
Comment les Québécois cherchent-ils sur le Web ?

Cette étude a été réalisée par
Skooiz.com et [Mastodonte Communication](#)

□ **Introduction**

Il se dit beaucoup de choses sur les habitudes de recherche des internautes dans le cyber espace. Que ce soit sur les marchés français, anglais ou américains, les études sur le comportement des internautes utilisant des moteurs de recherche et des liens commerciaux ou commandités ne cessent de proliférer. L'agence interactive Skooiz.com a souhaité connaître plus précisément le comportement des internautes québécois.

□ **Méthodologie**

En collaboration avec notre partenaire Mastodonte Communication, propriétaire d'une des plus importantes bases de courriels opt in au Québec, nous avons réalisé un sondage en ligne, comportant une vingtaine de questions posées à l'ensemble des membres de la liste d'envoi électronique Mastodonte. Cet effort nous a permis de compiler les réponses de près de 1300 répondants.

□ **Résultats**

Les résultats montrent que les Québécois ont atteint une certaine maturité dans l'usage d'internet et particulièrement pour la recherche; certaines habitudes semblent même déjà bien ancrées dans les mœurs des internautes.

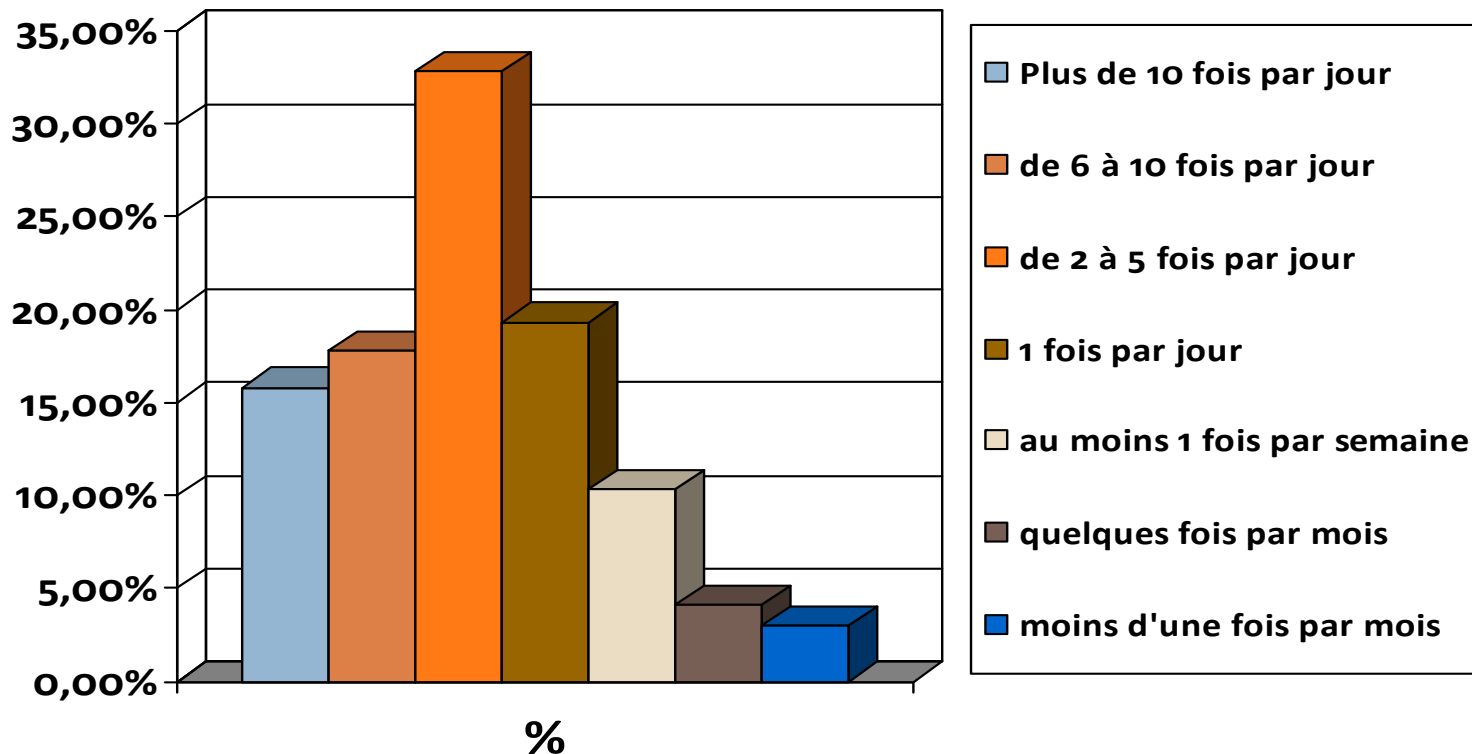
- Les Québécois recherchent très activement sur le Web. Ils sont près de 65% à utiliser un moteur de recherche de 2 à plus de 10 fois par jour.
- Google avec 78,1% de part de marché domine outrageusement le palmarès des moteurs de recherche les plus utilisés au Québec.
- Dans l'hypothèse où l'internaute ne trouve pas ce qu'il cherche sur son moteur favori, là encore Google reste le premier choix avec 26,7%, l'écart est cependant moins important vis-à-vis des autres moteurs.
- Une majorité écrasante de répondants (85%) se disent satisfaits des résultats affichés. Ils ne sont que 1,6% à être insatisfaits. 8,8% des répondants sondés se disent cependant très insatisfaits.
- Ils sont 48,9% à formuler une requête de 2 mots et près de 31% utilisent 3 mots; ils ne sont que 9,5% à le faire avec simplement un mot et près de 11% le font avec 4 mots.

- Ils sont plus de 40% à utiliser parfois des fonctions de recherche avancées et 9% d'entre eux le font même souvent.
- 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 89,8% des cas en utilisant le même moteur.
- 41,6% des internautes Québécois reformulent une nouvelle requête, après avoir consulté les résultats des 2 premières pages, soit en moyenne 20 résultats. 21,6% le font après la 3e page, 20,2% au-delà de la 3e page.
- Une forte proportion des internautes disent remarquer l'affichage des liens sponsorisés (60,7%), il y en a quand même près de 40% qui ne les remarquent pas.
- 40,2% des internautes Québécois sont neutres quant à la pertinence des liens sponsorisés, 17,4% les trouvent pertinents ou très pertinents. Par contre 32,3% les trouvent peu ou très peu pertinents.
- Les Québécois suivent la tendance mondiale en matière de comportement vis-à-vis des liens commerciaux. Ils cliquent rarement sur ces liens pour 47,3% alors que 29,2% ne le font jamais. 23,4% disent cliquer sur les liens payants à l'occasion.

