

# Internet pour s'informer et communiquer

**NETendances**<sup>2017</sup>  
UNE INITIATIVE DU **cefrio**

Édition 2017  
Volume 8 – Numéro 5

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

# SERVICES QUÉBEC

## La porte d'entrée DES SERVICES GOUVERNEMENTAUX



[www.gouv.qc.ca](http://www.gouv.qc.ca)

### Les services :

- [Service 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](#)
- [Perte d'autonomie](#)
- [Décès](#)
- [Séparation ou divorce](#)
- [Déménagement](#)

# Table des matières

<b>Méthodologie</b> .....	<b>4</b>
<b>Faits saillants de l'enquête 2017</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Sources d'information journalistique</b> .....	<b>6</b>
1.1 Les québécois utilisent plus d'une plateforme pour consulter l'actualité.....	6
1.1.1 Internet continue sa progression.....	7
1.1.2 Une perte de vitesse pour les réseaux sociaux.....	8
1.1.3 Facebook : toujours en tête.....	9
1.2 Consulter les nouvelles sur un appareil mobile.....	10
<b>2. Les modes de communication en 2017</b> .....	<b>11</b>
2.1 Des modes de communication qui varient selon l'âge.....	11
2.2 La stagnation des outils Internet.....	12
2.3 La communication à partir d'appareils mobiles.....	13

## INTERNET POUR S'INFORMER ET COMMUNIQUER

L'enquête *NETendances 2017* 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*

#### Maggie Poulin de Courval

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 : 2018

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](http://www.cefrio.qc.ca).

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

Crédit photo : @pexel

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS :



# Méthodologie

Pour réaliser le volet « Internet pour s'informer et communiquer » de l'enquête *NETendances 2017*, nous avons utilisé une collecte de données réalisée du 25 septembre au 5 octobre 2017 au cours de laquelle nous avons interrogé 1 003 adultes québécois pouvant s'exprimer en français ou en anglais, 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  $\pm 3,10$  % pour la base des adultes et à  $\pm 3,25$  % pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

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 de l'enquête 2017



La **télévision** demeure le moyen le plus répandu pour accéder à de l'information journalistique (72 %), malgré un recul de 7 points de pourcentage par rapport à 2016.

Le taux d'utilisation d'**Internet** comme source d'information journalistique a connu un bond de 13 points de pourcentage en 5 ans, atteignant 71 % en 2017.

86 % des Québécois détenteurs d'**appareils mobiles** les utilisent pour communiquer par clavardage, messagerie instantanée, textos ou courriel

Les Québécois utilisent, en moyenne, **3** médias pour consulter les nouvelles.

L'utilisation des **réseaux sociaux** en tant que source d'information journalistique est stable depuis 3 ans. De même pour Facebook qui demeure le plus populaire (36 %).

Les 18 à 34 ans sont plus nombreux à **communiquer** par cellulaire (appels ou textos) avec leur entourage, tandis que les 55+ ans optent en plus grand nombre pour le téléphone résidentiel (89 %).

# 1. Les sources d'information journalistique

## 1.1 Les Québécois utilisent plus d'une plateforme pour consulter l'actualité

Les Québécois utilisent, en moyenne, trois médias différents pour accéder à du contenu journalistique. Les médias traditionnels (88 %) demeurent le moyen le plus répandu pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles pour les adultes québécois, notamment la télévision qui conserve sa première place (72 %), malgré un recul de sept points de pourcentage comparativement à 2016. Les sites Web, excluant les réseaux sociaux, connaissent une légère croissance de deux points en 2017 (48 %). Les applications mobiles, comme La Presse+, Radio-Canada, etc., sont plus populaires auprès des diplômés universitaires (41 %) et des adultes ayant un revenu familial élevé (49 %). Néanmoins, un Québécois sur trois consulte l'actualité sur ces plateformes.

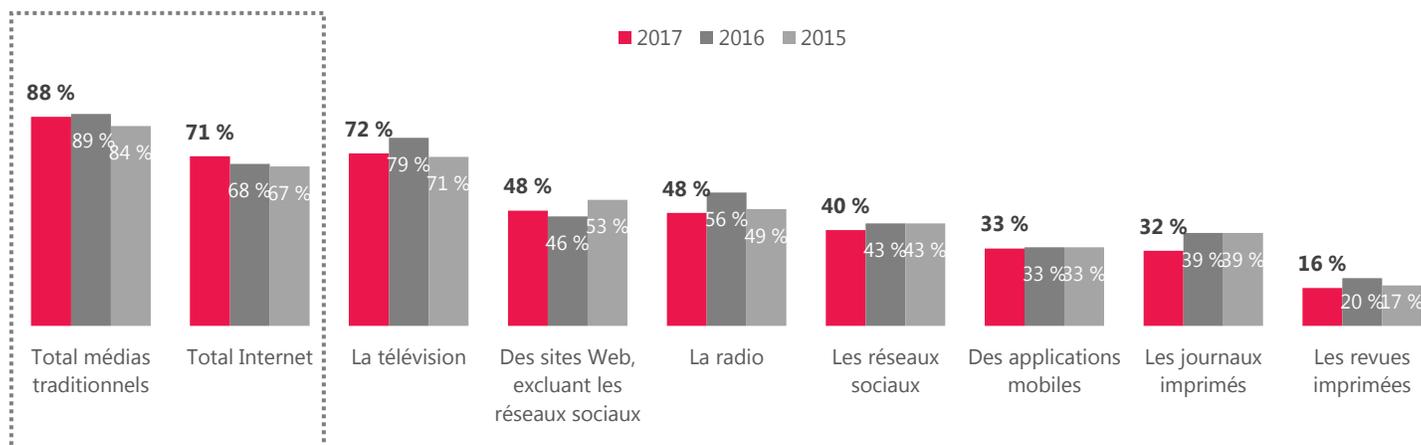
3

Nombre moyen de médias généralement utilisé par les adultes québécois pour accéder à de l'information journalistique



