

## Comment les Québécois utilisent-ils et cherchent-ils sur Internet ?



Besoin d'aide 1-877-797-1768  
Français | English | 简体中文

<p><b>Liens sponsorisés</b></p> <p>Vous avez déjà ouvert des campagnes de liens sponsorisés sur Google, Yahoo, MSN ou d'autres solutions de positionnement par mots clés. Sont-elles optimisées à votre avantage? Quels sont vos retours sur investissement?</p> <p>Que diriez-vous de centraliser toute la gestion de vos campagnes via une seule interface et de pouvoir consulter vos statistiques en ligne à tout moment!</p> <p>En savoir plus sur le positionnement payant</p> <p><a href="#">Devenir client</a></p>	<p><b>Liens sponsorisés</b></p> <p>Vous avez déjà ouvert des campagnes de liens sponsorisés sur Google, Yahoo, MSN ou d'autres solutions de positionnement par mots clés. Sont-elles optimisées à votre avantage? Quels sont vos retours sur investissement?</p> <p>Que diriez-vous de centraliser toute la gestion de vos campagnes via une seule interface et de pouvoir consulter vos statistiques en ligne à tout moment!</p> <p>En savoir plus sur les liens sponsorisés</p> <p><a href="#">Devenir client</a></p>	<p><b>Référencement Internet</b></p> <p>Référencer son site sur les moteurs de recherche. Savez-vous que 75% des internautes consultent la première page des résultats suite à une requête effectuée sur un engin de recherche et de 20% la deuxième.</p> <p>Si votre site n'est pas présent au minimum sur les deux premières pages des réponses des engins de recherche c'est comme s'il n'existait pas.</p> <p>En savoir plus sur le référencement Internet</p> <p><a href="#">Devenir client</a></p>	<p><b>Conférence</b></p> <p>Téléchargement Les enjeux du marketing sur les moteurs de recherche</p> <p><b>Étude</b></p> <p>Comment les Québécois cherchent-ils sur le Web?</p> <p><b>Infolettre</b></p> <p>Abonnement à notre bulletin d'information</p> <p>Adresse de courriel: <input type="text"/> <input type="button" value="GO"/></p> <p><b>Réseau</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» France</li> <li>» Canada</li> <li>» USA</li> </ul> <p><b>Nos références :</b></p> 
--	---	--	---

ADWORDS QUALIFIED COMPANY | YAHOO! SEARCH MARKETING | SEMPO CANADA MEMBER | msn adCenter PARTNER

## □ Introduction

Si les études sur le comportement des internautes prolifèrent en Europe ou aux États-Unis, nous n'avions, jusqu'à l'année dernière, aucune véritable information sur celui des internautes Québécois. L'étude que nous avons réalisée en 2007 a été relayée par bon nombre de médias ici au Québec et ailleurs dans le monde. Elle nous a fourni un premier éclairage sur la façon dont les Québécois cherchent sur Internet. Mais si le Web évolue vite, les habitudes des internautes également. C'est pourquoi nous avons choisi de réitérer l'expérience en 2008 afin de mettre en valeur des évolutions et de mieux comprendre nos internautes. Nous en avons profité pour élargir notre enquête aux habitudes d'utilisation d'Internet, au-delà de la simple recherche.

## □ Méthodologie

Nous avons réalisé un sondage en ligne, comportant une vingtaine de questions posées à l'ensemble des membres de la liste d'envoi électronique [Toutacoup](#). Cet effort nous a permis de compiler les réponses de près de 9500 répondants (contre 1300 l'an dernier).

## □ Résultats

Les résultats confirment ceux de l'an passé et montrent que les Québécois ont atteint une réelle maturité dans l'usage d'Internet et dans leurs recherches sur les différents moteurs. Certaines habitudes semblent même déjà bien ancrées dans les mœurs des internautes Québécois.



## Les résultats marquants de l'étude

- ❑ Les Québécois sont désormais des utilisateurs du Web avertis. 80% se connectent quotidiennement et près de 55% ont fait des achats en ligne durant les 6 derniers mois.
- ❑ Leur site préféré pour l'information est Canoë, pour le divertissement c'est Facebook qui arrive en tête, en matière de voyages ils visitent en majorité Expedia, pour les jeux et concours c'est Toutacoup qui est largement en tête, et enfin au quotidien, c'est la messagerie Hotmail qui est la plus sollicitée.
- ❑ Google, comme l'an dernier, avec 79% de part de marché domine outrageusement le palmarès des moteurs de recherche les plus utilisés au Québec.



- ❑ Dans l'hypothèse où l'internaute ne trouve pas ce qu'il cherche sur son moteur favori, c'est Yahoo qui est préféré en deuxième choix à 21%. L'écart est cependant minime vis-à-vis des autres moteurs.
- ❑ La grande majorité des répondants (80%) se dit satisfaite des résultats affichés. Ils sont tout de même 13% à être insatisfaits.
- ❑ Lorsque les internautes recherchent sur un moteur, ils sont 45% à formuler une requête de 2 mots et près de 35% utilisent 3 mots.
- ❑ 37% des sondés n'ont jamais remarqué la présence de liens publicitaires ou sponsorisés lors de leurs recherches. Ils étaient 40% en 2007.

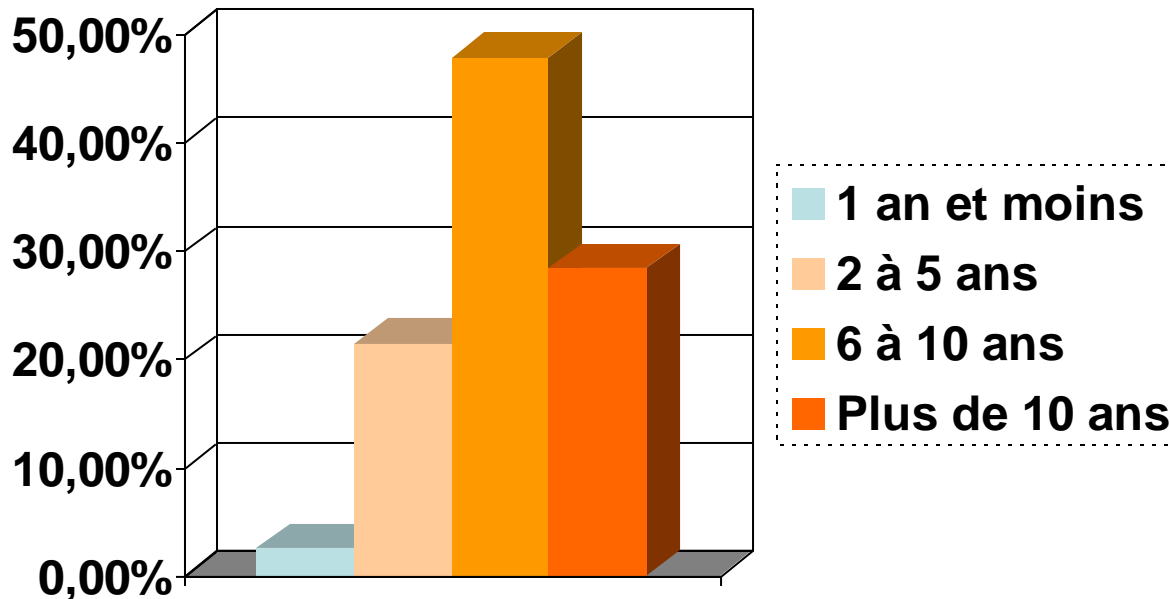




## Sommaire des habitudes sondées

1. Depuis combien de temps utilisez vous Internet ?
2. A quelle fréquence utilisez vous Internet ?
3. Quels sont vos sites web préférés ?
4. Quelle est votre principale utilisation d'Internet ?
5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?
6. Quel a été le montant moyen de ces achats ?
7. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?
8. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative ?
9. Pour vos recherches sur Google vous utilisez le .ca, le .com ou le .fr ?
10. Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés ?
11. En moyenne combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?
12. Lors de vos recherches, utilisez-vous des fonctions recherche avancée, telles que les signes + ou " ?
13. Si vous n'êtes pas satisfait des résultats de recherche, que faites-vous ?
14. Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de pages de résultats reformulez-vous votre requête ou passez vous à un autre moteur ?
15. Plusieurs moteurs de recherche offrent des résultats commerciaux ou sponsorisés. Avez-vous remarqué ces liens ?
16. À l'affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés sont pertinents avec votre recherche ?
17. Profil des répondants

## 1. Depuis combien de temps utilisez vous Internet ?

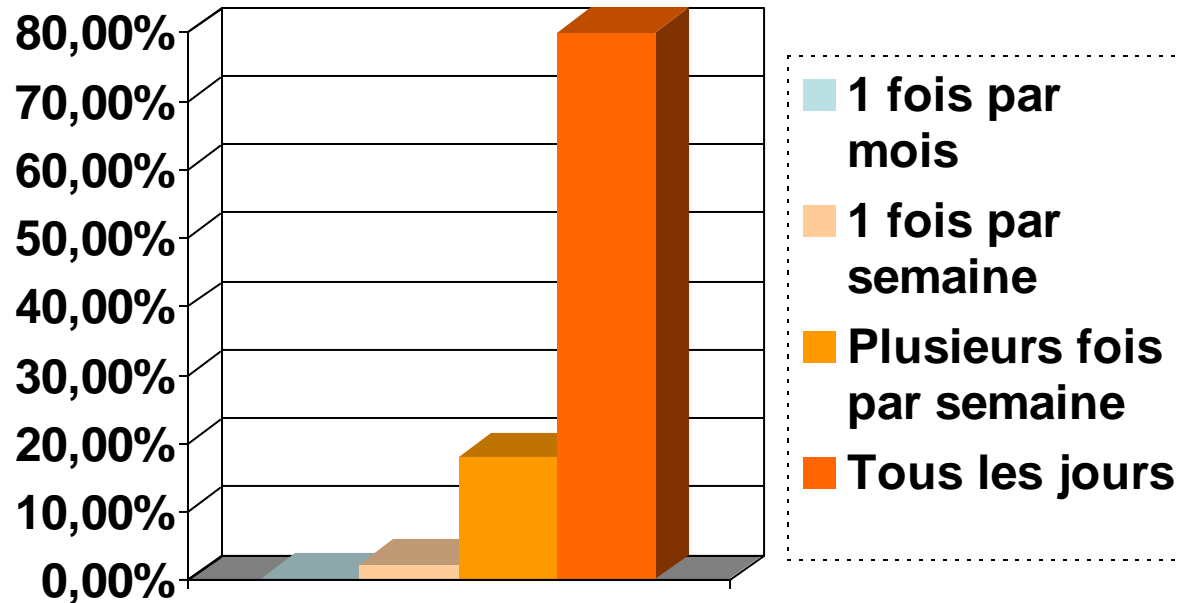


L'utilisation du Web par les Internautes québécois n'est plus un fait nouveau.