Sommaire des habitudes sondées

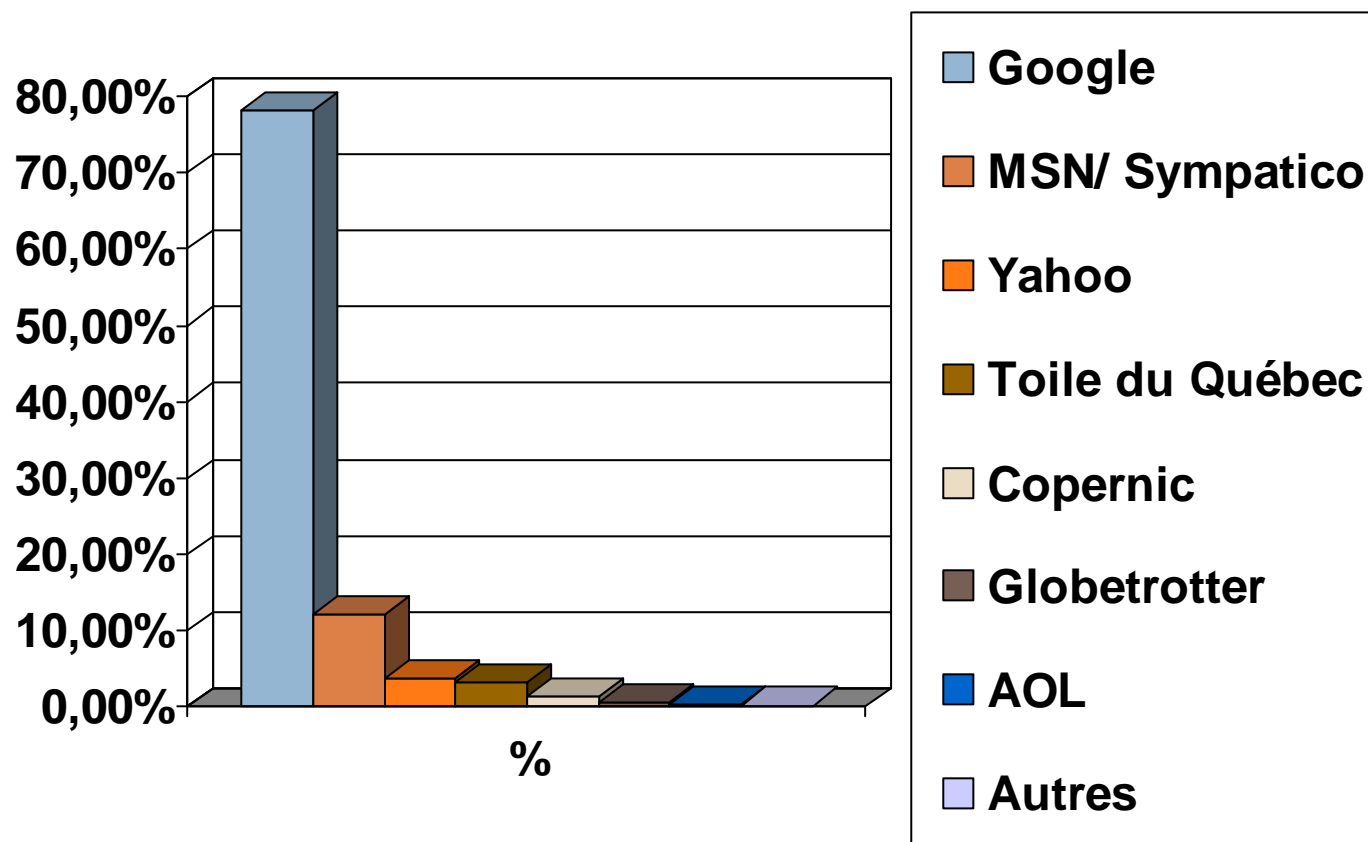
1. Quelle est la fréquence de vos recherches sur le Web ?
2. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?
3. Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative ?
4. Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés ?
5. En moyenne combien de mots-clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?
6. Lors de vos recherches, utilisez-vous des fonctions recherche avancée, telles que les signes + ou " ?
7. Si vous n'êtes pas satisfait des résultats de recherche, que faites-vous ?
8. Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de résultats reformulez-vous votre requête ou passez-vous à un autre moteur ?
9. Plusieurs moteurs de recherche offrent des résultats commerciaux ou sponsorisés. Avez-vous remarqué ces liens ?
10. À l'affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés sont pertinents avec votre recherche ?
11. Cliquez-vous sur les liens commerciaux ?
12. Profil des répondants

1 - Quelle est la fréquence de vos recherches sur le Web ?



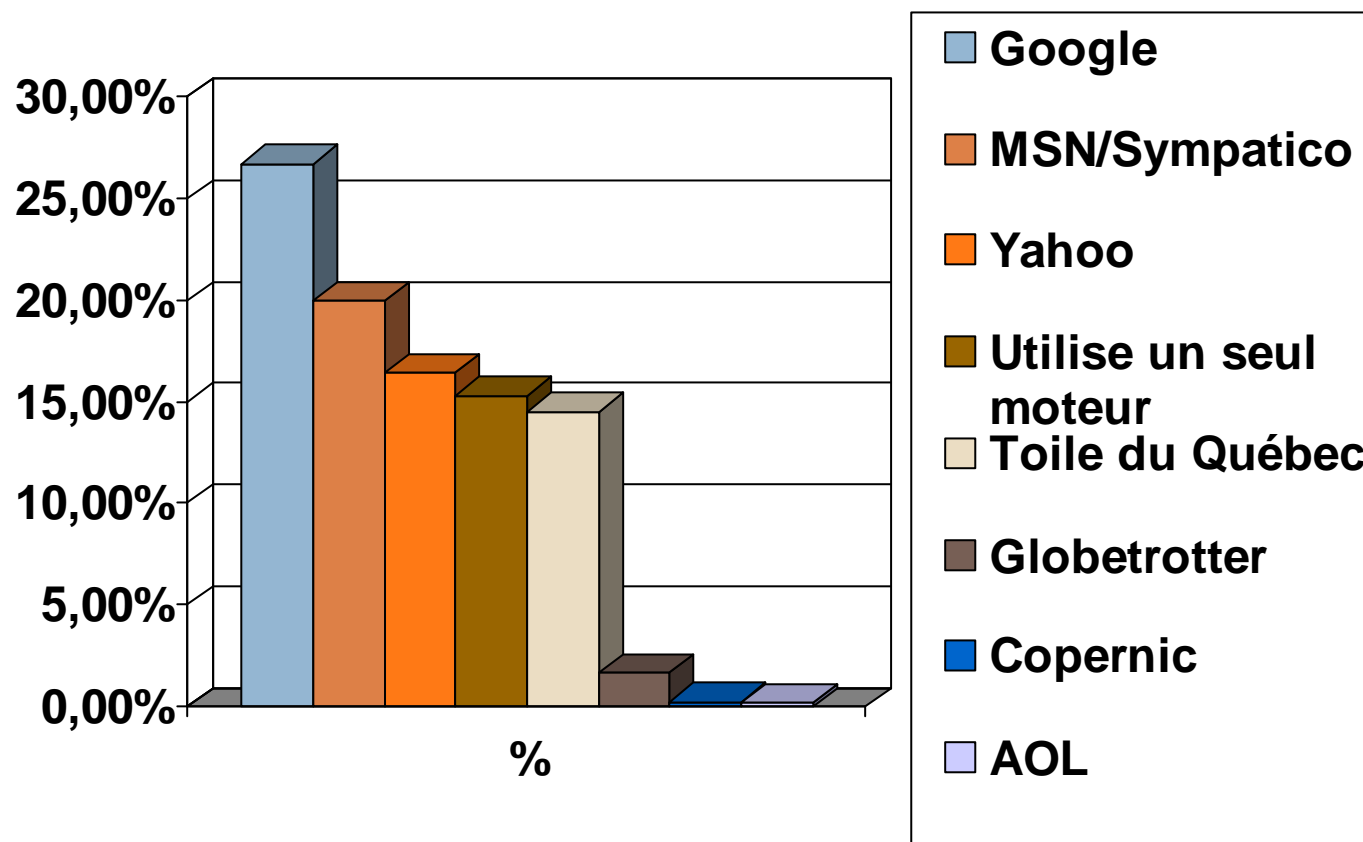
Premier constat, **les québécois recherchent très activement sur le Web. Ils sont près de 65% à utiliser un moteur de recherche de 2 à plus de 10 fois par jour.** 32,8% le font de 2 à 5 fois par jour, 19,3% seulement 1 fois par jour. À la lumière de ces chiffres, on comprend clairement l'engouement grandissant des annonceurs pour le marketing sur les moteurs de recherche ou « *Search Marketing* ».

2 - Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous en priorité ?



