

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**INTERNET S'IMPLANTE DE PLUS EN PLUS DANS LA VIE QUOTIDIENNE
DES CANADIENS : SONDAJE****Le commerce électronique augmente alors que le pourcentage d'internautes
canadiens demeure constant**

TORONTO, le 16 août 2005 – La proportion de foyers canadiens en ligne s'est stabilisée, selon l'étude de suivi de TNS Canadian Facts sur l'utilisation d'Internet au Canada. Le pourcentage de foyers canadiens en ligne aujourd'hui (73 %) est presque le même qu'il y a deux ans (72 % en 2003). Cependant, le commerce électronique est en hausse, avec 34 % d'internautes canadiens qui ont acheté quelque chose au cours de la dernière année, comparativement à 29 % en 2004.

«Bien qu'Internet fasse de plus en plus partie du quotidien de la plupart des gens, un petit nombre de Canadiens ne l'utilisent toujours pas», affirme Richard Jenkins, directeur des sondages d'opinion publique chez TNS Canadian Facts. «C'est la même tendance qu'on observe partout lorsqu'il s'agit d'adopter de nouvelles technologies. Certaines personnes résistent au changement, d'autres n'ont pas les moyens de se les payer et d'autres n'en voient tout simplement pas l'utilité.»

Bien que le nombre d'internautes canadiens ait plafonné, on observe des changements significatifs dans la façon dont les foyers ont accès à Internet. Le plus notable se situe au niveau de la forte diminution du nombre de foyers qui utilisent une connexion par ligne téléphonique commutée, suite à l'introduction, il y a quelques années, de l'accès à large bande. En 2001, environ la moitié de tous les foyers avaient accès à Internet par ligne commutée comparativement à un sur trois maintenant (30 %). La proportion de foyers avec une ligne d'accès numérique a augmenté au cours des deux dernières années et se rapproche sensiblement de la part qu'occupe l'accès par câble.

Cependant, l'accès à ligne commutée retient une part considérable du marché d'accès à Internet à cause du «facteur rural». Dans les collectivités de moins de 10 000 personnes, la moitié (53 %) des foyers utilisent un accès par ligne commutée comparativement à seulement 22 % dans les collectivités de plus de 10 000 personnes.

La façon dont les Canadiens accèdent à Internet influence fortement leurs activités en ligne. Pour ceux qui ont un accès haute vitesse (câble ou accès numérique), Internet risque de jouer un plus grand rôle dans leur vie de tous les jours.

Ceux qui ont accès à Internet par câble ou par ligne d'accès numérique sont plus susceptibles que ceux qui ont un accès par ligne commutée d'acheter en ligne et d'utiliser Internet pour faire des recherches en ligne sur un produit ou service avant de l'acheter dans un magasin.

Ceux qui ont accès à Internet par câble ou par ligne d'accès numérique sont aussi plus susceptibles que ceux qui ont un accès par ligne commutée d'écouter des émissions audio en ligne, de télécharger de la musique, de lire les nouvelles en ligne et de se chercher un emploi en ligne.

La satisfaction à l'égard de l'accès Internet est excellente, bien que le prix soit souvent une source d'insatisfaction (42 % sont insatisfaits du prix qu'ils paient). Ceux qui ont un accès à large bande et une ligne d'accès numérique sont plus satisfaits dans l'ensemble que ceux qui ont un accès par ligne commutée, mais plus insatisfaits relativement au prix. Ceux qui utilisent la haute vitesse troquent le coût contre la vitesse parce qu'ils utilisent Internet plus souvent, parce qu'Internet est essentiel pour eux, et l'un des meilleurs moyens de communiquer avec le reste du monde. Pour bon nombre de ces personnes, les applications haute vitesse sont une nécessité.

«Notre étude démontre qu'au Canada, le monde de l'Internet se raffine autant en termes de types d'accès offerts par les fournisseurs qu'en termes d'attentes de la part des utilisateurs», ajoute Richard Jenkins. «La pénétration d'Internet dans les foyers et l'adoption des technologies haute vitesse continueront d'augmenter selon les nouvelles applications qui s'implanteront dans la vie quotidienne des Canadiens.»

Internet Haute vitesse et les Technologies sans fil font partie de la série d'études State-of-the-Net de TNS Canadian Facts. Pour la présente étude, un sondage a été effectué à l'aide du service national d'omnibus hebdomadaire sur Internet, le TNS Express Online. Des invitations par courriel ont été envoyées à 2 800 membres du panel interactif de TNS Canadian Facts, panel qui comprend plus de 80 000 internautes canadiens qui ont accepté de répondre à des sondages. En tout, 1 153 entrevues interactives ont été effectuées entre le 31 mars et le 5 avril 2005, ce qui représente un

taux de réponse de 41 %. Les résultats du sondage sont représentatifs de la population adulte canadienne à l'échelle nationale et sont considérés exacts à 2,9 points près, 19 fois sur 20.

TNS Canadian Facts (www.tns-cf.com) est l'une des organisations les plus prestigieuses au Canada, offrant des services complets d'études de marché, de sondages d'opinion et de recherches sociales.

Au sujet de TNS

TNS est un groupe d'information marketing. Nous sommes la plus grosse firme de recherche sur mesure au monde et l'un des principaux fournisseurs d'enquêtes sociales et politiques. Nous sommes également un fournisseur majeur de panels de consommateurs, de mesures d'audience et de services de renseignements des médias.

TNS exploite un réseau international qui s'étend à 70 pays et emploie plus de 13 000 personnes. Nous offrons des études et évaluations de marché, des conseils et des points de vue aux organisations locales et multinationales.

Nous combinons nos connaissances des secteurs spécialisés avec notre expertise dans les domaines du développement de nouveaux produits, de la recherche motivationnelle, de la recherche sur les marques et la publicité et la gestion des intervenants, fournissant ainsi à nos clients des renseignements à jour, applicables à l'échelle internationale.

Nous avons une vision différente qui aide nos clients à se bâtir un avantage concurrentiel, faisant de TNS le sixième sens des affaires (www.tns-global.com).

###

Contacts médias :

Richard W. Jenkins

Directeur des sondages d'opinion publique

Tél.: (613) 230-4799

Courriel : Richard.Jenkins@tns-cf.com

Web : www.tns-global.com

David Stark

Directeur des affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751, poste 238

Courriel : David.Stark@tns-cf.com

Web : www.tns-global.com