

NETendances²⁰¹⁶
UNE INITIATIVE DU **cefrio**

Volume 7 – Numéro 10

L'EMPREINTE NUMÉRIQUE DES QUÉBÉCOIS

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

B

I

P

BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



Votre partenaire depuis *plus de 25 ans*

- ✓ Sondages
- ✓ Recherche sociale
- ✓ Recherche marketing
- ✓ Mesure de la satisfaction

630, rue Sherbrooke Ouest, bur. 210
Montréal (Québec) H3A 1E4

Tél.: 514 288-1980
Télec.: 514 288-6607

www.bip-sondage.com

Table des matières

Méthodologie d'enquête.....	4
Faits saillants.....	5
1. Les Québécois et le partage de renseignements personnels sur Internet	6
1.1. Les Québécois sont globalement réticents à partager leurs renseignements personnels sur Internet.....	6
1.2. Une majorité d'internautes québécois font confiance aux sites Web des institutions financières.....	7
1.3. Bon nombre de Québécois jugent les sites Web gouvernementaux sécuritaires	8
1.4. Un internaute sur deux fait confiance aux sites des grands commerçants et seulement le quart des internautes jugent sécuritaires ceux des petits commerçants	10
1.5. La garantie de protection des données, principal incitatif pour partager des renseignements personnels avec une entreprise de type commercial.....	12
1.6. Les Québécois sont largement réticents à partager leurs renseignements personnels sur les réseaux sociaux	14
2. Les mesures de protection et de contrôle des Québécois de leur empreinte numérique	15
2.1. La plupart des internautes québécois se sentent personnellement habiles pour protéger leurs renseignements personnels sur Internet	15
2.2. Peu d'internautes québécois ont recours à des mesures pour contrôler leur empreinte numérique	16
2.3. Les plateformes de stockage sont largement perçues comme étant peu ou pas du tout sécuritaires	17

L'EMPREINTE NUMÉRIQUE DES QUÉBÉCOIS

L'enquête *NETendances 2016* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Vidéotron et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale.

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget

Directrice principale, recherche marketing, CEFRIO
Coordination du projet

Ghita Badraoui

Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme

Vice-président, communications et affaires corporatives, CEFRIO

Annie Lavoie

Conseillère en communication, CEFRIO
Coordination de l'édition

Marie-Guy Maynard

Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

Merci à l'équipe de BIP pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données.

Dépôt légal : 2016

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISSN (PDF) : (1923-6565)

Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF à partir de la section « Publications » du site Web du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du CEFRIO.

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS :



Méthodologie d'enquête

Pour réaliser le volet « L’empreinte numérique des Québécois » de l’enquête *NETendances 2016*, nous avons utilisé des données provenant de plusieurs collectes réalisées en février, mars, avril, mai, juin, juillet, octobre et décembre 2016, au cours desquelles nous avons interrogé à chaque fois environ 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l’âge, de la région et de la langue des répondants afin d’assurer la représentativité de l’ensemble des adultes québécois.

La marge d’erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,27\%$ pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20. Les chiffres présentés dans ce numéro ont été arrondis à l’unité la plus proche. Il est donc possible que la somme de certains pourcentages n’égale pas 100.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions :

- > RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]);
- > RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]);
- > Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine);
- > Centre du Québec (la Mauricie, l’Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]);
- > Ouest du Québec (l’Outaouais, l’Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

Note :

- Les chiffres **en rouge** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d’au moins 95 % - **en gras rouge**, l’intervalle de confiance est de 99 %.
- Les chiffres **en bleu** indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d’au moins 95 % - **en gras bleu**, l’intervalle de confiance est de 99 %.

Faits saillants

Qu'est-ce que l'empreinte numérique? Il s'agit de l'ensemble des traces que nous laissons volontairement ou non dans les serveurs, les moteurs de recherche, les systèmes de sauvegarde, les messageries et tous les services accessibles sur le Web en général. À l'heure des données massives (« Big Data ») et d'un usage de plus en plus important que nous faisons de l'Internet, l'enquête NETendances 2016 s'est penchée sur la thématique de l'empreinte numérique.

Dans ce numéro, nous répondons aux questions suivantes : Dans quelle mesure les internautes québécois sont conscients de la trace qu'ils laissent lorsqu'ils partagent de l'information de nature personnelle sur le Web ou, plus simplement, lorsqu'ils partagent avec d'autres leurs photos, des commentaires ou des histoires personnelles? Que font-ils pour se protéger ou contrôler cette trace? Quelle confiance accordent-ils aux réseaux sociaux et aux plateformes de stockage pour protéger leurs renseignements personnels? Quel est leur niveau d'aisance à partager leurs renseignements personnels selon qu'il s'agisse d'un réseau social, d'une institution financière, du site d'un ministère ou d'un organisme gouvernemental, ou encore le site pour d'un détaillant?



Moyens de contrôle de l'empreinte numérique



69 % des internautes québécois ont déjà eu recours à la suppression de l'historique de navigation et des témoins de leur navigateur.



Seulement 49 % ont déjà modifié des paramètres de sécurité de leur navigateur, **37 %** ont déjà utilisé leur navigateur en mode de navigation privée et **30 %** ont déjà installé à leur navigateur une extension pour mieux protéger leurs renseignements personnels.

41 % des internautes québécois estiment avoir un niveau d'habileté personnelle moyen ou faible lorsqu'il s'agit de protéger leurs renseignements personnels sur Internet.

Les segments les plus/les moins ouverts à partager leurs renseignements personnels sur Internet

- > L'attitude à l'égard du partage de renseignements personnels sur Internet diffère significativement selon l'âge : les internautes québécois âgés de 18 à 34 ans (soit la génération Y) sont les plus ouverts à partager leurs renseignements personnels sur Internet. En revanche, les plus âgés (notamment les 55 ans ou plus) sont les plus frileux en la matière.
- > Par ailleurs, on constate que, plus le niveau d'éducation est élevé, plus la propension à partager des renseignements personnels sur Internet augmente. Ainsi les plus ouverts sont les internautes ayant fait des études universitaires, tandis que les plus réticents sont les individus ayant complété le niveau de scolarité primaire. Ces derniers font d'ailleurs partie de la proportion la plus élevée d'internautes se sentant peu habiles pour protéger leurs renseignements personnels sur Internet.