- Rien de bien extraordinaire ici, **Google avec 78,1% domine outrageusement le palmarès des moteurs de recherche le plus utilisés au Québec.**
- Ce qui est plus étonnant c'est l'écart existant avec les autres moteurs de recherche. Il fait presque aussi bien ici que sur la France où la part de marché de Google est proche de 80%.
- Fait marquant: le très faible résultat de Yahoo, 3,6% au Québec pour 4,4% en France, contre 12% au Québec pour MSN/Sympatico alors que ce MSN France représente 2,5%. Le rapprochement avec Sympatico a, semble-t-il, un impact significatif sur la fréquentation de MSN au Québec.
- La Toile du Québec est utilisée par 3,2% des répondants contre 1,3% pour le méta-moteur Copernic. Ce dernier est par ailleurs privilégié par les personnes âgées de 50 ans et plus. Globe Trotter, le portail de Telus au Québec voit ses résultats fournis par Yahoo récolter 0,6% alors que AOL n'en récolte que 0,2%.
- Par comparaison avec le marché des États-Unis, Google domine le marché de la recherche en ligne avec 44,1 % de parts de marché en août 2006, soit près de 2,9 milliards de requêtes mensuelles (source: ComScore Networks), devant Yahoo (28,7 %) et MSN (12,5 %).
- En août 2006, Google et Yahoo se partageaient 95 % du marché de la recherche en ligne issue d'une barre d'outils : 49,6 % pour la Google Toolbar et 47,3 % pour la Yahoo Toolbar (source: ComScore Networks)

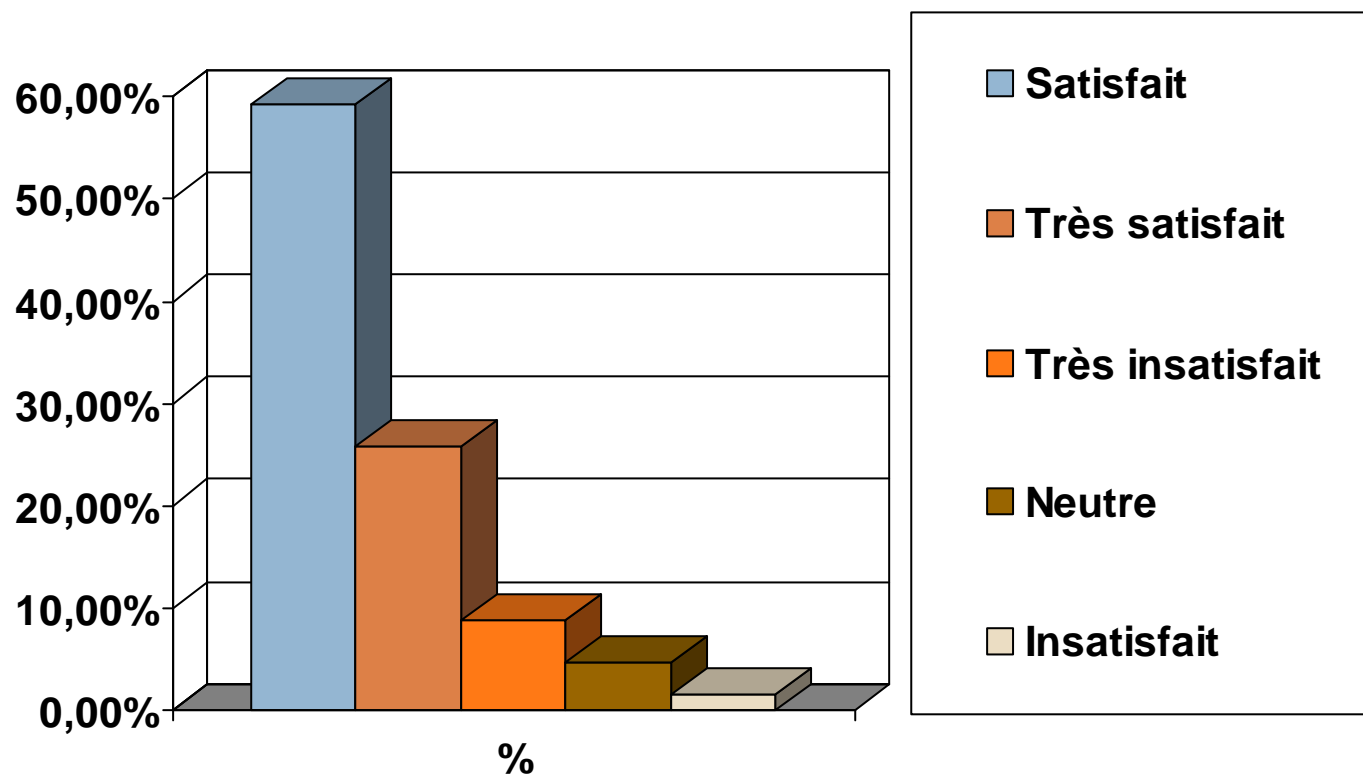
3 - Quel site de recherche ou moteur utilisez-vous comme alternative ?



- Dans l'hypothèse où l'internaute ne trouve pas ce qu'il cherche sur son moteur favori, là encore Google reste le premier choix avec 26,7%, l'écart est cependant moins important vis-à-vis des autres moteurs.

- MSN/Sympatico recueille 20%, Yahoo 16,4% et La Toile du Québec 14,5%. Il reste cependant plus de 15% des répondants qui n'utilisent qu'un seul moteur de recherche. Le type de recherche effectuée aura un grande influence sur le choix du moteur sélectionné. Ainsi, en ce qui a attrait aux recherches locales, l'internaute Québécois aura tendance à se tourner vers des moteurs de recherche de proximité comme La Toile du Québec.

4 - Êtes-vous satisfait des résultats de recherche affichés ?

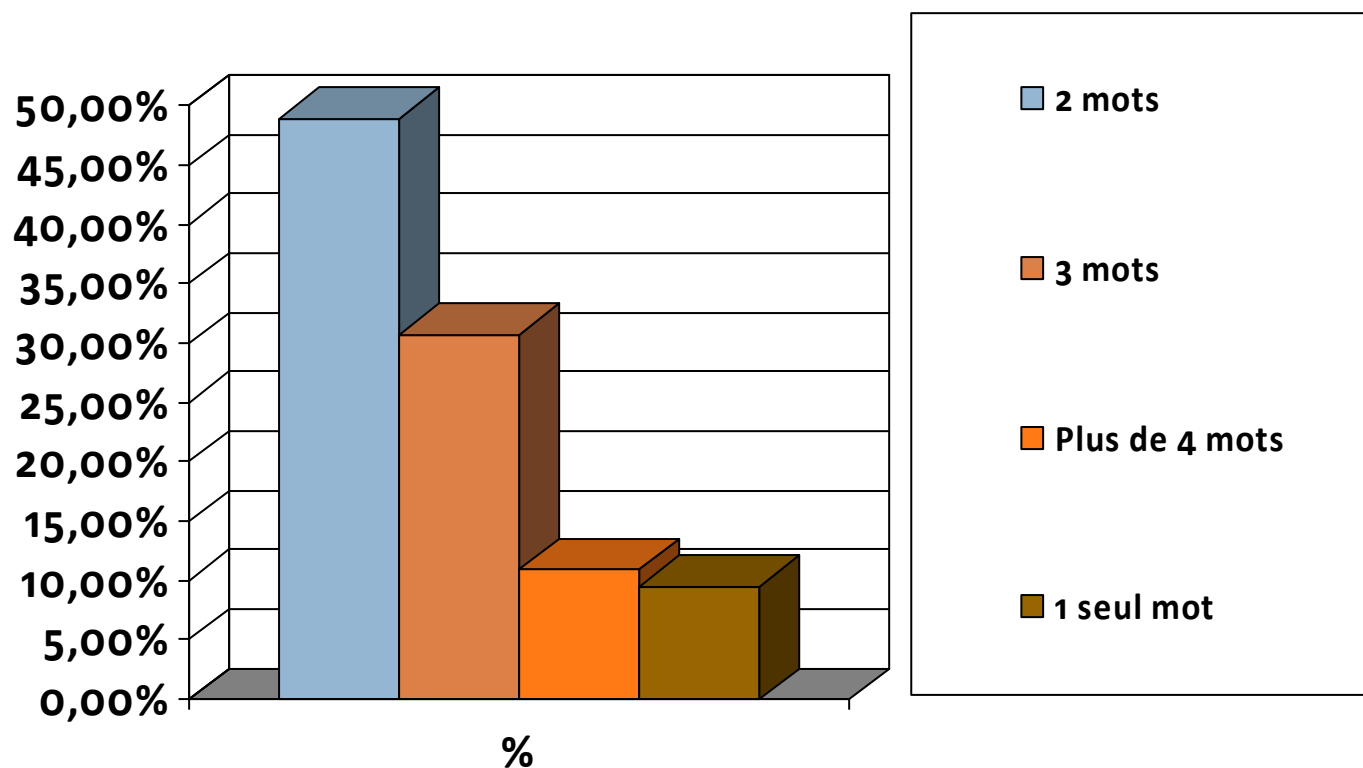


- **Une majorité écrasante de répondants (85%) se disent satisfaits des résultats affichés.** Ils ne sont que 1,6% à être insatisfaits.

- Donnée extrêmement intéressante, **8,8% des répondants sondés se disent très insatisfaits** des résultats de recherche affichés par leurs moteurs.

