

# Numérique

---

<b>Toujours en forte hausse</b>	70
L'industrie numérique a continué d'évoluer rapidement cette année, et les outils de mesure et les normes s'adaptent aux changements.	
<b>Profil d'investissements publicitaires</b>	71
<b>Usages et portrait de l'internaute</b>	72
<b>Portée</b>	74
<b>Profil des appareils mobiles</b>	76
<b>Types de sites populaires</b>	78
<b>Tops 25 des sites</b>	80
<b>Index des principales maisons de représentation</b>	82

## Numérique

# TOUJOURS EN FORTE HAUSSE

*L'industrie numérique a continué d'évoluer rapidement cette année, et les outils de mesure et les normes s'adaptent aux changements.*

Des normes ont été établies en janvier 2012 par le Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB Canada), en collaboration avec IAB USA, le Comité des opérations publicitaires, le Comité de la vidéo et le Conseil mobile du Bureau de la publicité interactive du Canada. Elles créent des balises normatives et des lignes directrices nord-américaines, tout en respectant les particularités canadiennes.

### Utilisation des appareils mobiles

Un rapport de comScore sur la mobilité, paru en février 2012, note que pour la première fois, les téléphones intelligents représentent la majorité des appareils mobiles dans le monde, atteignant 60% aux États-Unis, 51% en Espagne et au

Royaume-Uni, et 45,3% au Canada. Selon la même étude, la proportion d'utilisateurs qui accèdent au web avec leur téléphone ou qui téléchargent dépasse aussi 50% dans plusieurs pays. L'enquête montre enfin que 10,3% des Canadiens détenteurs de téléphones mobiles possèdent une tablette.

### Revenus publicitaires en hausse

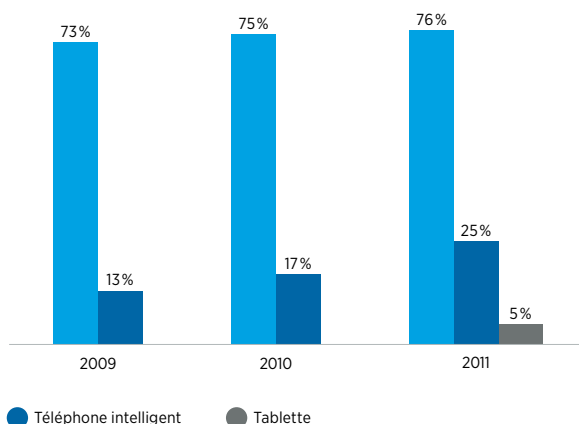
Les revenus publicitaires mobiles ont plus que doublé de 2009 à 2010 et ont progressé de 65,7% en 2011. Cette croissance est attribuée principalement aux dépenses en lien avec les recherches en ligne, suivies de l'affichage mobile et de la commandite, puis de la publicité par message texte. De plus, 28% des utilisateurs se souviennent d'avoir vu des publi-

cités sur leur appareil, tandis que 16% ont numérisé un code 2D ou à barres, et 16% ont accédé à une forme de paiement électronique.

### Acquisitions

Le groupe médiatique Newad a ajouté 25 sites à son offre, incluant 33Mag.com, Bangbangblog.com et Danstesoreilles.tv. De son côté, Tuango, plus important site web d'achats groupés au Québec, a acquis en mai le site LeRenard.ca, ainsi que l'actif de Promo du jour / Deal of the Day au Québec, alors que TC Média a pris une participation majoritaire dans le réseau de publicité numérique Redux Media. Rogers a par ailleurs fermé huit sites ne correspondant plus à sa stratégie de croissance globale, dont Branchez-Vous.com. •

