



Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques

SYLVIE MARCEAU *chargée de projet, OCCQ*

Faits saillants

- En 2014, les entrepôts et librairies numériques du Québec ont vendu 506 000 livrels, pour une valeur de 7 M\$.
- Le prix moyen en 2014 est de 14,18\$.

Notes méthodologiques

L'univers de l'enquête

L'*Enquête sur les ventes de livres numériques* recueille tout d'abord des renseignements auprès des entrepôts numériques québécois – agrégateurs ou distributeurs – quant aux transactions effectuées par leur intermédiaire. Ensuite, cette information est complétée par les renseignements provenant des librairies numériques québécoises quant aux ventes de livrels qui ne transitent pas par un entrepôt numérique du Québec.

Cette approche signifie que les résultats ne comprennent pas toutes les ventes de livrels faites auprès des Québécois. Cependant, ils incluent les ventes de livrels entreposés dans un entrepôt québécois qui sont réalisées par une librairie numérique étrangère auprès des consommateurs québécois. Ainsi, comme déjà mentionné, même si l'enquête ne présente pas une mesure complète du marché québécois du livrel, défini comme étant l'ensemble des achats effectués par les consommateurs québécois, ses résultats offrent une bonne indication du volume d'affaires des entreprises québécoises au Canada et à l'étranger.

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) est fier de livrer dans ce bulletin les premiers résultats de son *Enquête sur les ventes de livres numériques*. Le but de cette enquête est de produire, analyser et diffuser des statistiques sur le marché québécois du livre numérique (livrel). L'enquête recueille, auprès d'établissements du Québec, des renseignements sur les recettes et les quantités vendues aux consommateurs et aux collectivités, incluant les livrels gratuits.

Tant dans cette nouvelle enquête que dans l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* (EMVL), la notion de marché réfère à l'ensemble des ventes d'un produit sur un territoire donné. Dans les deux enquêtes, on ne peut être certain d'avoir comptabilisé toutes les ventes de livres neufs faites à des consommateurs résidant au Québec.

Suite en page 4 >

Table des matières

- 4 Résultats : ventes et prix moyen en 2014
- 6 Un marché en émergence

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
\$	En dollars
n	Nombre
M	Million
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro

Notes méthodologiques (suite)

Le schéma de la figure 1 illustre ce que notre modèle capte concernant le marché québécois du livrel de même que les types d'établissements actifs sur ce marché. Les lignes bleues représentent les transactions prises en compte par le modèle, tandis que les lignes grises représentent les transactions non captées à ce jour.

Les principaux éléments du schéma sont :

Marché québécois : Les particuliers et les collectivités du Québec qui achètent des livres numériques.

Marché hors Québec : Les particuliers et les collectivités à l'extérieur du Québec qui achètent des livres numériques.

Librairies numériques (ou plateformes) : L'interface de détail qui permet au consommateur de faire son achat. Généralement, il s'agit d'une librairie numérique (ou en ligne), mais ce peut aussi être le site d'un éditeur ou d'un distributeur qui vend directement au consommateur. Pour éviter les doubles comptes, ces établissements fournissent uniquement les ventes qui ne passent pas par les entrepôts québécois. Par exemple, il peut s'agir des ventes de livrels qui transitent par l'entrepôt étranger Numilog.

Les librairies numériques étrangères sont des librairies telles que Amazon, iBookstore d'Apple et Google Play Books.

Entrepôts numériques : Aussi appelés agrégateurs, les entrepôts numériques hébergent les fichiers des livrels déposés par les éditeurs, reçoivent les commandes, les livrent et assurent les paiements aux éditeurs. Un titre spécifique peut se retrouver dans un seul ou dans plusieurs entrepôts. Certains entrepôts numériques vendent directement aux consommateurs.

Les entrepôts numériques québécois peuvent avoir des ententes avec des entrepôts ou des librairies numériques à l'étranger pour certains titres. Par exemple, un agrégateur québécois peut fournir des livrels québécois à la librairie numérique française Feedbooks ; il peut aussi être un agrégateur approuvé par Apple.

