

Carte des Exportations

Faire travailler le web pour les exportateurs canadiens





Sam Sebastian
Le directeur national,
Google Canada

Un moteur de croissance pour le Canada

De nos jours, le web est devenu une partie intégrante de nos vies – que nous soyons à transférer une nouvelle liste de lecture, à partager une photo avec la famille ou à prendre des nouvelles des amis. Dans notre monde constamment connecté, nous comptons aussi plus que jamais sur le web pour nous aider à magasiner pour des produits et des services. Il nous aide à nous informer, comparer et acheter des produits, non seulement en ligne, mais aussi dans les magasins.

Le web fournit également aux entreprises canadiennes, une occasion de rejoindre des clients potentiels au pays et à l'étranger. Partout à travers le monde, l'utilisation d'Internet augmente; plus de 50 % des internautes vont en ligne tous les jours dans la plupart des pays. Les téléphones intelligents sont largement utilisés pour faire des recherches en vue d'achats, tandis que les consommateurs apprécient de plus en plus les vidéos en ligne qui offrent des informations sur les produits. En effet, aujourd'hui plus d'un acheteur sur trois, partout au monde a fait ses derniers achats de vêtements en ligne.

De plus en plus, les données démontrent que non seulement l'Internet contribuera de manière grandissante à la croissance économique du Canada, mais que les entreprises qui adoptent les outils en ligne performant mieux. Au Canada, une petite entreprise sur dix exporte mais beaucoup plus d'entreprises pourraient utiliser le web pour atteindre un plus large bassin de clients et de marchés. Les exportations permettent aux entreprises d'être en concurrence au delà de leur marché local, de diversifier leurs risques, d'optimiser les ressources existantes et de créer des économies d'échelle pour faire croître leur entreprise.

Grâce à l'Internet et à l'émergence de nouvelles plates-formes d'affaires, même la plus petite entreprise peut maintenant se permettre et adopter des moyens technologiques qui auraient fait l'envie d'une grande entreprise il y a 15 ans. Maintenant plus que jamais, les entreprises de toutes tailles peuvent rivaliser dans l'économie mondiale.

Se lancer dans l'exportation peut s'avérer difficile pour de nombreux propriétaires d'entreprises. Nous avons créé cette carte du marché d'exportation, disponible en ligne à g.co/exportcanada afin de mieux faire connaître les possibilités d'exportation disponibles aux entreprises d'ici. Cette carte est une compilation de données sur les dix plus importants pays d'exportation pour les entreprises canadiennes. Elle comporte des calendriers saisonniers qui donnent un aperçu des fêtes et des événements les plus importants dans chaque marché ainsi que des données fondamentales sur l'utilisation du web et de la téléphonie mobile pour chaque pays. Notre site sur l'exportation propose également des études de cas canadiennes et d'autres ressources pour aider les entreprises dans leur initiative d'exportation.

Il y a une multitude de débouchés et l'Internet les amène à votre portée. Nous serons heureux de contribuer à votre initiative d'exportation et nous avons hâte de voir comment vous mettez le web à contribution!

Sam Sebastian
Le directeur national,
Google Canada

Aplanir les difficultés à l'exportation que le Canada rencontre, un réseau à la fois

Vu la population relativement faible du pays répartie sur une vaste masse terrestre, les entreprises canadiennes ont toujours été fortement encouragées à trouver à l'étranger de nouveaux clients et marchés. Qui plus est, l'exportation est un vecteur crucial de l'économie canadienne, car elle représente environ 60% de notre produit intérieur brut. Or, pour un pays si dépendant du commerce pour assurer sa prospérité économique, il est étonnant de constater qu'à peine 4 % des entreprises canadiennes exportent aujourd'hui. Voilà les difficultés à l'exportation auxquelles le Canada fait face.

Les firmes canadiennes ont été traditionnellement de grandes exportatrices de métaux, de minerais et de produits forestiers. Mis à part les produits de base, toutefois, le pays s'est également taillé une solide réputation internationale dans des secteurs comme les pièces d'auto, les technologies de l'information et des communications, l'aménagement d'infrastructures, l'aéronautique et les technologies propres pour n'en nommer que quelques-uns.

Donc, comment inciter davantage d'entreprises canadiennes à vendre leurs biens et services à l'étranger alors que de nombreuses entreprises ne disposent pas des ressources suffisantes pour se renseigner sur les débouchés internationaux? Réponse : grâce à un coup de pouce du numérique universel. Effectivement, la technologie amène un changement radical dans la façon de commercer.

Pour les PME en particulier, la technologie numérique est un facilitateur de commerce. En utilisant Internet, elles peuvent se renseigner sur des débouchés dans le monde entier; des occasions qu'elles n'auraient jamais trouvées ou actualisées autrement, sans passer des mois à faire des recherches, à voyager et à établir des contacts; ce qui fait gagner un temps précieux et permet de grandes économies aux petites entreprises.

Par exemple, l'an dernier Exportation et développement Canada (EDC) a coopéré avec Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC) pour mettre en service le Réseau canadien d'entreprises, site Web qui permet aux entreprises canadiennes de déceler des occasions internationales dans le domaine du commerce, de la technologie et de la recherche sur le Réseau Entreprise Europe et dans d'autres bases de données internationales. Cette plate-forme numérique a déjà aidé des milliers de PME canadiennes à étendre leurs activités à l'échelle mondiale.

Pour ajouter à ces ressources numériques, Google a publié une série d'« Export Business Maps », qui renseignent sur les principaux débouchés à la portée des firmes canadiennes qui espèrent prendre de l'essor dans le monde. Ces graphiques renferment des faits et des chiffres sur dix marchés d'exportation, déjà particulièrement intéressants comme marchés cibles pour les exportateurs canadiens actuels ou futurs.

Les cartes d'exportation de Google constituent un formidable complément à la masse d'informations qu'EDC offre aux entreprises canadiennes quant aux tendances, aux faits nouveaux, aux occasions et aux risques en jeu dans l'économie mondiale. La portée de Google signifie que davantage de gens seront en mesure de faire les rapprochements nécessaires dans le commerce canadien, et ce, avec plus de clarté, de précision et de vitesse en vue de favoriser une conversation plus substantielle sur les façons dont le Canada peut améliorer ses résultats commerciaux. La carte Export Business de Google est un formidable catalyseur à cet effet.

En plus de ces renseignements sur les entreprises, EDC fournit des solutions de financement et d'assurance qui aident les firmes canadiennes à actualiser des débouchés internationaux, ainsi que des services financiers aux entreprises étrangères qui achètent des biens et services d'entreprises canadiennes. En tant que société d'État exerçant ses activités dans un souci de rentabilité, EDC s'associe à des institutions financières des secteurs privé et public pour assurer la croissance des échanges canadiens dans le monde entier.

Le commerce international pour le Canada est, et doit être, un sport d'équipe. L'intégration de Google Canada dans cette équipe ne fera qu'aider à élargir la base des 47 000 exportateurs canadiens actuels ou futurs et à aplanir les difficultés à l'exportation que le Canada rencontre.



