

NETendances 2016
UNE INITIATIVE DU **cefrio**

Volume 7 – Numéro 7



Internet pour s'informer et communiquer

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

SERVICES QUÉBEC

La porte d'entrée AUX SERVICES GOUVERNEMENTAUX



www.gouv.qc.ca

Les services :

- [Services québécois de changement d'adresse](#)
- [Mon dossier citoyen](#)
- [Zone entreprise](#)
- [Démarrer une entreprise](#)
- [PerLE \(permis et licences\)](#)
- [Ressources +](#)
- [Renseignements généraux gouvernementaux](#)

Vous vivez :

- [Naissance ou adoption](#)
- [Achat ou rénovation d'une maison](#)
- [Perte d'autonomie](#)
- [Décès](#)
- [Séparation ou divorce](#)

Table des matières

MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE	4
FAITS SAILLANTS	5
1. UTILISATION D'INTERNET POUR ACCÉDER AUX NOUVELLES	6
1.1 Internet continue sa progression et confirme sa position comme première source d'information chez les jeunes adultes québécois	6
1.2 Facebook reste le réseau social numéro un des Québécois pour accéder à de l'information	8
1.3 Les jeunes adultes québécois sont les plus friands d'informations en temps réel sur Internet	9
1.4 Les adultes québécois sont plus nombreux à s'informer via leurs téléphones intelligents	10
1.5 Utilisation des appareils mobiles pour lire les nouvelles ou consulter l'actualité	11
1.6 Plus de la moitié des détenteurs de téléphone intelligent l'utilisent au moins une fois par jour pour aller sur des moteurs de recherche	13
2. UTILISATION D'INTERNET POUR COMMUNIQUER	14
2.1 Les adultes utilisent une variété de moyens pour communiquer avec leur entourage, mais le niveau d'usage diffère selon les générations	14
2.2 La moitié des adultes québécois se considèrent très à l'aise à communiquer avec leurs proches par Internet	15
2.3 La communication par courriel à l'aide d'appareils mobiles est pratiquée par la plupart des adultes québécois qui en sont équipés	16

INTERNET POUR S'INFORMER ET COMMUNIQUER

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

Clélia Gauduchon

Traductrice
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 « Internet pour s'informer et communiquer » de l'enquête *NETendances 2016*, nous avons utilisé des données provenant principalement d'une collecte réalisée entre le 10 et le 15 novembre 2016, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 001 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'égalise 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

La majorité des adultes québécois utilisent Internet comme source d'information

- > Si, comme en 2015, la télévision reste le moyen le plus répandu parmi les adultes québécois pour accéder aux nouvelles, il n'en demeure pas moins qu'environ 7 adultes sur 10 utilisent Internet comme source d'information sur une base hebdomadaire.
- > Ils sont 43 % à aller sur les réseaux sociaux pour s'informer, au détriment des autres sites Web qui affichent un net recul. On remarque que les francophones sont moins enclins à s'informer à travers les réseaux sociaux (41 %, contre 54 % parmi les non-francophones).
- > Avec une légère progression par rapport à 2015, Facebook reste le réseau social le plus utilisé pour accéder à de l'information (39 %), suivi de loin par YouTube (15 %).
- > Les adultes québécois ont été plus nombreux en 2016 à suivre l'information en temps réel sur Internet (66 %), avec un intérêt d'abord pour la météo, suivie des nouvelles issues de l'actualité.

Une utilisation accrue du mobile pour s'informer

- > Les adultes québécois sont moins enclins qu'en 2015 à utiliser l'ordinateur pour accéder aux nouvelles, au profit du téléphone intelligent dont l'utilisation à cette fin a augmenté, passant de 31 % à 33 %.
- > Plus de 4 adultes sur 10 disent avoir lu les nouvelles ou consulté l'actualité à partir d'un appareil mobile au cours du dernier mois (que ce soit à partir d'un téléphone intelligent, d'une tablette numérique ou des deux).
- > Près de 6 adultes québécois sur 10 ayant un téléphone intelligent vont au moins une fois par jour sur les moteurs de recherche à partir de leur appareil.

La majorité des adultes québécois se sentent à l'aise à utiliser Internet pour leurs communications personnelles

- > Les adultes québécois ont adopté une panoplie de moyens numériques pour communiquer avec leurs familles et amis, notamment le courriel (46 %), la messagerie intégrée aux réseaux sociaux (42 %) et, dans une moindre mesure, le clavardage (24 %).
- > De plus, en matière de communication par mobile, il ressort que 7 adultes sur 10 ayant un téléphone intelligent et/ou une tablette numérique communiquent par courriel à partir de leur(s) appareil(s) mobile(s).
- > La moitié des adultes québécois se considèrent très à l'aise à communiquer avec leurs proches par Internet, que ce soit par courriel, clavardage sur les réseaux sociaux ou par vidéoconférence. Seulement 16 % se sentent peu à l'aise, mais ce sont surtout des individus ayant un niveau de scolarité primaire ou secondaire. L'étude révèle que plus le niveau de scolarité est élevé, plus le niveau d'aisance à communiquer par Internet est élevé.