28% d'entre eux surfent sur Internet depuis plus de 10 ans, 47% de 6 à 10 ans, 21% de 2 à 5 ans, et seulement 3% depuis 1 an et moins.

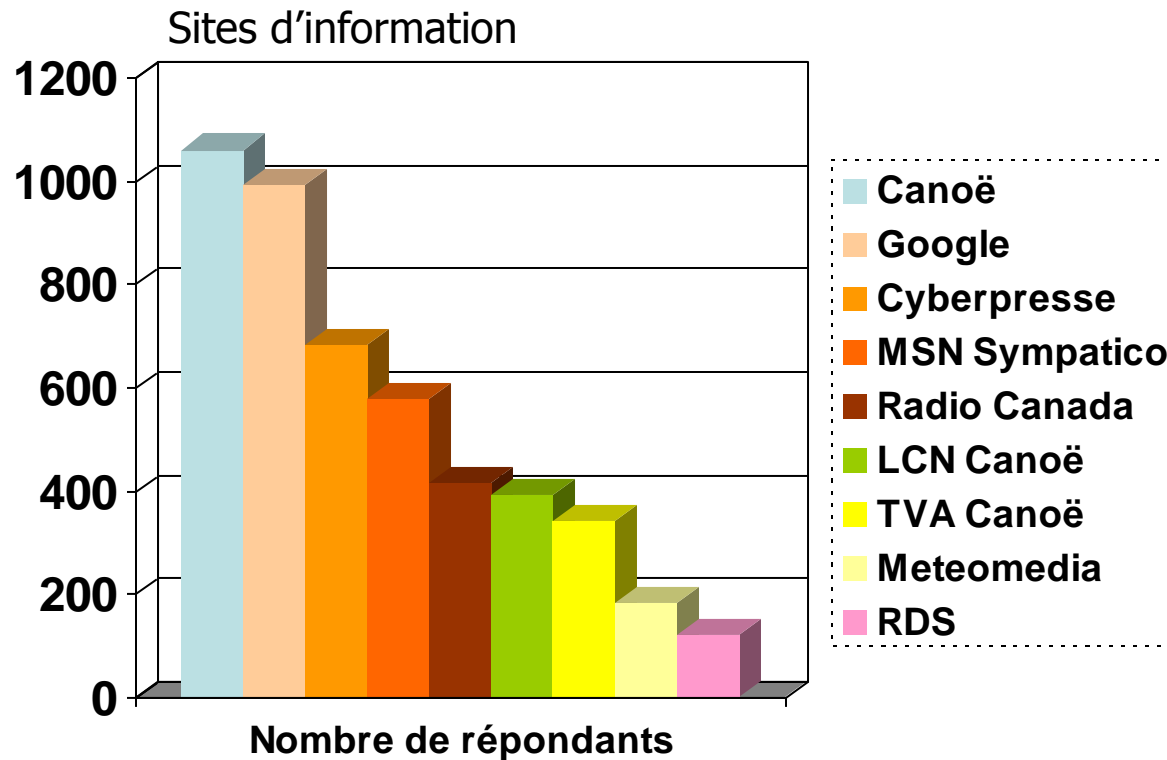
Nous avons donc une population avertie et mature de ce « nouveau » moyen de communication.

## 2. A quelle fréquence utilisez vous Internet ?



Si les Internautes québécois connaissent et utilisent le Web depuis longtemps, la fréquence à laquelle ils l'utilisent n'a pas diminué pour autant. En effet, 80% d'entre eux surfent sur le web chaque jour, 17% plusieurs fois par semaine, 2% une fois par semaine et moins d'1% une fois par mois.

## 3. Quels sont vos sites Web préférés ?

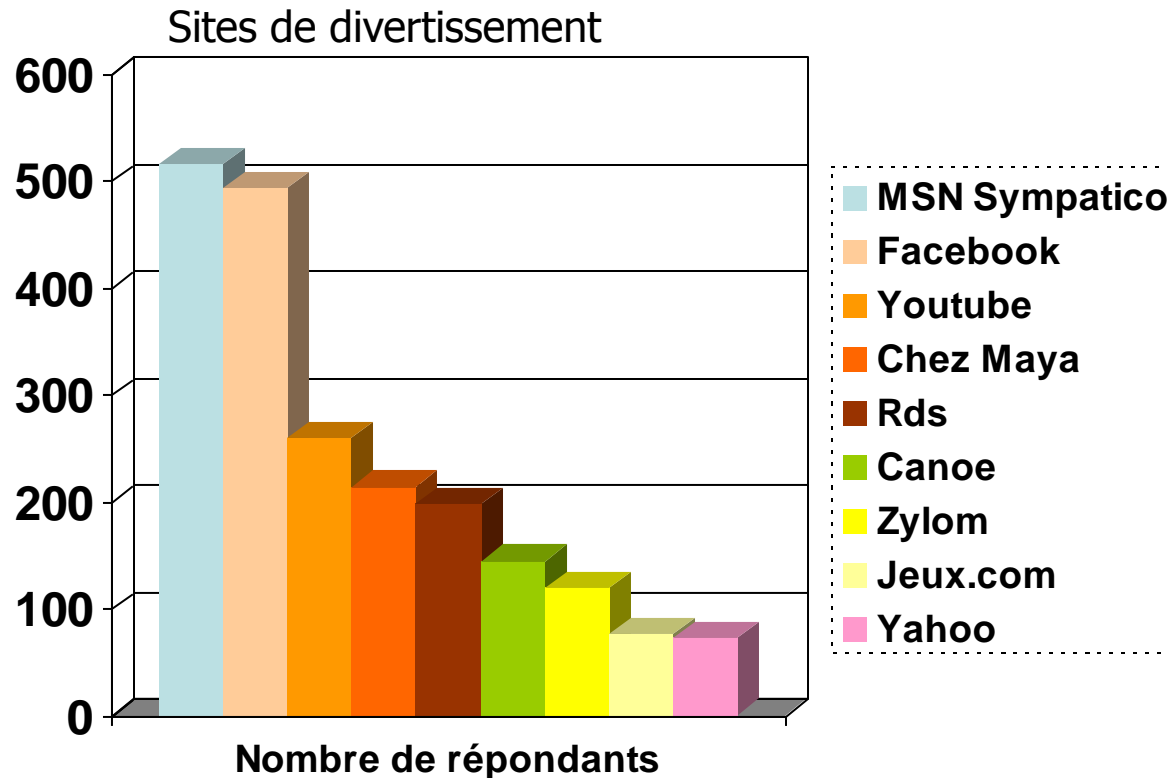


Canoë est le site le plus cité en ce qui concerne les sites d'information les plus populaires au Québec. Il est d'autant plus reconnu si l'on englobe les sites LCN Canoë et TVA Canoë, respectivement aux 6<sup>ème</sup> et 7<sup>ème</sup> rangs.

Google est très bien placé en 2<sup>ème</sup> position. Cependant, il s'agit d'un moteur de recherche et non d'un site d'information. Sa notoriété et sa réputation ont sûrement joué pour que l'amalgame soit fait.

Cyberpresse arrive en 3<sup>ème</sup> place. A noter également la bonne présence d'MSN Sympatico cité en 4<sup>ème</sup>.

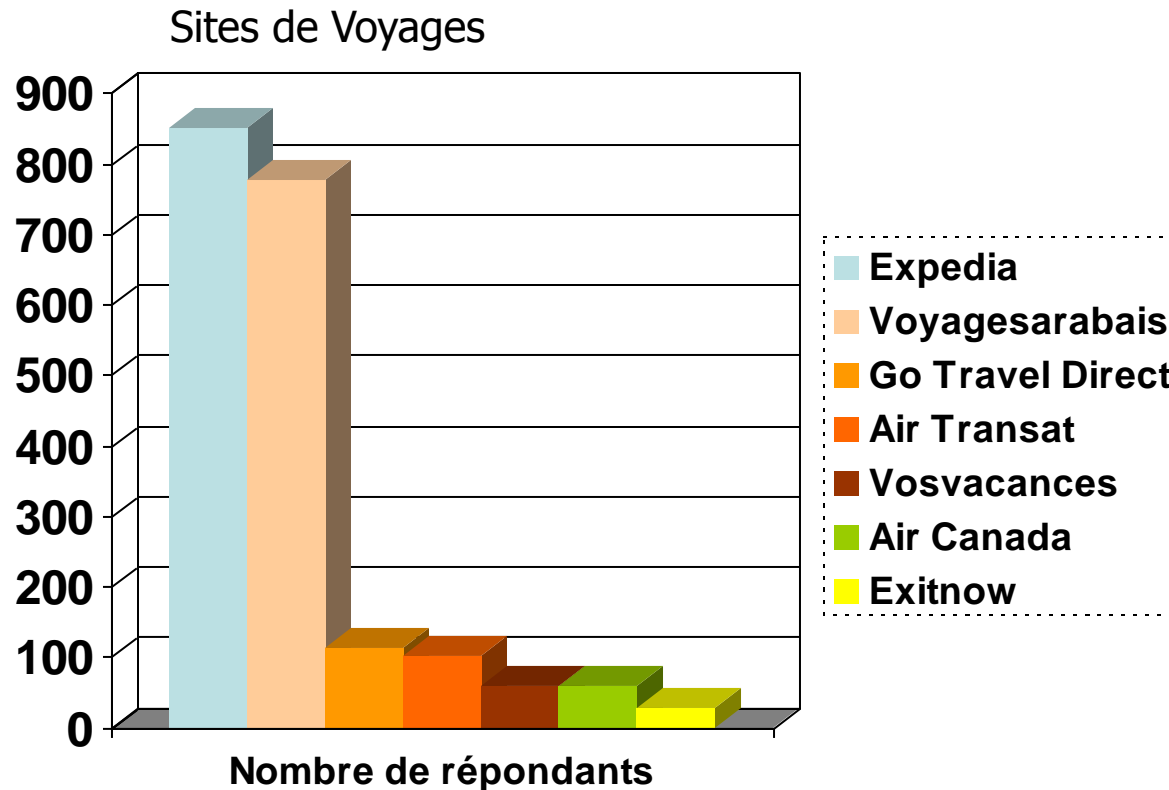
## 3. Quels sont vos sites Web préférés ?



MSN Sympatico, talonné par Facebook, arrive en tête des sites de divertissement. Le phénomène Facebook a su séduire les québécois. Il s'agit donc d'une plateforme sociale à ne pas négliger en matière de marketing direct et de publicité.

