

2026

Libérer le potentiel de la prospérité numérique du Canada

Comment la confiance des consommateurs et des entreprises canadiennes peut transformer un accès numérique solide en une participation numérique et en une croissance économique durable.



Table des matières

	Principales conclusions.....	3
	Introduction : La situation du Canada.....	4
	Le Canada sur la scène mondiale.....	6
	Comprendre l'écart de confiance numérique au Canada.....	9
	Perspective des entreprises.....	11
	Conclusion : L'écart que le Canada peut combler.....	13
	Méthodologie : Indice de prospérité numérique.....	14



Principales conclusions

01

Le Canada possède des bases numériques solides.

Une étude d'Interac révèle que neuf consommateurs sur dix ont accès à une connexion Internet fiable quand ils en ont besoin. Chaque jour, ils utilisent également un téléphone intelligent. En ce qui concerne les entreprises, 81 % d'entre elles déclarent posséder les outils et les options de paiement numériques nécessaires pour répondre à leurs besoins.

02

L'accès aux outils numériques ne suffit pas à assurer la prospérité numérique.

La prospérité numérique se mesure par la participation active des personnes et des entreprises à l'économie numérique, leur capacité et leur confiance à utiliser les outils numériques, ainsi que les avantages qu'elles en tirent. Le Canada obtient un score de 58 sur 100 dans l'indice de prospérité numérique, ce qui le place à la treizième position parmi les 14 économies évaluées.

03

La confiance est le point faible du Canada.

Le Canada se classe dernier en matière de confiance et 12e en ce qui a trait à sa capacité. Combler ces écarts est la meilleure occasion de transformer un accès solide en une participation plus active et en de meilleurs résultats.

04

Les craintes liées à la fraude entravent l'adoption des services numériques.

En effet, 64 % des consommateurs déclarent que la fraude ou les arnaques constituent un obstacle à l'utilisation des services numériques, et 41 % d'entre eux évitent complètement certains services. Parmi les entreprises, 43 % ont été victimes d'un incident de fraude ou de cybersécurité au cours de la dernière année.

05

Les Canadiens désirent une prospérité numérique fondée sur la souveraineté.

En effet, 93 % des consommateurs et 91 % des entreprises considèrent que la réussite dans le domaine du numérique devrait inclure la maîtrise par le Canada de ses propres systèmes numériques.



La situation du Canada

Le Canada possède de nombreux atouts : des ressources naturelles, des institutions solides, une main-d'œuvre talentueuse, un excellent niveau d'éducation, une culture entrepreneuriale et une demande croissante pour les technologies conçues et exploitées au Canada.

Malgré cela, la productivité nationale continue d'accuser un retard. Selon l'**Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)**, le Canada produit environ 74,70 dollars américains de biens et services par heure travaillée, tandis que les États-Unis en produisent 97,00. Cette différence s'est considérablement accrue au cours de la dernière décennie.

Le problème ne vient pas de l'absence de bases numériques au Canada. En effet, la plupart des Canadiens ont accès à Internet, la plupart des entreprises possèdent les outils nécessaires pour fonctionner efficacement et les services numériques sont déjà intégrés dans divers aspects de la vie quotidienne. On peut penser aux paiements, aux achats, au travail et à la gestion financière. Le véritable enjeu consiste à savoir si ces bases solides conduisent effectivement à une prospérité numérique.

La prospérité numérique survient lorsque les consommateurs et les entreprises canadiennes peuvent participer avec confiance à l'économie numérique, utiliser les outils numériques pour améliorer leur quotidien, renforcer leurs organisations et contribuer à la croissance.

Les Canadiens estiment que la prospérité numérique revêt une importance capitale et s'avère réalisable. En effet, 88 % des consommateurs et 87 % des entreprises jugent qu'elle est essentielle pour l'avenir de notre pays, et 89 % de chaque groupe sont convaincus qu'elle reste possible dans notre pays. Ils perçoivent également cet enjeu comme une question de souveraineté : 93 % des consommateurs et 91 % des entreprises se disent d'accord pour dire que la prospérité numérique devrait inclure le fait que le Canada conserve le contrôle de ses systèmes numériques.

Ce que signifie la prospérité numérique au quotidien

Concrètement, cela pourrait vouloir dire qu'une petite entreprise reçoit le paiement d'une facture sans avoir à relancer ses clients et voit les fonds déposés dans son compte le jour même. Un consommateur pourrait effectuer des achats en ligne, envoyer de l'argent et faire du magasinage en toute sécurité, sans craindre la fraude.

