation

But de l'utilisation	Tous les ménages			%	Ménages comptant des utilisateurs réguliers à domicile		
	1997	1998	1999		1997	1998	1999
Courrier électronique	13,3	19,3	26,3		83,1	85,6	91,7
Transactions bancaires	3,1	5,5	8,0		19,6	24,4	27,7
Achats de biens et services	1,5	2,5	5,5		9,2	10,9	19,0
Information médicale ayant trait à la santé	--	9,6	15,6		--	42,5	54,2
Parfaire ses connaissances dans le cadre de ses études	--	6,8	9,2		--	30,0	32,0
Renseignements gouvernementaux	--	8,2	12,7		--	36,4	44,1
Autres renseignements spéciaux	--	15,3	24,4		--	67,9	85,1
Navigations générales	13,5	17,6	24,3		84,7	78,1	84,7
Jouer à des jeux	--	7,8	12,3		--	34,4	42,7
Participer à des groupes de causerie	--	5,7	7,5		--	25,4	26,2
Obtenir et sauvegarder de la musique	--	--	7,8		--	--	27,1
Écouter la radio	--	--	5,0		--	--	17,5
Autres services Internet	2,2	2,6	10,0		13,7	11,6	34,7

Nota : « -- » indique que les renseignements n'ont pas été demandés au sujet de la catégorie durant l'enquête en question.

consultent maintenant Internet à domicile pour obtenir des renseignements médicaux et ayant trait à la santé, et ceux d'une grande majorité (85%) le font pour obtenir des renseignements précis sur d'autres sujets. En 1999, la proportion de ménages dont les membres utilisent Internet à la maison pour acheter des biens et des services a augmenté considérablement pour atteindre 19 %, chiffre presque deux fois plus élevé que celui enregistré en 1998. Ces ménages représentent 5,5 % de l'ensemble.

L'utilisation d'Internet à des fins récréatives, y compris pour jouer des jeux, écouter la radio ou télécharger de la musique, est fort répandue. La proportion de ménages où l'on utilise Internet à domicile dont les membres utilisent Internet pour parfaire leur éducation ou leur formation n'a pour ainsi dire pas varié au cours de la dernière année. Néanmoins, comme le taux d'utilisation d'Internet à domicile a augmenté, la proportion de ménages où l'on utilise Internet à domicile pour parfaire ses connaissances dans le cadre de ses études ou pour obtenir des renseignements gouvernementaux a augmenté elle aussi. La proportion plus forte de ménages où l'on utilise Internet à domicile pour obtenir d'autres services non précisés témoigne aussi de la diversification croissante de l'utilisation d'Internet.

3. CARACTÉRISTIQUES DES MÉNAGES

Examinons maintenant le lien entre l'incidence de l'utilisation d'Internet et le revenu du ménage, le niveau de scolarité et l'âge du chef de ménage ou la catégorie de famille.

Le taux d'utilisation d'Internet est plus élevé parmi les ménages à revenu élevé

L'association très forte entre le revenu du ménage et l'utilisation d'Internet persiste en 1999. Alors que les membres de 71,2 % de ménages appartenant au quartile supérieur de revenu (les 25 % de ménages ayant les revenus les plus élevés) ont dit utiliser Internet, la proportion n'est que de 18,8 % pour les ménages du quartile inférieur (tableau 2). Les membres de plus de la moitié (53,5 %) des ménages du quartile supérieur de revenu ont dit utiliser Internet à la maison, comparativement à 10,9 % seulement des membres des ménages du quartile inférieur.

L'écart entre les taux de pénétration observés pour les quartiles supérieur et inférieur s'est accentué légèrement depuis 1998, situation qui donne à penser que l'inégalité quant à l'utilisation d'Internet, que certains appellent la « ligne de partage numérique », s'est peut-être accentuée. Toutefois, dans ce contexte particulier, l'inégalité est un concept relatif que l'on peut analyser de nombreuses façons.

Tableau 2.

Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation et le revenu du ménage

	Domicile			Travail			École			Bibliothèque publique			Autre			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Tous les ménages	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	3,7	4,3	4,5	2,8	2,6	3,9	29,4	35,9	41,8
Quartile inférieur	5,5	7,1	10,9	4,9	4,1	4,3	5,8	6,1	8,6	1,8	2,7	3,2	2,0	2,0	3,3	12,4	13,2	18,8
Deuxième quartile	8,8	13,6	18,0	10,3	12,1	10,9	5,9	7,9	9,7	2,5	3,2	3,1	2,2	2,3	3,5	18,4	23,6	29,2
Troisième quartile	17,1	24,4	32,4	22,2	26,3	24,5	9,7	13,1	15,8	4,1	4,9	5,0	3,1	2,5	3,9	32,8	41,5	48,1
Quartile supérieur	32,5	45,1	53,5	42,3	50,4	47,8	16,1	21,0	25,5	6,2	6,6	6,7	3,9	3,7	5,1	53,7	65,1	71,2

Par exemple, le taux de pénétration a augmenté pour chaque quartile de revenu, si bien que pour chaque groupe, le nombre de ménages qui se branchent à Internet augmente d'année en année. Cependant, le taux de croissance de la pénétration est plus élevé pour le quartile inférieur que pour le quartile supérieur. Par conséquent, alors qu'en 1998 la proportion de ménages comptant des utilisateurs d'Internet était plus de cinq fois plus forte pour le quartile supérieur que pour le quartile inférieur, en 1999, elle était moins de quatre fois plus forte. De surcroît, la part de ménages comptant des utilisateurs réguliers d'Internet qui se situent au bas de l'échelle de répartition des revenus est passée de 25,6 % en 1998 à 28,7 % en 1999, alors que la part de ménages situés à l'extrémité supérieure de l'échelle a diminué, passant de 74,4 % à 71,3 %.

Qui plus est, en 1998, les ménages appartenant au quartile supérieur de revenu étaient six fois plus susceptibles de compter des utilisateurs d'Internet à domicile que les ménages du quartile inférieur; par contre, en 1999, le facteur n'était plus que de cinq. La proportion de ménages comptant des utilisateurs d'Internet à domicile situés au bas de l'échelle de répartition des revenus est passé de 23 % en 1998 à 25,1 % en 1999.