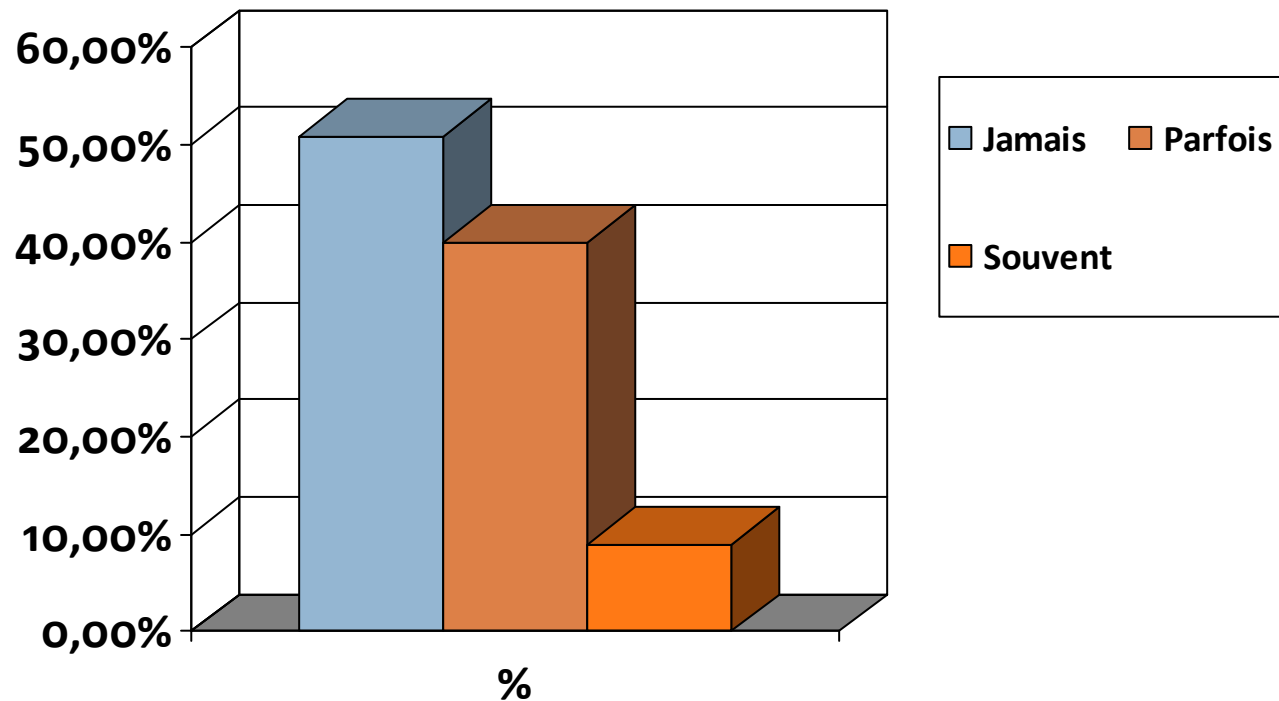
- À quand un nouvel outil de recherche encore plus performant ? Indéniablement, Google à pris une sérieuse avance dans le domaine et fort est à parier que la cohorte des ingénieurs chez Google travail déjà activement à palier à cette demande.

5 - En moyenne combien de mots clés utilisez-vous pour faire vos recherches ?



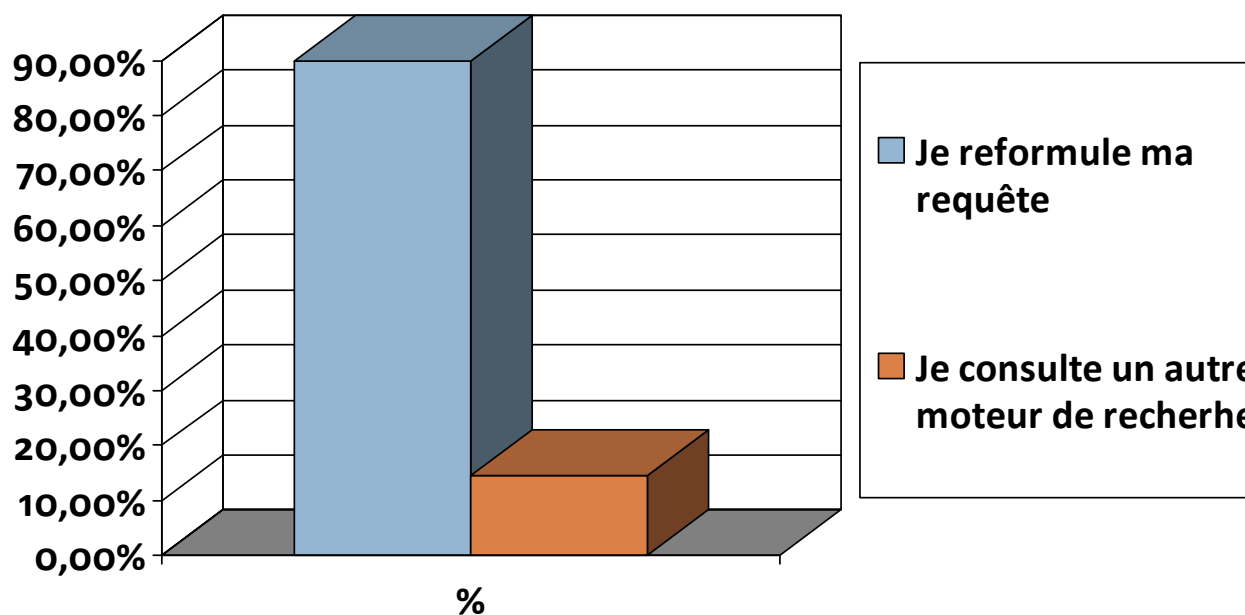
- On note ici que les Québécois démontrent une grande habilité et maturité dans leur utilisation des moteurs de recherche. **Ils sont 48,9% à formuler une requête de 2 mots et près de 31% utilisent 3 mots; ils ne sont que 9,5% à le faire avec simplement un mot et près de 11% le font avec 4 mots.**
- Par comparaison les internautes Français sont 37% à formuler leur requête avec 1 mot, 29,20% 3 mots et près de 22% le font avec 2 mots. On constate d'ailleurs cette différence dans la gestion des campagnes de positionnement ou le mot-clé « *vacance* » par exemple, génère un très grand nombre d'affichages comparativement aux résultats enregistrés au Québec voire au Canada.
- Cela augmente également de manière considérable le travail des professionnels du *Search Marketing*, puisque les combinaisons de mots-clés choisies deviennent de plus en plus importantes, miser sur des requêtes comprenant plusieurs mots-clés à cependant l'avantage de diminuer les coûts par clic (CPC) payés.
- Pour ce qui est du référencement naturel ou organique d'un site, ceux qui proposent encore des forfaits de 4 cents comprenant des combinaisons de 10 mots clés ont probablement du soucis à se faire...