Benoit Daignault

Président et Chef
de la direction,
Exportation Développement
Canada

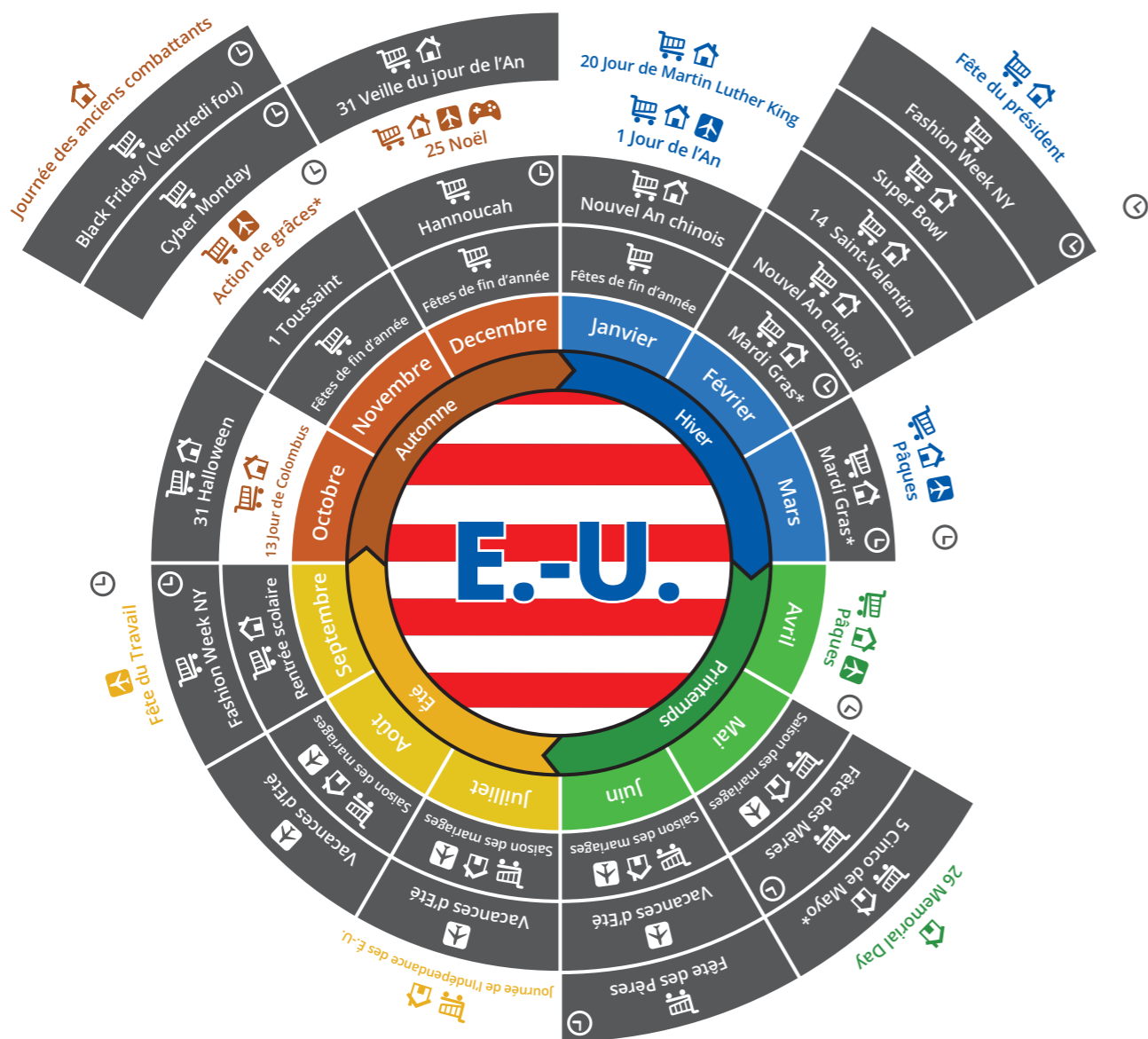
Benoit Daignault

Président et chef de la direction
Exportation et Développement Canada



CALENDRIER SAISONNIER ÉTATS-UNIS

- Détail
- Voyage
- Local
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



* Business Industrial Markets (Le marché de l'industrie)
 * Cinco de Mayo - Célébration du patrimoine et de la fierté mexicaine, le 5 mai.
 * Cyber Monday - Le lundi suivant le vendredi fou. Journée créée par les compagnies pour convaincre les consommateurs de magasiner en ligne.
 * Mardi gras - Célébrations de carnaval débutant après l'Épiphanie et culminant le jour précédent le Mercredi des Cendres.
 * Action de grâce - Une fête pour remercier pour la nourriture recueillie à la fin de la saison des récoltes. Le quatrième jeudi de novembre.

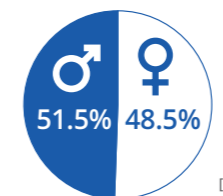
CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION AUX ÉTATS-UNIS

VUE D'ENSEMBLE

Population

318.9
million [2]

Démographie



Internaute

87%
279.83 million [8]

Achats en ligne

64.8%
164.2 million [11]

RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats
38%
% avant utilisé un moteur de recherche [17]

Fréquence d'utilisation d'Internet
79%
tous les jours [20]

Portée YouTube
81%
de la population internautes [10]

CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire
114.5%
nombre total de connexions mobiles [18]

Ventes avec cellulaire
21%
ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits [21]

Utilisation des téléphones intelligents pour des achats
7%
ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats [24]

STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées
82.1% Anglais
10.7% Espagnol
3.8% Autres indo-européennes
2.7% Asie et îles du Pacifique
0.7% Autre

Ventilation des achats en ligne par produit
87% Mode & vêtements
82% Électronique
82% Livres
74% Billets
74% Musique & jeux
56% Ameublement
56% Sport & plein air
50% Produits de beauté
48% Jouets et produits pour enfants et bébés [13]

Activités en ligne avec des téléphones intelligents
52% Vérifier les courriels
50% Utilisez les moteurs de recherche
42% Visiter réseaux sociaux
41% S'informer sur des produits
41% Visionner des vidéos en ligne
34% Écouter de la musique
33% Chercher des cartes et des itinéraires
26% Opérations bancaires en ligne
20% Jouer
12% Acheter [14]

FAITS MARQUANTS [15]

Les Américains utilisent en moyenne 2,9 périphériques connectés par personne (2014).

14% de la population mondiale utilisait un téléphone intelligent en 2012, aux États-Unis, c'était 37 %.

Les répondants américains font fréquemment des recherches en ligne et achètent ensuite hors ligne, en particulier pour les téléviseurs et les gros appareils ménagers (57 %), en 2014.

SOURCES:

[2] CIA: The World Factbook, July 2014
 [3] Consumer Barometer, 2014
 [4] eMarketer, 2014
 [5] CIA, The World Fact Book, 2014
 [6] Consumer Barometer, 2014

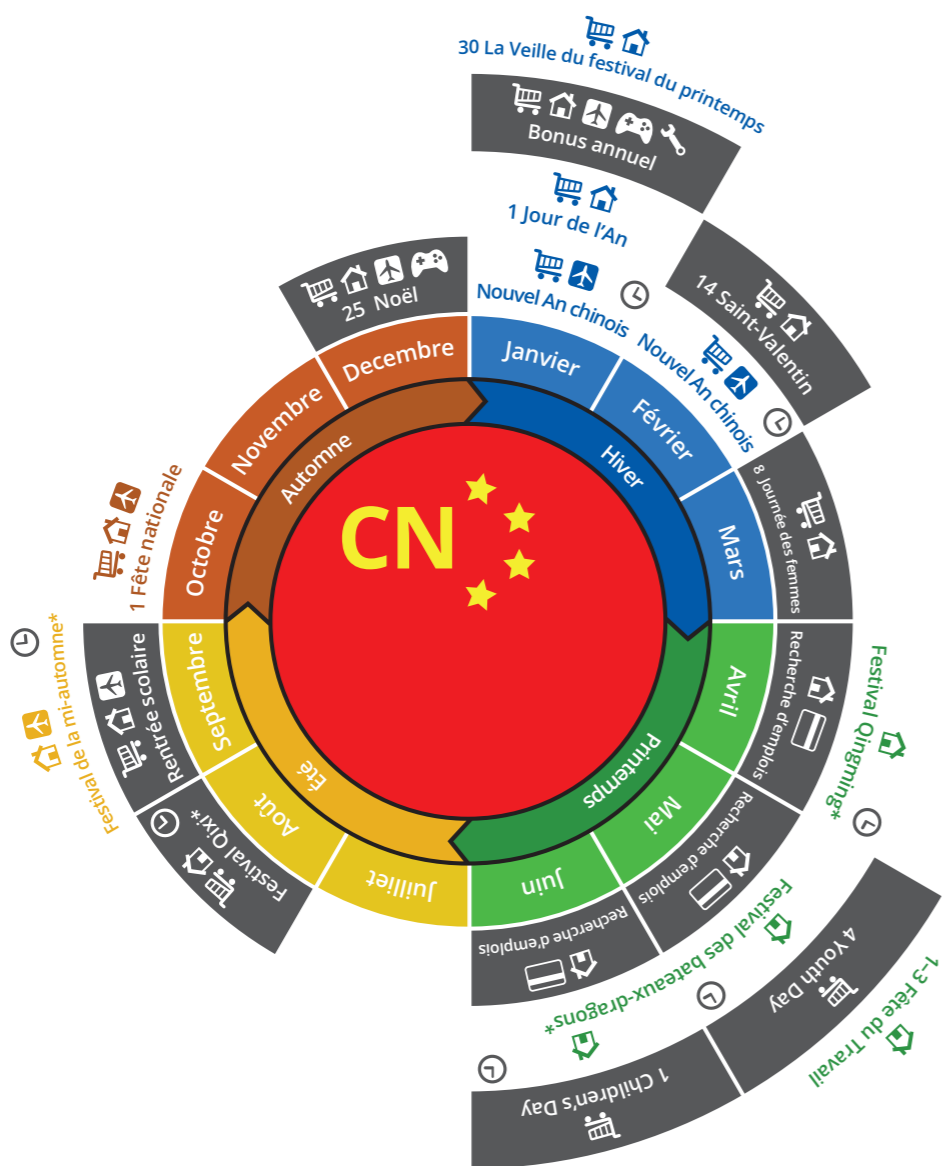
[7] Consumer Barometer, 2014
 [8] Statista, 2014
 [9] comScore, August 2014
 [10] Consumer Barometer, 2014
 [11] Statista, 2014

[12] Statista
 [13] Consumer Barometer, 2014
 [14] Consumer Barometer, 2014
 [15] Consumer Barometer

CALENDRIER SAISONNIER CHINE

- Détail
- Voyage
- Local
- BIM*
- Tech
- Finar

- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



* Business Industrial Markets (Le marché de l'industrie)
 * Festival Qingming - Fête traditionnelle chinoise célébrée lors du 104e jour suivant le solstice d'hiver. Désigne un moment du cycle solaire et une fête traditionnelle chinoise et signifie que les jours deviennent chauds et ensoleillés.
 * Festival des bateaux-dragons - Il survient le cinquième jour du cinquième mois du calendrier lunaire. Les activités sont alors de manger du zongzi, boire du realgar (vin soufré) de même que les courses de bateaux-dragons.
 * Festival Qixi - Tombe le septième jour du septième mois lunaire du calendrier chinois. Les jeunes filles font étalage de leurs compétences domestiques et font le souhait d'avoir un bon mari.
 * Festival de la mi-automne - Tombe le quinzième jour du huitième mois lunaire du calendrier chinois. C'est un moment pour les réunions de famille.

CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION EN CHINE

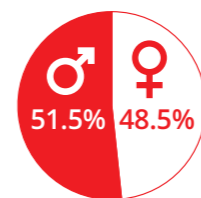
VUE D'ENSEMBLE

Population

1.36 billion [16]



Démographie



Internautes

47.8% [22]
648.75 million



Achats en ligne

46.6% [25]
301.89 million



RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats

62%

% avant utilisé un moteur de recherche [17]



Fréquence d'utilisation d'Internet

85%

tous les jours [20]



Portée YouTube

YouTube est bloqué en Chine, mais un rapport du Business Insider indique qu'il y a 60 millions d'utilisateurs dans le pays. [23]

Utilisation de vidéos en ligne pour s'informer sur des produits

7% [29]



CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire

96.1%

nombre total de connexions mobiles [18]



Ventes avec cellulaire

33%

ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits [21]



Utilisation des téléphones intelligents pour des achats

16%

ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats [24]



STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées

Chinois mandarin (officiel); Yue (cantonais); Wu (shanghaien); Minbei (Fuzhou); Minnan (hokkien-taiwanais); dialectes Xiang, Gan, Hakka et langues minoritaires. [28]

Ventilation des achats en ligne par produit

- 75.6% Vêtements & accessoires
- 45.1% Marchandises emballées
- 43.3% Ordinateurs/électronique
- 34.9% Cartes virtuelles
- 32.7% Sacs à main, porte-documents, etc.
- 30.6% Soins personnels & produits de beauté
- 25.7% Livres, vidéos, musique, etc.
- 22.7% Appareils ménagers
- 22.4% Nourriture et boissons
- 18% Fournitures de bureau [26]

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

- 64% Utiliser les moteurs de recherche
- 60% Visiter les réseaux sociaux
- 50% Visionner des vidéos en ligne
- 37% Jouer
- 36% Écouter de la musique
- 29% S'informer sur des produits
- 24% Vérifier les courriels
- 15% Chercher des cartes et des itinéraires
- 10% Acheter
- 8% Opérations bancaires en ligne [27]

FAITS MARQUANTS [30]

Alibaba s'est accaparé plus de 86% du marché du magasinage par cellulaire en Chine en 2014.