Éditeurs : On distingue deux catégories d'éditeurs : d'une part, les éditeurs de livrels québécois et de livrels canadiens en français et, d'autre part, les éditeurs de livrels d'autres origines. La gestion des fichiers et des métadonnées des livrels de la première catégorie est souvent prise en charge par un établissement du Québec. Certains livrels d'autres origines peuvent aussi être traités par des établissements québécois, mais la proportion est certes plus faible. Il convient de souligner ici que les achats par les consommateurs québécois de livrels d'éditeurs du Québec, ou en français, réalisés sur une plateforme étrangère, sont probablement effectués par l'intermédiaire d'un entrepôt numérique québécois. Par contre, c'est moins certain dans le cas de livrels en anglais.

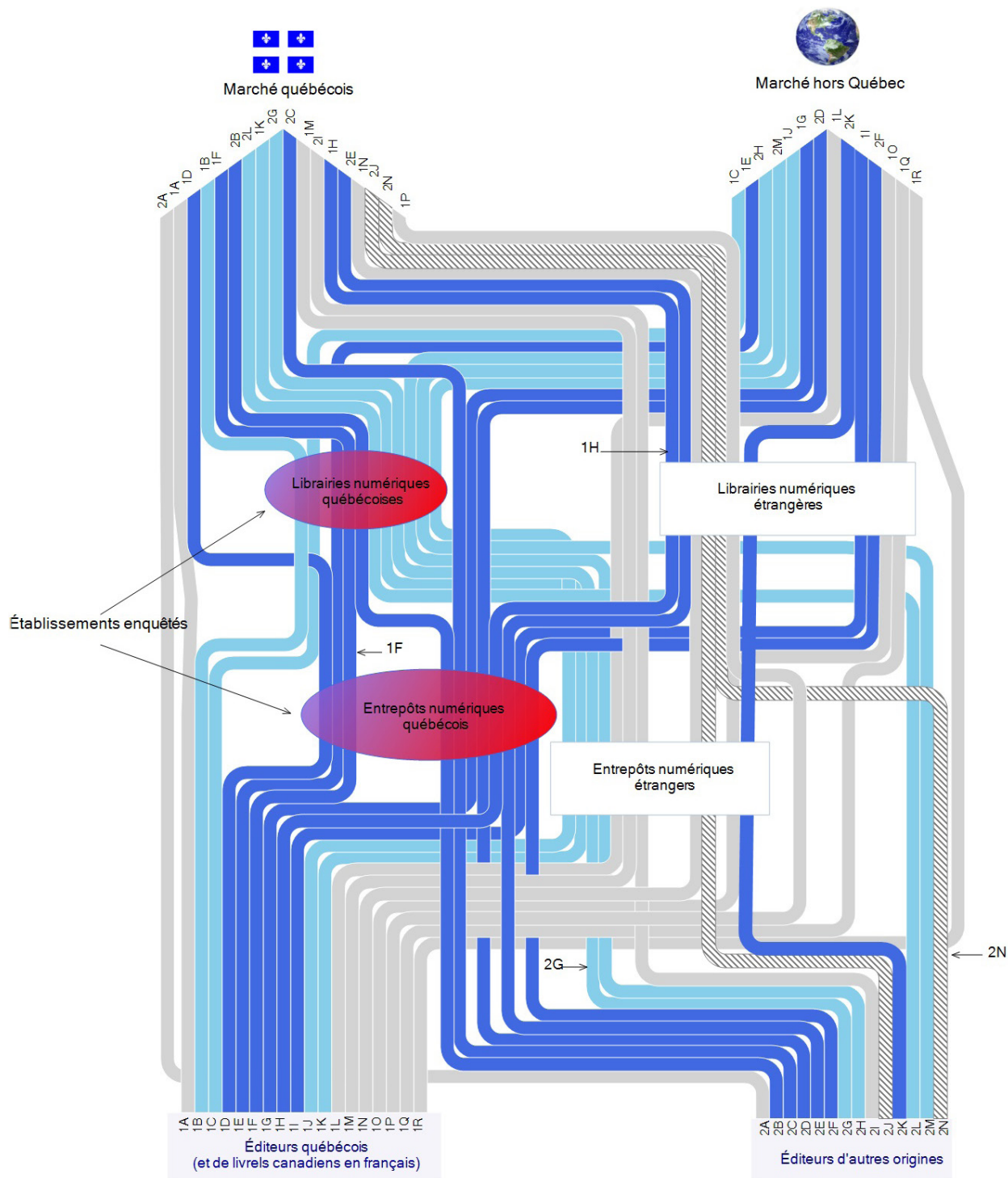
Dans le modèle de l'enquête, les livrels autoédités sont considérés de la même manière que les livrels des éditeurs. Ainsi, les livrels autoédités et vendus directement par les librairies numériques étrangères, et qui constituent une part non négligeable du montant des ventes de livrels dans d'autres pays malgré des prix généralement plus faibles, ne sont pas captés par notre modèle, même s'il s'agit d'auteurs québécois, puisque ces livrels ne transitent pas par un établissement du Québec.