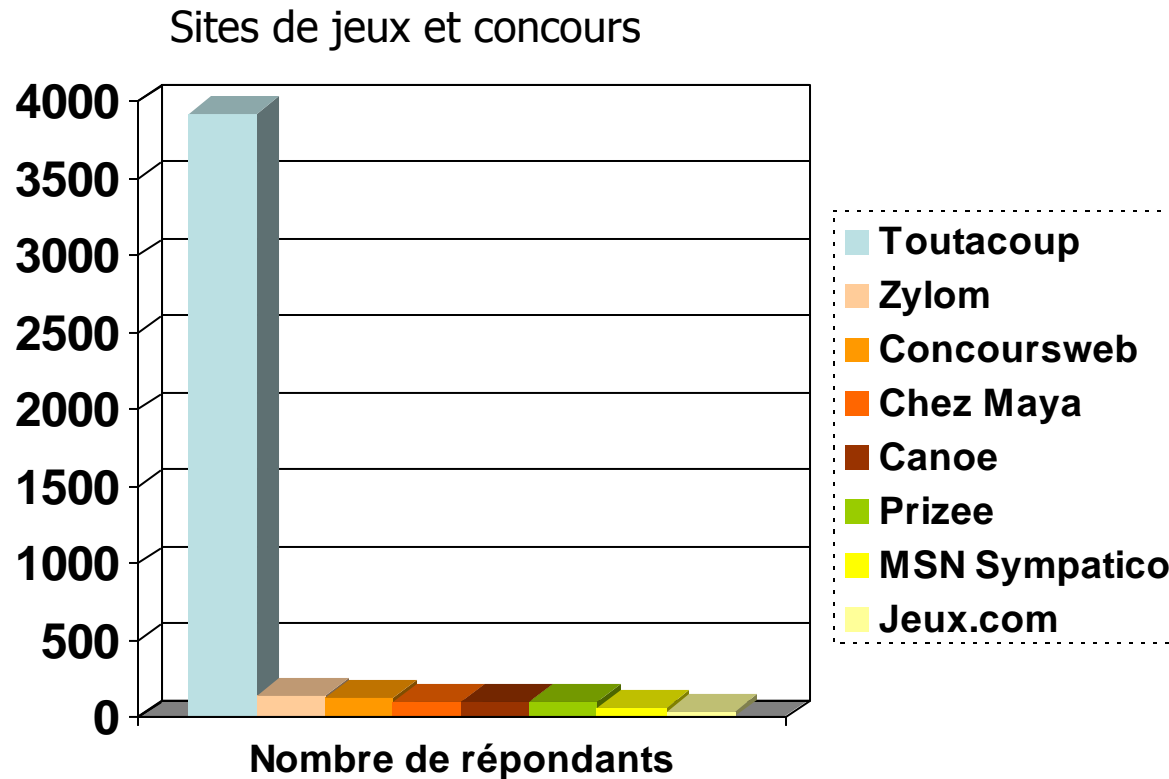
Youtube arrive 3<sup>ème</sup>. On note ensuite un certain nombre de portails et sites de jeux parmi les résultats.

## 3. Quels sont vos sites Web préférés ?



Les deux sites de voyages les plus cités par les sondés sont Expedia et Voyages à rabais. Ils sont largement en tête du classement. Le reste des résultats est peu significatif et néanmoins étonnant, surtout pour des marques comme Air Canada et Transat, même si Transat et Exitnow cumulé arrivent en 3 position. On retrouve cependant et dans l'ordre Go Travel Direct, Air Transat, Vosvacances, Air Canada et Exitnow parmi les 7 sites les plus cités.

### 3. Quels sont vos sites Web préférés ?

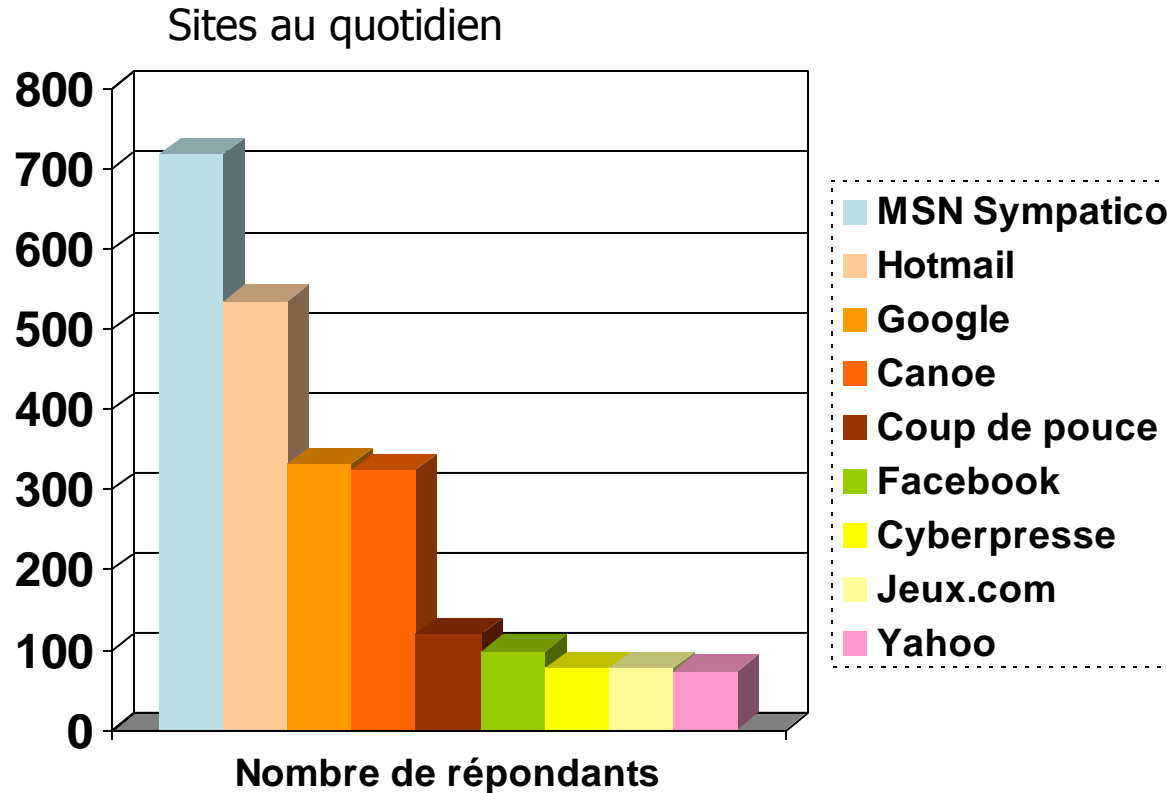


Pour les sites de jeux concours, la notoriété du site [Toutacoup](#) est indéniable. Cependant, il est important de spécifier que ce résultat est largement influencé par le fait que le sondage ait été réalisé sur le site Toutacoup auprès des membres du site.

Néanmoins, il reste numéro un des sites de jeux et concours cités par les internautes québécois.

Les résultats pour les autres sites sont peu significatifs. Zylom arrive 2<sup>ème</sup>, Concoursweb 3<sup>ème</sup>, Maya est 4<sup>ème</sup>, canoe est à égalité avec Prizee en 5<sup>ème</sup> position.

## 3. Quels sont vos sites Web préférés ?

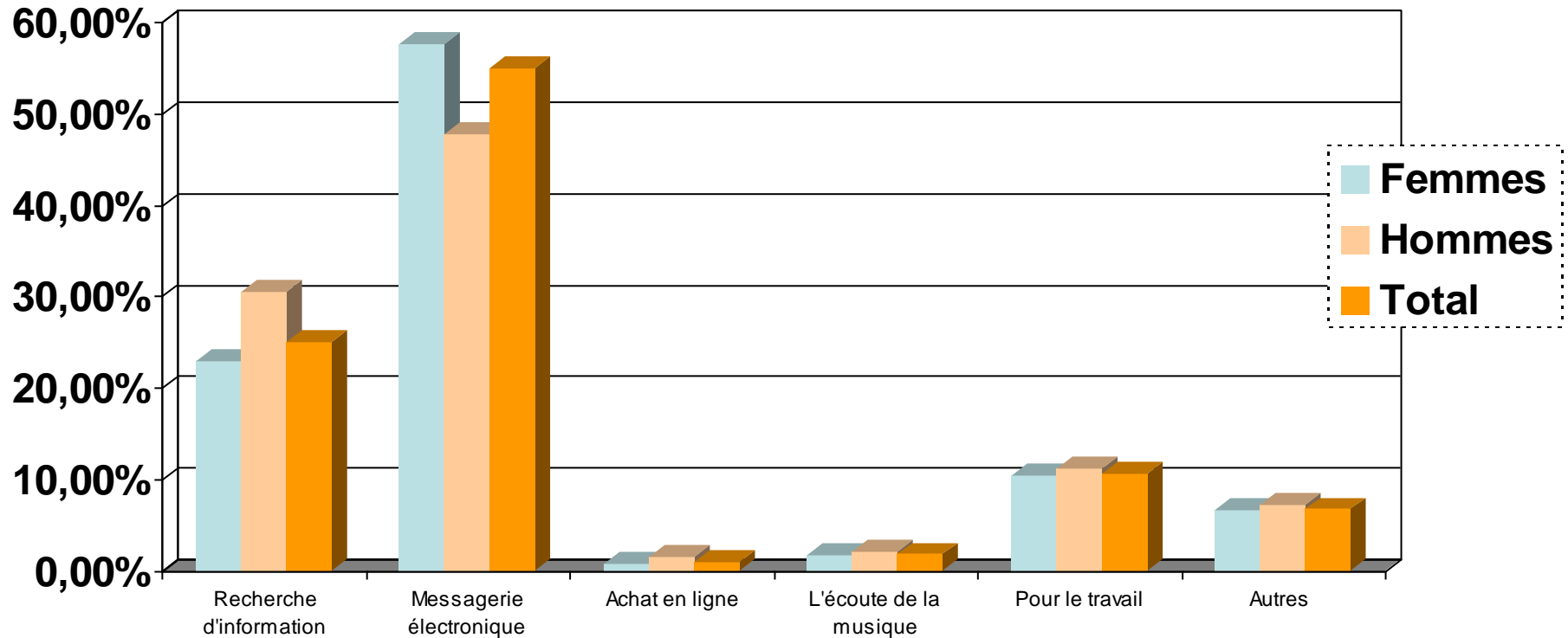


MSN Sympatico arrive premier de ce classement des sites les plus utilisés au Quotidien. Hotmail, la messagerie, arrive seconde. Les Québécois semblent donc beaucoup utiliser Internet pour la messagerie électronique. Puis on retrouve Google et Canoë, tous les deux très proches. On remarque une forte domination de Microsoft avec Hotmail, MSN Sympatico, qui récoltent à eux deux plus de 1240 votes.

Coup de Pouce, en 5<sup>ème</sup> position est un site de vie pratique avec recette de cuisine, infos sur la famille, les voyages ou encore la santé.

On retrouve à nouveau dans ce classement Facebook, le site communautaire, à la 6<sup>ème</sup> place.