52% des chinois interrogés avaient fait leur dernier achat de vêtements/chaussures en ligne : un des taux les plus élevés au monde (2014).

La Chine représente 54 % de tous les utilisateurs d'internet en Asie-Pacifique (2014).

SOURCES:

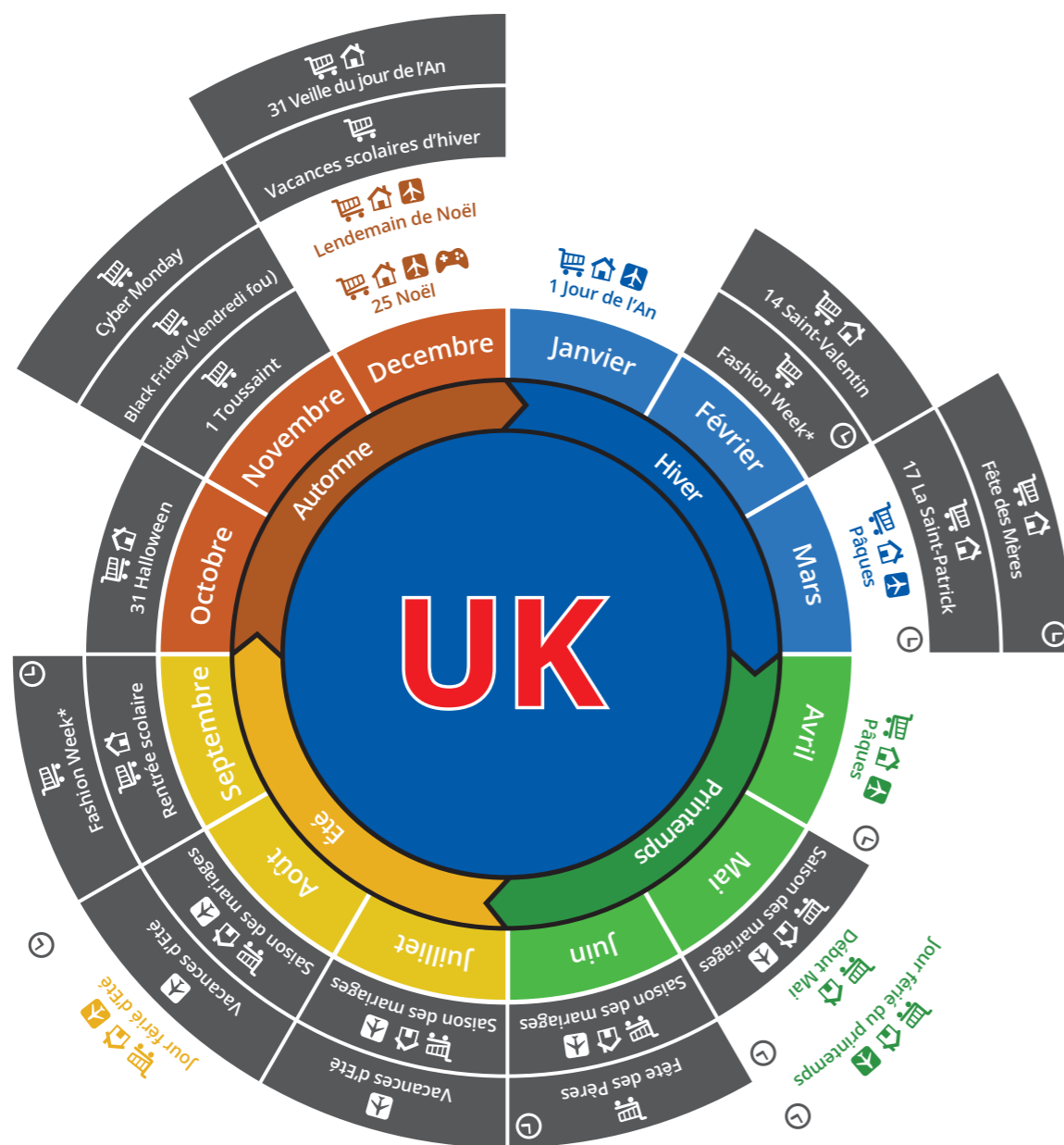
- [16]CIA, The World Fact Book, July 2014
- [17]Consumer Barometer, 2014
- [18]eMarketer, December 2014
- [19]CIA, The World Fact Book, July 2014
- [20]Consumer Barometer, 2014

- [21]Consumer Barometer, 2014
- [22]Statista, 2014
- [23]Cooper Smith, 2013
- [24]Consumer Barometer, 2014
- [25]Statista, 2013

- [26]eMarketer, 2013
- [27]Consumer Barometer, 2014
- [28] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [29] Consumer Barometer, 2014
- [30] China Internet Watch

CALENDRIER SAISONNIER UK

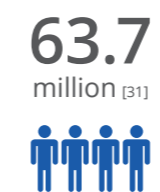
- Détail
- Voyage
- Local
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



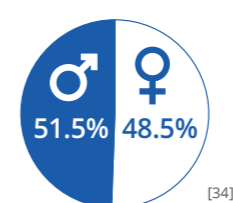
CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION AU ROYAUME-UNI

VUE D'ENSEMBLE

Population



Démographie



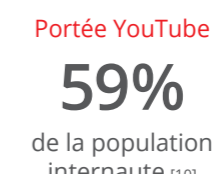
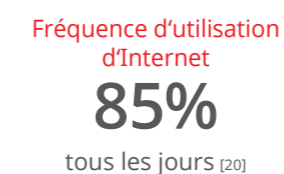
Internaute



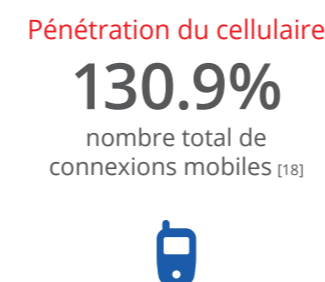
Achats en ligne



RECHERCHE & AFFICHAGE



CELLULAIRE



STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées

Anglais
(et langues régionales :
écossais, écossais gaélique,
gallois, irlandais, cornouaillais)

Ventilation des achats
en ligne par produit

- 63% Livres
- 61% Vêtements/chaussures
- 54% DVD
- 43% CD
- 32% Beauté & soins de santé
- 30% Cuisine & articles de maison
- 28% Jeux & jouets
- 25% Appareils électriques & photo
- 25% Jardin & extérieur
- 23% Logiciels & jeux

^[43]

Activités en ligne avec
des téléphones intelligents

- 59% Consulter les courriels
- 57% Utilisez les moteurs de recherche
- 50% Visiter les réseaux sociaux
- 40% S'informer sur des produits
- 32% Visionnez des vidéos en ligne
- 26% Écouter de la musique
- 26% Chercher des cartes et des itinéraires
- 25% Opérations bancaires en ligne
- 19% Achats
- 15% Jouer

^[42]

FAITS MARQUANTS ^[45]

28% des personnes interrogées au Royaume-Uni ont magasiné leur dernier achat uniquement en ligne, le taux le plus élevé en Europe (2014).

En Europe, les Britanniques se classent au premier rang pour le montant d'argent dépensé en achats de biens en ligne pour 2014; le consommateur moyen a dépensé 953€.

SOURCES:

[31] CIA, The World Fact Book, July 2014
[32] Consumer Barometer, 2014
[33] eMarketer, December 2014
[34] CIA, The World Fact Book, July 2014
[35] Consumer Barometer, 2014