### 01 Taux de pénétration des technologies au Québec

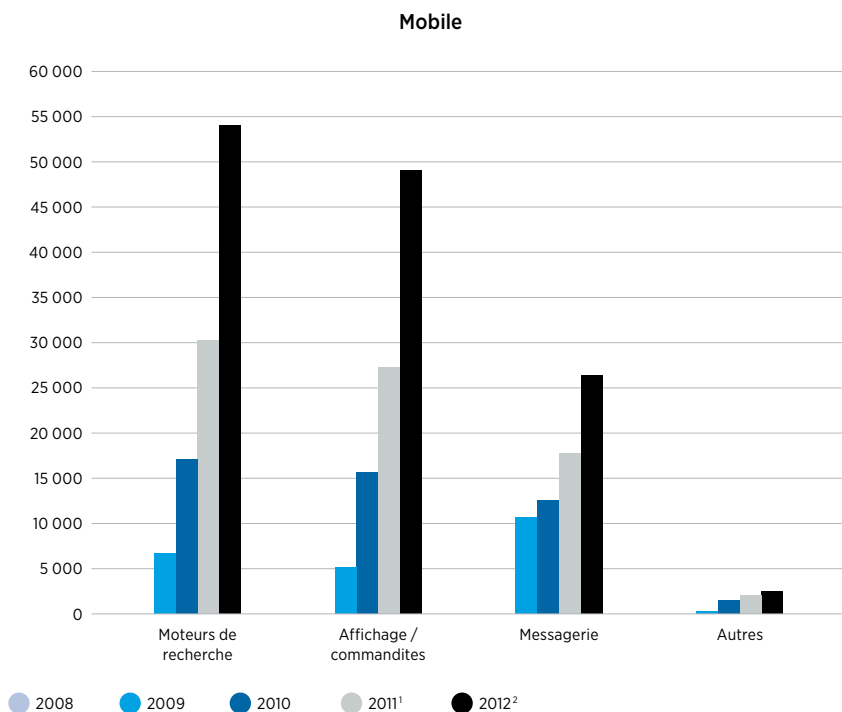
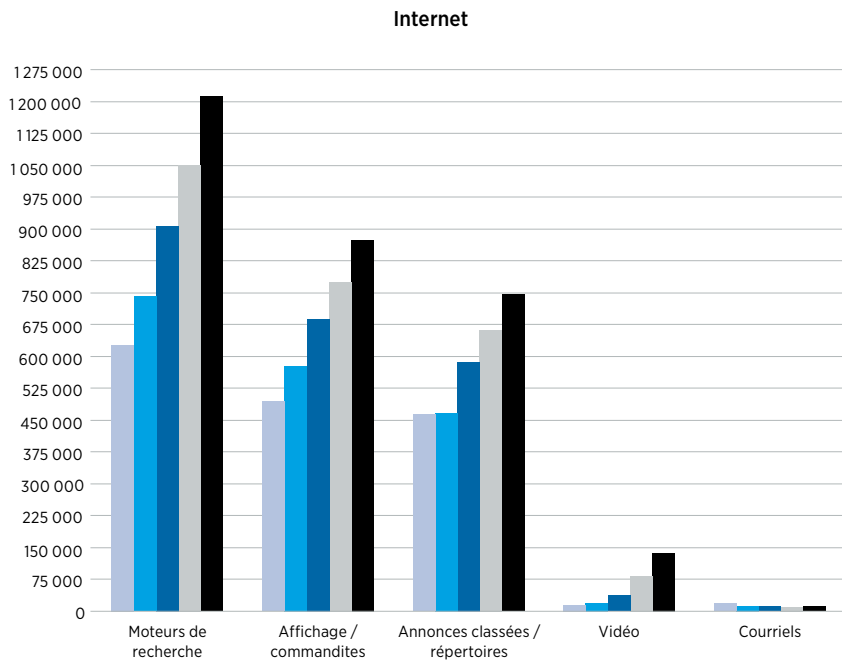


Source: Cefrio, Enquête NETendances 2011, Volume 2, Numéro 8

01 Au Québec, Internet demeure stable avec une hausse de 1% par rapport à l'an dernier, alors que le téléphone intelligent a connu une hausse de 8% entre 2010 et 2011. Les nouvelles données pour la tablette numérique indiquent que 5% des adultes québécois en possèdent une.

## 02 Segmentation des catégories d'investissements publicitaires au Québec

Par supports média (en milliers de \$)



● 2008 ● 2009 ● 2010 ● 2011<sup>1</sup> ● 2012<sup>2</sup>

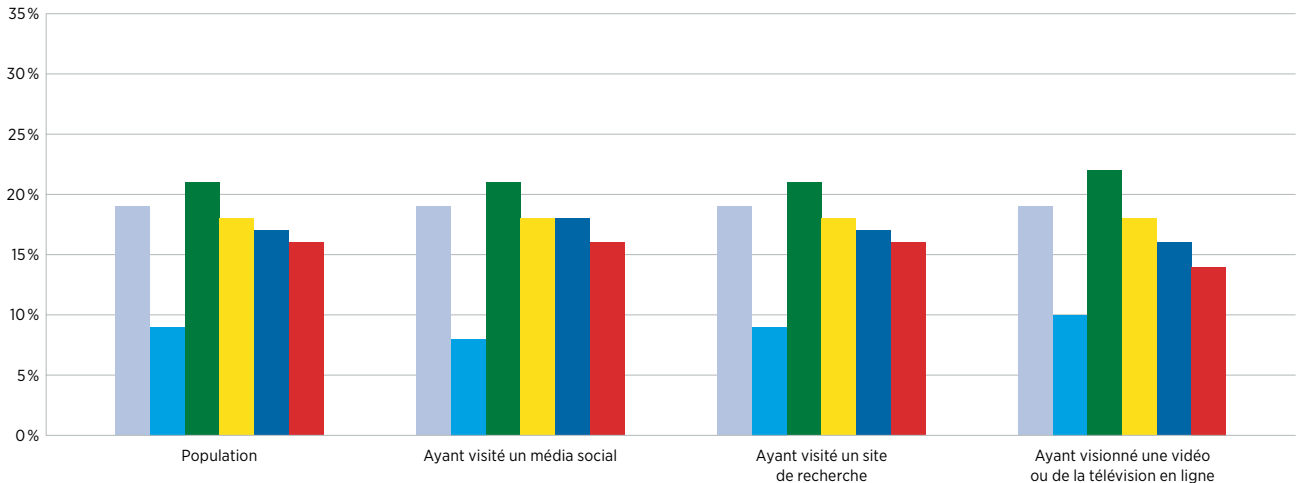
Source: Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB) et Ernst & Young  
 Source<sup>1</sup>: INTERNET Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB) et Ernst & Young, estimés pour 2011, pondérés aux parts de marché des supports média; MOBILE eMarketer, novembre 2011, estimés, pourcentage de la part de marché du Québec au Canada selon les six dernières années  
 Source<sup>2</sup>: eMarketer, novembre 2011, projections; pourcentage de la part de marché du Québec au Canada selon les six dernières années