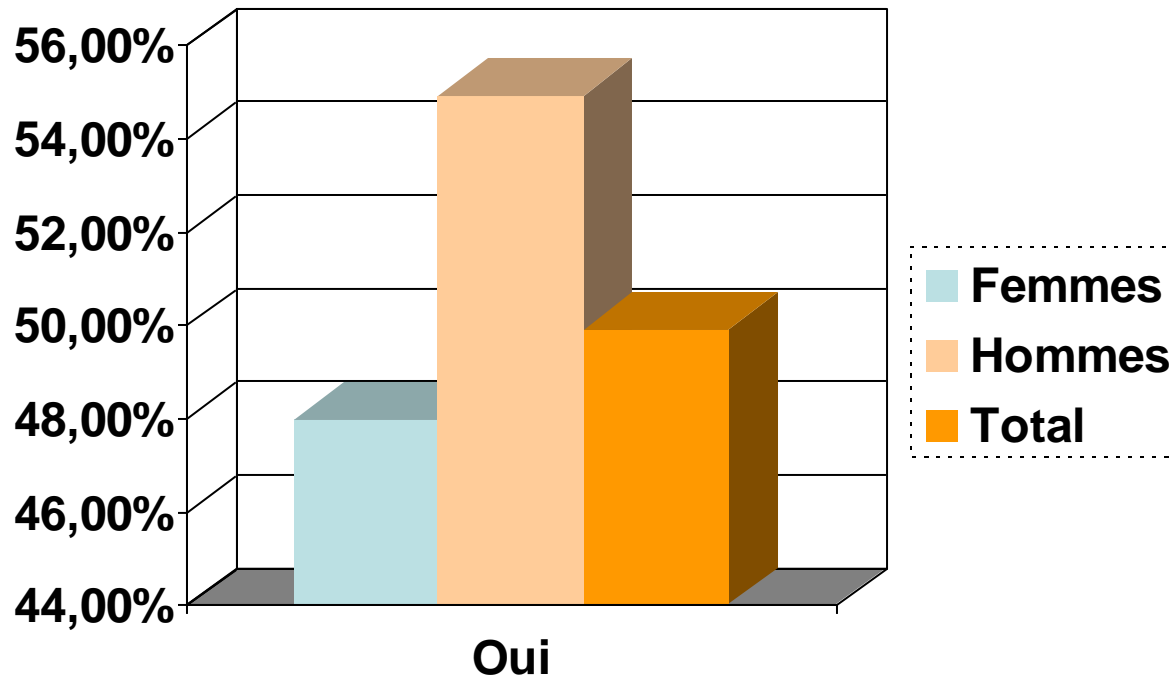
## 4. Quelle est votre principale utilisation d'Internet ?



Les Québécois utilisent principalement le Web pour la messagerie électronique, à 55%. Ensuite, ils sont 25% à se connecter pour la recherche d'information et 10% l'utilisent dans le cadre de leur travail. Enfin, 1% s'en servent pour écouter de la musique et moins d'1% pour les achats en ligne.

Les comportements hommes/femmes sont assez similaires. On peut néanmoins souligner que les hommes utilisent un peu moins le web pour la messagerie et un peu plus pour la recherche d'information.

## 5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?

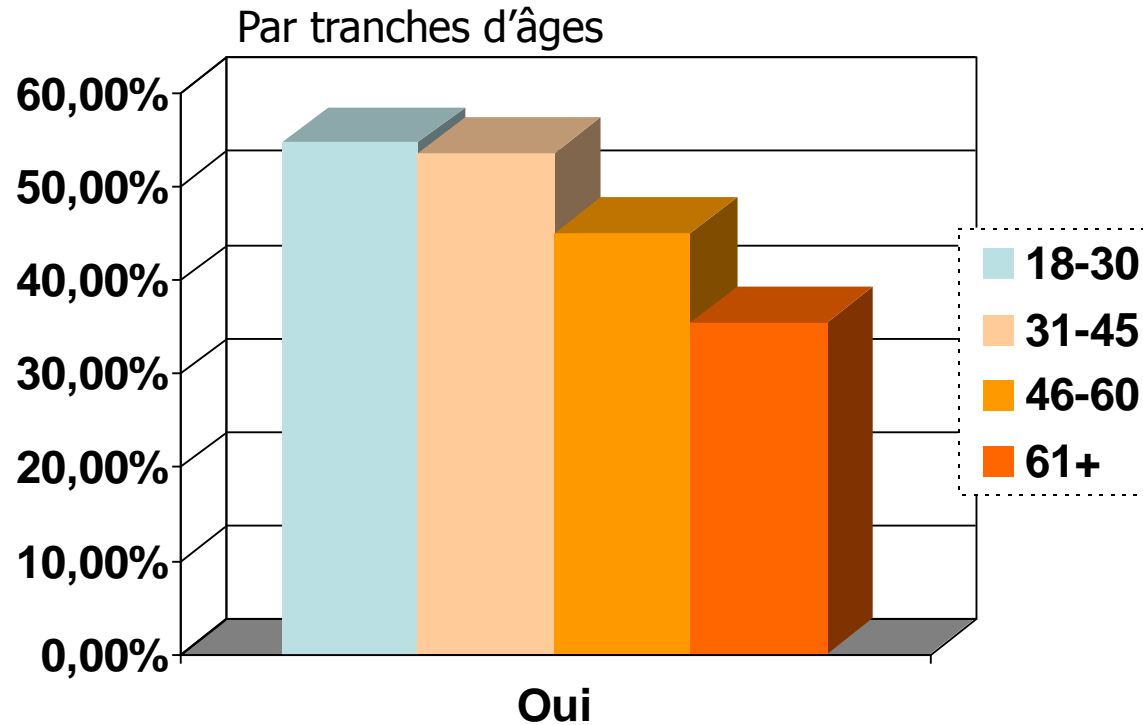


50% des internautes sondés ont acheté en ligne durant les 6 derniers mois. Les québécois ne sont donc plus aussi frileux aux achats en ligne.

Par ailleurs, on note une certaine disparité entre les hommes et les femmes. Les hommes sont 54,8% à avoir acheté en ligne au cours du dernier semestre alors que les femmes sont 48%.

Les hommes sont donc de plus grands consommateurs sur le Web que les femmes. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette tendance : Les produits proposés en ligne ciblent plutôt les hommes, la praticité et la simplicité des achats en ligne, les hommes auraient-ils plus d'affinités avec les nouvelles technologies que les femmes ?

## 5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?

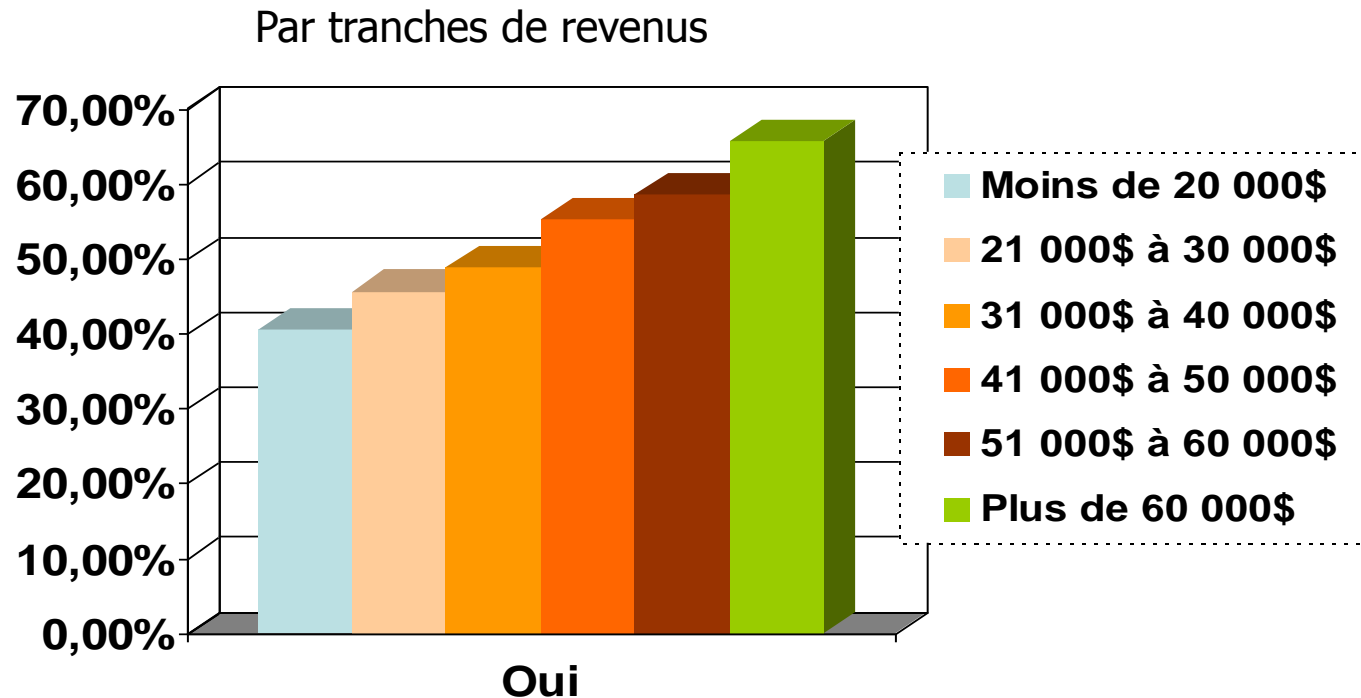


La tendance est claire si l'on segmente les résultats par tranche d'âge. Plus les internautes sont vieillissants et moins ils achètent sur le net. L'explication semble plutôt simple : Les jeunes ont grandi avec le web et sont de fait plus actifs et plus à l'aise avec tout ce qui s'y rapporte. Les achats en ligne font donc parti de leur quotidien.

Ainsi, on observe que 52% des 18/30 ans ont fait des achats en ligne durant les 6 derniers mois, contre 35% des 61 ans et plus.

Ces résultats restent cependant très bons, et démontrent que même dans la tranche d'âge la plus avancée, les utilisateurs consomment sur le Web.

