

INSTITUT
DE LA STATISTIQUE
DU QUÉBEC

www.stat.gouv.qc.ca

SCIENCE, TECHNOLOGIE ET INNOVATION

Cadre conceptuel du tableau de bord
des indicateurs d'accès à Internet
et de son utilisation dans les ménages
et les entreprises



Québec 

Pour tout renseignement concernant l'ISQ et les données statistiques dont il dispose, s'adresser à :

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec)
G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2411

ou

Téléphone : 1 800 463-4090
(sans frais d'appel au Canada et aux États-Unis)

Site Web : www.stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
1^{er} trimestre 2013
ISBN 978-2-550-66784-1 (PDF)

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2013

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.

www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm.

Janvier 2013

Cette publication a été réalisée par : Marianne Bernier, économiste
Service des statistiques de la science, de la technologie et de l'innovation
Direction des statistiques économiques et du développement durable

Direction des statistiques économiques
et du développement durable : Pierre Cauchon, directeur

Ont collaboré à la réalisation : Christine Lessard, agente de recherche
Lévi Pagé, économiste
Brigitte Poussart, économiste
Geneviève Renaud, économiste
Service des statistiques de la science, de la technologie et de l'innovation
Direction des statistiques économiques et du développement durable

Danielle Laplante, responsable de l'édition
Esther Frève, réviseure linguistique
Marie-Eve Cantin, technicienne en arts appliqués et graphiques
Direction des communications

Remerciements particuliers : Christine Lessard, agente de recherche
Service des statistiques de la science, de la technologie et de l'innovation
Direction des statistiques économiques et du développement durable

Pour tout renseignement concernant le
contenu de cette publication, s'adresser à : Marianne Bernier, économiste
Service des statistiques de la science, de la technologie et de l'innovation
Direction des statistiques économiques et du développement durable

Institut de la Statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2411, poste 3217
Courriel : marianne.bernier@stat.gouv.qc.ca

Table des matières

Mise en contexte	5
Liste des indicateurs	6
Exemple de fiche	7
Tableau de bord	8
Tableau résumé	39
Annexe 1	40
Annexe 2	53
Annexe 3	62
Références	83

Mise en contexte

Dans le cadre de travaux visant à mesurer l'accès des ménages à Internet et l'intégration d'Internet aux processus d'affaires par les entreprises, l'Institut de la Statistique du Québec a élaboré un cadre conceptuel d'un tableau de bord d'indicateurs de suivi pour le Québec. Le présent cadre conceptuel regroupe 30 indicateurs. Pour la plupart, ils font l'objet d'un consensus au sein des organismes statistiques internationaux (Eurostat, l'OCDE et le Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement¹) qui collectent des données sur l'adoption des TIC au sein des ménages et des entreprises. L'*Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet* et l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires* que produit l'ISQ constituent les principales sources de données au tableau de bord².

Les TIC ont fortement évolué depuis la création, à Paris en 1865, de l'Union télégraphique internationale³ par les 20 États européens signataires de la première convention régissant l'interconnexion télégraphique internationale. De la radio à Internet en passant par la télévision, les TIC occupent une place grandissante dans la vie de tous les jours. En marche depuis 20 ans, la révolution d'Internet a touché tout autant les ménages que les entreprises. Elle a même entraîné l'étude de nouveaux champs de recherche. La mesure de l'accès et l'utilisation des TIC, de la valeur du commerce électronique ainsi que de l'impact des TIC sur l'économie et sur la société est devenue un enjeu mondial du point de vue de la statistique comparative.

C'est en 1998 qu'Ottawa accueillait la première conférence ministérielle de l'OCDE sur le commerce électronique, organisée par l'OCDE qui allait mettre en place, l'année suivante, le groupe de travail sur les indicateurs de la société de l'information (GTISI). On doit à ce groupe de travail les premiers standards statistiques et méthodologies d'enquête relativement aux TIC. En 2003 a lieu à Genève la première phase⁴ du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI), tenue sous l'égide des Nations unies et dont l'un des enjeux est la mesure des TIC au service du développement. C'est à la suite de cette première phase du sommet qu'est créé, en 2004, le Partenariat sur

la mesure des TIC qui rassemble plusieurs organismes internationaux⁵. Depuis sa création, le Partenariat sur la mesure des TIC a régulièrement publié des manuels sur la production et la diffusion statistique. En 2008, une conférence ministérielle de l'OCDE a eu lieu à Séoul. Il s'en suit la *Déclaration de Séoul* sur le futur de l'économie Internet dans laquelle les pays membres s'engagent à « promouvoir l'économie Internet et stimuler une croissance économique et une prospérité durables par des environnements politiques et réglementaires qui favorisent l'innovation, l'investissement et la concurrence dans le secteur des technologies de l'information et des communications (TIC)⁶ ». Plusieurs ouvrages de référence sur la mesure des TIC, sur lesquelles s'appuie le présent cadre conceptuel du tableau de bord de suivi de la Stratégie, sont issus de ces initiatives, notamment les *Indicateurs fondamentaux de TIC* (Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement, 2010), le *Guide to Measuring the Information Society* (OCDE, 2011) et le *Methodological Manual for statistics on the Information Society* (Eurostat, 2011).

Le cadre conceptuel du tableau de bord s'appuie également sur l'examen de plusieurs stratégies numériques ainsi que sur les indicateurs sur les TIC adoptés par les pays ou regroupements internationaux ayant mis en œuvre ces stratégies⁷. Des éléments communs ressortent de ces stratégies numériques tels que l'accès universel à la large bande, l'établissement d'objectifs quantitatifs en matière de débit de la bande passante, ainsi que la reconnaissance d'un besoin en matière d'acquisition de connaissances numériques⁸. Le document comprend un tableau récapitulatif des indicateurs comparables à ceux retenus dans le cadre conceptuel du tableau de bord.

1. Voir annexe 1 pour la liste des indicateurs prescrits par ces organismes.
2. Voir annexe 2 pour un inventaire des sources de données disponibles au Québec.
3. Devenue en 1947 l'Union internationale des télécommunications (UIT), elle est l'institution spécialisée des Nations unies pour les TIC.
4. La deuxième phase a eu lieu à Tunis en 2005.

5. Ses membres actuels sont Eurostat, l'Union internationale des télécommunications (UIT), l'Organisation pour la coopération et le développement économiques (OCDE), la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED), le Département des Nations unies pour les affaires économiques et sociales (DNUAES), l'Organisation des Nations unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO), l'Institut Statistique de l'Unesco (UIS), la Banque mondiale, et quatre Commissions régionales des Nations Unies (La Commission économique pour l'Afrique, la Commission économique pour l'Amérique Latine et les Caraïbes, la Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique, et la Commission économique et sociale pour l'Asie occidentale).
6. OCDE (2008). *Déclaration de Séoul sur le futur de l'économie Internet*, Paris : Organisation de coopération et de développement économiques, p.5.
7. Voir l'annexe 3 pour une revue des expériences à l'international.
8. Comité sénatorial permanent des transports et des communications (2010), *Plan pour un Canada numérique*, Canada, p.14.

Liste des indicateurs

Ménages

M1	Utilisation de l'ordinateur dans les ménages	10
M2	Ménages ayant accès à Internet	11
M3	Ménages ayant accès à Internet haute vitesse	12
M4	Type de connexion à Internet des ménages	13
M5	Équipement d'accès des ménages	14
M6	Raisons du non-branchement des ménages à Internet	15
M7	Dépenses mensuelles pour le service Internet	16

Entreprises

E1	Entreprises ayant accès à Internet	17
E2	Entreprises ayant accès à Internet haute vitesse	18
E3	Entreprises ayant accès à Internet très haute vitesse	19
E4	Type de connexion à Internet des entreprises	20
E5	Entreprises ayant accès à Internet via une connexion mobile	21
E6	Raisons pour lesquelles les entreprises n'utilisent pas une connexion Internet plus rapide	22
E7	Raisons du non-branchement des entreprises à Internet	23
E8	Utilisation d'Internet par les employés	24
E9	Utilisation de diverses TIC par les entreprises	25

E10	Présence des entreprises sur le Web	26
E11	Utilisation des médias sociaux par les entreprises	27
E12	Partage électronique d'information permettant un traitement automatisé avec l'externe	28
E13	Partage automatique d'information sur les commandes avec l'interne	29
E14	Entreprises effectuant de la vente en ligne	30
E15	Part du chiffre d'affaires provenant de la vente en ligne des entreprises	31
E16	Entreprises effectuant des achats en ligne	32
E17	Répartition des entreprises selon l'importance de leurs achats en ligne	33
E18	Entreprises ayant acquis ou développé des TIC	34
E19	Ressources utilisées pour le développement et la gestion des TIC	35
E20	Formation pour améliorer les compétences TIC des employés	36

Prix

P1	Indice des prix des ordinateurs	37
P2	Indice des prix des périphériques d'ordinateurs	38
P3	Indice des prix des logiciels commerciaux	39

Exemple de fiche

NOM DE L'INDICATEUR

Description

Explication de l'indicateur et la façon dont il est mesuré. On y trouve aussi des définitions sur les concepts importants.

Précaution

Précautions à l'égard de la compréhension de l'indicateur (questions techniques)

Source de données

Provenance de l'indicateur (nom de l'enquête)

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Indicateurs semblables prescrits par les organismes internationaux. Par semblables, on entend des indicateurs qui se ressemblent, mais qui ne sont pas nécessairement comparables aux indicateurs proposés dans le présent cadre conceptuel, soit pour des raisons méthodologiques ou de disponibilité.

Tableau ou figure

Données les plus récentes

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Variante sur la présentation de l'indicateur, par exemple en utilisant un autre dénominateur ou en ventilant les données.

Tableau de bord

M1. Utilisation de l'ordinateur dans les ménages

Description

Cet indicateur donne le taux d'informatisation des ménages. C'est la part des ménages disposant d'un ordinateur sur l'ensemble des ménages. Selon la définition de Statistique Canada, un ordinateur est un ordinateur de bureau ou portable. Ceci n'inclut pas les équipements tels que les téléphones cellulaires, les assistants numériques personnels ou les tablettes numériques.

Source de données

Enquête sur les dépenses des ménages
(Statistique Canada)

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Nombre de foyers ayant accès à un ordinateur domestique
- Ménages détenant un ordinateur domestique
- Ménages ayant accès à un ordinateur à domicile

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion de ménages disposant d'un ordinateur

Tableau

Proportion de ménages disposant d'un ordinateur

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

M2. Ménages ayant accès à Internet

Description

Cet indicateur donne le taux de branchement à Internet des ménages. C'est la part des ménages ayant accès à Internet au domicile sur l'ensemble des ménages. Le branchement d'un ménage ne signifie pas que le ménage dispose d'un ordinateur à la maison puisque la propriété d'équipement de TIC n'est pas une condition obligatoire à l'accès.

Source de données

Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Nombre de foyers ayant accès à Internet dans une sélection de pays de l'OCDE
- Ménages ayant accès à Internet
- Accès des ménages à Internet selon le type de ménages
- Proportion de ménages et d'individus ayant accès à Internet

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion de ménages disposant d'un accès à l'Internet à domicile

Commission européenne

- % of households with internet access at home
- Ménages ayant accès à Internet à partir de la maison

Eurostat

- Ménages ayant accès à Internet à leur domicile
- Ménages ayant accès à Internet

Tableau

Proportion de ménages branchés à Internet à domicile

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

M3. Ménages ayant accès à Internet haute vitesse

Description

Cet indicateur donne le taux de branchement à Internet haute vitesse des ménages. C'est la part des ménages branchés à Internet avec une connexion haute vitesse sur l'ensemble des ménages branchés. Une connexion de type haute vitesse est une connexion ayant un débit de téléchargement de 1,5 Mbit/s et plus.

Source de données

Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Nombre de foyers ayant accès au haut débit dans une sélection de pays de l'OCDE
- Nombre d'abonnements au haut débit fixe et sans-fil par centaine d'habitants
- Accès des ménages et des entreprises au haut débit
- Nombre de ménages disposant d'un accès haut débit
- Ménages ayant accès au haut débit

Commission européenne

- % of households with internet access via broadband
- Ménages ayant une connexion large bande

Eurostat

- Accès à large bande et connectivité – Ménages
- Ménages disposant d'un accès à large bande

Tableau

Proportion des ménages branchés qui utilisent une connexion Internet haute vitesse

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion de ménages branchés à Internet haute vitesse, Québec (changement de dénominateur)

M4. Type de connexion à Internet des ménages

Description

Cet indicateur présente les principaux types de connexion que les ménages utilisent pour se connecter à Internet. Pour chaque type de connexion, on obtient la part des ménages utilisant un type de connexion sur l'ensemble des ménages branchés.

Précaution

Il se peut qu'un ménage ait plusieurs connexions à Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Nombre d'abonnements au haut débit fixe et sans-fil pour les différentes technologies
- Abonnements au haut débit, par technologie
- Abonnements au haut débit hertzien, par technologie
Abonnements au haut débit fixe dans la zone OCDE, par technologie, pour 100 habitants

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion de ménages disposant d'un accès à l'Internet
- par mode d'accès

Commission européenne

- % of population reached by wired, wireless and mobile broadband access

Eurostat

- Particuliers – Accès mobile à Internet
- Ménages – Type de connexion
- Type de connexion (accès commuté ou large bande)

Tableau

Proportion de ménages branchés à Internet, selon le type de connexion

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion de ménages branchés avec plus d'un type de connexion, dont une connexion au réseau de téléphonie mobile (changement de numérateur)

M5. Équipement d'accès des ménages

Description

Cet indicateur présente les différents équipements que les ménages utilisent pour accéder à Internet. Pour chaque équipement d'accès, on obtient la part de ménages accédant à Internet à partir de cet appareil sur l'ensemble des ménages branchés.

Précaution

Un ménage peut avoir plusieurs appareils qui permettent de se connecter à Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Eurostat

- Ménages ayant accès à Internet, par moyen d'accès : PC, TV numérique, appareil mobile
- Dispositifs pour accéder à Internet

Tableau

Proportion de ménages branchés, selon l'équipement d'accès

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion de ménages branchés qui utilisent un appareil de poche sans fil pour accéder à Internet (changement de numérateur)

M6. Raisons du non-branchement des ménages à Internet

Description

Cet indicateur présente les différentes raisons pour lesquelles les ménages n'ont pas accès à Internet. Pour chaque raison énoncée, on obtient la part de ménages ayant exprimé cette raison sur l'ensemble des ménages non branchés.

Précaution

Un ménage peut identifier plusieurs raisons expliquant son non-branchement à une connexion Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100%.

Source de données

Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Commission européenne

- Reasons for not having internet access at home

Eurostat

- Raisons pour ne pas avoir l'accès à Internet à la maison

Tableau

Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas branchés à Internet à domicile

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

M7. Dépenses mensuelles pour le service Internet

Description

Les dépenses mensuelles pour le service Internet sont les dépenses encourues par les ménages pour l'abonnement au service Internet. C'est une donnée mensuelle qui est collectée annuellement.

Source de données

Enquête sur les dépenses des ménages
(Statistique Canada)

Tableau

Dépenses moyennes mensuelles de l'ensemble des ménages pour le service Internet

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Dépenses moyennes mensuelles de l'ensemble des ménages pour le matériel informatique (changement de numérateur)

E1. Entreprises ayant accès à Internet

Description

Cet indicateur donne le taux de branchement à Internet des entreprises. C'est la part des entreprises ayant accès à Internet sur l'ensemble des entreprises. La connexion Internet inclut tous types de connexion, qu'ils soient fixes ou mobiles.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Pourcentage d'entreprises de 10 salariés ou plus utilisant l'Internet
- Pénétration de l'Internet selon la taille de l'entreprise
- Pénétration de l'Internet selon le secteur d'activité
- Entreprises accédant à Internet et disposant d'un site Internet

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises utilisant Internet

Eurostat

- Entreprises ayant accès à Internet

Tableau

Proportion d'entreprises branchées à Internet

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Répartition des entreprises non branchées à Internet, selon leur intention de s'y abonner ou non au cours des douze prochains mois (changement de numérateur)

E2. Entreprises ayant accès à Internet haute vitesse

Description

Cet indicateur donne le taux de branchement à Internet haute vitesse des entreprises. C'est la part des entreprises ayant accès à Internet haute vitesse sur l'ensemble des entreprises branchées. Une connexion Internet haute vitesse est une connexion permettant un débit de téléchargement de 1,5 Mbit/s et plus.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Utilisation du haut débit par les entreprises
- Utilisation du haut débit et de sites Internet par les entreprises
- Accès des ménages et des entreprises au haut débit

Commission européenne

- % of enterprises with broadband access (fixed or mobile)

Eurostat

- Accès à large bande et connectivité – Entreprises
- Entreprises disposant d'un accès à large bande

Tableau

Proportion des entreprises branchées qui utilisent une connexion Internet haute vitesse

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion d'entreprises branchées à Internet haute vitesse (changement de dénominateur)

E3. Entreprises ayant accès à Internet très haute vitesse

Description

Cet indicateur donne le taux de branchement à Internet très haute vitesse des entreprises. C'est la part des entreprises ayant accès à Internet très haute vitesse sur l'ensemble des entreprises branchées. Une connexion Internet très haute vitesse est une connexion permettant un débit de téléchargement de 100 Mbit/s et plus.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Proportion des entreprises branchées qui utilisent une connexion Internet très haute vitesse

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion d'entreprises branchées à Internet très haute vitesse (changement de dénominateur)

E4. Type de connexion à Internet des entreprises

Description

Cet indicateur présente les principaux types de connexion utilisés par les entreprises branchées du Québec. Pour chaque type de connexion, on obtient la part d'entreprises utilisant ce type de connexion sur l'ensemble des entreprises branchées.

Précaution

Des réponses multiples sont possibles puisque les entreprises peuvent avoir plus d'un type de connexion à Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises utilisant l'Internet par mode d'accès

Commission européenne

- % of enterprises with broadband access (fixed or mobile)

Eurostat

- Entreprises-Type de connexion d'Internet

Tableau

Proportion d'entreprises branchées à Internet, selon le type de connexion

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion d'entreprises branchées à Internet avec plus d'un type de connexion

E5. Entreprises ayant accès à Internet via une connexion mobile

Description

Cet indicateur présente le taux de branchement à Internet via une connexion haute vitesse mobile des entreprises du Québec. C'est la part d'entreprises ayant accès à Internet à l'aide d'une connexion mobile sur l'ensemble des entreprises branchées. La connexion mobile doit se faire avec au moins une technologie 3G (UMTS, CDMA, HSPA, LTE, etc.).

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Eurostat

- % of enterprises with broadband access (fixed or mobile)

Tableau

Proportion des entreprises branchées à Internet qui utilisent une connexion mobile

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion d'entreprises branchées à Internet via une connexion mobile (changement de dénominateur)

E6. Raisons pour lesquelles les entreprises n'utilisent pas une connexion Internet plus rapide

Description

L'indicateur présente les raisons pour lesquelles une entreprise n'utilise pas un service Internet plus rapide, c'est-à-dire d'au moins 100 Mbit/s. Pour chaque raison énoncée, on obtient la part d'entreprises ayant exprimé cette raison sur l'ensemble des entreprises branchées à une connexion de moins de 100 Mbit/s.