Par ailleurs, les bibliothèques ont la possibilité de s'abonner à certains services ou collections en échange d'un paiement forfaitaire annuel (Gibson) ou selon le nombre de consultations (Cyberlibris). Les particuliers, quant à eux, peuvent s'abonner à des services donnant accès à tous les livrels d'un catalogue selon un tarif mensuel fixe (Oyster et Scribd aux États-Unis, par exemple, et Kindle Unlimited, disponible aussi au Canada). Les dépenses des collectivités et des particuliers pour ces services d'abonnement ne sont pas comptabilisées dans l'enquête. En effet, l'information recueillie ne concerne que les ventes de livrels.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

MARCEAU, Sylvie (2015). « Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques », *Optique culture*, n° 41, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, mai, 8 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Figure 1 Modèle de données de l'Enquête sur les ventes de livres numériques



- Livres dont les ventes sont mesurées par les données provenant des entrepôts numériques québécois.
- Livres dont les ventes sont mesurées par les données provenant des librairies numériques québécoises (les ventes qui passent par les entrepôts numériques québécois sont exclues).
- ▨ Livres dont les ventes sont potentiellement importantes mais qui ne sont pas captées par notre modèle (notamment les livrels étrangers achetés par des Québécois à partir de librairies numériques étrangères).
- Autres livrels dont les ventes (probablement assez faibles) ne sont pas mesurées.

Notes de lecture : Chaque ligne représente un des cheminements possibles d'un livrel entre l'éditeur et le marché final, qu'il s'agisse de particuliers ou de collectivités. Par exemple, la version numérique d'un livrel québécois comme *Le Journal d'Aurélié Laflamme* d'India Desjardins, acheté auprès d'une librairie numérique québécoise et entreposé dans un entrepôt numérique québécois, est illustrée par la ligne bleu foncé 1F. Ce même livrel peut être acheté en version Kindle sur Amazon, mais c'est un entrepôt numérique québécois qui s'occupe de la gestion du fichier et des rapports à l'éditeur. Dans ce cas, la vente est illustrée par la ligne bleu foncé 1H. En revanche, un livrel étranger comme *Da Vinci Code* de Dan Brown passe par l'entrepôt numérique étranger Numilog. Si ce livrel est acheté auprès d'une librairie numérique québécoise, la vente est illustrée par la ligne bleu pâle 2G. Enfin, dans le cas où ce livrel est acheté à partir du site d'une librairie numérique étrangère, la vente est représentée par la ligne grise hachurée 2N et n'est donc pas captée par le modèle.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

> Par exemple, dans le cas de l'EMVL, les ventes directes à des consommateurs québécois de livres imprimés non distribués par un distributeur du Québec, réalisées sur Internet par des établissements étrangers, échappent à l'enquête. Il s'agit, toutefois, d'un phénomène qui, sans être marginal, ne remet pas en cause la valeur des résultats statistiques.

Dans le cas des ventes de livrels, le problème est similaire, mais d'un autre ordre de grandeur ; en effet, les librairies numériques étrangères occupent une place importante dans la vente de ce produit. Puisqu'il est impossible actuellement d'obtenir auprès des acteurs étrangers des renseignements sur leurs ventes aux clients québécois, l'univers de notre enquête se limite à l'ensemble des établissements du Québec actifs dans la vente de livrels. Par conséquent, l'enquête ne mesure pas la totalité des ventes de livrels au Québec ni la totalité des ventes de livrels édités au Québec. Néanmoins, nous estimons que les données recueillies représentent une portion significative du marché du livrel au Québec. En plus de présenter les résultats de la première année de l'enquête, ce bulletin vise à définir rigoureusement les paramètres et la portée de celle-ci.