02 La publicité sur les moteurs de recherche représente la catégorie de plus haut taux d'investissements publicitaires sur internet en 2011, soit 1,05 milliards\$, devant l'affichage (776 millions\$) et les annonces classées / répertoires (662 millions\$). Le courriel et la vidéo demeurent peu représentés, avec respectivement 11 millions\$ et 82 millions\$. Les projections pour 2012 annoncent aussi une augmentation de 15,4 %, tous supports confondus.

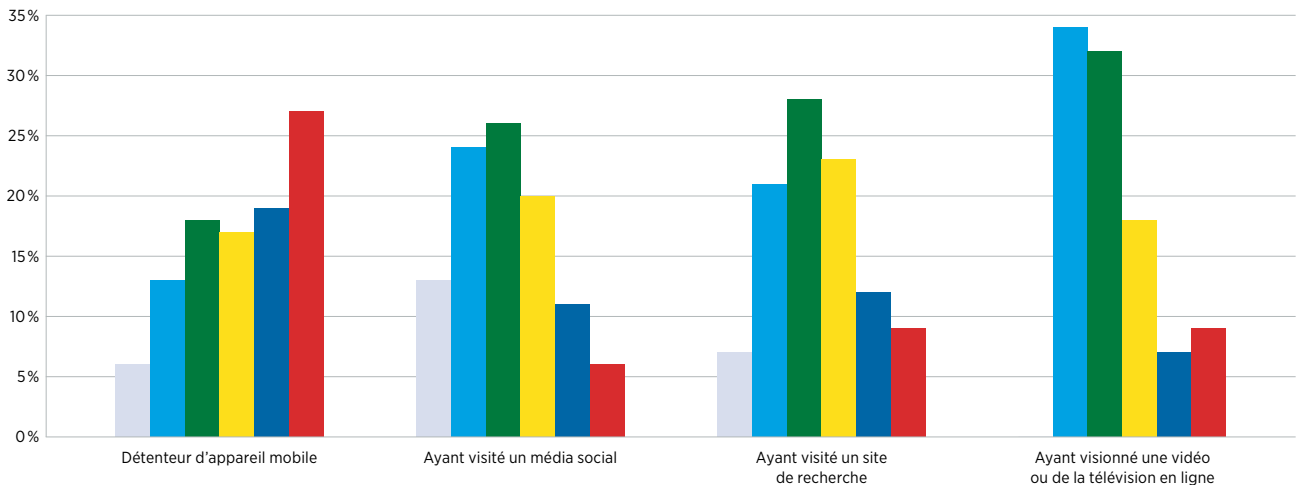
Sur le mobile, c'est aussi la publicité sur les moteurs de recherche qui arrive première, avec des investissements de 30 millions\$ en 2011, et des investissements projetés de 54 millions\$ en 2012. Ensuite, la publicité par affichage et commandite arrive deuxième avec des investissements de 27 millions\$ en 2011, suivie de la messagerie (18 millions\$). Les projections pour 2012 pour le mobile annoncent une hausse de 70% des investissements.