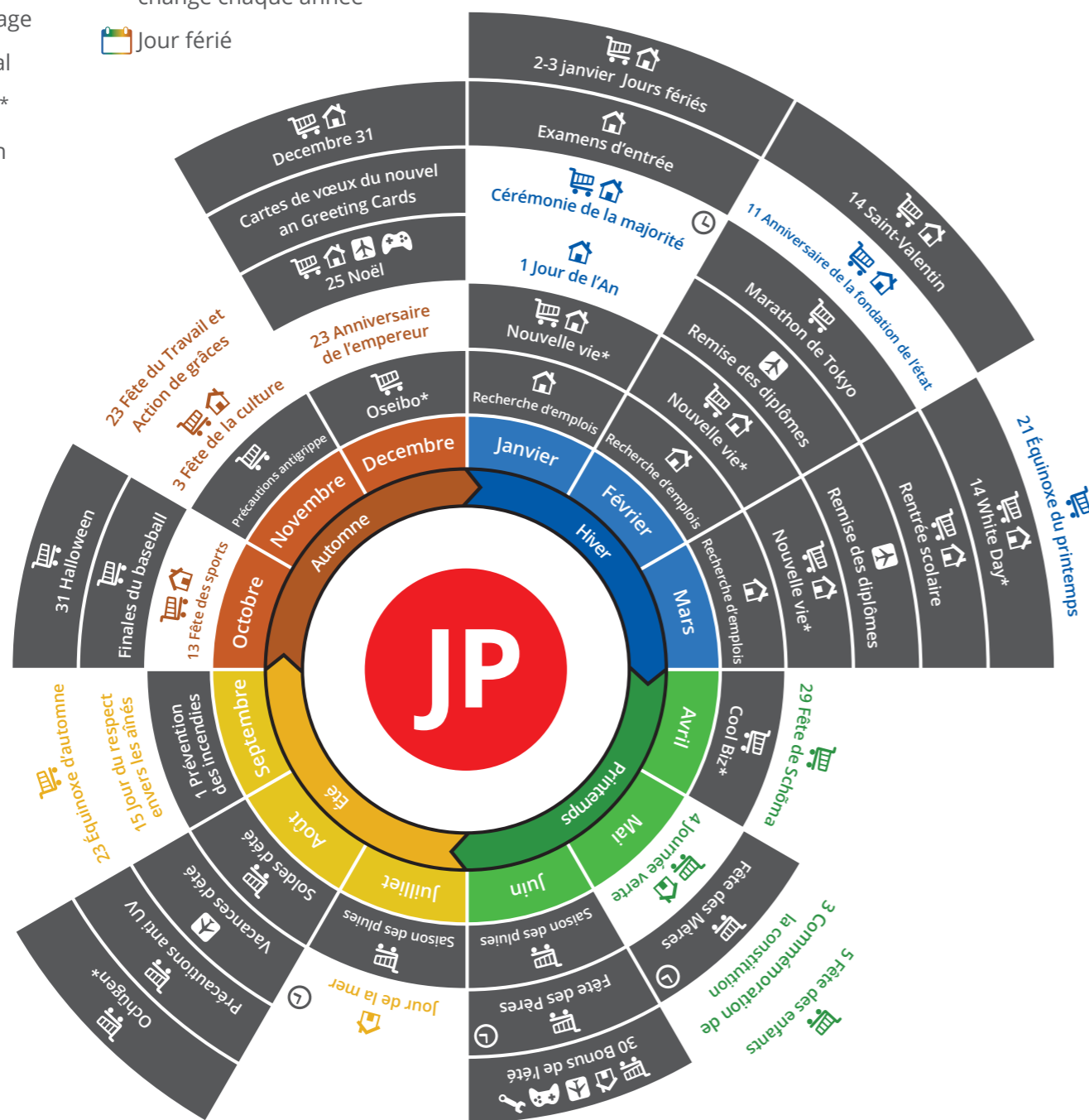
[36] Consumer Barometer, 2014
[37] eMarketer, December 2014
[38] Statista, Fall 2013
[39] Consumer Barometer, 2014
[40] eMarketer, 2014

[41] eMarketer, 2012
[42] Consumer Barometer, 2014
[43] CIA, The World Fact Book, 2014
[44] Consumer Barometer, 2014
[45] Consumer Barometer & comScore

* London Fashion Week – Foire commerciale du vêtement qui se tient à Londres deux fois par année. Considérée comme une des « quatre grandes » semaines de la mode au monde.

CALENDRIER SAISONNIER JAPON

- Détail
- Voyage
- Local
- BIM*
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION AU JAPON

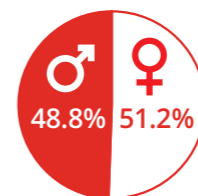
VUE D'ENSEMBLE

Population

127.1
million [46]



Démographie



Internaute

80.3% [52]
102.1 million



Achats en ligne

73.5% [52]
75 million



RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats

53%

% avant utilisé un moteur de recherche [47]



Fréquence d'utilisation d'Internet

95%

tous les jours [53]



Portée YouTube

49%

de la population internet [53]



Utilisation de vidéos en ligne pour s'informer sur des produits

5% [59]



CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire

113.3%

nombre total de connexions mobiles [18]



Ventes avec cellulaire

15%

ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits [21]



Utilisation des téléphones intelligents pour des achats

5%

ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats [24]



STATISTIQUES CLÉS

Ventilation des achats en ligne par produit

43.8%	Vêtements et accessoires	55.2%	Aliments et boissons, boissons alcoolisées
48.8%	Livres et magazines	19.5%	Fournitures de bureau et correspondance
33.5%	Musique et vidéo	27.4%	Appareils ménagers
30.8%	Produits de consommation, mobilier, décoration intérieure	12.9%	Articles de sport
28.8%	Ordinateurs personnels, cellulaires et communications mobiles	6.7%	Produits pour bébés
17.5%	Systèmes audiovisuels	6.9%	Auto
31.0%	Produits pharmaceutiques et cosmétiques	3.0%	Autres
13.6%	Jeux vidéo		

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

45%	Consulter les courriels
41%	Utiliser les moteurs de recherche
29%	Visiter les réseaux sociaux
24%	S'informer sur des produits
18%	Chercher des cartes et des itinéraires
17%	Visionner des vidéos en ligne
13%	Jouer
11%	Écouter de la musique
8%	Opérations bancaires en ligne bancaire
5%	Acheter

FAITS MARQUANTS [60]

91% des répondants japonais ont acheté leur dernier vol en ligne, un des taux les plus élevés au monde (2014).

24% des répondants japonais ont magasiné seulement en ligne pour leur dernier achat, le taux le plus élevé en Asie-Pacifique (2014).

39% des répondants ont participé à des concours/remises de primes proposés par des marques sur les médias sociaux (2013).

* Business Industrial Markets (Le marché de l'industrie)
 * Cool Biz - Campagne inaugurée en 2005 par le ministre de l'Environnement du Japon ayant pour objectif de réduire la consommation d'électricité en limitant l'utilisation de la climatisation.
 * Nouvelle vie - Shinseikatsu : un moment au début de l'année où les gens commencent à vivre de manière autonome ou déménagent. Souvent relié à la progression des études, à la collation des grades, aux premiers emplois et aux changements de carrière.
 * Ochügen - Saison estivale de remise de cadeaux pour exprimer la reconnaissance aux collègues, patrons, parents, professeurs, etc.
 * White Day - Fête observée par les garçons et les hommes qui présentent des cadeaux à leurs petites amies/femmes en remerciements des faveurs reçues lors de la Saint-Valentin.

SOURCES:

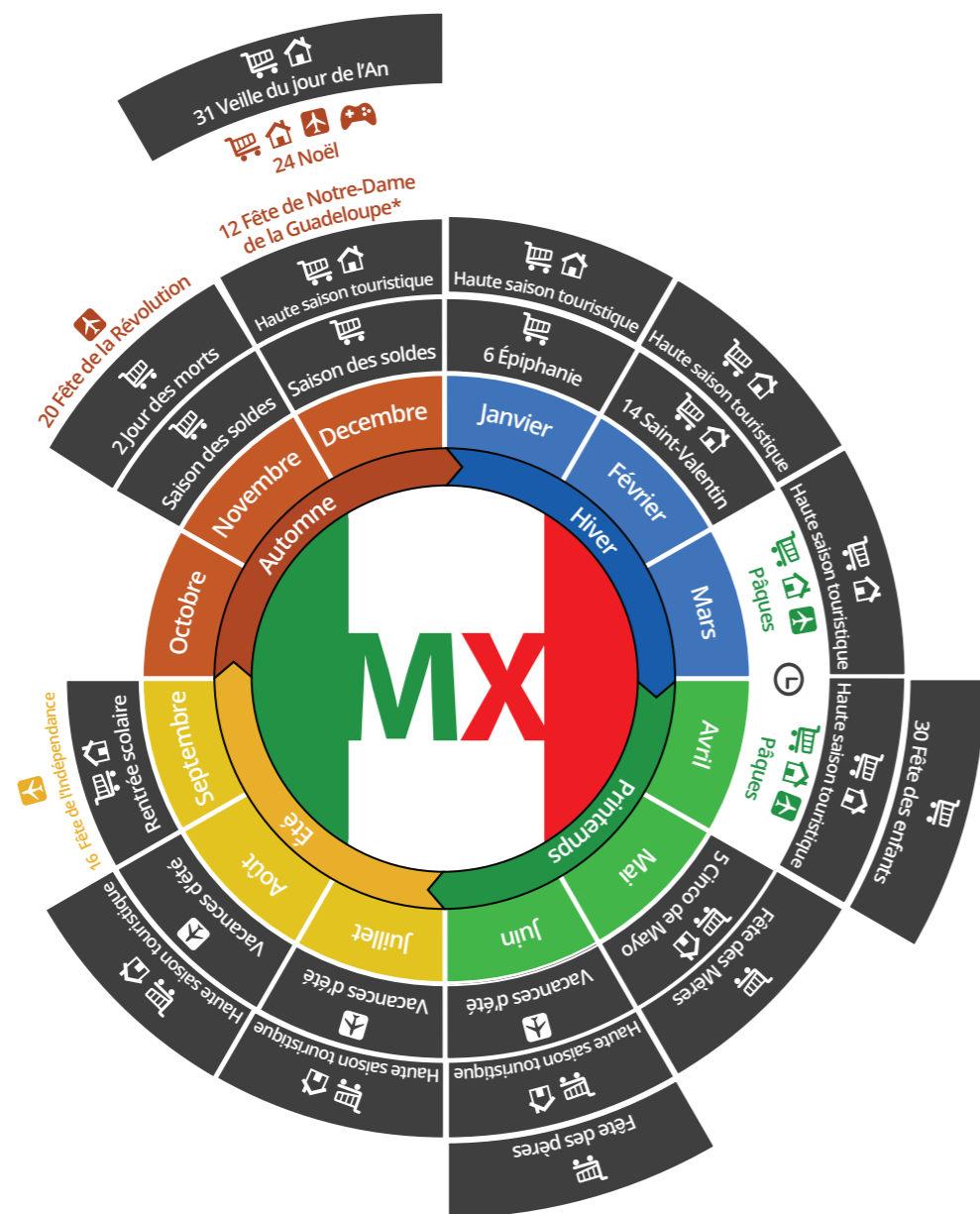
[46] CIA, The World Fact Book, 2014
 [47] Consumer Barometer, 2014
 [48] eMarketer, 2014
 [49] CIA, The World Fact Book, 2014
 [50] Consumer Barometer, 2014

51] Consumer Barometer, 2014
 [52] eMarketer, 2014
 [53] eMarketer, Aug 2014
 [54] Consumer Barometer, 2014
 [55] eMarketer, 2014