Précaution

L'entreprise peut énoncer plus d'une raison ayant influencé son choix de la connexion Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Raisons pour lesquelles les entreprises ne sont pas branchées à un service Internet plus rapide, selon la raison énoncée

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E7. Raisons du non-branchement des entreprises à Internet

Description

Cet indicateur présente les raisons du non-branchement à Internet d'une entreprise. Pour chaque raison énoncée, on obtient la part d'entreprises ayant exprimé cette raison sur l'ensemble des entreprises non branchées.

Précaution

Une entreprise peut énoncer plusieurs raisons expliquant son non-branchement à Internet. Ce ne sont pas des catégories mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Raisons pour lesquelles les entreprises ne sont pas branchées à Internet, selon la raison énoncée

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E8. Utilisation d'Internet par les employés

Description

Cet indicateur présente la proportion moyenne d'employés qui utilisent Internet à des fins professionnelles, dans les entreprises du Québec. L'entreprise donne le pourcentage d'employés utilisant régulièrement, c'est-à-dire au moins une fois par semaine, Internet. L'utilisation peut se faire dans les locaux de l'entreprise ou ailleurs, mais doit se référer à des fins de travail.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'employés utilisant régulièrement l'Internet

Commission européenne

- % of persons employed using computers connected to the internet in their normal work routine

Eurostat

- Personnes employées utilisant des ordinateurs connectés à Internet dans le cadre de leur travail normal

Tableau

Proportion moyenne d'employés utilisant régulièrement Internet à des fins professionnelles

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E9. Utilisation de diverses TIC par les entreprises

Description

Cet indicateur présente le taux d'utilisation de diverses technologies de l'information et des communications (TIC) par les entreprises du Québec. Pour chaque TIC, c'est la part d'entreprises utilisant la TIC sur l'ensemble des entreprises. L'accès à Internet n'est pas une condition nécessaire pour utiliser certaines technologies.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises utilisant des ordinateurs
- Proportion d'entreprises disposant d'un intranet
- Proportion d'entreprises disposant d'un extranet

Commission européenne

- % of enterprises using key technologies for internet of things, by purpose

Eurostat

- Adoption des TIC par les entreprises
- Entreprises utilisant extranet/intranet
- Entreprises utilisant diverses TIC (Internet, large bande, connexion mobile, site Web, extranet, intranet)

Tableau

Proportion d'entreprises utilisant diverses technologies de l'information et des communications (TIC), selon la TIC utilisée

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E10. Présence des entreprises sur le Web

Description

La présence sur le Web d'une entreprise se réfère à la part d'entreprises ayant un site Web, étant présente sur le site Web d'une autre organisation ou étant présente sur les médias sociaux, sur l'ensemble des entreprises branchées. La présence sur des sites où l'inscription est non volontaire ou sur d'autres pages Web dont l'entreprise ne contrôle pas le contenu n'est pas comptabilisée comme une présence sur le Web.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Utilisation du haut débit et de sites Internet par les entreprises
- Entreprises accédant à Internet et disposant d'un site Internet

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises présentes sur le Web

Eurostat

- Entreprises ayant un site Web ou une page d'accueil

Tableau

Proportion des entreprises branchées présentes sur le Web

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

- Proportion d'entreprises présentes sur le Web (changement de dénominateur)
- Proportion des entreprises branchées présentes sur le Web,
 - selon le type de présence
 - selon les fonctionnalités du site Web (ventilations)

E11. Utilisation des médias sociaux par les entreprises

Description

Cet indicateur présente la part des entreprises qui utilisent les médias sociaux dans le but de se faire connaître, échanger avec la clientèle, placer des publicités ou rechercher de l'information, sur l'ensemble des entreprises branchées du Québec.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Proportion des entreprises branchées qui utilisent les médias sociaux, selon le type d'utilisation

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E12. Partage électronique d'information permettant un traitement automatisé avec l'externe

Description

Cet indicateur présente la part d'entreprises partageant de l'information dans un format standardisé permettant d'automatiser un traitement avec l'externe sur l'ensemble des entreprises. L'information peut être transmise via un site Web ou d'autres méthodes de transfert électronique de données, par exemple des messages de type EDI, mais exclut les messages transmis via le courriel conventionnel.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Commission européenne

- % of enterprises electronically exchanging business documents with suppliers and/or customers broken down by type of document
- % of enterprises sharing electronically information on supply chain management broken down by business function
- % des entreprises qui échangent des documents dans un format qui permet un traitement automatisé

Eurostat

- Intégration avec les clients/fournisseurs et gestion de la chaîne d'approvisionnement

Tableau

Proportion des entreprises qui partagent électroniquement de l'information dans un format standardisé qui permet un traitement automatisé avec l'externe

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion des entreprises qui partagent électroniquement de l'information dans un format standardisé qui permet un traitement automatisé avec l'externe, selon le type de partenaires (ventilation)

E13. Partage automatique d'information sur les commandes avec l'interne

Description

Cet indicateur présente la part d'entreprises qui lorsqu'elles reçoivent ou passent des commandes, partagent automatiquement en format électronique l'information avec les applications logicielles de l'interne sur l'ensemble des entreprises. Ces applications sont utilisées pour la gestion des inventaires, la comptabilité, la gestion de la production et la gestion de la distribution.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Commission européenne

- % of enterprises whose internal business processes are automatically linked
- % des grosses entreprises qui partagent électroniquement à l'interne de l'information sur les commandes
- % des PME qui partagent électroniquement à l'interne de l'information sur les commandes
- % des entreprises qui partagent électroniquement de l'information sur la chaîne logistique

Eurostat

- Intégration de processus internes

Tableau

Proportion des entreprises qui partagent automatiquement de l'information en format électronique avec les applications logicielles de l'interne

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion des entreprises qui partagent automatiquement de l'information en format électronique avec les applications logicielles de l'interne,

- selon le type d'applications
- selon le genre de commandes

(ventilations)

E14. Entreprises effectuant de la vente en ligne

Description

L'indicateur présente la part d'entreprises vendant des biens et services en ligne sur l'ensemble des entreprises. On entend par vente en ligne, la vente de biens ou de services, effectuée sur Internet, incluant les commandes via un site Web ou un message de type EDI, mais excluant les ventes via le courriel conventionnel. Les commandes peuvent avoir été payées ou non en ligne.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Ventes et approvisionnements sur l'Internet par branche d'activité
- Ventes et achats réalisés sur l'Internet pour le total des secteurs
- Ventes et achats réalisés sur l'Internet, par secteur d'activité

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises recevant des commandes par Internet

Commission européenne

- % of enterprises selling by e-Commerce
- % of enterprises doing e-commerce transactions broken down by destination
- % des entreprises utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour vendre en ligne
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour vendre en ligne

Eurostat

- Entreprises ayant reçu des commandes en ligne pendant l'année civile précédente
- Entreprises ayant reçu des paiements en ligne pour des ventes par Internet
- Entreprises effectuant des ventes en ligne
- Ventes en ligne selon la destination et la taille de l'entreprise

Tableau

Proportion d'entreprises qui reçoivent des commandes en ligne

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion des entreprises branchées qui reçoivent des commandes en ligne (changement du dénominateur)

E15. Part du chiffre d'affaires provenant de la vente en ligne des entreprises

Description

Cet indicateur présente le pourcentage moyen du chiffre d'affaires des entreprises découlant de la vente en ligne. On demande aux entreprises ayant réalisé des ventes sur Internet de donner le pourcentage du chiffre d'affaires provenant des commandes reçues en ligne.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- % du chiffre d'affaires des entreprises provenant du commerce électronique

Commission européenne

- Part du chiffre d'affaires des entreprises provenant des ventes en ligne

Eurostat

- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique
- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique pendant l'année civile précédente
- Pourcentage du chiffre d'affaires découlant de la vente en ligne

Tableau

Pourcentage moyen du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues en ligne

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Pourcentage moyen du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues en ligne,

- selon le type de clients
- selon la provenance du client
- selon le type de produits (ventilations)

E16. Entreprises effectuant des achats en ligne

Description

Cet indicateur présente la part d'entreprises faisant des achats de biens et services en ligne sur l'ensemble des entreprises. On entend par achat en ligne, l'achat de biens ou de services, effectué sur Internet, incluant les commandes via un site Web ou un message de type EDI, mais excluant les achats via le courriel conventionnel. Les commandes peuvent avoir été payées ou non en ligne.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

OCDE

- Ventes et approvisionnements sur l'Internet par branche d'activité
- Ventes et achats réalisés sur l'Internet pour le total des secteurs
- Ventes et achats réalisés sur l'Internet, par secteur d'activité

Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

- Proportion d'entreprises passant des commandes par Internet

Commission européenne

- % of enterprises purchasing by e-Commerce
- % of enterprises doing e-commerce transactions broken down by destination
- % des entreprises utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour acheter en ligne
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour acheter en ligne

Eurostat

- Entreprises ayant acheté en ligne pendant l'année civile précédente
- Entreprises effectuant des achats en ligne
- Entreprises envoyant régulièrement des commandes électroniques selon la location géographique du vendeur

Tableau

Proportion d'entreprises qui achètent en ligne

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion des entreprises branchées qui achètent en ligne (changement du dénominateur)

E17. Répartition des entreprises selon l'importance de leurs achats en ligne

Description

Cet indicateur vise à mesurer l'importance des achats effectués en ligne par les entreprises. On demande aux entreprises ayant commandé des biens ou services en ligne, de donner la catégorie dans laquelle se trouve le pourcentage du montant total des achats de biens et services passés en ligne.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Répartition des entreprises achetant en ligne, selon la part du montant total des achats de biens et services attribuable aux commandes passées en ligne

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E18. Entreprises ayant acquis ou développé des TIC

Description

Cet indicateur présente la part d'entreprises ayant dépensé pour l'acquisition ou le développement de TIC en 2011 sur l'ensemble des entreprises. Les TIC incluent les ordinateurs et les équipements périphériques, les autres équipements TIC (téléphones filaires et sans-fil, téléphones intelligents, tablettes numériques, télécopieurs, routeurs, etc.) et les logiciels (licences, logiciels acquis, personnalisés ou développés à l'interne, etc.).

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Tableau

Proportion d'entreprises qui ont acquis ou développé des TIC en 2011

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E19. Ressources utilisées pour le développement et la gestion des TIC

Description

Cet indicateur indique les ressources auxquelles font appel les entreprises pour le développement et la gestion des TIC. On obtient la part d'entreprises ayant recours à un type de ressources sur l'ensemble des entreprises.

Précaution

Une entreprise peut utiliser plusieurs ressources à la fois. Les catégories ne sont pas mutuellement exclusives. Le total peut donc excéder 100 %.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Eurostat

- Entreprises ayant employé des spécialistes en TIC/TI
- Entreprises où des fournisseurs externes ont effectué certaines fonctions

Tableau

Proportion d'entreprises qui ont recours à certaines ressources pour le développement et la gestion des TIC, selon la ressource utilisée

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

E20. Formation pour améliorer les compétences TIC des employés

Description

Cet indicateur présente la part d'entreprises ayant offert une formation pour développer ou améliorer les compétences liées aux TIC des employés sur l'ensemble des entreprises.

Source de données

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

Indicateurs connexes (voir annexe 1)

Eurostat

- Entreprises ayant organisé des formations pour développer/améliorer les compétences en TIC de leur personnel

Tableau

Proportion d'entreprises qui ont offert de la formation pour développer ou améliorer les compétences liées aux TIC des employés

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Variante

Proportion d'entreprises qui ont offert de la formation pour développer ou améliorer les compétences liées aux TIC des employés, selon le type d'employés (ventilation)

P1. Indice des prix des ordinateurs

Description

L'indice des prix des ordinateurs est produit pour deux groupes d'acheteurs finals : l'administration publique et les entreprises d'une part, et les consommateurs d'autre part. Cet indice découle de séries mensuelles qui mesurent les changements à travers le temps pour le prix des ordinateurs et autres périphériques vendus au secteur de l'administration publique, aux entreprises et aux consommateurs. L'année de référence est 2007.

Source de données

Diverses enquêtes de Statistique Canada et d'autres sources de données

Tableau

Indice des prix à la consommation des ordinateurs

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

P2. Indice des prix des périphériques d'ordinateurs

Description

L'indice des prix des périphériques d'ordinateurs est produit pour deux différents types de technologie: les imprimantes d'une part et les moniteurs d'autre part. Cet indice découle de séries mensuelles qui mesurent les changements à travers le temps pour le prix des ordinateurs et autres périphériques vendus au secteur de l'administration publique, aux entreprises et aux consommateurs. L'année de référence est 2007.

Source de données

Diverses enquêtes de Statistique Canada et d'autres sources de données

Tableau

Indice des prix à la consommation des périphériques d'ordinateurs

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

P3. Indice des prix des logiciels commerciaux

Description

L'indice des prix des logiciels commerciaux (IPLC) est une série mensuelle qui mesure l'évolution du prix d'achat des logiciels préemballés qu'achètent généralement les entreprises et les gouvernements. L'année de référence est 2007.

Source de données

Diverses enquêtes de Statistique Canada et d'autres sources de données

Tableau

Indice des prix à la consommation des logiciels commerciaux

Analyse

Analyse sommaire des données

Objectif ou cible

Lien avec des objectifs ou des cibles connus

Tableau résumé

Indicateur	OCDE ¹	UIT ²	Eurostat	Commission européenne	Australie	Belgique	Canada	États-Unis	Finlande	France	Royaume-Uni	Suède	Suisse
M1	Utilisation de l'ordinateur dans les ménages	X	X		X	X	X			X			
M2	Ménages ayant accès à Internet	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X
M3	Ménages ayant accès à Internet haute vitesse	X		X	X		X			X			X
M4	Type de connexion à Internet des ménages	X	X	X	X	X	X						X
M5	Équipement d'accès des ménages		X	X		X	X				X		X
M6	Raisons du non-branchement des ménages à Internet				X	X	X			X	X		
M7	Dépenses mensuelles pour le service Internet						X						
E1	Entreprises ayant accès à Internet	X	X	X	X	X				X	X	X	
E2	Entreprises ayant accès à Internet haute vitesse	X		X	X	X			X	X	X		
E3	Entreprise ayant accès à Internet très haute vitesse											X	
E4	Type de connexion à Internet des entreprises	X	X		X						X	X	X
E5	Entreprises ayant accès à Internet via une connexion mobile										X		
E6	Raisons pour lesquelles les entreprises n'utilisent pas une connexion Internet plus rapide												
E7	Raisons du non-branchement des entreprises à Internet												
E8	Utilisation d'Internet par les employés		X	X	X					X			X
E9	Utilisation de diverses TIC par les entreprises		X	X		X	X		X	X			X
E10	Présence des entreprises sur le Web	X		X	X	X			X	X	X		
E11	Utilisation des médias sociaux par les entreprises												
E12	Partage électronique d'information permettant un traitement automatisé avec l'externe			X	X					X			
E13	Partage automatique d'information sur les commandes avec l'interne			X	X	X							
E14	Entreprises effectuant de la vente en ligne	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X
E15	Part du chiffre d'affaires de la vente en ligne des entreprises	X		X	X	X	X	X	X		X		
E16	Entreprises effectuant des achats en ligne	X	X	X	X	X		X	X		X		X
E17	Répartition des entreprises selon l'importance de leurs achats en ligne												
E18	Entreprises ayant acquis ou développé des TIC												
E19	Ressources utilisées pour le développement et la gestion des TIC			X		X							
E20	Formation pour améliorer les compétences TIC des employés			X									
P1	Indice des prix des ordinateurs												
P2	Indice des prix des périphériques d'ordinateurs												
P3	Indice des prix des logiciels commerciaux												

1. Organisation pour la coopération et le développement économiques

2. Union internationale des télécommunications : Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement

Annexe 1

Indicateurs connexes

Cette section recense les indicateurs prescrits par les organismes statistiques internationaux qui concernent l'accès et l'utilisation des TIC par les ménages, les individus et les entreprises.

Les 15 indicateurs clefs de l'OCDE en matière de TIC

- 1 Nombre de lignes d'accès et de chemins d'accès par centaine d'habitants pour l'OCDE, 2007
- 2 Nombre d'abonnés au téléphone mobile par centaine d'habitants pour l'OCDE, 2007
- 3 Nombre total d'abonnés à l'Internet pour l'OCDE
- 4a Nombre d'abonnés au haut débit par centaine d'habitants dans les pays de l'OCDE **(M3)**
- 4b Accessibilité du DSL dans les pays de l'OCDE
- 5 Nombre total d'abonnés à la télévision par câble pour l'OCDE
- 6a Nombre de foyers ayant accès à un ordinateur domestique **(M1)**
- 6b Nombre de foyers ayant accès à l'Internet dans une sélection de pays de l'OCDE **(M2)**
- 6c Nombre de foyers ayant accès au haut débit dans une sélection de pays de l'OCDE **(M3)**
- 7a Taux de pénétration de l'Internet par type d'entreprise. Pourcentage d'entreprises de dix salariés ou plus utilisant l'Internet **(E1)**
- 7b Ventes et approvisionnements sur l'Internet par branche d'activité **(E14 et E16)**
- 7c Utilisation du haut débit par les entreprises (E2)
- 8a Part des professions liées aux TIC dans l'économie, dans une sélection de pays, définition étroite
- 8b Part des professions liées aux TIC dans l'économie, dans une sélection de pays, définition large
- 9a Chiffre d'affaires total des services de télécommunications dans l'OCDE
- 9b Chiffre d'affaires total des services de télécommunications mobiles dans l'OCDE
- 9c Investissement total en infrastructures de télécommunications dans l'OCDE
- 10a Part des TIC dans la valeur ajoutée total du secteur des entreprises
- 10b Dépense de R-D dans une sélection d'activité de TIC
- 10c Part de l'emploi dans les TIC dans l'emploi du secteur des entreprises
- 11a Part des TIC dans le total des brevets nationaux (inscriptions PCT)
- 11b Part des pays dans les brevets liés aux TIC inscrits en application du PCT
- 12 Échange de produits de TIC

- 13 Les cinquante premières entreprises des télécommunications et des technologies de l'information
- 14 Contribution des services utilisant les TIC à la valeur ajoutée par travailleur
- 15 Contribution de l'investissement en TIC à la croissance du PIB

Portail sur le haut débit

- 1 Pénétration
- 1C Nombre total d'abonnements au haut débit fixe et sans-fil par pays
- 1D Nombre d'abonnements au haut débit fixe et sans-fil par centaine d'habitants **(M3)**
- 1E Nombre d'abonnements au haut débit fixe et sans-fil pour les différentes technologies **(M4)**
- 1F Accroissement annuel du taux de pénétration
- 1G Taux de pénétration, séries sur six ans
- 1H Taux de pénétration historiques, cinq premiers pays
- 1I Taux de pénétration historiques, G7
- 1J Les cinq premiers marchés du haut débit fixe et sans-fil dans l'OCDE
- 1K Taux de pénétration du haut débit et PIB
- 1L Pourcentage de liaisons fibre sur le total des liaisons haut débit
- 2 Usage
- 2A Ménages ayant accès au haut débit **(M3)**
- 2B Ordinateurs infectés par un « bot »
- 2C Ménages détenant un ordinateur domestique **(M1)**
- 2D Utilisation du haut débit par les entreprises **(E2)**
- 3 Couverture et données géographiques
- 3A Pénétration du haut débit et densité démographique
- 3B Pénétration du haut débit et territoire total
- 3C Pénétration du haut débit et portion du territoire national occupé par 50 % de la population
- 3D Couverture du DSL
- 3E Couverture du câble
- 3F Couverture de la fibre optique résidentielle
- 3G Couverture du 3G

4	Prix
4C	Gammes de prix, abonnements mensuels
4D	Gammes de prix par Mo/s
4E	Prix moyen de l'abonnement mensuel, par pays, en PPA USD
4F	Prix moyen du haut débit, par Mo/s annoncé, par pays, en PPA USD
4G	Plafond moyen d'utilisation mensuelle en octets, et prix du Mo supplémentaire
4H	Plafond moyen d'utilisation mensuelle en octets, et prix du Mo supplémentaire, par technologie
4I	Prix moyen du Mo supplémentaire au-delà du plafond inclus au forfait, par pays
4J	Prix moyen du Mo supplémentaire au-delà du plafond inclus au forfait, par technologie
4K	Évolution historique des vitesses de transmission et des prix du haut débit
4L	Prix moyen de l'abonnement pour les liaisons à très bas débit
4M	Prix moyen de l'abonnement pour les liaisons à moyen débit
4N	Prix moyen de l'abonnement pour les liaisons à haut débit
4O	Prix moyen de l'abonnement pour les liaisons à très haut débit
5	Services et débits
5A	Vitesse moyenne annoncée de téléchargement descendant, par pays
5B	Vitesse moyenne annoncée de téléchargement descendant, par technologie
5C	Vitesse moyenne annoncée de téléchargement montant, par technologie
5D	Liaison la plus rapide offerte par l'opérateur historique
5E	Liaison la plus rapide offerte par les opérateurs DSL ayant participé à l'enquête
5F	Liaison la plus rapide offerte par les opérateurs de câble ayant participé à l'enquête
5G	Liaison la plus rapide offerte par les opérateurs de fibre optique ayant participé à l'enquête
5H	Liaison la plus rapide offerte par l'ensemble des opérateurs ayant participé à l'enquête, par pays
5I	Prévalence du plafonnement explicite de l'utilisation (en octets ou données transférés) dans les offres prises en compte dans l'enquête, par technologie
5J	Prévalence du plafonnement explicite de l'utilisation (en octets ou données transférés) dans les offres prises en compte dans l'enquête, par pays
5K	Niveau moyen du plafonnement (en octets ou données transférés) constaté chez les opérateurs appliquant un plafonnement ayant participé à l'enquête, par pays

5L	Niveau moyen du plafonnement (en octets ou données transférés) constaté chez les opérateurs appliquant un plafonnement ayant participé à l'enquête, par technologie
5M	Temps d'utilisation au débit annoncé pour atteindre le plafond (en octets ou données transférés)

Tableau de bord (années 2011-2009-2007)

Tous les deux ans, l'OCDE publie un tableau de bord sur la science, la technologie et l'industrie dans lequel on trouve des indicateurs sur les TIC. Les données sélectionnées varient selon les années.