## 5. Avez-vous fait des achats en ligne au cours des 6 derniers mois ?

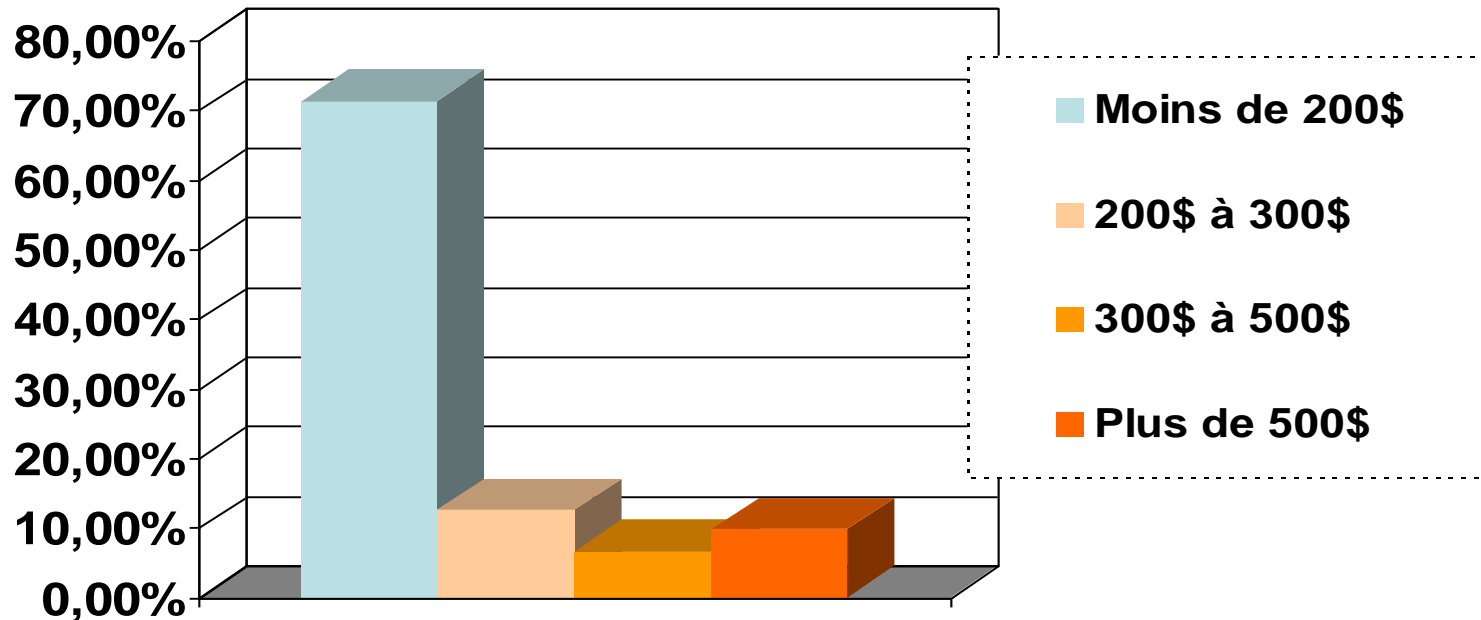


40% des sondés ayant un revenu inférieur à 20 000\$ par an ont acheté en ligne durant les 6 derniers mois. Ce pourcentage s'élève à 64% pour les internautes ayant un revenu supérieur à 60 000\$.

En segmentant les internautes par tranches de revenu, on constate que plus les individus ont un revenu élevé, plus ils sont amenés à consommer sur le Web.

Les personnes aux revenus élevés sont à la fois plus et mieux équipés pour surfer sur le Web et ils ont également un pouvoir d'achat plus élevé pour consommer.

## 6. Quel a été le montant moyen de ces achats ?



71% des internautes interrogés ont acheté pour moins de 200\$, 12% pour 200 à 300\$, 6% pour 300 à 500\$ et 10% pour plus de 500\$.

Le montant du panier moyen sur Internet est donc plutôt faible. Cela peut s'expliquer par la nature des produits proposés par les e-commerçants Québécois et peut être encore par une certaine méfiance vis-à-vis des achats en ligne. Faut-il renforcer l'ergonomie des sites et l'accompagnement des usagers?

## Bilan : Les Québécois et leur utilisation du Web

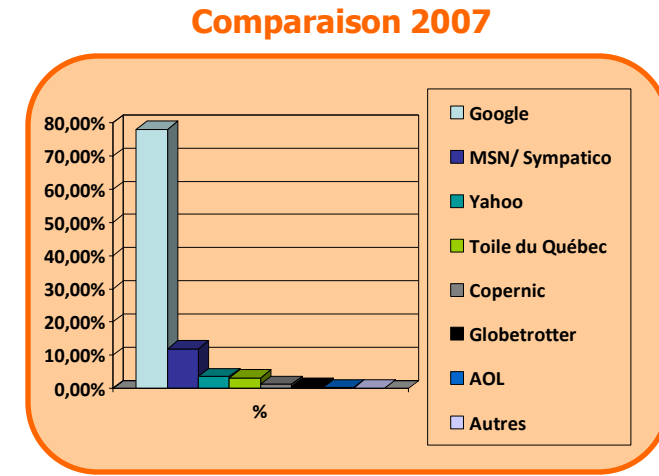
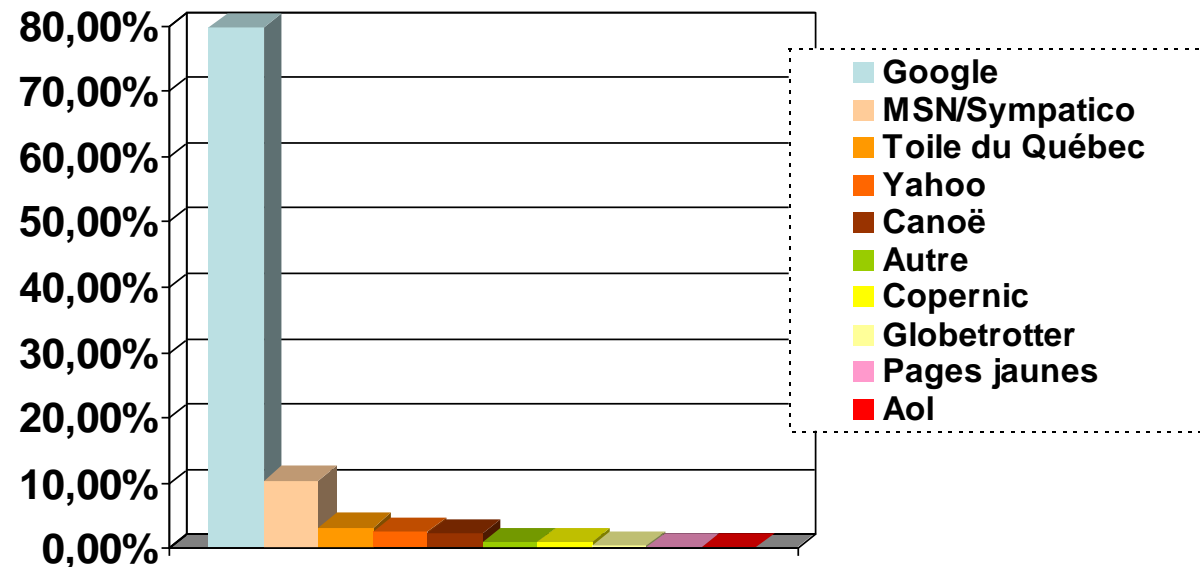
- ❑ De manière générale, l'internaute Québécois connaît bien le Web puisqu'il l'utilise depuis de nombreuses années et ce quotidiennement.
- ❑ Le site Web préféré des Québécois pour l'information est Canoë, pour le divertissement c'est MSN Sympatico qui arrive en tête talonné par le site communautaire Facebook, en matière de voyages ils visitent en majorité Expedia, pour les jeux et concours c'est [Toutacoup](#) qui est largement en tête, et enfin au quotidien, c'est à nouveau MSN Sympatico qui est le plus sollicité.
- ❑ Les achats en ligne semblent plutôt bien ancrés dans les habitudes de consommation et, quelque soit leur tranche d'âge, les internautes n'hésitent pas à acheter sur le Web. Les hommes restent néanmoins plus nombreux que les femmes à consommer en ligne.
- ❑ Le montant du panier moyen reste raisonnable puisqu'il se situe sous les 200\$.



- ❑ Il y a fort à parier que dans les années à venir tous ces chiffres, déjà très encourageants, seront revus à la hausse.



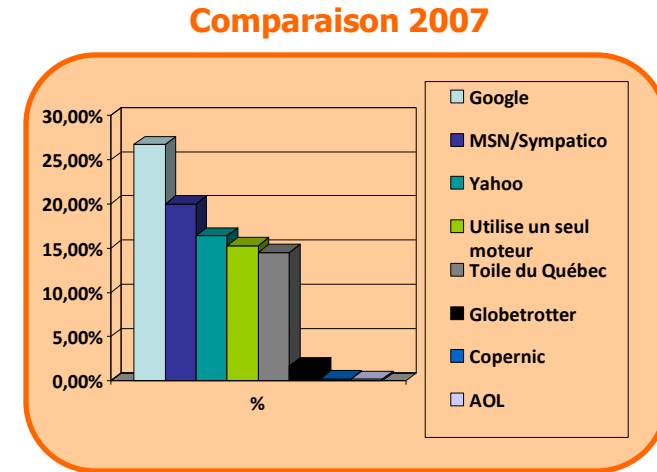
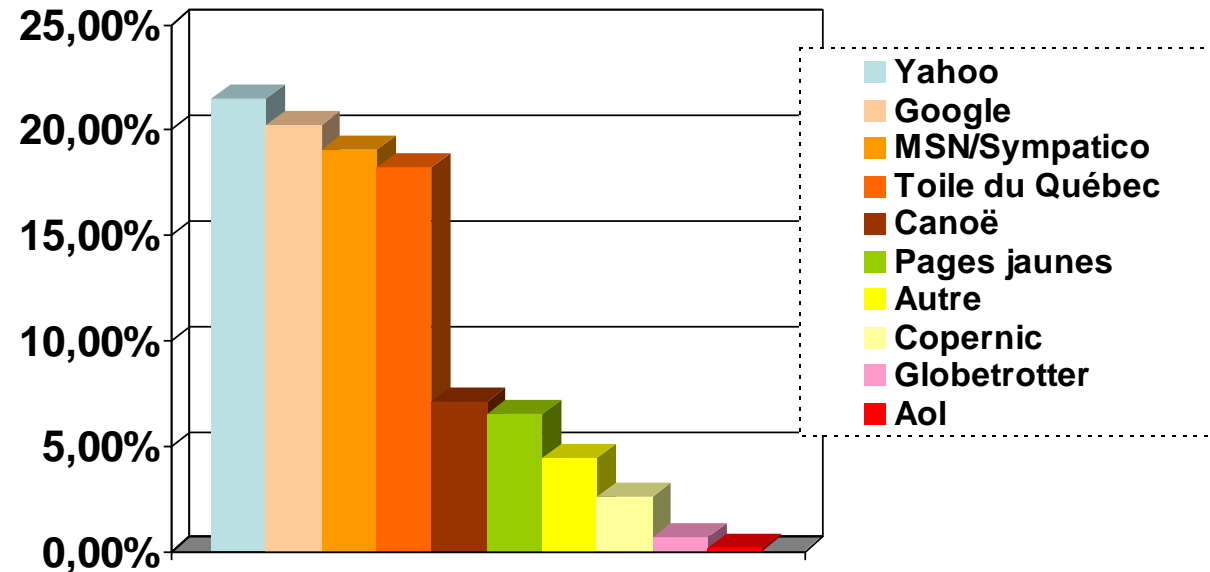
## 7. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?



Comme en 2007, Google reste, et de loin, le moteur de recherche préféré des internautes québécois. Près de 80% l'utilisent en priorité. MSN arrive second et est utilisé par 10% des sondés. En troisième position on retrouve la Toile du Québec citée par 3.18% des sondés. Yahoo et Canoë sont au bord à bord avec environ 2%.