[56] eMarketer, 2014
 [57] eMarketer, 2014
 [58] CIA, The World Fact Book, 2014
 [59] Consumer Barometer, 2014
 [60] Consumer Barometer & eMarketer

CALENDRIER SAISONNIER MEXIQUE

- Détail
- Voyage
- Local
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION AU MEXIQUE

VUE D'ENSEMBLE

Population
120.29
million ^[61]

Démographie
48.8% 51.2%

Internaute
49.7%
59.4 million ^[67]

Achats en ligne
24.1%
14.3 million ^[70]

RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour
des achats
58%
% avant utilisé un moteur
de recherche ^[62]

Fréquence d'utilisation
d'Internet
52%
tous les jours ^[65]

Portée YouTube
69%
de la population
internaute ^[6]

Utilisation de vidéos en
ligne pour s'informer sur
des produits
14% ^[74]

CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire
88.7%
nombre total de
connexions mobiles ^[63]

Ventes avec cellulaire
33%
ont utilisé le téléphone
intelligent pour s'informer
sur les produits ^[66]

Utilisation des téléphones
intelligents pour des achats
13%
ont utilisé le téléphone intelligent
pour faire des achats ^[69]

STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées
92.7% Espagnol seulement
5.7% Espagnol et langues
indigènes
0.8% Langue indigène
seulement

Ventilation des achats
en ligne par produit
70% Vols
47% Hôtels
23% Vêtements
20% Appareils domestiques
15% Cinéma
14% Assurance
14% Téléviseurs
6% Produits alimentaires

Activités en ligne avec
des téléphones intelligents
31% Visiter les réseaux sociaux
26% Consulter les courriels
25% Visionner des vidéos en ligne
24% Utiliser des moteurs de recherche
24% Écouter de la musique
17% Jouer
16% Chercher des cartes et des itinéraires
15% S'informer sur des produits
8% Opérations bancaires en ligne
7% Acheter

FAITS MARQUANTS ^[75]

Lors d'une étude de DHL en 2013, 87,1 % des acheteurs transfrontaliers du Mexique avaient acheté aux États-Unis. Le Canada se classait loin derrière avec 30 %.

En 2014, 33 % des utilisateurs mexicains de téléphones intelligents ont utilisé leur appareil pour leur dernier achat, un des taux les plus élevés dans la région.

La principale raison pour laquelle la grande majorité des mexicains (78,1 %) achètent à l'étranger est pour se procurer des produits qui ne sont pas disponibles chez eux et non pas à cause du prix (2013).

SOURCES:

[61] CIA, The World Fact Book, 2014
[62] Consumer Barometer, 2014
[63] eMarketer, 2014
[64] CIA, The World Fact Book, 2014
[65] Consumer Barometer, 2014

[66] Consumer Barometer, 2014
[67] eMarketer, November 2014
[68] Statista, 2011
[69] Consumer Barometer, 2014
[70] eMarketer, November 2014

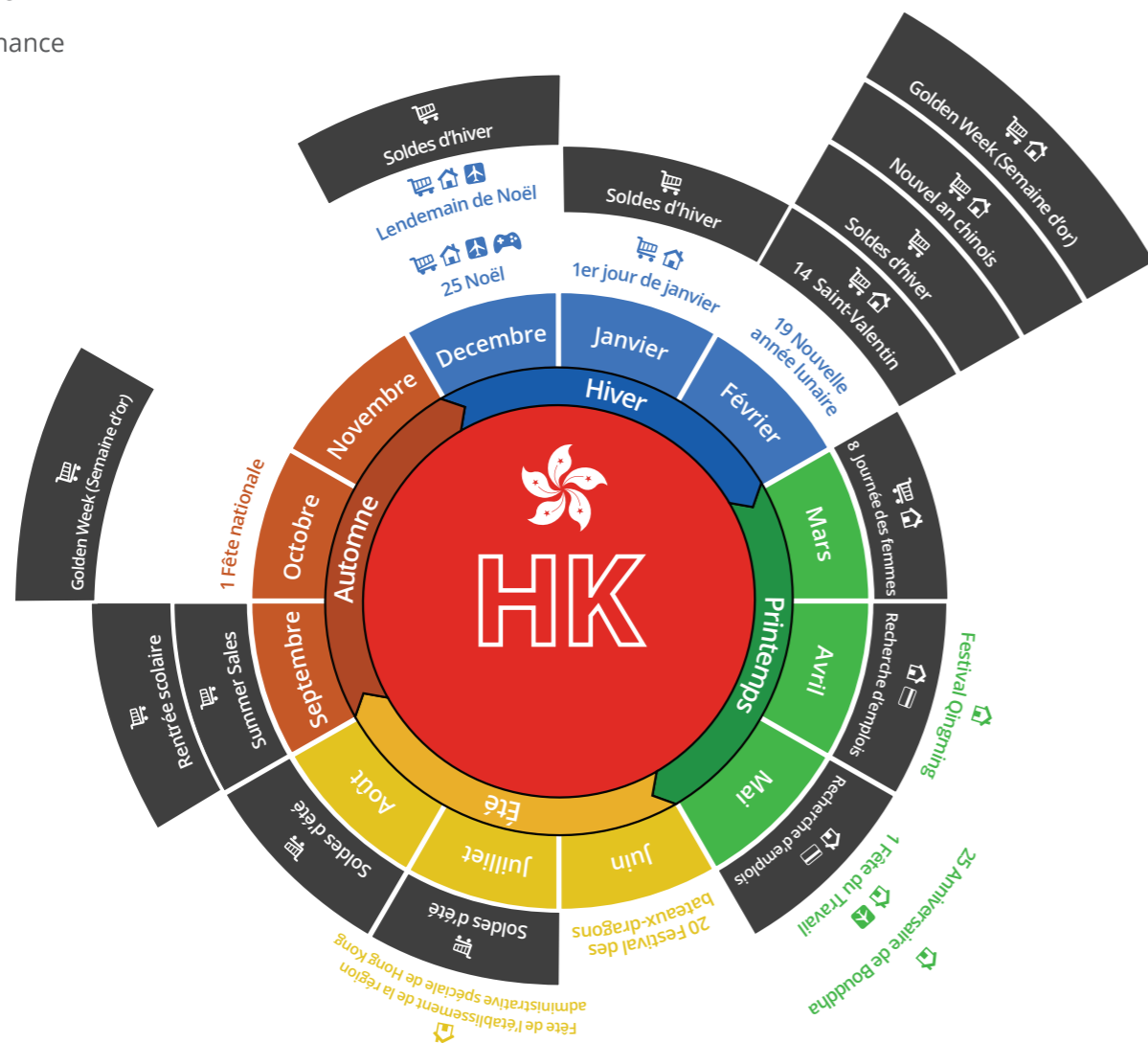
[71] Consumer Barometer, 2014
[72] Consumer Barometer, 2014
[73] CIA, The World Fact Book, 2014
[74] Consumer Barometer, 2014
[75] eMarketer, Consumer Barometer

* Fête de Notre-Dame de la Guadeloupe – Une des dates les plus importantes du calendrier mexicain. Des milliers de fidèles à Notre-Dame de la Guadeloupe font le plus important de tous les pèlerinages de l'année à la basilique de la Guadeloupe.

* Cinco de Mayo – Célébration du patrimoine et de la fierté mexicaine, le 5 mai.

CALENDRIER SAISONNIER HONG KONG

- Détail
- Voyage
- Local
- BIM*
- Tech
- Finance
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION À HONG KONG

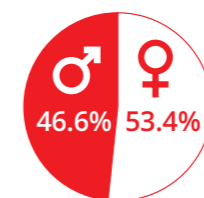
VUE D'ENSEMBLE

Population

7.12
million ^[76]



Démographie



Internaute

74.9% ^[82]
5.3 million



Achats en ligne

62.3% ^[85]
3.3 million



RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats

66%

% avant utilisé un moteur de recherche ^[77]



Fréquence d'utilisation d'Internet

89%

tous les jours ^[80]



Portée YouTube

64.4%

de la population internautes ^[83]



Utilisation de vidéos en ligne pour s'informer sur des produits

11% ^[89]



CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire

229%

nombre total de connexions mobiles ^[78]



Ventes avec cellulaire

37%

ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits ^[81]



Utilisation des téléphones intelligents pour des achats

15%

ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats ^[84]



STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées

89.5% Cantonnais
3.5% et anglais
1.4% Putonghua (mandarin)
4% Autres dialectes chinois
1.6% Autre

Ventilation des achats en ligne par produit

75% Vols
71% Hôtels
31% Vêtements
31% Assurance
26% Cinéma
13% Téléviseurs
9% Épicerie
4% Appareils domestiques

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

59% Consulter les courriels
54% Utiliser les moteurs de recherche
54% Visiter les réseaux sociaux
45% S'informer sur des produits
39% Visionner des vidéos en ligne
37% Jouer
35% Chercher des cartes et des itinéraires
27% Écouter de la musique
11% Opérations bancaires en ligne
8% Acheter

FAITS MARQUANTS ^[90]

Hong Kong se classe 3e au monde pour l'accès à Internet sur cellulaire chez les adultes (2013).

Hong Kong se classe 3e au monde pour l'accès à Internet sur cellulaire chez les adultes (2013).

87% des personnes interrogées obtiennent des informations sur les produits et les services sur les médias sociaux (2013).

SOURCES:

[76] CIA, The World Fact Book, 2014
[77] Consumer Barometer, 2014
[78] eMarketer, November 2014
[79] CIA, The World Fact Book, 2014
[80] Consumer Barometer, 2014

[81] Consumer Barometer, 2014
[82] eMarketer, November 2014
[83] Burson-Marsteller Asia-Pacific, 2011
[84] Consumer Barometer, 2014
[85] eMarketer, 2012

[86] Consumer Barometer, 2014
[87] Consumer Barometer, 2014
[88] CIA, The World Fact Book, July 2014
[89] Consumer Barometer, 2014
[90] Consumer Barometer, comStore

Export with Google

* Business Industrial Markets (Le marché de l'industrie)

* Festival Qingming - Fête traditionnelle chinoise célébrée lors du 104e jour suivant le solstice d'hiver. Désigne un moment du cycle solaire et une fête traditionnelle chinoise et signifie que les jours deviennent chauds et ensoleillés.