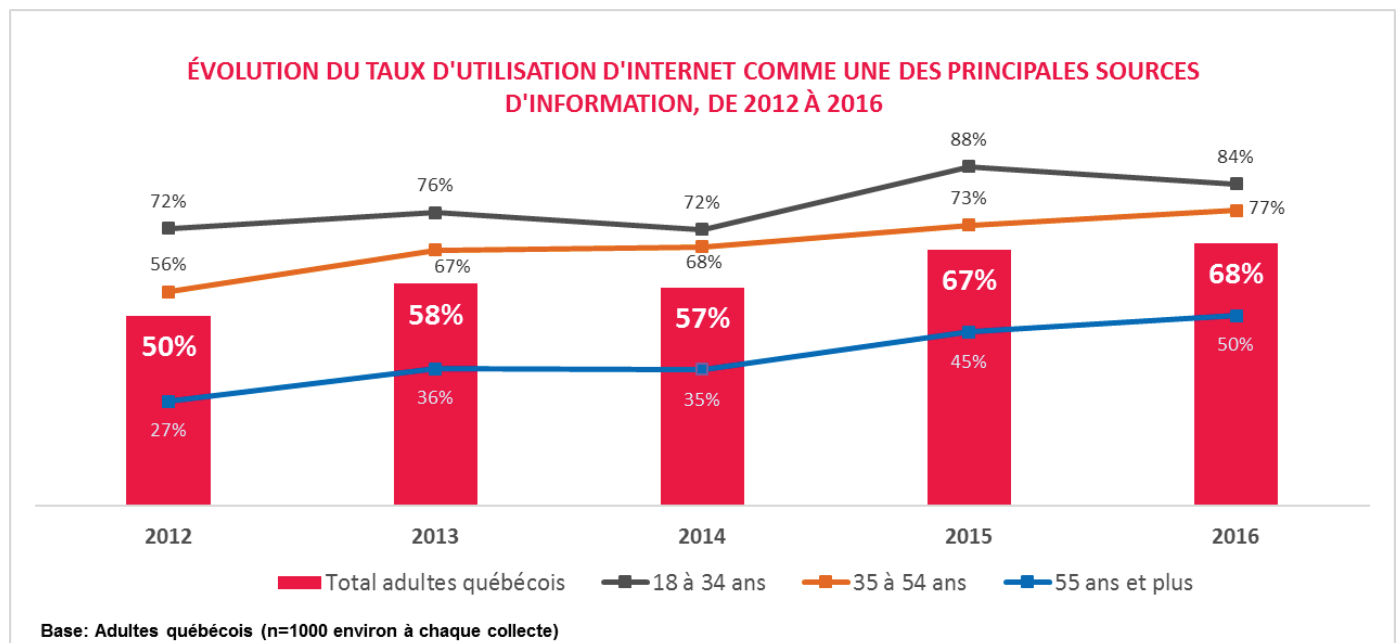
Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans sont les plus tournés vers le numérique et le mobile pour s'informer et communiquer

- > Internet s'avère la première source d'information chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (95 %). Ces derniers vont surtout sur les réseaux sociaux pour s'informer (74 %), notamment sur Facebook (72 %).
- > Si les deux tiers environ des adultes québécois suivent l'information en temps réel sur Internet, c'est le cas de 84 % des jeunes âgés de 18 à 24 ans, qui sont d'abord attirés par les nouvelles issues de l'actualité (62 %).
- > Ces jeunes adultes sont aussi les plus enclins à accéder aux nouvelles à partir de leur téléphone intelligent (70 %).
- > Ils sont aussi les plus grands utilisateurs de messagerie intégrée aux réseaux sociaux et de clavardage pour communiquer avec leurs proches (66 % et 47 % respectivement).

1. Utilisation d'Internet pour accéder aux nouvelles

1.1 Internet continue sa progression et confirme sa position comme première source d'information pour les jeunes adultes québécois

Sur les cinq dernières années, les adultes québécois ont été de plus en plus nombreux à utiliser Internet comme un des principaux moyens d'accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles sur une base hebdomadaire (+18 points de 2012 à 2016). Si les jeunes adultes québécois âgés de moins de 35 ans ne cessent d'afficher les taux d'utilisation les plus élevés, ce sont les générations plus âgées qui enregistrent la plus forte progression en cinq ans.



Question : Parmi les suivants, quels moyens avez-vous utilisés au cours de la dernière semaine pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

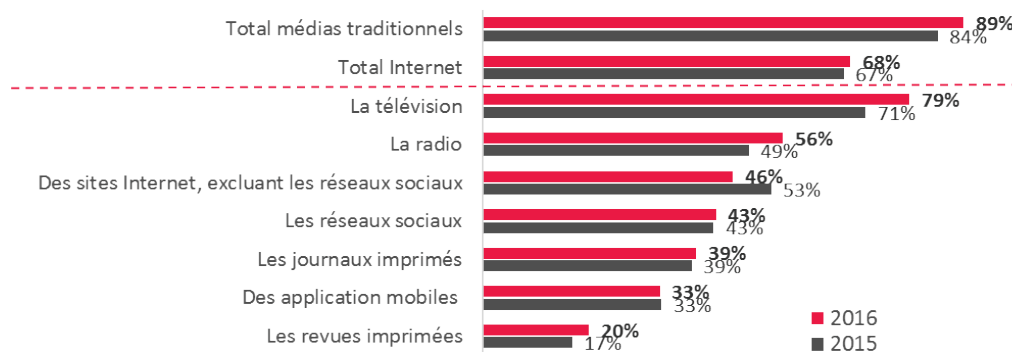
Les médias sociaux comme source d'information, une tendance mondiale