## 03 Profil d'utilisation des internautes québécois

Population en ligne<sup>1</sup>



Abonné à un appareil mobile<sup>2</sup>



● 2-17 ans<sup>1</sup> ● 13-17 ans<sup>2</sup> ● 18-24 ans ● 25-34 ans ● 35-44 ans ● 45-54 ans ● 55 ans et +

Source<sup>1</sup>: comScore, Media Metrix, moyenne par mois sur 3 mois, se terminant en décembre 2011, 2 ans et plus  
Source<sup>2</sup>: comScore, MobiLens, décembre 2011, 13 ans et plus

03 Sur internet, les groupes d'âge les plus représentés sont les 25-34 ans, avec 21%, suivis des 2-17 ans, avec 19%.

Les 25-34 ans ont visité les réseaux sociaux en plus grande proportion sur le web, avec 21%. Ils sont suivis, par les 2-17 ans (19%). Les 18-24 ans consultent le moins les réseaux sociaux sur le web (8%). Parmi les individus ayant visité un site de recherche, les 25-34 ans sont les plus

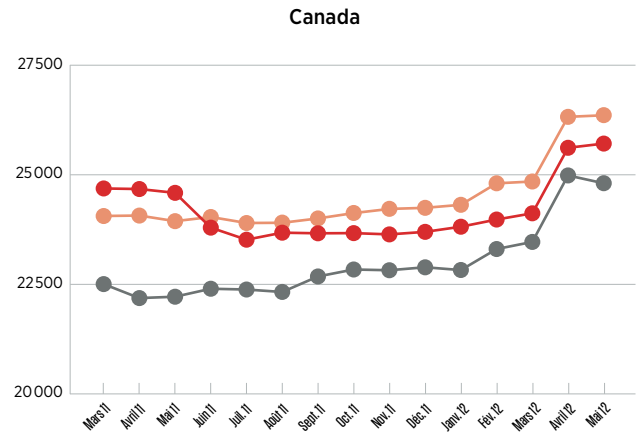
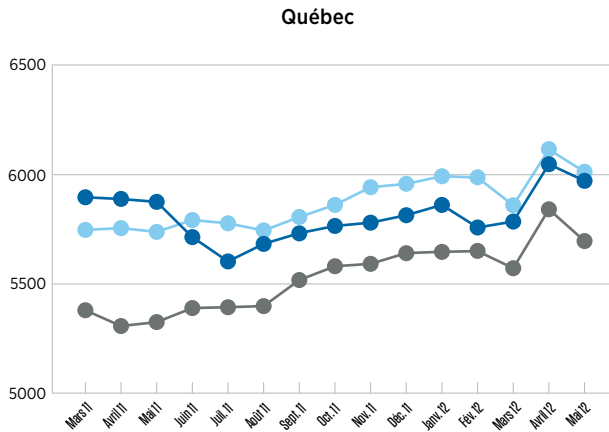
nombreux à l'avoir fait en ligne, avec 21%. Les 2-17 ans sont les deuxièmes avec 19%.

Les 18-24 ans et les 25-34 ans représentent la plus forte proportion des gens qui ont visionné une vidéo ou de la télévision avec leur appareil mobile, avec 34% et 32%, alors que sur le web, les plus présents sont les 25-34 ans, avec 22%, et les 2-17 ans, avec 19%.

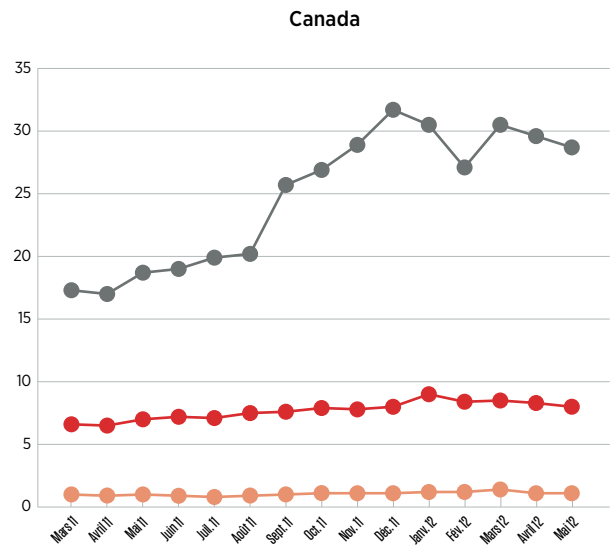
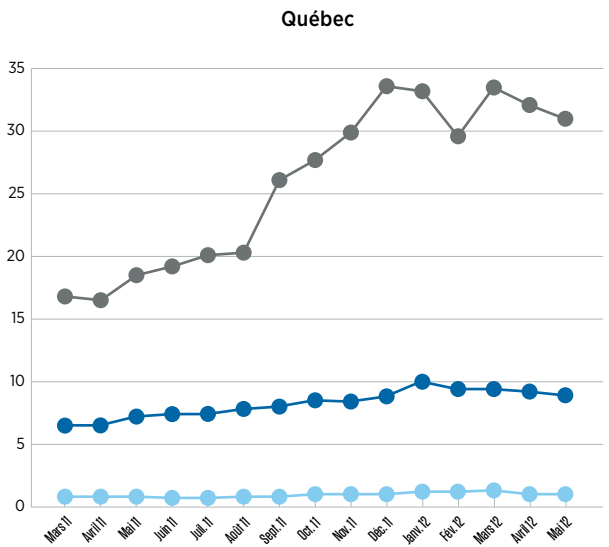
Les 55 ans et plus représentent 27% de la population possédant un appareil mobile, suivis des 45-54 ans, qui en possèdent un à 19%. Les 25-34 ans sont les plus nombreux à avoir visité un média social (26%) et un site de recherche (28%) sur leur appareil mobile.