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



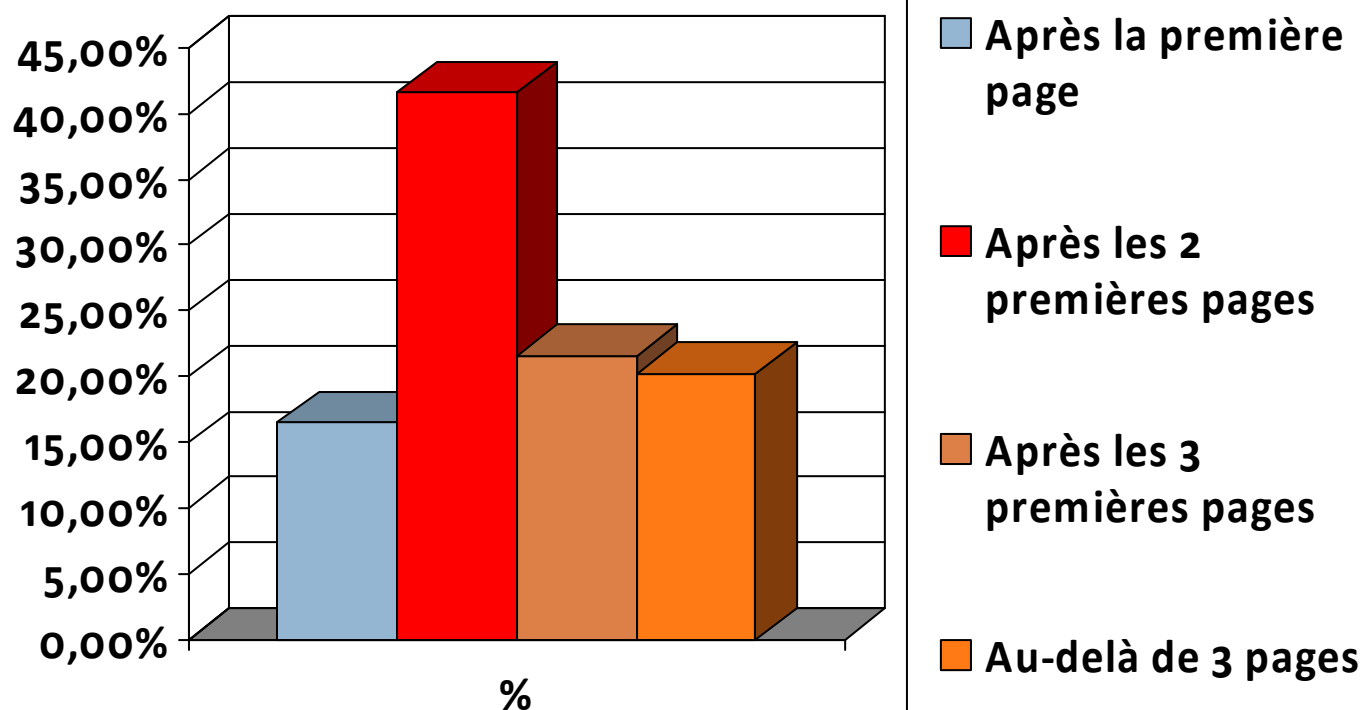
Comme nous l'avons vu précédemment, les Québécois démontrent une certaine aisance voire même maîtrise des outils de recherche, là encore **ils sont plus de 40% à utiliser parfois des fonctions de recherche avancées et 9% d'entre eux le font même souvent.**

7 - 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 89,8% des cas en utilisant le même moteur.** Ils sont toutefois 14,6% à le faire sur un autre moteur.

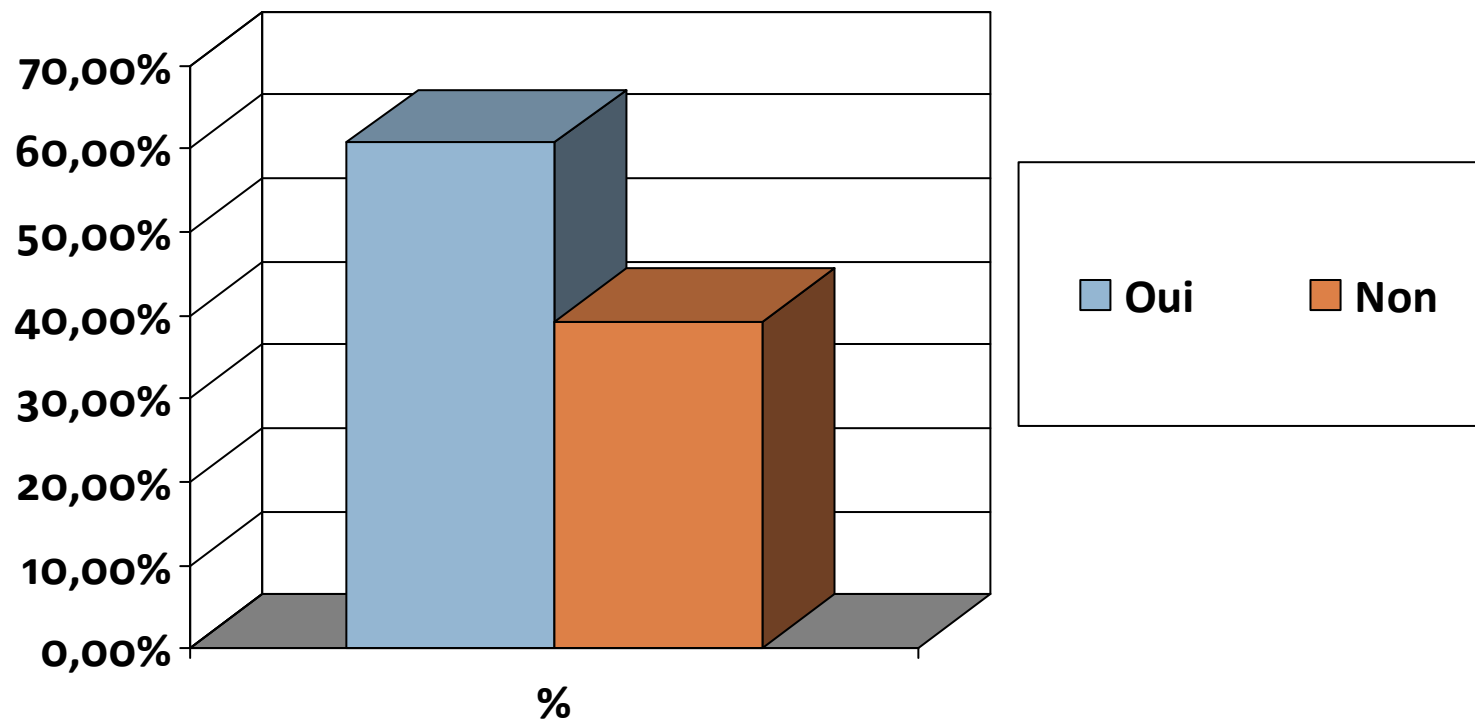
8 - Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, à partir de combien de résultats reformulez-vous votre requête ou passez vous à un autre moteur ?



- D'ici l'importance de bien positionner son site dans les premiers résultats ou du moins les 2 premières pages des résultats des moteurs de recherche. **41,6% des internautes Québécois reformulent une nouvelle requête, après avoir consulté les résultats des 2 premières pages, soit en moyenne 20 résultats. 21,6% le font après la 3e page, 20,2% au-delà de la 3e page.**

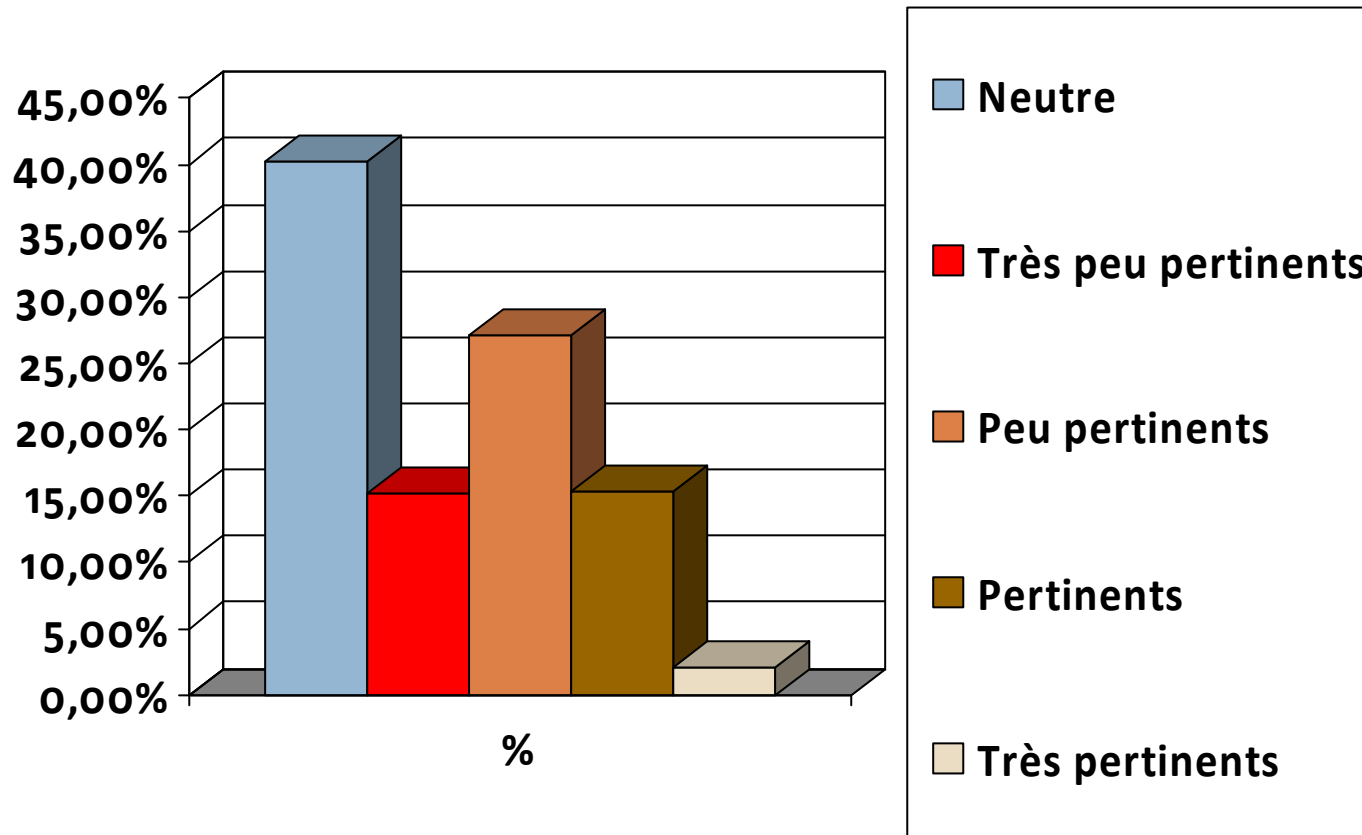
- Là encore les Québécois semblent plus assidus lorsqu'ils font une recherche, puisque seulement 16% d'entre eux reformulent une nouvelle requête après avoir consulté la première page des résultats.