adulte québécois consulte des nouvelles sur des applications mobiles

MOYENS GÉNÉRALEMENT UTILISÉS POUR ACCÉDER À DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE OU À DES NOUVELLES



Base : adultes québécois (n=1 003 en 2017, 1 001 en 2016 et 2015)

Question : Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous généralement pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

N. B. En 2016 et 2015, la question spécifiait au cours de la dernière semaine, tandis qu'en 2017, il s'agit des moyens généralement utilisés. À des fins de comparaison, on peut stipuler que les moyens généralement utilisés sont ceux consultés au cours d'une même semaine.

### LES CANADIENS NE VEULENT PAS PAYER POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES EN LIGNE

Les Canadiens sont relativement très peu nombreux à payer pour accéder à du contenu journalistique sur Internet, seulement 8 % l'ont fait dans la dernière année. Ceux qui ne l'ont pas fait ne sont pas prêts de le faire non plus, uniquement 10 % de ces derniers pensent payer pour ce type de contenu à l'avenir. Une majorité de Canadiens (57 %) évoque la facilité d'accéder à du contenu gratuit comme principale réticence à payer pour des nouvelles en ligne, et ce, malgré que 30 % des Canadiens aient déboursé pour un journal imprimé dans la dernière semaine.



Source : 2017 Reuters Institute Digital News Report

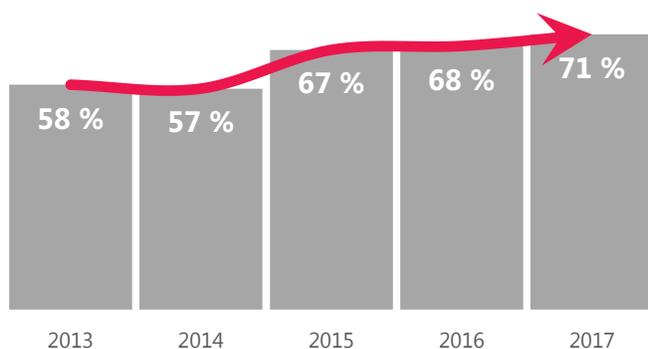
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 – 74 ans	75 ans et plus
<b>Total médias traditionnels</b>	<b>88 %</b>	88 %	88 %	<b>72 %</b>	<b>83 %</b>	<b>84 %</b>	90 %	<b>92 %</b>	<b>97 %</b>	<b>97 %</b>
La télévision	<b>72 %</b>	72 %	73 %	<b>38 %</b>	67 %	<b>67 %</b>	<b>79 %</b>	<b>82 %</b>	<b>87 %</b>	<b>86 %</b>
La radio	<b>48 %</b>	<b>51 %</b>	<b>44 %</b>	42 %	45 %	<b>56 %</b>	51 %	51 %	<b>36 %</b>	47 %
Les journaux imprimés	<b>32 %</b>	34 %	30 %	28 %	<b>22 %</b>	<b>22 %</b>	30 %	35 %	<b>46 %</b>	<b>52 %</b>
Les revues imprimées	<b>16 %</b>	16 %	16 %	13 %	13 %	17 %	<b>21 %</b>	15 %	13 %	19 %
<b>Total Internet</b>	<b>71 %</b>	72 %	71 %	<b>95 %</b>	<b>87 %</b>	<b>79 %</b>	71 %	<b>62 %</b>	<b>52 %</b>	<b>36 %</b>
Des sites Web, excluant les réseaux sociaux	<b>48 %</b>	<b>51 %</b>	<b>46 %</b>	<b>65 %</b>	<b>57 %</b>	<b>56 %</b>	<b>56 %</b>	<b>37 %</b>	<b>32 %</b>	<b>20 %</b>
Les réseaux sociaux	<b>40 %</b>	<b>36 %</b>	<b>44 %</b>	<b>65 %</b>	<b>56 %</b>	<b>48 %</b>	37 %	<b>29 %</b>	<b>26 %</b>	<b>8 %</b>
Des applications mobiles	<b>33 %</b>	33 %	32 %	<b>50 %</b>	33 %	35 %	30 %	34 %	<b>22 %</b>	<b>22 %</b>