Résultats : ventes et prix moyen en 2014

Notes d'interprétation

Étant donné l'univers de l'enquête, il est important de clarifier l'interprétation qui peut être faite des statistiques. Ainsi, une augmentation annuelle des ventes pourrait signifier une croissance du marché ou de la part de ce marché qui est détenue par des entreprises du Québec. Dans les deux cas, l'industrie québécoise du livrel progresserait. Une diminution des ventes pourrait signifier une réduction de la taille du marché ou une baisse de la part des entreprises québécoises dans un marché stable ou à la hausse. Dans ce dernier cas, les Québécois auraient augmenté leurs achats de livrels sur les plateformes étrangères au détriment des librairies québécoises.

En 2014, les entrepôts et librairies numériques du Québec ont vendu 506 000 livrels, pour une valeur de 7 M\$ (tableau 1).

Dans le marché du livre imprimé, on observe généralement deux cycles de vente dans l'année¹, soit un pic en août et septembre (le début de l'année scolaire) et un autre en décembre et janvier (le temps des Fêtes et le début de la session d'hiver dans les cégeps et universités). Les données de 2014 sur les ventes de livrels suggèrent, pour leur part, une seule période d'activité relativement forte, soit la période hivernale (le mois de décembre et le début de l'année) (figure 2).

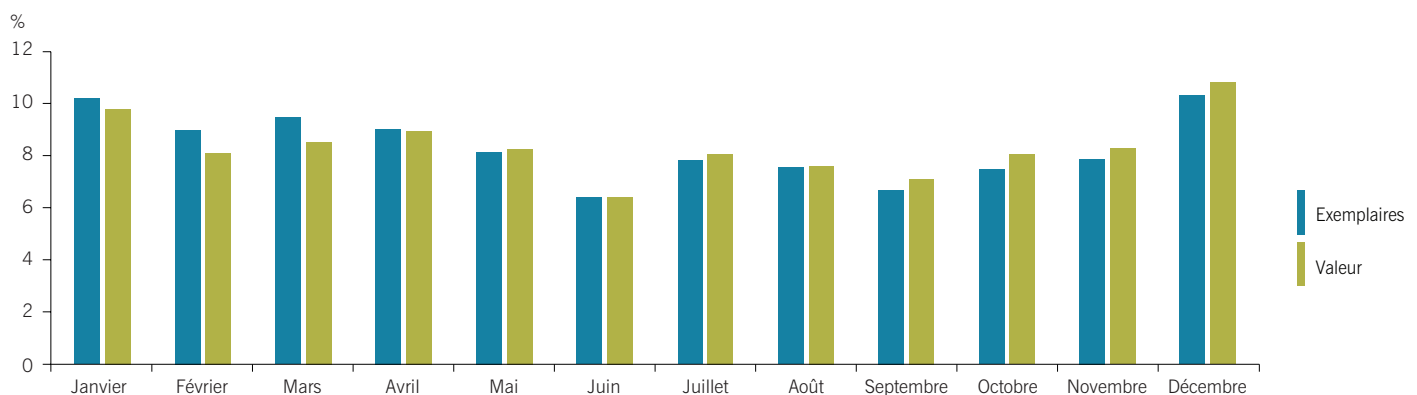
Tableau 1 Ventes mensuelles de livrels, Québec¹, 2014

	Exemplaires		Valeur		Prix moyen
	n	%	\$	%	\$
Janvier	51 632	10,2	701 880	9,8	13,59
Février	45 487	9,0	580 902	8,1	12,77
Mars	47 871	9,5	611 389	8,5	12,77
Avril	45 720	9,0	642 499	9,0	14,05
Mai	41 181	8,1	592 635	8,3	14,39
Juin	32 346	6,4	459 880	6,4	14,22
Juillet	39 569	7,8	578 618	8,1	14,62
Août	38 189	7,6	545 573	7,6	14,29
Septembre	33 792	6,7	509 330	7,1	15,07
Octobre	37 788	7,5	576 925	8,0	15,27
Novembre	39 864	7,9	594 257	8,3	14,91
Décembre	52 218	10,3	774 580	10,8	14,83
Total	505 657	100,0	7 168 470	100,0	14,18

1. Livrels qui transitent par des établissements québécois.

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2 Ventes de livrels réparties sur douze mois, Québec¹, 2014