L'occasion économique est considérable. **La Banque de développement du Canada (BDC)** estime que le PIB canadien pourrait connaître une croissance significative de 14 % (soit environ 350 milliards de dollars) si chaque petite et moyenne entreprise (PME) adoptait davantage la technologie numérique, comme l'ont déjà fait certaines des entreprises les plus avancées. Cependant, l'opportunité ne repose pas seulement sur l'accessibilité. Elle dépend également de la confiance et de la capacité des individus et des entreprises à tirer le meilleur parti des systèmes numériques.

Pour situer le Canada sur l'échiquier mondial, Interac et Léger ont créé l'Indice de prospérité numérique. Cet indice, qui est un score composite, permet de comparer le Canada à 13 autres économies. De plus, une nouvelle étude menée auprès de consommateurs et de dirigeants d'entreprises canadiens révèle les implications concrètes de ces résultats dans leur vie quotidienne et dans les sphères professionnelles.

Les scores de l'indice sont présentés sous forme de notes sur 100. Les résultats sont donnés sous forme de pourcentage des personnes ayant répondu.



L'indice évalue cinq facteurs interconnectés essentiels pour une prospérité numérique réussie. L'accès constitue la première étape cruciale : sans lui, tout le reste s'avère impossible. La capacité permet aux individus et aux entreprises de tirer le meilleur parti de cet accès. La confiance et la participation vont de pair : les gens ont tendance à utiliser plus fréquemment les systèmes auxquels ils ont confiance, et une utilisation répétée renforce la confiance lorsque l'expérience se veut sûre et fiable. Les résultats correspondent à la valeur économique générée par ces conditions. Chaque pilier contribue à parts égales au score final.

Cinq piliers de la prospérité numérique





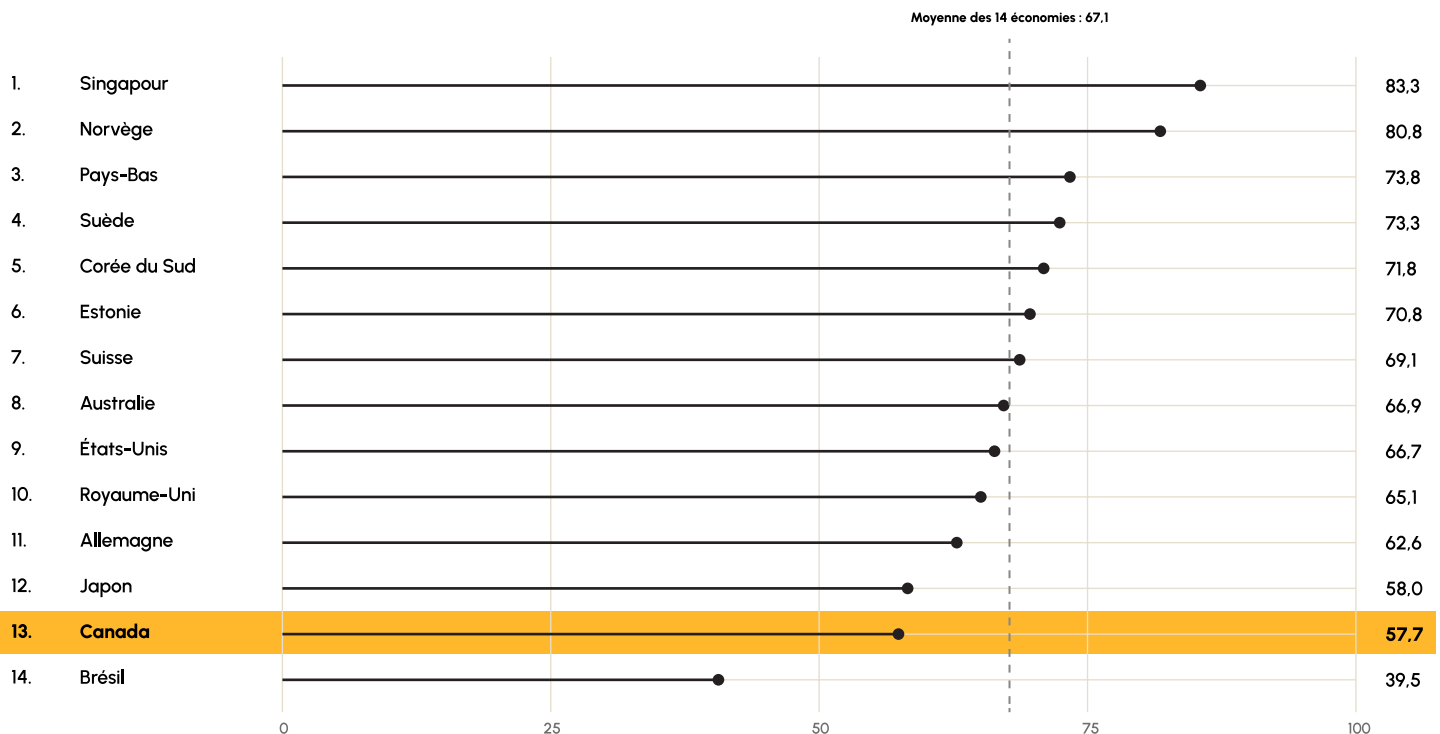
Le Canada sur la scène mondiale

Selon l'Indice de prospérité numérique, le Canada se classe 13e sur 14 économies, avec un score de 58/100. La moyenne des 13 autres économies s'établit à 68. Le Canada accuse un retard de neuf points sur les États Unis et de 14 sur la Corée du Sud. Il accuse aussi un retard de 26 points sur Singapour.