04-A Évolution de la portée sur le web

Visiteurs uniques (en milliers)



Temps par usager par mois (en heures)



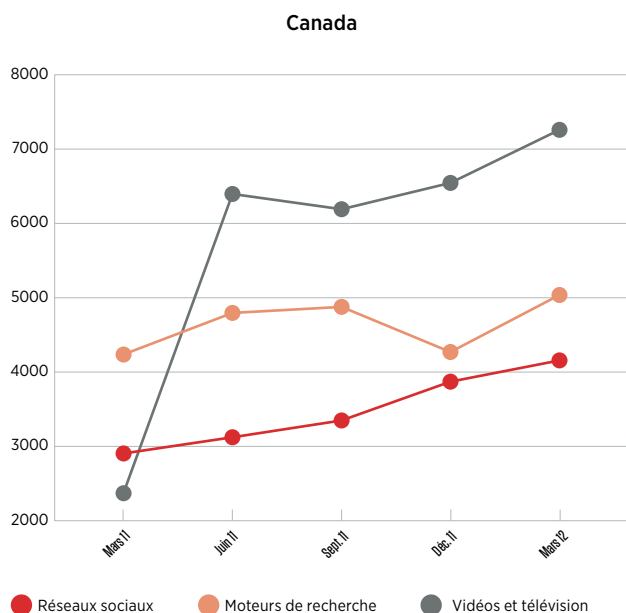
● Réseaux sociaux ● Moteurs de recherche ● Vidéos et télévision

Source: comScore 2012, 2 ans et plus

04-A Depuis les 14 derniers mois, les visiteurs uniques ayant consulté des sites de recherche, de réseaux sociaux, et de vidéo et télévision ont tous augmenté, tant au Québec qu'au Canada. Il en va de même pour le temps par usager par mois pour les sites de vidéos et de télévision et les réseaux sociaux. Les moteurs de recherches, quant à eux, se maintiennent avec la plus basse moyenne de temps par usager, malgré que c'est ce type de sites qui récolte le plus grand nombre de visiteurs uniques, autant au Québec qu'au Canada, et ce, depuis juin 2011. À l'inverse, bien qu'ayant les nombres de visiteurs uniques le plus bas, les sites de vidéos et télévision récoltent des temps par usager par mois significativement supérieurs.

## 04-B Évolution de la portée sur le téléphone intelligent

Visiteurs uniques (en milliers)



Source: comScore 2012, 2 ans et plus

04-B Sur le mobile, les réseaux sociaux ont connu une hausse à chaque trimestre au cours de la dernière année. C'est par contre les vidéos et télévision qui ont connu la plus forte hausse, avec 206% d'augmentation. Les moteurs de recherche, malgré une légère baisse en décembre 2011, ont connu une hausse de 19% au cours de l'année.



## Au Québec, 838 853 annonces en ligne réparties dans 387 catégories

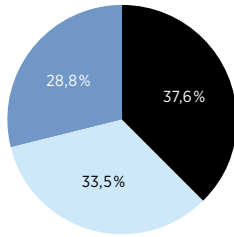
Voyez-vous toutes les  
opportunités possibles?