Le lien entre la capacité de payer et le revenu explique sans doute partiellement, mais sûrement pas entièrement, l'association entre le revenu et le taux de pénétration. Les raisons pour lesquelles certains ménages se branchent sur Internet tandis que d'autres ne le font pas sont diverses. Nombre de ménages à revenu élevé ne sont pas raccordés à Internet même s'ils ont les moyens de s'offrir le service, tout comme nombre de ménages à faible revenu choisissent de ne pas utiliser Internet pour des raisons qui n'ont rien à voir avec le coût du service ni leur capacité de payer³. Par conséquent, la suite de la section est consacrée à l'analyse de la répartition des taux de pénétration selon d'autres caractéristiques du ménage que le revenu.

L'utilisation d'Internet demeure plus forte parmi les ménages où le niveau de scolarité est élevé

La probabilité qu'un membre du ménage utilise Internet est d'autant plus forte que le niveau de scolarité du chef de ménage est élevé. En 1999, le taux global de pénétration observé pour les ménages dont le chef est titulaire d'un diplôme universitaire (70,1 %) était presque deux fois plus élevé que celui observé pour les ménages dont le chef possède un diplôme d'études secondaires ou un diplôme collégial (44,4 %) et plus de deux fois plus élevé que celui observé pour les

3 -- Dans les familles comptant un couple marié, le mari est considéré comme étant le chef de ménage; dans les familles monoparentales, le parent est considéré comme étant le chef de ménage, à moins que la famille ne compte des enfants mariés, auquel cas le chef de famille est le membre du ménage principalement responsable du soutien de la famille; dans les familles où le lien entre les membres est autre que celui de mari et femme ou de parent et enfant, la personne la plus âgée est normalement considérée comme étant le chef de famille.

Tableau 3.

Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation et le niveau de scolarité du chef de ménage

	Domicile			Travail			École			Bibliothèque publique			Autre			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Tous les ménages	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	3,7	4,3	4,5	2,8	2,6	3,9	29,4	35,9	41,8
%																		
Pas de diplôme d'études secondaires	3,9	6,6	9,6	4,7	5,6	4,8	3,2	5,3	6,3	1,2	1,8	1,7	1,0	1,2	1,7	9,0	12,6	16,1
Diplôme d'études secondaires/ collégiales	16,0	23,1	29,6	19,9	23,0	21,3	10,4	13,0	16,5	3,9	4,3	4,8	3,3	2,9	4,6	31,0	37,4	44,4
Diplôme universitaire	37,5	46,7	52,4	47,0	52,5	46,7	16,9	19,9	22,7	7,2	8,5	7,5	4,2	3,8	5,2	59,6	68,1	70,1

ménages dont le chef n'a pas terminé ses études secondaires (16,1 %). Pour chaque lieu d'utilisation, on constate un lien fondamental comparable entre le niveau de scolarité du chef de ménage et l'utilisation d'Internet, même si l'ordre de grandeur varie (Tableau 3).

De 1998 à 1999, malgré une légère baisse du taux d'utilisation au travail, le taux global de pénétration d'Internet, ainsi que les taux de pénétration à domicile et à l'école ont augmenté pour tous les niveaux de scolarité. Néanmoins, comme dans le cas du revenu, le taux de croissance est plus élevé pour le niveau de scolarité le plus faible.

Le lien entre l'utilisation d'Internet et le niveau de scolarité du chef de ménage reflète le lien entre le niveau de scolarité et le revenu. Les ménages dont le chef n'a pas terminé ses études secondaires représentent un peu plus du quart (27,4 %) de l'ensemble des ménages, mais presque la moitié (47,3 %) des ménages appartenant au quartile inférieur de revenu. Inversement, les ménages dont le chef a décroché un diplôme universitaire représentent le cinquième de l'ensemble des ménages (20,2 %), mais seulement 8,1 % de ceux appartenant au quartile inférieur de revenu. (Les tableaux en annexe contiennent des renseignements supplémentaires).

Augmentation de l'utilisation d'Internet pour toutes les catégories de familles

De 1998 à 1999, l'utilisation d'Internet a augmenté pour tous les groupes d'âge, mais le taux de pénétration demeure nettement plus faible pour les ménages dont le chef est âgé que pour ceux dont le chef est jeune (tableau 4). En 1999, les membres de plus de la moitié des ménages dont le chef avait moins de 54 ans utilisaient Internet, mais la proportion était inférieure au tiers pour les ménages dont le chef appartenait au groupe des 55 à 64 ans et égale à un dixième seulement pour les ménages dirigés par une personne âgée (65 ans et plus).

La variation de l'utilisation d'Internet selon l'âge du chef de ménage pourrait tenir au fait que la probabilité d'être à la retraite augmente avec l'âge, situation qui contribue probablement au taux d'utilisation plus faible au travail. En outre, les ménages dont les membres sont âgés sont moins susceptibles d'avoir des enfants qui vivent à la maison et vont encore à l'école, donc plus susceptibles d'afficher un taux plus faible d'utilisation d'Internet à l'école. Néanmoins, ni l'une ni l'autre de ces raisons n'explique pourquoi le taux d'utilisation d'Internet à domicile est également beaucoup plus faible pour les ménages âgés. Au moins le tiers des ménages dont le chef a moins de 55 ans comptent des

Tableau 4.

Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation et l'âge du chef du ménage

	Domicile			Travail			École			Bibliothèque publique			Autre			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Tous les ménages	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	3,7	4,3	4,5	2,8	2,6	3,9	29,4	35,9	41,8
Moins de 35 ans	19,1	26,1	32,8	25,6	30,2	28,6	9,5	11,3	14,3	4,2	4,8	5,3	4,5	4,3	7,1	37,9	45,3	53,0
De 35 à 54 ans	21,6	30,1	38,0	27,4	31,4	30,1	14,6	19,2	24,0	5,3	6,1	6,3	3,5	3,1	4,8	38,8	46,9	54,9
De 55 à 64 ans	12,0	18,2	24,6	13,2	16,3	16,1	5,1	6,8	7,1	2,1	3,1	3,6	(1,2)	1,6	1,9	21,1	27,5	32,7
65 ans et plus	3,4	5,3	8,2	2,4	2,6	2,4	(0,8)	(0,8)	1,5	(0,7)	(0,7)	(0,7)	(0,6)	(0,5)	(0,6)	5,5	7,2	10,1

() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

utilisateurs d'Internet à domicile; la proportion baisse, pour s'établir au quart pour les ménages dont le chef appartient au groupe des 55 à 64 ans et est inférieure à 10 % pour les ménages dont le chef appartient au groupe de 65 ans et plus. Néanmoins, le taux de croissance de la pénétration d'Internet parmi les ménages dont le chef a 65 ans ou plus est plus rapide que pour tous les autres groupes d'âge.