Ce résultat ne reflète pas une absence numérique. En réalité, le Canada jouit d'un accès étendu, d'une utilisation quotidienne élevée et d'une infrastructure de services numériques solide. Le défi consiste à convertir ces bases en capacité plus élevée, en confiance accrue et en une participation plus complète. En comparaison des principales économies numériques, le Canada partage une situation initiale similaire, mais il ne réussit pas encore à convertir sa base numérique en prospérité au même rythme.

Le groupe de référence est composé de pays présentant des caractéristiques structurelles et réglementaires semblables, notamment l'Australie, le Royaume-Uni et les États-Unis; des modèles en matière de performance numérique, notamment l'Estonie, l'Allemagne, le Japon, les Pays-Bas, la Norvège, Singapour, la Corée du Sud, la Suède et la Suisse; ainsi que le Brésil, qui se distingue par son innovation en matière de paiements dans les économies avancées. L'indice se fonde sur des données publiées par l'OCDE, la Banque mondiale, l'Union internationale des télécommunications et d'autres sources reconnues. Un score de 100 indique que l'économie a obtenu le meilleur résultat du groupe pour chaque indicateur.

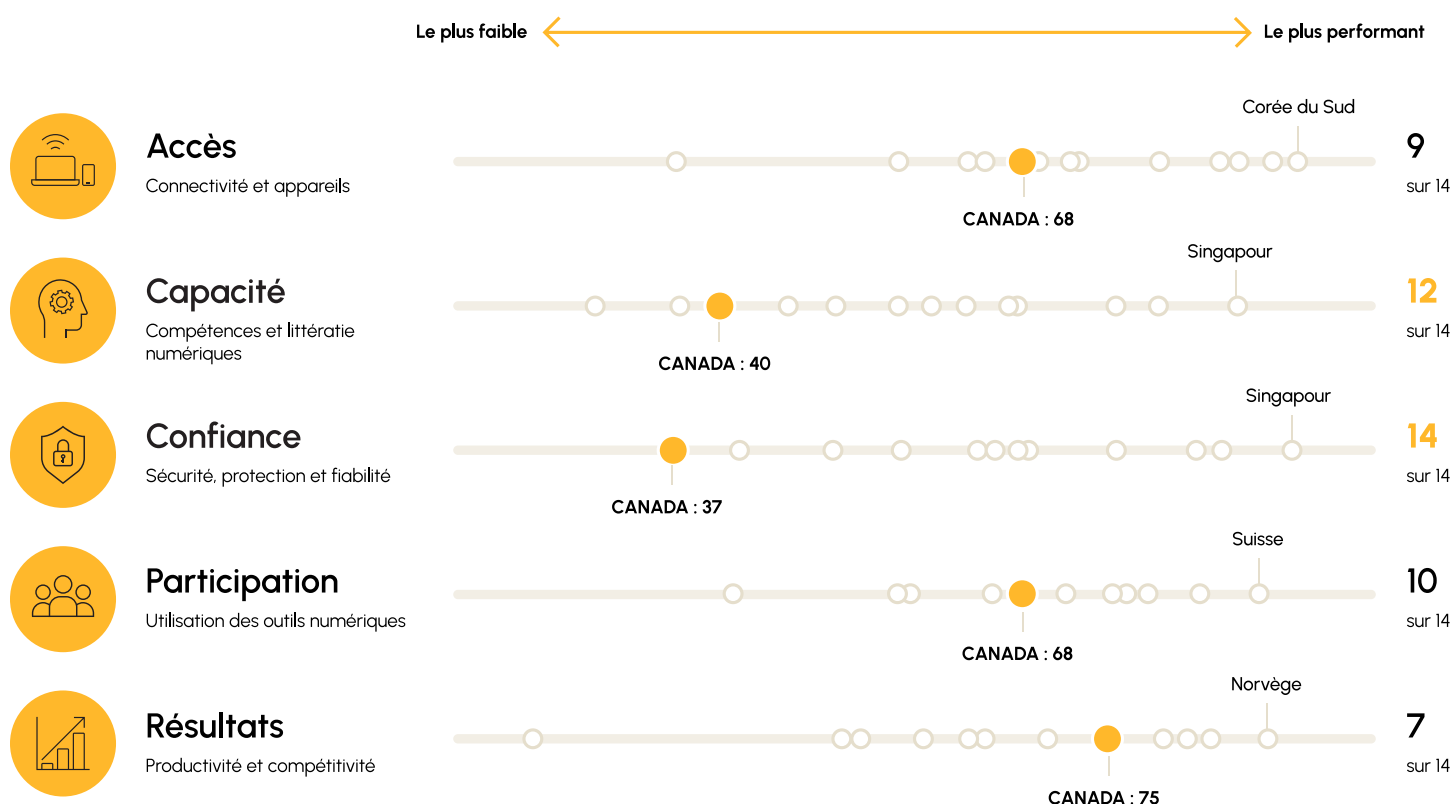
Scores de l'indice de prospérité numérique par pays