- Trafic IP mondial
- Individus ayant utilisé l'Internet sur des réseaux sociaux ou pour obtenir des informations de santé (% des internautes)
- % des adresses IPv4 routées sur les adresses IPv4 allouées
- Pays de l'OCDE dotés de réseaux adaptés IPv6 (% de systèmes autonomes adaptés IPv6)
- Débit descendant moyen et médian annoncé
- Abonnements au haut débit hertzien, par technologie **(M4)**
- Abonnements au haut débit fixe dans la zone OCDE, par technologie, pour 100 habitants **(M4)**
- Accès des ménages et des entreprises au haut débit **(M3 et E2)**
- Part des ménages dotés d'un accès haut débit, par région, de la plus élevée à la plus basse
- % du chiffre d'affaires des entreprises provenant du commerce électronique **(E15)**
- Ventes et achats réalisés sur l'Internet pour le total des secteurs **(E14 et E16)**
- Entreprises et particuliers ayant été confrontés à des problèmes de sécurité informatique
- Voie d'accès aux communications pour 100 habitants
- Abonnés au haut débit pour 100 habitants, par technologie **(M4)**
- Utilisation du haut débit et de sites Internet par les entreprises **(E2 et E10)**
- Investissements dans les TIC
- Investissement dans les TIC par catégorie d'actif dans les pays de l'OCDE
- Investissements dans les logiciels
- Taux de croissance annuel moyen du nombre d'hôtes Internet par domaine
- Nombre de ménages disposant d'un accès haut débit **(M3)**
- Personnes ayant été confrontées à un virus informatique en utilisant Internet
- Entreprises ayant été confrontées à des problèmes de sécurité informatique

- Ordinateurs infectés
- Ménages ayant accès à un ordinateur à domicile **(M1)**
- Ménages ayant accès à Internet **(M2)**
- Accès des ménages à Internet selon le type de ménages **(M2)**
- Utilisateurs de l'Internet, tous lieux confondus
- Utilisateurs de l'Internet tous lieux confondus, selon le sexe
- Utilisation de l'Internet par type d'activité
- Utilisation de l'Internet de sites Internet par les entreprises
- Pénétration de l'Internet selon la taille de l'entreprise **(E1)**
- Pénétration de l'internet selon le secteur d'activité **(E1)**
- Proportion de ménages et d'individus ayant accès à Internet **(M2)**
- Lieux d'où les individus accèdent à Internet
- Entreprises accédant à Internet et disposant d'un site Internet **(E1 et E10)**
- Ventes et achats réalisés sur Internet, par secteur d'activité **(E14 et E16)**
- Panier OCDE de tarifs de télécommunications mobiles, petits usagers
- Tarif du haut débit par Mbit/s et pour un abonnement mensuel
- Panier OCDE d'appels résidentiels : utilisateurs moyens
- Part des emplois liés aux TIC dans l'économie totale
- Échange de biens dans le secteur des TIC dans la zone OCDE
- Échanges de produits manufacturés dans le secteur des TIC
- Balance commerciale du secteur des TIC
- Les échanges de biens des TIC
- Principaux exportateurs d'équipements des TIC
- Échange de biens des TIC de la Chine, par catégorie
- Échange de biens des TIC de la Chine par économie partenaire
- Dépenses de R-D des entreprises pour certaines industries de fabrication des TIC
- Dépenses de R-D des entreprises pour certaines industries de services des TIC
- Part des pays dans les demandes de brevets liés aux TIC déposées selon le PCT
- Brevets liés aux TIC en pourcentage du total national
- Recettes des entreprises australiennes provenant des commandes reçues sur l'Internet, 1999-2000 à 2004-2005
- Ventes des entreprises canadiennes réalisées sur l'Internet, 2001-2005
- Commerce électronique entreprises-consommateurs au Japon, 1998-2004
- Cyberventes au détail trimestrielles aux États-Unis, 4^e trimestre 1999 au 4^e trimestre 2006

PARTENARIAT SUR LA MESURE DES TIC AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT

Les indicateurs fondamentaux de TIC

Le Partenariat sur la mesure des TIC au service du développement a publié un manuel méthodologique dans lequel on trouve les indicateurs sur l'accès des ménages et des entreprises aux TIC et leur utilisation de ceux-ci.

Indicateurs fondamentaux sur l'infrastructure et l'accès aux TIC

- A1 Lignes téléphoniques fixes par 100 habitants
- A2 Abonnements aux services de téléphonie mobile cellulaire par 100 habitants
- A3 Abonnés à l'Internet fixe par 100 habitants
- A4 Abonnés à l'Internet fixe à haut débit par 100 habitants
- A5 Abonnements mobiles à haut débit par 100 habitants
- A6 Largeur de bande Internet internationale par habitant (bits/seconde/habitant)
- A7 Pourcentage de la population couvert par la téléphonie mobile cellulaire
- A8 Tarifs mensuels d'accès à l'Internet fixe à haut débit en USD, en tant que pourcentage du revenu mensuel par personne
- A9 Tarifs mensuels de la téléphonie mobile cellulaire prépayée, en USD, en tant que pourcentage du revenu mensuel par personne
- A10 Pourcentage de localités disposant de centres publics d'accès à l'Internet (PIAC)

Indicateurs fondamentaux sur l'accès aux TIC et leur utilisation par les ménages et les particuliers

- HH1 Proportion de ménages disposant d'un poste de radio
- HH2 Proportion de ménages disposant d'un poste de télévision
- HH3 Proportion de ménages disposant du téléphone
- HH4 Proportion de ménages disposant d'un ordinateur **(M1)**
- HH5 Proportion de particuliers ayant utilisé un ordinateur dans les 12 derniers mois
- HH6 Proportion de ménages disposant d'un accès à l'Internet à domicile **(M2)**
- HH7 Proportion de particuliers ayant utilisé l'Internet dans les 12 derniers mois
- HH8 Lieu de l'utilisation de l'Internet par les particuliers dans les 12 derniers mois
- HH9 Activités sur Internet entreprises par des particuliers dans les 12 derniers mois

- HH10 Proportion de particuliers ayant utilisé un téléphone mobile cellulaire dans les 12 derniers mois
- HH11 Proportion de ménages disposant d'un accès à l'Internet, par mode d'accès **(M4)**
- HH12 Fréquence d'utilisation de l'Internet par les particuliers dans les 12 derniers mois
- HHR1 Proportion de ménages disposant de l'électricité

Indicateurs fondamentaux sur l'utilisation des TIC par les entreprises

- B1 Proportion d'entreprises utilisant des ordinateurs **(E9)**
- B2 Proportion d'employés utilisant régulièrement un ordinateur
- B3 Proportion d'entreprises utilisant l'Internet **(E1)**
- B4 Proportion d'employés utilisant régulièrement l'Internet **(E8)**
- B5 Proportion d'entreprises présentes sur le Web **(E10)**
- B6 Proportion d'entreprises disposant d'un intranet **(E9)**
- B7 Proportion d'entreprises recevant des commandes par Internet **(E14)**
- B8 Proportion d'entreprises passant des commandes par Internet **(E16)**
- B9 Proportion d'entreprises utilisant l'Internet, par mode d'accès **(E4)**
- B10 Proportion d'entreprises disposant d'un réseau local (LAN)
- B11 Proportion d'entreprises disposant d'un extranet **(E9)**
- B12 Proportion d'entreprises utilisant l'Internet, par type d'activité

i2010 High Level Group

Benchmarking Digital Europe 2011-2015 a conceptual framework

Le groupe i2010, responsable de la première stratégie numérique européenne, a présenté un cadre conceptuel d'indicateurs de suivi en 2009 pour la stratégie numérique suivante : Europe 2020.

A. The ICT Sector

- A1 Share of the ICT sector in the economy measured as a proportion of GDP and of total employment
- A2 Growth of the ICT sector measured as a % change of value added at current and constant prices.
- A3 Ratio of the productivity level in the ICT sector with respect to the entire economy
- A4 Productivity growth in the ICT sector.
- A5 Size and nominal growth of ICT markets (IT and telecom)
- A6 R&D expenditure by the ICT sector as a % of GDP
- A7 R&D expenditure in the ICT sector as a % of total R&D expenditure in the business sector (BERD)
- A8 R&D expenditure in the ICT sector as a % of value added (in the ICT sector)
- A9 Imports and exports of ICT goods and services as a % of total imports and exports

B. Broadband and Connectivity

- B1 Broadband coverage: % of population reached by wired (e.g. DSL, cable, fiber), wireless (e.g. Wifi, Wimax, Satellite) and mobile (e.g. EDGE, UMTS, HSPA) broadband access (by region)
- B2 Subscription numbers broken down by nominal speed (256, 512, 1024 (Kbps), 2, 4, 8, 16 (Mbps))
- B3 Broadband price
- B4 Number of broadband subscriptions per 100 inhabitants (broken down by platform)
- B5 % of households with internet access at home **(M2)**
- B6 % of households with internet access via broadband **(M3)**
- B7 Places for accessing the internet in the last three months

- B8 % of individuals accessing the internet through mobile connections
- B9 Reasons for not having internet access at home **(M6)**
- B10 % of persons employed using computers connected to the internet in their normal work routine **(E8)**
- B11 % of enterprises with broadband access (fixed or mobile) **(E2)**
- B12 % of enterprises giving devices for a mobile connection to the internet to their employees
- B13 % of persons employed provided by the enterprises with devices for a mobile connections to the internet

C. ICT usage by Households and Individuals

- C1 % of individuals using the internet at least once a week
- C2 % of individuals using the internet every day or almost every day Personal communication
- C3 Sending/receiving e-mails
- C4 Telephoning, videocalls over the internet
- C5 Other communication uses (chat sites, messenger, etc.)
- C6 Participating in social networking (facebook, twitter, etc.)

Use of entertainment (web TV and radio, online games, music and videos)

- C7 Listening to web radios or watching web TV
- C8 Uploading games, images, films or music files to be shared
- C9 Downloading games, images, films or music
- C10 Playing networked games

Access to information

- C11 Reading / downloading online newspapers / news magazines
- C12 Subscribing to news services or products to receive them regularly (including RSS, ...) /biannual/
- C13 Seeking health information (on injuries, diseases, nutrition)
- C14 Looking for information about education, training, courses
- C15 Looking for information about goods or services
- C16 Downloading software (Other than games)

Civic and political participation

- C17 Accessing or posting opinions on websites (e.g. blogs, social networks, etc) for discussing civic and political issues
- C18 Taking part in consultations, voting and opinion polls on-line on political issues

Creativity (user generated content: photos, music, blogs, wikipedia)

- C19 Creating websites or blogs
- C20 Uploading self created content (including software) to any website to be shared

Learning

- C21 Doing an online course
- C22 Using wikis

e-Health

- C23 Making an appointment with a practitioner
- C24 Consulting a practitioner online

Managing of personal finance/personal administration

- C25 e-banking

e-Commerce

- C26 Selling of goods or services
- C27 Purchasing goods or services
- C28 Cross-border purchases
- C29 Purchasing services related to travel and accommodation

Professional life

- C30 Looking for a job or sending a job application
- C31 Using professional networking sites

e-Skills

- C32 % of individuals with computer skills (none, low, medium, high)
- C33 % of individuals with internet skills (none, low, medium, high)

D. ICT usage by Enterprises

Internal processes

- D1 Integration of internal business processes: % of enterprises whose internal business processes are automatically linked **(E12)**
- D2 % of enterprises using dedicated application for employees to access human resources services

Integration with customers/suppliers and SCM

- D3 % of enterprises electronically exchanging business documents with suppliers and/or customers broken down by type of document **(E13)**
- D4 % of enterprises sharing electronically information on supply chain management broken down by business function **(E13)**
- D5 % of enterprises sending and/or receiving e-invoices

Key technologies for the internet of things

- D6 % of enterprises using key technologies for the internet of things, by purpose
- ### *e-Commerce, Customer Relation management (CRM) and secure transactions*
- D7 % of enterprises having a website with e-commerce functions
- D8 % of enterprises using software applications for managing information about clients, like CRM
- D9 enterprises' turnover from e-commerce as % of total turnover **(E15)**
- D10 % of enterprises selling by e-Commerce **(E14)**
- D11 % of enterprises purchasing by e-Commerce **(E16)**
- D12 % of enterprises doing e-commerce transactions broken down by destination (National, EU, World) **(E14 et E16)**

Indicateurs de suivi Stratégie Europe 2020

- Nombre total d'abonnements à Internet large bande
- Pénétration de l'Internet large bande
- Part des nouvelles entreprises dans les abonnements à Internet large bande
- Part des abonnements à Internet large bande ayant un débit supérieur ou égal à 2 Mbit/s
- Part des abonnements à Internet large bande ayant un débit supérieur ou égal à 10 Mbit/s
- Part des abonnements au DSL sur le total des abonnements à Internet large bande
- % de la population vivant dans une aire desservie par le DSL ou le modem câble
- Pénétration de l'abonnement à Internet mobile
- Ménages ayant une connexion large bande **(M3)**
- Entreprises ayant une connexion large bande **(E2)**
- % de la population vivant dans une aire desservie par le réseau 3G
- % de la population accédant à Internet à l'aide d'un téléphone mobile
- Ménages ayant accès à Internet à partir de la maison **(M2)**
- % d'individus qui sont des utilisateurs réguliers d'Internet
- % d'individus désavantagés qui sont des utilisateurs réguliers d'Internet

- % d'individus qui sont des utilisateurs fréquents d'Internet
- % de la population utilisant un ordinateur portable pour accéder à Internet
- % de la population n'ayant jamais utilisé Internet
- % de la population qui recherche de l'information sur les biens et services
- % de la population qui lit, télécharge des nouvelles ou des magazines
- % de la population qui joue ou télécharge des jeux, de la musique, des films ou des images
- % de la population qui utilise les services bancaires en ligne
- % de la population qui « téléverse » du contenu créé par eux-mêmes afin qu'il soit partagé
- % de la population qui recherche de l'information sur la santé
- % de la population qui recherche un emploi ou postule pour un emploi
- % de la population qui suit un cours en ligne
- % de la population qui recherche de l'information sur l'éducation, la formation et les cours offerts
- % de la population qui interagit en ligne avec les autorités publiques
- % de la population qui envoie des documents remplis au gouvernement
- % des internautes qui recherchent de l'information sur les biens et services
- % des internautes qui lisent ou téléchargent des nouvelles ou des magazines
- % des internautes qui jouent ou téléchargent des jeux, de la musique, des films ou des images
- % des internautes qui utilisent les services bancaires en ligne
- % des internautes qui « téléversent » du contenu créé par eux-mêmes afin qu'il soit partagé
- % des internautes qui recherchent de l'information sur la santé
- % des internautes qui recherchent un emploi ou postulent pour un emploi
- % des internautes qui suivent un cours en ligne
- % des internautes qui recherchent de l'information sur l'éducation, la formation et les cours offerts
- % des internautes qui interagissent en ligne avec les autorités publiques
- % des internautes qui envoient des documents remplis aux autorités publiques
- % des services publics aux citoyens accessibles en ligne
- % des services publics aux entreprises accessibles en ligne
- % de la population ayant interagit avec les autorités publiques au cours des 12 derniers mois
- % de la population ayant envoyé des documents remplis aux autorités publiques
- % des entreprises interagissant avec les autorités publiques
- % des entreprises ayant envoyé des documents remplis aux autorités publiques
- % des entreprises ayant fait une offre d'approvisionnement dans le cadre d'un appel d'offres public
- % de la population ayant commandé un bien ou un service
- % des internautes ayant commandé un bien ou un service
- % de la population ayant commandé un bien ou un service d'un vendeur hors UE
- % des internautes ayant commandé un bien ou un service d'un vendeur hors UE
- % de la population ayant vendu un bien ou un service
- % des internautes ayant vendu un bien ou un service
- % de la population ayant commandé un produit numérique accessible en ligne
- % des internautes ayant commandé un produit numérique accessible en ligne
- Part du chiffre d'affaires des entreprises provenant des ventes en ligne **(E15)**
- % des entreprises utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour acheter en ligne **(E16)**
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs pour acheter en ligne **(E16)**
- % des entreprises utilisant un réseau d'ordinateurs (site Web, EDI, etc.) pour vendre en ligne **(E14)**
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs pour vendre en ligne **(E14)**
- % des grosses entreprises qui partagent électroniquement à l'interne de l'information sur les commandes **(E12)**
- % des PME qui partagent électroniquement à l'interne de l'information sur les commandes **(E13)**
- % des entreprises qui utilisent une application de gestion de la clientèle
- % des entreprises qui échangent des documents dans un format qui permet un traitement automatisé **(E12)**
- % des entreprises qui envoient ou reçoivent des factures électroniques dans un format qui permet un traitement automatisé **(E12)**
- % des entreprises qui partagent électroniquement de l'information sur la chaîne logistique **(E12)**

