Québec
Ministère de la Culture et des Communications

Numéro 4
Juin 2000

RECHERCHE ET STATISTIQUE
SURVOL

Bulletin de la Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique

L'ACHAT DE LIVRES, LE MICRO-ORDINATEUR ET INTERNET SELON L'ÂGE, EN 1999 (Population de 15 ans et plus)

Introduction

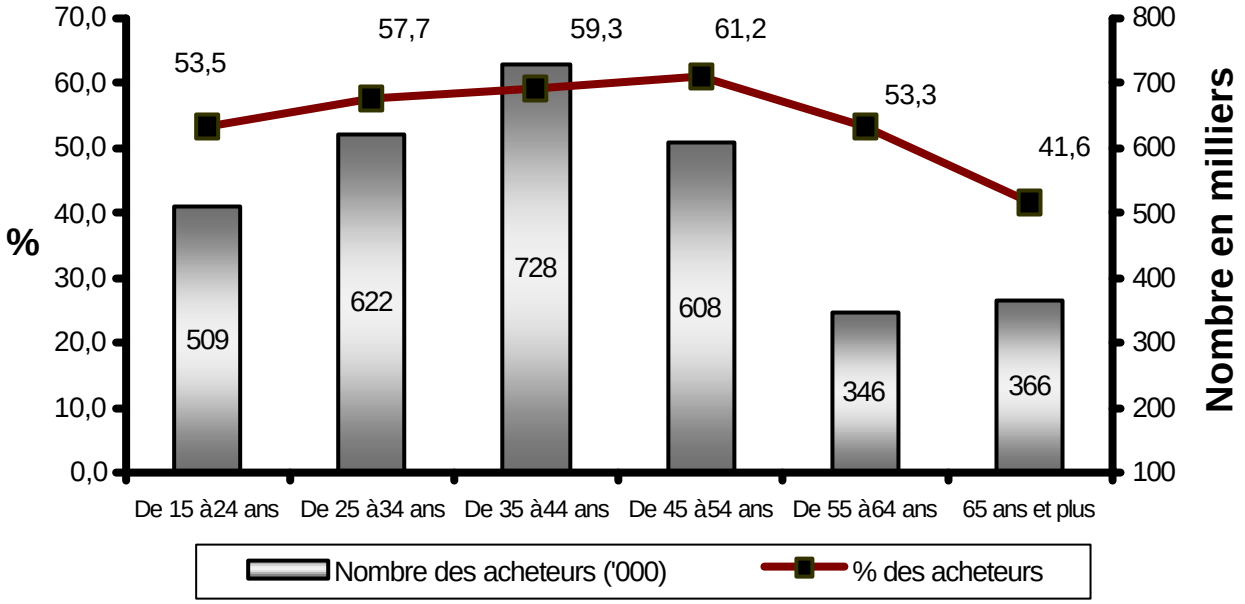
Nous livrons dans ce bulletin quelques données sur l'achat de livres, sur le micro-ordinateur au foyer et sur la navigation dans Internet selon l'âge de la population. Sans établir de véritable analyse des rapports qui existent entre ces éléments, nous verrons toutefois que les personnes d'âge mûr présentent le meilleur marché pour l'achat de livres alors que l'usage d'Internet est plus intensif chez les jeunes. Nous verrons également que les internautes demeurent de gros acheteurs de livres.

Les données de ce Survol proviennent de l' « Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois », effectuée par le ministère de la Culture et des Communications, en 1999. La population sondée est celle de 15 ans et plus. Le nombre total de répondants au sondage est de 6 548 personnes.