Les résultats par piliers montrent que le Canada est un pays qui possède une base solide, mais que son chemin vers la croissance reste inégal. Le secteur le plus performant du Canada est celui des résultats économiques, ce qui témoigne de la valeur actuellement générée par son économie numérique. Son plus faible résultat concerne la confiance, où il se classe dernier. L'accès et la participation ressemblent à ceux des pairs, mais la capacité se révèle être inférieure. Ensemble, ces résultats suggèrent que le défi du Canada consiste à faire progresser les personnes et les entreprises dans l'économie numérique avec les compétences et la confiance nécessaires pour en tirer davantage de valeur.

Scores et classements du Canada par pilier



01. ACCÈS



L'accès correspond à la possibilité de s'intégrer dans l'économie numérique grâce à la connectivité, aux appareils numériques, à l'accès aux services financiers et à la disponibilité des services en ligne de base. **Le Canada obtient un score de 68 et se classe au neuvième rang sur 14.** Dans un groupe de pairs où la majorité des économies sont déjà fortement interconnectées, ce résultat ne reflète pas tant un déficit d'accès de base qu'un niveau élevé de comparaison. Les bases du Canada sont solides : 91 % des consommateurs ont accès à Internet fiable quand ils en ont besoin, 90 % utilisent un téléphone intelligent quotidiennement, 92 % ont consulté ou géré leurs finances en ligne au cours du mois dernier, et 91 % ont réglé une facture en ligne. En ce qui concerne les entreprises, 81 % d'entre elles possèdent des options de paiement qui leur conviennent. Par conséquent, l'accès ne constitue pas une limitation. La véritable question consiste à savoir si cet accès permet aux individus et aux entreprises d'adopter des modes d'utilisation plus sophistiqués.



02. CAPACITÉ



La capacité représente les compétences et les connaissances nécessaires pour utiliser efficacement les outils numériques, mesurées selon le niveau de scolarité, les compétences numériques des adultes, l'adoption de l'IA et le capital humain.

Sur ces critères, le Canada obtient un score de 40, ce qui le place en douzième position sur quatorze pays, soit environ six points derrière les États Unis. Cela laisse croire que les compétences numériques sont inégalement réparties, plutôt qu'insuffisantes. La majorité des Canadiens se sent à l'aise avec les outils courants : 84 % se disent à l'aise avec les technologies numériques et 83 % affirment qu'ils peuvent facilement apprendre à utiliser de nouveaux outils. La capacité consiste également à passer d'une utilisation courante à une participation plus avancée. C'est à ce stade qu'on observe une différence. Seuls 59 % des Canadiens âgés de 55 ans et plus se disent assez à l'aise avec leurs compétences numériques pour aider quelqu'un d'autre, alors que 73 % des consommateurs en général se sentent suffisamment compétents.

04. PARTICIPATION



La participation correspond à l'usage observable des systèmes numériques pour les transactions financières, le commerce, les services et les activités quotidiennes. **Le Canada occupe la dixième place sur 14**. Cela indique que les Canadiens participent à l'économie numérique à un niveau similaire à celui de leurs homologues, malgré une confiance plus faible dans les systèmes numériques que la plupart des autres économies du groupe. La participation révèle donc à la fois une force et une fragilité. Les systèmes numériques sont pratiques, intégrés et souvent indispensables; donc, les Canadiens continuent de les utiliser. La question porte sur la participation : peut-elle s'épanouir lorsque la confiance fait défaut ?