Comme les ménages dont le chef a de 35 à 54 ans affichent le taux de pénétration le plus élevé et forment le sous-groupe le plus important de ménages (45 %), ils représentent nettement plus de la moitié des ménages où l'on utilise Internet, ainsi que des ménages dont les membres utilisent Internet au travail, à domicile ou dans les bibliothèques publiques (environ 60 % de l'ensemble des cas). Les ménages dont le chef appartient à ce groupe d'âge représente aussi presque les trois quarts (72,5 %) des ménages comptant des utilisateurs d'Internet à l'école. Inversement, même s'ils représentent environ un ménage sur cinq (21,4 %), les ménages dont le chef a 65 ans et plus ne représentent que 6,1 % des ménages où l'on utilise Internet à domicile.

À quelques exceptions près, pour chaque groupe d'âge auquel

appartient le chef du ménage, le taux de pénétration est d'autant plus grand que le revenu du ménage est élevé et, pour chaque catégorie de revenu, d'autant plus faible que l'âge du chef de ménage est avancé (Tableau 2 en annexe). Par exemple, parmi les ménages classés dans le quartile supérieur de revenu, les trois quarts de ceux dont le chef a moins de 54 ans sont des ménages comptant des utilisateurs réguliers d'Internet, tout comme presque les deux tiers (64,7 %) de ceux dont le chef appartient au groupe des 55 à 65 ans et le tiers (33,1 %) de ceux dont le chef appartient au groupe des 65 ans et plus⁴. Par contre, le taux de pénétration chez les ménages du quartile de revenu directement inférieur est nettement plus faible pour chaque groupe d'âge auquel appartient le chef du ménage, même si la capacité de payer ne représente vraisemblablement pas un problème pour ce groupe.

Augmentation de l'utilisation d'Internet pour toutes les catégories de familles

De 1998 à 1999, la proportion de ménages utilisateurs d'Internet a augmenté pour toutes les catégories de familles, même si des écarts importants persistent entre catégories (tableau 5). En 1999, les ménages unifamiliaux comptant des

4 -- Puisque les ménages dirigés par une personne âgée représentent 21,4 % de l'ensemble des ménages, mais 6,1 % des ménages appartenant au quartile supérieur de revenu, la pénétration plus forte d'Internet chez ceux qui appartiennent à ce quartile ne compense qu'à peine les taux plus faibles observés pour ceux qui appartiennent aux autres quartiles.

Tableau 5.

Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation et la catégorie de famille

	Domicile			Travail			École			Bibliothèque publique			Autre			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
	%																	
Tous les ménages	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	3,7	4,3	4,5	2,8	2,6	3,9	29,4	35,9	41,8
UF, avec enfants	21,7	31,0	40,6	26,0	30,0	30,0	16,5	22,8	30,3	5,6	6,7	7,5	4,1	3,5	5,7	38,2	47,6	59,0
UF, sans enfants	15,5	22,5	28,3	18,8	22,4	20,6	6,5	8,4	9,0	2,9	3,6	3,3	2,0	1,9	2,6	27,7	34,2	38,7
Une seule personne	7,1	10,5	12,6	11,5	14,3	12,5	2,3	2,2	2,7	1,5	1,8	2,1	2,0	1,9	2,9	16,5	20,4	22,1
Multi-familiaux	24,6	26,2	36,7	27,7	28,3	27,0	15,8	14,5	21,9	6,4	6,2	7,0	(4,6)	5,6	8,2	43,7	45,5	55,1

UF = ménages unifamiliaux. « Enfants » signifie enfants non mariés de moins de 18 ans vivant à la maison.
() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

enfants non mariés de moins de 18 ans ont continué d'afficher le taux global de pénétration le plus élevé (59 %), soit presque le double de celui observé pour les ménages unifamiliaux sans enfants (38,7 %). De toute évidence, cet écart tient en partie au fait que le taux d'utilisation d'Internet à l'école est nettement plus élevé pour les ménages comptant des enfants (30,3 %) que pour ceux sans enfants (9 %). Cependant, à lui seul, ce facteur ne peut expliquer la différence entre les taux de pénétration, puisque la proportion de ménages unifamiliaux où l'on utilise Internet à domicile est également nettement plus forte pour ceux comptant des enfants (40,6 %) que pour ceux qui n'en comptent aucun (28,3 %).

Le fait que l'on observe un lien entre le taux de pénétration et la présence d'enfants dans le ménage ne signifie pas nécessairement que la présence des enfants soit la cause de l'écart entre les taux de pénétration à domicile⁵. Il se pourrait que la présence d'enfants soit liée à d'autres caractéristiques du ménage qui sont des causes plus importantes de l'écart. Par exemple, le taux d'utilisation d'Internet est plus faible pour les ménages d'âge plus avancé et ces derniers représentent une proportion plus forte des familles sans enfants que les ménages plus jeunes.

Les ménages multifamiliaux occupent la deuxième place, par ordre décroissant de taux d'utilisation d'Internet (55,1 %),

mais ils ne représentent que 4 % des ménages. Les ménages d'une seule personne, qui représentent le quart des ménages, sont ceux pour lesquels le taux de pénétration d'Internet est le plus faible dans l'ensemble (22,1 %) et pour chaque lieu particulier d'utilisation.

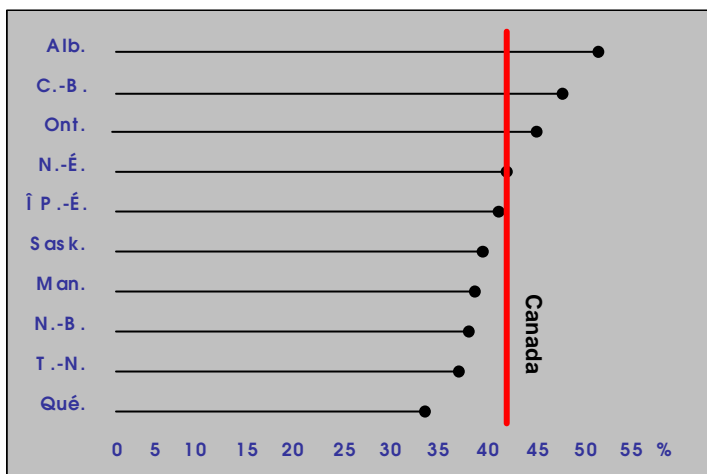
4. VARIATION GÉOGRAPHIQUE

Les provinces les plus riches sont les provinces les plus branchées

Les trois provinces où le revenu moyen est le plus élevé, c'est-à-dire l'Ontario, l'Alberta et la Colombie-Britannique, sont celles où le taux global de pénétration d'Internet (graphique 2) et les taux d'utilisation à domicile et au lieu de travail (tableau 6) sont les plus élevés. Ces provinces sont les seules où le taux global de pénétration est supérieur à la moyenne nationale.

