

Aperçu de certaines tendances

LANGUE DES ACTIVITÉS RÉALISÉES EN LIGNE

Contexte

En 2022, 92,2 % de la population du Québec affirmait utiliser Internet, et 91,5 % y avait accès à la maison. Le téléphone intelligent a été le principal appareil utilisé en 2024 pour naviguer en ligne chez les internautes de 18 à 34 ans (66 %) et ceux de 35 à 54 ans (56 %).

Le commerce en ligne est solidement implanté au Québec : 74 % des adultes québécois ont effectué des achats en ligne en 2023, à hauteur de 17,8 milliards de dollars. Les achats prisés en ligne sont le plus souvent des vêtements, chaussures et accessoires (30 %), des produits d'épicerie (12 %) et des produits de pharmacie (11 %). Les cyberachats se font surtout auprès d'Amazon (51 %), et le reste est réparti entre marchands étrangers (18 %), canadiens (16 %) et québécois (15 %).

Selon un sondage mené en 2023 auprès de quelque 3 500 adultes pour l'Office québécois de la langue française, la recherche d'information en ligne – à l'aide de mots-clés – se fait surtout en français (56,1 %), mais aussi en anglais (24,6 %) ou dans ces deux langues (18,7 %). Quant au magasinage en ligne, il se fait surtout en français (59,1 %), mais également en anglais (19,9 %) ou dans ces deux langues (20,8 %).

La qualité du contenu en français peut être une source d'insatisfaction et, à cet égard, environ la moitié de la clientèle affirme être à l'occasion (32,8 %), souvent (12,1 %) ou toujours (2,4 %) insatisfaite en ce qui a trait à la qualité, voire à la disponibilité du contenu en français lors du magasinage en ligne. À cet égard, la *Charte de la langue française* prévoit que les publications de nature commerciale d'une entreprise doivent être rédigées en français, ce qui inclut les contenus diffusés sur un site Internet et sur les médias sociaux.

Consultez le

[Tableau de bord
sur la situation
linguistique
au Québec.](#)

Indicateurs retenus

Les indicateurs retenus dans le cadre de l'Étude sur la situation des langues parlées au Québec (ESLPQ) visent notamment la fréquence d'utilisation la plus importante du français, de l'anglais ou d'autres langues selon chacune des situations visées. Les activités en ligne ont été considérées sous l'angle de la navigation sur Internet et du cybermagasinage.

La langue de navigation correspond à la ou aux langues utilisées pour naviguer sur Internet. Il en va de même pour la langue de cybermagasinage, qui réfère à la ou aux langues utilisées pour faire des achats en ligne. Les données pour ces deux activités portent sur la ou les langues le plus fréquemment utilisées. (Pour plus d'information, consulter les [notes méthodologiques : ESLPQ 2024.](#))

Faits saillants – Ensemble du Québec

Internet

- » Un peu plus de la moitié (52,6 %) des Québécois **utilisent le plus fréquemment** le français pour naviguer sur Internet, comparativement à 25,4 % pour l'anglais et à 20,1 % pour le français et l'anglais à égalité.

Commerce en ligne

- » Un peu plus de la moitié (51,6 %) des Québécois **utilisent le plus fréquemment** le français pour faire leurs achats en ligne, comparativement à 28,1 % pour l'anglais et à 19,8 % pour le français et l'anglais à égalité.