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



- **Une forte proportion des internautes disent remarquer l’affichage des liens sponsorisés (60,7%), il y en a quand même près de 40% qui ne les remarquent pas.**
- Cela est d’autant plus étonnant que les liens commerciaux sur la majorité des moteurs de recherche et particulièrement Google sont clairement indiqués.
- Par comparaison, les internautes Français remarquent ces liens dans une proportion de 72% à 40% en fonction de leur ancienneté à utiliser le Web.

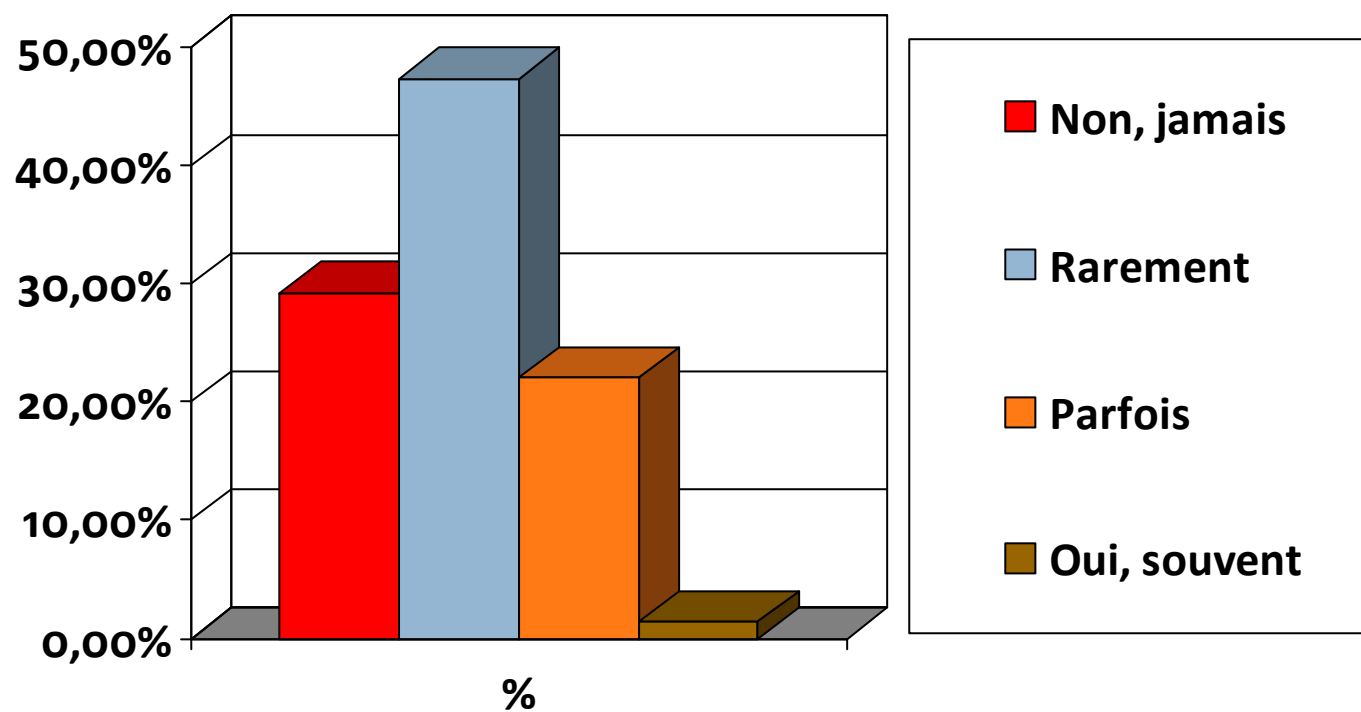
10 - À l'affichage des liens commerciaux, trouvez-vous que les liens proposés soient pertinents avec votre recherche ?



- **40,2% des internautes Québécois sont neutres sur ce point, alors que 17,4% les trouvent pertinents ou très pertinents. Par contre 32,3% les trouvent peu ou très peu pertinents.**

- Apparemment, les règles éditoriales ou le contrôle effectué par les moteurs de recherche mérite d'être resserrés. Par comparaison 25% des internautes Français trouvent les résultats pertinents et/ou facilitent leur recherche.

11 - Cliquez-vous sur les liens commerciaux ?

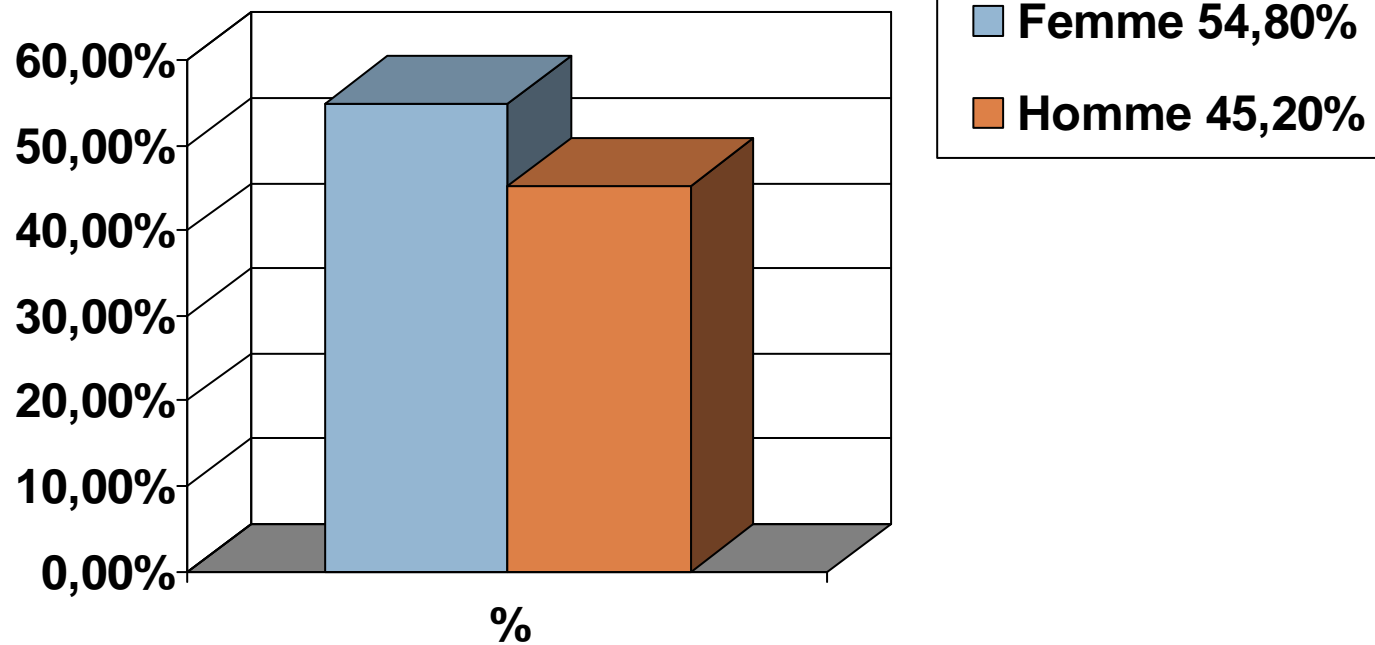


- Les internautes Québécois suivent la tendance mondiale en matière de comportement vis-à-vis des liens commerciaux. **Ils cliquent rarement sur ces liens pour 47,3% alors que 29,2% ne le font jamais. 23,4% disent cliquer sur les liens commerciaux à l'occasion.**
- Par comparaison les internautes 37% des Français disent cliquer souvent sur ces liens alors que 63% le font rarement ou jamais. Cette forme d'affichage est encore apparentée par ce groupe à de la publicité envahissante.