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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
<b>Total médias traditionnels</b>	<b>88 %</b>	<b>90 %</b>	<b>84 %</b>	88 %	89 %	87 %	<b>92 %</b>	87 %	87 %	89 %
La télévision	<b>72 %</b>	<b>76 %</b>	69 %	71 %	75 %	74 %	76 %	74 %	71 %	77 %
La radio	<b>48 %</b>	<b>46 %</b>	45 %	<b>52 %</b>	<b>31 %</b>	<b>39 %</b>	50 %	49 %	44 %	<b>63 %</b>
Les journaux imprimés	<b>32 %</b>	30 %	31 %	33 %	28 %	36 %	36 %	28 %	28 %	31 %
Les revues imprimées	<b>16 %</b>	13 %	16 %	<b>19 %</b>	17 %	14 %	<b>13 %</b>	16 %	19 %	<b>23 %</b>
<b>Total Internet</b>	<b>71 %</b>	<b>63 %</b>	73 %	<b>78 %</b>	<b>51 %</b>	<b>62 %</b>	<b>66 %</b>	76 %	<b>84 %</b>	<b>80 %</b>
Des sites Web, excluant les réseaux sociaux	<b>48 %</b>	<b>38 %</b>	48 %	<b>58 %</b>	34 %	<b>39 %</b>	40 %	49 %	<b>64 %</b>	<b>60 %</b>
Les réseaux sociaux	<b>40 %</b>	44 %	44 %	<b>35 %</b>	29 %	40 %	34 %	40 %	<b>65 %</b>	37 %
Des applications mobiles	<b>33 %</b>	<b>25 %</b>	31 %	<b>41 %</b>	<b>19 %</b>	<b>17 %</b>	28 %	38 %	37 %	<b>49 %</b>

### 1.1.1 Internet continue sa progression

De plus en plus utilisé en tant que source d'information journalistique par les adultes québécois, Internet continue sans surprise sa progression. En 2017, sept adultes sur 10 ont utilisé Internet à cette fin, une hausse de 13 points de pourcentage au cours des cinq dernières années.

ÉVOLUTION DU TAUX D'UTILISATION D'INTERNET  
COMME SOURCE D'INFORMATION JOURNALISTIQUE  
CHEZ LES ADULTES QUÉBÉCOIS



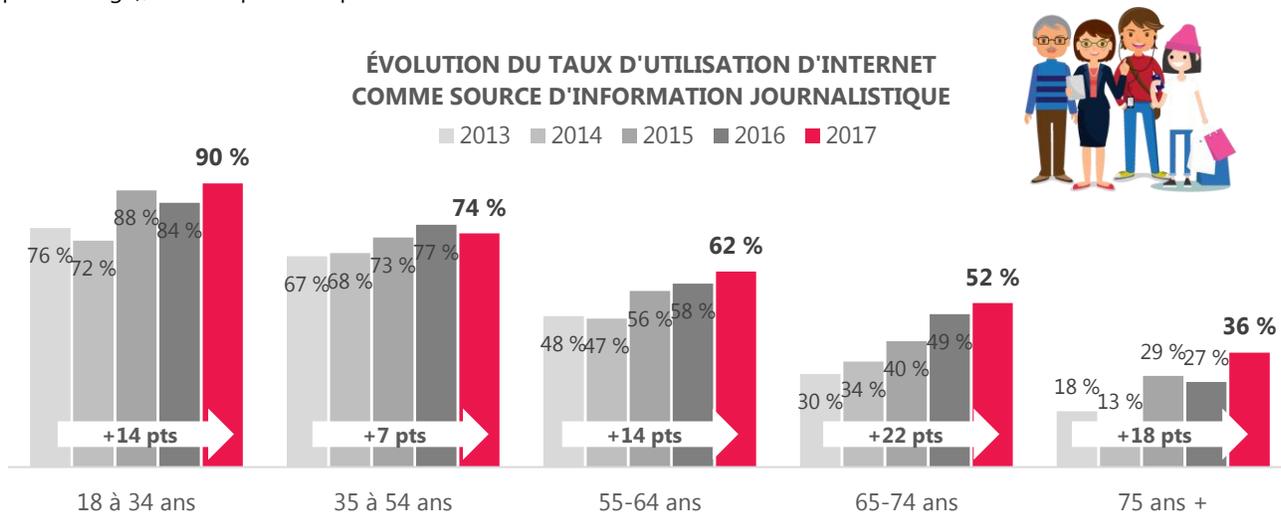
+13 pts

au cours des  
5 dernières années  
(2013 à 2017)

Base : adultes québécois (n=1 000 à chaque collecte)

Question : Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous généralement pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

Les 18 à 34 ans sont les plus grands utilisateurs d'Internet pour accéder à de l'information journalistique ou lire les nouvelles à 90 %. En fait, il s'agit du moyen le plus répandu auprès de ce groupe. Malgré tout, les plus fortes croissances au cours des cinq dernières années se situent auprès des 65 à 74 ans (+22 points de pourcentage) et des 75 ans et plus (+18 points de pourcentage), où l'adoption est plus tardive.