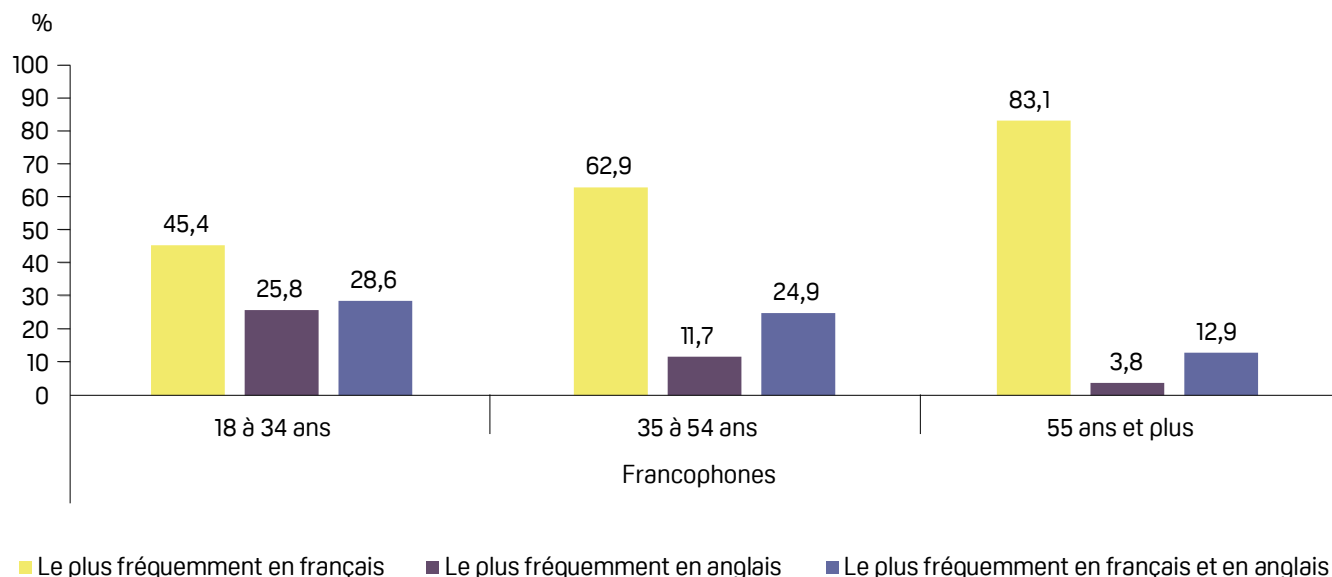
Tendances selon l'âge des répondants

Internet

- » Les jeunes (18 à 34 ans) **utilisent le plus fréquemment** l'anglais (39,0 %) dans une proportion plus importante que le français (34,4 %) pour naviguer sur Internet.
- » En ce qui concerne les jeunes francophones (18 à 34 ans), ils sont près de deux fois moins susceptibles d'utiliser le plus fréquemment le français (45,4 %) pour naviguer sur Internet que les francophones de 55 ans et plus (83,1 %).
- » Les jeunes francophones utilisent le plus fréquemment l'anglais (25,8 %) ou encore autant le français et l'anglais (28,6 %) pour naviguer sur Internet, et ce, de façon plus importante que leurs aînés âgés de 55 ans et plus (respectivement 3,8 % et 12,9 %).

Graphique 1.

Langue le plus fréquemment utilisée par les francophones pour la navigation sur Internet selon le groupe d'âge, Québec, 2024 (en pourcentage)



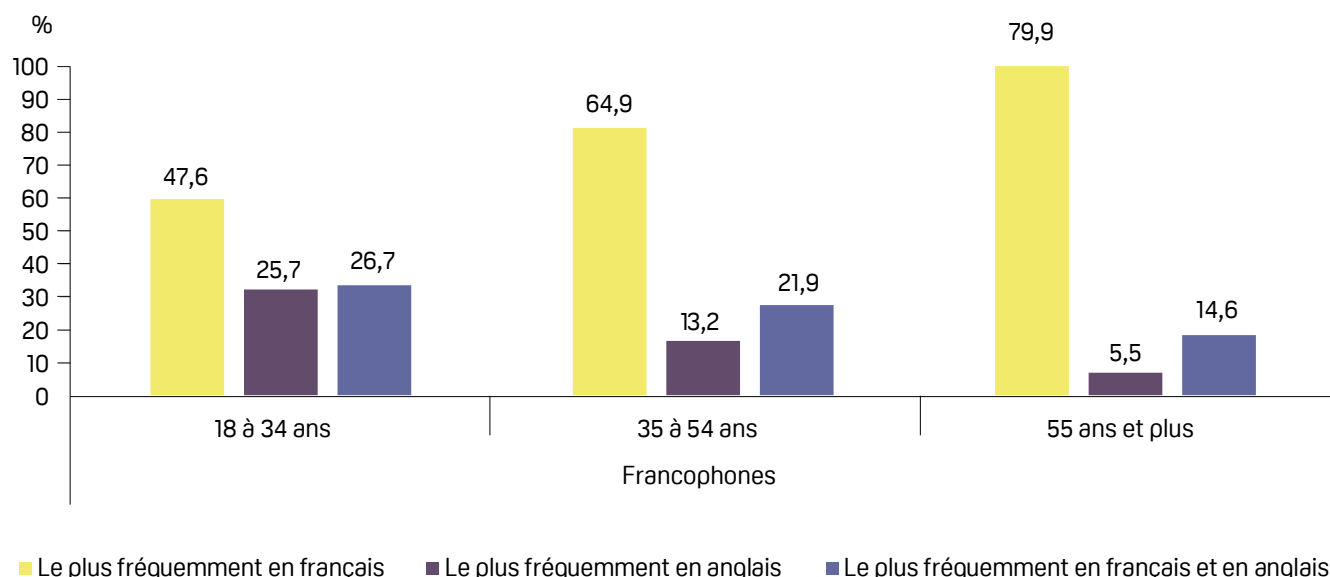
Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec 2024*, graphique créé à partir d'une commande spéciale.