03. CONFIANCE



La confiance correspond à la sécurité des systèmes numériques et à la confiance du public à leur endroit, mesurées par l'exposition aux arnaques, la préparation nationale en cybersécurité et la confiance envers l'IA. **Le Canada obtient un score de 37 et arrive en dernier des 14 économies**, avec l'un des taux d'exposition aux arnaques les plus élevés du groupe. Cela est préoccupant, car la confiance permet de transformer l'accès et la capacité en une utilisation accrue. Près des deux tiers des consommateurs disent que la fraude et les arnaques constituent un obstacle à l'utilisation des outils ou services numériques. De plus, plus de la moitié des entreprises disent que les préoccupations liées à la fraude et à la cybersécurité entravent leur utilisation plus fréquente de ces services. L'IA accentue ces préoccupations : 86 % des consommateurs craignent qu'on l'utilise pour tromper les gens, tandis que seuls 36 % estiment que ses avantages l'emportent sur ses risques. Par conséquent, le déficit de confiance du Canada ne se limite pas à la cybersécurité ; c'est un problème de confiance plus large qui restreint la volonté des consommateurs et des entreprises de s'engager.

05. RÉSULTATS



Les résultats indiquent les résultats économiques liés à la participation numérique, mesurée par la productivité du travail et la compétitivité numérique. **Avec un score de 75, le Canada se positionne à la septième place sur 14**, réalisant ainsi son meilleur résultat parmi les cinq piliers. Ce score témoigne de la valeur acquise par le Canada lors des premières vagues d'adoption du numérique : des entreprises efficaces, des institutions compétentes et une infrastructure numérique concurrentielle. Les résultats montrent les produits du système jusqu'à présent, et non si celui-ci fonctionne adéquatement pour ce qui vient ensuite. Pour maintenir et améliorer sa position, le Canada doit renforcer les fondations de sa performance future, en particulier sa capacité et sa confiance, sur lesquelles il obtient de faibles résultats.



Comprendre l'écart de confiance numérique au Canada

L'écart de confiance au Canada pousse les gens à revenir aux méthodes qu'ils connaissent déjà. Quarante-deux pour cent des consommateurs ont déclaré que les arnaques les ont incités à utiliser plus souvent les services numériques qu'ils utilisaient déjà, tandis que 22 % ont choisi de revenir aux méthodes traditionnelles, comme les interactions en personne, les appels téléphoniques ou les documents papier. Les entreprises sont confrontées à un effet parallèle. Lorsque les risques liés à la fraude et à la cybersécurité leur semblent trop élevés, elles investissent moins dans des outils pouvant augmenter leurs revenus, attirer de nouveaux clients ou améliorer la prise de décision.

Chacun de ces choix entraîne des coûts, que ce soit un paiement qui prend plus de temps, un service non utilisé ou un outil qu'une entreprise décide de ne pas adopter. Réduire l'écart de confiance ne consiste pas seulement à diminuer le risque, mais à tirer une valeur plus complète de l'accès numérique déjà existant, et à utiliser cette fondation pour bâtir une économie numérique plus concurrentielle.

Les Canadiens ont une certaine confiance dans les outils numériques qu'ils utilisent depuis des années, et 68 % d'entre eux font confiance à la sécurité des systèmes de paiement numériques. Cependant, cette confiance diminue rapidement lorsque les services semblent nouveaux, peu familiers ou difficiles à évaluer. En effet, 62 % d'entre eux pensent que les services non numériques offrent une plus grande fiabilité que les services en ligne.

Une raison justifiable de faire preuve de vigilance existe. En effet, plus de la moitié des consommateurs (58 %) ont été victimes d'une arnaque par téléphone ou par SMS au cours de l'année écoulée, ou connaissent quelqu'un qui l'a été. En 2025, le Centre antifraude du Canada a reçu plus de 112 000 signalements de fraude, pour des pertes déclarées s'élevant à 704 millions de dollars, un montant record. Le Centre estime que seuls 5 % à 10 % des fraudes sont effectivement signalées.

Il n'y a pas si longtemps, la fracture numérique portait principalement sur l'accès. Avec l'utilisation généralisée des téléphones intelligents et de l'accès à Internet, une nouvelle fracture a fait son apparition. Elle ne porte plus sur l'accès aux technologies, mais sur la capacité des utilisateurs à agir en toute confiance lorsqu'ils naviguent sur le web. Elle se manifeste sous trois aspects distincts :

- **Inconfort.** Les Canadiens à revenu modeste se sentent nettement plus mal à l'aise avec les outils numériques. En effet, près de la moitié d'entre eux (47 %) déclarent se sentir rarement à l'aise de les utiliser, alors que ce chiffre s'établit à 28 % chez ceux qui gagnent plus de 100 000 \$. Cinquante-trois pour cent des Canadiens à faible revenu ont de la difficulté à comprendre ou à naviguer dans les services en ligne, tandis que ce taux s'établit à seulement 36 % chez les personnes à revenu plus élevé.
- **Hésitation.** Soixante-huit pour cent des consommateurs disent que leurs préoccupations en matière de sécurité et de fraude les incitent à hésiter à utiliser les options numériques. De plus, 96 % d'entre eux affirment que se sentir en sécurité contre la fraude influence leur utilisation des outils numériques.
- **Évitement.** Quarante et un pour cent d'entre eux évitent certains services numériques en raison des arnaques, et 42 % se fient davantage aux services qu'ils connaissent déjà. Plus l'âge augmente, plus ce phénomène se renforce : 71 % des Canadiens de 55 ans et plus considèrent la fraude comme un obstacle à l'utilisation des outils numériques, comparativement à 58 % des 18 à 34 ans.