kijijimarketing@kijiji.ca • 1-877 857 5454 x107

## 05-A Portée des différents systèmes d'exploitation sur mobile au Québec

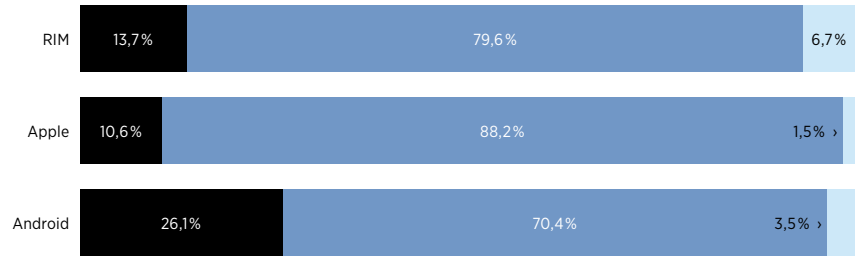


● RIM ● Apple ● Android

Source: comScore, MobiLens, CA, Québec, 13 ans et plus, décembre 2011

## 05-B Utilisation du navigateur vs application au Québec

Par plateforme



● Application ● Navigateur ● les 2

Source: comScore, MobiLens, CA, Québec, 13 ans et plus, décembre 2011

## 06 Catégories d'activités réalisées sur appareil mobile

Top 15 au Canada

RANG	TYPE DE SITE	PORTÉE %
01	Textos/SMS	70,4%
02	Prendre photos	56,2%
03	Courriel (natif)	38,5%
04	Jeux (natif)	31,5%
05	Musique (natif)	26,2%
06	Prendre vidéos	25,5%
07	Fureteur - Moteur de Recherche	25,0%
08	Application - médias sociaux	20,7%
09	Application - météo	19,9%
10	Fureteur - médias sociaux	18,3%
11	Application - cartes	15,3%
12	Fureteur - nouvelles	14,1%
13	Fureteur - météo	13,9%
14	Fureteur - divertissement	12,4%
15	Fureteur - références/répertoires	11,3%

Source: comScore, Canada, février 2012, 2 ans et plus

05-A En décembre 2011, 37,6% des propriétaires d'appareils mobiles utilisaient le système d'exploitation de Research in Motion, alors 33,5% utilisaient celui d'Apple. Android arrive en dernier position avec une part de 28,8%. Il est à noter que ces données datent de l'hiver dernier, et que le paysage a changé considérablement au cours des derniers mois.

05-B C'est sur Android que l'on note la plus forte proportion d'utilisateurs qui ne se servent que de l'application, avec 26,1%, alors qu'ils sont 13,7% sur RIM, et 10,6% sur Apple. C'est par contre sur RIM que l'on trouve la plus forte concentration de personnes n'utilisant que le navigateur, avec 6,7%, alors que sur Apple, 88,2% utilisent les deux.

06 L'activité la plus populaire sur appareil mobile est l'envoi de textos/SMS, avec 70,4%, suivi de la prise de photos, avec 56,2%. Suivent l'envoi et la prise de courriels dans l'application intégrée à l'appareil (38,5%), les jeux (natif) avec 31,5%, et la musique (natif) avec 26,2%.

## 07 Top 15 – Types de sites plus populaires sur internet

RANG	TYPE DE SITE	PORTÉE %	TEMPS MOYEN PAR VISITE (EN MINUTES)
01	Sites corporatifs	98,8%	6,2
02	Portails	98,7%	9,3
03	Moteurs de recherche	97,9%	1,5
04	Divertissement	95,4%	9,7
05	Médias sociaux	95,2%	10,0
06	Nouvelles et information	93,4%	4,0
07	Affaires et finance	90,9%	4,4
08	Répertoires	88,6%	5,2
09	Technologie	88,6%	2,9
10	Vidéo	88,2%	12,3
11	Ventes au détail	86,6%	5,2
12	Sites de courriels	80,8%	8,5
13	Blogues	70,3%	2,9
14	Sites de jeux et jeux en lignes	68,1%	7,1
15	Téléchargements	67,8%	2,3

### Canada

01	Sites corporatifs	98,7%	6,7
02	Portails	97,0%	9,0
03	Moteurs de recherche	96,5%	1,6
04	Divertissement	94,5%	10,5
05	Médias sociaux	94,0%	10,1
06	Nouvelles et information	91,4%	4,6
07	Affaires et finance	86,8%	4,8
08	Répertoires	86,7%	5,0
09	Ventes au détail	86,1%	5,3
10	Vidéo	85,0%	12,8
11	Technologie	83,6%	3,2
12	Sites de courriels	79,1%	8,5
13	Blogues	68,1%	3,1
14	Sites de téléchargements	64,8%	2,7
15	Style de vie	64,5%	3,1

Source : comScore 2012, 2 ans et plus

07 Le type de sites le plus populaire au Québec et au Canada est les sites corporatifs, avec 98,8% et 98,7%, respectivement. En deuxième position, pour les deux territoires, on trouve les portails, suivis des moteurs de recherche, les sites de divertissement, et les médias sociaux. Bien que seulement 10e, les sites de vidéo récoltent le plus de temps moyen par visite au Québec et au Canada, avec 12,3 et 12,8 minutes, suivi au Québec par les médias sociaux (10 minutes), et au Canada par les sites de divertissement (10,5 minutes).