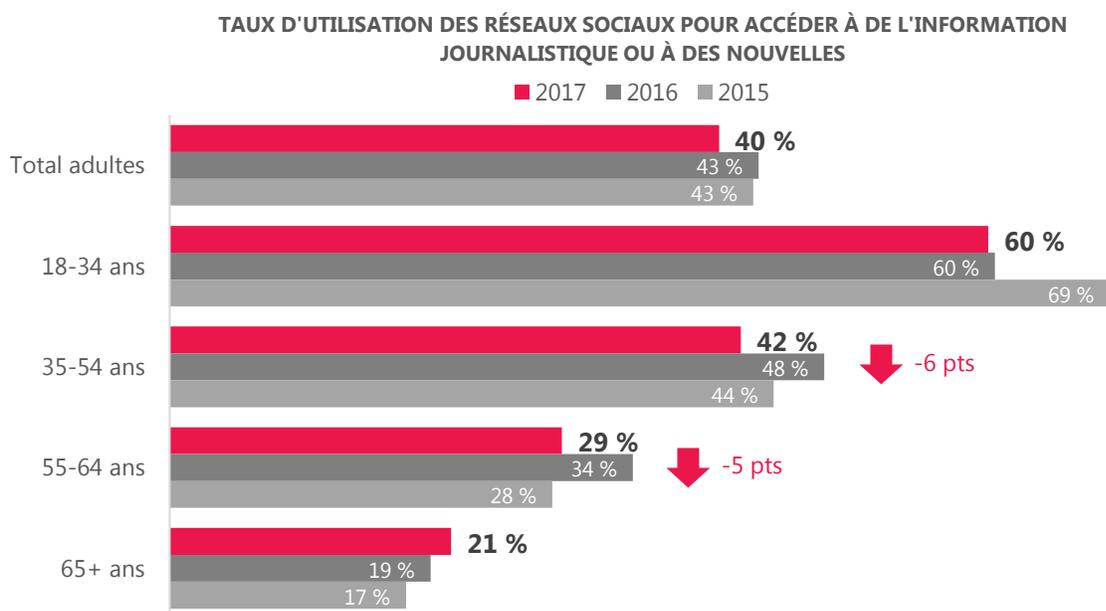


**Base : adultes québécois (n=1 000 à chaque collecte)**

Question : Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous généralement pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

### 1.1.2 Une stabilité pour les réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux pour accéder à de l'information journalistique est relativement stable depuis les trois dernières années. Le léger recul de trois points de pourcentage en 2017 entre dans la marge d'erreur. Il n'en demeure pas moins que quatre adultes québécois sur 10 les utilisent pour consulter des nouvelles. Les milléniaux restent nombreux (60 %) à consulter l'actualité sur cette plateforme. La perte de popularité s'observe surtout auprès des 35 à 64 ans (-6 points de pourcentage auprès des 35 à 54 ans et -5 points de pourcentage auprès des 55 à 64 ans).



**Base : adultes québécois (n=1 003 en 2017, 1 001 en 2016 et 2015)**

Question : Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous généralement pour accéder à de l'information journalistique ou à des nouvelles?

N. B. En 2016 et 2015, la question spécifiait au cours de la dernière semaine, tandis qu'en 2017, il s'agit des moyens généralement utilisés. À des fins de comparaison, on peut stipuler que les moyens généralement utilisés sont ceux consultés au cours d'une même semaine.

## LES « FAKE NEWS » OU FAUSSES NOUVELLES : UNE PRÉOCCUPATION DES CANADIENS

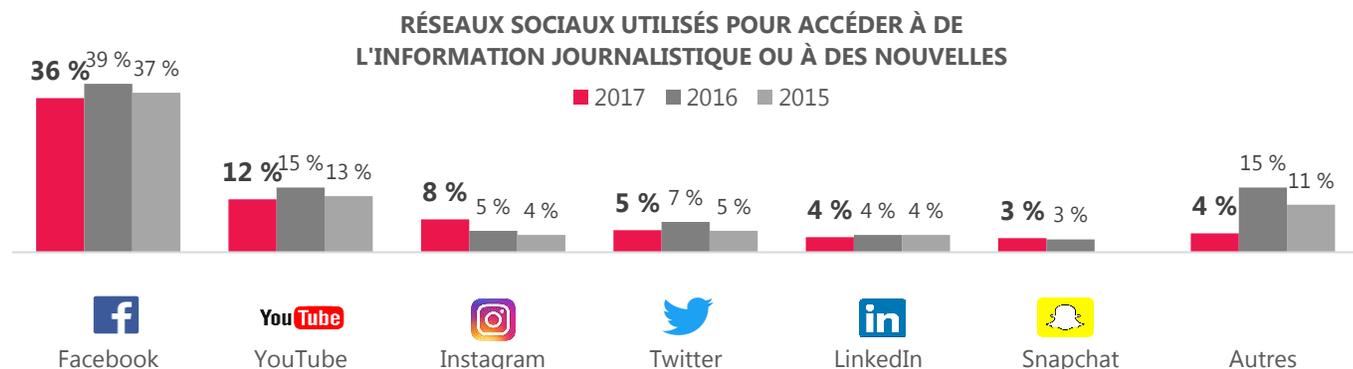
Phénomène principalement présent sur les réseaux sociaux, les « fake news » ou fausses nouvelles préoccupent les Canadiens, et plus particulièrement les anglophones. Selon un sondage de l'Observatoire des technologies médias, un peu plus d'un francophone sur trois (36 %) se dit préoccupé ou très préoccupé par les conséquences des fausses nouvelles, tandis que leurs compatriotes anglophones le sont à 52 %. Cet éveil plus important du côté anglophone s'explique, en partie, par une consommation plus grande des médias américains qui ont mis, à maintes reprises, cet enjeu en lumière depuis l'élection de Donald Trump.