Ces décisions correspondent au prix de la méfiance. Elles réduisent les bénéfices que le Canada tire de son infrastructure numérique et affectent le plus durement les individus et les entreprises les moins équipés pour y faire face.



L'écart de confiance n'est pas le même partout

Les consommateurs québécois affichent le niveau de confiance le plus élevé au pays, avec 76 % affirmant que les systèmes de paiement numériques sont sécuritaires, comparativement à 64 % en Colombie-Britannique et 61 % en Saskatchewan et au Manitoba. Ils sont également moins souvent ciblés : au cours des 12 derniers mois, 22 % des consommateurs québécois ont été personnellement ciblés par une arnaque téléphonique ou par texto, comparativement à 46 % en Alberta.

La tendance inverse se retrouve en Saskatchewan et au Manitoba, où 79 % des consommateurs affirment que les préoccupations liées à la fraude ou à la sécurité les font hésiter à utiliser les options numériques — la proportion la plus élevée au pays. Au Québec, ce pourcentage s'élève à 58 %. L'activité frauduleuse a poussé 32 % des consommateurs albertains à revenir à des façons de faire en personne, par téléphone ou sur papier, comparativement à 15 % au Québec.



Perspective des entreprises

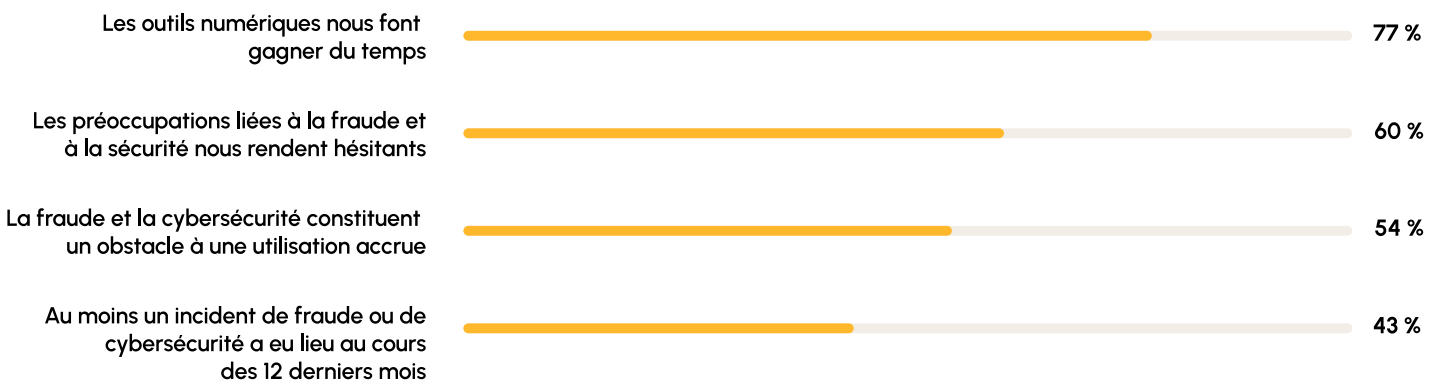
Pour les entreprises, la prospérité numérique repose avant tout sur la valeur économique. En effet, neuf entreprises sur dix estiment qu'elle devrait accroître la productivité et favoriser l'économie canadienne. La plupart disposent déjà de tout le nécessaire pour y parvenir. Cela porte ses fruits : 86 % ont un accès fiable à Internet, 77 % disent que les outils numériques leur font gagner du temps et 73 % affirment que ces outils les aident à mieux servir leurs clients.

La plupart des entreprises ont adopté les outils qu'elles connaissent déjà. Un nombre nettement moins élevé s'est tourné vers des outils plus récents qui pourraient favoriser leur expansion, leur productivité ou leur confiance. Seulement 31 % des entreprises ont recours à des outils d'intelligence artificielle ou à des agents conversationnels, 27 % à des outils numériques pour faciliter le commerce électronique, et 25 % à la vérification d'identité numérique. 35 % des répondants affirment que leurs opérations pourraient être plus numériques.

Le coût est l'obstacle le plus fréquemment cité par les entreprises. Cependant, le risque contribue également à faire paraître les outils numériques plus coûteux. En effet, 43 % d'entre elles ont subi une fraude ou une cyberattaque au cours de l'année écoulée. De plus, seules 66 % d'entre elles estiment que leurs mesures de protection se révèlent adéquates, et seuls 60 % savent comment réagir en cas de problème. En d'autres termes, une entreprise qui assume seule ce risque peut finir par payer un prix plus élevé que celui de l'outil lui-même. Contrairement aux consommateurs, les entreprises ne peuvent pas souvent se passer des systèmes numériques, sans prendre du retard.