Statistiques sur la société de l'information

Indicateurs de politiques (isoc_pi)

Évaluation comparative de l'Europe numérique - indicateurs de performance essentiels (isoc_pibdek)

- Marché unique numérique – Promouvoir le commerce électronique pour les particuliers (isoc_bdek_smi)
- Marché unique numérique – Promouvoir le commerce électronique pour les entreprises (isoc_bdek_sme)
- Intégration numérique – Particuliers (isoc_bdek_di)
- Administration en ligne – Particuliers (isoc_bdek_ps)

Évaluation comparative de l'Europe numérique – indicateurs 2011-2015 (isoc_pibde15)

A. Secteur des TIC (isoc_bde15a)

- Pourcentage du secteur des TIC dans le PIB (isoc_bde15ag)
- Emploi dans le secteur des TIC, en pourcentage de l'emploi total (isoc_bde15ap)
- Évolution de la valeur ajoutée du secteur des TIC, en pourcentage et en prix courants (isoc_bde15av)
- Dépenses de R-D des entreprises du secteur des TIC en pourcentage des dépenses R-D totales (isoc_bde15ar)

B. Accès à large bande et connectivité (isoc_bde15b)

- Accès à large bande et connectivité – Ménages (isoc_bde15b_h) **(M3)**
- Accès à large bande et connectivité – Particuliers (isoc_bde15b_i)
- Accès à large bande et connectivité – Salariés (isoc_bde15b_p)
- Accès à large bande et connectivité – Entreprises (isoc_bde15b_e) **(E2)**

C. Utilisation des TIC par les particuliers (isoc_bde15c)

- Utilisation d'Internet et activités sur Internet (isoc_bde15cua)
- e-banking et e-commerce (isoc_bde15cbc)
- Compétences dans les TIC des particuliers (isoc_bde15csc)

D. Utilisation des TIC dans les entreprises (isoc_bde15d)

- Intégration de processus internes (isoc_bde15dip) **(E13)**
- Intégration avec les clients/fournisseurs et gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) (isoc_bde15disc) **(E12)**

- Technologies essentielles pour Internet des objets (isoc_bde15dth)
- e-commerce, logiciels de gestion de la relation clientèle et transactions sécurisées (isoc_bde15dec)

E. Service publics électroniques (isoc_bde15e)

- Disponibilité en ligne et interactivité des services publics (côté de l'offre) (isoc_bde15ess)
- Particuliers utilisant Internet dans les relations avec l'administration publique (isoc_bde15ei)
- Entreprises utilisant Internet dans les relations avec l'administration publique (isoc_bde15ee)

i2010 Indicateurs d'évaluation (isoc_pibi)

Indicateur d'évaluation : Développement d'accès à large bande (isoc_pibidb)

- Ménages disposant d'un accès à large bande (isoc_pibi_hba) **(M3)**
- Ménages ayant accès à Internet à leur domicile (isoc_pibi_hiac) **(M2)**
- Entreprises disposant d'un accès à large bande (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_eba) **(E2)**
- Entreprises disposant d'un accès à large bande (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_eban2) **(E2)**
- Ménages ayant accès à Internet, par moyen d'accès: PC, TV numérique, appareil mobile (isoc_pibi_hai) **(M5)**

Indicateur d'évaluation : Services avancés (isoc_pibias)

- Particuliers utilisant régulièrement l'Internet (isoc_pibi_use)
- Particuliers ayant fait des activités spécifiques en ligne, au cours des trois derniers mois (isoc_pibi_ioa) Indicateur d'évaluation: Adoption des TIC par les entreprises (isoc_pibiab)
- Adoption des TIC par les entreprises (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_ictb) **(E9)**
- Adoption des TIC par les entreprises (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_ictbn2) **(E9)**
- Personnes employées utilisant des ordinateurs connectés à Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_pci) **(E8)**
- Personnes employées utilisant des ordinateurs connectés à Internet (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_pcin2) **(E8)**
- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_etec) **(E15)**
- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_etecn2) **(E15)**

- Intégration interne des processus métiers (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_ibp)
- Intégration interne des processus métiers (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_ibpn2)
- Intégration avec les fournisseurs et/ou les clients (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_isc) **(E12)**
- Intégration avec les fournisseurs et/ou les clients (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_iscn2) **(E12)**

Indicateur d'évaluation: Inclusion (isoc_pibii)

- Raisons pour ne pas avoir l'accès à Internet à la maison (isoc_pibi_rni) **(M6)**
- Raisons pour ne pas avoir accès à la large bande à la maison (isoc_pibi_rnb)
- Places d'utilisation d'Internet (isoc_pibi_pai)

Benchmarking indicateur: Administration en ligne (isoc_pibips)

- Particuliers utilisant Internet dans les relations avec l'administration publique (isoc_pibi_igov)
- Entreprises utilisant Internet dans les relations avec l'administration publique (NACE Rév. 1.1) (isoc_pibi_egov)
- Entreprises utilisant Internet dans les relations avec l'administration publique (NACE Rév. 2) (isoc_pibi_egovn2)

Indicateurs du secteur des TIC (isoc_ic)

- Indicateur d'évaluation: Impact du secteur des TIC (isoc_ic_biimp) (3 indicateurs)
- Indicateur d'évaluation: Dépenses de R-D dans le secteur des TIC (isoc_ic_bires) (2 indicateurs)
- Indicateur d'évaluation: Impact et adoption des TIC par les entreprises (isoc_ic_bibus)
- Utilisateurs des TIC, en pourcentage des emplois (isoc_ic_biski)
- Spécialistes en TIC, en pourcentage des emplois (isoc_ic_bispe)

e2005 Indicateurs de politiques (isoc_pi05)

Indicateur de politiques: Accès des citoyens à Internet et utilisation d'Internet (isoc_pi_a)

- Accès des citoyens à Internet et utilisation d'Internet (isoc_pi_a1)
- Particuliers utilisant régulièrement Internet (isoc_pi_a2)
- Ménages ayant accès à Internet, par moyen d'accès: PC, TV numérique, appareil mobile (isoc_pi_a3) (M5)
- Particuliers ayant accès à Internet, par lieu d'accès (domicile, bureau, établissement scolaire, cybercafé, point d'accès public, etc.) (isoc_pi_a4)
- Ménages ou particuliers ayant accès à Internet dans les régions de l'objectif 1 (isoc_pi_a6)

Indicateur de politiques: Accès des entreprises à Internet et utilisation d'Internet (isoc_pi_b)

- Personnes employées utilisant des ordinateurs reliés à Internet dans le cadre de leur travail normal (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_b1) **(E8)**
- Personnes employées utilisant des ordinateurs reliés à Internet dans le cadre de leur travail normal (NACE Rév. 2) (isoc_pi_b1n2) **(E8)**
- Entreprises ayant accès à Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_b2) **(E1)**
- Entreprises ayant accès à Internet (NACE Rév. 2) (isoc_pi_b2n2) **(E1)**
- Entreprises ayant un site web ou une page d'accueil (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_b3) **(E10)**
- Entreprises ayant un site Web ou une page d'accueil (NACE Rév. 2) (isoc_pi_b3n2) **(E10)**
- Entreprises utilisant extranet/intranet (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_b4) **(E9)**
- Entreprises utilisant extranet/intranet (NACE Rév. 2) (isoc_pi_b4n2) **(E9)**
- Entreprises dont des membres du personnel effectuent une partie de leur travail en dehors de l'entreprise et accèdent de là aux systèmes informatiques de l'entreprise (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_b5)

Indicateur de politiques: Administration en ligne (isoc_pi_d)

- Particuliers utilisant Internet pour leurs contacts avec les pouvoirs publics, par usage (demande d'information, demande de formulaires, envoi de formulaires remplis) (isoc_pi_d2)
- Entreprises utilisant Internet pour leurs contacts avec les pouvoirs publics, par usage (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_d3)
- Entreprises utilisant Internet pour leurs contacts avec les pouvoirs publics, par usage (NACE Rév. 2) (isoc_pi_d3n2)

Indicateur de politiques: e-learning (isoc_pi_e)

- Particuliers ayant utilisé Internet à des fins de formation et d'enseignement (isoc_pi_e2)
- Entreprises utilisant des applications eLearning pour la formation ou le perfectionnement de leur personnel (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_e3)
- Entreprises utilisant des applications eLearning pour la formation ou le perfectionnement de leur personnel (NACE Rév. 2) (isoc_pi_e3n2)

Indicateur de politiques: e-Santé (isoc_pi_f)

- Particuliers utilisant Internet pour obtenir des informations sur la santé, pour elles-mêmes ou pour d'autres (isoc_pi_f1)

Indicateur de politiques: Acheter et vendre en ligne (isoc_pi_g)

- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_g1) **(E15)**
- Chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 2) (isoc_pi_g1n2) **(E15)**

- Particuliers ayant, au cours des trois derniers mois, commandé/acheté par Internet des biens ou services pour leur usage personnel (isoc_pi_g2)
- Entreprises ayant reçu des commandes en ligne pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_g3) **(E14)**
- Entreprises ayant reçu des commandes en ligne pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 2) (isoc_pi_g3n2) **(E14)**
- Entreprises ayant reçu des paiements en ligne pour des ventes par Internet pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_g4) **(E14)**
- Entreprises ayant acheté en ligne pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_g5) **(E16)**
- Entreprises ayant acheté en ligne pendant l'année civile précédente (NACE Rév. 2) (isoc_pi_g5n2) **(E16)**

Indicateur de politiques : Expérience des utilisateurs d'Internet et leurs habitudes en matière de sécurité informatique (isoc_pi_i)

- Particuliers ayant un accès à Internet et ayant connu des problèmes de sécurité (isoc_pi_i1)
- Entreprises ayant un accès à Internet et ayant connu des problèmes de sécurité (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_i2)
- Particuliers ayant pris des mesures de précaution en matière de sécurité informatique au cours des trois derniers mois (isoc_pi_i3)
- Entreprises ayant pris des mesures de précaution en matière d'informatique (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_i4)
- Entreprises ayant installé des dispositifs de sécurité sur leurs ordinateurs et qui les ont actualisés au cours des trois derniers mois (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_i5e)
- Particuliers ayant installé des dispositifs de sécurité sur leurs ordinateurs et qui les ont actualisés au cours des trois derniers mois (isoc_pi_i5i)

Indicateur de politiques : Connexions à la large bande (isoc_pi_j)

- Entreprises disposant d'un accès à la large bande (NACE Rév. 1.1) (isoc_pi_j2) **(E2)**
- Entreprises disposant d'un accès à la large bande (NACE Rév. 2) (isoc_pi_j2n2) **(E2)**
- Ménages disposant d'un accès à large bande (isoc_pi_j3) **(M1)**
- Ménages équipés de connexions à un réseau domestique (isoc_pi_j6)

Société de l'information : Indicateurs structurels (isoc_si)

- Connexions à large bande (isoc_si_broad)
- Utilisation de e-gouvernement par les entreprises (côté de la demande) (NACE Rév. 1.1) (isoc_si_egov)
- Utilisation de e-gouvernement par les entreprises (côté de la demande) (NACE Rév. 2) (isoc_si_egovn2)

- Utilisation de e-gouvernement par les particuliers (côté de la demande) dans les derniers trois mois, total et ventilation H/F (isoc_si_igov)
- Disponibilité en ligne de e-gouvernement (côté de l'offre) (isoc_si_sseg)
- E-commerce (NACE Rév. 1.1) (isoc_si_ec)
- Niveau d'accès à Internet (en %) (isoc_si_lia)
- Dépenses relatives aux technologies de l'information et de la communication en million d'euros et en pourcentage du PIB (isoc_si_ite)
- Prix des télécommunications (isoc_si_tprc)
- Parts de marché (en % du marché total) (isoc_si_msht)

Télécommunications (isoc_tc)

- Télécommunications: Emploi - Équivalent temps plein (isoc_tc_empf)
- Télécommunications: Emploi - nombre (isoc_tc_empn) Télécommunications: Investissements (isoc_tc_inv)
- Télécommunications: Chiffre d'affaires (isoc_tc_tur)
- Télécommunications: Recettes et paiements internationaux (isoc_tc_rec)
- Télécommunications: Appels internationaux (isoc_tc_cal)
- Télécommunications: Trafic téléphonique (isoc_tc_tra)
- Télécommunications: SMS (Short message service) (isoc_tc_sms)
- Télécommunications: Accès aux services de télécommunication (1 000) (isoc_tc_ac1)
- Télécommunications: Accès aux services de télécommunication (par 100 habitants) (isoc_tc_ac2)
- Télécommunications: Accès aux services de télécommunication (%) (isoc_tc_hsh)
- Télécommunications: Opérateurs et fournisseurs d'accès (isoc_tc_ops)

Les ordinateurs et Internet dans les ménages et dans les entreprises (isoc_ci)

Ordinateurs et Internet: Résumé des agrégats de l'UE (isoc_ci_eu)

- Ordinateurs et Internet: Ménages - Résumé des agrégats EU (isoc_ci_eu_h)
- Ordinateurs et Internet: Particuliers - Résumé des agrégats EU (isoc_ci_eu_i)
- Ordinateurs et Internet: Entreprises - Résumé des agrégats EU (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_eu_e)
- Ordinateurs et Internet: Entreprises - Résumé des agrégats EU (NACE Rév. 2) (isoc_ci_eu_en2)
- Ordinateurs et Internet: Employés - Résumé des agrégats EU (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_eu_p)
- Ordinateurs et Internet: Employés - Résumé des agrégats EU (NACE Rév. 2) (isoc_ci_eu_pn2)

Ordinateurs – Disponibilité et utilisation (isoc_ci_cm)

- Ménages – Disponibilité des ordinateurs (isoc_ci_cm_h)
- Entreprises – Disponibilité des ordinateurs (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_cm_e)
- Entreprises – Disponibilité des ordinateurs (NACE Rév. 2) (isoc_ci_cm_en2)
- Salariés – Disponibilité des ordinateurs (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_cm_p)
- Salariés – Disponibilité des ordinateurs (NACE Rév. 2) (isoc_ci_cm_pn2)
- Ménages – Ordinateurs: dispositifs et systèmes de communication (isoc_ci_cd_h)
- Entreprises – Ordinateurs: dispositifs et systèmes de communication (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_cd_e)
- Entreprises – Ordinateurs: dispositifs et systèmes de communication (NACE Rév. 2) (isoc_ci_cd_en2)
- Particuliers - Utilisation d'ordinateurs (isoc_ci_cfp_cu)
- Particuliers - Fréquence d'utilisation d'ordinateurs (isoc_ci_cfp_fu)
- Particuliers - Place d'utilisation d'ordinateurs (isoc_ci_cfp_pu)

Internet – Niveau d'accès, utilisation et activités (isoc_ci_in)

- Ménages – Niveau d'accès à Internet (isoc_ci_in_h)
- Entreprises – Niveau d'accès à Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_in_e)
- Entreprises – Niveau d'accès à Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ci_in_en2)
- Employées – Niveau d'accès à Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_in_p)
- Employées – Niveau d'accès à Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ci_in_pn2)
- Ménages – Dispositifs pour accéder Internet (isoc_ci_id_h) **(M5)**
- Salariés – Dispositifs pour accéder Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_id_p)
- Salariés – Dispositifs pour accéder Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ci_id_pn2)
- Particuliers – Utilisation d'Internet (isoc_ci_ifp_iu) Particuliers – Fréquence d'utilisation d'Internet (isoc_ci_ifp_fu)
- Particuliers – Place d'utilisation d'Internet (isoc_ci_ifp_pu)
- Ménages – Type de connexion d'Internet (isoc_ci_it_h) **(M4)**
- Entreprises – Type de connexion d'Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_it_e) **(E4)**
- Entreprises – Type de connexion d'Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ci_it_en2) **(E4)**
- Salariés – Type de connexion d'Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_it_p)
- Salariés – Type de connexion d'Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ci_it_pn2)
- Particuliers – Accès mobile à Internet (isoc_ci_im_i) Activités sur Internet – Particuliers (isoc_ci_ac_i)
- Activités sur Internet – Entreprises (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_ac_e)
- Activités sur Internet – Entreprises (NACE Rév. 2) (isoc_ci_ac_en2)
- Entreprises – Travail à distance (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_tw_e)
- Salariés – Travail à distance (NACE Rév. 1.1) (isoc_ci_tw_p)

Module spécial 2008: Particuliers - Utilisation de services avancés (isoc_ci_as)

- Utilisation de l'Internet à des fins privées pour des activités de communication avancées (à l'exception du courrier électronique) (isoc_cias_com)
- Mesure dans laquelle les appels par Internet ont remplacé les autres moyens de communication (isoc_cias_icr)
- Utilisation de l'internet à des fins de loisirs liées à l'obtention et au partage de contenus audiovisuels (isoc_cias_av)
- Téléchargement de musique et/ou de films sur Internet, par fréquence (isoc_cias_df) Paiement pour un contenu audiovisuel en ligne (isoc_cias_avp)
- Mesure dans laquelle l'utilisation d'internet a remplacé le temps consacré à des activités hors ligne (isoc_cias_iur)
- Utilisation du téléphone portable (isoc_cias_mph)

Module spécial 2010: Sécurité sur Internet (isoc_ci_sc)

- Particuliers – Perceptions de sécurité sur Internet, incidents et précautions prises (isoc_ci_sci)
 - Préoccupation au sujet des problèmes possibles relatifs à l'utilisation d'Internet (isoc_cisci_co)
 - Problèmes de sécurité subis en utilisant Internet à des fins privées pendant les 12 derniers mois (isoc_cisci_pb)
 - Préoccupations sécuritaires ayant empêché les activités sur Internet (isoc_cisci_ax)
 - Utilisation et mise à jour de logiciels de sécurité ou outils de protection de l'ordinateur privé et des données (isoc_cisci_sw)
 - Raisons pour ne pas mettre à jour les logiciels de sécurité (isoc_cisci_rux)
 - Fréquence de copies de sauvegarde de l'ordinateur sur support externe ou serveur en ligne (isoc_cisci_f)
- Entreprises – La sécurité des TIC, incidents et mesures prises (isoc_ci_sce)
 - La politique de sécurité: risques abordés et sensibilisation du personnel (isoc_cisce_ra)
 - Incidents TIC liés à la sécurité et conséquences (isoc_cisce_ic)
 - Procédures et outils de sécurité (isoc_cisce_fp)

Module spécial 2011: Entreprises - Administration en ligne (isoc_ci_eg)

- Gestion de procédures administratives avec les services publics en retournant des formulaires remplis par voie électronique (isoc_cieg_map)
- Facteurs limitant les échanges par voie électronique avec les autorités publiques (isoc_cieg_lim)
- Système d'appels d'offres publiques électroniques (isoc_cieg_pep)
- Raisons pour ne pas offrir de biens ou de services dans le cadre d'un système électronique d'appels d'offres publiques (isoc_cieg_ngs)

E-Commerce par des particuliers et entreprises (isoc_ec)

- Achats effectués par des particuliers sur Internet (isoc_ec_ibuy)
- Problèmes rencontrés par les particuliers lors de leurs achats/commandes sur Internet (isoc_ec_iprb)
- Obstacles perçus à l'achat/commande sur Internet (isoc_ec_inb)
- Entreprises effectuant des achats par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ec_ebuy) **(E16)**
- Entreprises effectuant des achats par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ec_ebuy2) **(E16)**
- Entreprises réalisant des ventes par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ec_esel) **(E14)**
- Entreprises réalisant des ventes par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ec_esel2) **(E14)**
- Valeur des achats et des ventes par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 1.1) (isoc_ec_eval)
- Valeur des achats et des ventes par Internet et/ou des réseaux autres qu'Internet (NACE Rév. 2) (isoc_ec_eval2)

Compétences dans les TI des particuliers et dans les entreprises (isoc_sk)

Compétences dans les TI des particuliers (isoc_ski)

- Connaissances en informatique des particuliers (isoc_sk_cskl_i)
- Compétences Internet des particuliers (isoc_sk_iskl_i)
- Acquisition de compétences dans les TIC (isoc_sk_how_i)
- Dernière formation en informatique (isoc_sk_rtc_i)
- Raisons pour lesquelles un cours sur l'utilisation d'un ordinateur n'a pas été suivi (isoc_sk_rnct_i)

Compétences dans l'entreprise en matière de TIC et demande de qualification en TIC (isoc_ske)

- Entreprises ayant employé des spécialistes en TIC/TI (isoc_ske_itsp_e) **(E19)**
- Spécialistes en TIC/TI employés par les entreprises (isoc_ske_itsp_p)
- Entreprises ayant essayé de recruter/ayant recruté du personnel pour des emplois nécessitant des qualifications en TIC (isoc_ske_itrcr)
- Raisons principales de l'existence de postes vacants difficiles à pourvoir pour des emplois nécessitant des spécialistes en TIC/TI (isoc_ske_itspvr)
- Entreprises ayant organisé des formations pour développer/améliorer les compétences en TIC de leur personnel (isoc_ske_itt) **(E20)**
- Entreprises où des fournisseurs externes ont effectué certaines fonctions (isoc_ske_xfsp) **(E19)**

Statistiques régionales sur la société de l'information (isoc_reg)

- Ménages ayant accès à Internet à leur domicile (isoc_r_iacc_h) **(M2)**
- Ménages disposant d'un accès à large bande (isoc_r_broad_h) **(M3)**
- Particuliers utilisant régulièrement Internet (isoc_r_iuse_i)
- Particuliers n'ayant jamais utilisé un ordinateur (isoc_r_cux_i)
- Particuliers ayant commandé des biens ou des services sur Internet pour leur usage privé (isoc_r_blt12_i)

Eurostat yearbook 2011

Dans ce ouvrage annuel, Eurostat publie chaque année un ensemble de données statistiques sur l'Europe. Parmi ces données, on trouve des indicateurs sur la société de l'information.

