



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 2 août 2006

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Enquête sociale générale : Internet et notre emploi du temps, 2005	2
Le mode de vie des grands utilisateurs d'Internet est fort différent de celui des personnes qui ne naviguent pas sur le Web, selon une nouvelle étude qui examine les incidences de ce dernier sur la vie des Canadiens.	
Enquête sur les magasins de détail, 2004	5
Transport et distribution de gaz naturel, janvier 2006	5
Nouveaux produits	6



Communiqués

Enquête sociale générale : Internet et notre emploi du temps 2005

Le mode de vie des grands utilisateurs d'Internet est fort différent de celui des personnes qui ne naviguent pas sur le Web, selon une nouvelle étude qui examine les incidences de ce dernier sur la vie des Canadiens.

Les résultats proviennent de l'Enquête sociale générale de 2005 sur l'emploi du temps, dans le cadre de laquelle on a demandé aux répondants de fournir des renseignements détaillés sur toutes leurs activités au cours d'une période de 24 heures.

Les grands utilisateurs, c'est-à-dire ceux qui ont passé plus d'une heure sur Internet durant la journée de référence, consacraient moins de temps aux relations sociales avec leur conjoint ou partenaire, leurs enfants et leurs amis. Ils avaient également tendance à rester à la maison, manifestant moins d'intérêt pour les activités de plein air que les non-utilisateurs d'Internet.

Ils consacraient aussi significativement moins de temps que les non-utilisateurs à un travail rémunéré et aux tâches domestiques et passaient moins de temps à dormir, se détendre, se reposer ou réfléchir.

Un élément frappant est la quantité de temps qu'ils passaient seuls. Les utilisateurs modérés d'Internet, c'est-à-dire ceux qui l'ont utilisé de cinq minutes à une heure durant la journée de référence, ont passé ce jour-là environ 26 minutes de plus seuls que les non-utilisateurs. En revanche, les grands utilisateurs d'Internet ont passé seuls près de deux heures (119 minutes) de plus que les non-utilisateurs, même si l'on compare des personnes appartenant à des ménages de taille comparable.

Malgré la limitation des rapports en personne, les utilisateurs d'Internet interagissaient d'autres façons. Certains, particulièrement les grands utilisateurs, consacraient une part importante de leur temps sur Internet à envoyer ou à recevoir des courriels ou à clavarder. Ils étaient également plus susceptibles de passer davantage de temps à converser avec d'autres par téléphone.

L'étude indique aussi que les grands utilisateurs d'Internet durant la journée de référence étaient près de huit ans plus jeunes, en moyenne, que les non-utilisateurs. En outre, 6 grands utilisateurs sur 10 étaient des hommes. Un peu moins de la moitié avaient un travail rémunéré, et une proportion plus importante d'entre eux que de non-utilisateurs étaient étudiants ou chômeurs.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué est le dernier d'une série de quatre études sur l'emploi du temps fondées sur les données du cycle 19 de l'Enquête sociale générale (ESG) menée en 2005. Des enquêtes de ce genre ont été réalisées en 1998, en 1992 et en 1986.

L'article d'aujourd'hui analyse les incidences d'Internet sur l'emploi du temps des Canadiens.

Les articles antérieurs ont analysé le temps que les Canadiens consacrent à se rendre au travail et à en revenir (12 juillet), le travail rémunéré et non rémunéré qu'effectuent les hommes et les femmes (19 juillet), et le temps que les Canadiens âgés de 55 ans et plus consacrent aux loisirs et au travail (26 juillet).

Aux fins de l'ESG de 2005, on a demandé à près de 20 000 personnes de 15 ans et plus d'indiquer dans un journal le temps qu'elles ont consacré à diverses activités au cours d'une période de 24 heures. Ces activités englobaient tout, telles que les soins prodigués aux enfants, les activités culturelles ou sportives, ou les courses faites en revenant à la maison après le travail. Cette enquête a été réalisée dans toutes les provinces.

Définitions :

***L'utilisation d'Internet** dans la présente étude porte sur l'utilisation personnelle d'Internet au cours d'une période de 24 heures et n'englobe pas son utilisation pour d'autres raisons, telles que le travail ou les études.*

*Les **non-utilisateurs** sont les personnes qui n'ont pas passé au moins cinq minutes d'affilée sur Internet durant la journée de référence (on a demandé aux participants à l'enquête de ne pas déclarer les activités dont la durée était inférieure à cinq minutes).*

*Les **utilisateurs modérés** sont les personnes ayant passé de cinq minutes à une heure sur Internet durant la journée de référence.*

*Les **grands utilisateurs** sont les personnes ayant passé plus d'une heure sur Internet durant la journée de référence.*

L'Enquête sociale générale portait sur les liens entre le temps passé en ligne et d'autres aspects de la vie quotidienne des Canadiens au cours d'une période de 24 heures. Des renseignements supplémentaires sur les caractéristiques et les activités en ligne des utilisateurs d'Internet, les taux d'accès à Internet et la fréquence d'utilisation seront fournis par l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet de 2005, dont la diffusion des résultats dans Le Quotidien aura lieu en août 2006. Ensemble, ces enquêtes permettent de mieux comprendre l'utilisation d'Internet au Canada et ses conséquences sociales éventuelles.