La fraude nuit à l'adoption et à la productivité

Pourcentage d'entreprises qui se disent d'accord



Lorsqu'on demande aux entreprises quels éléments pourraient renforcer leur confiance, elles répondent sans hésiter : protection, soutien et savoir-faire. La protection contre la fraude, les arnaques ou les risques liés à la cybersécurité influence l'utilisation des outils numériques pour 90 % des personnes interrogées. De plus, 89 % d'entre elles souhaitent obtenir de l'aide ou du soutien lorsqu'elles en ont besoin. Comme 72 % des répondants indiquent qu'un manque de connaissances ou de compétences constitue un obstacle, les entreprises demandent des conseils pour choisir et utiliser les bons outils, et non pas seulement un accès à davantage d'outils.

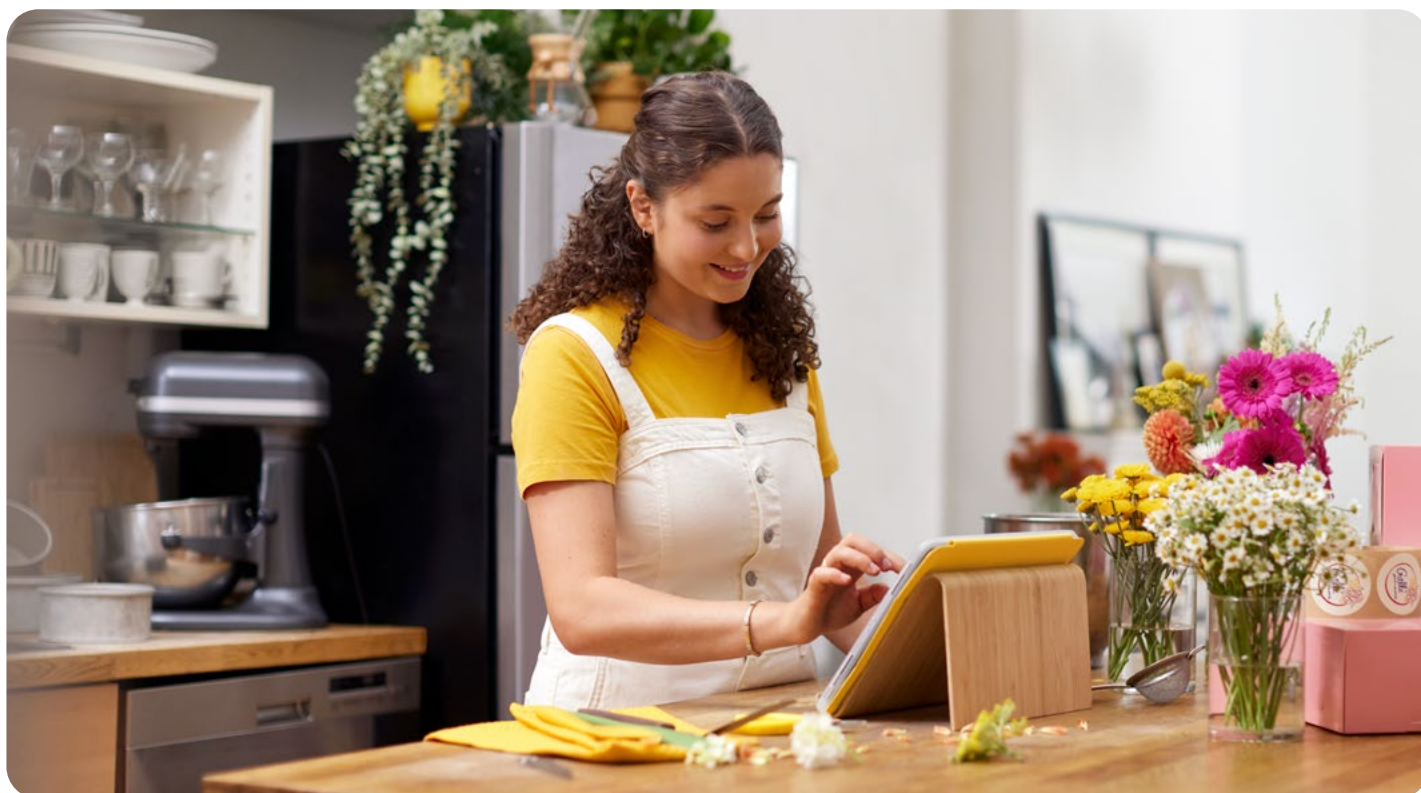


La fracture numérique touche le plus durement les petites et microentreprises

Les plus petites entreprises investissent le moins dans les outils numériques, ce qui s'avère préoccupant, car ces entreprises jouent un rôle crucial dans l'économie. Selon des recherches publiées par **Innovation, Sciences et Développement économique Canada**, le Canada comptait approximativement 1,1 million d'entreprises employant des salariés en décembre 2024. Parmi celles-ci, 98 % étaient des petites entreprises de moins de 100 employés, et 59 % étaient des microentreprises de 1 à 4 employés.