Selon l'étude réalisée par le Reuters Institute for the Study of Journalism en 2016, 46 % des internautes américains disent utiliser les médias sociaux comme source de nouvelles sur une base hebdomadaire (soit le double depuis 2013). Facebook est de loin le réseau le plus important pour trouver, lire / regarder et partager des nouvelles. Au Canada, 48 % des internautes disent accéder aux nouvelles à chaque semaine sur les médias sociaux, notamment sur Facebook (46 %). Selon la même étude, la même tendance est observée ailleurs : la moyenne pondérée de l'Union Européenne montre que 46 % de ses internautes utilisent les médias sociaux pour les nouvelles - même si certains pays comme le Royaume-Uni (35 %) et l'Allemagne (31 %) ont moins avancé dans cette direction. Selon le rapport publié par le même organisme, cette tendance s'explique en partie par le fait que les nouvelles sont devenues une partie plus importante du contenu offert sur Facebook au cours de la dernière année. Désormais, des algorithmes Facebook donnent la priorité aux dernières nouvelles, aux vidéos liées aux nouvelles, aux flux en direct et à d'autres contenus visuels. De plus, les éditeurs ont intensifié leurs efforts pour publier des formats « natifs » sur le réseau social (depuis la mi-2015, ils ont la possibilité de publier des articles instantanés complets sur Facebook). Des groupes de discussion conduits aux fins de l'étude ont révélé aussi que plus les nouvelles sont fournies dans le flux de médias sociaux, moins les internautes ont besoin de consulter directement des sites Web de nouvelles.

Source : Traduit de l'anglais - Reuters Institute for the Study of Journalism - Reuters Institute Digital News Report 2016

Si les médias traditionnels (et notamment la télévision) restent le moyen le plus répandu parmi les adultes québécois pour accéder aux nouvelles, il n'en demeure pas moins qu'Internet est utilisé à cette fin par 7 adultes sur 10 et qu'il est la première source d'information chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (95 %). Ces derniers vont surtout sur les réseaux sociaux pour accéder à de l'information journalistique ou aux nouvelles : 74 %, contre 43 % sur l'ensemble de la population adulte québécoise. On remarque que les francophones sont moins enclins à s'informer à travers les réseaux sociaux (41 %, contre 54 % parmi les non-francophones). Notons aussi que le niveau de scolarité a une influence sur le comportement en matière de recherche d'information. Ainsi, on constate que plus le niveau de scolarité est élevé, plus la propension à accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles augmente, et ce, quel que soit le médium.

MOYENS UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE SEMAINE POUR ACCÉDER À DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE OU À DES NOUVELLES



74 %

des jeunes adultes québécois âgés de 18 à 24 ans utilisent les réseaux sociaux pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles, sur une base hebdomadaire.

Base: Adultes québécois (n=1001 en 2016 et 2015)

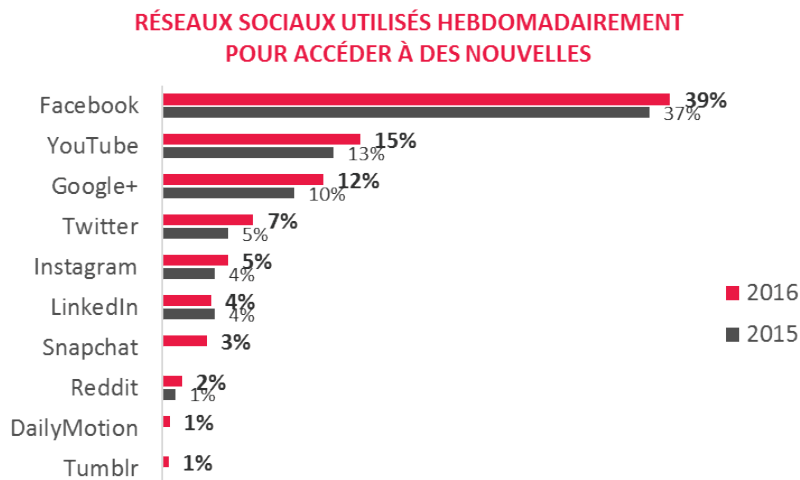
Question : Parmi les suivants, quels moyens avez-vous utilisés au cours de la dernière semaine pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

Parmi les adultes 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
Total Internet*	68	70	67	95	77	81	74	58	49	27
Total médias traditionnels	89	90	89	77	86	91	91	92	93	94
La télévision	79	81	77	60	74	82	80	81	87	86
La radio	56	55	56	48	48	61	66	59	49	50
*Des sites Internet, excluant les réseaux sociaux	46	48	45	55	53	55	54	40	32	20
*Les réseaux sociaux	43	42	44	74	51	56	42	34	25	8
Les journaux imprimés	39	42	37	34	37	33	39	44	46	50
*Des applications mobiles	33	33	32	42	39	38	37	27	21	16
Les revues imprimées	20	19	20	10	18	21	20	24	23	21

Parmi les adultes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secun.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total Internet*	68	55	70	83	51	55	68	72	86	90
Total médias traditionnels	89	87	89	92	87	90	86	98	89	85
La télévision	79	76	83	78	69	81	80	88	82	71
La radio	56	45	61	63	33	52	59	67	65	62
*Des sites Internet, excluant les réseaux sociaux	46	30	51	61	40	41	43	43	48	65
*Les réseaux sociaux	43	39	44	49	32	37	48	50	55	49
Les journaux imprimés	39	40	35	43	31	42	41	37	36	39
*Des applications mobiles	33	20	32	48	18	23	29	30	47	56
Les revues imprimées	20	17	22	21	9	25	18	25	16	22

1.2. Facebook reste le réseau social numéro un des Québécois pour accéder à de l'information

Avec une légère progression par rapport à 2015, Facebook reste le réseau social le plus utilisé pour accéder à de l'information (39 %), suivi de loin par YouTube (15 %). Chez les jeunes Québécois âgés de 18 à 24 ans, dont 74 % utilisent les réseaux sociaux pour accéder aux nouvelles, Facebook réalise un score de 72 %, ce qui révèle que la quasi-totalité des jeunes qui vont chercher de l'information sur les réseaux sociaux le font sur Facebook.