Principaux incitatifs à partager des renseignements personnels sur Internet avec une entreprise commerciale :

- > L'assurance que les renseignements personnels seront gardés de manière sécurisée (57 % des internautes).
- > La politique de confidentialité de l'entreprise (50 %).
- > Le fait de souvent faire affaire avec l'entreprise (48 %).

Niveau de confiance dans les réseaux sociaux



73 % des internautes québécois jugent les réseaux sociaux comme étant **peu ou pas du tout sécuritaires** lorsqu'il s'agit de transmettre des renseignements personnels (tel que nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit).



Niveau de confiance dans les plateformes de stockage



72 % des internautes québécois jugent les plateformes de stockage, tel que Dropbox, iCloud et Google Drive, comme étant **peu ou pas du tout sécuritaires** lorsqu'il s'agit de transmettre des renseignements personnels.

Degré d'ouverture à partager ses renseignements personnels sur Internet avec les organisations suivantes :



Les institutions financières : 59 % des internautes québécois se disent très ou assez à l'aise de partager leurs renseignements personnels sur Internet avec ces institutions. En parallèle, 72 % des internautes québécois jugent leurs sites Web très ou assez sécuritaires pour y transmettre des renseignements personnels.



Le gouvernement : 59 % des internautes se disent très ou assez à l'aise de partager leurs renseignements personnels sur Internet avec le gouvernement et 74 % jugent les sites Web très ou assez sécuritaires pour transmettre des renseignements personnels sur les sites des ministères et des organismes gouvernementaux.



Les détaillants : 33 % des internautes se disent très ou assez à l'aise de partager leurs renseignements personnels sur Internet avec des détaillants.



Les agences de voyage et de loisirs : 28 % des internautes se disent très ou assez à l'aise à leur partager des renseignements personnels sur Internet.



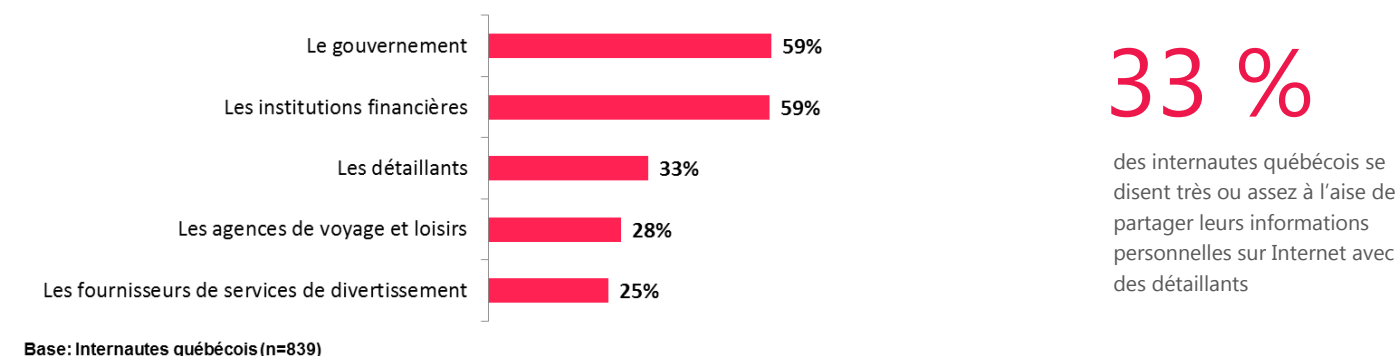
Les fournisseurs de services de divertissement : 25 % des internautes se disent très ou assez à l'aise à leur partager des renseignements personnels sur Internet.

1. Les Québécois et le partage de renseignements personnels sur Internet

1.1. Les Québécois sont globalement réticents à partager leurs informations personnelles sur Internet

Seulement le tiers ou moins des internautes se disent à l'aise de partager en ligne leurs informations personnelles avec des détaillants ou des entreprises tels que des agences de voyage et de loisirs ou encore des fournisseurs de service de divertissement. Lorsqu'il s'agit du gouvernement ou d'institutions financières, les internautes québécois sont plus ouverts. Ce dernier constat n'est, toutefois, pas étonnant compte tenu de la nécessité de fournir des renseignements personnels aux institutions financières et au gouvernement (notamment pour des raisons légales et réglementaires) et de la nature de relation (généralement à long terme) qui lie les individus avec ces organisations.

Par ailleurs, lorsqu'on compare ces résultats à ceux de l'étude multi-pays réalisée par SAS en 2014¹, on constate une réticence plus grande au Québec. En effet, près de trois répondants sur quatre au sondage réalisé par SAS (73 %) ont déclaré être disposés à fournir des renseignements personnels à des institutions financières, 54 % à des détaillants, 52 % à des agences de voyages et de loisirs, et 33 % à des fournisseurs de service de divertissement.



Question : Lorsque vous êtes sur Internet, dans quelle mesure êtes-vous à l'aise à partager des informations personnelles avec les organisations suivantes? % très/assez à l'aise

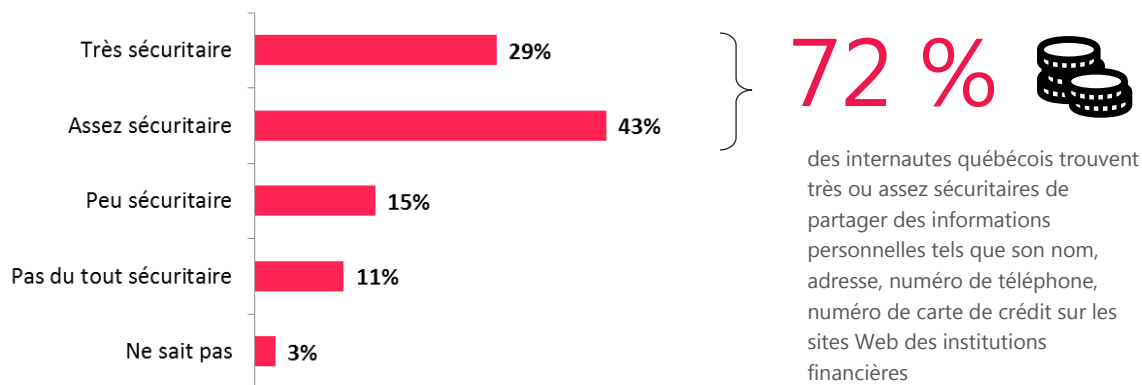
Très/assez à l'aise - Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Gouvernement	59	61	57	55	78	63	61	44	44	43
Institutions financières	59	59	58	60	74	63	61	45	44	32
Détaillants	33	37	30	31	50	35	34	25	20	12
Agences de voyage et de loisirs	28	31	24	25	33	33	29	21	21	19
Fournisseurs de services de divertissement	25	27	23	43	34	26	21	14	13	20