Afin de tenir compte de ces différences socioéconomiques, les estimations de l'utilisation du temps ont été corrigées pour que les comparaisons soient faites entre des personnes ayant des caractéristiques similaires. On a ainsi comparé des personnes de mêmes âge, sexe et niveau de scolarité, par exemple.

Les grands utilisateurs d'Internet consacrent une demi-heure de moins que les non-utilisateurs aux tâches domestiques

Selon l'étude, chez les grands utilisateurs, l'utilisation d'Internet se fait aux dépens du temps consacré à la vie familiale et aux tâches domestiques. Ainsi, les grands utilisateurs d'Internet consacraient 33 minutes de moins par jour, en moyenne, que les non-utilisateurs au travail domestique, comme le soin des enfants et la tenue du ménage.

Ils consacraient également moins de temps à diverses activités sociales. Par exemple, les non-utilisateurs répartissaient leur temps de façon égale entre les membres de leur ménage et les personnes extérieures au ménage. Les grands utilisateurs consacraient environ une heure de moins qu'eux aux deux groupes de personnes.

Les conjoints et les enfants en payaient particulièrement le prix. Les grands utilisateurs passaient environ une demi-heure de moins que les non-utilisateurs avec leur conjoint et leurs enfants.

Le moment de l'utilisation d'Internet importe également. La navigation sur le Web durant les fins de semaine est associée à une diminution encore plus importante du temps passé avec les amis et d'autres personnes en dehors du foyer que l'utilisation d'Internet pendant la semaine.

Les grands utilisateurs étaient moins susceptibles que les non-utilisateurs de déclarer qu'ils connaissaient «la plupart des résidents» ou «de nombreux résidents» de leur voisinage. Ils étaient également plus susceptibles de décrire leur sentiment d'appartenance à la collectivité comme étant «plus ou moins» ou «très» faible.

Même si les internautes passaient généralement moins de temps avec d'autres personnes, ils ont indiqué avoir à peu près le même nombre de liens étroits avec des personnes ne faisant pas partie de leur ménage que les non-utilisateurs.

Les grands utilisateurs d'Internet consacraient également moins de temps à la pratique active des sports, à des activités communautaires et au bénévolat, ainsi qu'à assister à des manifestations sportives et autres et à aller au cinéma.

En revanche, ils jugeaient plus agréable que les non-utilisateurs l'adhésion à des clubs et à des organisations sociales.

Les internautes sont de grands consommateurs d'autres médias

Même si Internet est susceptible d'être un concurrent d'autres sources d'information et de

divertissement, les internautes continuaient de s'intéresser aux médias traditionnels.

Les grands utilisateurs d'Internet et les non-utilisateurs ont passé à peu près la même quantité de temps, soit un peu plus de deux heures, à regarder la télévision durant la journée de référence.

Les internautes ont passé plus de temps que les non-utilisateurs à lire des livres, et les utilisateurs modérés étaient également plus enclins que les non-utilisateurs à consacrer du temps à la lecture des journaux.

Les grands utilisateurs d'Internet disent être moins stressés

En général, l'enquête ne révèle aucune différence en ce qui concerne l'état de santé général perçu par les utilisateurs et par les non-utilisateurs d'Internet. Par contre, leur niveau de stress diffère.

Les grands utilisateurs se distinguaient des autres, en ce sens qu'il était moins probable qu'ils se sentent stressés ou pressés, ou qu'ils se considèrent comme des bourreaux du travail.

Toutefois, plusieurs des écarts observés entre les niveaux de stress tenaient davantage aux caractéristiques personnelles des internautes qu'à l'utilisation d'Internet proprement dite. L'étude indique que, si l'on compare des gens ayant des caractéristiques démographiques, une situation d'emploi et un revenu semblables, les différences disparaissent entre les niveaux de stress des grands utilisateurs et des non-utilisateurs d'Internet.

En fait, ce sont les utilisateurs modérés, c'est-à-dire les personnes qui passaient de cinq minutes à une heure par jour sur Internet, qui étaient les moins susceptibles d'être stressées.