Source : « Les francophones moins préoccupés par les fausses nouvelles que les anglophones », La Presse, 23 novembre 2017

### 1.1.3 Facebook : toujours en tête

Loin devant les autres réseaux sociaux, Facebook (36 %) est le plus populaire auprès des adultes québécois pour consulter des nouvelles. Ce sont les plus jeunes qui sont les plus nombreux à l'utiliser. En effet, parmi les 18 à 34 ans qui consultent des nouvelles sur les réseaux sociaux (65 % des 18 à 24 ans, 56 % des 25 à 34 ans), la quasi-totalité le font sur Facebook (64 % des 18 à 24 ans, 53 % des 25 à 34 ans).



Base : adultes québécois (n=1 003 en 2017, 1 001 en 2016 et 2015)

Question : À partir de quels réseaux sociaux, parmi les suivants, accédez-vous généralement à de l'information journalistique ou à des nouvelles?  
En 2016 et 2015, Google+ faisait partie des choix de réponse, contrairement à 2017. Il est donc reclassé dans la catégorie « Autres » dans le graphique ci-dessus.

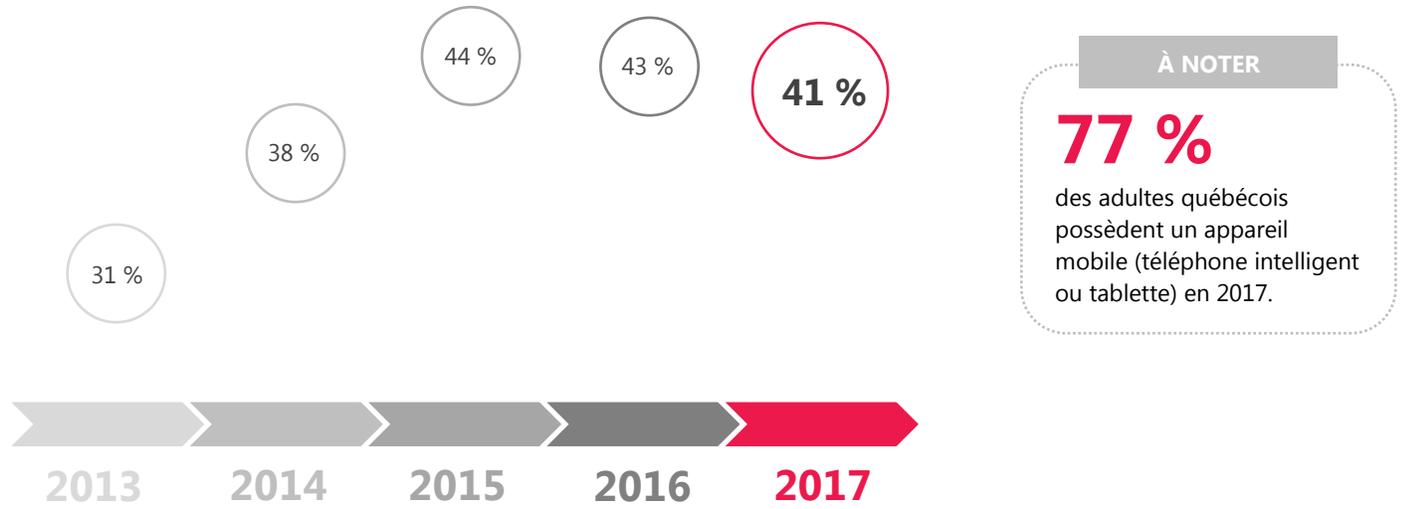
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 – 74 ans	75 ans et plus
Facebook	36 %	30 %	41 %	64 %	53 %	41 %	32 %	25 %	20 %	3 %
YouTube	12 %	13 %	12 %	25 %	17 %	12 %	11 %	9 %	6 %	3 %
Instagram	8 %	7 %	9 %	34 %	11 %	6 %	3 %	2 %	2 %	-
Twitter	5 %	5 %	5 %	7 %	11 %	7 %	4 %	2 %	2 %	-
LinkedIn	4 %	4 %	3 %	1 %	6 %	5 %	3 %	4 %	2 %	-
Snapchat	3 %	2 %	4 %	19 %	2 %	2 %	2 %	1 %	-	-

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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
Facebook	36 %	40 %	39 %	29 %	27 %	35 %	29 %	35 %	59 %	33 %
YouTube	12 %	11 %	16 %	11 %	4 %	13 %	9 %	13 %	27 %	10 %
Instagram	8 %	8 %	10 %	5 %	2 %	7 %	3 %	4 %	31 %	2 %
Twitter	5 %	4 %	6 %	5 %	1 %	2 %	3 %	2 %	19 %	7 %
LinkedIn	4 %	3 %	3 %	5 %	-	-	2 %	2 %	8 %	6 %
Snapchat	3 %	4 %	6 %	1 %	3 %	1 %	2 %	1 %	8 %	1 %

## 1.2 Consulter les nouvelles sur un appareil mobile

Les appareils mobiles (téléphone intelligent ou tablette) sont utilisés par quatre adultes québécois sur 10 pour lire ou consulter des nouvelles, un résultat stable comparativement à l'année précédente. Les diplômés universitaires (57 %), les revenus familiaux supérieurs (80 k\$ à 99 k\$ : 65 %, 100+ k\$ : 62 %) ainsi que les adultes âgés de 25 à 44 ans (25 à 34 ans : 58 %, 35 à 44 ans : 50 %) sont les plus nombreux à pratiquer cette activité. Malgré que le taux d'adoption est significativement plus bas chez les 65-74 ans (30 %), on observe une progression importante de l'ordre de 18 point de pourcentage en 5 ans.