Les acheteurs de livres

On estime à 55 % la proportion d'acheteurs de livres (autres que les manuels scolaires) parmi la population adulte du Québec; cela représente environ 3,2 millions d'acheteurs. Signalons au passage que ce nombre d'acheteurs est stable depuis dix ans, malgré l'accroissement démographique. C'est parmi les personnes de 45 à 54 ans que la propension à l'achat de livres est la plus forte, 61,2 %, alors qu'elle est la plus faible chez les aînés, 41,6 %. Chez les jeunes, les 15 à 24 ans, elle est de 53,5 %. En fait, les plus grandes proportions d'acheteurs se situent entre 25 et 55 ans. C'est également dans ces âges que se rencontrent les effectifs les plus importants en termes d'acheteurs, soit 62 % des 3,2 millions d'acheteurs. Le graphique suivant illustre les propensions d'achat selon les groupes d'âge et le nombre d'acheteurs que cela représente.

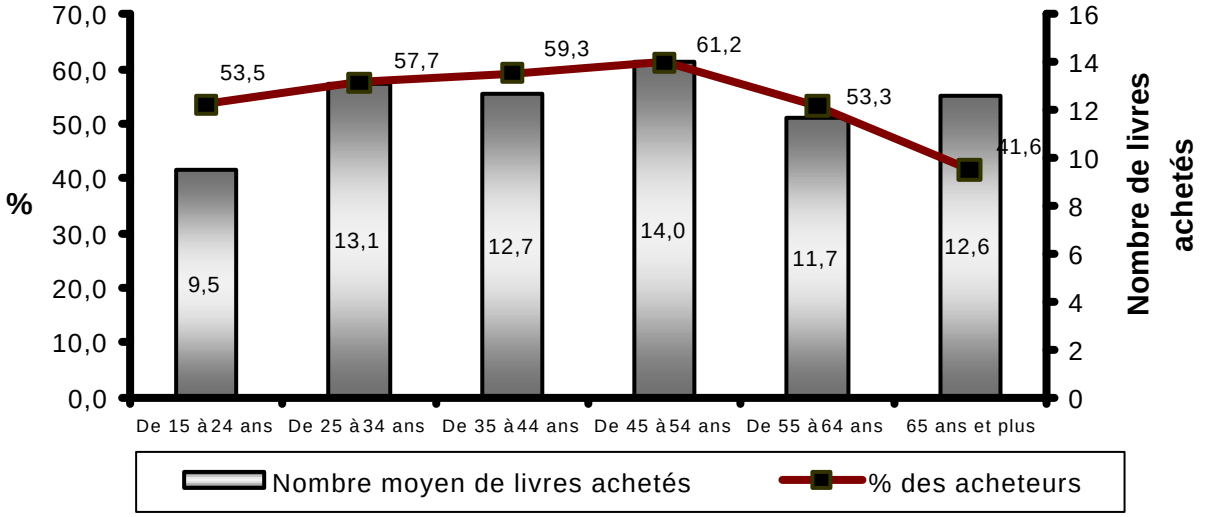
Proportion d'acheteurs de livres et importance numérique des acheteurs selon les groupes d'âge



L'importance des achats de livres

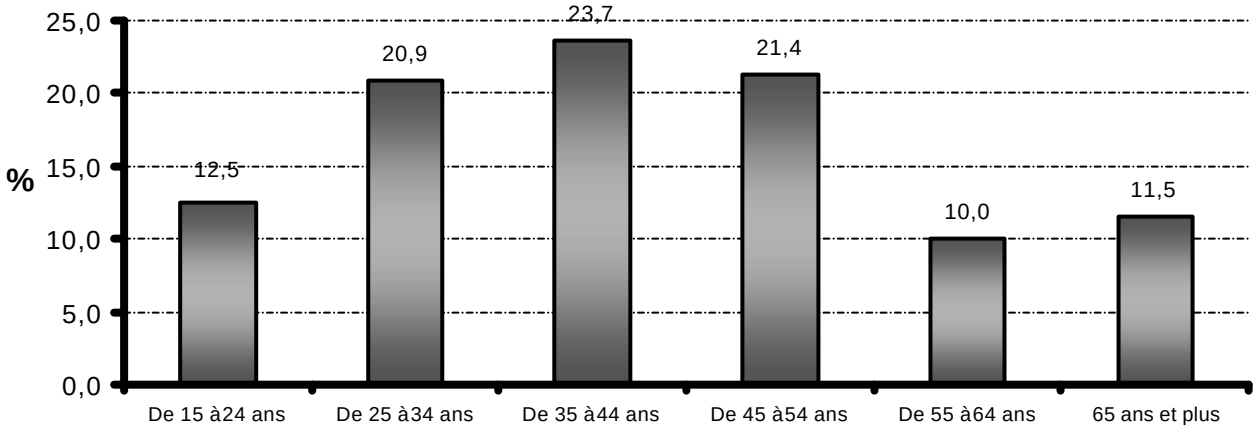
Les acheteurs de livres ont déclaré en avoir acheté 12 environ au cours des 12 mois précédant l'enquête. Le nombre moyen de livres par acheteur varie selon l'âge; c'est parmi les personnes de 45 à54 ans que le nombre de livres achetés au cours de l'année est le plus grand (14 livres). Il y a assez peu de variations dans le nombre moyen de livres achetés au cours de l'année par les acheteurs, àl'exception des jeunes de 15 à24 ans qui en achètent moins (9,5 en moyenne) que les autres.