Dans l'ensemble, le taux de pénétration d'Internet a augmenté dans chaque province de 1998 à 1999, mais la position du Québec s'est améliorée considérablement relativement à celles des autres provinces. Bien que le Québec continue d'afficher le taux de pénétration le plus faible, on y enregistre l'augmentation en pourcentage la plus forte (26 %). En 1999, le tiers (33,1 %) des ménages québécois utilisaient Internet, alors qu'en 1998, la proportion était à

5 -- L'analyse des données de 1998 pour les ménages unifamiliaux, standardisée pour l'âge et le niveau de scolarité du chef de ménage, ne donne aucune preuve d'une corrélation systématique entre les taux d'utilisation d'Internet à domicile et la présence d'enfants non mariés de moins de 18 ans dans la ménage.



Graphique 2.
Taux de pénétration d'Internet, tous lieux d'utilisation confondus, selon la province, 1999

Tableau 6.
Taux de pénétration d'Internet, selon la province et le lieu d'utilisation

	Domicile			Travail			École			Bibliothèque publique			Autre			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Toutes les provinces	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	3,7	4,3	4,5	2,8	2,6	3,9	29,4	35,9	41,8
Terre-Neuve	12,4	15,4	18,1	15,7	17,2	14,2	12,9	14,5	18,0	4,3	4,7	5,5	(1,3)	3,7	4,0	26,6	28,9	35,2
Île-du-Prince Édouard	10,5	17,1	20,1	16,6	21,0	19,8	11,4	14,5	19,0	(2,0)	(4,5)	(3,6)	(2,2)	(2,6)	(3,3)	26,0	35,4	40,5
Nouvelle-Écosse	14,3	23,7	26,7	20,7	22,9	19,7	14,3	17,4	14,5	5,0	5,6	3,8	3,1	3,4	4,8	32,2	37,9	41,1
Nouveau-Brunswick	12,1	18,2	23,6	18,0	19,8	19,2	10,7	12,3	13,1	2,6	2,3	2,5	4,9	(2,1)	4,1	29,1	31,0	38,0
Québec	10,2	15,6	21,2	13,1	16,4	17,2	5,6	7,6	11,2	2,1	2,8	3,4	1,8	1,7	3,2	20,1	26,2	33,1
Ontario	19,3	25,5	32,0	23,3	25,5	24,2	10,6	12,6	16,0	4,4	4,7	4,9	3,1	2,4	3,3	33,2	39,0	44,5
Manitoba	13,7	19,9	24,7	20,4	22,3	20,2	9,4	12,5	14,4	3,3	2,4	2,8	3,1	2,8	4,1	29,3	33,5	38,3
Saskatchewan	12,3	18,3	23,6	18,2	21,5	19,3	8,9	13,9	16,6	2,8	3,7	4,1	3,3	2,6	4,9	27,2	33,8	39,9
Alberta	18,7	27,7	34,1	25,8	31,7	27,6	11,8	17,6	21,2	4,3	4,8	5,0	3,4	3,7	4,8	34,5	45,1	50,8
Colombie-Briannique	19,9	27,9	35,8	21,2	26,7	23,6	9,6	13,1	14,6	4,5	6,5	6,4	3,1	4,2	6,1	33,6	42,0	48,1

() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

peine supérieure au quart (26,2 %). De surcroît, le rapport entre les taux de pénétration au Québec et en Ontario a augmenté, passant de deux tiers (67,2 %) à trois quarts (74 %)

Depuis 1997, le taux d'utilisation d'Internet à partir de lieux particuliers a augmenté considérablement au Québec, notamment le taux d'utilisation au travail, qui a augmenté d'un tiers et le taux d'utilisation à domicile, qui a doublé. Les taux d'utilisation à domicile et au travail enregistrés à Terre-Neuve demeurent les plus faibles.

Les ménages des régions métropolitaines de recensement sont plus susceptibles que les autres d'être branchés

Presque les deux tiers (63,1 %) des ménages des dix provinces vivent dans des régions métropolitaines de recensement (RMR) et plus de la moitié (56,3 %) vivent dans les quinze plus grandes RMR. Regroupés, les ménages de ces quinze RMR affichent un taux de pénétration de 46,2 %, comparativement à 36,1 % pour les ménages établis ailleurs et

représentent 62,3 % des ménages où l'on utilise Internet (Tableau 7).

Les variations entre les 15 plus grandes RMR sont importantes, le taux de pénétration variant de 60,7 % à Ottawa et 60,1 % à Calgary à 33,6 % à Windsor et 33,9 % à Québec.

De 1998 à 1999, le taux global de pénétration d'Internet a augmenté dans chacune des 15 RMR les plus grandes, mais le taux de croissance varie. La hausse du taux de pénétration est plus faible pour les ménages de ces RMR regroupées (14,6 %) que pour l'ensemble des autres ménages (20,1 %).

Durant cette période de référence, dans toutes les régions géographiques observées, le taux d'utilisation à domicile a augmenté, tandis que le taux d'utilisation au travail a diminué, à quelques exceptions près, et le taux d'utilisation à l'école a augmenté. Dans chaque région, l'augmentation du taux d'utilisation à domicile est le moteur de la hausse globale du taux de pénétration.

Comme le Québec est la province pour laquelle on observe la

Tableau 7.
Taux de pénétration d'Internet, selon le lieu d'utilisation et la région métropolitaine de recensement