- Ménages ayant accès à Internet **(M2)**
- Type de connexion (accès commuté ou large bande) **(M4)**
- Utilisation de l'ordinateur par les individus **(M1)**
- Utilisation d'Internet par les individus
- Utilisation de l'Internet pour trouver de l'information sur les biens et services par les individus
- Lieux d'utilisation d'Internet
- Fréquence d'utilisation d'Internet
- % d'individus qui ont commandé un bien ou un service sur Internet au cours des 12 derniers mois
- Biens et services commandés sur Internet au cours des 12 derniers mois
- Raisons pour ne pas utiliser Internet pour acheter des biens et services en ligne
- Entreprises utilisant diverses TIC (Internet, large bande, connexion mobile, site Web, extranet, intranet) **(E9)**
- Fonctionnalités disponibles sur le site Web des entreprises
- Entreprises effectuant des ventes en ligne **(E14)**
- Pourcentage du chiffre d'affaires découlant de la vente en ligne **(E15)**
- Entreprises effectuant des achats en ligne **(E16)**
- Ventes en ligne selon la destination et la taille de l'entreprise **(E14)**
- Entreprises envoyant régulièrement des commandes électroniques selon la location géographique du vendeur **(E14)**
- Utilisation de l'identification par radiofréquence selon l'activité économique et la taille de l'entreprise
- Utilisation de l'identification par radiofréquence selon le but

Annexe 2

Inventaire des sources de données au Québec

Cette section recense les différentes sources de données sur l'accès et l'utilisation d'Internet ainsi que sur les TIC au Québec. Les données sont évaluées selon leur pertinence, leur représentativité et leur disponibilité.

Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (ECUI) Statistique Canada

Débutée en 2005, l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* (ECUI) mesure l'importance et l'étendue de l'utilisation d'Internet par les particuliers au Canada. Elle remplace l'*Enquête sur l'utilisation d'Internet dans les ménages* (EUIM) qui traitait du même sujet, mais pour les ménages canadiens. La conception de l'ECUI se fonde sur l'enquête modèle de l'OCDE sur les indicateurs pour la société de l'information. En 2010, parrainée par Industrie Canada, l'enquête a été modifiée par Statistique Canada. Ainsi, il y a maintenant un volet ménage (accès au domicile, type de connexion, revenu du ménage) et un volet individu (comportement et activités en ligne). Concernant la sécurité en ligne, la nouvelle édition de l'enquête se concentre maintenant sur les mesures de sécurité prises, par exemple l'achat de logiciels de sécurité, plutôt que sur des perceptions.

Pertinence

Type de données recueillies en 2010:

- Volet ménage
 - Équipements d'accès
 - Type de connexion
 - Raisons pour lesquelles le ménage n'a pas accès à Internet
 - Connexion haute vitesse
 - Facteurs socioéconomiques des ménages (revenu familial, niveau de scolarité)
- Volet individu
 - Fréquence d'utilisation
 - Nombre d'heures d'utilisation
 - Lieu d'accès
 - Activités en ligne
 - Magasinage en ligne (dépenses, biens et services commandés, valeur des commandes, entreprises étrangères, entreprises canadiennes)
 - Mesures de sécurité prises pour la protection des renseignements personnels et financiers

Années couvertes:

- Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM): 1997, 1999, 2001, 2003
- Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (ECUI): 2005, 2007, 2009, 2010

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon la province. À la demande de l'ISQ, Statistique Canada ventile les données par régions administratives pour le Québec. Il y a aussi une ventilation selon certaines catégories socioéconomiques (âge, sexe, scolarité, revenu, etc.)

Représentativité

La population cible inclut les résidents du Canada âgés de 16 ans et plus, à l'exclusion des résidents du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut, des pensionnaires des établissements, des personnes vivant dans les réserves indiennes et des membres à temps plein des Forces canadiennes. En 2009, la taille de l'échantillon était de 23 178 individus pour le Canada et 4 437 pour le Québec. En 2010, ces chiffres sont de 30 770 et 5 700. Dans certains cas, même si les coefficients de variation ne sont pas larges, il faut faire attention dans les comparaisons entre les régions administratives, à cause de la taille d'échantillon.

Un traitement méthodologique a été effectué: détection des erreurs, imputation, pondération et évaluation de la qualité permettant ainsi d'obtenir des données de qualité.

Disponibilité

À chaque édition de l'enquête, il y a une entente entre Statistique Canada et l'Institut de la Statistique du Québec pour l'obtention de données. Depuis 2009, Statistique Canada traite les données pour l'ISQ. Le délai est d'environ un mois pour la préparation des fichiers.

www5.statcan.gc.ca/cansim/a33?RT=TABLE&themeID=2258&spMode=tables&lang=fra

Enquête sur les dépenses des ménages **Statistique Canada**

L'*Enquête sur les dépenses des ménages* vise à obtenir des renseignements détaillés sur les postes de dépenses des ménages canadiens. Cette enquête annuelle recueille également de l'information sur les caractéristiques des logements ainsi que sur l'équipement ménager. Menée depuis 1997, l'*Enquête sur les dépenses des ménages* a remplacé l'*Enquête sur les dépenses des familles* et l'*Enquête sur l'équipement ménager*.

Pertinence

Type de données recueillies

- Taux d'informatisation des ménages
- Taux de branchement à Internet basse vitesse et à Internet haute vitesse dans les ménages
- Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour les TIC (matériel informatique, services Internet, services cellulaires)

Années couvertes

1997 à 2011

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon la province.

Représentativité

L'enquête est effectuée dans les ménages privés canadiens. Les groupes suivants sont exclus de l'enquête :

- les personnes qui vivent dans les réserves indiennes;
- les représentants officiels de pays étrangers qui vivent au Canada et leur famille;
- les membres d'ordres religieux et d'autres groupes vivant en communauté;
- les membres des Forces canadiennes vivant dans des camps militaires;
- les personnes vivant dans des résidences pour personnes âgées; et
- les personnes qui vivent à plein temps dans les institutions : par exemple, les détenus des pénitenciers et les malades chroniques qui vivent dans des hôpitaux et dans des établissements de soins de longue durée.

Taille de l'échantillon : 16 758 ménages

Un traitement méthodologique a été effectué sur les données : détection des erreurs, imputation, pondération, évaluation de la qualité et révision, permettant ainsi d'obtenir des données de qualité.

Disponibilité

Il y a une entente entre Statistique Canada et l'Institut de la Statistique du Québec pour l'échange du fichier de microdonnées. Chaque année, l'Institut de la Statistique du Québec reçoit ainsi un fichier traité par Statistique Canada et un fichier de microdonnées.

www5.statcan.gc.ca/cansim/a33?RT=TABLE&themelD=2258&spMode=tables&lang=fra

NETendances **CEFRIO**

NETendances mesure depuis 1999 l'utilisation et l'appropriation d'Internet au Québec. Une fois par année, cette enquête dresse le portrait intégral de l'informatisation du Québec. De plus, chaque mois, elle fait état des principales tendances en matière des différents usages des TIC : médias sociaux, divertissement en ligne, mobilité, gouvernement en ligne, commerce électronique et services bancaires en ligne, informatisation du Québec, générations d'internautes et Internet comme source d'information.

Pertinence

Type de données recueillies

NETendances diffuse de l'information sous forme de fascicules sur des sujets variés :

- Les médias sociaux
- Le divertissement en ligne
- La mobilité
- Le gouvernement en ligne
- Le commerce électronique et les services bancaires en ligne
- L'informatisation au Québec
- Les diverses générations d'internautes
- Internet : source d'information

Années couvertes

1999 à 2011

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon 5 regroupements de régions administratives et selon certaines catégories socioéconomiques.

Représentativité

Léger Marketing a interrogé 1 006 adultes (18 ans et plus) québécois tous les mois. Les données sont recueillies à l'aide d'un sondage omnibus. Ainsi, il n'y a pas de méthode d'échantillonnage. Le taux de réponse à l'enquête se situe généralement à près de 60%. Afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des strates de la population, les résultats sont pondérés selon le sexe, la langue et la région de résidence. La marge d'erreur maximale est de 3,4 %, et ce, 19 fois sur 20 chaque mois.

Disponibilité

Les données sont disponibles sur le site Web du CEFRIO pour ses membres. L'ISQ y est membre et a donc accès aux publications du CEFRIO. Les 17 régions administratives ont été regroupées en 5 grandes régions.

www.cefrio.qc.ca/publications/liste-des-publications/categorie/netendances/

Indice du commerce électronique CEFRIO

L'Indice du commerce électronique au Québec est un indicateur économique qui permet de mesurer l'ampleur des achats effectués en ligne au Québec. L'Indice du commerce électronique au Québec vise à évaluer avec précision l'ampleur des dépenses effectuées par les Québécois sur Internet et à suivre leur évolution mensuelle.

Pertinence

Type de données recueillies

- Proportion d'acheteurs en ligne
- Montant moyen du panier d'achats selon l'âge
- Dépenses totales en ligne

Années couvertes

2007 à 2011

Ventilation des résultats

Aucune

Représentativité

Environ 1 000 adultes québécois sont sondés mensuellement sur leurs habitudes d'achat en ligne. Les données sont recueillies à l'aide d'un sondage omnibus. Ainsi, il n'y a pas de méthode d'échantillonnage. La marge d'erreur maximale est de $\pm 3,4\%$, et ce, 19 fois sur 20 chaque mois. Afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des strates de la population, les résultats sont pondérés selon le sexe, la langue et la région de résidence.

Disponibilité

Les données sont disponibles sur le site Web du CEFRIO pour ses membres. L'ISQ y est membre et a donc accès aux publications du CEFRIO. Les 17 régions administratives ont été regroupées en 5 grandes régions.

www.indice-commerce-electronique.qc.ca/

Génération C CEFRIO

L'enquête vise à récolter de l'information sur l'utilisation des TIC et les effets de celles-ci sur les pratiques et les comportements des jeunes de 12 à 24 ans.

Pertinence

Type de données recueillies

- Équipement électronique
- Activités en ligne selon le sexe
- Lieu d'utilisation
- Habitudes d'utilisation (fréquence)
- Langue des sites visités
- Utilisation d'Internet pour les études
- Utilisation de l'ordinateur en classe
- Connexion haute vitesse à la maison
- Les compétences en TI
- Achat en ligne
- Préoccupations face à la sécurité des achats en ligne
- Attitude éthique des jeunes par rapport à Internet

Année couverte

2009

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon le sexe et selon deux regroupements d'âge.

Représentativité

Le CEFRIO a mandaté Léger Marketing pour mener un sondage exclusif auprès de 2 020 jeunes québécois de 12 à 24 ans. L'enquête a été menée par téléphone. Il y a aussi eu des séances de discussion regroupant au total 52 participants. Finalement, le CEFRIO a organisé un colloque international Génération C qui a permis de recueillir les commentaires de conférenciers renommés.

Population cible: 1,3 million de jeunes en 2008 selon l'ISQ

Taille de l'échantillon: 2 020 jeunes

Les résultats obtenus ont été pondérés en tenant compte des données les plus récentes de Statistique Canada. La marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 2,2\%$, 19 fois sur 20.

Disponibilité

Les données sont disponibles sur le site Web du CEFRIO pour ses membres. L'ISQ y est membre et a donc accès aux publications du CEFRIO.

www.cefrio.qc.ca/publications/liste-des-publications/categorie/generation-c/

Génération A CEFRIO

L'enquête vise à fournir de l'information sur la relation qu'entretiennent les aînés du Québec avec les TIC.

Pertinence

Type de données recueillies

- Utilisation d'Internet selon certaines caractéristiques démographiques
- Équipement informatique (lecteur DVD, ordinateur de table, appareil photo numérique, téléphone cellulaire, clé USB, etc.)
- Habitudes d'utilisation d'Internet

- Activités sur Internet (jeu, divertissement, activités bancaires)
- Achats en ligne
- Préoccupations face à la sécurité des achats en ligne
- Utilisation des services publics en ligne
- Activités sociales sur Internet
- Motivations à l'utilisation d'Internet
- Frein à l'utilisation d'Internet

Année couverte

2009

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon l'âge, le sexe, le revenu, la scolarité, cinq regroupements de régions, la situation familiale et la langue maternelle.

Représentativité

L'information semble avoir été recueillie grâce à une étude quantitative, une analyse qualitative ainsi qu'à une expérimentation sur de nouveaux services et outils technologiques.

Disponibilité

Les données sont disponibles sur le site Web du CEFRIO pour ses membres. L'ISQ y est membre et a donc accès aux publications du CEFRIO. Les 17 régions administratives ont été regroupées en 5 grandes régions.

www.cefrio.qc.ca/publications/liste-des-publications/categorie/generation-a/

Enquête sur le commerce électronique et la technologie **Statistique Canada**

L'*Enquête sur le commerce électronique et la technologie* collecte de l'information sur les communications et la technologie, telle l'utilisation de l'ordinateur, d'Internet et des sites Web, ainsi que l'utilisation d'Internet à des fins de commerce électronique auprès d'un échantillon d'entreprises canadiennes.

Pertinence

Types de données recueillies

- Utilisation d'Internet
- Utilisation d'un site Web
- Commerce électronique
- Méthode d'accès à Internet (basse vitesse ou haute vitesse)

Années couvertes :

2000 à 2007

Ventilation des résultats

Les résultats sont uniquement ventilés selon le secteur d'activité (19 regroupements industriels). Ils concernent l'ensemble du Canada, car la nature et l'unité d'observation (entreprises) ne permettent pas la production d'estimations pour les provinces.

Représentativité

La population cible couvre les entreprises ayant un revenu brut de 100 000 \$ à peu près tous les secteurs industriels à l'exception des suivants :

- Secteur 11 sous-secteurs 111, 112, 114, 1151 et 1152
- Secteur 23 sous-secteur 238
- Secteur 91 sous-secteur 913
- Secteur 55 sous-secteur 551114
- Secteur 81 sous-secteur 814

Population cible : 702 000 entreprises

Taille de l'échantillon : 19 017 entreprises

Taux de réponse : 71 %

Le traitement méthodologique comme la détection de données aberrantes, la vérification, l'imputation de données manquantes et la pondération permet à l'échantillon d'être représentatif et d'obtenir ainsi des estimations non biaisées.

Disponibilité

Les résultats de l'enquête sont disponibles sur le site Web de Statistique Canada; ils sont accessibles via les tableaux CANSIM (voir lien plus bas) L'ISQ en présente des extraits pour les années 2002 à 2006 sur son site Web :

- Utilisation d'Internet
- Proportion d'entreprises ayant un site Web
- Proportion d'entreprises utilisant Internet pour la vente de leurs produits et services
- Valeur des ventes réalisées par Internet
- Proportion des ventes par Internet faites auprès des particuliers
- Proportion d'entreprises utilisant Internet
- Proportion des ventes par Internet faites à l'extérieur du Canada
- Proportion d'entreprises utilisant Internet pour l'achat de biens ou services
- Méthode d'accès à Internet (basse vitesse ou haute vitesse)

www5.statcan.gc.ca/cansim/subject-sujet;jsessionid=B720FA6BDF139A58BC605C1D29CC3662?lang=fra&spMode=tables&themeID=2257&stByVal=3

Enquête sur les technologies de pointe (établissements) Statistique Canada

L'Enquête sur les technologies de pointe vise à fournir de l'information sur les capacités technologiques des unités commerciales dans le secteur de la fabrication. L'enquête est menée occasionnellement, selon les besoins, et porte sur une période de référence de trois ans.

Pertinence

Type de données recueillies

- Utilisation des technologies de pointe par groupe fonctionnel
- Dépenses d'investissement en machines et matériel consacrées aux technologies de pointe
- Formation aux employés sur l'adoption des technologies de pointe
- Intégration des technologies de pointe
- Utilisation des technologies géomatiques et géospatiales
- Utilisation des biotechnologies
- Établissements innovateurs de produits ou de procédés
- Nouveauté des innovations de produits (biens ou services)
- Établissements innovateurs d'organisation et commercialisation
- Employés participant à des activités de recherche et développement

Année couverte

2007

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon la province, le secteur d'activité (49 regroupements industriels) et la taille de l'établissement (3 regroupements).

Représentativité

La population cible représente toutes les unités commerciales (établissements) dans le secteur de la fabrication (SCIAN 31-33) et l'exploitation forestière (SCIAN 1133) (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord, Statistique Canada, 2002) ayant au moins 20 employé(e)s et au moins 250 000 \$ de revenus. La couverture est déterminée dans une large partie par le parrainage assuré par le client.

Population cible : 16 590 établissements manufacturiers et 622 établissements de l'exploitation forestière

Échantillon : 8 438 établissements manufacturiers et 373 établissements de l'exploitation forestière

Taux de réponse pour le Québec : 71,8 %.