Très/assez à l'aise - Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Gouvernement	59	45	61	67	30	57	60	59	62	72
Institutions financières	59	52	60	62	33	59	52	62	71	65
Détaillants	33	32	32	34	27	32	30	38	40	36
Agences de voyage et de loisirs	28	21	30	31	20	19	27	28	28	42
Fournisseurs de services de divertissement	25	23	25	26	9	20	23	24	29	34

¹ Sondage Web réalisé en août 2014 auprès de 2 949 adultes aux États-Unis (36 %), le Royaume-Uni (11 %), Canada (11 %), Portugal (11 %), Australie (11 %), Nouvelle-Zélande (10 %) et Espagne (9 %) - Source : SAS, « Finding the right balance between personalization and privacy » 2015

1.2. Une majorité d'internautes québécois font confiance aux sites Web des institutions financières

Environ sept internautes sur 10 estiment les sites Web des institutions financières suffisamment sécuritaires pour y transmettre leurs informations personnelles tels que nom, adresse, numéro de téléphone ou numéro de crédit. Les moins enclins à partager cette opinion et à juger ces sites Web peu ou pas du tout sécuritaires sont les Québécois les plus âgés (55 ans et plus), ceux dont les revenus familiaux annuels sont les plus faibles (moins de 40 000 \$ de revenu familial annuel) ainsi que les répondants dont le niveau de scolarité complété est le primaire ou le secondaire.



Base: Internaute québécois (n=921)

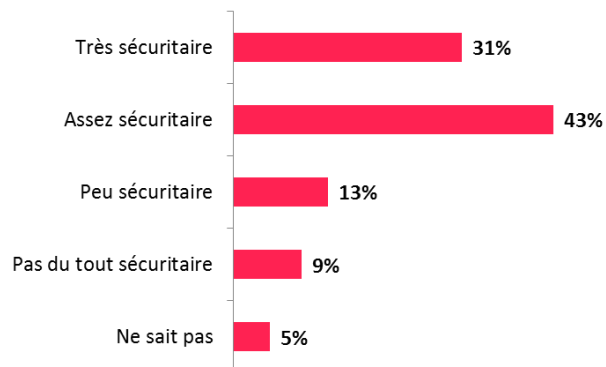
Question : Selon vous, est-il très / assez / peu / pas du tout sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les sites Web des institutions financières?

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Très sécuritaire	29	32	27	18	33	41	32	28	22	12
Assez sécuritaire	43	41	44	60	40	43	48	33	38	29
Peu sécuritaire	15	13	17	16	23	8	7	17	18	24
Pas du tout sécuritaire	11	11	11	3	4	8	10	17	17	32
Ne sait pas	3	3	2	3	-	-	3	5	6	4

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Très sécuritaire	29	17	29	40	12	17	26	29	33	52
Assez sécuritaire	43	40	47	42	45	41	39	40	48	41
Peu sécuritaire	15	18	16	10	21	24	19	16	10	4
Pas du tout sécuritaire	11	21	6	6	19	17	13	10	7	2
Ne sait pas	3	4	2	2	3	1	3	5	1	1

1.3. Bon nombre de Québécois jugent les sites Web gouvernementaux sécuritaires

Les deux tiers des internautes québécois s'entendent pour dire que les sites Web des ministères et des organismes gouvernementaux du Québec sont très ou assez sécuritaires, et seraient ouverts à y transmettre des renseignements personnels. Par ailleurs, il ressort de cela que plus le niveau d'éducation et le niveau de revenu augmentent, plus la propension à faire confiance à ces sites Web est élevée.



74 %



des internautes québécois trouvent très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les sites Web des ministères et des organismes du gouvernement du Québec

Base: InternauteS québécois (n=921)

Question : Selon vous, est-il très / assez / peu / pas du tout sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les sites Web des organisations suivantes? Ministères et organismes du gouvernement du Québec?

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Très sécuritaire	31	32	29	25	38	40	32	27	20	16
Assez sécuritaire	43	40	46	53	36	40	51	37	44	32
Peu sécuritaire	13	13	12	9	15	10	7	17	18	21
Pas du tout sécuritaire	9	10	8	10	7	8	6	14	11	12
Ne sait pas	5	5	5	3	5	2	4	6	7	19

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Très sécuritaire	31	22	31	38	25	23	25	33	34	46
Assez sécuritaire	43	36	48	44	37	39	44	43	46	44
Peu sécuritaire	13	18	12	8	14	16	18	11	15	5
Pas du tout sécuritaire	9	17	6	5	19	15	11	8	3	2
Ne sait pas	5	8	3	5	6	7	2	6	3	2

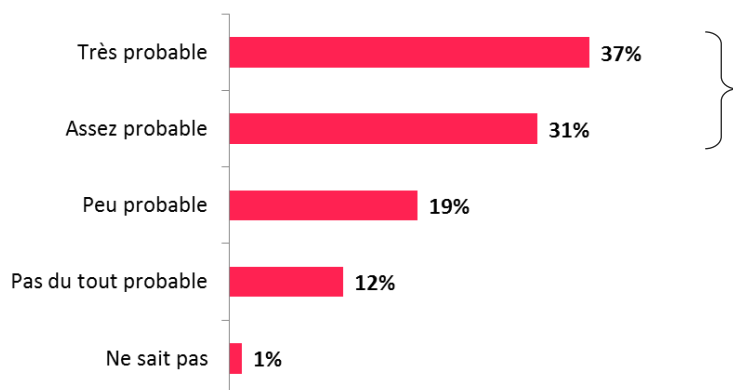
Les organismes publics assujettis à la Loi sur la protection des renseignements personnels au Québec

Environ 2 800 organismes publics sont assujettis à la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, par exemple : les ministères et les organismes gouvernementaux; les municipalités et les organismes qui en relèvent, les communautés métropolitaines, les municipalités régionales de comté; les commissions scolaires, les établissements privés subventionnés, les cégeps, les universités; les centres hospitaliers, les centres d'accueil, les CLSC, les agences de développement de réseaux locaux de services de santé et de services sociaux et les centres jeunesse; les ordres professionnels dans la mesure prévue par le *Code des professions*.