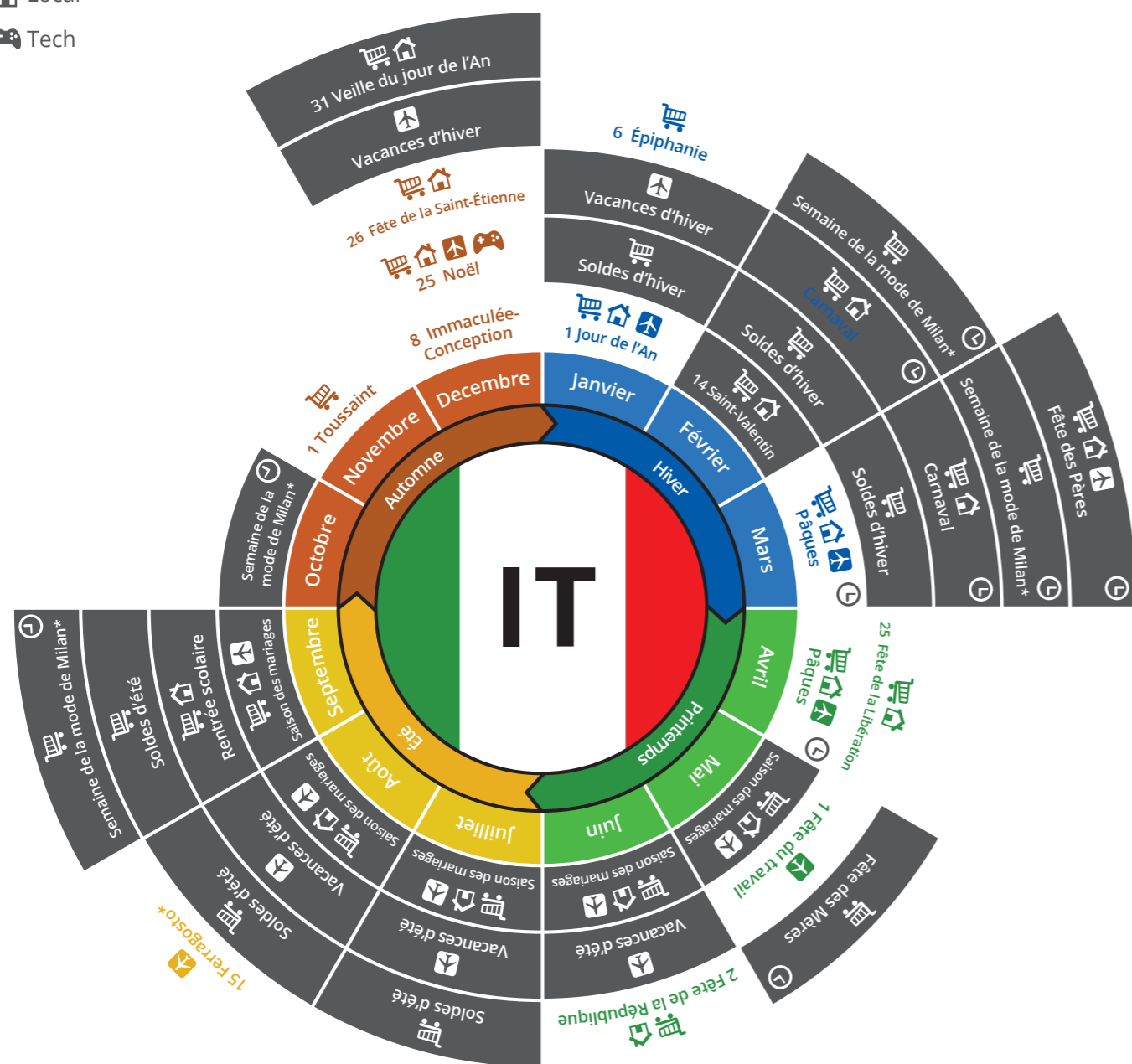
* Festival des bateaux-dragons - Il survient le cinquième jour du cinquième mois du calendrier lunaire. Les activités sont alors de manger du zongzi, boire du realgar (vin soufré) de même que les courses de bateaux-dragons.

* Festival Qixi - Tombe le septième jour du septième mois lunaire du calendrier chinois. Les jeunes filles font étalage de leurs compétences domestiques et font le souhait d'avoir un bon mari.

* Festival de la mi-automne - Tombe le quinzième jour du huitième mois lunaire du calendrier chinois. C'est un moment pour les réunions de famille.

CALENDRIER SAISONNIER ITALIE

- Détail
- Voyage
- Local
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION EN ITALIE

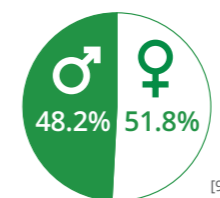
VUE D'ENSEMBLE

Population

61.68
million ^[91]



Démographie



Internautes

58%
35.8 million ^[97]



Achats en ligne

42.2% ^[100]
15.1 million



RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats

50%

% avant utilisé un moteur de recherche ^[92]



Fréquence d'utilisation d'Internet

76%

tous les jours ^[95]



Portée YouTube

59%

de la population internautes ^[98]



Utilisation de vidéos en ligne pour s'informer sur des produits

12% ^[104]



CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire

151.5%

nombre total de connexions mobiles ^[93]



Ventes avec cellulaire

13%

ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits ^[96]



Utilisation des téléphones intelligents pour des achats

3%

ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats ^[99]



STATISTIQUES CLÉS

Langues parlées

Italien

Allemand, Français, Slovène.

Ventilation des achats en ligne par produit

83% Vols
69% Hôtels
29% Vêtements
27% Assurance
17% Téléviseurs
17% Appareils domestiques
13% Cinéma
3% Épicerie

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

44% Utiliser les moteurs de recherche
42% Consulter les courriels
34% Visitez les réseaux sociaux
28% Visionnez des vidéos en ligne
25% S'informer sur des produits
22% Chercher des cartes et des itinéraires
17% Écouter de la musique
11% Jouer
4% Opérations bancaires en ligne
3% Acheter ^[102]

FAITS MARQUANTS ^[105]

42% des personnes interrogées ont magasiné en ligne et hors ligne avant leur dernier achat, le taux le plus élevé en Europe de l'Ouest (2014).

L'Italie a le plus faible taux de pénétration d'Internet en Europe de l'Ouest; seulement 53,1 % de la population accède au web au moins une fois par mois, comparé à 75 % au Royaume-Uni (2013).

63% jugent très important que le prix demandé soit le plus bas afin qu'ils achètent sur un site web (2014).

SOURCES:

[91] CIA, The World Fact Book, July 2014
[92] Consumer Barometer, 2014
[93] eMarketer, December 2014
[94] CIA, The World Fact Book, July 2014
[95] Consumer Barometer, 2014

[96] Consumer Barometer, 2014
[97] eMarketer, November 2014
[98] Statista, Fall 2013
[99] Consumer Barometer, 2014
[100] eMarketer, 2014

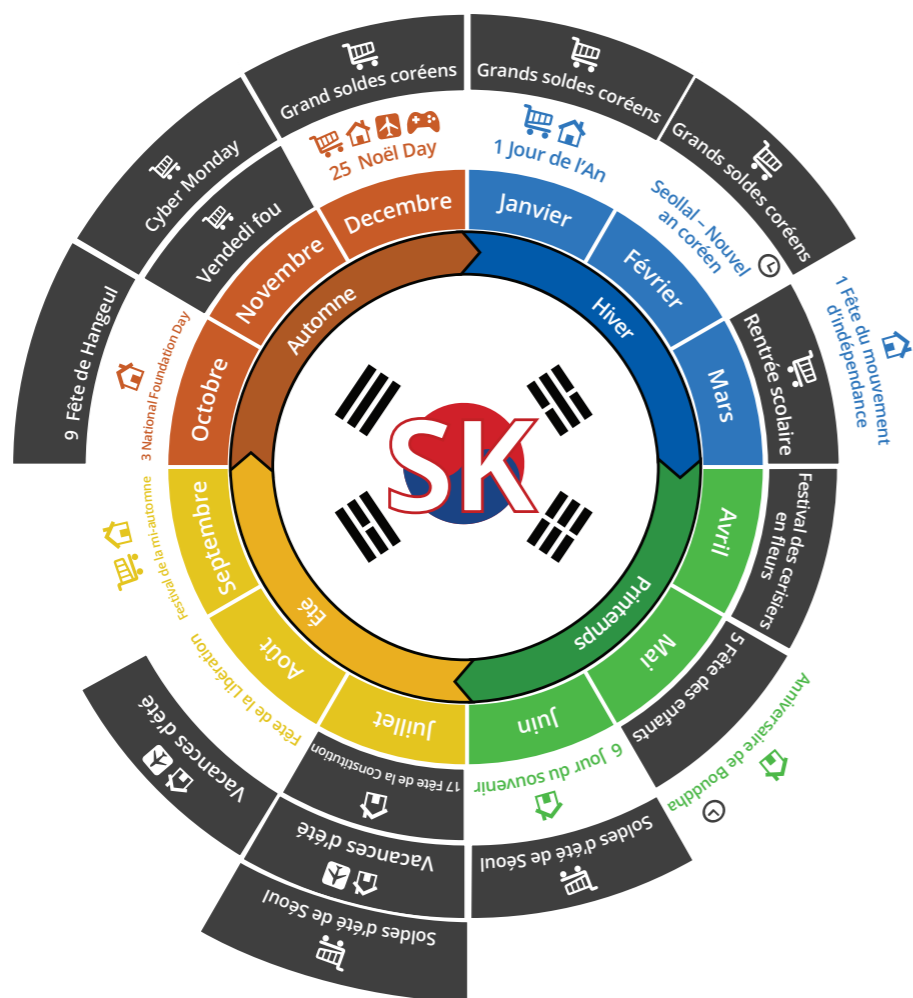
[101] Consumer Barometer, 2014
[102] Consumer Barometer, 2014
[103] CIA, The World Fact Book, July 2014
[104] Consumer Barometer, 2015
[105] Consumer Barometer & eMarketer

* Semaine de la mode de Milan - Se tient deux fois par année à Milan. Une des « quatre grandes » semaines de la mode au monde.
* Ferragosto - Fête italienne commémorant l'Assomption de la Sainte-Vierge Marie.