1. Livrels qui transitent par des établissements québécois.

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

1. La première période récolte environ 22 % des ventes annuelles et la deuxième obtient près de 20 %.

Le prix moyen en 2014 est de 14,18 \$. Il est plus élevé à la fin de l'année qu'au début (figure 3). Il faut noter que le prix moyen calculé ici est simplement le montant des ventes totales divisé par le nombre d'exemplaires vendus. Ce prix moyen peut augmenter parce que les prix des livrels augmentent ou parce que la part des livrels plus chers dans les ventes s'est accrue. Enfin, puisque l'enquête inclut les livrels gratuits, le volume relatif de téléchargements de livrels gratuits a aussi une incidence sur le prix moyen estimé. Par exemple, si des particuliers ayant reçu des tablettes tactiles ou liseuses en cadeau à Noël téléchargent d'abord des livrels gratuits ou à faible prix, la part de ces livrels sera plus élevée en début d'année que plus tard. Nous n'avons pas cependant les données pluriannuelles ou suffisamment désagrégées pour confirmer une telle hypothèse.

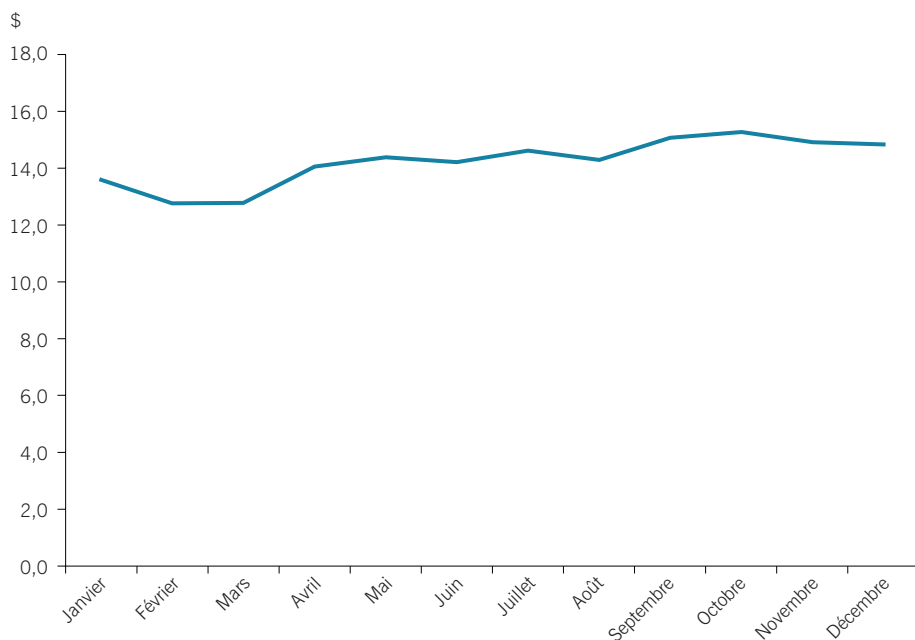
La part du livrel dans le marché du livre

On peut être tenté d'estimer la part des livrels dans le marché du livre à partir des données de l'*Enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs* (EMVL). En effet, cette dernière mesure toutes les ventes, incluant celles en ligne, de livres imprimés ou numériques faites par les éditeurs, les librairies, les distributeurs, les grandes surfaces et les autres points de vente au Québec. Toutefois, la portée de cette enquête et de l'*Enquête sur les ventes de livres numériques* n'étant pas la même, il n'est pas possible d'estimer cette part.

Il faut savoir que l'EMVL permet d'évaluer précisément la taille du marché québécois : on n'a qu'à soustraire des ventes finales totales les ventes hors Québec des éditeurs et des distributeurs. Ces dernières comprennent les ventes à des

librairies, à des particuliers et à des collectivités se trouvant à l'extérieur du Québec. Ainsi, on obtient le dénominateur qui servira au calcul de la part de marché des livrels. Pour calculer cette part, il faut aussi connaître le montant des ventes de ce produit dans le marché québécois, c'est-à-dire le numérateur. Or, les ventes de livrels québécois par les librairies numériques étrangères – donc des ventes hors Québec du point de vue de nos répondants – peuvent tout autant avoir été faites auprès de consommateurs québécois que de consommateurs étrangers ; de fait, il n'est pas possible de connaître la répartition des ventes entre ces deux groupes. Par conséquent, les deux éléments de l'équation du calcul de la part de marché des livres dans l'ensemble du marché du livre au Québec n'ont pas tout à fait la même définition de leur marché et il serait erroné de rapporter l'un sur l'autre.