Passer du temps avec la famille et les amis est une priorité pour les utilisateurs ainsi que pour les non-utilisateurs d'Internet

Lorsqu'on leur demande à quelle activité ils consacraient plus de temps si l'occasion leur en était offerte, les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet ont tendance à avoir la même opinion.

Cependant, les utilisateurs modérés et les grands utilisateurs étaient moins intéressés que les non-utilisateurs à consacrer plus de temps aux activités de plein air. Par contre, ils étaient plus susceptibles de souhaiter disposer de temps pour leurs activités d'artisanat et leurs passe-temps.

Les grands utilisateurs étaient également plus susceptibles que les non-utilisateurs de vouloir passer plus de temps à étudier, mais cette constatation est liée au fait qu'une plus grande proportion d'entre eux étaient des étudiants.

Même si les internautes, particulièrement les grands utilisateurs, passaient beaucoup de temps seuls, ils ne différaient pas significativement des non-utilisateurs quant à leur désir d'avoir plus de temps à consacrer à leur famille et à leurs amis.

En fait, ce choix était le plus fréquent parmi les trois catégories d'utilisateurs. Plus du quart des membres de chacune des catégories ont indiqué que leur priorité était de passer plus de temps avec leur famille et leurs amis.

En outre, même si les grands utilisateurs passaient moins de temps à la pratique des sports, ils n'étaient pas plus susceptibles que les non-utilisateurs de vouloir consacrer plus de temps aux activités sportives, si le choix leur en était donné.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4503.

Le nouveau numéro de la *Série sur la connectivité : Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens?* (56F0004MIF2006013, gratuit) est maintenant accessible en ligne. À la page *Publications*, sous *Publications Internet gratuites*, choisissez *Communications*.

Pour obtenir plus de renseignements au sujet de l'analyse contenue dans cette publication, communiquez avec Marcel Bécharde au (613) 951-6115 (marcel.becharde@statcan.ca), Division de la statistique sociale et autochtone.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec la Section de la diffusion et du service à la clientèle au (613) 951-5979 (sasd-dssea@statcan.ca), Division de la statistique sociale et autochtone. Télécopieur : 613-951-4378. ■

Enquête sur les magasins de détail

2004

Il est maintenant possible de consulter les données supplémentaires de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail de 2004.

Données stockées dans CANSIM : tableau 080-0011.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2446 et 2447.

Pour obtenir des données ou plus de renseignements, communiquez avec le Service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*detaillantsinfo@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Manon Nadeau au (613) 951-3565, Division de la statistique du commerce. ■

Transport et distribution de gaz naturel

Janvier 2006

Il est maintenant possible de consulter les données de janvier sur le transport et la distribution de gaz naturel.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 129-0001 à 129-0004.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2149.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*energ@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Nouveaux produits

Série sur la connectivité : Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens?, n° 13
Numéro au catalogue : 56F0004MIF2006013
(gratuit).

Emploi, gains et durée du travail, mai 2006, vol. 84, n° 5
Numéro au catalogue : 72-002-XIB
(gratuit).

Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.

Les numéros au catalogue se terminant par : -XWF, -XIB ou -XIF représentent la version électronique offerte sur Internet, -XMB ou -XMF, la version microfiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB ou -XDF, la version électronique sur disquette, -XCB ou -XCF, la version électronique sur CD-ROM et -XBB ou XBF, une base de données.

Pour commander les produits

Pour commander par téléphone, ayez en main :

- Le titre
- Le numéro au catalogue
- Le numéro de volume
- Le numéro de l'édition
- Votre numéro de carte de crédit.

Au Canada et aux États-Unis, composez le : **1 800 267-6677**

Pour les autres pays, composez le : **1 613 951-2800**

Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le : **1 877 287-4369**

Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte, composez le : **1 877 591-6963**

Pour commander par la poste, écrivez à : Finances, immeuble R.-H.-Coats, 6^e étage, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet, écrivez à : infostats@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.

Catalogue 11-001-XIF (11-010-1501/0304/03)

Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997
Pour une édition à 9 h-30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué un voyage moyen de 25,6 minutes en transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'industrie et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été, une fois encore, une fois relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- **Indice de l'offre d'emploi, mai 1997** 10
- **Emplois sur les anticipations à court terme** 11
- **Aider en termes personnels, semaine se terminant le 31 mai 1997** 11
- **Produits d'emploi, avril 1997** 11

NOUVELLES PARUTIONS

- 12

Statistique Canada Statistic Canada

Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, Ottawa, K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à listproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2004. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source : Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire : Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001-XIF au catalogue, date et numéros de page.