CALENDRIER SAISONNIER CORÉE DU SUD

- Détail
- Voyage
- Local
- Tech

Fêtes mobiles: La date change chaque année
Jour férié



CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION EN CORÉE DU SUD

VUE D'ENSEMBLE

Population
49.04
million [106]

Démographie
49.9% ♂
50.1% ♀ [109]

Internautes
82.3%
40.3 million [112]

Achats en ligne
65.8%
26.6 million [115]

RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour des achats
72%
% avant utilisé un moteur de recherche [107]

Fréquence d'utilisation d'Internet
93%
tous les jours [110]

Portée YouTube
36.7%
de la population internaute [113]

Utilisation de vidéos en ligne pour s'informer sur des produits
6% [119]

CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire
113.7%
nombre total de connexions mobiles [108]

Ventes avec cellulaire
44%
ont utilisé le téléphone intelligent pour s'informer sur les produits [111]

Utilisation des téléphones intelligents pour des achats
25%
ont utilisé le téléphone intelligent pour faire des achats [114]

STATISTIQUES CLÉS

Ventilation des achats en ligne par produit

- 68.2% Cosmétiques
- 50.1% Vêtements, chaussures, produits/accessoires de sport
- 46.4% Réservations
- 30.6% Matériel informatique ou pièces
- 30.5% Vidéo
- 21% Produits musicaux (incluant en continu)
- 20.2% Autres contenus payants (travail/scolaire)
- 18.3% Appareils électroniques
- 15.9% Jeux ordinateurs/vidéo
- 15% Livres, magazines, journaux,
- 12.8% Nourriture et épicerie (incluant aliments santé)
- 11.7% Jouets/meubles
- 5% Logiciels (excluant les jeux)

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

- 88% Utiliser les moteurs de recherche
- 66% Visionner des vidéos en ligne
- 52% S'informer sur des produits
- 50% Consulter les courriels
- 41% Chercher des cartes et des itinéraires
- 40% Écouter de la musique
- 36% Visiter les réseaux sociaux
- 31% Jouer
- 30% Acheter
- 30% Opérations bancaires en ligne

FAITS MARQUANTS [120]

Les taux de magasinage en ligne sont au delà de 50% presque partout, mais ils sont les plus élevés en Asie, plus particulièrement en Corée du Sud (83%).

75% des répondants de la Corée du Sud ont fait leur dernier achat de vêtements ou de chaussures en ligne, un des taux plus élevés au monde (2014).

77% des répondants de Corée du Sud cliquent sur les annonces affichées sur les médias sociaux par les marques qu'ils aiment (2013).

SOURCES:

- [106] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [107] Consumer Barometer, 2014
- [108] eMarketer, December 2014
- [109] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [110] Consumer Barometer, 2014

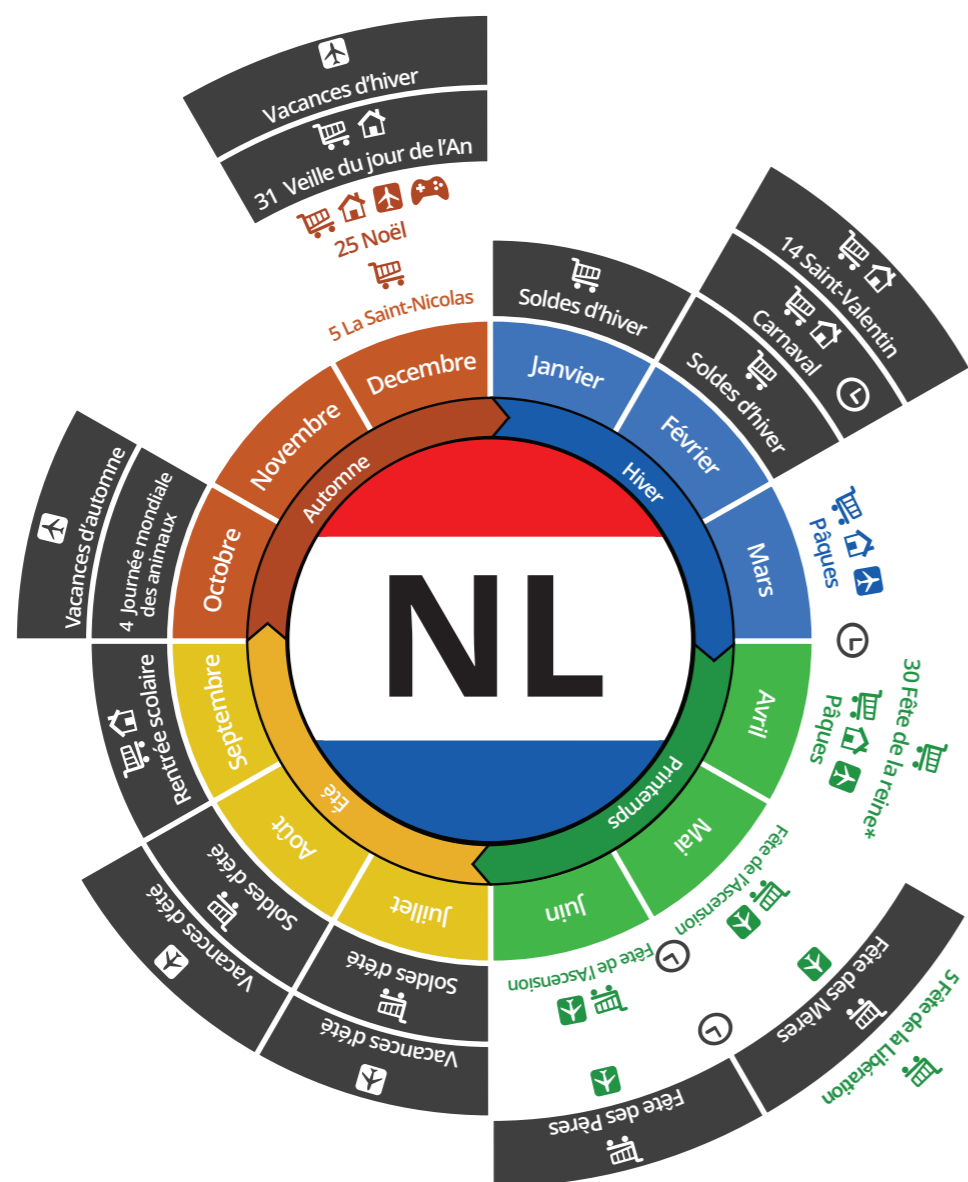
- [111] Consumer Barometer, 2014
- [112] eMarketer, November 2014
- [113] eMarketer, December 2014
- [114] Consumer Barometer, 2014
- [115] eMarketer, 2014

- [116] Statista, Fall 2014
- [117] Consumer Barometer, 2014
- [118] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [119] Consumer Barometer, 2014
- [120] Consumer Barometer, 2014

Le gouvernement coréen a annoncé qu'à partir du deuxième semestre de 2014 et par la suite, si les fêtes de Seollal, de Chuseok ou la Fête des enfants sont un dimanche, le congé sera reporté au lundi.
* La fête de la Constitution n'est pas statutaire.
* Une fête commémorative nationale célébrant l'invention et la proclamation de l'alphabet coréen.

CALENDRIER SAISONNIER PAYS-BAS

- Détail
- Voyage
- Local
- Tech
- Fêtes mobiles: La date change chaque année
- Jour férié



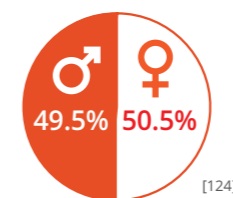
CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION AUX PAYS-BAYS

VUE D'ENSEMBLE

Population

16.9
million ^[121]

Démographie



Internaute

85%
14.3 million ^[127]

Achats en ligne

67.1%
9.6 million ^[130]

RECHERCHE & AFFICHAGE

Recherche web pour
des achats

40%
% avant utilisé un moteur
de recherche ^[122]

Fréquence d'utilisation
d'Internet

85%
tous les jours ^[125]

Portée YouTube

74%
de la population
internaute ^[128]

Utilisation de vidéos en
ligne pour s'informer sur
des produits

6% ^[133]

CELLULAIRE

Pénétration du cellulaire

133.2%
nombre total de
connexions mobiles ^[123]

Ventes avec cellulaire

7%
ont utilisé le téléphone
intelligent pour s'informer
sur les produits ^[126]

Utilisation des téléphones
intelligents pour des achats

2%
ont utilisé le téléphone intelligent
pour faire des achats ^[129]

STATISTIQUES CLÉS

Ventilation des achats en ligne par produit

58%	Voyage et hébergement de vacances	34%	Logiciels
49%	vêtements et articles de sport	34%	Équipement électronique
44%	billets pour des événements	12%	Épicerie, cosmétiques, produits de nettoyage
43%	livres, magazines et journaux	11%	Quincaillerie
35%	articles de maison et appareils domestiques	6%	Produits et services financiers
34%	films, musique		

Activités en ligne avec des téléphones intelligents

50%	Consulter les courriels
47%	Utiliser les moteurs de recherche
40%	Visiter les réseaux sociaux
26%	S'informer sur des produits
25%	Opérations bancaires en ligne
23%	Visionnez des vidéos en ligne
22%	Chercher des cartes et des itinéraires
18%	Écouter de la musique
12%	Jouer
3%	Acheter

FAITS MARQUANTS ^[134]

Les Pays-Bas se classent parmi les premiers pour l'utilisation d'appareils mobiles, chaque personne utilisant une moyenne de 3,6 appareils (2014).