Un organisme public dispose d'au plus 20 jours civils pour répondre à une demande d'accès ou de rectification. Toutefois, ce délai peut être prolongé de 10 jours, si nécessaire. L'absence de réponse, à l'expiration de ce délai, équivaut à un refus qui, tout comme en cas de réponse insatisfaisante, donne lieu à un recours devant la Commission d'accès à l'information.

Source : Commission d'accès à l'information du Québec - <http://www.cai.gouv.qc.ca>

Près de sept internautes sur dix se disent disposés à consulter directement un site Web gouvernemental sécurisé pour faire le suivi de leurs dossiers ou de leurs demandes, plutôt que de recevoir l'information par la poste ou par téléphone. Cette tendance est plus marquée parmi les Québécois ayant complété des études universitaires et ceux dont le revenu familial annuel dépasse les 60 000 \$.



68 %

des internautes québécois se disent plus enclins à consulter directement un site Web gouvernemental sécurisé pour connaître l'état d'avancement de leurs dossiers ou de leurs demandes, plutôt que de recevoir l'information par la poste ou par téléphone

Base: Internaute québécois (n=903)

Question : Plutôt que de recevoir l'information par la poste ou par téléphone, consulteriez-vous directement un site Web gouvernemental sécurisé pour connaître l'état d'avancement de vos dossiers ou de vos demandes?

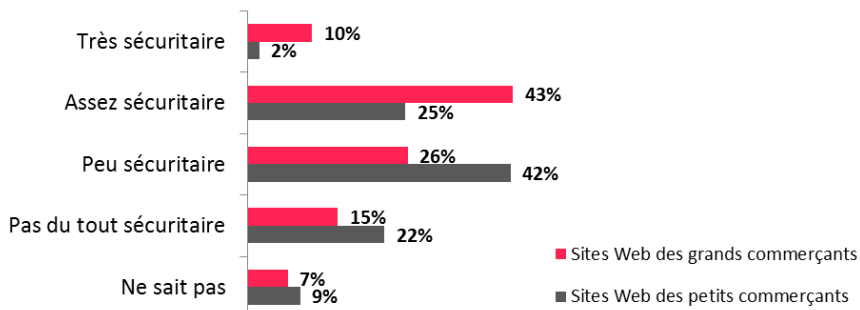
Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Très probable	37	39	34	44	43	43	37	32	23	11
Assez probable	31	34	29	25	36	32	34	32	31	16
Peu probable	19	16	22	21	15	14	18	24	26	25
Pas du tout probable	12	10	14	11	5	9	11	12	18	42
Ne sait pas	1	1	2	-	1	3	1	1	2	7

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Sec.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Très probable	37	24	36	51	40	27	34	46	37	53
Assez probable	31	31	36	28	22	25	33	32	45	32
Peu probable	19	25	20	14	14	30	22	12	13	10
Pas du tout probable	12	18	8	7	19	16	10	8	5	5
Ne sait pas	1	2	1	-	4	2	2	2	-	-

1.4. Un internaute sur deux fait confiance aux sites des grands commerçants et seulement le quart des internautes jugent sécuritaires ceux des petits commerçants

La moitié des internautes québécois trouvent très ou assez sécuritaire de transmettre des informations personnelles tels que nom, adresse, numéro de téléphone et numéro de carte de crédit sur les sites Web des grands commerçants (p. ex, Amazon, Canadian Tire, Best Buy, Archambault), tandis que près du quart seulement jugent sécuritaire de transmettre des informations personnelles sur les sites Web des petits commerçants, soit un écart considérable.

Comme le montrent les tableaux ci-dessous, les hommes ainsi que les individus âgés de 35 à 44 ans sont les plus ouverts à transmettre leurs informations personnelles sur les sites des grands commerçants. Par ailleurs, plus les niveaux d'éducation et de revenu augmentent, plus la propension à partager des informations personnelles avec ce type d'entreprises augmente.



Base: Internaute québécois (n=921)

Question : Selon vous, est-il très / assez / peu / pas du tout sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les sites Web des grands commerçants, comme Canadian Tire, Best Buy, Archambault, Amazon? / sur les sites Web des petits commerçants?

Parmi les internautes québécois (%)		Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Les sites Web des grands commerçants	Très sécuritaire	10	13	8	5	13	15	12	8	7	11
	Assez sécuritaire	43	45	41	48	44	49	48	39	31	21
	Peu sécuritaire	26	24	27	39	29	19	24	24	29	17
	Pas du tout sécuritaire	15	13	16	8	9	14	11	20	22	36
	Ne sait pas	7	5	8	-	6	4	7	9	12	16

Parmi les internautes québécois (%)		Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Les sites Web des grands commerçants	Très sécuritaire	10	7	10	14	7	7	9	12	15	17
	Assez sécuritaire	43	39	39	50	35	35	36	44	36	55
	Peu sécuritaire	26	24	33	21	25	33	26	26	36	21
	Pas du tout sécuritaire	15	22	13	10	20	17	23	13	8	4
	Ne sait pas	7	9	6	5	14	9	6	6	5	2

 **53 %**

des internautes québécois considèrent les sites des grands commerçants comme étant très ou assez sécuritaires

 **27 %**

des internautes québécois considèrent les sites des petits commerçants comme étant très ou assez sécuritaires

Lorsqu'on traite des sites Web des petits commerçants, il ressort que les internautes ayant complété des études universitaires ainsi que ceux dont le revenu familial annuel dépasse les 100 000 \$ sont nettement plus ouverts que la plupart des Québécois à y partager leurs informations personnelles : respectivement 34 % et 43 % considèrent ces sites très ou assez sécuritaires, contre 27 % pour l'ensemble de la population internaute québécoise. En revanche, on constate une assez forte méfiance particulièrement chez les jeunes adultes (78 % les considèrent peu ou pas du tout sécuritaires).

