

Articles du 27 juin 2008

Dans cette édition :

1. Le Québec à l'heure du virage e-Santé
2. Indice du commerce électronique au Québec : 3,3 milliards dépensés sur Internet en un an!
3. Éthique et TI - Créer un lien de confiance et le conserver

1. Le Québec à l'heure du virage e-Santé - Le Québec compte de plus en plus d'internautes. Qui plus est, Internet s'impose comme une source importante d'information sur la santé. Quels sont les usages actuels des internautes en lien avec la santé et comment envisager le développement des services de santé sur Internet ?

Les dernières statistiques le confirment, les technologies de l'information (TI) font désormais partie de notre quotidien et occupent une place de choix dans les sphères professionnelle et privée. À juste titre, les résultats de l'enquête NETendances, publiés au printemps dernier par le CEFRIO, indiquent que 71 % des adultes québécois utilisent désormais Internet de façon régulière à la maison, au travail, à la bibliothèque, à l'école ou ailleurs (contre 66 % l'an dernier), ce qui représente, en nombre absolu, 4,4 millions de personnes. Le secteur de la santé se trouve directement concerné par ces résultats en constante évolution. En clair, ces résultats signifient qu'une majorité des intervenants des hôpitaux, cliniques et centres font partie de ce bassin d'internautes et que la clientèle visée par les services de santé représente une masse critique d'utilisateurs d'Internet. La table est donc mise pour que des soins de santé intégrant les TI soient offerts et utilisés au Québec.

Le Québec numérique

Année après année, les Québécois se font plus nombreux sur Internet et diversifient leurs usages technologiques. À preuve, l'enquête NETendances 2007 montre que la majorité des Québécois de 18 ans et plus possèdent un ordinateur à leur domicile (83 %) et habitent des foyers branchés à Internet (72 %), principalement à la haute vitesse (83 % des foyers branchés). En outre, les adultes québécois possèdent une adresse courriel (63 %), utilisent des Wikis (19 %), participent à des sites de réseautage (17 %), utilisent la baladodiffusion (16 %), déposent des photographies sur des sites de partage d'images (15 %), partagent des vidéos en les plaçant sur des sites (11 %) et consultent des blogues (26 %). Une panoplie d'usages qui en dit long sur le niveau d'appropriation des internautes québécois des divers outils offerts sur Internet.

Et qu'est-ce que ce portrait technologique signifie pour le milieu de la santé ? Les Québécois sont aujourd'hui branchés et utilisent de plus en plus les outils proposés sur la Toile. Le milieu de la santé peut, par conséquent, profiter de cette situation pour proposer des services électroniques et exploiter les nouveaux moyens de communication mis à leur disposition sur Internet. D'ailleurs, les dernières données colligées dans le cadre de NETendances sont probantes à ce propos. Les Québécois associent aisément Internet et soins de santé.

Le e-patient

En 2007, 36 % des adultes québécois ont utilisé Internet pour chercher des renseignements sur la santé, pour eux ou pour quelqu'un d'autre. Cette proportion demeure stable en 2008, c'est du moins ce qu'indiquent les résultats de la collecte tenue en février (36 %). Pour les questions de santé, il apparaît que l'an dernier, ce sont les femmes qui ont effectué davantage de recherche sur le sujet que les hommes (43 % contre 29 %). De plus, les adultes qui ont des enfants effectuent plus de recherche en ligne sur la santé que ceux qui n'en ont pas (41 % contre 33 %). Les premiers résultats tirés de NETendances 2008 confirment cet engouement des internautes pour les questions de santé et permettent d'en apprendre davantage sur le genre de démarches qu'ils entreprennent sur Internet.

À ce chapitre, il semble que 24 % des adultes québécois cherchent des renseignements sur une maladie en particulier, 23 % sur le traitement de maladies, 22 % sur le mode de vie (régime, nutrition, exercice, prévention des maladies) et 20 % sont en quête d'informations en lien avec des symptômes précis.

Au cours de l'année 2007, 30 % des adultes québécois ont utilisé Internet souvent ou à l'occasion pour chercher des renseignements relatifs à une maladie ou à un médicament. Loin derrière, on retrouve l'utilisation d'Internet, souvent ou à l'occasion, pour repérer géographiquement un professionnel de la santé (10 % des adultes québécois), pour gérer ou vérifier l'état des remboursements liés aux dépenses de la santé (8,0 % des adultes québécois) et pour vérifier un diagnostic donné par un médecin (5,9 %).

Bref, bien que l'on remarque l'émergence de nouvelles pratiques en matière de santé électronique, les Québécois utilisent Internet principalement pour y chercher de l'information. Ce phénomène a pour conséquence de modifier la relation entre le patient et le spécialiste de la santé puisque les patients sont mieux informés et posent davantage de questions.