### ÉVOLUTION DU TAUX D'UTILISATION DES APPAREILS MOBILES POUR CONSULTER L'ACTUALITÉ OU LIRE LES NOUVELLES CHEZ LES ADULTES



**Base : adultes québécois (n=1 000 à chaque collecte)**

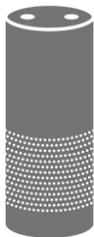
Question : *Et plus spécifiquement, au cours du dernier mois, avez-vous réalisé les activités suivantes sur votre (vos) appareil(s) mobile(s), c'est-à-dire sur un téléphone intelligent ou une tablette électronique : Lire les nouvelles / consulter l'actualité, par exemple Cyberpresse, Radio-Canada?*

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 – 74 ans	75 ans et plus
Lire les nouvelles ou l'actualité sur un appareil mobile	41 %	43 %	39 %	49 %	58 %	50 %	41 %	30 %	30 %	15 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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
Lire les nouvelles ou l'actualité sur un appareil mobile	41 %	25 %	40 %	57 %	20 %	24 %	32 %	50 %	65 %	62 %

### L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR S'INFORMER



La montée en popularité des assistants personnels à la maison, comme Google Home et Amazon Echo, a poussé certains éditeurs de nouvelles à créer des applications audio fournissant des résumés de l'actualité et de la température aux consommateurs. CNN et BBC font partie du lot. Parmi les 16 % d'adultes américains affirmant posséder ce type d'appareils à la maison, près de la moitié (45 %) les utilisent régulièrement pour s'informer sur l'actualité.

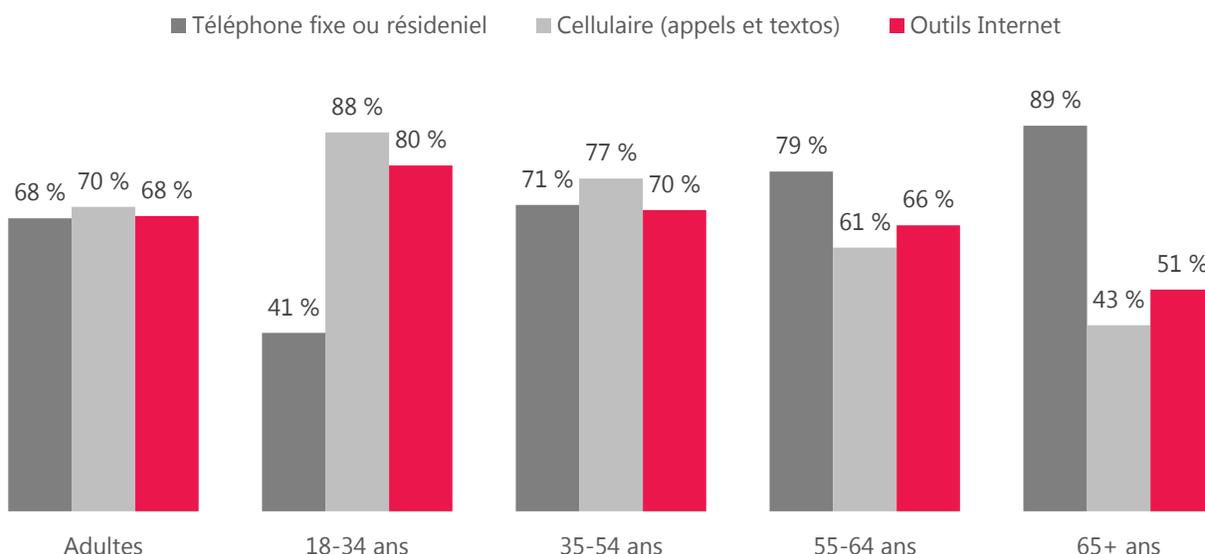
Sources: *The Smart Audio Report, Spring-Summer 2017 & Fall-Winter 2017, Edison Research*

## 2. Les modes de communication en 2017

### 2.1 Des modes de communication qui varient selon l'âge

Les trois principaux modes de communication, soit le téléphone fixe, le téléphone cellulaire (appels et textos) ainsi que les outils Internet, arrivent nez à nez auprès des adultes québécois en ce qui a trait au taux d'utilisation. En effet, sept adultes sur 10 utilisent chacun de ces modes de communication avec leurs familles et amis. Cependant, le taux d'utilisation varie en fonction des groupes d'âge. Les 18 à 34 ans sont plus enclins à utiliser le cellulaire (88 %) ainsi que les outils Internet (80 %) pour communiquer avec leurs proches, tandis que les 55 ans et plus vont opter davantage pour le téléphone fixe (79 % des 55 à 64 ans et 89 % des 65+ ans).

PRINCIPAUX MOYENS DE COMMUNICATION UTILISÉS AVEC LA FAMILLE ET LES AMIS



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Parmi les outils de communication suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour communiquer avec votre famille ou vos amis (usage personnel)?