Proportion d'acheteurs de livres et nombre moyen de livres achetés par les acheteurs, selon les groupes d'âge



Mais, compte tenu de la propension à acheter des livres, de l'importance des achats faits par les acheteurs et du poids démographique des différents groupes d'âge, ce sont les personnes de 35 à 44 ans qui présentent le meilleur potentiel pour le commerce du livre. En effet, près du quart des achats de livres (23,7 %) ont été effectués par des personnes âgées de 35 à 44 ans. Ensuite, les groupes les plus importants en termes de volume d'achat sont les 45 à 54 ans et les 25 à 34 ans. Les personnes âgées de 65 ans et plus, malgré les achats assez importants de leurs acheteurs (12,6 livres), occupent un peu plus de 10 % du marché. Il en est de même des 55 à 64 ans. Les jeunes de 15 à 24 ans représentent 12,5 % du marché, soit une part à peu près égale à celle des personnes de 55 ans et plus. Le graphique suivant répartit le volume des achats de livres entre les différents groupes d'âge.

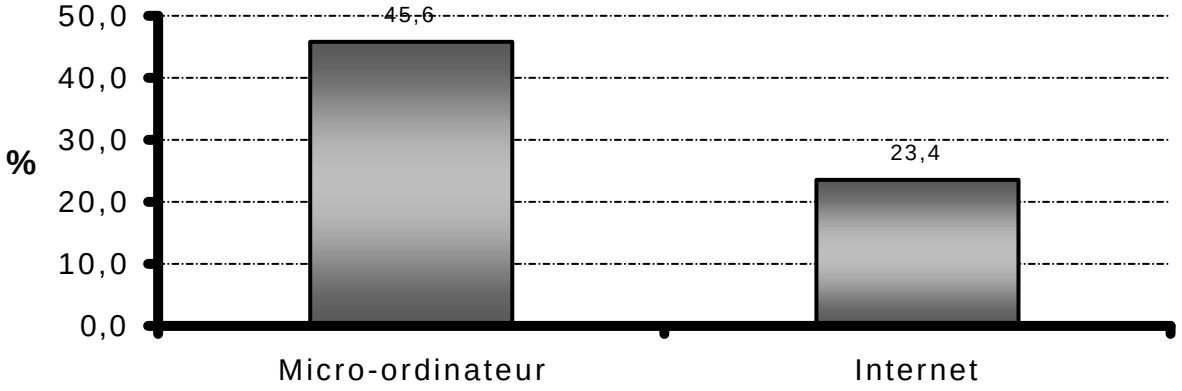
Répartition du volume des achats de livres selon les groupes d'âge