72 %

des jeunes adultes québécois âgés de 18 à 24 ans utilisent Facebook pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles.

Base: Adultes québécois (n=1001 en 2016 et 2015)

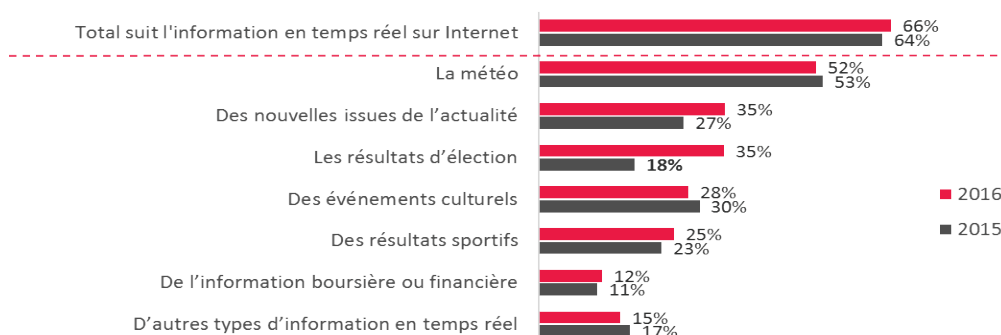
Question : À partir de quels réseaux sociaux, parmi les suivants, avez-vous accédé à de l'information journalistique ou à des nouvelles au cours de la dernière semaine?

Parmi les adultes 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
Facebook	39	37	41	72	49	48	37	29	20	5
YouTube	15	17	14	28	18	20	16	11	7	2
Google+	12	11	13	11	14	16	16	12	7	2
Twitter	7	9	5	17	10	6	4	8	2	-
Instagram	5	6	4	18	6	4	4	2	2	2
LinkedIn	4	5	3	7	5	2	7	2	-	2
Snapchat	3	4	3	12	6	3	1	1	-	2
Reddit	2	3	-	12	-	1	-	-	-	-
DailyMotion	1	1	1	-	1	-	1	1	-	-
Tumblr	1	1	1	3	-	1	-	-	-	-

Parmi les adultes 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
Facebook	39	32	41	44	19	31	44	45	52	47
YouTube	15	12	17	17	10	16	20	13	18	17
Google+	12	10	14	13	10	13	17	8	13	13
Twitter	7	4	7	10	2	6	9	9	9	9
Instagram	5	4	5	7	2	4	5	9	9	3
LinkedIn	4	1	5	6	-	5	2	4	5	9
Snapchat	3	5	3	3	-	4	7	8	1	1
Reddit	2	1	3	2	4	5	2	-	-	-
DailyMotion	1	1	1	1	1	2	1	-	2	-
Tumblr	1	-	-	1	2	1	-	1	-	1

1.3. Les jeunes adultes québécois sont les plus friands d'informations en temps réel sur Internet

Si les deux tiers environ des adultes québécois suivent l'information en temps réel sur Internet, cette proportion grimpe à 84 % parmi les jeunes âgés de 18 à 24 ans. Ces derniers sont attirés par les nouvelles issues de l'actualité (62 %), alors que chez les autres segments, la météo reste l'information la plus consultée. Par ailleurs, plus le niveau de scolarité est élevé, plus la propension à suivre l'information en temps réel augmente, et ce, quel que soit le type d'information abordé. Notons que la progression du suivi en temps réel des résultats d'élection est reliée aux élections présidentielles américaines ayant coïncidé avec le sondage.



84 %

des jeunes Québécois âgés de 18 à 24 ans suivent de l'information en temps réel sur Internet.

Base: Adultes québécois (n=1001 en 2016 et 2015)

Question : Sur Internet, vous arrive-t-il de suivre le type d'information suivant en temps réel, que ce soit à partir d'un fil d'actualité, d'un site Web, de notifications, d'une application mobile ou d'un média social comme Twitter?

Parmi les adultes 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
Total	66	70	62	84	62	78	74	61	49	36
La météo	52	52	52	52	48	66	62	51	37	31
Des nouvelles issues de l'actualité	35	36	34	62	37	33	36	28	25	24
Les résultats d'élection	35	35	34	57	32	37	37	30	26	20
Des événements culturels	28	28	28	46	31	26	27	24	23	16
Des résultats sportifs	25	35	16	36	22	35	30	20	15	16
De l'information boursière ou financière	12	16	8	12	13	13	11	12	10	12

Parmi les adultes 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
Total	66	55	74	72	55	62	71	66	81	81
La météo	52	41	61	57	40	50	58	58	69	58
Des nouvelles issues de l'actualité	35	26	39	41	22	37	34	27	48	46
Les résultats d'élection	35	23	41	43	19	34	28	35	51	47
Des événements culturels	28	24	31	31	14	29	32	28	48	31
Des résultats sportifs	25	22	24	32	10	21	26	27	39	38
De l'information boursière ou financière	12	8	13	16	4	6	9	14	21	19

Les Américains ont été plus nombreux à suivre les élections présidentielles de 2016 à partir de sources Internet