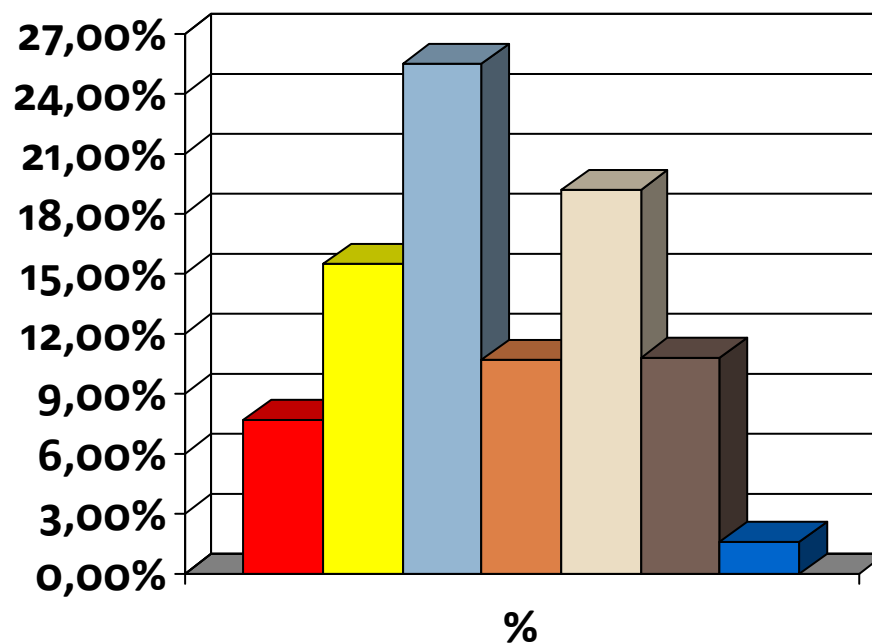
12 - Profil des répondants

- ▣ **Sexe**
- ▣ **Âge**
- ▣ ***Niveau de scolarité***
- ▣ ***Revenu annuel***
- ▣ ***Depuis combien de temps utilisez-vous internet ?***
- ▣ ***À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?***

12a - Quel est votre sexe ?



12b - Quel est votre groupe d'âge ?