Commerce en ligne

- » Les jeunes (18 à 34 ans) **utilisent le plus fréquemment l'anglais** (39,8 %) dans une proportion plus importante que le français (36,3 %) pour faire leurs achats en ligne.
- » 47,6 % des jeunes francophones (18 à 34 ans) utilisent le plus fréquemment le français pour le commerce en ligne, comparativement à 79,9 % des francophones âgés de 55 ans et plus.
- » Les jeunes francophones sont ainsi plus susceptibles d'utiliser le plus fréquemment l'anglais (25,7 %) ou le français et l'anglais à égalité (26,7 %) pour le cybermagasinage, comparativement aux francophones âgés 55 ans et plus (respectivement 5,5 % et 14,6 %).

Graphique 2.

Langue le plus fréquemment utilisée par les francophones pour le commerce en ligne selon le groupe d'âge, Québec, 2024 (en pourcentage)



Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec 2024*, graphique créé à partir d'une commande spéciale.

Tendances selon la langue d'enseignement du plus haut niveau de scolarité atteint

Internet

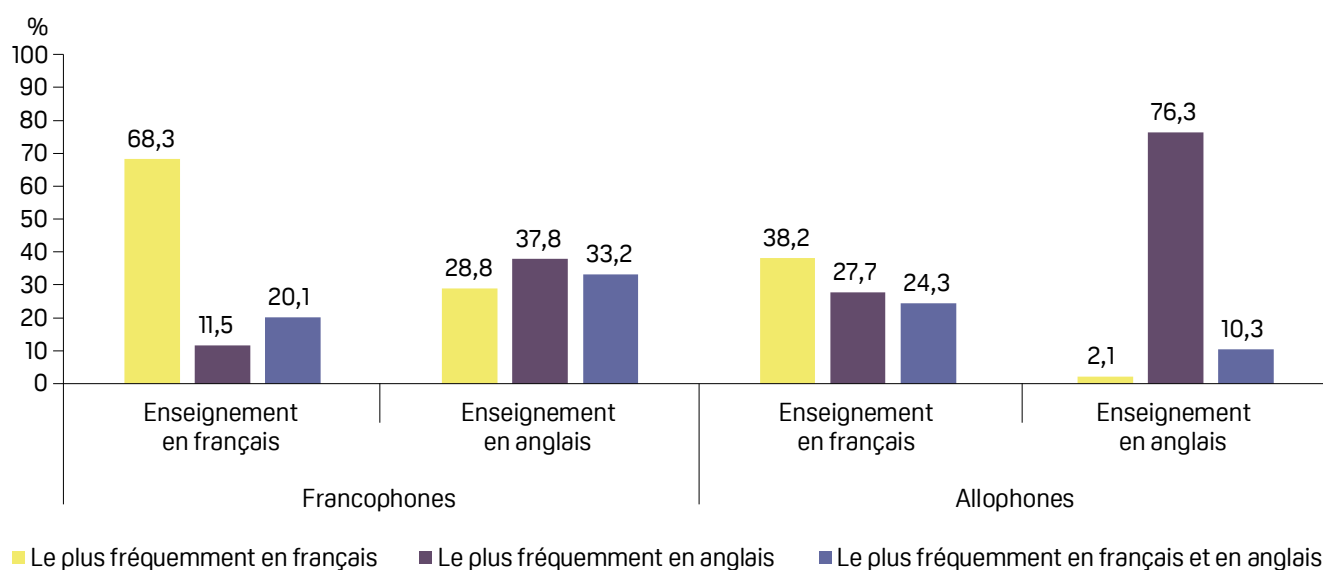
La langue d'enseignement du plus haut de niveau de scolarité atteint semble avoir une incidence sur la langue des activités en ligne.