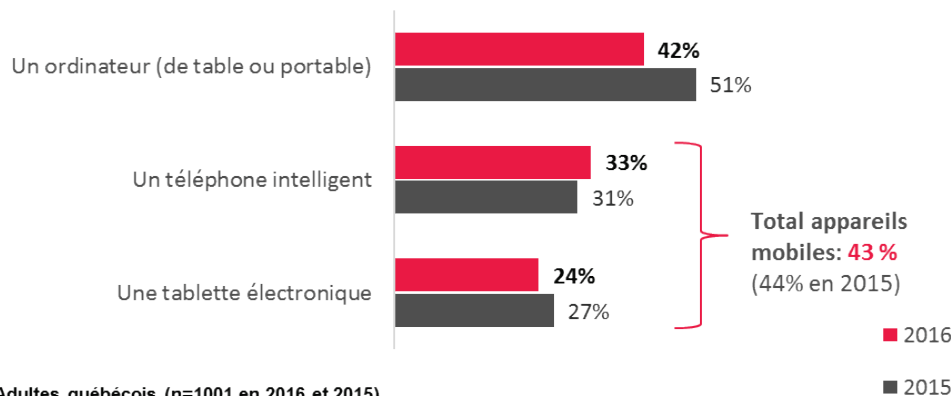
Environ les deux tiers des adultes américains (65 %) ont déclaré avoir eu de l'information concernant les élections présidentielles de 2016 à partir de sources numériques, avec près de la moitié des adultes américains (48 %) disant que c'était à partir de sites Web ou d'applications reliées à l'information, et 44 % à partir de plateformes de médias sociaux. À titre de comparaison, lors de la campagne présidentielle de 2012, seulement 17 % des adultes américains ont déclaré qu'ils se tournaient régulièrement vers des plateformes de médias sociaux pour avoir des informations concernant la campagne et seulement 36 % ont déclaré qu'ils se tournaient vers des sources Internet.

Source : Traduit de l'anglais – Pew Research Center – State of the news media 2016

1.4. Les adultes québécois sont plus nombreux à s'informer via leurs téléphones intelligents

Les adultes québécois sont moins nombreux à utiliser l'ordinateur pour accéder aux nouvelles (-9 points de pourcentage par rapport à 2015). En revanche, le taux d'utilisation du téléphone intelligent à cette fin a augmenté, passant de 31 % à 33 %. Ce sont les jeunes âgés de 18 à 24 ans ainsi que les individus de niveau universitaire qui sont les plus enclins à accéder aux nouvelles à partir de leur téléphone intelligent (70 %), et plus largement à partir d'un appareil mobile (72 %). À ce titre, il convient de rappeler qu'en 2016, 58 % des adultes québécois détiennent personnellement un téléphone intelligent. Chez les individus âgés de 18 à 24 ans, le taux d'équipement s'élève à 87 %.

APPAREILS UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE SEMAINE POUR ACCÉDER À DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE OU À DES NOUVELLES SUR INTERNET



70 %

des jeunes Québécois âgés de 18 à 24 ans accèdent aux nouvelles sur Internet à partir de leur téléphone intelligent.

Base: Adultes québécois (n=1001 en 2016 et 2015)

Question : Parmi les suivants, quels appareils avez-vous utilisés au cours de la dernière semaine pour accéder par Internet à de l'information journalistique ou à des nouvelles sur Internet?

Parmi les adultes 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
Un ordinateur	42	48	37	51	47	49	50	36	30	19
Total appareil mobile	43	43	44	72	65	51	45	28	19	6
> Un téléphone intelligent	33	35	32	70	59	37	32	15	6	4
> Une tablette électronique	24	24	25	22	31	34	30	18	17	3

Parmi les adultes 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
Un ordinateur	42	30	46	53	36	37	42	38	54	57
Total appareil mobile	43	30	44	58	22	30	41	44	62	66
> Un téléphone intelligent	33	24	31	46	14	22	32	31	40	58
> Une tablette électronique	24	11	26	37	10	19	17	19	39	42

L'accès aux nouvelles au Canada

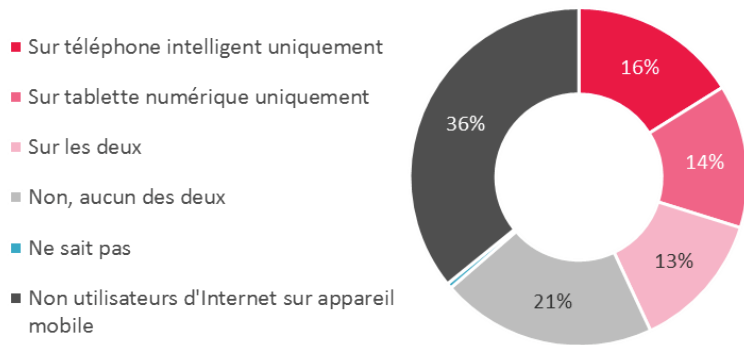
Selon l'étude réalisée par le Reuters Institute for the Study of Journalism en 2016, 64 % des internautes canadiens consultent à chaque semaine les nouvelles à partir de leur ordinateur, 24 % à partir d'une tablette numérique et 39 % à partir de leur téléphone intelligent.

Source : Traduit de l'anglais - Reuters Institute for the Study of Journalism - Reuters Institute Digital News Report 2016

1.5. Utilisation des appareils mobiles pour lire les nouvelles ou consulter l'actualité

Comme en 2015, 4 adultes sur 10 disent avoir lu les nouvelles ou consulté l'actualité à partir d'un appareil mobile au cours du dernier mois (que ce soit à partir d'un téléphone intelligent, d'une tablette numérique ou des deux). On constate que cette stagnation va de pair avec celle du taux d'équipement personnel en appareils mobiles parmi les adultes québécois.