Un traitement méthodologique a été effectué : détection des erreurs, imputation, pondération et évaluation de la qualité permettant ainsi d'obtenir des données de qualité.

Disponibilité

Il y a eu une entente entre Statistique Canada et l'Institut de la Statistique du Québec pour l'obtention des microdonnées.

Certaines données sont disponibles sur le site Web de l'ISQ :

- Proportion d'établissements utilisant des technologies de pointe par groupe fonctionnel
- Proportion d'établissements utilisant au moins cinq technologies de pointe
- Proportion d'établissements avec dépenses d'investissement en machines et matériel consacrées aux technologies de pointe, secteur de la fabrication
- Proportion d'établissements offrant une formation aux employés en relation avec l'adoption des technologies de pointe
- Proportion d'établissements acquérant ou intégrant des technologies de pointe par divers moyens
- Proportion d'établissements indiquant des sources d'information ou d'aide ayant joué un rôle important dans l'adoption de technologies de pointe
- Proportion d'établissements utilisant des technologies géomatiques ou géospatiales
- Proportion d'établissements utilisant des technologies géomatiques ou géospatiales, et but de ces technologies
- Proportion d'établissements utilisant des biotechnologies
- Proportion d'établissements innovateurs de produits ou de procédés
- Nouveauté des innovations de produits (biens ou services)
- Proportion d'établissements innovateurs selon les innovations d'organisation et de commercialisation
- Proportion des employés à temps plein de l'établissement qui ont participé à des activités de recherche et développement
- Pourcentage moyen du total des recettes des établissements provenant de la vente de produits (biens ou services) aux clients dans divers marchés géographiques

www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4223&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2

Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises Institut de la statistique du Québec

Menée à deux reprises au début des années 2000, l'*Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises* visait à estimer le taux de pénétration de plusieurs technologies de l'information et des communications au sein des entreprises québécoises (connexion Internet haute vitesse, site Web, intranet, extranet, etc.), à mesurer la proportion d'entreprises faisant des transactions électroniques, à étudier la valeur et les bénéfices du commerce électronique et à identifier les facteurs pouvant freiner le développement de celui-ci.

Pertinence

Type de données recueillies

- Utilisation d'un ordinateur
- Branchement à Internet et les prévisions de branchement pour janvier 2002
- Présence sur le Web et les prévisions de diffusion d'information sur le Web pour janvier 2002
- Pratique de l'EDI (échange de documents informatisés)
- Placement de commandes par le biais d'Internet
- Réception de commandes par le biais d'Internet
- Caractéristiques des PME recevant des commandes par Internet (utilisation d'outils de cryptographie, types de clientèle en ligne, possibilité de paiement en ligne)
- Raisons pour lesquelles certaines PME ne prévoient pas permettre la commande en ligne de leurs produits et services

La deuxième édition de l'enquête est allée plus loin dans les données recueillies :

- Recueillir de l'information sur la valeur des ventes électroniques du secteur privé, notamment quant à leur répartition en matière de type de clientèle et de géographie
- Identifier les principaux bénéfices du commerce électronique, de même que les freins à son développement

Années couvertes

2001, 2002

Ventilation des résultats

Les résultats de l'enquête sont ventilés selon trois catégories de taille et cinq regroupements sectoriels représentant l'ensemble du secteur privé.

Représentativité

La première édition de l'enquête ciblait l'ensemble des entreprises du secteur privé ayant entre 1 et 200 employés. La deuxième visait l'ensemble des entreprises québécoises du secteur privé ayant 5 employés et plus. Cette population exclut les travailleurs autonomes, de même que les organisations des administrations publiques, les organismes religieux, les fondations, les groupes de citoyens et les organisations professionnelles. L'ISQ a utilisé la Base de données du registre des entreprises (BDRE) comme base de sondage.

Taille de l'échantillon (2^e édition) : 2 665 PME québécoises.

Taux de réponse : 69 %.

Afin de s'assurer de la qualité des données, il y a eu pondération, traitement de la non-réponse (partielle et globale). Les risques d'erreurs non attribuables à l'échantillonnage ont été réduits au minimum à l'aide de méthodes statistiques appropriées.

Disponibilité

L'ensemble des résultats des deux éditions de l'enquête ont fait l'objet d'un rapport d'enquête qu'on peut télécharger gratuitement à l'adresse ci-dessous. De plus, quelques données de l'enquête de 2001 sont présentement disponibles sur le site Web de l'ISQ.

www.stat.gouv.qc.ca/publications/savoir/comm_elect_entr2001.htm

www.stat.gouv.qc.ca/publications/savoir/comm_elect.htm

NETPme CEFRIO

Cette enquête vise à fournir de l'information sur l'adoption, l'appropriation et l'utilisation des TI par les PME québécoises.

Pertinence

Type de données recueillies

- Activités en ligne
- Perception de la sécurité des transactions en ligne
- Taux de branchement à Internet
- Connexion haute vitesse
- Possession d'un site Web, d'un intranet et d'un extranet
- Fonction d'affaires en ligne sur le site Web de l'entreprise
- Intégration des processus d'affaires
- Utilisation des services gouvernementaux en ligne

Années couvertes

2006 à 2010

Ventilation des résultats

Les résultats sont ventilés selon le secteur d'activité (quatre regroupements), selon la taille de l'entreprise (cinq strates) et selon la région (RMR de Québec, RMR de Montréal et ailleurs au Québec).

Représentativité

Les données de l'édition 2010 ont été colligées auprès de 1 500 dirigeants de PME et d'entreprises québécoises. Pour des raisons de représentativité et pour les besoins de l'analyse, des quotas par type d'activité, par taille et par région ont été prédéfinis. L'échantillon a été tiré de la base de sondage de Dun and Bradstreet. En 2009, le taux de réponse obtenu est de 49,1 % et la marge d'erreur pour l'échantillon total s'établit à $\pm 3,3\%$.

Taille de l'échantillon en 2009: 1801 PME québécoises

Disponibilité

Les données sont disponibles sur le site Web du CEFRIO pour ses membres. L'ISQ y est membre et a donc accès aux publications du CEFRIO.

www.cefr.io.qc.ca/publications/liste-des-publications/categorie/netpme/

Annexe 3

Stratégies numériques et indicateurs sur les TIC

Cette annexe présente les principaux objectifs des stratégies numériques et les indicateurs sur les technologies de l'information et des communications de quelques pays. On constate que les objectifs des différentes stratégies se ressemblent, notamment en ce qui concerne l'accès universel à l'Internet haut débit⁹. Les indicateurs présentés n'ont pas nécessairement été développés pour faire le suivi des stratégies numériques. Il peut donc y avoir des sujets abordés dans les stratégies numériques, mais non étudiés par l'organisme statistique officiel et vice-versa.

Certaines entités internationales telles que la Commission européenne, les Pays nordiques et l'OCDE publient des compendiums d'indicateurs. La Commission européenne s'est engagée à publier un tableau de bord annuellement pour faire le suivi de sa stratégie numérique. Les pays nordiques colligent chaque année des données statistiques à l'intérieur d'un tableau de bord; on y trouve notamment des indicateurs sur la science et la technologie. L'OCDE publie tous les deux ans un tableau de bord sur la science, la technologie et l'industrie. Cet organisme édite aussi régulièrement de l'information méthodologique sur la mesure de tels indicateurs.

La plupart des pays européens se réfèrent aux lignes directrices de l'organisme statistique européen Eurostat (voir manuel méthodologique¹⁰). Ainsi, les enquêtes auprès des ménages et des individus s'adressent aux individus âgés entre 16 et 74 ans et les ménages comportant au moins un individu de cet âge, tandis que les enquêtes auprès des entreprises s'adressent aux entreprises de 10 employés et plus de certains secteurs industriels. Il faut néanmoins faire attention avec la comparaison des indicateurs entre les pays. Non seulement les méthodologies d'enquête peuvent différer, mais les termes utilisés aussi.

9. Mentionnons que plusieurs pays utilisent le terme « large bande ». Souvent présenté comme synonyme de « haute vitesse », ce terme ne fait pas consensus. Selon l'OCDE, c'est une connexion Internet offrant un débit supérieur à 256 kbit/s. Or, au Canada, l'Internet haut débit signifie une connexion offrant un débit de 1,5 Mbit/s et plus. Ainsi, l'Internet large bande n'est pas nécessairement une connexion haute vitesse.

10. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/methodology

Stratégie

L'Australie a lancé sa stratégie numérique en 2011 : *#AU20 National Digital Economy Strategy*¹¹. Ce plan propose huit buts :

- Rendre l'Australie dans les cinq premiers pays de l'OCDE quant à la part de ménages branchés à l'Internet large bande
- Rendre l'Australie dans les cinq premiers pays de l'OCDE quant à la part d'entreprises et d'organismes sans but lucratif utilisant Internet et ses fonctionnalités
- Rendre accessibles les technologies intelligentes aux ménages, entreprises et autres organisations afin de mieux contrôler la consommation d'énergie
- Augmenter l'offre de consultations pour des soins de santé en ligne
- Augmenter les ressources éducatives en ligne et faciliter l'apprentissage via Internet
- Doubler le télétravail pour que 12 % des employés aient un arrangement avec leur employeur concernant le télétravail
- Augmenter à 80 % la part d'Australiens ayant des contacts en ligne avec le gouvernement
- Diminuer la différence entre les ménages et les entreprises des villes capitales par rapport à ceux dans les aires régionales

Le gouvernement australien a aussi annoncé des investissements pour rendre la fibre optique jusqu'à la maison (100 Mbit/s) dans 90 % des ménages australiens. Les 10 % restants devraient être branchés grâce aux technologies sans fil haute vitesse (12 Mbit/s). De plus, le cadre législatif du secteur des télécommunications doit être revu prochainement.

Indicateurs

L'organisme statistique officiel de l'Australie, l' **Australian Bureau of Statistics**, produit annuellement des données sur l'utilisation d'Internet par les ménages. Dans l'enquête *Multipurpose Household Survey*, il y a le module *Household Use of Information Technology* qui permet notamment d'obtenir de l'information sur l'utilisation d'Internet par les ménages. De plus, il y a l'enquête *Internet Activity Survey* auprès des fournisseurs de services Internet qui permet de recueillir l'information suivante sur les ménages et les entreprises. Concernant les entreprises, l' **Australian Bureau of statistics** a une enquête qui collige des données sur l'utilisation des TI par les entreprises : *Business Use of Information Technology*.

Ménages

*Source : Multipurpose Household Survey*¹²

- Ménages ayant accès à un ordinateur à la maison
- Ménages ayant accès à Internet à la maison
- Ménages ayant accès à Internet large bande à la maison
- Ménages n'ayant pas accès à un ordinateur et/ou Internet à la maison
- Lieu d'accès pour l'utilisation d'Internet
- Ménages ayant un accès commuté à Internet
- Type de connexion Internet des ménages (accès commuté ou large bande)
- Type de connexion Internet large bande des ménages
- Type de connexion à Internet des individus
- Type d'emploi des utilisateurs d'Internet ayant un emploi
- Activités en ligne des utilisateurs d'Internet
- Fréquence de l'utilisation d'Internet
- Achat de biens et services en ligne
- Raisons pour lesquelles l'individu n'utilise pas Internet pour acheter des biens et services
- Caractéristiques socioéconomiques des personnes n'utilisant pas Internet
- Type de logiciels de sécurité informatique détenus par les individus
- Type de connexion à Internet des personnes employés
- Type de connexion haute vitesse des ménages
- Connaissance du débit de connexion des individus

11. www.nbn.gov.au/the-vision/digitaleconomystrategy/

12. L'enquête Multipurpose Household Survey recolle aussi de l'information sur l'utilisation d'Internet par les personnes handicapées, les personnes âgées et les enfants âgés de 5 à 14 ans.

Source : Internet Activity Survey

- Abonnements à Internet par type de connexion
- Abonnements à Internet par secteur et par débit de téléchargement annoncé
- Abonnements à Internet par région et selon la taille du fournisseur de services Internet
- Volume de données téléchargées selon le type de connexion
- Proportion de fournisseurs de services Internet offrant d'autres services qu'Internet

Entreprises

Source : Business Use of Information Technology

- Utilisation de certaines technologies
- Entreprises ayant accès à Internet et étant présentes sur le Web
- Type principal de la connexion Internet (accès commuté ou large bande)
- Type principal de la connexion Internet large bande
- Principales fonctions que l'on trouve sur le site Web de l'entreprise
- Activités effectuées en ligne par les entreprises
- Relation avec les administrations publiques en ligne
- Source du support en TIC pour les entreprises
- Expériences de l'entreprise avec un incident ou une violation de la sécurité informatique
- Impacts des expériences de l'entreprise avec un incident ou une violation de la sécurité informatique
- Commerce électronique (ventes et achats)
- % des revenus provenant d'Internet sur les revenus totaux des biens et services
- Mode de réception des commandes en ligne
- Liens automatisés entre les différents systèmes de l'entreprise lorsque cette dernière reçoit une commande en ligne

Enquête ménage

www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/8146.0

Enquête entreprise

www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/8129.0

Stratégie

La Belgique a lancé sa stratégie numérique en 2009 : *La Belgique, cœur de l'Europe numérique 2010-2015*¹³. Celle-ci comporte des objectifs précis d'ici 2015 :

- Raccorder 90 % des familles à l'Internet haut débit
- Qu'un élève sur deux soit équipé, à partir de 6 ans, d'un ordinateur ou d'un miniportable comme matériel scolaire de base
- Que 50 % des habitants utilisent l'Internet mobile
- Que 50 % des factures soient envoyées de manière électronique
- Qu'un travailleur soit trois fois régulièrement du télétravail

Pour atteindre ces objectifs, la Belgique devra investir dans trois axes complémentaires :

- Mettre tout le monde en ligne : Internet, GSM, TV, etc.
- Disposer d'infrastructures performantes
- Passer du secteur TIC à la généralisation des TIC dans tous les secteurs

Indicateurs

L'organisme statistique de la Belgique : **La Direction générale statistique et information économique** (DGSIE) publie des données annuellement sur l'accès et l'utilisation d'Internet par les ménages et les individus ainsi que sur l'utilisation des TIC et le commerce électronique dans les entreprises. L'*Enquête sur les forces de travail* récolte de l'information sur l'utilisation des TIC par les ménages à travers son module TIC et Internet. L'*Enquête sur la structure des entreprises* récolte, quant à elle, de l'information sur les entreprises grâce au module sur l'utilisation des TIC auprès des entreprises.

Ménages

Sources : L'enquête sur les forces de travail

- Disponibilité de l'ordinateur dans le ménage
- Disponibilité d'un lecteur de cartes d'identité électroniques (eID) dans les ménages
- Intention d'acheter un ordinateur
- Disponibilité de l'Internet dans les ménages
- Intention d'avoir accès à l'Internet
- Appareils connectés à Internet dans le ménage
- Type de connexion Internet utilisé dans le ménage
- Raisons de ne pas avoir accès à Internet à domicile
- Ménages ayant une connexion Internet dans le ménage
- Disponibilité de la télévision numérique interactive (iDTV) dans le ménage
- Dernière utilisation de l'ordinateur
- Fréquence d'utilisation de l'ordinateur au cours des trois derniers mois
- Lieu d'utilisation de l'ordinateur au cours des trois derniers mois
- Dernier cours d'informatique suivi
- Opérations effectuées avec l'ordinateur
- Utilisation de la fonctionnalité électronique de sa carte d'identité électronique (eID)
- Dernière utilisation d'Internet
- Raisons pour ne pas utiliser l'Internet
- Fréquence d'utilisation de l'Internet au cours des trois derniers mois
- Lieu d'utilisation de l'Internet au cours des trois derniers mois
- Utilisation gratuite de l'Internet dans un lieu public au cours des trois derniers mois
- Consultation d'Internet par voie mobile
- Communication par Internet au cours des trois derniers mois
- Recherche des informations et/ou utiliser des services en ligne par Internet au cours des trois derniers mois
- Utilisation de services bancaires et/ou vente de biens ou de services par Internet au cours des trois derniers mois
- Enseignement et/ou formation par Internet au cours des trois derniers mois
- Loisirs par Internet au cours des trois derniers mois

13. www.awt.be/web/dem/index.aspx?page=dem.fr.foc.100.070

- Utilisation des informations sur des biens et des services recherchées sur l'Internet au cours des trois derniers mois
- Activités sur Internet se rapportant à l'interaction avec l'administration
- Souhait d'utiliser davantage l'Internet
- Obstacles à une utilisation plus intensive d'Internet
- Utilisation d'un téléphone mobile
- Commander par Internet des biens ou services pour un usage personnel
- Biens ou services commandés par Internet au cours des douze derniers mois
- Biens ou services téléchargeables ou directement accessibles sur le Web qui ont été commandés ou achetés par Internet au cours des douze derniers mois
- Vendeurs auprès desquels des biens ou des services ont été achetés ou commandés par Internet pour usage personnel au cours des douze derniers mois
- Nombre d'achats ou commandes de biens ou services à des fins privées par Internet au cours des trois derniers mois
- Valeur totale des biens et services achetés ou commandés sur l'Internet à des fins privées au cours des trois derniers mois
- Mode de paiement des biens et services achetés ou commandés sur l'Internet à des fins privées au cours des douze derniers mois
- Problèmes rencontrés au cours des douze derniers mois lors de l'achat ou de la commande de biens ou services sur l'Internet à des fins privées
- Type de problèmes rencontrés au cours des douze derniers mois lors de l'achat ou de la commande de biens ou services sur l'Internet à des fins privées
- Importance des éléments jouant un rôle dans l'achat des biens ou services à des fins privées sur l'Internet
- Lecture des conditions de vente lors de l'achat ou de la commande de biens ou de services à des fins privées sur l'Internet
- Raisons de ne pas acheter ou commander des biens ou des services à des fins privées sur l'Internet au cours des douze derniers mois
- Participation sur l'Internet à des paris, des jeux de hasard ou des loteries au cours des douze derniers mois
- Connaissances des droits fondamentaux des consommateurs dans l'Union européenne concernant l'achat en ligne

Entreprises

Source: L'Enquête sur la structure des entreprises

- Pourcentage d'entreprises utilisant des ordinateurs
- Pourcentage d'entreprises disposant d'un accès à l'Internet
- Pourcentage d'entreprises ayant un site Web ou une page d'accueil
- Pourcentage d'entreprises entrant, au cours de l'année calendaire précédente, en contact avec l'administration publique via l'Internet
- Pourcentage d'entreprises disposant d'une connexion à Internet large bande
- Pourcentage d'entreprises ayant, au cours de l'année calendaire précédente, reçu des commandes en ligne

Enquête ménage

http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/collecte_donnees/enquetes/TIC_menages/

http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/collecte_donnees/enquetes/eft/

Enquête entreprise

http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/collecte_donnees/websurveys/tic_entreprises/

http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/collecte_donnees/enquetes/ese/

Stratégie

En 2009, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a eu le mandat d'examiner le secteur du sans fil; les téléphones intelligents et les réseaux sans fil 3G. En cours de route, le mandat s'est élargi pour englober totalement la société numérique. Le rapport publié en juin 2010 fait l'état de la situation sur le secteur des télécommunications au Canada et fournit 18 recommandations¹⁴. À la suite du rapport, le gouvernement canadien a mené une vaste consultation nationale sur le sujet.