- » Les francophones qui ont reçu cet enseignement en français sont beaucoup plus susceptibles de naviguer sur Internet le plus fréquemment en français (68,3 %) que ceux qui ont reçu cet enseignement en anglais (28,8 %).
- » On observe l'inverse pour les francophones qui ont reçu un enseignement en anglais pour le plus haut niveau de scolarité atteint : ils sont plus de trois fois plus susceptibles d'utiliser le plus fréquemment l'anglais pour naviguer sur Internet (37,8 %) que ceux qui ont reçu cet enseignement en français (11,5 %).

- » On observe une tendance similaire chez les allophones : lorsque cet enseignement a été reçu en français, on observe que près de trois allophones sur dix (28,8 %) utilisent le plus fréquemment le français pour naviguer sur Internet. Lorsque cet enseignement a été reçu en anglais, une proportion marginale (2,1 %) des allophones affirment utiliser le plus fréquemment le français pour naviguer sur Internet.
- » Les allophones sont près de trois fois plus enclins à utiliser le plus fréquemment l'anglais pour naviguer sur Internet lorsqu'ils ont reçu un enseignement en anglais (76,3 %) pour le plus haut niveau de scolarité atteint que lorsqu'ils ont reçu cet enseignement en français (27,7 %).

Graphique 3.

Langue le plus fréquemment utilisée par les francophones et les allophones pour la navigation sur Internet selon la langue d'enseignement (français ou anglais) du plus haut niveau de scolarité atteint, Québec, 2024 (en pourcentage)



Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec 2024*, graphique créé à partir d'une commande spéciale.