LECTURE DE NOUVELLES/CONSULTATION DE L'ACTUALITÉ À PARTIR D'APPAREIL(S) MOBILE(S)

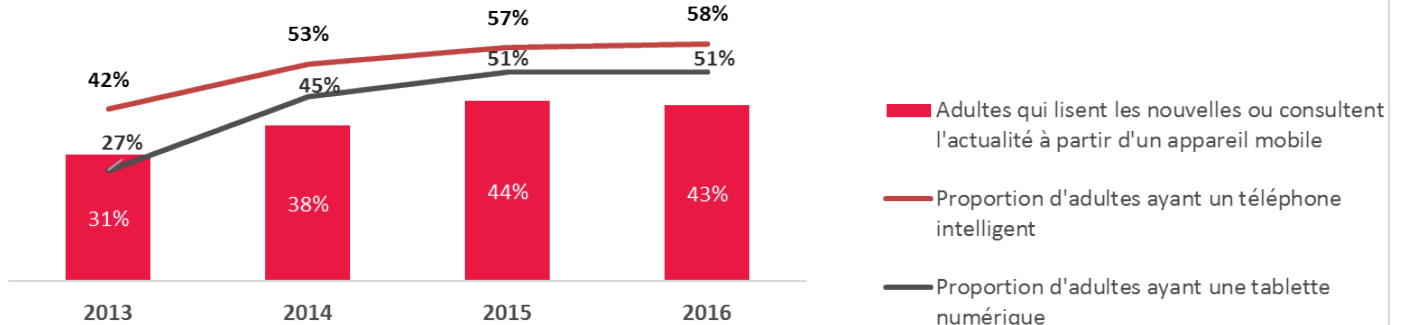


43 %

des adultes québécois ont lu les nouvelles ou consulté l'actualité à partir d'un appareil mobile au cours du dernier mois.

Base: Adultes québécois (n=1001 en 2016)

ÉVOLUTION DE LA PROPORTION D'ADULTES QUÉBÉCOIS QUI LISENT LES NOUVELLES OU CONSULTENT À PARTIR D'UN APPAREIL MOBILE, DE 2013 À 2016



Base: adultes québécois (n=1000 environ à chaque collecte)

Question : Et plus spécifiquement au cours du dernier mois, avez-vous réalisé les activités suivantes sur votre (vos) appareil(s) mobile(s)? c) Lire les nouvelles / consulter l'actualité, par exemple Cyberpresse, Radio-Canada

Soulignons que l'utilisation du téléphone intelligent uniquement pour accéder à ce type d'information est plus répandue chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (45 %, contre 16 % sur l'ensemble de la population adulte québécoise), tandis que l'usage exclusif de la tablette numérique dans un but d'information est plus marqué parmi les Québécois âgés de 35 à 64 ans.

Parmi les adultes 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
Sur téléphone intelligent	16	16	16	45	28	18	10	8	2	2
Sur tablette numérique	14	11	16	4	4	20	19	19	15	8
Sur les deux	13	16	11	16	24	21	13	7	3	-
Aucun des deux	21	19	22	14	24	19	30	20	20	2
Ne sait pas	1	-	1	-	1	-	-	1	-	-
Non utilisateurs d'Internet sur appareil mobile	36	37	34	21	18	22	28	45	60	88

Parmi les adultes 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
Sur téléphone intelligent	16	14	15	20	11	12	14	20	16	28
Sur tablette numérique	14	7	13	22	7	10	12	14	22	18
Sur les deux	13	5	14	22	-	10	10	7	24	29
Aucun des deux	21	20	25	19	8	14	28	31	22	16
Ne sait pas	1	1	-	1	-	1	1	1	-	-
Non utilisateurs d'Internet sur appareil mobile	36	53	33	18	74	54	34	27	16	9

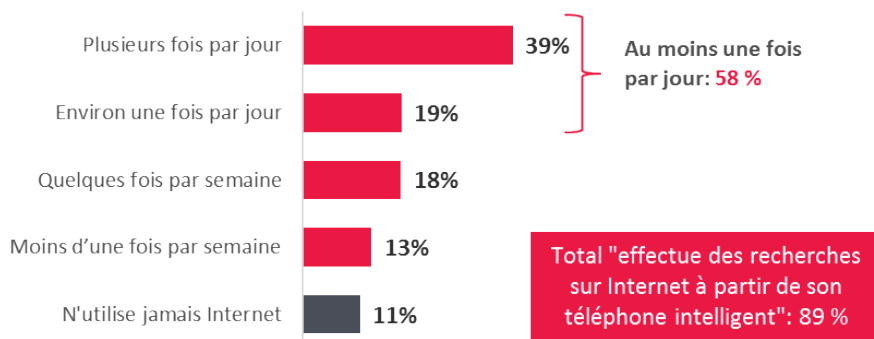
1.6. Plus de la moitié des détenteurs de téléphone intelligent l'utilisent au moins une fois par jour pour aller sur des moteurs de recherche

Près de 6 adultes québécois sur 10 ayant un téléphone intelligent vont au moins une fois par jour sur les moteurs de recherche à partir de leur appareil. Cette pratique quotidienne touche surtout les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans, ainsi que les individus de niveau universitaire.

RÉALISATION DE RECHERCHES INTERNET SUR GOOGLE, YAHOO!, BING, ETC. À PARTIR D'UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT

85 %

des détenteurs de téléphone intelligent âgés de 18 à 24 ans utilisent ce dernier pour effectuer des recherches Internet sur Google, Yahoo!, Bing, etc. au moins une fois par jour.



Base: Adultes québécois ayant un téléphone intelligent (n=581)

Question : A quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone intelligent pour effectuer des recherches Internet sur Google, Yahoo!, Bing, etc.?