Le micro-ordinateur, Internet et les groupes d'âge

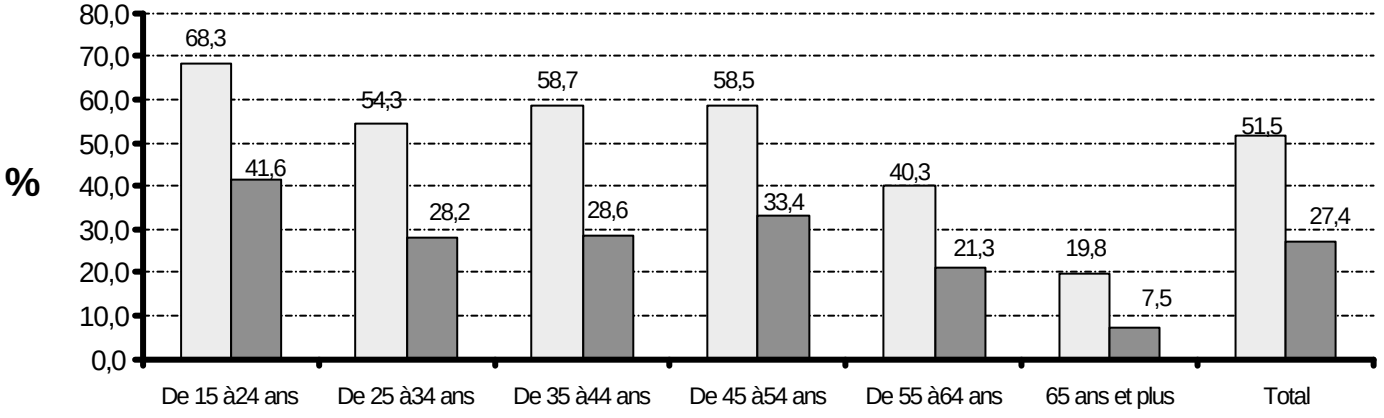
Un peu moins de la moitié des ménages québécois, 45,6 %, sont équipés d'un micro-ordinateur et la moitié de ceux-ci sont abonnés à Internet. Au total, c'est un peu moins du quart des ménages qui ont accès à Internet. Signalons que les foyers équipés de micro-ordinateurs et abonnés à Internet sont également ceux qui adoptent plus aisément les autres technologiques audiovisuelles, le câble, le magnétoscope, le lecteur DC et le lecteur DVD.