Les recommandations du comité sénatorial permanent des transports et des communications se regroupent en quatre thèmes :

- La stratégie numérique
- L'administration publique
- La formation en TIC
- Les services sans-fil

Tout d'abord, le comité recommande au gouvernement canadien d'élaborer une stratégie numérique visant 100 % des citoyens. Pour s'y faire, il faudrait qu'il nomme un ministre de la politique numérique qui superviserait la mise en œuvre de la stratégie. Dans cette stratégie, le ministre de l'Industrie ne devrait pas s'attarder sur une seule technologie précise, mais plutôt sur les débits nécessaires pour permettre à tous les citoyens d'accéder aux services numériques essentiels. Concernant l'administration publique, il est dit que chaque ministère devrait rendre compte de ses actions liées au numérique et que toutes les réunions du Cabinet devront se faire sans papier d'ici un an. Élections Canada devrait pouvoir offrir la possibilité de s'inscrire et de voter en ligne et le gouvernement devrait mettre sur pied une plateforme Internet sécurisée dans laquelle les citoyens pourraient retrouver toutes les informations les concernant. De plus, le comité recommande au gouvernement de statuer sur la nécessité de créer une pièce d'identité numérique. Pour la formation, le comité suggère d'élaborer un programme d'acquisition de connaissances numériques qui fasse partie du système d'éducation. En ce qui concerne, le secteur du sans-fil, le comité croit qu'il faut créer une meilleure concurrence entre les fournisseurs de services sans-fil, notamment en offrant le libre accès aux infrastructures des télécommunications, en promouvant les services sans-fil dans les zones actuellement mal desservies, en établissant de meilleures mesures d'attribution du spectre et de fixation des prix et en offrant des encouragements.

Pour le moment, le Canada ne s'est pas doté de stratégie numérique à proprement dit. Néanmoins, dans le Plan d'action économique du Canada, il existe le programme *Large Bande Canada : un milieu rural branché*. Industrie Canada a lancé ce programme en 2009 avec comme cible les régions mal desservies et non desservies du Canada. Il vise l'expansion de la couverture des services large bande dans ces régions rurales. Environ 6 % de la population n'avait pas accès en 2009 à un service Internet avec un débit d'au moins 1,5 Mbit/s.

Indicateurs

Statistique Canada publie des données sur l'utilisation d'Internet par les ménages et les individus. L'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* porte sur l'utilisation d'Internet dans les ménages et a habituellement lieu tous les deux ans. Il y a aussi l'*Enquête sur les dépenses des ménages* qui récolte annuellement de l'information sur les caractéristiques des ménages et leurs dépenses. Statistique Canada a arrêté en 2007 son enquête annuelle sur l'utilisation d'Internet par les entreprises : l'*Enquête sur le commerce électronique et la technologie*.

Ménages

Source : Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet

- Mode d'accès
- Type de connexion
- Raisons pour lesquelles le ménage n'a pas accès à Internet
- Connexion Internet haute vitesse
- Caractéristiques socioéconomiques des ménages (revenu familial, niveau de scolarité)
- Fréquence d'utilisation
- Nombre d'heures d'utilisation
- Lieu d'accès
- Activités en ligne
- Magasinage en ligne (dépenses, biens et services commandés, valeur des commandes, entreprises étrangères, entreprises canadiennes)
- Mesures de sécurité prises pour la protection des renseignements personnels et financiers

14. www.planpouruncanadanumerique.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=13&lang=fr

Source: Enquête sur les dépenses des ménages

- Taux d'informatisation des ménages
- Taux de branchement à Internet basse vitesse et à Internet haute vitesse dans les ménages
- Dépenses moyennes de l'ensemble des ménages pour les TIC (matériel informatique, services Internet, services cellulaires)

Entreprise

Source: Enquête sur le commerce électronique et la technologie

- Utilisation d'Internet
- Proportion d'entreprises ayant un site Web
- Proportion d'entreprises utilisant Internet pour la vente de leurs produits et services
- Valeur des ventes réalisées par Internet
- Proportion des ventes par Internet faites auprès des particuliers
- Proportion d'entreprises utilisant Internet
- Proportion des ventes par Internet faites à l'extérieur du Canada
- Proportion d'entreprises utilisant Internet pour l'achat de biens ou services
- Méthode d'accès à Internet (basse vitesse ou haute vitesse)

Enquête ménage

www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4432&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2

www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=3508&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2

Enquête entreprise

www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4225&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2

Stratégie

Les États-Unis ont lancé leur stratégie numérique en 2010 *Connecting America: The National Broadband Plan*¹⁵. Les quatre thèmes principaux sont les suivants :

- Mettre en place des politiques afin d'assurer une compétition robuste et donc maximiser le bien-être des consommateurs, l'innovation et l'investissement
- S'assurer d'une allocation efficiente et de la gestion du contrôle des actifs gouvernementaux, comme le spectre, les pôles et les droits de passage afin de favoriser l'amélioration des réseaux
- Réformer le mécanisme de service universel pour supporter le déploiement de la large bande dans les régions où les coûts y sont élevés, s'assurer que les Américains à faibles revenus puissent accéder à la large bande et faire des efforts pour augmenter l'adoption et l'utilisation d'Internet par cette population
- Réformer les lois, politiques, standards et incitatifs pour maximiser les bénéfices de la large bande dans les secteurs tels que l'éducation publique, les soins de santé et les opérations gouvernementales

Quant aux objectifs plus précis pour 2020, ce sont les suivants :

- Que 100 millions des ménages aient accès à un service Internet abordable de 100 Mbit/s pour le téléchargement et 50 Mbit/s pour le téléversement
- Que les États-Unis soient les leaders mondiaux de l'innovation dans les services Internet mobiles
- Que chaque Américain ait accès à un service de large bande et qu'il ait les compétences nécessaires
- Que chaque communauté ait accès à un service Internet d'au moins 1 Gbit/s à partir d'institutions publiques telles que les hôpitaux, les écoles et les édifices gouvernementaux
- S'assurer que les premiers répondants aient accès à un réseau Internet sans-fil
- Que les Américains puissent gérer efficacement leur consommation d'énergie

Le document précise qu'il faut que la *Federal Communication Commission* se dote d'indicateurs afin de suivre le déploiement de la stratégie et plus précisément les objectifs pour 2020. Les indicateurs demandés sont les suivants :

- Débit moyen de téléchargement et de « téléversement » pour le réseau Internet large bande
- Nombre de ménages ayant accès à Internet large bande
- Prix minimum pour un abonnement à Internet large bande
- Nombre de mégas hertz devenus disponibles depuis 2010
- Débit moyen de téléchargement et de « téléversement » pour le réseau Internet mobile
- Pourcentage de la population couverte par le réseau 3G et 4G
- Pourcentage d'individus ayant un abonnement au réseau mobile
- Pourcentage de ménages ayant accès à Internet large bande
- Pourcentage d'individus ayant un abonnement à l'Internet large bande
- Pourcentage d'individus ayant des compétences numériques
- Pourcentage de communautés ayant accès à un réseau Internet large bande
- Prix minimum pour un abonnement à la large bande pour les institutions
- Pourcentage de premiers répondants utilisant le réseau de sécurité publique
- Pourcentage de ménages ayant des compteurs intelligents électriques pouvant les informer sur leur consommation d'énergie

Indicateurs

L'organisme statistique **U.S. Census Bureau** collige annuellement des données sur l'utilisation des ordinateurs et de l'Internet dans les ménages depuis 1997. Les questions à ce sujet sont intégrées dans le *Current Population Survey*. Le U.S. Census Bureau publie annuellement un compendium d'indicateurs *Measuring the Electronic Economy* qui s'intéresse au commerce électronique. Les données proviennent de quatre enquêtes sur les entreprises : *Annual Survey of Manufactures*, *Annual Wholesale Trade Survey*, *Service Annual Survey* et *Annual Retail Trade Survey*.

15. www.broadband.gov/plan/

Ménages

Source: Current Population Survey

- Utilisation d'Internet par les ménages
- Utilisation d'Internet par les individus

Entreprises

Source: Annual Survey of Manufactures, Annual Wholesale Trade Survey, Service Annual Survey et Annual Retail Trade Survey.

- Pourcentage du chiffre d'affaires provenant du commerce électronique
- Valeur des expéditions, ventes et revenus
- Type de biens et services achetés en ligne
- Commerce entre les entreprises
- Commerce entre les entreprises et les consommateurs

Enquête ménage

www.census.gov/hhes/computer/

Enquête entreprise

www.census.gov/econ/estats/index.html

Stratégie

La Finlande a développé en 2007 une politique nationale pour la société de l'information : *A renewing, human-centric and competitive Finland*. Cette politique vise les cinq objectifs suivants :

- Développer les infrastructures de la société de l'information et promouvoir les communications et les médias
- Développer des services publics électroniques et un environnement TIC
- Promouvoir l'innovation et les services électroniques dans les secteurs sociaux et de soins de santé
- Utiliser les bénéfices des TIC dans le secteur de l'éducation, de l'enseignement, de la participation civile, de la recherche et de la culture
- Considérer les affaires de la société de l'information reliées à la recherche, l'innovation, la compétitivité et la productivité

Le gouvernement a mis sur pied le *Ubiquitous Information Society Advisory Board*¹⁶ afin qu'il suive le déploiement de la stratégie numérique et qu'il en précise certains éléments.

Indicateurs

L'organisme statistique de la Finlande **Statistics Finland** produit annuellement deux enquêtes sur l'utilisation d'Internet : *Use of information and communications technology*, auprès des individus, et *Use of Information technology in enterprises*, auprès des entreprises.

Individus (ménages)

Source: Use of Information and communications technology

- Prévalence de l'utilisation d'Internet et certains objectifs d'utilisation de l'Internet
- Activités en ligne
- Nombre moyen de réceptions de pourriels chez les individus ayant reçu des pourriels
- Utilisateurs d'Internet selon l'âge
- Individus ayant magasiné en ligne au cours des trois derniers mois
- Type de produits magasinés en ligne

- Lieu d'accès à Internet
- % de répondants préférant faire ses courses par téléphone plutôt que sur l'ordinateur ou par courrier
- Moment du dernier achat en ligne

Entreprises

Source: Use of information technology in enterprises

- Utilisation de logiciels open sources au printemps 2011
- Proportion d'entreprises ayant un abonnement à Internet large bande
- Proportion d'entreprises ayant un site Web
- Proportion d'entreprises vendant en ligne
- Valeurs des ventes en ligne
- Type de biens vendus en ligne
- Entreprises ayant de la difficulté à recruter du personnel spécialisé en TIC

Enquête individu (ménage)

www.stat.fi/meta/til/sutivi_en.html

Enquête entreprise

www.stat.fi/meta/til/icte_en.html

¹⁶ www.arjentietoyhteiskunta.fi/inenglish

Stratégie

En novembre 2011, le ministre de l'Industrie a présenté les orientations pour le plan *France numérique 2020*¹⁷ :

- Renforcer la compétitivité de l'économie française grâce au numérique
- Permettre à tous les Français d'accéder aux réseaux numériques
- Développer la production et l'offre de contenus numériques
- Diversifier les usages et les services numériques
- Rénover la gouvernance de l'économie numérique

La France a créé l'Observatoire du numérique en novembre 2011 où sont présentés « des indicateurs fournissant une information régulière sur l'état et l'évolution des secteurs du numérique et sur la diffusion des technologies numériques dans l'économie et la société¹⁸ ». Les indicateurs français sont comparés à ses principaux partenaires européens (Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Italie, Pays-Bas, Autriche, Suède, Danemark, Finlande) ainsi qu'à la moyenne de l'Union européenne (à 27 pays). Certains indicateurs ne sont toutefois pas encore disponibles¹⁹.

2. Nouvelle économie (secteurs d'activités dont l'existence est liée à l'émergence des TIC par exemple les services en ligne, les jeux vidéo, le commerce électronique, les médias et contenus en ligne)

a. Économie du secteur

- Évaluation du commerce électronique BtoC
- Évaluation du commerce électronique des entreprises BtoB
- Part du chiffre d'affaires des entreprises réalisé par le commerce électronique (Internet et EDI)

b. Emploi et compétences

3. Usages professionnels

a. Usages d'Internet

- Part des entreprises disposant d'une connexion fixe à haut débit
- Part des salariées utilisant Internet ou un ordinateur à leur travail
- Part des entreprises disposant d'un site Internet
- Part des entreprises utilisant un réseau d'entreprise local (LAN)

- Part des entreprises utilisant un réseau intranet
- Part des entreprises utilisant un réseau extranet

b. E-business

- Part des entreprises ayant recours aux services bancaires ou financiers sur Internet
- Part des entreprises achetant et vendant en ligne (Internet ou EDI)
- Part des entreprises utilisant Internet dans leurs relations avec l'administration
- Part des entreprises répondant aux appels d'offre publique électronique (e-procurement)

c. Outils de gestion

- Part des entreprises utilisant des progiciels de gestion
- Part des entreprises partageant de l'information électronique avec leurs fournisseurs

d. Compétences STIC dans les entreprises

- Part des entreprises employant des spécialistes en informatique et en télécommunication
- Part des entreprises ayant recours à des spécialistes extérieurs

4. Usages grand public

a. Équipement

- Part des ménages équipés d'un ordinateur
- Part des ménages ayant un accès Internet à domicile
- Part des ménages ayant une connexion à haut débit
- Taux de pénétration du haut débit par centaine d'habitants
- Taux de pénétration du téléphone mobile

b. Usages d'Internet

- Part des particuliers utilisant fréquemment Internet
- Part des particuliers utilisant un téléphone mobile avec une connexion à haut débit
- Part d'internautes ayant une activité de réseautage social
- E-Commerce, E-services, E-administration
- Part des particuliers ayant commandé par Internet des biens ou services pour leur usage personnel
- Part des particuliers ayant utilisé Internet pour les services bancaires en ligne

17. www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/114000700/index.shtml

18. www.observatoire-du-numerique.fr/observatoire/missions

19. Les indicateurs 1 concernent le secteur producteur des TIC ne sont pas représentés ci-dessus.

- Part des particuliers ayant utilisé Internet pour des contacts avec les pouvoirs publics
- Part des particuliers ayant téléchargé un document officiel et/ou renvoyé un formulaire rempli à l'administration

La France avait présenté une première stratégie numérique à l'automne 2008. Le plan *France numérique 2012*²⁰ propose quatre objectifs :

- Permettre aux Français d'accéder aux réseaux numériques
- Développer la production et l'offre de contenus numériques
- Diversifier les usages et les services numériques
- Rénover la gouvernance et l'écosystème de l'économie numérique

Indicateur

L'Organisme statistique officiel l'**Insee** produit deux enquêtes annuellement : l'*Enquête sur les technologies de l'information et de la communication* (l'une auprès des ménages et l'autre auprès des entreprises)

Ménages

Source : Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (auprès des ménages)

- Ménages disposant d'un micro-ordinateur à la maison
- Ménages disposant d'Internet à la maison
- Ménages branchés disposant du haut débit à la maison
- Raisons pour ne pas avoir Internet
- Activités en ligne
- Type de biens et services achetés en ligne
- Outils de protection installés
- Compétences Internet

Entreprises

Source : Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (auprès des entreprises)

- Entreprises disposant d'un ordinateur
- Entreprises disposant d'un réseau local
- Entreprises disposant d'un intranet

- Entreprises disposant d'un extranet
- Entreprises disposant d'un accès à l'Internet
- Entreprises disposant d'un accès à l'Internet haut débit
- Entreprises disposant d'un dispositif d'échange de données informatisées
- Traitement de l'information avec l'extérieur (hors commerce)
- Équipements en logiciels
- Équipement en progiciels de gestion
- Entreprises ayant recours aux services bancaires en ligne
- Entreprises ayant recours aux services gouvernementaux en ligne
- Entreprises ayant un site Web
- Sécurisation du site Web
- Usages du site Web
- Envoi et réception de factures pour le commerce électronique
- Commandes en ligne
- Traitements de l'information avec les clients, les fournisseurs, les banques et les administrations publiques
- Entreprises ayant recours à un logiciel collaboratif
- Existence de *workflow*
- Recrutement de personnel par Internet
- Part des salariés utilisant un ordinateur
- Part des salariés ayant accès à l'Internet

Enquête ménage

www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=sources/ope-enq-tic-menages.htm

Enquête entreprise

www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=sources/ope-enq-tic-entreprises.htm

20. www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/084000664/index.shtml

Stratégie

Le Royaume-Uni a publié en 2009 une stratégie numérique : *Digital Britain*²¹. Les cinq principaux objectifs de la stratégie sont les suivants :

- Améliorer et moderniser les infrastructures de communications numériques (filaire, sans fil)
- Promouvoir un climat favorable à l'investissement et l'innovation dans les contenus, applications et services numériques
- S'assurer que le contenu de services publics soit de qualité élevée
- Développer les compétences numériques de la nation
- Rendre l'accès universel à Internet haut débit

Indicateur

L'organisme statistique britannique : **Office for National Statistics** mène mensuellement une enquête omnibus auprès des ménages. Cette enquête inclut un module sur l'accès à Internet des individus. Il y a aussi une question sur l'accès Internet dans l'enquête annuelle *Labor force Survey*. Quelques informations sont aussi recueillies grâce à l'enquête mensuelle *Survey of Internet Service Providers*. Cette enquête a publié jusqu'en 2008, l'*Indice de la connectivité à Internet*. En ce qui concerne les entreprises, il existe l'enquête annuelle *E-commerce Survey* qui collige de l'information sur le commerce électronique et l'utilisation des TIC.