Il faut souligner que Yahoo est en perte de vitesse : classé 3ème en 2007, il est cette année 4ème, dépassé par la Toile du Québec et talonné par Canoë, malgré le fait que Canoë et la Toile du Québec affichent depuis peu les résultats de Yahoo à la place de ceux de Google. Si nous comparons ces résultats avec par exemple nos statistiques serveurs, il est clair que Google a de loin la plus grande part de marché.

## 8. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative ?

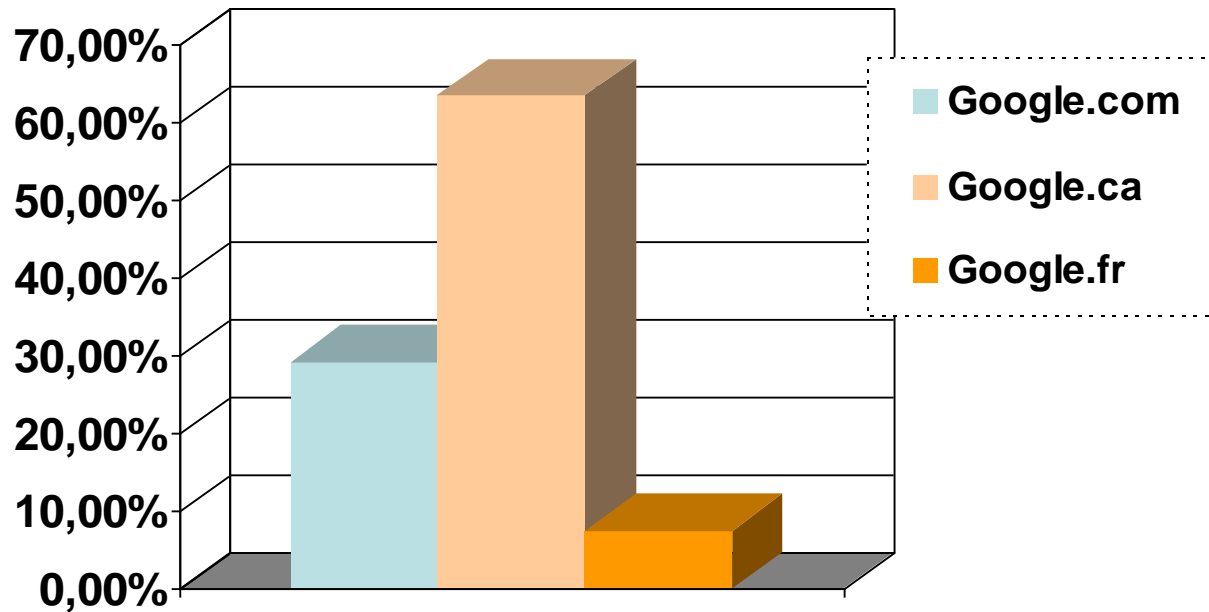


Dans l'hypothèse où l'internaute ne trouve pas ce qu'il cherche sur son moteur favori, cette année c'est Yahoo qui est préféré aux autres moteurs alors que l'an dernier Google l'emportait largement.

Étrangement, alors que Yahoo est de moins en moins sollicité par les internautes en tant que moteur favori, il fait un bon en avant en tant que moteur alternatif. Nous ne devons cependant pas perdre de vue que Yahoo n'est pas seulement un moteur, il est aussi un portail d'informations et n'est donc certainement pas utilisé pour les mêmes raisons que les autres moteurs, ni par les mêmes internautes.

D'un point de vue plus global, on constate que 4 moteurs se détachent vraiment : Yahoo, Google, MSN/Sympatico et la Toile du Québec.

## 9. Pour vos recherches sur Google vous utilisez le .ca, le .com ou le .fr ?



63% des répondants utilisent Google.ca pour leurs recherches. 29% privilégient le .com et 8% le .fr

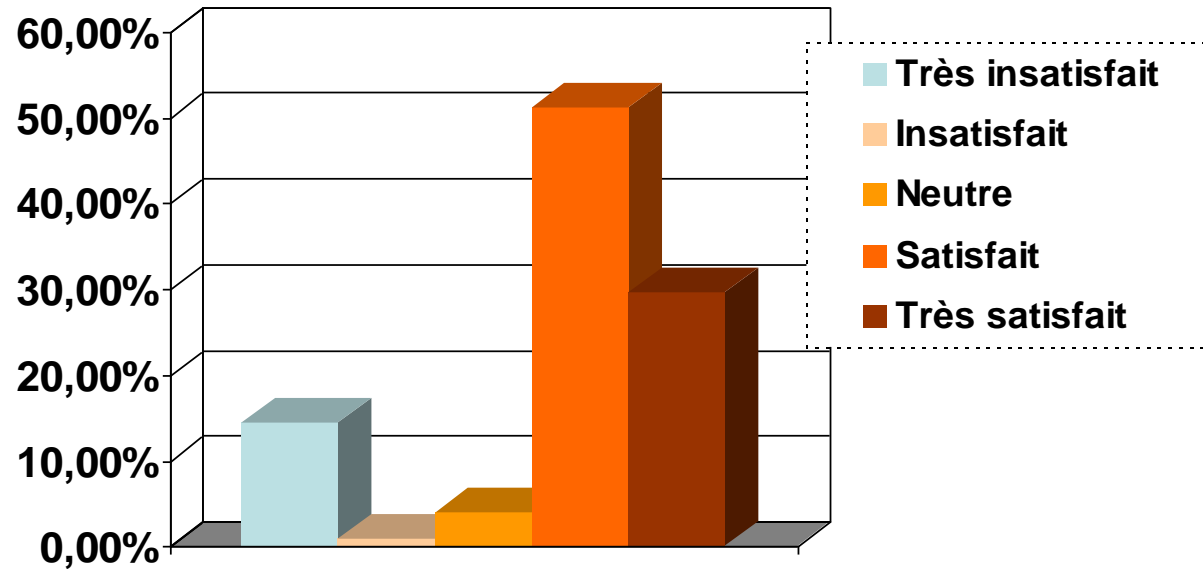
Ce résultat semble plutôt logique : Les québécois ont certainement pris conscience qu'en utilisant le .ca ils optimisent la pertinence de leurs résultats de recherche.

On peut supposer que le .com (29%) est plutôt utilisé par les anglophones ou par paramètre par défaut des options Google. Quant au .fr, cité par 8% des sondés, il est peut être corrélé à la forte présence de la communauté française au Québec, ou encore pour préparer un voyage en France.

## 10. Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés ?

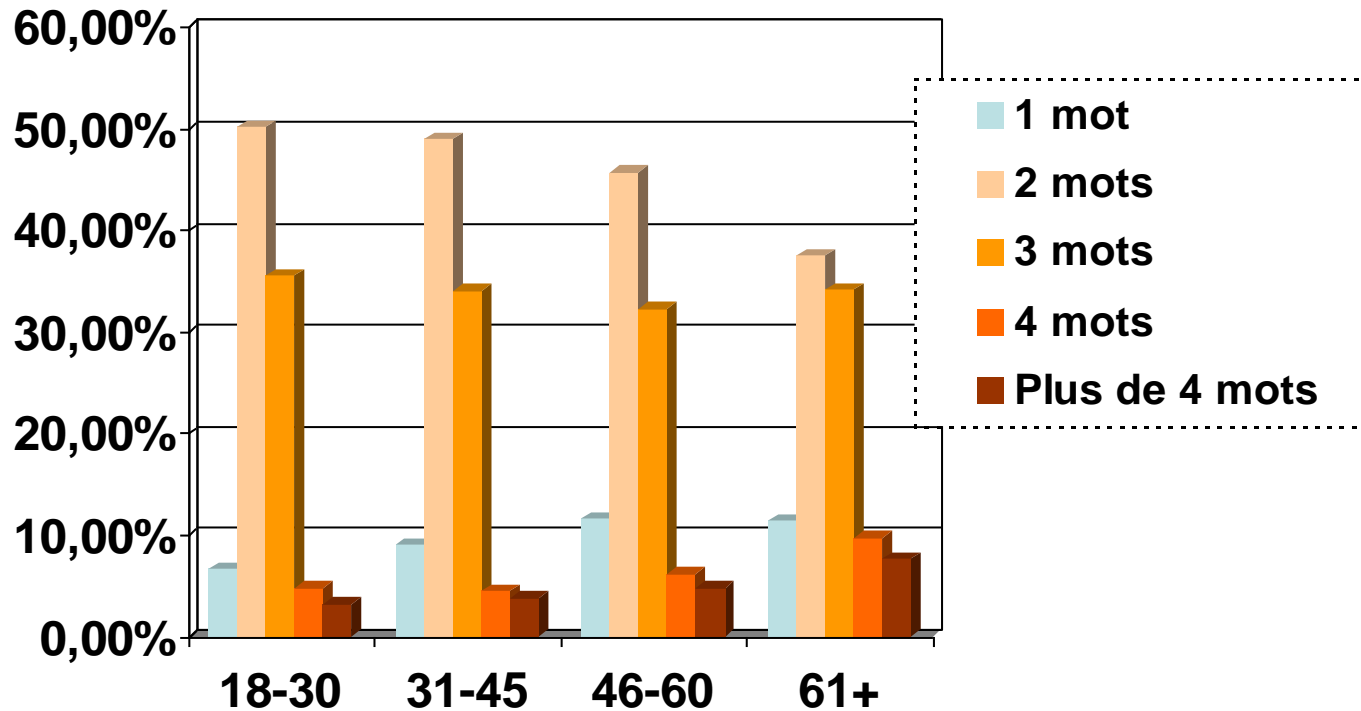
Une majorité écrasante de répondants (80%) se dit satisfaite des résultats affichés

Donnée extrêmement intéressante, 12% des répondants sondés se disent très insatisfaits des résultats de recherche affichés par leurs moteurs. L'an dernier ils étaient 8,8%. On constate donc une hausse des internautes très insatisfaits des résultats de leurs recherches.



À quand un nouvel outil de recherche encore plus performant ? Indéniablement, Google à pris une sérieuse avance dans le domaine et fort est à parier que la cohorte des ingénieurs chez Google travaille déjà activement à palier à cette demande. Car sommes toute, le fonctionnement des moteurs de recherche en 2008 reste assez archaïque puisqu'il doit interpréter une requête de 2 ou 3 mots. Pouvons-nous rêver à un moteur cérébrale mi-humain mi- machine?