La perception de sécurité des sites Web s'avère donc un enjeu important à adresser par les petits détaillants. À ce propos, il convient de rappeler, dans le contexte du Plan d'Action d'Économie Numérique, qu'une aide de 4,63 millions de dollars a été accordée au Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) par le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation, ceci afin d'accompagner 1 325 détaillants dans leur virage numérique. (Source : [Le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation – communiqué de presse daté du 19 mars 2017](#)).

Parmi les internautes québécois (%)		Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Les sites Web des petits commerçants	Très sécuritaire	2	2	1	-	3	3	2	1	2	-
	Assez sécuritaire	25	29	22	22	31	38	25	21	14	12
	Peu sécuritaire	42	38	46	56	42	38	48	39	37	25
	Pas du tout sécuritaire	22	22	22	22	16	17	16	29	31	44
	Ne sait pas	9	8	9	-	8	5	8	11	17	19

Parmi les internautes québécois (%)		Total 2016	Prim. / Sec.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Les sites Web des petits commerçants	Très sécuritaire	2	1	2	2	-	4	1	2	3	2
	Assez sécuritaire	25	17	25	32	23	20	25	27	22	41
	Peu sécuritaire	42	37	49	40	36	39	39	46	55	42
	Pas du tout sécuritaire	22	33	18	16	31	27	30	17	16	8
	Ne sait pas	9	11	5	10	10	10	6	9	5	6

Question : Selon vous, est-il très / assez / peu / pas du tout sécuritaire de transmettre des renseignements personnels par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les sites Web des petits commerçants?

Aux États-Unis, le Congrès américain autorise les fournisseurs d'accès à vendre les données de leurs clients

Le 28 mars 2017, la chambre des représentants des États-Unis a adopté un projet de loi annulant un ensemble de protections de la vie privée des consommateurs américains, lesquelles avaient été instaurées par le régulateur américain. Elles interdisaient notamment aux fournisseurs d'accès Internet de revendre les données personnelles de leurs clients à des tiers sans obtenir d'autorisation explicite. Cette interdiction, adoptée à la fin de la présidence de Barack Obama, n'avait pas encore eu le temps d'entrer en vigueur qu'elle a été annulée.

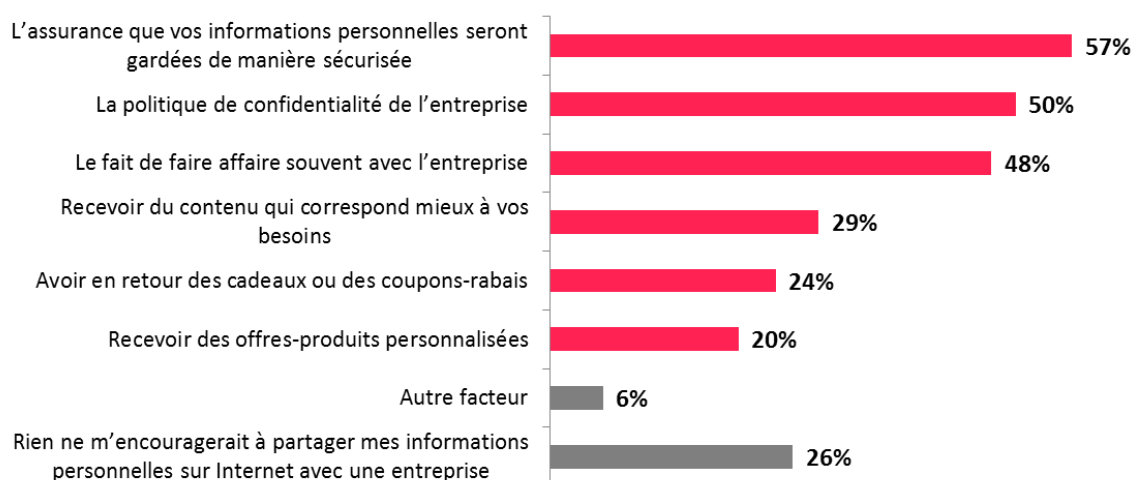
Déjà adopté par le Sénat, le texte doit être signé par le président Trump. Le projet de loi interdit par ailleurs à la Federal Communications Commission (FCC, le régulateur américain) de prendre de nouvelles dispositions limitant le droit à la vente des données personnelles. La FCC imposait également aux opérateurs de prendre des mesures contraignantes pour protéger les données de leurs clients et de les aviser en cas de piratage.

Source : <http://www.lemonde.fr>

1.5. La garantie de protection des données, principal incitatif pour partager des renseignements personnels avec une entreprise de type commercial

Pour près de six internautes québécois sur dix, l'assurance que les renseignements personnels seront gardés de manière sécurisée serait le principal facteur incitatif pour partager ces informations avec une entreprise commerciale. Elle est suivie de la politique de confidentialité de l'entreprise, puis du fait de souvent faire affaire avec cette dernière. Ce troisième facteur se hisse en deuxième position auprès des individus âgés de 25 à 34 ans ainsi que ceux dont le revenu familial annuel est supérieur à 100 000 \$. Notons, cependant, que 26% des internautes se révèlent totalement fermés à l'idée de partager des renseignements personnels par Internet à une entreprise commerciale, avec une réticence plus marquée parmi ceux âgés de 55 ans et plus.

Il est intéressant de souligner que ces constats rejoignent globalement les conclusions de l'étude réalisée par l'entreprise SAS en 2014 auprès de 2 949 internautes dans plusieurs pays, dont le Canada². En effet, cette étude a révélé que l'assurance que les données seront gardées de manière sécurisée est de loin le facteur le plus influent quand vient le moment pour un client de partager ses renseignements personnels avec une entreprise (63 %). Le deuxième facteur le plus influent est le « donnant donnant » (49 %) : les clients sont plus enclins à partager des renseignements personnels s'ils reçoivent quelque chose en retour, d'où le foisonnement de programmes de loyauté partout dans le monde, lesquels continuent de se développer à un rythme rapide. Le troisième facteur le plus influent selon l'étude SAS est lié au niveau d'attachement à l'entreprise concernée (39 %) : les clients sont plus enclins à fournir des renseignements personnels à des entreprises avec lesquelles ils font affaire souvent ou dont ils apprécient les produits. Enfin, le quatrième facteur est lié à la politique de confidentialité de l'entreprise (39 %) : les entreprises doivent être en mesure de formaliser la manière dont les informations des clients seront utilisées.