	Domicile			Travail			École			Tous les lieux		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
	%											
CANADA	16,0	22,6	28,7	19,9	23,3	21,9	9,4	12,1	14,9	29,4	35,9	41,8
Halifax	19,2	33,8	36,4	30,9	33,7	29,1	15,5	21,5	15,0	39,2	50,2	52,4
Québec	12,4	21,1	23,3	16,0	18,6	17,2	(7,8)	8,3	(6,0)	23,9	28,6	33,9
Montréal	12,8	18,2	25,5	16,5	20,6	22,4	5,9	8,0	13,0	24,3	31,6	39,1
Ottawa*	34,0	36,1	43,6	44,7	42,3	40,3	15,8	15,8	19,4	55,6	55,4	60,7
Toronto	22,9	27,7	34,8	28,4	29,0	28,8	10,7	12,5	18,3	38,0	42,0	48,5
Kitchener	20,5	25,9	30,9	23,5	26,3	24,4	(12,6)	17,1	(11,9)	34,9	42,4	43,7
Hamilton	16,6	26,8	31,9	20,1	28,1	25,2	(10,8)	14,1	16,2	30,4	41,2	43,1
St. Cath.-Niagara	(14,2)	19,2	25,4	(14,7)	(14,5)	(13,0)	(10,9)	(9,4)	(10,8)	26,1	29,3	34,4
London	18,4	29,0	32,9	22,3	24,7	23,5	(12,1)	(15,3)	(14,1)	31,8	40,4	45,9
Windsor	(14,0)	(15,7)	(21,4)	(13,4)	(14,3)	(14,4)	(10,1)	(11,0)	(14,2)	25,7	26,8	33,6
Winnipeg	16,0	23,6	27,8	24,0	26,2	22,6	10,4	13,5	15,2	33,1	37,8	42,1
Calgary	22,9	34,8	40,7	31,3	38,6	35,4	11,7	20,2	23,3	41,1	52,8	60,1
Edmonton	20,2	27,0	34,3	27,7	30,7	27,1	13,1	13,9	20,7	35,9	43,9	48,8
Vancouver	22,1	31,6	38,4	23,1	30,5	26,5	9,3	13,7	14,7	35,9	45,7	49,7
Victoria	20,9	34,5	42,9	26,2	27,9	30,5	(10,5)	(14,9)	(14,1)	40,1	48,5	56,4
« 15 plus grandes » RMR	19,3	26,2	32,6	24,2	27,3	26,3	10,0	12,5	15,8	33,9	40,4	46,2
Autres ménages	11,8	17,9	23,7	14,6	18,1	16,2	8,6	11,5	13,8	23,6	30,1	36,1
Autres RMR			26,3			21,2			14,9			40,9
Toutes les RMR			32,0			25,8			15,7			45,7

* Ottawa n'englobe pas la composante de Hull de la RMR d'Ottawa-Hull; cette composante est classée dans la catégorie « Autres RMR ». Le taux de pénétration pour l'ensemble de la RMR d'Ottawa-Hull est égal à 56,7 % pour tous les lieux d'utilisation, à 39,2 % pour l'utilisation à domicile, à 37,4 % pour l'utilisation au travail et à 18,2 % pour l'utilisation à l'école.
() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

croissance la plus importante du taux de pénétration, Montréal mérite qu'on lui accorde une attention particulière. Bien qu'on continue d'y observer l'un des taux d'utilisation à domicile les plus faibles, soit un ménage sur quatre, cette RMR est celle où le taux de croissance de la pénétration a été le plus élevé (39,8 %) de 1998 à 1999. Depuis 1997, à Montréal, le taux d'utilisation d'Internet au travail a augmenté de plus du tiers, le taux d'utilisation à domicile a pratiquement doublé et le taux d'utilisation à l'école a plus que doublé. Ces résultats contribuent au fait que le taux d'augmentation de la pénétration globale d'Internet de 1997 à 1999 est plus important pour Montréal (60,7 %) que pour toute autre RMR.

5. SOMMAIRE

L'augmentation rapide du taux d'utilisation d'Internet par les ménages canadiens observée en 1998 s'est poursuivie en 1999, principalement à cause de la proportion croissante de ménages dont les membres se branchent régulièrement sur Internet à

domicile. En novembre 1999, la proportion de ménages où l'on utilise Internet durant un mois habituel, tous lieux d'utilisation confondus, était de 41,8 % et la proportion de ménages où l'on utilise Internet à domicile était de 28,7 %. En outre, en moyenne, les membres des ménages qui utilisent Internet à domicile le faisaient plus fréquemment, plus longtemps et pour une plus grande diversité de raisons. Internet commence à faire partie intégrante de la vie d'un nombre de plus en plus grand de Canadiens.

La pénétration d'Internet reste la plus forte dans les ménages dont les niveaux de revenu et de scolarité sont élevés et dont les membres sont jeunes. Néanmoins, l'utilisation d'Internet a augmenté pour tous les groupes d'âge et il semble que les écarts entre groupes se soient atténués légèrement. Quoique interdépendantes, chacune de ces caractéristiques influence de façon indépendante l'utilisation d'Internet. Il y a sûrement d'autres facteurs qui influencent le choix de se brancher ou non à l'Internet.

Du point de vue géographique, c'est en Alberta, en Colombie-Britannique et en Ontario que l'usage relatif d'Internet demeure le plus élevé et au Québec et à Terre-Neuve, qu'il demeure le plus faible. Cependant, c'est au Québec que l'on observe le taux de croissance le plus rapide de la pénétration d'Internet dans les ménages. En outre, à un niveau d'agrégation géographique plus général, le taux d'utilisation d'Internet est plus élevé pour les ménages établis dans les grandes collectivités urbaines que pour ceux établis dans d'autres régions.

6. TRAVAUX CONNEXES

L'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages de novembre 1999 a permis de recueillir pour la première fois des renseignements sur la participation des ménages au commerce électronique. Les données tirées de ce volet de

l'enquête, qui ne sont disponibles que pour les ménages comptant des membres qui utilisent régulièrement Internet à domicile, seront analysées séparément dans un article à paraître intitulé « Le magasinage sur Internet au Canada, 1999 » (Ellison, Earl et Ogg, 2001). L'article donne le nombre et la proportion de ménages dont les membres utilisent Internet pour magasiner, qu'il s'agisse de « lèche-vitrines » ou de transactions commerciales électroniques réelles, c'est-à-dire le placement de commandes sur Internet, et décrit les catégories de biens et de services visées, ainsi que les caractéristiques des ménages concernés. En outre, l'article contient des données sur la valeur des transactions commerciales électroniques des ménages et sur la destination des commandes et des paiements.