## 11. En moyenne combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?

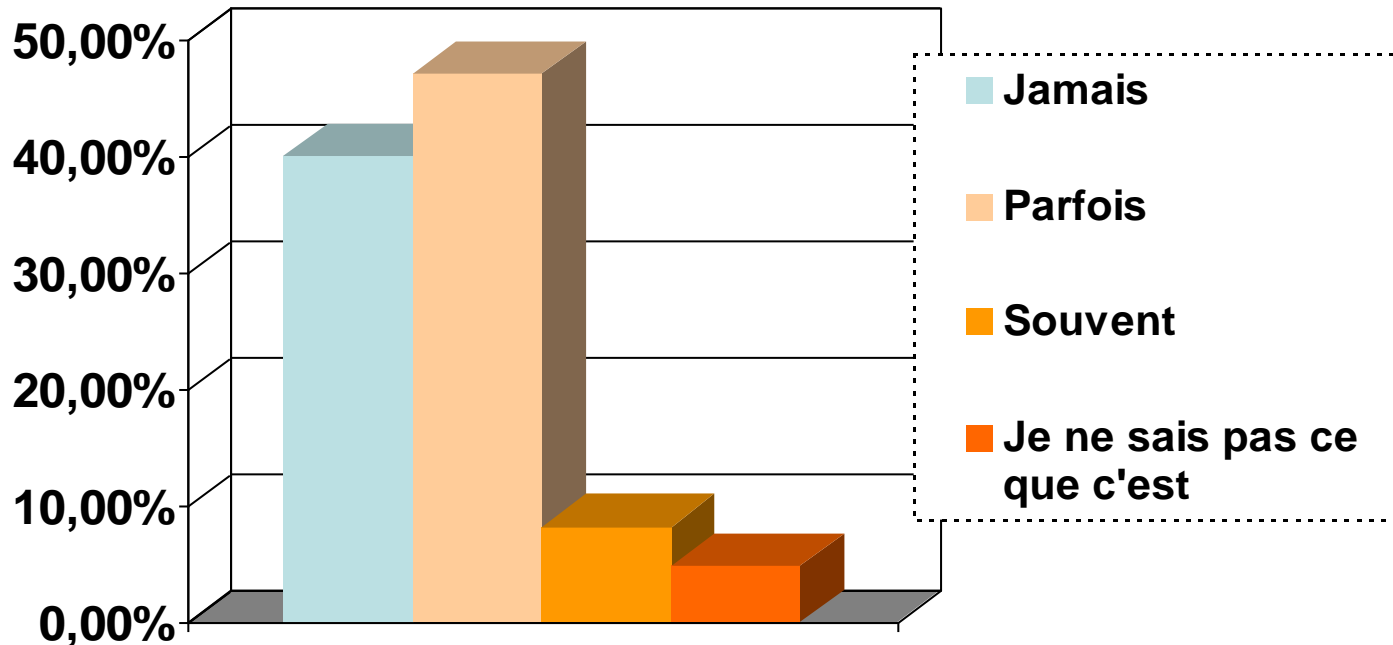


On constate que, quelque soit la tranche d'âge, les internautes utilisent en grande majorité (+ de 40%) 2 mots-clés dans leurs requêtes. 35% en utilisent même 3. Cela dénote d'une grande habileté et maturité dans leur utilisation des moteurs de recherche.

En comparaison, les français utilisent à 22% 2 mots, et à 29% 3 mots.

L'enquête souligne également un allongement des requêtes dans la tranche d'âge la plus avancée (61 ans et +). En effet, ils sont 17% à utiliser 4 mots-clés et plus dans leurs recherches. Les plus âgés, moins habitués aux outils de recherches, n'ont peut être pas les bons réflexes pour définir leurs requêtes de manière concise et ciblée.

## 12. Lors de vos recherches, utilisez-vous des fonctions recherche avancée, telles que les signes + ou " ?



Comme nous l'avons vu précédemment, les Québécois démontrent d'une certaine aisance voire même maîtrise des outils de recherche, là encore ils sont plus de 46% à utiliser parfois des fonctions de recherche avancées et 8% d'entre eux le font même souvent. En 2007, ils étaient seulement 39% à les utiliser parfois.

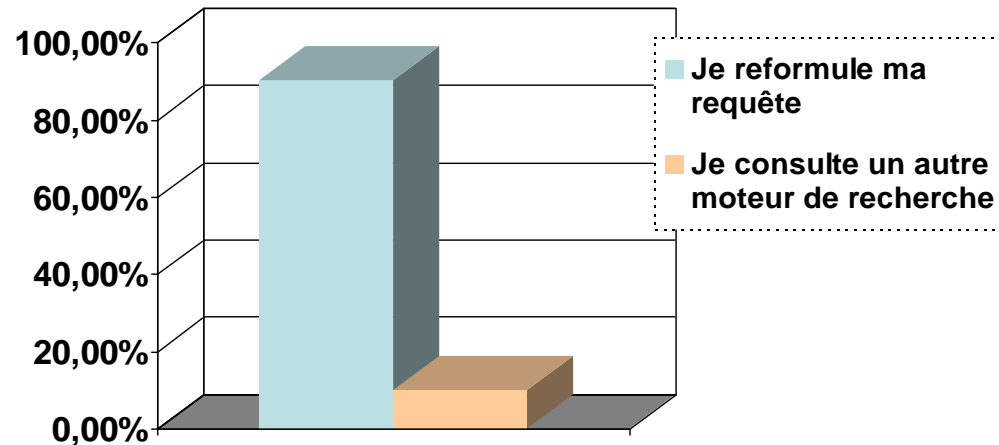
En une année, les internautes ont gagné en maturité et se sont appropriés les techniques de recherches avancées.

## 13. Si vous n'êtes pas satisfait des résultats de recherche, que faites-vous ?

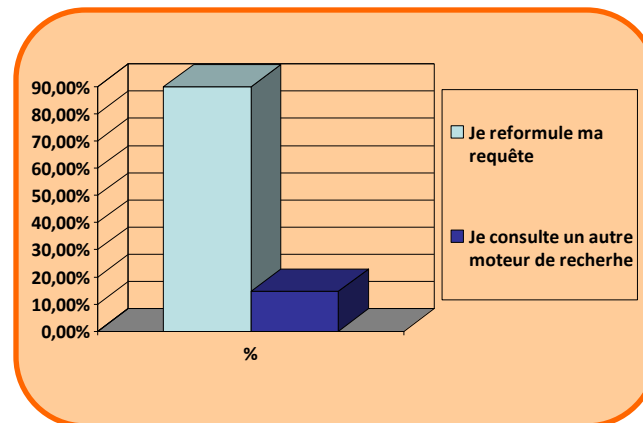
Dans la majorité des cas, les internautes Québécois qui ne trouvent pas une réponse favorable suite à une requête vont reformuler une nouvelle demande

Dans 89% des cas en utilisant le même moteur. Ils sont toutefois 11% à le faire sur un autre moteur

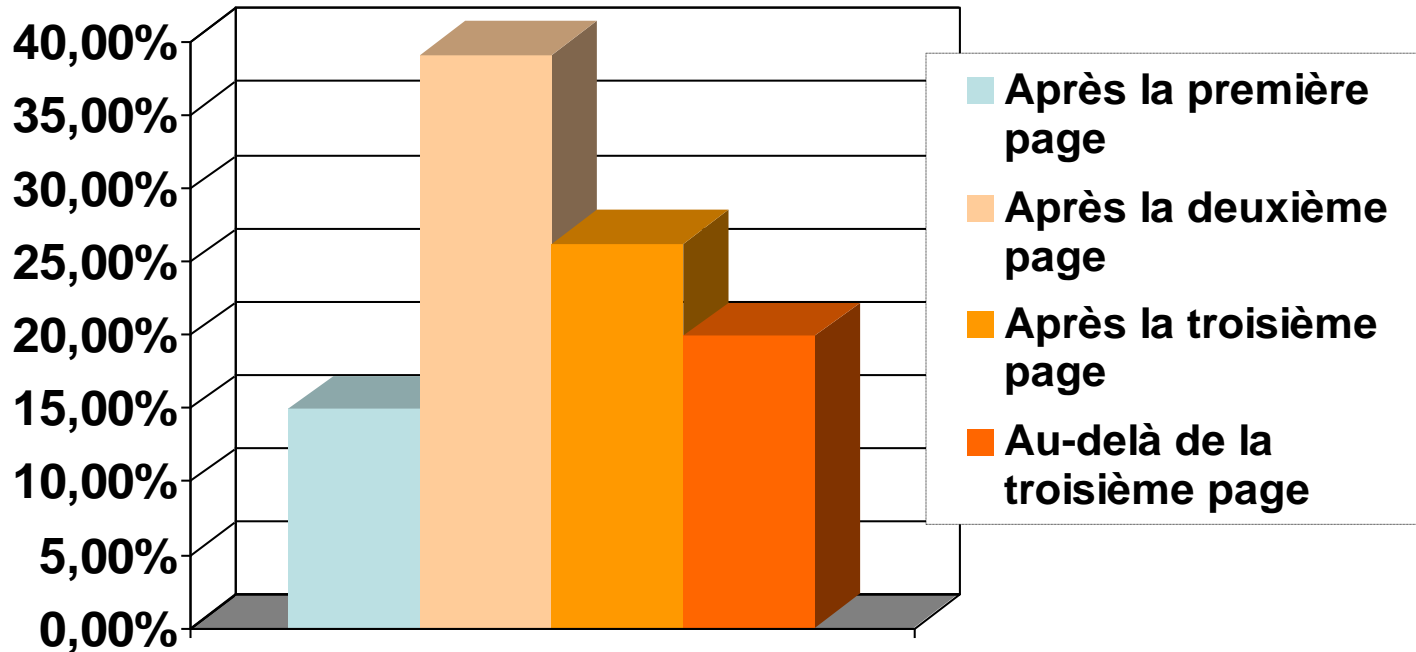
Ces chiffres n'ont pas évolué par rapport à notre enquête de l'année 2007.



### Comparaison 2007



## 14. Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de page de résultats reformulez vous votre requête ?



38% des internautes Québécois reformulent une nouvelle requête, après avoir consulté les résultats des 2 premières pages, soit en moyenne 20 résultats. 25% le font après la 3e page, 20% au-delà de la 3e page.

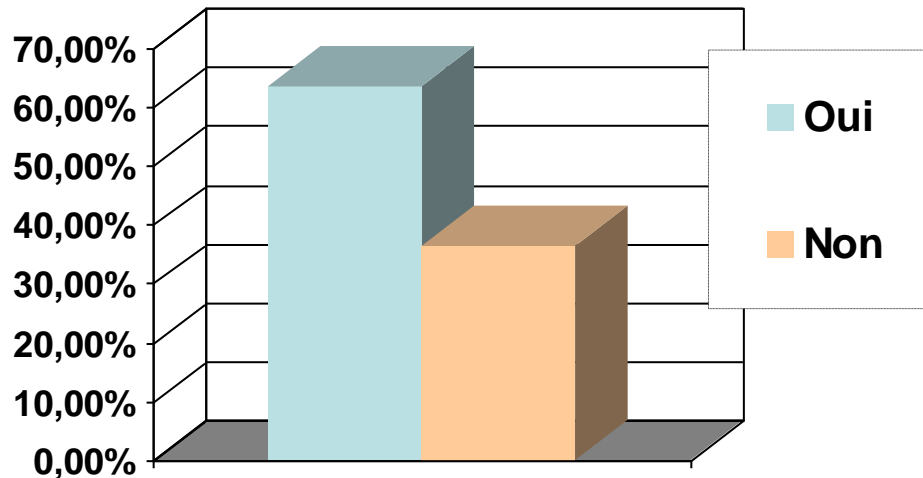
Cela souligne bien l'importance de positionner son site Web dans les premiers résultats ou du moins les 2 premières pages des résultats des moteurs de recherche.