Base: Internaute québécois (n=839)

Question : Parmi les propositions suivantes, lesquelles vous inciteraient à partager en ligne vos informations personnelles avec une entreprise qui vend ses produits et services?



57 %

des internautes québécois se disent prêts à partager en ligne leurs informations personnelles avec une entreprise commerciale si elle assure que ces informations seront gardées de manière sécurisée

² Sondage Web réalisé en août 2014 auprès de 2 949 adultes aux États-Unis (36 %), le Royaume-Uni (11 %), Canada (11 %), Portugal (11 %), Australie (11 %), Nouvelle-Zélande (10 %) et Espagne (9 %) (source : SAS, « Finding the right balance between personalization and privacy » 2015)

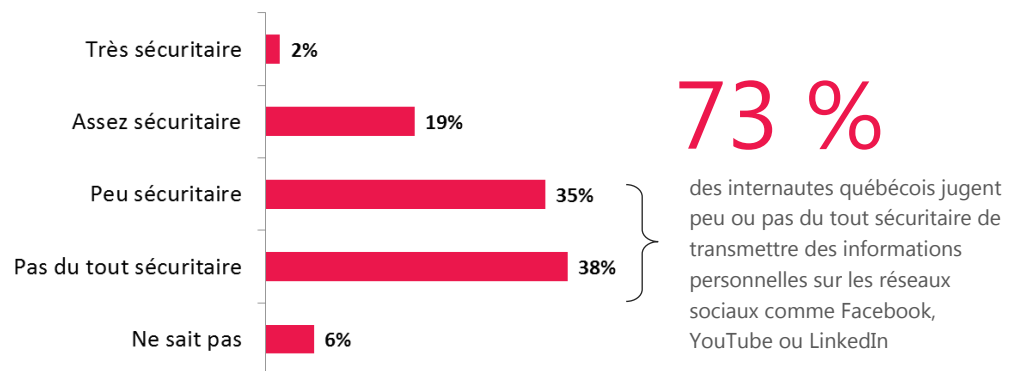
Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
L'assurance que les informations personnelles seront gardées de manière sécurisée	57	53	60	59	72	62	61	39	41	32
La politique de confidentialité de l'entreprise	50	49	52	47	55	59	54	46	39	24
Le fait de faire affaire souvent avec l'entreprise	48	49	47	53	61	53	49	35	35	14
Recevoir du contenu qui correspond mieux aux besoins	29	32	26	44	30	33	25	22	24	21
Avoir en retour des cadeaux ou des coupons-rabais	24	23	26	32	39	29	20	15	11	4
Recevoir des offres-produits personnalisés	20	20	21	24	26	29	16	16	11	3
Autre facteur	6	7	5	0	6	7	7	10	0	10
Aucun	26	26	26	15	17	19	26	38	50	47

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Sec.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
L'assurance que les informations personnelles seront gardées de manière sécurisée	57	50	56	62	45	55	62	68	60	68
La politique de confidentialité de l'entreprise	50	43	50	57	45	39	61	55	57	60
Le fait de faire affaire souvent avec l'entreprise	48	42	47	54	38	40	56	47	52	65
Recevoir du contenu qui correspond mieux aux besoins	29	29	28	31	23	28	35	26	32	36
Avoir en retour des cadeaux ou des coupons-rabais	24	27	23	24	26	18	30	25	28	28
Recevoir des offres-produits personnalisés	20	21	20	21	15	28	20	25	25	23
Autre facteur	6	3	7	7	3	2	7	8	8	7
Aucun	26	33	25	23	46	28	19	22	24	14

1.6. Les Québécois sont largement réticents à partager leurs renseignements personnels sur les réseaux sociaux

Une grande majorité d'internautes (73 %) s'avèrent frileux à l'idée de transmettre des renseignements personnels (nom, adresse, numéro de téléphone ou numéro de carte de crédit) sur les réseaux sociaux. Seulement 20 % jugent les réseaux sociaux très ou assez sécuritaires sur ce plan. Ce constat s'applique globalement à tous les segments étudiés, même si les Québécois âgés de 35 à 44 ans semblent avoir plus confiance que les autres segments d'âge en ce type de plateformes (26 % les jugent très ou assez sécuritaires pour transmettre des renseignements personnels).

Toutefois, il conviendrait de mentionner que cette large méfiance ne reflète pas nécessairement la réalité des comportements. En effet, le volet de l'enquête NETendances 2016 portant sur l'usage des médias sociaux a révélé que 42 % des internautes québécois ont dit avoir partagé ou cliqué « j'aime » sur une publication d'une marque, d'un détaillant ou d'un produit, sur les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois. Ce faisant, les internautes révèlent ainsi potentiellement une partie de leur identité aux entreprises émettrices des publications.



Base: InternauteS québécois (n=921)

Question : Selon vous, est-il très / assez / peu / pas du tout sécuritaire de transmettre des informations personnelles par Internet tel que son nom, adresse, numéro de téléphone, numéro de carte de crédit sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn?

