

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour publication immédiate

Indice du commerce électronique au Québec

LE TIERS DES ACHATS ECHAPPE A L'ECONOMIE CANADIENNE

Montréal, 14 mai 2008 – En mars dernier, **18 %** des adultes québécois ont acheté pour plus de **245 millions de dollars** de produits et services sur Internet, révèle le plus récent Indice du commerce électronique au Québec réalisé par le CEFRIO, l'agence Internet VDL2 et la firme SOM Recherches et Sondages. Ainsi, plus d'un million d'adultes québécois ont dépensé une moyenne de 232 dollars par consommateur. L'Indice révèle également que **1,7 %** des Québécois ont acheté pour 1 000 \$ et plus sur Internet en mars 2008 alors qu'ils étaient 2,4 % à le faire en février dernier.

« Les Québécois qui ont le plus acheté sur Internet en mars dernier sont âgés entre 18 et 34 ans (**29 %** d'entre eux l'ont fait), possèdent un diplôme postsecondaire (**29 %**) ou disposent d'un revenu familial de 75 000 dollars et plus (**36 %**), ajoute Eric Lacroix, directeur de projet, SOM Recherches et Sondages. » Au cours de cette même période, les hommes (**21 %**) ont aussi été plus nombreux que les femmes (**15 %**) à effectuer des achats sur le Web.

En primeur : Où achètent les Québécois ?

Pour la première fois au Québec, l'Indice a mesuré la nationalité des sites sur lesquels les Québécois font des achats. « Par cette mesure, nous pouvons désormais chiffrer combien d'argent échappe chaque mois à l'économie canadienne au profit de détaillants ou de particuliers étrangers, déclare Najoua Kooli, directrice de projet, CEFRIO. Ainsi, l'Indice de mars 2008 nous apprend que **36 %** des achats effectués par les Québécois ont été réalisés sur des sites Web situés à l'extérieur du Canada. Autrement dit : sur les 245 millions de dollars dépensés en ligne par les Québécois en mars dernier, **87 millions de dollars** ont été déboursés à l'étranger. »

« Avec plus d'un tiers de l'argent qui part directement à l'extérieur du pays, ces données confirment que la demande des consommateurs québécois s'avère plus forte que l'offre des entreprises d'ici, affirme Philippe Le Roux, président de l'agence Internet VDL2. Il devient donc urgent pour notre économie que les entreprises québécoises saisissent rapidement les opportunités que leur propose le commerce électronique. »

Une mesure unique

Depuis juin 2007, 1 000 adultes québécois sont sondés mensuellement sur leurs habitudes de consommation en ligne. L'Indice du commerce électronique du Québec mesure ainsi la proportion de Québécois qui réalisent des achats sur Internet et les montants qu'ils y consacrent chaque mois. Depuis quelque temps, l'Indice recueille également des données sur le type d'achats réalisés par les Québécois sur Internet et la nationalité des sites sur lesquels ils les effectuent.

Ces achats se font tant sur des sites marchands que sur des portails favorisant les transactions électroniques entre consommateurs (*eBay*, par exemple). L'Indice considère comme un site web canadien : une entreprise qui a son siège social au pays (Future Shop, Canadian Tire, Renaud-Bray, etc.) et les filiales canadiennes d'entreprises étrangères (*amazon.ca*, *dell.ca*, etc.).

L'Indice du commerce électronique au Québec permet aux dirigeants québécois de prendre des décisions plus éclairées sur leurs stratégies d'affaires et aux économistes de mieux suivre ce phénomène qui est sorti de sa marginalité pour prendre une importance croissante dans notre environnement commercial.

Tout au cours de l'année 2008, les résultats de cet indice seront publiés mensuellement. Ces données seront également présentées sur les sites Web des partenaires : le CEFRIO, l'agence Internet VDL2 et la firme SOM recherches et sondages.

À propos des partenaires

L'agence Internet VDL2 accompagne les entreprises qui cherchent des résultats mesurables. Derrière le succès de VIA Rail, RDS, *Le Devoir*, Boa Franc et de plusieurs autres, son équipe développe des stratégies d'affaires gagnantes, conçoit des campagnes marketing innovatrices et couvre l'ensemble des activités Internet, depuis la conception jusqu'au développement applicatif en passant par le design graphique. Depuis plus de 13 ans, ses clients ont gagné le pari du commerce électronique par le biais d'une hausse de leurs revenus Internet et d'une réduction de leurs coûts d'opération. Cette efficacité repose principalement sur la méthodologie originale de VDL2, centrée sur les résultats.

SOM est une firme spécialisée en recherches et sondages établie à Montréal et à Québec. Sa mission est d'offrir aux entreprises privées et organismes gouvernementaux une garantie de rigueur et d'innovation dans l'exécution des mandats de recherche requis par leur programme de développement. SOM œuvre principalement dans le secteur des études de marché et des études à caractère socioéconomique.

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe près de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 60 chercheurs associés et invités. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme levier de transformation et d'innovation. En partenariat, le CEFRIO réalise partout au Québec des projets de recherche, d'expérimentation et de veille stratégique sur l'appropriation des TI.

- 30 -

Pour suivre l'Indice : www.indice-commerce-electronique.qc.ca

Pour de plus amples informations, communiquez avec :

Liette D'Amours
Directrice des communications, CEFRIO
Téléphone : 514 840-1279
liette.damours@cefrio.qc.ca