## Bilan : Les Québécois et leur mode de recherche dans les moteurs

- ❑ Depuis l'enquête de 2007, on ne dénote pas de changement majeur dans le comportement des Internautes Québécois lorsqu'ils recherchent sur Internet.
- ❑ Google est toujours le leader incontesté des moteurs de recherche. La seule évolution notoire semble être au niveau de la satisfaction des sondés quant aux résultats de recherche : La part des personnes insatisfaites a fait un bond puisqu'il est passé de 8.8 à 12%.
- ❑ De manière générale, il faut souligner la grande maturité acquise par les Québécois dans leur mode de recherche dans les moteurs : Il utilisent en grande majorité 2, voire 3 mots-clés et connaissent les techniques de recherche avancées.
- ❑ Ils ont également conscience qu'utiliser Google dans sa version canadienne (.ca) leur apporte une plus grande pertinence dans les résultats de recherche.
- ❑ Enfin, 80% des internautes sondés ne va jamais au-delà de la 3<sup>ème</sup> page de résultats lors d'une recherche : D'où l'importance de bien positionner son site Web pour être vu.



## 15. Plusieurs moteurs de recherche offrent des résultats commerciaux ou sponsorisés. Avez-vous remarqué ces liens ?



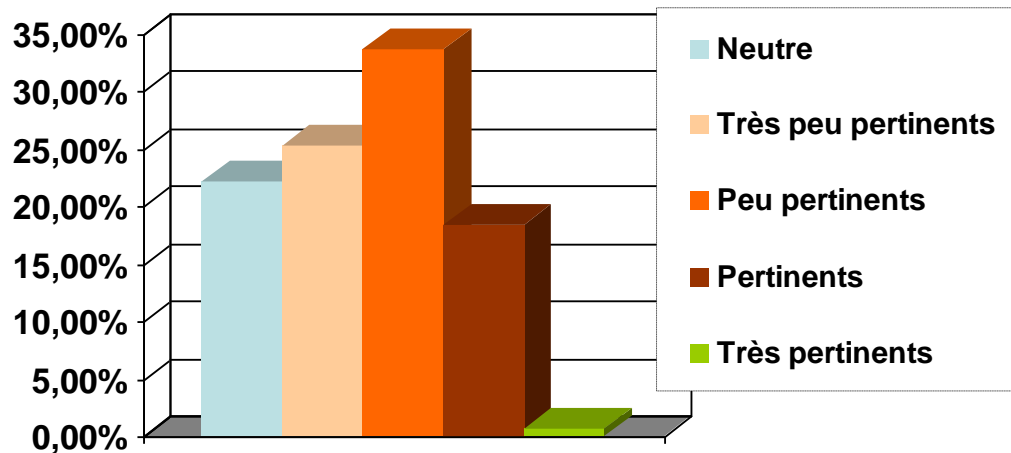
Une forte proportion des internautes dit remarquer l'affichage des liens sponsorisés (63%).

Ils sont encore 37% à n'avoir jamais vus ces liens publicitaires.

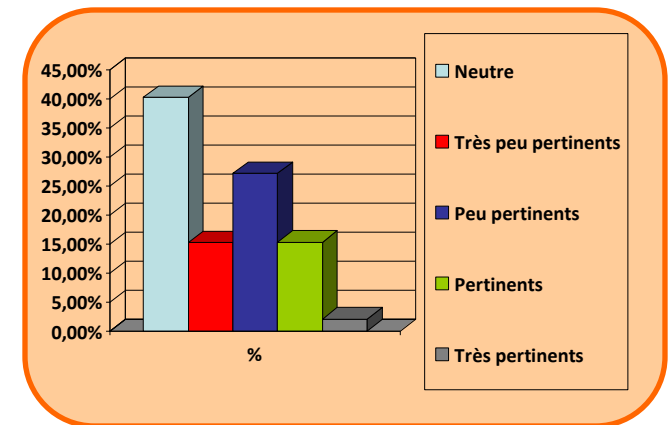
Cela est d'autant plus étonnant que les liens commerciaux sur la majorité des moteurs de recherche et particulièrement Google sont clairement indiqués.

Mais ces chiffres évoluent puisque l'an dernier à la même époque, ils étaient 40% à ne pas les remarquer

## 16. À l'affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés sont pertinents avec votre recherche ?



### Comparaison 2007



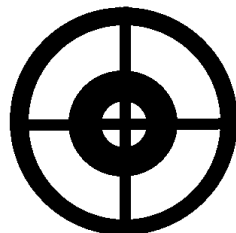
22% des internautes Québécois sont neutres sur ce point alors qu'ils étaient 40% en 2007. Cette évolution met en avant une réelle prise de conscience des insertions publicitaires dans les moteurs de recherches.

Mais s'ils étaient 40% à les trouver peu et très peu pertinents l'an passé, ils sont aujourd'hui près de 60%. Cette augmentation est peut être due à la multiplication des liens sponsorisés et à la dégradation de leur pertinence.

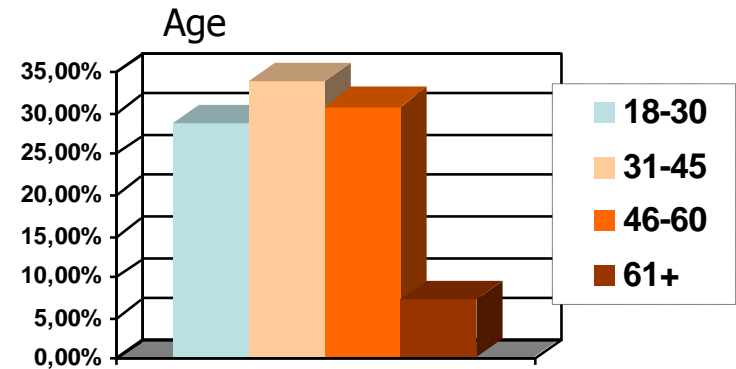
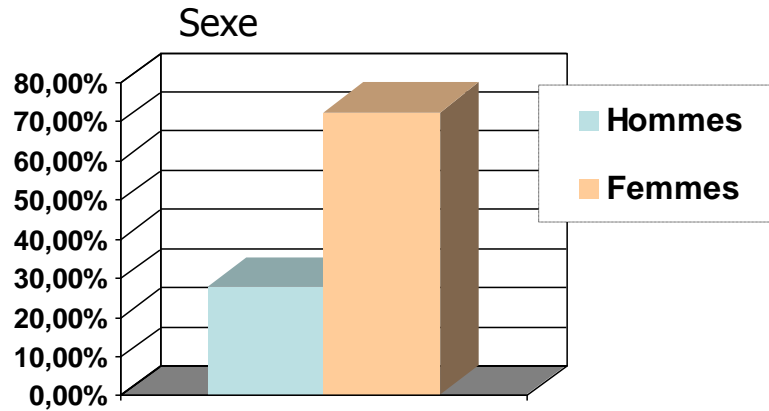
Apparemment, les règles éditoriales ou le contrôle effectué par les moteurs de recherche mérite d'être resserrés.

## Bilan : Les Québécois et les liens sponsorisés

- ❑ Les internautes québécois sondés sont encore trop nombreux à n'avoir jamais remarqué l'affichage des liens publicitaires dans leurs résultats de recherche (37%). Ce chiffre a un peu diminué depuis 2007 mais il reste élevé.
- ❑ Néanmoins, ceux qui les voient les jugent de moins en moins pertinents : En 2007, ils étaient 40 % à le penser, et ils sont aujourd'hui 60%.
- ❑ La multiplication des liens sponsorisés, pas toujours bien ciblés, est sans doute à l'origine de ce ressenti négatif.

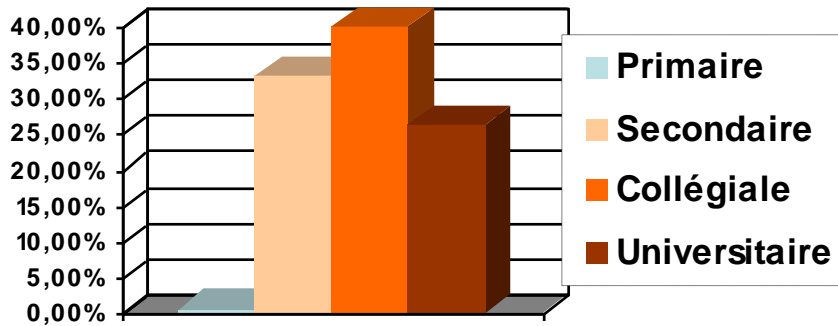


## 17. Profil des répondants

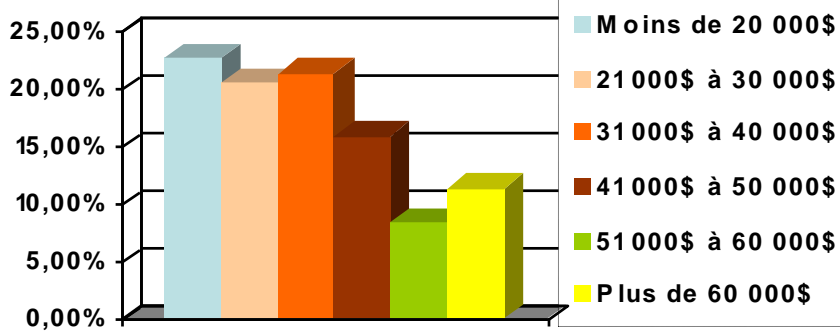


## 17. Profil des répondants

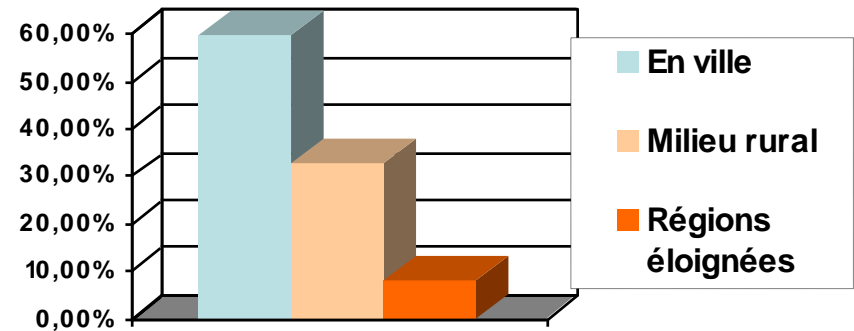
### Niveau de scolarité



### Revenus moyens



### 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 :

**Anne Roquecave**

**Téléphone** : 514-787-1769

**Email** : [anne@skooiz.com](mailto:anne@skooiz.com)

**Site web** : [www.skooiz.com](http://www.skooiz.com)

## **Skooiz Montréal**

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

**Skooiz.com**

*Montréal – Granby – Paris – New-York – Toronto (Été 2008)*