Les 11,76 millions d'acheteurs virtuels au pays ont fait t 53,5 millions d'achats numériques (en ligne) au cours du premier trimestre de 2014.

51% des habitants des Pays-Bas utilisent des tablettes, un des taux de pénétration les plus élevés au monde (2014).

SOURCES:

[121] CIA, The World Fact Book, July 2014
[122] Consumer Barometer, 2014
[123] eMarketer, 2014
[124] CIA, The World Fact Book, July 2014
[125] Consumer Barometer, 2014

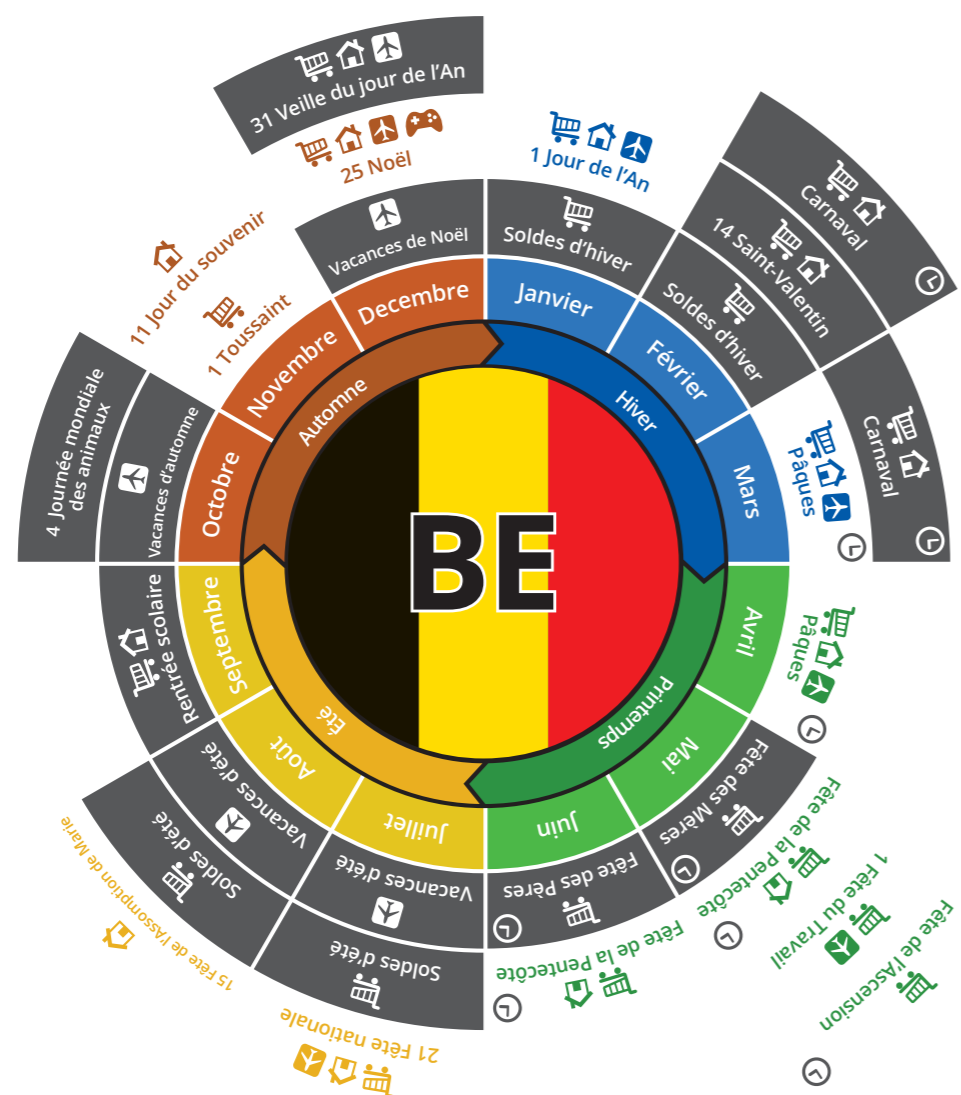
[126] Consumer Barometer, 2014
[127] eMarketer, 2014
[128] Statista, Fall 2011
[129] Consumer Barometer, 2014
[130] eMarketer, 2014

[131] Consumer Barometer, 2014
[132] CIA, The World Fact Book, July 2014
[133] Consumer Barometer, 2014
[134] Consumer Barometer, eMarketer

* Fête de la reine - À partir de 2014 et par la suite, le nom de cette fête change, de fête de la reine à fête du Roi. La date a aussi changé du 30 avril au 27 avril, qui est la date de naissance de Willem-Alexandre, roi des Pays-Bas.

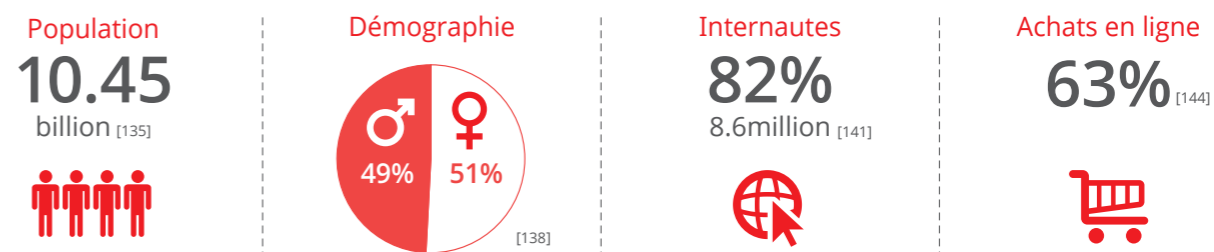
CALENDRIER SAISONNIER BELGIQUE

- 🛒 Détail
 - ✈ Voyage
 - 🏠 Local
 - 🔧 BIM*
 - 🎮 Tech
- 🕒 Fêtes mobiles: La date change chaque année
- 📅 Jour férié

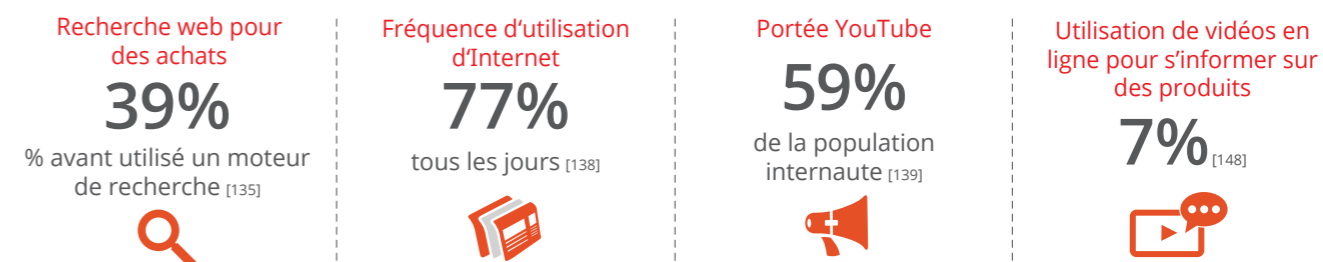


CIBLER LES POSSIBILITÉS D'EXPORTATION EN BELGIQUE

VUE D'ENSEMBLE



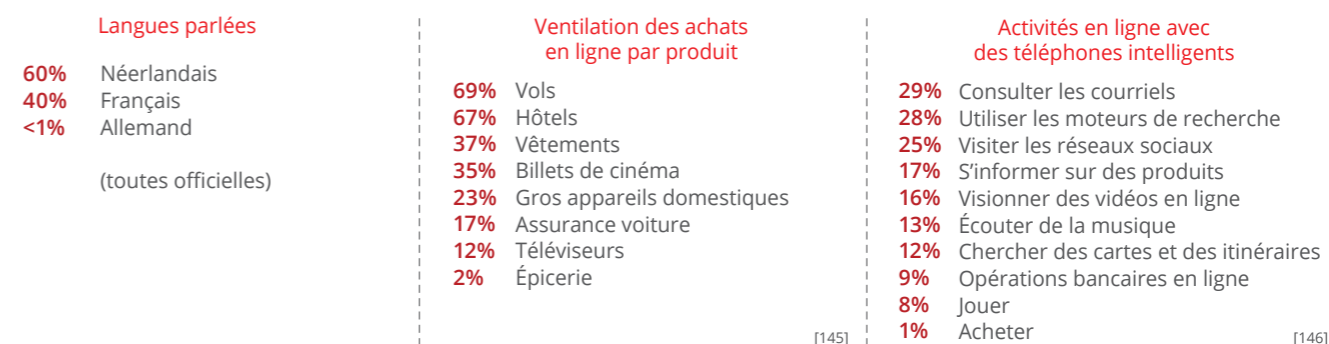
RECHERCHE & AFFICHAGE



CELLULAIRE



STATISTIQUES CLÉS



FAITS MARQUANTS ^[149]

En 2012, la Belgique s'est classée en 1ère place pour la croissance du temps passé en ligne parmi les pays européens. Les utilisateurs ont passé deux heures de plus en ligne en 2012 que l'année précédente.

La question de la livraison gratuite est relativement importante au Benelux, alors que 45 % des personnes interrogées considèrent cette question comme « très importante » (2014).

SOURCES:

- [135] CIA, The World Fact Book, July 2014
- x[140] Consumer Barometer, 2014
- [145] Consumer Barometer, 2014
- [136] Consumer Barometer, 2014
- [141] Statista, 2014
- [146] Consumer Barometer, 2014
- [137] eMarketer, September 2014
- [142] Statista, Fall 2013
- [147] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [138] CIA, The World Fact Book, July 2014
- [143] Consumer Barometer, 2014
- [148] Consumer Barometer, 2014
- [139] Consumer Barometer, 2014
- [144] eMarketer, 2014
- [149] Consumer Barometer & PostNord

* Le marché de l'industrie