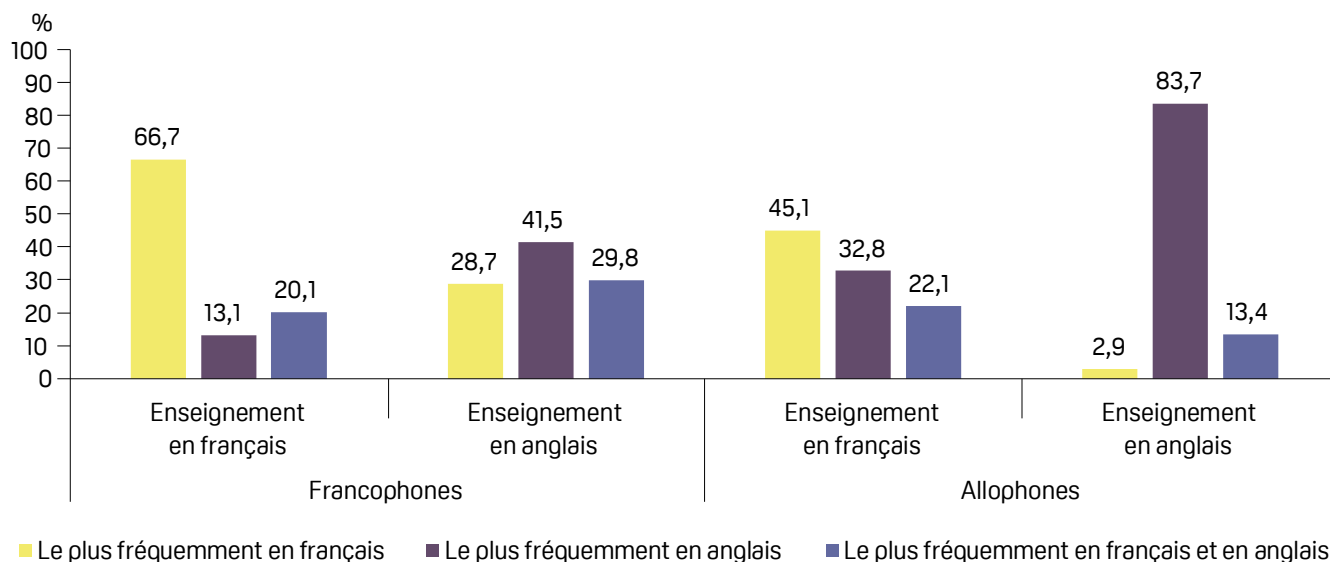
Commerce en ligne

La langue d'enseignement du plus haut de niveau de scolarité atteint semble également avoir une incidence sur la langue utilisée pour faire des achats en ligne.

- » Les deux tiers (66,7 %) des francophones ayant reçu cet enseignement en français utilisent cette langue le plus fréquemment pour le cybermagasinage, comparativement à seulement 28,7 % des francophones qui ont reçu cet enseignement en anglais.
- » On observe l'inverse pour les francophones qui ont reçu un enseignement en anglais pour le plus haut niveau de scolarité atteint : ils sont trois fois plus susceptibles d'utiliser le plus fréquemment l'anglais pour faire leurs achats en ligne (41,5 %) que les francophones ayant reçu cet enseignement en français (13,1 %).
- » On observe une tendance similaire chez les allophones : lorsque cet enseignement a été reçu en français, près de la moitié (45,1 %) utilise cette langue le plus fréquemment pour faire des achats en ligne, comparativement à seulement 2,9 % des allophones ayant reçu cet enseignement en anglais.
- » Une grande majorité (83,7 %) des allophones utilisent le plus fréquemment l'anglais pour effectuer leurs achats en ligne lorsqu'ils ont reçu un enseignement en anglais pour le plus haut niveau de scolarité atteint, comparativement à près du tiers (32,8 %) lorsqu'ils ont reçu cet enseignement en français.

Graphique 4.

Langue le plus fréquemment utilisée par les francophones et les allophones pour les achats en ligne selon la langue d'enseignement (français ou anglais) du plus haut niveau de scolarité atteint, Québec, 2024 (en pourcentage)



Source : Institut de la statistique du Québec, *Étude sur la situation des langues parlées au Québec 2024*, graphique créé à partir d'une commande spéciale.

Conclusion

- » L'utilisation des langues pour naviguer sur Internet et pour faire des achats en ligne est très similaire.
- » Dans les deux cas, on observe qu'une mince majorité de Québécois effectuent ces activités le plus fréquemment en français.
- » Chez les francophones, la propension à naviguer sur Internet et à faire du cybermagasinage le plus fréquemment en français semble corrélée avec l'âge : plus une personne est âgée, plus elle aura tendance à faire ces deux activités le plus fréquemment en français.
- » Chez les francophones et surtout chez les allophones, la langue d'enseignement du plus haut niveau de scolarité atteint semble avoir une incidence sur la langue qui sera utilisée le plus fréquemment pour naviguer sur Internet et pour faire des achats en ligne : si cet enseignement a été reçu en français, l'utilisation du français sera plus fréquente pour ces deux activités.

Sources

Académie de la transformation numérique (2024), [*Portrait numérique des foyers québécois*](#), NETendances 2024, vol. 15, n° 4.

Académie de la transformation numérique (2023), [*Commerce électronique*](#), NETendances 2023, vol. 14, n° 6.

Office québécois de la langue française (OQLF) (2024), [*Langue du magasinage en ligne au Québec en 2023*](#), OQLF.

Statistique Canada (2023a), [*Accès à Internet à la maison par géographie*](#), tableau 22-10-0134-01.

Statistique Canada (2023b), [*Utilisation d'Internet, par province et par groupe d'âge*](#), tableau 22-10-0135-01.