Les résultats du sondage Interac montrent bien cet écart. Seules 17 % des microentreprises utilisent la vérification d'identité numérique, en comparaison de 34 % des petites entreprises. Les microentreprises utilisent moins souvent des logiciels infonuagiques, des places de marché en ligne ou des outils d'IA. Elles mettent rarement en place des processus de gestion de la sécurité, de la protection des renseignements personnels ou de l'accès des utilisateurs.

Ce n'est pas par manque d'intérêt : 65 % des microentreprises et 75 % des petites entreprises admettent que les outils numériques leur offrent des fonctionnalités ou des services qu'elles n'auraient pas autrement. Toutes les entreprises font face à des limites, mais celles des petites entreprises sont exacerbées. Elles disposent de moins de ressources pour investir dans de nouvelles technologies, elles ont plus à perdre en cas de fraude et elles comptent moins de personnel pour former à un nouveau système. Cela rend leur croissance et leur compétitivité plus difficiles, car elles possèdent la moins grande marge de manœuvre pour mal choisir les outils qui pourraient les aider à prospérer. Compte tenu de leur place dans l'économie canadienne, s'intéresser à la réduction de cet écart importe.





CONCLUSION

L'écart que le Canada peut combler

Le Canada a un accès privilégié et une utilisation solide des technologies numériques au quotidien. Cependant, c'est dans le domaine de la confiance que le pays se classe dernier parmi les 14 économies, ce qui entrave sa progression.

Les consommateurs se disent généralement capables d'utiliser les outils numériques courants, mais se montrent réticents lorsque la confiance fait défaut. Les entreprises reconnaissent l'avantage de l'adoption numérique, mais le coût, le risque de fraude et une capacité limitée rendent l'utilisation des outils les plus récents plus difficile.

Ce fardeau touche particulièrement durement les petites et microentreprises, qui représentent la vaste majorité des entreprises au pays. Elles possèdent la plus faible capacité d'absorber les conséquences d'un quelconque problème, mais elles peuvent tirer profit des outils numériques. Elles peuvent cependant tout perdre si ces outils venaient à les trahir.

Pour combler cet écart, mettre en place diverses mesures pour renforcer la confiance s'avère nécessaire. Les consommateurs ont besoin que moins d'escroqueries passent entre les mailles du filet, que les signaux de sécurité soient plus clairs et que les voies de recours soient plus simples en cas de problème. Les entreprises, quant à elles, ont besoin d'une protection accrue, d'un soutien et de conseils pratiques pour faciliter l'adoption de nouvelles technologies sans crainte de prendre en charge un risque insurmontable.

L'objectif est de créer un pays où les personnes et les entreprises peuvent dépenser, être payées et faire des affaires en ligne sans avoir à remettre en question les systèmes sur lesquels elles comptent. Pour les Canadiens, cette confiance est étroitement liée à la notion de souveraineté : la conviction profonde que les mécanismes qui régissent l'économie numérique du pays sont effectivement protégés, fiables et entièrement maîtrisés par le Canada.

Le Canada a mis en place l'accès. La prochaine étape consiste à établir la confiance nécessaire pour en tirer pleinement profit.





Indice de prospérité numérique

Le cadre de prospérité numérique se fonde sur deux sources de données. Le cadre de comparaison international évalue le Canada par rapport à 13 autres pays en se basant sur cinq piliers — accès, capacité, confiance, participation et résultats — en utilisant des données publiées par l'OCDE, la Banque mondiale, l'Union internationale des télécommunications, la CNUCED, l'IMD et d'autres sources mentionnées. Chaque indicateur est standardisé sur une échelle allant de 0 à 100, et la moyenne des cinq piliers est calculée en leur accordant un poids identique.

Ce cadre est combiné à une recherche d'opinion originale : deux sondages quantitatifs en ligne menés par Léger, en anglais et en français, du 31 mars au 22 avril 2026. Ils ont été menés auprès de 2 000 adultes canadiens et de 756 décideurs au sein de petites et moyennes entreprises, avec un ajustement des résultats pour assurer une représentation adéquate. Pour consulter la liste complète des indicateurs, les sources, les années, la méthode de notation et les détails de l'enquête, veuillez vous référer à la méthodologie détaillée, [disponible ici](#).