08-A Les 25 sites les plus populaires au Québec

RANG	SITE	PORTÉE %	TEMPS MOYEN PAR VISITE (EN MINUTES)
01	Sites Microsoft	96,8%	11,1
02	Sites Google	96,3%	5,2
03	Facebook.com	89,9%	10,0
04	Réseau Canoë	86,9%	4,0
05	Bell Media	67,0%	3,1
06	Sites Fondation Wikimedia	60,2%	2,9
07	eBay	58,1%	8,7
08	Apple	52,0%	2,6
09	Groupe Pages Jaunes	49,4%	3,4
10	Réseau Météomédia	48,5%	2,0
11	Vevo	44,8%	3,7
12	Sites Yahoo!	44,2%	6,1
13	Sites CBC/Radio-Canada	42,6%	7,0
14	Sites La Presse	40,5%	3,4
15	Rogers	39,5%	3,2
16	Transcontinental Digital (TC Media)	36,9%	2,3
17	Viacom Digital	31,2%	3,7
18	AOL	28,3%	3,0
19	Astral Digital	27,2%	4,0
20	Ask Network	25,6%	1,4
21	Federated Media Publishing	24,9%	2,4
22	Glam Media	24,7%	2,1
23	Réseau BitTorrent	24,2%	1,4
24	Ebuzzing	23,7%	1,3
25	CBS Interactive	23,5%	3,7

Source: comScore, Québec, février 2012, 2 ans et plus

08-B Les 25 sites les plus populaires au Canada

RANG	SITE	PORTÉE %	TEMPS MOYEN PAR VISITE (EN MINUTES)
01	Sites Google	95,5%	6,0
02	Sites Microsoft	93,2%	10,3
03	Facebook.com	83,2%	9,8
04	Sites Fondation Wikimedia	59,1%	2,8
05	Bell Media	58,4%	3,7
06	Sites Yahoo!	57,6%	6,9
07	eBay	53,1%	9,0
08	Apple	51,5%	2,3
09	Sites Amazon	42,5%	3,2
10	Vevo	39,7%	3,7
11	Réseau Canoë	38,5%	4,1
12	Glam Media	37,3%	2,8
13	AOL	36,6%	3,4
14	Ask Network	36,4%	1,9
15	Réseau Météomédia	34,8%	2,2
16	Federated Media Publishing	34,2%	2,5
17	Yellow Pages Group	33,6%	2,5
18	Rogers	31,9%	4,1
19	Viacom Digital	31,7%	4,6
20	New York Times Digital	31,1%	2,2
21	Sites CBC/Radio-Canada	30,8%	5,8
22	CBS Interactive	29,7%	3,9
23	Réseau BitTorrent	26,9%	1,1
24	Réseau Postmedia	26,6%	2,8
25	Twitter.com	23,5%	2,6

Source : comScore, Canada, février 2012, 2 ans et plus

# Index des principales maisons de représentation

## 24/7 Real Media

4200, boul. Saint-Laurent, bur. 707  
Montréal, Qc H2W 2R2  
514 848-0247  
247realmedia.ca

Nombre de sites représentés: 4570

## AOL Canada

99, Spadina Avenue, bur. 200  
Toronto, On M5V 3P8  
416 263-8102  
aol.ca

Nombre de sites représentés: 49

Incluant:  
• quebec.  
huffingtonpost.ca  
huffingtonpost.ca  
• stylelist.com  
• ca.autoblog.com

## Astral

1800, av. McGill College  
Montréal, Qc H3A 3J6  
514 939-5000  
astral.com

Nombre de sites représentés: 127

Incluant:  
• canalvie.com  
• radionrj.ca  
• musiqueplus.com  
• vrak.tv  
• disney.com

## Atedra

1000, rue de la Gauchetière Ouest, bur. 2400  
Montréal, Qc H3B 4W5  
514 448-2236  
1888 678-4429

Nombre de sites représentés: plus de 50

Incluant:  
• iga.net  
• rncmedia.ca  
• suttonquebec.com  
• telequebec.tv  
• tv5.ca

## Bell Média

299, Queen West Street  
Toronto, On M5V 2Z5  
416 384-8000  
bellmedia.ca

Nombre de sites représentés: 10

Incluant:  
• Sympatico.ca

## Canoë

800, rue Square Victoria, bur. 5, C.P. 330  
Montréal, Qc H4Z 0A3  
514 847-9155  
canoec.ca

Nombre de sites représentés: Plus de 300

Incluant:  
• canoe.ca  
• tvanouvelles.ca  
• autonet.ca  
• jobboom.ca  
• journaldemontreal.com

## Casale Média

1000, rue de la Gauchetière Ouest, bur. 2400  
Montréal, Qc H3B 4W5  
514 448-2192  
casalemedia.com

Nombre de sites représentés: Plus de 3000

Incluant:  
• ebay.ca (A)  
• tmxargent.com  
• autocatch.com (A)  
• flyerland.ca  
• gottarent.com (A)

## CBC/Radio-Canada

C.P. 6000, succursale Centre-Ville  
Montréal, Qc H3C 3A8  
514 597-6000  
cbc.radio-canada.ca