Ménages québécois possédant un micro-ordinateur et abonnés à Internet, 1999



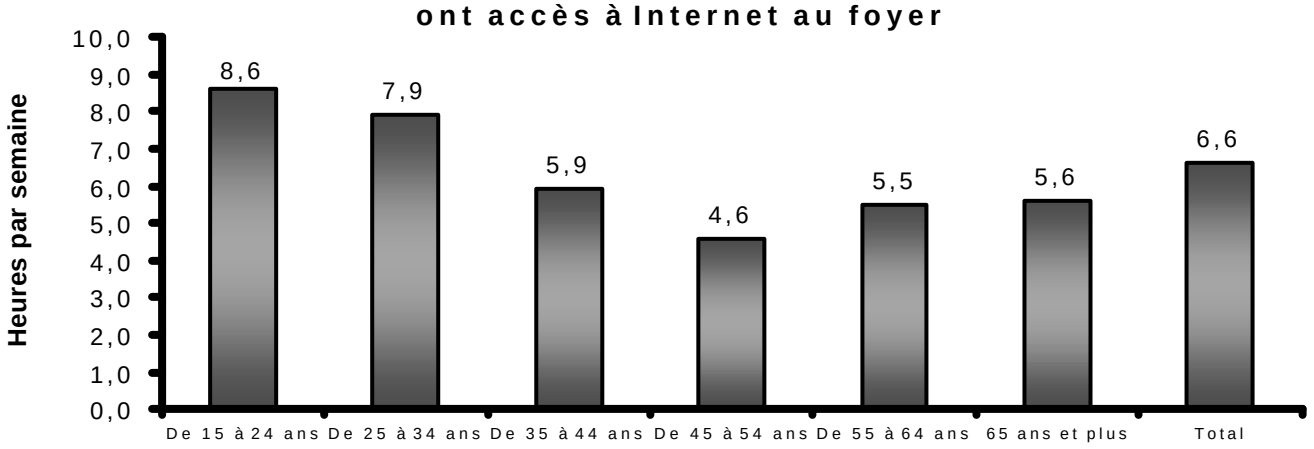
L'accès à un micro-ordinateur au domicile et celui à Internet sont fort inégaux entre les groupes d'âge, tout comme celui des autres équipements qui viennent d'être mentionnés. Les jeunes adoptent plus facilement ces nouvelles technologies. Les deux tiers des jeunes de 15 à 24 ans ont un micro-ordinateur dans leur foyer en comparaison d'une personne sur cinq chez les 65 ans et plus. De même, Internet est beaucoup plus accessible aux jeunes qu'aux personnes âgées. En effet, plus de 40 % des 15 à 24 ans vivent dans un foyer abonné à Internet alors que c'est le cas pour moins de 10 % des 65 ans et plus. On observe, par ailleurs, que l'abonnement à Internet est plus fréquent dans le groupe des 45 à 54 ans que dans les groupes adjacents. La présence d'adolescents dans ces ménages peut en être l'explication. Bien des parents ont acheté un micro-ordinateur et se sont abonnés à Internet pour les besoins de leurs jeunes. Les ménages équipés d'un micro-ordinateur et abonnés à Internet comptent un plus grand nombre de personnes que les autres. C'est ce qui explique pourquoi les pourcentages totaux sont plus élevés lorsque le calcul est effectué sur la base de la population plutôt que sur la base des ménages, pourquoi 27,4 % de la population a accès à Internet au foyer alors que 23,4 % des ménages y sont abonnés.

Population ayant accès à un micro-ordinateur et à Internet au domicile, 1999



Le temps de navigation est de 6 heures et demie par semaine, en moyenne, chez ceux qui ont Internet. Il est près de neuf heures chez les jeunes de 15 à 24 ans, il diminue par la suite jusqu'à 55 ans, puis augmente à nouveau chez les plus âgés, sans atteindre toutefois le temps record que lui consacrent les plus jeunes.

Heures consacrées à Internet par semaine, chez ceux qui ont accès à Internet au foyer



L'achat de livres et la navigation sur Internet

Les questions posées lors du sondage ne permettent pas de mesurer les comportements d'achat de livres directement par Internet. On peut, par ailleurs, dégager le comportement d'achat de livres par les personnes selon qu'elles naviguent ou non dans Internet. Les personnes qui naviguent dans Internet et qui achètent des livres sont en partie les mêmes, ce qui explique pourquoi ces personnes achètent plus de livres que les autres. Le nombre moyen de livres achetés au cours de l'année par l'ensemble de la population est de 7 livres mais les surfeurs, eux, en ont acheté 10. Ce comportement se vérifie dans tous les groupes d'âge. Les écarts sont moins accentués chez les jeunes de 15 à24 ans qui achètent en général un moins grand nombre de livres.

Nombre de livres achetés en moyenne au cours de l'année, selon que l'on navigue ou non dans Internet, par groupes d'âge, 1999

Groupes d'âge	Naviguent	Ne naviguent pas
De 15 à24 ans	6,0	4,5
De 25 à34 ans	12,8	5,7
De 35 à44 ans	11,2	6,4
De 45 à54 ans	12,3	7,2
De 55 à64 ans	12,0	4,9
65 ans et plus	12,0	4,7
Total	**10,4**	**5,7**

Cette publication est une réalisation
de la Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique du ministère de la Culture et des Communications

225, Grande Allée Est, Bloc C, 2e étage
Québec (Québec) G1R 5G5
Téléphone : (418) 643-7882
Télécopieur : (418 643-4080
micheline.collin@mcc.gouv.qc.ca

Rédaction : Rosaire Garon

Édition du document : Micheline Collin

Juin 2000

Dépôt légal – 2000
Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 1488-2949