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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 fixe ou résidentiel	68 %	64 %	71 %	25 %	52 %	72 %	70 %	79 %	86 %	98 %
Cellulaire (appels et textos)	70 %	70 %	70 %	95 %	82 %	79 %	75 %	70 %	48 %	30 %
Outils Internet	68 %	66 %	71 %	78 %	81 %	78 %	63 %	66 %	56 %	39 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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
Téléphone résidentiel	68 %	71 %	65 %	67 %	79 %	76 %	75 %	66 %	56 %	59 %
Cellulaire (appels et textos)	70 %	68 %	71 %	73 %	41 %	62 %	61 %	78 %	79 %	84 %
Outils Internet	68 %	57 %	68 %	79 %	46 %	64 %	65 %	79 %	82 %	75 %



### LES EMOJIS, GIFS ET AUTOCOLLANTS : LE LANGAGE DES MILLÉNAUX

Selon un sondage mené aux États-Unis, un millénial sur trois qui utilisent des emojis, des gifs ou des autocollants affirme que ces images expriment mieux ses pensées et ses émotions que les mots peuvent le faire. Il n'est donc pas surprenant qu'un peu plus de deux milléniaux sur trois (68 %) soient plus à l'aise d'exprimer leurs émotions par ces éléments visuels que dans une conversation téléphonique.

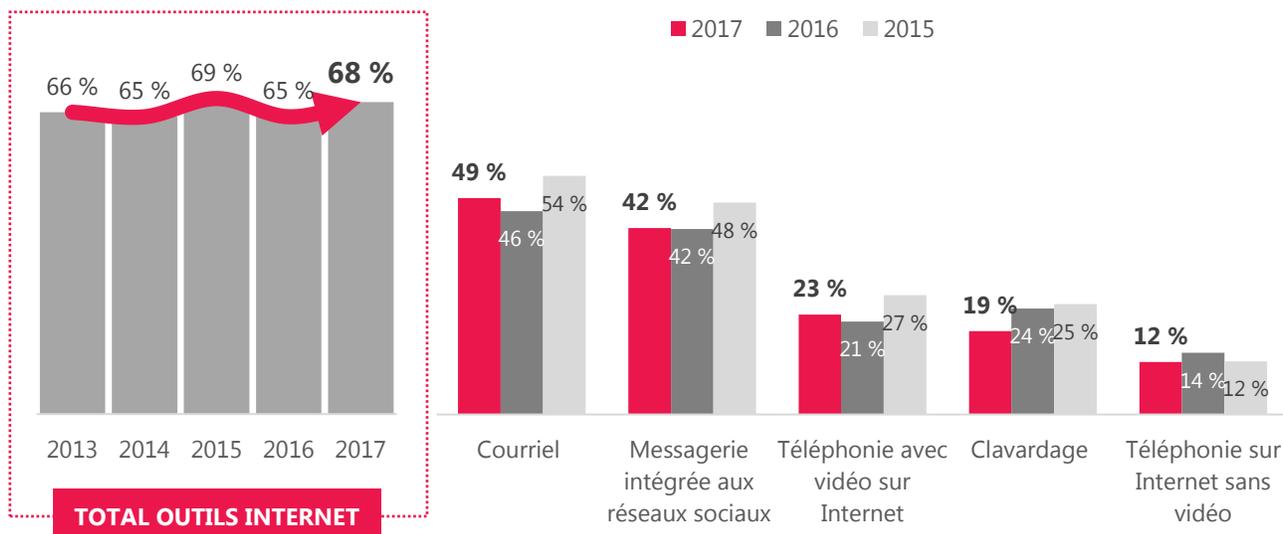
Même si les milléniaux sont plus nombreux à préférer les emojis, les gifs et les autocollants pour s'exprimer, il s'agit d'une pratique répandue chez les adultes américains; 70 % d'entre eux en utilisent dans les textos ou la messagerie mobile.

Source : « Forget Words, a Lot of Millennials Say GIFs and Emojis Communicate Their Thoughts Better Than English », Time Magazine, 27 juin 2017

## 2.2 La stagnation des outils Internet

Un grand nombre de Québécois utilisent un ou plusieurs outils Internet pour communiquer avec leurs proches. Toutefois, le taux d'adoption d'Internet pour communiquer semble avoir plafonné. Au cours des cinq dernières années, le nombre de Québécois utilisant cette plateforme à des fins de communication n'a que très peu varié. Parmi tous les outils Internet, le courriel demeure le plus populaire.

PRINCIPAUX MOYENS DE COMMUNICATION SUR INTERNET UTILISÉS AVEC LA FAMILLE ET LES AMIS



Base : adultes québécois (n=1 003 en 2017, 1 001 en 2016, 1 000 en 2015)

Question : Parmi les outils de communications suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour communiquer avec votre famille ou vos amis (usage personnel)?