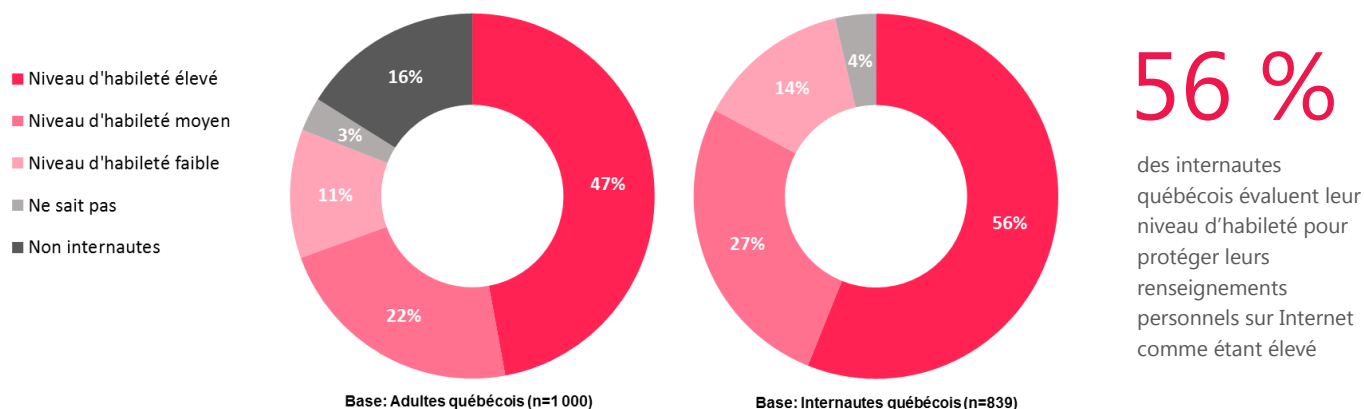
Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Très/Assez sécuritaire	21	22	19	15	17	26	21	25	19	17
Très sécuritaire	2	2	2	-	-	4	3	1	3	1
Assez sécuritaire	19	20	18	15	17	22	18	24	15	15
Peu/Pas du tout sécuritaire	73	72	75	86	82	69	72	64	70	68
Peu sécuritaire	35	37	34	43	37	32	35	37	34	20
Pas du tout sécuritaire	38	35	41	43	44	37	38	28	36	48
Ne sait pas	6	6	6	-	1	5	7	11	11	15

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Très/Assez sécuritaire	21	23	21	18	23	22	23	21	21	20
Très sécuritaire	2	2	1	2	1	2	1	2	3	3
Assez sécuritaire	19	21	20	16	21	19	23	19	19	18
Peu/Pas du tout sécuritaire	73	70	74	76	66	75	73	70	72	74
Peu sécuritaire	35	29	40	37	26	35	37	35	31	42
Pas du tout sécuritaire	38	42	34	39	40	39	36	35	41	32
Ne sait pas	6	7	5	6	11	4	4	9	7	5

2. Les mesures de protection et de contrôle des Québécois de leur empreinte numérique

2.1. La plupart des internautes québécois se sentent personnellement habiles pour protéger leurs renseignements personnels sur Internet

Près de six internautes sur dix se considèrent habiles pour protéger leurs renseignements personnels sur Internet. Ceux qui se jugent comme étant peu habiles sur ce plan sont surtout des internautes ayant une scolarité primaire, des individus âgés de 55 ans et plus ainsi que des personnes dont le revenu annuel familial est inférieur à 40 000 \$.



Question : Sur une échelle de 0 à 10 où 0 signifie aucune habileté personnelle et 10 signifie un très haut niveau d'habileté personnelle, comment évaluez-vous vos habiletés personnelles actuelles pour protéger vos renseignements personnels sur Internet?

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Niveau d'habileté faible	14	11	16	13	6	12	14	24	15	15
Niveau d'habileté moyen	27	26	27	25	20	29	32	30	24	16
Niveau d'habileté élevé	56	59	54	62	73	55	50	43	58	43
Ne sait pas	4	4	4	0	2	4	4	4	4	25
Moyenne	7,1	7,2	7,0	7,6	8,0	7,2	7,0	6,1	6,8	6,7

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Sec.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Niveau d'habileté faible	14	19	11	12	30	19	11	13	7	9
Niveau d'habileté moyen	27	25	23	31	23	29	25	23	26	32
Niveau d'habileté élevé	56	51	63	54	43	46	60	63	66	58
Ne sait pas	4	5	3	3	5	6	4	1	2	2
Moyenne	7,1	6,6	7,5	7,3	5,9	6,6	7,2	7,3	7,7	7,5

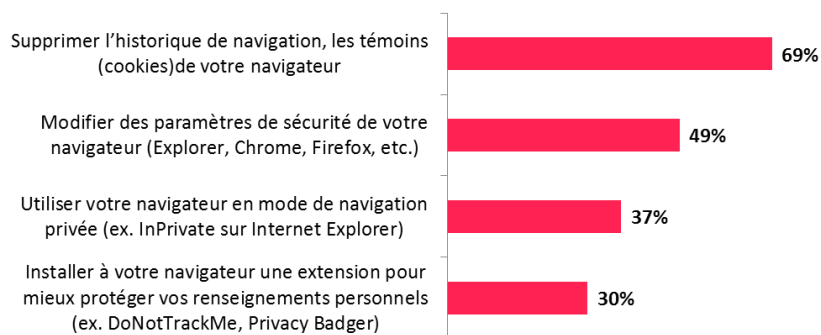
Accès et protection des renseignements personnels au Québec

Tel que stipulé par la Commission d'accès à l'information du Québec (responsable de faire respecter les lois québécoises sur la protection des renseignements personnels) : « en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, sauf exception, toute personne a le droit d'être informée des renseignements personnels la concernant détenus par un organisme public ou par une entreprise et, le cas échéant d'en demander la rectification. Ce droit s'exerce quelle que soit la forme sous laquelle ces renseignements sont accessibles : écrite, graphique, sonore, visuelle, informatisée ou autre. »

Source : Commission d'accès à l'information du Québec - <http://www.cai.gouv.qc.ca>

2.2. Peu d'internautes québécois ont recours à des mesures pour contrôler leur empreinte numérique

Bien que 69 % des internautes disent avoir déjà eu recours à la suppression de l'historique de navigation et des témoins de leur navigateur (qui est loin d'être une action radicale étant donné la nécessité de la répéter de manière régulière pour éviter de laisser des traces), ils sont moins de la moitié à utiliser des moyens plus permanents : 49 % disent avoir déjà modifié des paramètres de sécurité de leur navigateur, 37 % disent avoir déjà utilisé leur navigateur en mode de navigation privée, et seulement 30 % disent avoir déjà installé à leur navigateur une extension pour mieux protéger leurs renseignements personnels. Soulignons que plus le niveau d'éducation est élevé, plus la propension à prendre ces mesures de contrôle augmente. Par ailleurs, on constate que les hommes ont plus tendance que les femmes à utiliser ce type de moyens. C'est le cas aussi des jeunes internautes âgés de 18 à 44 ans.