Figure 3 Prix moyen des livrels selon le mois, Québec¹, 2014



1. Livrels qui transitent par des établissements québécois.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Un marché en émergence

Ces premiers résultats suggèrent que le marché du livrel est en émergence au Québec. Bien que nous ne soyons pas en mesure d'établir la taille précise de la part de ce produit dans l'ensemble du marché du livre au Québec, 7 M\$ de ventes dans un marché de plusieurs centaines de millions n'est pas énorme. Cependant, le Québec ne fait pas figure d'exception dans ce domaine. En effet, l'édition du printemps 2014 du *Global eBook Report* indique que les livres numériques obtiennent 13 % du marché global du livre aux États-Unis en 2012 (21 % dans le cas de la littérature générale) et 11,5 % en Grande-Bretagne en 2013 (25 % dans le cas de la littérature générale)². Dans les pays européens, dont la France, l'Allemagne, l'Espagne, la Suède et les Pays-Bas, cette proportion varie entre 1 % et 5 % (3 % à 11 % dans le cas de la littérature générale). Au Canada, selon les sondages effectués par BookNet Canada auprès des consommateurs, 15 % des livres achetés en 2012 étaient des livres numériques, alors

que la proportion est de 17 % en 2013³. Il semble bien que la lecture de livrels soit encore un phénomène essentiellement anglo-saxon.

Il faut aussi mentionner que la lecture de livres numériques, et par conséquent l'achat de ce format de livre, est une pratique qui serait associée à l'acquisition d'appareils conviviaux pour la lecture numérique, tels qu'une liseuse ou une tablette tactile. Selon les données du CEFRIO, 7,9 % des adultes québécois possèdent une liseuse en 2014. Par contre, selon la même étude, 38,9 % possèdent une tablette numérique en 2014 (26 % en 2013)⁴. En comparaison, selon les données de l'Observateur des technologies médias, au moins 42 % des Canadiens anglophones de 18 ans ou plus ont une tablette tactile en 2013⁵. Une étude du Pew Research Center révèle, quant à elle, que 32 % des Américains de 18 ans ou plus possèdent une liseuse en janvier 2014 et 42 %, une tablette⁶. Du côté de la France, l'Observatoire de l'équipement

audiovisuel des foyers souligne que 32 % des foyers ont des tablettes tactiles au deuxième trimestre de 2014⁷.

Enfin, les prix moyens révélés par notre enquête sont plus élevés que les prix moyens calculés pour d'autres marchés. Par exemple, les sondages de BookNet mentionnés ci-dessus estiment que le prix moyen payé pour des livres numériques au Canada en 2013 varie entre 6,27 \$ et 8,29 \$ en incluant les livrels gratuits, mais entre 11,32 \$ et 12,72 \$ en les excluant. De son côté, Solym (2015), citant une étude de GfK sur le marché du livre, indique que le prix moyen des livrels en France est de 7,70 € en 2014 et de 8,50 € en 2013⁸ (11,30 \$ CA et 11,63 \$ CA)⁹. Il convient de mentionner ici que la formule utilisée pour calculer le prix moyen, les particularités régionales du fonctionnement du marché ou des stratégies de commercialisation et l'encadrement législatif peuvent avoir des conséquences sur le prix moyen.