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 – 74 ans	75 ans et plus
Courriel	49 %	47 %	51 %	29 %	46 %	61 %	50 %	55 %	51 %	35 %
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux	42 %	38 %	46 %	70 %	58 %	51 %	40 %	31 %	24 %	10 %
Téléphonie avec vidéo sur Internet	23 %	20 %	25 %	30 %	30 %	32 %	18 %	20 %	12 %	12 %
Clavardage	19 %	16 %	21 %	28 %	32 %	26 %	15 %	12 %	9 %	5 %
Téléphonie sans vidéo sur Internet	12 %	10 %	14 %	18 %	15 %	18 %	6 %	9 %	13 %	2 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	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
Courriel	49 %	33 %	52 %	61 %	34 %	38 %	51 %	65 %	46 %	62 %
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux	42 %	41 %	47 %	41 %	26 %	40 %	38 %	42 %	61 %	44 %
Téléphonie avec vidéo sur Internet	23 %	18 %	23 %	27 %	10 %	14 %	24 %	23 %	33 %	27 %
Clavardage	19 %	15 %	26 %	16 %	7 %	19 %	20 %	17 %	31 %	18 %
Téléphonie sans vidéo sur Internet	12 %	10 %	14 %	12 %	3 %	13 %	12 %	13 %	12 %	13 %

### 2.3 La communication à partir d'appareils mobiles

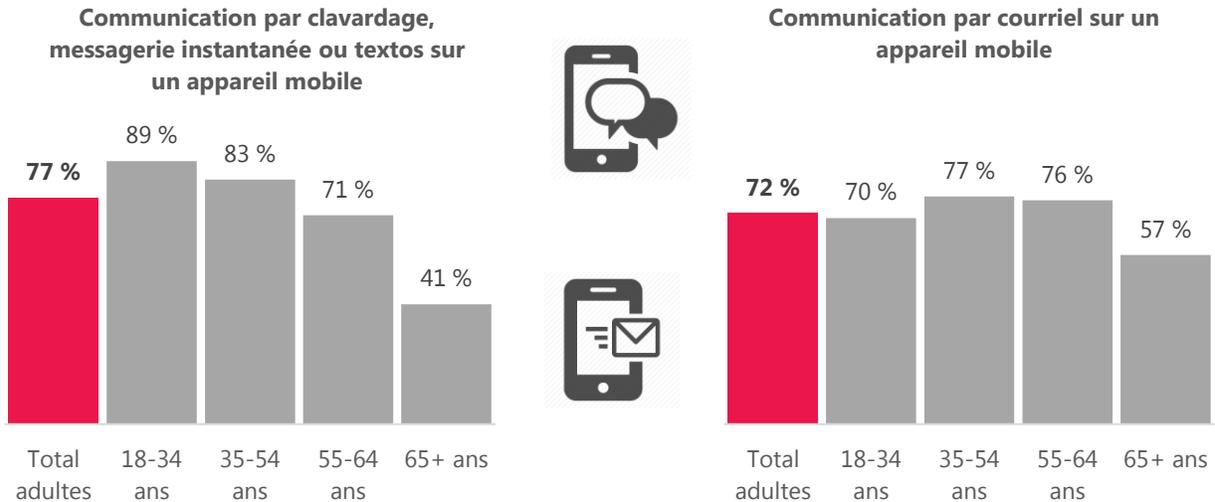
Sans étonnement, un grand nombre de Québécois détenteurs d'appareils mobiles (86 %) les utilisent pour des activités de communication. Le clavardage, la messagerie instantanée ou les textos sur appareils mobiles sont plus populaires auprès des 18 à 34 ans (89 %) ainsi que les 35 à 54 ans (83 %). Néanmoins, près de huit adultes sur 10 détenteurs d'appareils mobiles le font. La communication par courriel sur appareils mobiles est pratiquée par 72 % des adultes québécois détenteurs de ce type d'appareils. Ce sont les 35 à 54 ans (77 %) qui sont plus nombreux à y avoir recours.



**86 %**

des Québécois détenteurs d'appareils mobiles les utilisent pour communiquer par clavardage, messagerie instantanée, textos ou courriel

## ACTIVITÉS DE COMMUNICATION SUR UN APPAREIL MOBILE



**Base : détenteurs d'appareils mobiles (n=773)**

Question : Et plus spécifiquement, au cours du dernier mois, avez-vous réalisé les activités suivantes sur votre (vos) appareil(s) mobile(s), c'est-à-dire sur un téléphone intelligent ou une tablette électronique? 1) Communiquer par clavardage, messagerie instantanée ou messages textes (textos) 2) Communiquer par courriel?

Parmi les détenteurs d'appareils mobiles	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 – 74 ans	75 ans et plus
Clavardage, messagerie instantanée et textos	77 %	76 %	78 %	84 %	93 %	90 %	77 %	71 %	47 %	24 %
Courriel	72 %	70 %	73 %	57 %	79 %	84 %	71 %	76 %	61 %	47 %

Parmi les détenteurs d'appareils mobiles	Total 2017	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
Clavardage, messagerie instantanée et textos	77 %	69 %	79 %	82 %	44 %	64 %	74 %	79 %	89 %	87 %
Courriel	72 %	54 %	71 %	86 %	60 %	59 %	67 %	71 %	79 %	85 %



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](http://www.bip-sondage.com)

2017

## Thèmes des fascicules *NETendances*

**NETendances**

- > Portrait numérique des foyers québécois
- > Économie québécoise du partage
- > Les services bancaires en ligne
- > Se divertir en ligne
- > **Internet pour s'informer et communiquer**
- > Services télécoms en ligne et relation client
- > Gouvernement en ligne
- > Commerce électronique au Québec
- > Usage du téléphone intelligent
- > Profil numérique des générations
- > Profil numérique des régions

Le CEFRIO est un organisme de recherche et d'innovation, le CEFRIO accompagne 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 QuébecInnove, 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 ainsi que l'engagement de plus 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](http://www.cefrio.qc.ca) | [info@cefrio.qc.ca](mailto: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