Incluant:  
• artv.ca  
• tou.tv  
• radio-canada.ca  
• espace.mu

## Communications Publi-Services

43, av. Fillion Saint-Sauveur, Qc JOR 1R0  
450 227-8414  
1866 227-8414  
publi-services.com

Nombre de sites représentés: 6

Incluant:  
• oiq.qc.ca  
• quebecoiseaux.org  
• lesdebrouillars.qc.ca  
• bayardjeunesse.ca  
• lesexplos.qc.ca

## Communications Voir

355, rue Sainte-Catherine Ouest, 7<sup>e</sup> étage  
Montréal, Qc H3B 1A5  
514 848-0805  
voir.ca

Nombre de sites représentés: 5

Incluant:  
• recettesdechefs.ca  
• voir.ca  
• cherchetrouve.ca  
• bangbangblog.com

## Fuel Digital Media

1152, 34<sup>e</sup> avenue Lasalle, Qc H8P 3A2  
514 845-3835  
fueldigitalmedia.com

Incluant:  
• remax-quebec.com  
• summmagg.com  
• accueil.montelus.com  
• cinemaquebec.com

## Google Canada

161, Bay Street  
Toronto, On M5J 2S1  
416 915-8200  
google.com/ads/displaynetwork

## Groupe Force Radio

800, rue de la Gauchetière Ouest, bur. 1100  
Montréal, Qc H5A 1M1  
514 787-8001  
forceradio.ca

Nombre de sites représentés: 16

Incluant:  
• souvenirsgarantis.ca  
• ckacsports.com  
• koi.com  
• rythmefm.com  
• 925theq.com (A)

## Kijiji Canada

2, rue St-Clair Est  
Toronto On M4T 2T5  
416 969-2312  
kijiji.ca

Incluant:  
• kijiji Montréal  
• kijiji Québec

## Médiative

14, place du Commerce, 5<sup>e</sup> étage  
Montréal, Qc H3E 1T5  
1800 544-8614  
mediative.com

Nombre de sites représentés: Plus de 600

Incluant:  
• justin.tv  
• marthastewart.com  
• etonline.com  
• gourmetads.com  
• federatedmedia

## Microsoft Advertising

2000, av. McGill College  
Montréal, Qc H3A 3H3  
514 764-5038  
microsoft.com

Incluant:  
• bing.com  
• Skype  
• Xbox  
• MSN

## Oboxmedia

4200, boul. Saint-Laurent, bur. 900  
Montréal, Qc H2W 2R2  
514 282-5020  
oboxmedia.com

Nombre de sites représentés: 27

Incluant:  
• grooveshark.com  
• vtele.ca  
• urbaria.ca  
• guideauto.com  
• habsolumentfan.com

## Olive Média

449, rue Saint-Pierre, bur. 101  
Montréal, Qc H2Y 2M8  
514 228-3617  
olivemediac.ca

Nombre de sites représentés: 64

Incluant:  
• dupropria.com  
• lemonde.fr  
• Lapresse.ca  
• rottentomatoes.com  
• workopolis.com

## PostMedia

1450, Don Mills Road  
Don Mills, On M3B 3R5  
416 383-2300  
postmedia.com

Nombre de sites représentés: 14

Incluant:  
• nationalpost.com  
• montrealgazette.com  
• ottawacitizen.com  
• dose.ca  
• infomart.com

## Redux media

468, rue Saint-Jean, bur. 100  
Montréal, Qc H2Y 2S1  
514 866-4343  
reduxmedia.com

Nombre de sites représentés: Plus de 2500

## Rogers Digital

1200, av. McGill College, 9<sup>e</sup> étage  
Montréal, Qc H3C 2N8  
514 734-6600  
rogersdigitalmedia.com

Nombre de sites représentés: 400

Incluant:  
• macleans.ca  
• ledevoir.com  
• lactualite.com  
• Flare.com  
• NBA.com

## Say Media

4398, boul. Saint-Laurent, bur. 202  
Montréal, Qc H2W 1Z5  
514 370-2868  
saymedia.com

## TC Media

1100, boul. René-Lévesque Ouest, 24<sup>e</sup> étage  
Montréal, Qc H3B 4X9  
514 392-9000  
tc.tc

Nombre de sites représentés: 1209

Incluant:  
• coupdepouce.com  
• ellequebec.com  
• publisac.ca  
• recettes.qc.ca  
• thehockeynews.tv (A)

## The Gazette

1010, rue Sainte-Catherine Ouest, bur. 200  
Montréal, Qc H3B 5L1  
514 987-2222  
montrealgazette.com

Nombre de sites représentés: 4

Incluant:  
• hockeyinsideout.com  
• montrealgazette.com  
• urbanexpression.ca  
• westislandgazette.com

## Yahoo!Canada

801-207, Queens Quay West  
Toronto, On M5J 1A7  
416 341-8605  
ca.yahoo.com