Références

- April, D. (2000) « Internet by Cable », *Série sur la connectivité*, Statistique Canada, N° 56F0004 , au catalogue, N° 2 (à venir).
- Dickinson, P. et Sciadas, G. (1996) « Accès à l'autoroute de l'information », *Observateur économique canadien*, Statistique Canada, N° 11-010-XPB au catalogue, Décembre.
- Dickinson, P. et Sciadas, G. (1997) « Accès à l'autoroute de l'information : la suite », *Indicateurs de services*, Statistique Canada, N° 63-016-XPB au catalogue, 1^{er} trimestre.
- Dickinson, P. et Sciadas, G. (1999) « Les canadiens branchés », *Observateur économique canadien*, Statistique Canada, N° 11-010-XPB au catalogue, Février.
- Dickinson, P. et Ellison, J. (1999) « Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur », *Indicateurs de services*, Statistique Canada, N° 63-016-XPB au catalogue, 1^{er} trimestre.
- Ellison, J. Earl, L. et Ogg, S. (2001) « Internet Shopping in Canada 1999 », *Série sur la connectivité*, Statistique Canada, N° 56F0004MIF au catalogue, N° 3 (à venir).
- Gouvernement du Canada (1999) « Discours du Trône », <http://www.parl.gc.ca/36>.
- Gouvernement du Canada (2000), « Les Canadiens branchés », <http://www.connect.gc.ca>.
- Statistique Canada (1999) « L'utilisation d'Internet au Canada, 1999: Documents de recherche et articles », Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, http://www.statcan.ca:80/francais/freepub/56F0003XIF/products_f.htm.
- Statistique Canada (2000a) « Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison, 1999 », Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, N° 56M0002XCB au catalogue.
- Statistique Canada (2000b) « Guide de l'enquête sur la population active » Division des statistiques du travail, N° 71-528-XIF au catalogue.

Tableau 1 en annexe :
Taux de pénétration d'Internet, selon le revenu et les caractéristiques du ménage

	Quartile inférieur			Deuxième quartile			Troisième quartile			Quartile supérieur			Tous les revenus		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Utilisation régulière à domicile															
%															
TOUS LES MÉNAGES	5,5	7,1	10,9	8,8	13,6	18,0	17,1	24,4	32,4	32,5	45,1	53,5	16,0	22,6	28,7
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme															
d'études secondaires	(1,2)	2,3	3,4	2,5	4,3	7,1	6,5	12,1	17,9	13,6	22,9	28,4	3,9	6,6	9,6
Diplôme d'études															
secondaires/collégiales	7,6	9,9	14,6	9,8	15,4	20,5	16,0	24,4	32,6	29,0	40,7	49,1	16,0	23,1	29,6
Degré universitaire	23,8	27,2	34,5	25,5	32,7	33,8	33,7	37,5	45,3	46,0	58,6	66,6	37,5	46,7	52,4
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans															
De 35 à 54 ans	10,3	14,0	21,2	15,8	20,1	26,8	19,7	28,8	35,6	33,8	44,1	51,8	19,1	26,1	32,8
De 55 à 64 ans	7,9	11,2	15,4	11,1	17,5	24,5	19,8	26,7	35,8	34,5	48,4	56,9	21,6	30,1	38,0
65 ans et plus	(3,4)	(4,2)	8,2	6,0	10,7	12,6	12,0	19,3	27,9	27,3	38,4	51,1	12,0	18,2	24,6
	(1,1)	(1,3)	3,0	(2,4)	4,3	6,8	(6,9)	11,4	17,4	16,3	26,3	27,9	3,4	5,3	8,2
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	7,3	11,4	18,3	12,0	19,1	27,5	19,9	29,4	38,8	35,8	48,8	59,6	21,7	31,0	40,6
Ménages unifamiliaux, sans enfants	7,4	8,2	12,2	7,1	11,5	15,5	15,0	21,2	28,4	28,9	42,6	49,6	15,5	22,5	28,3
Ménages d'une seule personne	3,1	4,0	5,9	6,5	10,6	11,8	12,6	20,4	25,4	26,4	34,1	36,6	7,1	10,5	12,6
Ménages multifamiliaux	(12,6)	(14,8)	26,2	18,2	17,8	27,3	31,4	24,1	39,6	39,0	44,3	52,1	24,6	26,2	36,7
Utilisation régulière tous lieux confondus															
%															
TOUS LES MÉNAGES	12,4	13,2	18,8	18,4	23,6	29,2	32,8	41,5	48,1	53,7	65,1	71,2	29,4	35,9	41,8
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme															
d'études secondaires	3,4	4,9	7,0	6,2	9,1	12,9	15,6	23,4	28,0	27,1	38,7	42,3	9,0	12,6	16,1
Diplôme d'études															
secondaires/collégiales	17,9	18,0	25,8	21,0	27,0	33,2	32,0	40,9	49,0	50,9	60,8	67,6	31,0	37,4	44,4
Degré universitaire	41,9	45,6	49,3	46,1	49,5	51,5	55,8	62,5	64,0	69,4	79,9	84,3	59,6	68,1	70,1
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans															
De 35 à 54 ans	24,6	27,8	39,0	32,3	38,4	45,7	40,2	50,8	57,2	59,3	67,0	75,0	37,9	45,3	53,0
De 55 à 64 ans	17,0	19,1	27,8	24,7	30,5	41,2	37,7	46,3	53,6	56,6	69,0	75,2	38,8	46,9	54,9
65 ans et plus	7,5	7,4	12,3	11,8	16,6	18,4	22,1	29,3	37,2	44,0	56,3	64,7	21,1	27,5	32,7
	(2,1)	2,2	3,8	4,2	5,3	8,6	10,2	15,6	21,5	24,0	34,7	33,1	5,5	7,2	10,1
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	17,1	22,6	34,3	24,2	33,5	47,4	36,9	47,7	57,8	57,7	68,0	77,8	38,2	47,6	59,0
Ménages unifamiliaux, sans enfants	15,1	13,1	18,3	13,8	17,4	21,5	27,0	34,3	39,5	49,5	62,8	65,9	27,7	34,2	38,7
Ménages d'une seule personne	6,9	7,4	10,6	17,1	21,1	21,1	32,4	42,9	44,9	47,3	57,1	59,0	16,5	20,4	22,1
Ménages multifamiliaux	31,5	30,3	43,6	33,9	34,7	47,9	52,9	44,2	54,8	60,0	68,0	72,3	43,7	45,5	55,1

« Enfants » signifie enfants non mariés de moins de 18 ans vivant à la maison.

() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

Tableau 2 en annexe :*Répartition des caractéristiques des ménages, selon le revenu*

	Quartile inférieur			Deuxième quartile			Troisième quartile			Quartile supérieur			Tous les revenus		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Utilisation régulière à domicile															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme	(12,7)	15,5	15,2	18,7	18,7	21,2	29,5	32,2	33,7	39,1	33,6	29,8	7,0	8,0	9,2
d'études secondaires															
Diplôme d'études secondaires/collégiales	9,7	8,8	10,5	15,9	17,7	18,4	28,5	29,9	30,8	45,8	43,6	40,3	54,6	56,5	54,0
Degré universitaire	6,4	4,7	6,6	9,9	10,1	10,3	23,8	21,2	23,0	60,0	63,9	60,1	38,4	35,5	36,8
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	14,7	13,6	17,1	20,9	20,2	22,3	28,3	28,9	27,4	36,2	37,3	33,2	26,4	25,4	22,3
De 35 à 54 ans	5,9	5,6	6,2	9,9	11,8	12,2	26,0	26,2	28,6	58,2	56,4	53,0	59,2	59,0	59,6
De 55 à 64 ans	(6,8)	(5,4)	8,2	13,3	16,3	14,2	25,9	25,5	26,2	53,9	52,9	51,5	10,0	10,9	12,1
65 ans et plus	(13,4)	(11,0)	16,1	(25,4)	26,0	28,1	(29,6)	31,4	31,6	31,6	31,7	24,3	4,4	4,8	6,1
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	5,6	6,0	7,1	11,0	12,5	13,4	26,3	27,5	28,4	57,0	53,9	51,1	46,6	46,7	46,4
Ménages unifamiliaux, sans enfants	7,4	6,3	7,4	13,3	14,0	14,7	26,2	25,0	27,0	53,1	54,7	50,9	35,7	36,7	37,5
Ménages d'une seule personne	22,1	18,4	22,9	23,8	28,1	27,1	30,7	33,8	33,0	23,4	19,6	17,1	10,7	11,4	11,1
Ménages multifamiliaux	(14,2)	(12,9)	17,5	19,6	17,1	18,4	26,6	21,4	25,1	39,6	48,6	39,0	7,0	5,1	5,1
Utilisation régulière tous lieux confondus															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme	15,8	17,3	18,8	20,2	20,8	23,1	30,6	32,4	31,6	33,4	29,6	26,6	8,9	9,7	10,6
d'études secondaires															
Diplôme d'études secondaires/collégiales	11,8	9,9	12,4	17,6	19,1	19,8	29,3	30,9	30,9	41,4	40,1	37,0	57,9	57,7	55,6
Degré universitaire	7,0	5,4	7,0	11,2	10,5	11,8	24,8	24,3	24,3	56,9	59,8	56,9	33,3	32,6	33,8
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	17,6	15,7	19,4	21,4	22,3	23,6	29,0	29,4	27,2	32,0	32,6	29,8	28,6	27,7	24,7
De 35 à 54 ans	7,0	6,2	7,8	12,2	13,2	14,2	27,5	29,1	29,6	53,2	51,6	48,4	58,0	57,9	59,1
De 55 à 64 ans	8,5	6,3	9,2	14,9	16,7	15,6	27,1	25,6	26,2	49,5	51,4	49,0	9,5	10,4	11,0
65 ans et plus	(16,2)	14,2	16,3	27,6	23,6	28,6	27,3	31,5	31,7	28,9	30,8	23,4	3,9	4,1	5,2
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	7,5	7,8	9,2	12,6	14,3	15,9	27,6	29,1	29,0	52,2	48,9	45,9	44,8	45,2	46,3
Ménages unifamiliaux, sans enfants	8,5	6,5	8,1	14,4	13,9	15,0	26,4	26,7	27,5	50,8	52,9	49,5	34,9	35,2	35,2
Ménages d'une seule personne	21,1	17,7	23,4	26,9	28,8	27,7	33,9	36,6	33,2	18,0	16,9	15,7	13,6	14,0	13,3
Ménages multifamiliaux	19,9	15,3	19,5	20,6	19,2	21,5	25,2	22,7	23,1	34,2	42,9	36,0	6,8	5,6	5,2
Tous les ménages															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme	42,1	44,2	43,0	29,2	28,6	28,8	17,6	17,5	18,1	11,1	9,6	10,1	28,8	27,5	27,4
d'études secondaires															
Diplôme d'études secondaires/collégiales	20,4	20,6	21,3	26,0	26,4	26,5	28,4	28,3	28,0	25,2	24,7	24,3	54,8	55,3	52,4
Degré universitaire	10,0	8,1	10,0	14,6	14,5	16,1	26,5	26,4	26,6	49,0	51,0	47,4	16,4	17,2	20,2
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	27,1	25,5	26,4	25,1	26,3	27,3	27,3	26,2	25,3	20,5	22,1	21,1	22,2	21,9	19,5
De 35 à 54 ans	16,0	15,2	15,4	19,2	20,2	19,0	28,4	29,5	30,3	36,4	35,1	35,4	43,9	44,3	45,0
De 55 à 64 ans	23,8	23,3	24,5	26,6	27,7	27,7	25,8	24,0	23,0	23,7	25,1	24,8	13,3	13,5	14,1
65 ans et plus	42,3	46,7	44,2	36,3	32,2	33,8	14,7	14,6	14,9	6,6	6,4	7,2	20,7	20,3	21,4
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	16,8	16,4	15,7	20,0	20,3	19,8	28,7	29,0	29,7	34,6	34,2	34,8	34,4	34,1	32,8
Ménages unifamiliaux, sans enfants	15,5	17,1	17,2	28,9	27,4	26,9	27,1	26,6	26,9	28,5	28,9	29,1	36,9	36,9	38,0
Ménages d'une seule personne	50,4	48,8	48,8	26,0	27,9	29,0	17,3	17,4	16,4	6,3	6,0	5,9	24,2	24,7	25,2
Ménages multifamiliaux	27,7	22,9	24,6	26,6	25,2	24,8	20,8	23,3	23,2	24,9	28,7	27,5	4,6	4,4	4,0

Exemple (1997, 3^e ligne) : 38,4 % des ménages comptant des utilisateurs réguliers d'Internet à domicile sont dirigés par une personne titulaire d'un diplôme universitaire. De ces ménages, 60 % appartiennent au quartile supérieur de revenu et 6,4 %, au quartile inférieur.

« Enfants » signifie enfants non mariés de moins de 18 ans vivant à la maison.

() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.