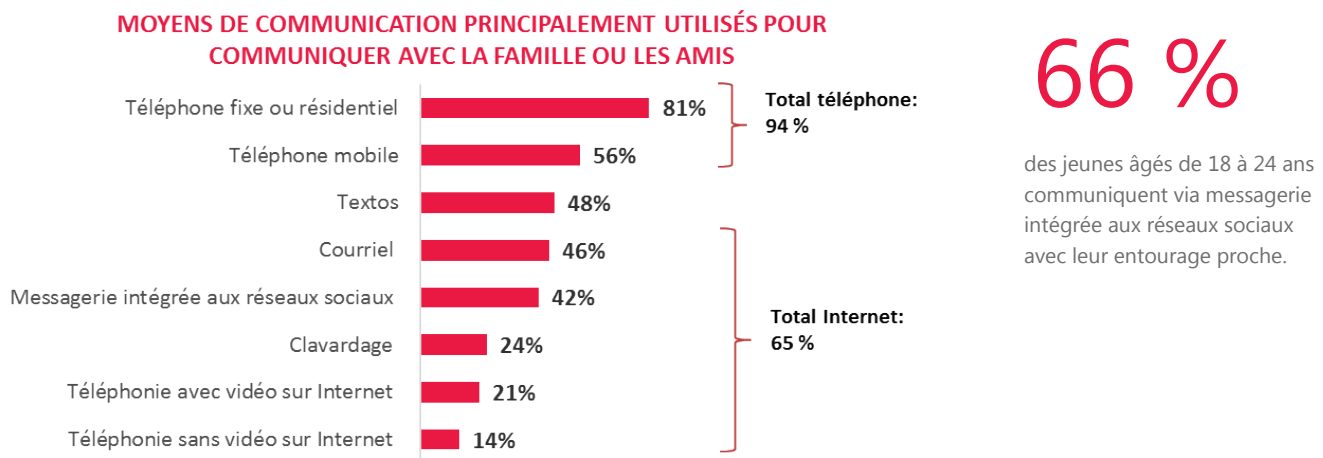
Parmi les détenteurs de téléphone intelligent (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Total fait des recherches	89	89	89	94	98	94	89	76	66	47
Total au moins une fois par jour	58	59	57	85	75	58	47	30	29	25
Plusieurs fois par jour	39	41	37	56	59	34	34	16	14	25
Environ une fois par jour	19	17	20	29	16	24	13	13	15	0
Quelques fois par semaine	18	18	19	4	16	25	26	19	16	14
Moins d'une fois par semaine	13	13	13	6	7	11	16	27	21	8
N'utilise jamais Internet	11	10	11	6	2	7	9	24	34	53

Parmi les détenteurs de téléphone intelligent (%)	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
Total fait des recherches	89	81	92	93	79	84	88	93	96	95
Total au moins une fois par jour	58	50	60	63	50	50	54	69	58	65
Plusieurs fois par jour	39	32	47	42	33	40	35	47	31	49
Environ une fois par jour	19	18	12	21	17	11	19	21	27	15
Quelques fois par semaine	18	17	18	20	24	22	18	18	23	21
Moins d'une fois par semaine	13	15	14	10	5	12	16	6	15	9
N'utilise jamais Internet	11	19	8	6	21	16	12	7	4	5

2. Utilisation d'Internet pour communiquer

2.1. Les adultes utilisent une variété de moyens pour communiquer avec leur entourage, mais le niveau d'usage diffère selon les générations

Si le téléphone reste le moyen de communication le plus populaire, il n'en demeure pas moins que les adultes québécois ont adopté divers moyens de communication en ligne, notamment le courriel (46 %), la messagerie intégrée aux réseaux sociaux (42 %) et le clavardage (24 %). D'ailleurs, ces deux derniers moyens sont particulièrement prisés par les adultes âgés de moins de 25 ans (66 % et 47 % respectivement).



Base: Adultes québécois (n=1 001 en 2016)

Question : Parmi les moyens de communications suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour communiquer avec votre famille ou vos amis?

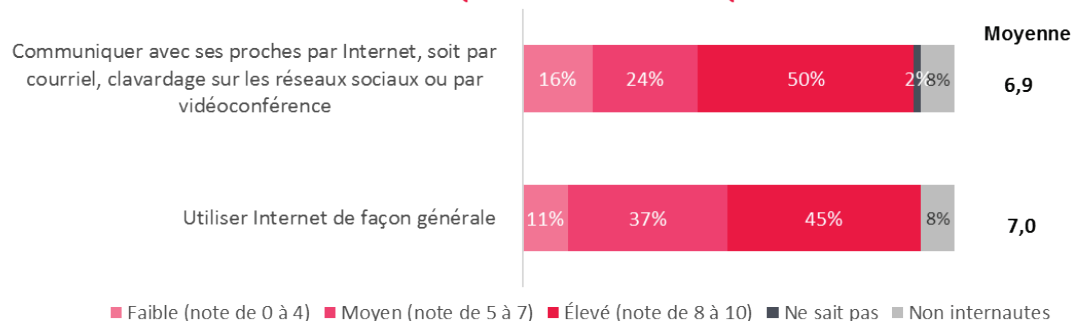
Parmi les adultes québécois (%)	Total 2016	Hommes	Femmes	18 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 44 ans	45 - 54 ans	55 - 64 ans	65 - 74 ans	75 ans et plus
Total téléphone	94	96	93	87	92	95	94	97	95	100
> Téléphone résidentiel	81	81	81	56	72	86	83	86	91	95
> Téléphone mobile	56	59	55	70	69	64	63	49	39	24
Textos	48	46	49	72	70	52	56	35	16	9
Courriel	46	45	46	39	43	48	56	49	43	22
Clavardage	24	23	25	47	28	30	23	17	11	9
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux	42	40	44	66	53	54	46	31	22	3
Téléphonie avec vidéo sur Internet	21	22	20	25	32	21	27	17	8	8
Téléphonie sans vidéo sur Internet	14	16	12	22	13	17	11	14	11	9