■ - de 18 ans 7,7%

■ 18 - 24 ans 15,5%

■ 25 - 34 ans 25,50%

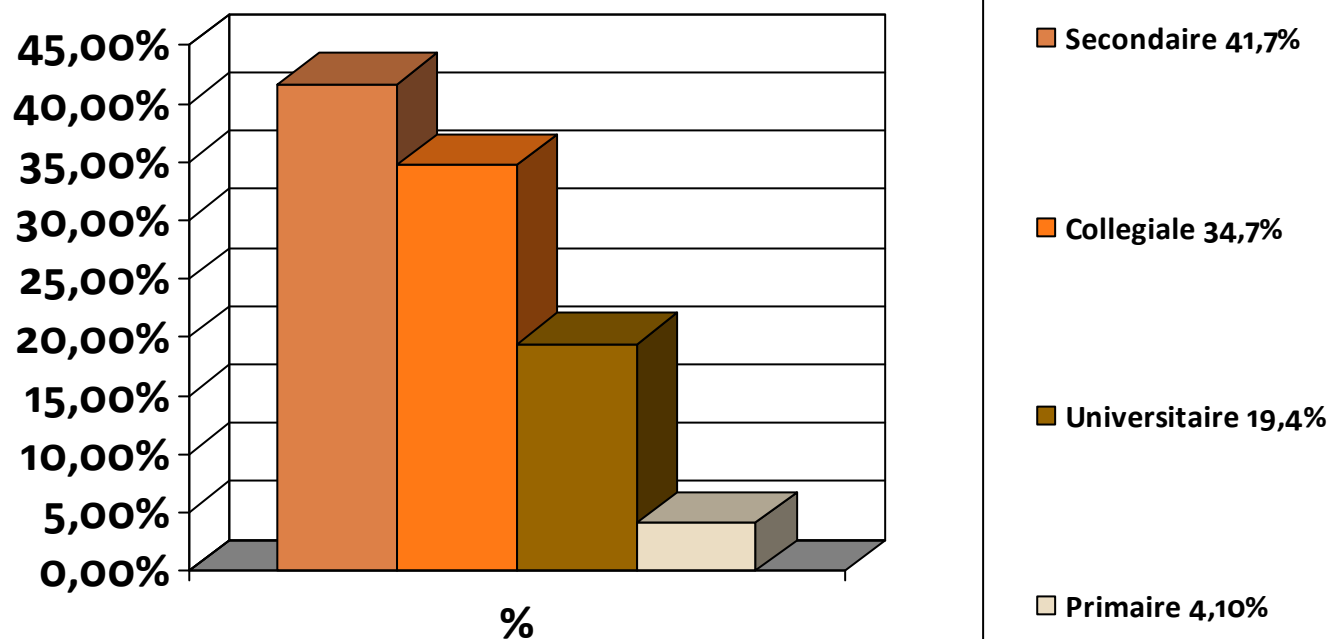
■ 35 - 44 ans 19,70%

■ 45 - 54 ans 19,2%

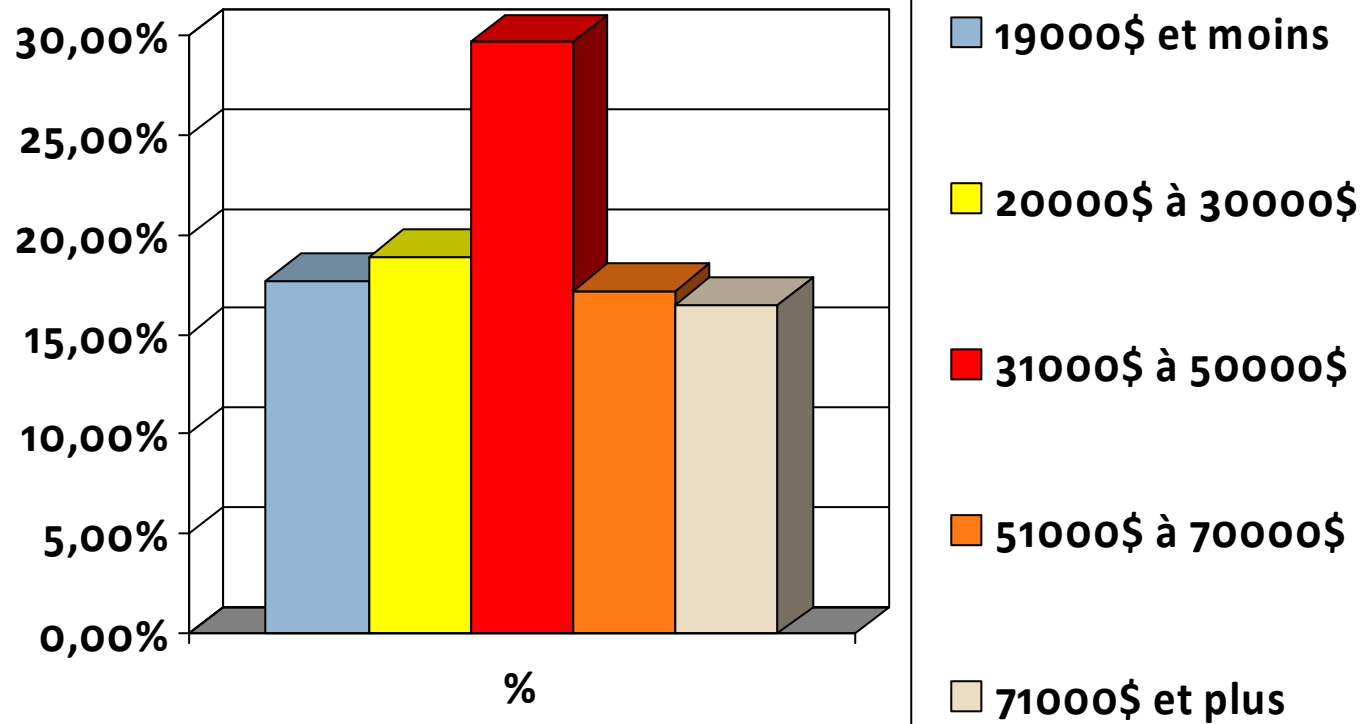
■ 55 - 64 ans 10,8%

■ Plus de 65 ans 1,6%

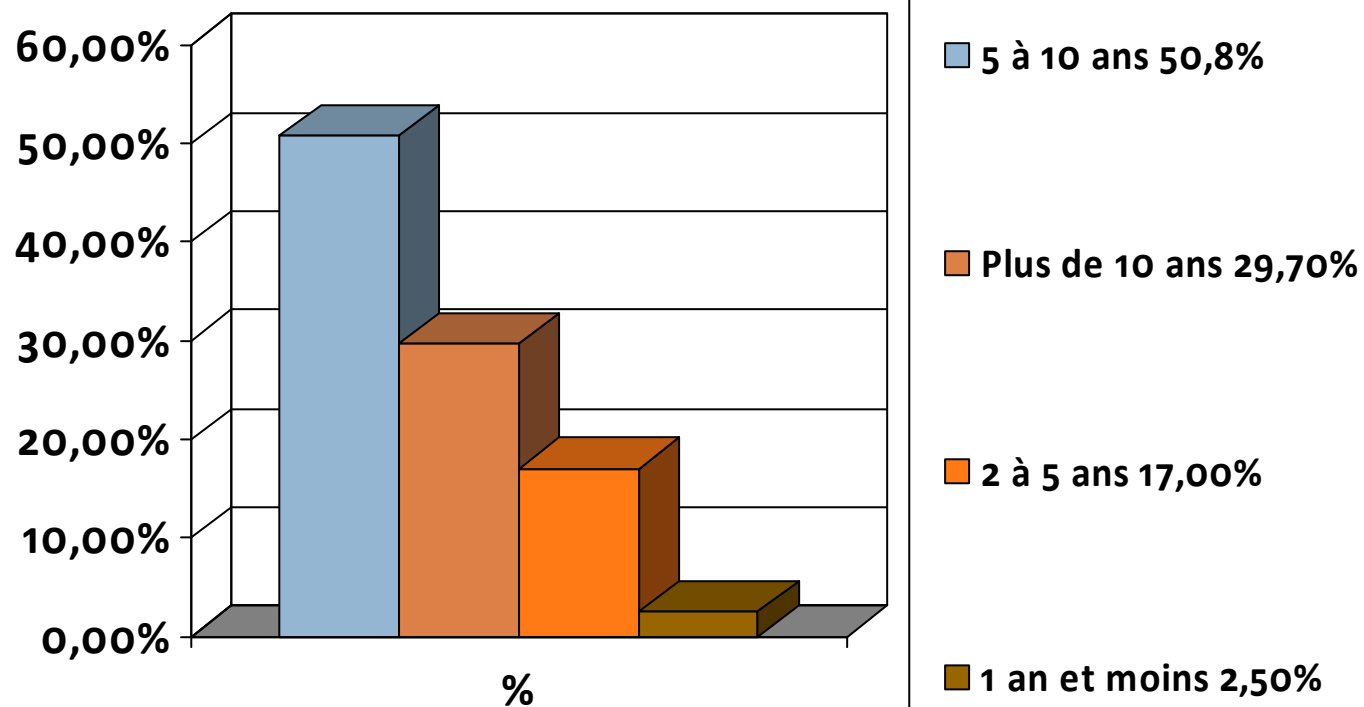
12c - Quel est votre niveau de scolarité ?



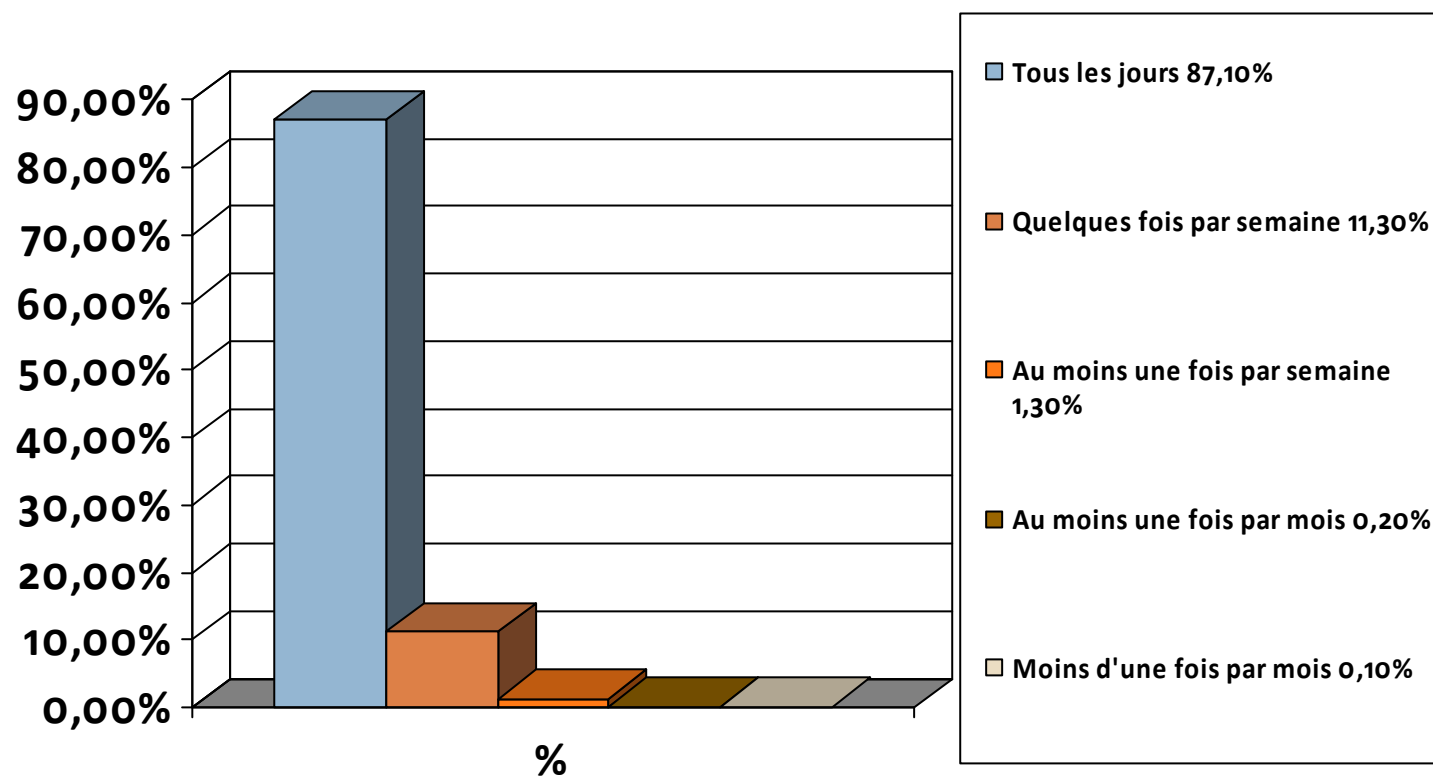
12d - Quel est votre revenu annuel ?



12e - Depuis combien de temps utilisez-vous internet ?



12f - À quelle fréquence utilisez-vous Internet ?



Méthodologie du sondage

- ▣ Ce sondage a été réalisé en ligne.
- ▣ Date du sondage: Mars 2007
- ▣ Échantillon sondé: 1272 répondants
- ▣ Les statistiques concernant les internautes français proviennent de différentes études et sondages réalisés par le Journal du Net.

**Pour de plus amples informations sur cette étude
nous contacter aux coordonnées suivantes:**

Téléphone : 514-787-1769

Email : info@skooiz.com

Site web : www.skooiz.com

Skooiz Montréal

1450 city Councillors, Suite 425

Montréal QC, H3A 2E6

Skooiz.com

Montréal – Paris – New-York – Toronto (Mai 2007)