Ménages

Source : Enquête omnibus

- Taux de branchement à Internet des individus
- Taux de branchement à Internet à l'aide d'une connexion mobile des individus
- Individus utilisant les zones d'accès public Wifi
- Activités des individus sur Internet
- Achats des individus sur Internet
- Téléchargement de fichiers (musique, films, livres)
- Visite de sites Web gouvernementaux
- Compétences TIC des utilisateurs d'Internet
- Accès des ménages à Internet

- Utilisation d'Internet par les individus
- Fréquence de l'utilisation d'Internet
- Lieu d'accès à Internet des individus
- Utilisation d'appareils mobiles pour accéder à Internet à l'extérieur du domicile et du travail
- Caractéristiques sociodémographiques des utilisateurs et des non-utilisateurs d'Internet
- Activités des individus sur Internet
- Proportion d'individus achetant sur Internet
- Achats de produits sur Internet par les individus
- Achats de produits numériques sur Internet par les individus
- Préoccupations à l'égard de la sécurité informatique
- Expériences néfastes dues à l'insécurité informatique
- Activités limitées par les préoccupations à l'égard de la sécurité informatique
- Utilisation de logiciels pare-feu, d'antivirus et d'autres outils pour favoriser la sécurité informatique
- Fréquence de mise à jour des logiciels pare-feu et des antivirus
- Raisons pour ne pas mettre à jour des logiciels pare-feu et les antivirus
- Raisons du ménage pour ne pas avoir accès à Internet

Source : Labor force survey

- Ménages ayant accès à Internet

Ménages et entreprises

Source : Survey of Internet Service Providers

- Connexion à Internet large bande
- Connexion à Internet avec un accès commuté
- Débit de transfert des données

Entreprises

Source : E-commerce Survey

- Entreprises ayant accès à Internet
- Entreprises ayant accès à Internet large bande
- Entreprises ayant accès à Internet mobile (3G)
- Type de connexion Internet

21. www.official-documents.gov.uk/document/cm76/7650/7650.asp

- Débit moyen de transfert des données des connexions Internet
- Proportion d'entreprises disposant d'un site Web
- Proportion d'entreprises interagissant avec les autorités publiques en ligne
- Proportion d'entreprises effectuant des ventes en ligne
- Part des ventes en ligne sur les ventes totales
- Proportion d'entreprises effectuant des ventes en ligne
- Part des ventes du site Internet sur les ventes totales
- Provenance des acheteurs en ligne
- Proportion d'entreprises effectuant des achats en ligne
- Provenance des vendeurs en ligne
- Proportion d'entreprises utilisant l'identification par radiofréquence

Enquête ménage

www.ons.gov.uk/ons/rel/rdit2/internet-access---households-and-individuals/2011/stb-internet-access-2011.html

www.ons.gov.uk/ons/rel/rdit2/internet-access-quarterly-update/2011-q4/art-internet-access-q4.html

Enquête entreprise

www.ons.gov.uk/ons/publications/all-releases.html?definition=tcm%3A77-22415

www.ons.gov.uk/ons/rel/rdit2/ict-activity-of-uk-businesses/2010/index.html

Stratégie

Le gouvernement suédois a lancé une stratégie numérique en novembre dernier. Le plan *ICT for Everyone, A Digital Agenda for Sweden*²² ambitionne que la Suède devienne le meilleur pays dans le monde pour l'exploitation des opportunités offertes par la numérisation. Les quatre axes stratégiques du plan numérique suédois quant aux TIC sont :

- faciles et sécuritaires à utiliser (inclusion numérique, services électroniques et informations disponibles facilement afin d'encourager l'innovation, les compétences numériques)
- services favorisant les bénéficiaires (administration publique, entrepreneuriat et développement d'entreprises, soins de santé et services sociaux, école et enseignement, démocratie, accès à la culture)
- besoin d'infrastructures (Internet en Suède et globalement, sécurité de l'information concernant la société, infrastructure souple, information géographique, communications électroniques robustes, Internet large bande)
- le rôle des TIC pour le développement social (recherche et innovation, TIC pour l'environnement, égalité des genres, liberté sur le Web, droits d'auteur, TIC pour le développement global)

Quant à la couverture réseau, l'objectif est que 40 % des ménages et entreprises soient branchés à une connexion de 100 Mbit/s en 2015, et que cette part augmente à 100 % en 2020.

Indicateurs

Statistics Sweden produit deux enquêtes annuellement qui colligent des données sur l'utilisation d'Internet : *Use of computers and the Internet by private persons* et *ICT usage and e-Commerce in Enterprises*.

Individus (ménages)

Source : Use of computers and the Internet by private persons

- Proportion d'individus faisant des copies de sécurité sur un disque dur externe ou dans les nuages
- Proportion d'individus ayant utilisé des applications de sécurité afin de protéger leur ordinateur
- Proportion d'individus ayant accès à Internet à partir du domicile
- Proportion et nombre d'individus ayant un accès Internet haute vitesse à la maison
- Proportion d'individus n'ayant jamais utilisé Internet
- Lieu d'accès à Internet
- Proportion d'individus ayant acheté des biens ou services en ligne
- Proportion d'individus n'ayant pas envoyé de documents électroniques aux autorités publiques
- Proportion d'individus ayant un nom de domaine sur Internet
- Activité sur l'ordinateur des individus
- Activités sur Internet des individus

Entreprises

Source : ICT usage and e-Commerce in Enterprises

- Utilisation de procédures de sécurité informatique
- Proportion d'employés utilisant régulièrement un ordinateur dans le cadre de leur travail
- Proportion d'employés utilisant régulièrement un ordinateur connecté à Internet dans le cadre de leur travail
- Proportion d'entreprises branchées selon leur type de connexion
- Proportion d'entreprises interagissant avec le gouvernement Internet
- Proportion d'entreprises ayant un nom de domaine sur Internet

22. www.sweden.gov.se/sb/d/574/a/181914

- Proportion d'entreprises recevant des commandes en ligne
- Proportion d'entreprises utilisant une application de gestion client
- Proportion d'entreprises ayant des pratiques visant à réduire leurs impacts environnementaux
- Raisons pour limiter les interactions avec le gouvernement via Internet
- Proportion d'entreprises ayant rencontré des problèmes de sécurité informatique
- Utilisation d'Internet pour différentes procédures administratives électroniques
- Proportion d'entreprises permettant le télétravail régulièrement
- Proportion d'entreprises utilisant Internet pour interagir avec les agences gouvernementales

Enquête individu (ménage)

www.scb.se/Pages/Product___15280.aspx

Enquête entreprise

www.scb.se/Pages/Product___15294.aspx

Stratégie

La Suisse a lancé une initiative de partenariat public-privé dans le domaine de l'économie numérique. Créée en 2010, l'*eEconomy Board*²³ a pour but « de donner des impulsions, de définir des priorités, de lancer des projets et d'assurer le transfert de savoir entre les principaux acteurs ». La Suisse n'a pas développé une stratégie numérique précise, mais vise à exploiter le potentiel offert par les TIC dans tous les domaines de la société.

Indicateurs

L'**Office fédéral de la statistique** recueille des données sur la société de l'information. En ce qui concerne les ménages, plusieurs enquêtes (*Enquête sur le budget des ménages*, *Enquête MA NET de REMP SA/Net Metrix* et *Enquête sociale européenne*) permettent de colliger de l'information sur les thèmes suivants. De plus, en 2010, l'enquête annuelle omnibus a porté sur l'utilisation d'Internet. Pour ce qui est des entreprises, il y a l'*Enquête du KOF sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises suisses*. L'Office fédéral des statistiques collige aussi de l'information sur les TIC dans le domaine de l'administration publique et de la formation.

Ménages

Sources : Enquête sur le budget des ménages (annuelle), Enquête omnibus TIC 2010, Enquête MA NET de REMP SA/Net Metrix (bisannuelle), Enquête sociale européenne (tous les deux ans)

- Infrastructure téléphonique
- Infrastructure Internet
- Internet haut débit
- Accès des ménages à Internet
- Équipement TIC
- Dépenses TIC
- Utilisation d'Internet
- Cybercommerce des ménages privés
- Sécurité sur Internet
- Utilisation des ménages privés
- Utilisation des médias imprimés

- Audience de la télévision
- Utilisation de la radio

Entreprises

Source : Enquête du KOF sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises suisses

- Infrastructure TIC
- Investissement TIC
- Utilisation des TIC
- Commerce électronique
- Qualification TIC et emploi

Enquête ménage

www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/infothek/erhebungen_quellen/blank/blank/habe/01.html

Enquête entreprise

www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/04/key/approche_globale_informations.30203.302.html

23. <http://e-economy.ch/?lang=fr-FR>

Stratégie

La stratégie numérique de la Commission européenne est une des sept initiatives de la stratégie *Europe 2020*. Son objectif global est de « procurer des avantages économiques et sociaux durables grâce à un marché unique numérique basé sur l'Internet rapide et ultrarapide et des applications interopérables²⁴ »

Les sept piliers de la stratégie numérique sont les suivants :

- Un marché unique numérique dynamique (ouvrir l'accès au contenu, simplifier les transactions en ligne et transnationales, susciter la confiance numérique et renforcer le marché unique des services de télécommunications)
- Interopérabilité et normes (améliorer la normalisation dans le domaine des TIC, promouvoir une meilleure utilisation des normes, accroître l'interopérabilité par la coordination)
- Confiance et sécurité
- Accès Internet rapide et ultrarapide (garantir une couverture universelle en haut débit avec des vitesses accrues, promouvoir le déploiement des réseaux NGA, ouverture et neutralité de l'Internet)
- Recherche et innovation (redoubler d'efforts et accroître l'efficacité, exploiter le marché unique pour stimuler l'innovation dans le domaine des TIC, initiatives en matière d'innovation ouverte lancées par les entreprises)
- Favoriser la culture, les compétences et l'intégration numériques (culture et compétences numériques, des services numériques intégrateurs)
- Des avantages dus aux TIC pour la société de l'UE (les TIC en faveur de l'environnement, soins de santé durables et recours aux TIC pour favoriser la dignité et l'autonomie, promouvoir la diversité culturelle et le contenu créatif, administration en ligne, des systèmes de transport intelligents pour rendre les transports efficaces et améliorer la mobilité)

La Commission européenne a développé des cibles plus précises de la stratégie numérique. Ce sont les 13 performances clés du *Digital Agenda for Europe* :

- Haut débit de base pour 100 % des citoyens de l'Union européenne en 2013
- Haut débit rapide (au moins 30 Mbit/s) pour 100 % des citoyens de l'Union européenne en 2020
- Haut débit ultra rapide (au moins 100 Mbit/s) pour 50 % des foyers de l'Union européenne en 2020

- Pratique du commerce électronique (achats) par 50 % de la population d'ici 2015
- Pratique du commerce électronique transnational (achats) par 20 % de la population d'ici 2015
- Pratique du commerce électronique (achats/ventes) par 33 % des PME d'ici 2015
- Amoindrissement de la différence entre les tarifs en itinérance et les tarifs nationaux
- Augmentation de l'utilisation régulière de l'Internet par les individus de 60 % à 75 % d'ici 2015 (pour les catégories défavorisées de 41 % à 60 %)
- Réduire de moitié la proportion de la population qui n'a jamais utilisé l'Internet (pour passer à 15 %) d'ici 2015
- Utilisation des services d'administration en ligne par 50 % des citoyens d'ici 2015
- Disponibilité en ligne de tous les services publics transfrontaliers essentiels d'ici 2015
- Doubler les investissements publics de R-D dans les TIC
- Réduction globale d'au moins 20 % de la consommation d'énergie liée à l'éclairage d'ici 2020

La Commission européenne doit produire annuellement un tableau de bord présentant l'évolution des performances clés, mais aussi une mise à jour des progrès réalisés concernant les actions recommandées dans la stratégie. Ce bilan doit se faire tous les ans, au mois de mai. Hormis la publication du suivi des indicateurs liés aux performances clés, la Commission européenne suit une soixantaine d'indicateurs sur l'Internet large bande, sur l'usage d'Internet, sur les activités en ligne, sur les services gouvernementaux en ligne, sur le commerce en ligne et sur les entreprises en ligne.

24. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:REV1:FR:HTML>

Indicateurs

Indicateurs de suivi

Sources: COCOM, enquêtes d'Eurostat

- Nombre total d'abonnements à Internet large bande
- Pénétration de l'Internet large bande
- Part des nouvelles entreprises dans les abonnements à Internet large bande
- Part des abonnements à Internet large bande ayant un débit supérieur ou égal à 2 Mbit/s
- Part des abonnements à Internet large bande ayant un débit supérieur ou égal à 10 Mbit/s
- Part des abonnements au DSL sur le total des abonnements à Internet large bande
- % de la population vivant dans une aire desservie par le DSL ou le modem câble
- Pénétration de l'abonnement à Internet mobile
- Ménages ayant une connexion large bande
- Entreprises ayant une connexion large bande
- % de la population vivant dans une aire desservie par le réseau 3G
- % de la population accédant à Internet à l'aide d'un téléphone mobile
- Ménages ayant accès à Internet à partir de la maison
- % d'individus qui sont des utilisateurs réguliers d'Internet
- % d'individus désavantagés qui sont des utilisateurs réguliers d'Internet
- % d'individus qui sont des utilisateurs fréquents d'Internet
- % de la population utilisant un ordinateur portable pour accéder à Internet
- % de la population n'ayant jamais utilisé Internet
- % de la population qui recherche des informations sur les biens et services
- % de la population qui lit, télécharge des nouvelles ou des magazines
- % de la population qui joue ou télécharge des jeux, de la musique, des films ou des images
- % de la population qui utilise les services bancaires en ligne
- % de la population qui « téléverse » du contenu créé par eux-mêmes afin qu'il soit partagé
- % de la population qui recherche des informations sur la santé
- % de la population qui recherche un emploi ou postule pour un emploi
- % de la population qui suit un cours en ligne
- % de la population qui recherche de l'information sur l'éducation, la formation et les cours offerts
- % de la population qui interagit en ligne avec les autorités publiques
- % de la population qui envoie des documents remplis au gouvernement
- % des internautes qui recherchent des informations sur les biens et services
- % des internautes qui lisent ou téléchargent des nouvelles ou des magazines
- % des internautes qui jouent ou téléchargent des jeux, de la musique, des films ou des images
- % des internautes qui utilisent les services bancaires en ligne
- % des internautes qui « téléversent » du contenu créé par eux-mêmes afin qu'il soit partagé
- % des internautes qui recherchent des informations sur la santé
- % des internautes qui recherchent un emploi ou postulent pour un emploi
- % des internautes qui suivent un cours en ligne
- % des internautes qui recherchent de l'information sur l'éducation, la formation et les cours offerts
- % des internautes qui interagissent en ligne avec les autorités publiques
- % des internautes qui envoient des documents remplis aux autorités publiques
- % des services publics aux citoyens accessibles en ligne
- % des services publics aux entreprises accessibles en ligne
- % de la population ayant interagi avec les autorités publiques au cours des 12 derniers mois
- % de la population ayant envoyé des documents remplis aux autorités publiques
- % des entreprises interagissant avec les autorités publiques
- % des entreprises ayant envoyé des documents remplis aux autorités publiques
- % des entreprises ayant fait une offre d'approvisionnement dans le cadre d'un appel d'offres public
- % de la population ayant commandé un bien ou un service
- % des internautes ayant commandé un bien ou un service
- % de la population ayant commandé un bien ou un service d'un vendeur hors UE
- % des internautes ayant commandé un bien ou un service d'un vendeur hors UE
- % de la population ayant vendu un bien ou un service
- % des internautes ayant vendu un bien ou un service
- % de la population ayant commandé un produit numérique accessible en ligne
- % des internautes ayant commandé un produit numérique accessible en ligne
- Part du chiffre d'affaires des entreprises provenant des ventes en ligne
- % des entreprises utilisant un réseau d'ordinateurs (Site Web, EDI, etc.) pour acheter en ligne
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs pour acheter en ligne
- % des entreprises achetant un réseau d'ordinateurs (Site Web, EDI, etc.) pour vendre en ligne
- % des PME utilisant un réseau d'ordinateurs pour vendre en ligne

- % des grosses entreprises qui partagent électroniquement à l'interne des informations sur les commandes
- % des PME qui partagent électroniquement à l'interne des informations sur les commandes
- % des entreprises qui utilisent une application de gestion de la clientèle
- % des entreprises qui échangent des documents dans un format qui permet un traitement automatisé
- % des entreprises qui envoient ou reçoivent des messages dans un format qui permet un traitement automatisé
- % des entreprises qui partagent électroniquement de l'information sur la chaîne logistique

Indicateurs : <http://scoreboard.lod2.eu/index.php?page=indicators>

En 2009, la Commission européenne avait développé un cadre conceptuel pour les indicateurs repères (*benchmarking framework 2011-2015*²⁵) qui devaient servir à suivre l'évolution de la nouvelle stratégie numérique. (Voir annexe 1 pour cette liste d'indicateurs). Ces indicateurs ressemblent beaucoup à ceux finalement sélectionnés (voir tableau ci-dessus).

25. http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/benchmarking/index_en.htm

ENTITÉS INTERNATIONALES – Pays nordiques

Le terme « pays nordiques » inclut le Danemark, la Finlande, l'Islande, la Norvège et la Suède, ainsi que leurs États associés : Åland, Groenland et les Îles Féroé. Ces pays mettent en commun certaines ressources et développent des politiques. Ils produisent annuellement un tableau de bord statistique sur un ensemble de sujets dont les technologies de l'information et la communication. Ainsi, on trouve les indicateurs suivants pour chaque pays :

Indicateurs

Sources : Enquêtes des organismes statistiques officiels et Eurostat

- Entreprises ayant accès à Internet
- Entreprises ayant accès à Internet large bande
- Entreprises ayant leur propre site Web
- Ménages ayant accès à Internet
- Ménages ayant accès à Internet large bande
- Intensité de l'utilisation d'Internet
- Interaction avec les autorités publiques selon le type d'utilisation (entreprises et ménages)
- Pourcentage d'individus faisant des achats en ligne

Tableau de bord statistique

www.norden.org/en/publicatoin/publikationer/2011-001

Références

Stratégies numériques

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (2009). *Household Use of Information Technology*, Canberra.

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS (2010). *Plan pour un Canada numérique*, Canada.

DEPARTMENT FOR BUSINESS INNOVATION & SKILLS AND DEPARTMENT FOR BUSINESS, INNOVATION & SKILLS (2009). *Digital Britain, Final Report*, Crown copyright.

DEPARTMENT OF BROADBAND, COMMUNICATIONS AND THE DIGITAL ECONOMY (2011). *#au20 National Digital Economy Strategy*.

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (2009). *Connecting America: The National Broadband Plan*, USA.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DE LA SIMPLIFICATION ADMINISTRATIVE (2009). *La Belgique, Cœur de l'Europe numérique 2010-2015*, 37 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE (2011). *France numérique 2012-2020, Bilan et perspectives*, Paris, 78 pages.

MINISTRY OF ENTERPRISE, ENERGY AND COMMUNICATIONS (2011). *ICT for Everyone – A Digital Agenda for Sweden*, Stockholm, 57 pages.

SECRÉTARIAT D'ÉTAT CHARGÉ DE LA PROSPECTIVE, DE L'ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES ET DU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE (2008). *Plan de développement de l'économie numérique: France numérique 2012*, Paris.

Organismes internationaux

COMMISSION EUROPÉENNE (2009). *i2010 High Level Group: Benchmarking Digital Europe 2011-2015 a conceptual framework*, Bruxelles.

COMMISSION EUROPÉENNE (2010). *Communication de la commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions: Une stratégie numérique pour l'Europe*, Bruxelles.

COMMISSION EUROPÉENNE (2011). *Digital Agenda For Europe: Annual Progress Report 2011*, 19 pages.

COMMISSION EUROPÉENNE (2011). *Digital Agenda Scoreboard, Commission staff working paper*, Bruxelles, 48 pages.

EUROSTAT (2011). *Methodological Manual for statistics on the Information Society*, 225 pages.

NORDIQ COUNCIL OF MINISTERS (2011). *Nordiq Statistical Yearbook 2011*, Nord 2011 : 001, 162 pages.

OCDE (2007). *Science, technologie et industrie. Tableau de bord de l'OCDE 2011*, OECD Publishing.

OCDE (2008). *Déclaration de Séoul sur le future de l'économie Internet*, Paris: Organisation de coopération et de développement économiques, 13 pages.

OCDE (2008). *Préparer le futur de l'économie Internet*, Paris: Organisation de coopération et de développement économiques, 46 pages.

OCDE (2009). *Science, technologie et industrie. Tableau de bord de l'OCDE 2009*, OECD Publishing.

OCDE (2011). *OECD Guide to Measuring the Information Society 2001*, OECD Publishing. [En ligne]. [<http://dx.doi.org/10.1787/9789264113541-en>].

OCDE (2011). *Plans nationaux pour le haut débit*, Groupe de travail sur les politiques d'infrastructure et de services de communication, Paris: Organisation de coopération et de développement économiques.

OCDE (2011). *Science, technologie et industrie. Tableau de bord de l'OCDE 2011*, OECD Publishing.

PARTENARIAT SUR LA MESURE DES TIC AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT (2010). *Indicateurs fondamentaux de TIC, 2010*, Genève. [En ligne]. [www.itu.int/pub/D-IND-ICT_CORE-2010/fr]