Le modèle américain

Chez nos voisins du Sud, la demande d'information sur la santé de la part des internautes ne cesse de croître et il semble que l'offre de service dans ce secteur suit cette tendance. Ainsi, les résultats d'une enquête menée en février 2007 par Cisco arrivent à des conclusions qui ne peuvent être ignorées par le milieu de la santé. Un Américain sur trois considère que l'utilisation d'Internet modifie sa façon de gérer sa santé et de se maintenir en santé¹. De plus, une personne sur quatre se dit en meilleure santé grâce à Internet. Pour sa part, eMarketer² publiait les résultats d'un sondage réalisé auprès d'adultes américains branchés. Il apparaît que 59 % d'entre eux ont utilisé Internet au cours des douze derniers mois comme source d'information sur la santé (blogues, sites Web, moteurs de recherche, publicités, forums de discussion réseaux sociaux, etc.). Une autre enquête d'eMarketer³, cette fois menée en septembre 2007, indique que 60 % des adultes américains souhaitent rejoindre leur médecin par Internet et accéder en ligne à leur dossier médical, à leurs résultats de laboratoire ainsi qu'à leur calendrier de rendez-vous.

Les grands joueurs de l'univers Web ont saisi le potentiel financier associé aux services de santé en ligne. À titre d'exemple, Google a annoncé en mars 2008 le lancement prochain de son site Google Health. L'internaute pourra y transférer toutes ses informations médicales électroniques (dossier de santé, prescriptions, résultats de laboratoire, etc.). L'intérêt de centraliser ses données de santé permettra, selon Google, de gérer plus facilement les informations médicales le concernant et de bénéficier d'une panoplie de services automatisés tels des rappels de médication et le renouvellement de prescriptions... Le site est actuellement à l'essai auprès de quelques milliers de patients de la Cleveland Clinic.

Microsoft est aussi dans la course avec son portail HealthVault lancé en 2007. Le géant mise ainsi sur un site Web offrant les services de professionnels aux internautes. Ces services, de différentes natures, peuvent aller de la gestion du dossier médical aux outils de contrôle du poids.

Le modèle d'affaires de ces deux plateformes repose sur des offres publicitaires très ciblées, personnalisées à partir des informations disponibles dans les dossiers de santé électroniques. Google et Microsoft se font rassurantes quant à la protection des informations personnelles puisque pour accéder à ces informations, les entreprises devront s'engager à en préserver la confidentialité. De plus, l'internaute sera en mesure de contrôler et d'autoriser l'accès des tiers à ses informations personnelles.

Au Canada, la situation diffère. On ne retrouve pas ici la logique commerciale américaine poussant les acteurs du milieu de la santé à s'affilier aux entreprises privées pour offrir à leurs clientèles des dossiers de santé informatisés. C'est l'instance gouvernementale Inforoute Santé Canada qui est mandatée pour veiller à la bonne marche de l'informatisation des dossiers de santé. De plus, les informations médicales sont pour le moment disponibles à travers les réseaux informatiques privés du milieu de la santé et non publiquement sur Internet comme aux États-Unis. Par contre, l'intérêt que suscite le Web pour les questions de santé reste similaire d'un pays à l'autre. Il sera ainsi important de suivre l'évolution de l'intérêt des internautes québécois pour les services de santé électroniques et de voir à quel point cet intérêt aura un impact sur la diffusion des informations médicales personnelles sur Internet.

Notes :

- 1 : Cisco. « One in Three Americans Report that Internet has Changed the Way They Manage Their Health Care, New Study Reports », 27 février 2007.
- 2 : Internet May Be Good for Your Health, eMarketer, 17 janvier 2008.
- 3 : Consumers Demand Health Care Info Online, eMarketer, 14 mars 2008.

Rédaction: Sophie Poudrier, analyste-conseil, CEFRIO

Sources :

Benhamou, Laurence, « Santé: nouvel enjeu pour Google et Microsoft », Technaute, 3 mars 2008.

http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/texte_complet.php?id=81,12399,0,032008,1419466.html&ref=rss_technaute

Cisco. « One in Three Americans Report that Internet has Changed the Way They Manage Their Health Care, New Study Reports » [Communiqué de presse], 27 février 2007.

http://newsroom.cisco.com/dlls/2007/prod_022707b.html

Consumers Demand Health Care Info Online, eMarketer, 14 mars 2008.

http://8.10.209.10/Article.aspx?id=1006048&src=article_head_sitesearch

Côté, Sabrina, NETendances 2007, CEFRIO, rapport abrégé, mars 2008.

<https://extranet.cefrio.qc.ca/indexWeb.cfm?type=produits>

Internet May Be Good for Your Health, eMarketer, 17 janvier 2008.