-
- Rüdiger Wischenbart (2014), *Global eBook, update spring 2014*, [En ligne]. [http://www.wischenbart.com/upload/123400000358_04042014_final.pdf] (Consulté le 7 mai 2015). Ces statistiques sont tirées du tableau de la page 21 du *Global eBook*.
 - Kayla Smith (2014), *Ebook sales and pricing trends*, *BookNet Canada*, le 27 mars 2014, [En ligne]. [<http://www.booknetcanada.ca/blog/2014/3/27/ebook-sales-and-pricing-trends.html>] (Consulté le 7 mai 2015).
 - CEFRIQ (2015), « Mobilité au Québec : la croissance se poursuit », *NETendances 2014*, vol. 5, n° 7, [En ligne]. [<http://www.cefrio.qc.ca/netendances/mobilite-quebec-la-croissance-se-poursuit/>] (Consulté le 30 avril 2015).
 - Michael Oliveira (2014), *More than 4 in 10 anglophone Canadians own a tablet: study*, *ctvnews.ca*, le 16 avril 2014, [En ligne]. [<http://www.ctvnews.ca/sci-tech/more-than-4-in-10-anglophone-canadians-own-a-tablet-study-1.1778559>] (Consulté le 8 mai 2015).
 - Pew Research Center (2014), *E-Reading Rises as Device Ownership Jumps*, le 16 janvier 2014, [En ligne]. [<http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>] (Consulté le 30 avril 2015).
 - L'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers (2014), *L'équipement audiovisuel des foyers au premier semestre 2014*, [En ligne]. [<http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-observatoires/L-observatoire-de-l-equipement-audiovisuel-des-foyers/L-equipement-audiovisuel-des-foyers-au-premier-semestre-2014>] (Consulté le 30 avril 2015).
 - Clément Solym (2015), *Prix moyen du livre numérique : exemples en Inde, Allemagne et Australie*, *L'Actualité*, le 18 février 2015, [En ligne]. [<https://www.actualite.com/economie/prix-moyen-du-livre-numerique-exemples-en-inde-allemanie-et-australie-55307.htm>] (Consulté le 30 avril 2015).
 - Aux États-Unis, DBW (Digital Book World) calcule le prix moyen des 25 meilleurs vendeurs chaque semaine. En général, le prix moyen se situe sous la barre des 8 \$ US (Il a été établi à 7,21 \$ US pour la troisième semaine de février 2015). Toutefois, ce prix est basé sur le prix minimum de chaque livrel et n'est pas pondéré par les ventes réelles. Jeremy Greenfield (2014), *Average Price of an Ebook Best-Seller on the Rise*, le 14 août 2014, [En ligne]. [<http://www.digitalbookworld.com/2014/average-price-of-an-ebook-best-seller-on-the-rise/>] (Consulté le 30 avril 2015); Rich Bellis (2015), *'The Girl on the Train' Extends Lead as Best-Selling Ebook Prices Creep up*, le 25 février 2015, [En ligne]. [<http://www.digitalbookworld.com/2015/the-girl-on-the-train-extends-lead-as-best-selling-ebook-prices-creep-up/>] (Consulté le 30 avril 2015).

Numéros déjà parus

Optique culture

40	Les dépenses en culture des municipalités en 2013	Mai 2015
39	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014	Avril 2015
38	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise depuis 1985	Février 2015
37	La fréquentation des cinémas en 2014	Février 2015
36	Les bibliothèques publiques québécoises de 2002 à 2012 Comparaisons internationales et évolution récente	Février 2015
35	Les ventes de livres de 2009 à 2013	Septembre 2014
34	Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène	Septembre 2014
33	Les dépenses culturelles des municipalités en 2012	Juin 2014
32	La fréquentation des institutions muséales en 2012 et 2013	Mai 2014
31	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013	Avril 2014
30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants Analyse de données de l' <i>Étude longitudinale du développement des enfants du Québec</i>	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Mai 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Avril 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012
13	Projections numériques : 45 % de l'assistance des cinémas en 2011	Mars 2012
12	L'emploi salarié dans certaines industries de la culture et des communications, de 1991 à 2010	Novembre 2011
11	Les ventes d'albums québécois de nouveaux artistes	Octobre 2011
10	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2009-2010	Septembre 2011
09	Dix ans de ventes de livres	Septembre 2011
08	La fréquentation des arts de la scène en 2010	Septembre 2011
07	Les parts de marché du livre édité au Québec en 2009	Juin 2011
06	Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances	Juin 2011
05	Les dépenses culturelles des municipalités en 2009	Mai 2011
04	La fréquentation des institutions muséales en 2010	Mai 2011
03	Les écrivains québécois : un aperçu statistique	Mai 2011
02	Les distributeurs de livres en 2008-2009	Avril 2011
01	L'assistance aux films québécois sous la barre de 10 %	Février 2011



OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document
est consultable à l'adresse suivante :
www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement

Sylvie Marceau
418 691-2414, poste 3325
sylvie.marceau@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal

ISSN : 1925-4199 (version imprimée)

ISSN : 1925-4202 (en ligne)

2^e trimestre 2015

© Gouvernement du Québec,

Institut de la statistique du Québec, 2011

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

Institut
de la statistique

Québec 