30 %

seulement des internautes québécois ont déjà installé à leur navigateur une extension pour mieux protéger leurs renseignements personnels

Base: Internaute québécois (n=921)

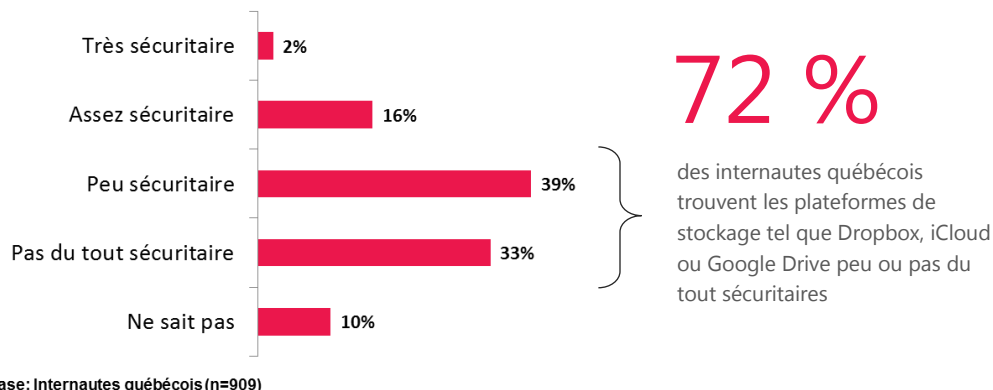
Question : Parmi la liste suivante, quelle(s) activité(s) avez-vous déjà réalisée(s) sur Internet?

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Supprimer l'historique de navigation, les témoins (cookies) de votre navigateur	69	71	67	94	77	77	70	58	44	32
Modifier des paramètres de sécurité de votre navigateur	49	52	47	62	68	60	47	34	28	19
Utiliser votre navigateur en mode de navigation privée	37	41	33	36	46	50	37	27	23	21
Installer à votre navigateur une extension pour mieux protéger vos renseignements personnels	30	36	24	34	33	36	31	23	23	20

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Sec.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Supprimer l'historique de navigation, les témoins (cookies) de votre navigateur	69	51	74	81	49	61	63	63	81	84
Modifier des paramètres de sécurité de votre navigateur	49	32	52	63	31	39	48	50	50	67
Utiliser votre navigateur en mode de navigation privée	37	23	41	45	22	39	27	41	42	47
Installer à votre navigateur une extension pour mieux protéger vos renseignements personnels	30	27	34	29	25	36	30	19	26	34

2.3. Les plateformes de stockage sont largement perçues comme étant peu ou pas du tout sécuritaires

Une majorité d'internautes (72 %) jugent peu ou pas du tout sécuritaire de déposer des documents contenant des renseignements personnels sur des plateformes de stockage tel que Dropbox, iCloud ou Google Drive. Cependant, il conviendrait de mentionner que cette perception défavorable n'empêche pas une grande partie d'entre eux d'utiliser ces plateformes. En effet, selon l'enquête NETendances 2016, 46 % des internautes québécois disent avoir déjà déposé des fichiers ou des documents sur des plateformes de stockage tel que Dropbox, iCloud ou Google Drive. Notons que les plus enclins à faire confiance aux plateformes de stockage (et à les utiliser) sont les internautes ayant complété des études universitaires et ceux dont le revenu familial annuel est supérieur à 100 000 \$.



Question : Selon vous, est-il très, assez, peu ou pas du tout sécuritaire de déposer des documents contenant des renseignements personnels sur des plateformes de stockage tel que Dropbox, i Cloud ou Google Drive?

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Déposer des fichiers sur des plateformes de stockage	46	49	43	69	65	54	44	27	20	23
Très/Assez sécuritaire	18	20	17	29	30	20	17	10	8	8
Très sécuritaire	2	2	3	10	3	1	0	2	2	0
Assez sécuritaire	16	18	14	19	27	19	17	8	7	8
Peu/Pas du tout sécuritaire	72	72	71	68	68	70	70	76	78	68
Peu sécuritaire	39	43	34	36	49	45	40	35	25	24
Pas du tout sécuritaire	33	29	37	32	19	25	30	41	53	45
Ne sait pas	10	8	12	3	2	10	13	14	14	24

Parmi les internautes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secon.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Déposer des fichiers sur des plateformes de stockage	46	25	49	61	33	34	35	41	52	72
Très/Assez sécuritaire	18	13	22	21	14	21	16	17	23	26
Très sécuritaire	2	1	3	2	0	4	1	0	3	5
Assez sécuritaire	16	11	19	19	14	17	15	17	20	22
Peu/Pas du tout sécuritaire	72	75	71	68	74	68	69	74	70	67
Peu sécuritaire	39	27	44	43	51	23	40	44	40	48
Pas du tout sécuritaire	33	48	27	25	22	45	29	30	30	20
Ne sait pas	10	12	7	12	13	11	15	9	7	6

2016

Thèmes des fascicules NETendances

- > Portrait numérique des foyers québécois
- > Compétences numériques des adultes québécois
- > Gouvernement en ligne
- > Services bancaires et transactionnels en ligne
- > Commerce électronique au Québec
- > Le divertissement en ligne au Québec
- > Internet pour s'informer et communiquer
- > Mobilité au Québec : Compilation des résultats de 2016
- > Médias sociaux et économie de partage en ligne au Québec
- > **L'empreinte numérique des Québécois**
- > Profil numérique des générations
- > Profil des régions

Organisme de recherche et d'innovation, le CEFRIO accompagne les entreprises et les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Membre de QuébecInno, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de plus de 90 chercheurs associés et invités ainsi que l'engagement de près de 250 membres. Son principal partenaire financier est le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI).

www.cefrio.qc.ca | info@cefrio.qc.ca | Twitter : @cefrio

Québec - Siège social

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec) G1R 5H6

Téléphone : 418 523-3746

Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1770, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 840-1245

Réalisation**Principal partenaire financier**