Tableau 3 en annexe :
Répartition du revenu, selon les caractéristiques du ménage

	Quartile inférieur			Deuxième quartile			Troisième quartile			Quartile supérieur			Tous les revenus		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Utilisation régulière à domicile															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme															
d'études secondaires	(10,2)	15,7	14,7	9,5	9,9	12,5	7,7	9,5	11,0	5,4	5,5	5,9	7,0	8,0	9,2
Diplôme d'études															
secondaires/collégiales	61,5	63,1	59,7	63,1	66,3	63,2	58,1	62,6	59,0	49,3	49,2	46,7	54,6	56,5	54,0
Degré universitaire	28,2	21,2	25,6	27,5	23,8	24,3	34,2	27,9	32,0	45,3	45,4	47,5	38,4	35,5	36,8
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	44,9	43,7	40,0	39,9	34,0	31,6	27,9	27,1	21,6	18,8	18,9	15,8	26,4	25,4	22,2
De 35 à 54 ans	40,4	42,2	39,1	42,4	46,0	46,5	57,5	57,1	60,3	67,9	66,5	67,7	59,2	59,0	59,6
De 55 à 64 ans	(7,9)	(7,4)	10,5	9,6	11,7	10,9	9,6	10,3	11,2	10,6	11,5	13,3	10,0	10,9	12,1
65 ans et plus	(6,8)	(6,7)	10,4	(8,1)	8,3	11,0	(4,9)	5,6	6,9	2,7	3,0	3,2	4,4	4,8	6,1
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	30,4	35,7	34,7	37,1	38,8	39,7	45,8	47,6	46,7	52,3	50,4	50,8	46,6	46,7	46,4
Ménages unifamiliaux, sans enfants	30,7	29,2	29,2	34,4	34,1	35,2	35,0	34,1	35,9	37,4	40,2	40,9	35,7	36,7	37,5
Ménages d'une seule personne	27,4	26,7	26,8	18,5	21,3	19,1	12,3	14,3	13,0	4,9	4,5	4,1	10,7	11,4	11,1
Ménages multifamiliaux	(11,5)	(8,4)	9,4	10,0	5,8	6,0	7,0	4,1	4,5	5,5	5,0	4,2	7,0	5,1	5,1
Utilisation régulière tous lieux confondus															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme															
d'études secondaires	13,3	18,3	17,7	11,4	12,2	14,0	9,7	10,9	11,6	6,5	6,3	6,6	8,9	9,7	10,6
Diplôme d'études															
secondaires/collégiales	64,5	62,5	61,2	64,8	67,0	63,1	60,7	61,8	59,8	52,3	50,9	48,2	57,9	57,7	55,6
Degré universitaire	22,2	19,2	21,2	23,8	20,8	22,9	29,6	27,3	28,6	41,3	42,8	45,2	33,3	32,6	33,8
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	47,8	47,3	42,5	39,0	37,4	33,3	29,7	28,1	23,4	20,0	19,9	17,3	28,6	27,7	24,7
De 35 à 54 ans	38,7	39,2	40,8	45,1	46,2	48,3	57,2	58,2	60,9	67,3	65,7	67,2	58,0	57,9	59,1
De 55 à 64 ans	7,7	7,1	9,1	9,1	10,5	9,9	9,3	9,2	10,0	10,3	11,7	12,7	9,5	10,4	11,0
65 ans et plus	(5,9)	6,3	7,6	6,8	5,9	8,5	3,8	4,5	5,7	2,4	2,8	2,9	3,9	4,1	5,2
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	32,0	38,5	37,7	36,0	39,3	42,2	44,4	45,4	46,8	51,0	48,6	49,9	44,8	45,2	46,3
Ménages unifamiliaux, sans enfants	27,9	25,1	25,5	31,8	29,7	30,2	33,0	32,4	33,6	38,6	40,9	40,8	34,9	35,2	35,2
Ménages d'une seule personne	27,2	27,1	27,7	23,3	24,5	21,2	16,5	17,7	15,4	5,3	5,2	4,9	13,6	14,0	13,3
Ménages multifamiliaux	12,8	9,3	9,1	8,9	6,5	6,5	6,1	4,4	4,2	5,1	5,3	4,4	6,8	5,6	5,2
Tous les ménages															
%															
Niveau de scolarité du chef de ménage															
Pas de diplôme															
d'études secondaires	48,6	48,8	47,3	33,6	31,5	31,6	20,4	19,3	19,9	12,8	10,6	11,1	28,8	27,5	27,4
Diplôme d'études															
secondaires/collégiales	44,8	45,7	44,6	56,9	58,5	55,5	62,3	62,6	58,6	55,2	54,5	50,8	54,8	55,3	52,4
Degré universitaire	6,6	5,6	8,1	9,5	10,0	13,0	17,4	18,1	21,5	32,0	34,9	38,2	16,4	17,2	20,2
Âge du chef de ménage															
Moins de 35 ans	24,1	22,4	20,6	22,3	23,0	21,3	24,2	23,0	20,0	18,1	19,3	16,4	22,2	21,9	19,5
De 35 à 54 ans	28,2	27,0	27,7	33,6	35,8	34,2	49,8	52,2	54,6	63,9	62,0	63,6	43,9	44,3	45,0
De 55 à 64 ans	12,7	12,6	13,8	14,2	15,0	15,6	13,8	13,0	13,0	12,6	13,5	13,9	13,3	13,5	14,1
65 ans et plus	35,1	38,1	37,9	30,0	26,2	28,9	12,2	11,9	12,8	5,5	5,2	6,1	20,7	20,3	21,4
Catégorie de famille															
Ménages unifamiliaux, avec enfants	23,2	22,4	20,7	27,4	27,7	26,0	39,5	39,5	38,9	47,5	46,5	45,6	34,4	34,1	32,8
Ménages unifamiliaux, sans enfants	23,0	25,3	26,2	42,6	40,4	40,9	40,0	39,2	40,9	41,9	42,5	44,1	36,9	36,9	38,0
Ménages d'une seule personne	48,8	48,2	49,2	25,1	27,5	29,2	16,7	17,1	16,5	6,1	5,9	5,9	24,2	24,7	25,2
Ménages multifamiliaux	5,1	4,1	3,9	4,8	4,5	3,9	3,8	4,1	3,7	4,5	5,1	4,4	4,6	4,4	4,0

Exemple (colonnes de 1999) : Les ménages dont le chef possède un diplôme universitaire représentent 20,2 % de l'ensemble des ménages, mais 36,8 % des ménages comptant des utilisateurs réguliers d'Internet à domicile. Ils représentent 38,2 % des ménages classés dans le quartile supérieur de revenu, mais 47,5 % des ménages comptant des utilisateurs réguliers d'Internet à domicile classés dans ce quartile.

« Enfants » signifie enfants non mariés de moins de 18 ans vivant à la maison.

() = Estimations moins fiables à cause de la taille de l'échantillon.



Le Bulletin de l'analyse en innovation est une publication de la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada.

On peut se le procurer sans frais dans Internet sur le site Web de Statistique Canada (<http://www.statcan.ca>) sous Produits et Services. Publications téléchargeables (gratuites) dans la catégorie Science et Technologie.