Parmi les adultes 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
Total téléphone	94	94	96	93	93	94	98	94	95	92
> Téléphone résidentiel	81	80	84	80	87	86	87	86	73	74
> Téléphone mobile	56	47	57	69	27	44	63	59	65	78
Textos	48	35	47	63	12	42	46	58	60	69
Courriel	46	31	44	65	22	48	44	48	58	59
Clavardage	24	18	28	26	13	23	27	30	28	23
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux	42	33	50	46	25	42	46	56	52	48
Téléphonie avec vidéo sur Internet	21	11	21	33	6	18	23	23	29	29
Téléphonie sans vidéo sur Internet	14	10	12	20	15	13	16	17	17	19

2.2. La moitié des adultes québécois se considèrent très à l'aise à communiquer avec leurs proches par Internet

Sur le plan des habiletés, un adulte québécois sur deux se considère comme ayant un niveau de compétence élevé pour communiquer avec ses proches par Internet, que ce soit par courriel, clavardage sur les réseaux sociaux ou par vidéoconférence. Seulement 16 % se jugent avec un niveau faible. Cependant, on constate que le sentiment d'aptitude est très lié au niveau de scolarité : plus le niveau de scolarité est élevé, plus le niveau de confort avec l'utilisation d'Internet pour communiquer augmente.

NIVEAU D'HABILITÉ DES QUÉBÉCOIS À COMMUNIQUER PAR INTERNET



Base: Total adultes québécois (n=1000)

Question : Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie aucune habileté personnelle et 10 signifie un très haut niveau d'habiletés personnelles, comment évaluez-vous vos habiletés personnelles actuelles pour 1) Utiliser Internet de façon générale 2) Communiquer avec vos proches par Internet, soit par courriel, clavardage sur les réseaux sociaux ou par vidéoconférence (comme Skype ou Face Time, etc.)?

Parmi les adultes 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
Faible	16	21	12	7	13	15	15	24	22	14
Moyen	24	23	26	5	29	27	32	25	23	21
Élevé	50	49	51	89	58	59	46	38	30	23
Ne sait pas	2	3	1	0	0	0	2	4	3	2
Non internautes	8	5	10	0	0	0	4	9	22	40
Moyenne	6,9	6,6	7,1	8,4	7,1	7,3	6,7	6,0	5,8	6,0

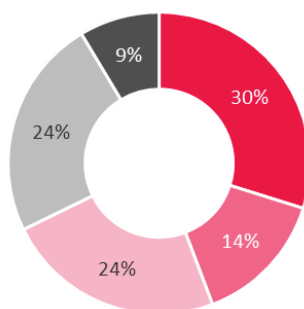
Parmi les adultes québécois (%)	Total 2016	Prim. / Secun.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Faible	16	25	15	8	25	19	20	19	13	8
Moyen	24	19	29	26	13	20	26	34	33	29
Élevé	50	36	52	62	38	44	48	46	53	61
Ne sait pas	2	2	1	2	2	2	3	1	3	0
Non internautes	8	17	3	2	22	15	3	1	0	2
Moyenne	6,9	5,8	6,8	7,8	5,6	6,5	6,6	6,7	7,0	7,6

2.3. La communication par courriel à l'aide d'appareils mobiles est pratiquée par la plupart des adultes québécois qui en sont équipés

Près de 7 adultes sur 10 ayant un téléphone intelligent et/ou une tablette numérique communique par courriel à partir de son (ses) appareil(s) mobile(s). Chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans, la communication mobile par courriel se fait surtout par téléphone intelligent exclusivement (55 %), tandis que les Québécois âgés de 55 à 74 ans sont plus enclins à communiquer par courriel uniquement via leur tablette numérique (environ 28 %).

COMMUNICATION PAR COURRIEL À PARTIR D'APPAREIL(S) MOBILE(S)

- Sur téléphone intelligent uniquement
- Sur tablette numérique uniquement
- Sur les deux
- Non, aucun des deux
- Non utilisateurs d'Internet sur appareil mobile



68 %

des détenteurs d'appareil(s) mobile(s) ont utilisé ce(s) dernier(s) pour communiquer par courriel au cours du dernier mois.

Base: Détenteurs de téléphone intelligent ou tablette électronique (n=703)

Question : Et plus spécifiquement au cours du dernier mois, avez-vous réalisé les activités suivantes sur votre (vos) appareil(s) mobile(s)?

Parmi les détenteurs d'appareil(s) mobile(s) (%)	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
Téléphone intelligent	30	34	26	55	43	29	21	20	12	13
Tablette numérique	14	10	18	5	5	13	14	27	29	19
Sur les deux	24	25	22	18	21	33	32	18	10	7
Aucun	24	24	23	22	29	21	24	22	27	10

Parmi les détenteurs d'appareil(s) mobile(s) (%)	Total 2016	Prim. / Secun.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Téléphone intelligent	30	31	25	33	30	23	25	45	30	34
Tablette numérique	14	12	17	14	13	10	17	16	23	6
Sur les deux	24	9	24	34	3	18	18	13	30	40
Aucun	24	30	27	16	21	29	36	23	14	16



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

2016

NETendance

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**
- > Médias sociaux et économie québécoise de partage en ligne
- > Usage du téléphone intelligent
- > Empreinte numérique des Québécois
- > Profil des régions
- > Profil numérique des générations

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.cefr.io | info@cefr.io | Twitter : @cefr.io

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