<http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1005835>

Le site Healthvault

<http://healthvault.com/hvindex.htm?rmproc=true>

NETendances 2008, site Infomètre.

<http://www.infometre.cefr.io.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp>

Péloquin, Tristan, « Google gère maintenant des dossiers médicaux, Technaute, 27 février 2008

http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/texte_complet.php?id=81,12399,0,022008,1418522.html&ref=enjeu

2. Indice du commerce électronique au Québec : 3,3 milliards dépensés sur Internet en un an! - En avril dernier, selon le plus récent Indice du commerce électronique au Québec réalisé par le CEFRIO, l'agence Internet VDL2 et la firme SOM Recherches et Sondages, 14 % des adultes québécois ont acheté pour plus de 250 millions de dollars de produits et services sur Internet.

Plus de 800 000 adultes québécois ont en effet dépensé une moyenne de 298 dollars par consommateur. Sur ce nombre, environ 120 000 ont effectué des achats en ligne dont la valeur a excédé 1000 dollars. Et quels types de produits les Québécois se sont-ils le plus procurés sur Internet en avril 2008 ? Un acheteur sur cinq (21 %) a acquis des livres, revues ou journaux en ligne; 19 % des vêtements, bijoux et accessoires et 12 % des appareils électroniques grand public.

Depuis juin 2007, un millier d'adultes québécois sont sondés chaque mois sur leurs habitudes de consommation en ligne. « Après avoir complété une année de mesure de l'ampleur du commerce électronique au Québec, nous en connaissons aujourd'hui l'évolution avec beaucoup plus de précision, souligne Najoua Kooli, directrice de projet, CEFRIO. Ainsi, au total, les adultes québécois ont réalisé pour 3,3 milliards de dollars d'achats en ligne au cours de la dernière année. »

« En mars dernier, l'Indice dévoilait que 36 % des achats effectués sur Internet par les Québécois avaient été réalisés sur des sites situés à l'extérieur du Canada, rappelle Philippe Le Roux, président de VDL2. Si nous extrapolons ce ratio sur le total annuel de 3,3 milliards de dollars, c'est 1,2 milliard de dollars qui échapperaient cette année à notre économie. Un énorme marché demeure inexploité : selon Statistique Canada seulement 8 % des entreprises privées et 16 % des entreprises publiques canadiennes vendaient des biens et des services en ligne en 2007. »

Une mesure unique

L'Indice du commerce électronique du Québec mesure la proportion de Québécois qui réalisent des achats sur Internet et les montants qu'ils y consacrent chaque mois. Ces achats se font tant sur des sites marchands que sur des portails favorisant les transactions électroniques entre consommateurs (*eBay*, par exemple).

Depuis quelque temps, l'Indice recueille également des données sur le type d'achats réalisés par les Québécois sur Internet et la nationalité des sites sur lesquels ils les effectuent.

L'Indice considère comme un site web canadien : une entreprise qui a son siège social au pays (Future Shop, Canadian Tire, Renaud-Bray, etc.) et les filiales canadiennes d'entreprises étrangères (amazon.ca, dell.ca, etc.).

L'Indice du commerce électronique au Québec permet aux dirigeants québécois de prendre des décisions plus éclairées sur leurs stratégies d'affaires et aux économistes de mieux

suivre ce phénomène qui est sorti de sa marginalité pour prendre une importance croissante dans notre environnement commercial.

Les résultats de l'Indice sont publiés mensuellement. Ces données seront également présentées sur les sites Web des partenaires : le CEFRIO, l'agence Internet VDL2 et la firme SOM recherches et sondages.

Pour suivre l'Indice : www.indice-commerce-electronique.qc.ca

Rédactrice : Liette D'Amours, directrice des communications, CEFRIO

3. Éthique et TI - Créer un lien de confiance et le conserver - Grâce aux technologies de l'information (TI), les entreprises sont aujourd'hui en mesure de recueillir une quantité remarquable de données sur leurs clients actuels et potentiels. Cependant, il ne suffit pas d'amasser cette information. Pour créer ou maintenir un lien de confiance solide avec le client, il faut aussi utiliser ces données à bon escient et les protéger adéquatement.

Suite de l'article : http://www.cefrio.qc.ca/pdf/Perspectives2008_Article_7.pdf

Ce bulletin est préparé par le CEFRIO :

Pour consulter les archives du bulletin : http://www.cefrio.qc.ca/pub_bul.cfm

Reproduction: les nouvelles du bulletin SISTech peuvent être reproduites à des fins non commerciales à la condition expresse d'indiquer la mention suivante: Bulletin SISTech, CEFRIO et de créer un hyperlien à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca>