

NETendances

2025

25 ans d'évolution numérique | 5 ans à l'Université Laval

Information, désinformation et cybersécurité

ÉDITION 2025

ATN

Académie de la
transformation
numérique



UNIVERSITÉ
LAVAL

Avec la collaboration de

BIP

RECHERCHE



Les réseaux sociaux au cœur de l'information

... et de la désinformation

En 2025, trois internautes sur dix déclarent être confronté(e)s chaque jour à la désinformation, et plus de la moitié (57 %) au moins une fois par semaine. Cette exposition régulière n'est pas sans conséquence et les internautes identifient clairement les domaines où les fausses nouvelles peuvent causer le plus de dommages: la politique arrive en tête (63 %), suivie des conflits internationaux et des affaires étrangères (52 %), ainsi que de la santé et de la médecine (51 %). Dans ces domaines sensibles, une information trompeuse peut avoir de lourdes conséquences, comme influencer les décisions électorales, alimenter des tensions géopolitiques ou même encourager des comportements nuisibles à la santé. Face à cette menace, seulement 37 % des internautes se sentent en forte confiance dans leur capacité à reconnaître une fausse nouvelle, une proportion toutefois en hausse par rapport à l'année dernière. Ce fossé entre l'exposition quotidienne à la désinformation et la confiance dans sa propre capacité à la détecter mérite toute notre attention.

Selon l'opinion du public, les réseaux sociaux se trouvent au cœur de la question de la désinformation. Une importante majorité d'internautes (82 %) les considèrent comme la source d'information la plus susceptible de propager des fausses nouvelles. Au-delà de la simple diffusion de fausses nouvelles, les réseaux sociaux posent un défi plus insidieux: celui des chambres d'écho. **Près de quatre internautes sur dix (38 %) constatent que ces plateformes leur proposent majoritairement des contenus alignés sur leurs propres points de vue, et 65 % des internautes ont conscience de l'existence de ces bulles de filtrage informationnel sur ces plateformes.** Or, lorsque l'information circule principalement entre personnes partageant les mêmes opinions, la désinformation ne rencontre plus les garde-fous naturels du débat contradictoire et de la diversité des perspectives.

Pourtant, réduire les réseaux sociaux à leur rôle de vecteur de désinformation serait incomplet. L'année 2025 a vu émerger au Québec de nouveaux acteurs informationnels majeurs sur ces plateformes. **Les créateurs et créatrices de contenu spécialisé(e)s dans l'actualité sont particulièrement populaires chez les 18-34 ans: 42 % de ce groupe d'âge déclarent s'informer souvent par leur intermédiaire.** Ces données révèlent un enjeu qui dépasse la simple question de support de l'information: celui de notre capacité à cultiver un écosystème informationnel où la diversité des perspectives et la rigueur factuelle peuvent coexister avec des formats variés capables de rejoindre tous les publics, sur les réseaux sociaux ou ailleurs.

Bonne lecture,
L'équipe NETendances

Équipe de projet

Astrid Alemao

Responsable des enquêtes et mesures
✉ astrid.alemao@atn.ulaval.ca

Guillaume Dubé

Statistiques

Équipe d'édition

Claudine Vézina

Communications

Mathilda Noël

Révision linguistique

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

L'enquête NETendances 2025 est réalisée par l'**Académie de la transformation numérique** (ATN) de l'**Université Laval** et financée par le **gouvernement du Québec** et **Hydro-Québec**.

Table des matières

Méthodologie	5
Faits saillants	6
Section 1 – Information et actualités en ligne	7
Fréquence de consultation de l'actualité	8
Supports utilisés pour suivre l'actualité	10
Confiance envers les médias	13
Types de contenus et sources utilisés pour s'informer	16
Avis de spécialiste : l'info-influence sur les réseaux sociaux par Denis Martel	18
Consultation de l'actualité étrangère	19
Section 2 – Fausses nouvelles et désinformation	22
Canaux de diffusions des fausses nouvelles	23
Fréquence d'exposition aux fausses nouvelles	24
Confiance en sa capacité à reconnaître des fausses nouvelles	25
Domaines les plus vulnérables aux fausses nouvelles	26
Groupes les plus vulnérables aux fausses nouvelles	27
Perception des chambres d'échos sur les réseaux sociaux	28
Connaissance des risques de l'intelligence artificielle sur la désinformation	30
Section 3 – Cybersécurité et fraudes en ligne	31
Préoccupation face aux enjeux des données personnelles en ligne	32
Fraudes en lignes vécues dans la dernière année	33
Confiance en sa capacité à détecter une fraude en ligne	34
Groupes les plus vulnérables aux fraudes en ligne	35
Connaissances de bases en cybersécurité	37
Attentes envers les contenus de prévention aux cyberrisques	39
Tableaux	41

Merci aux partenaires financiers et académiques
des enquêtes NETendances



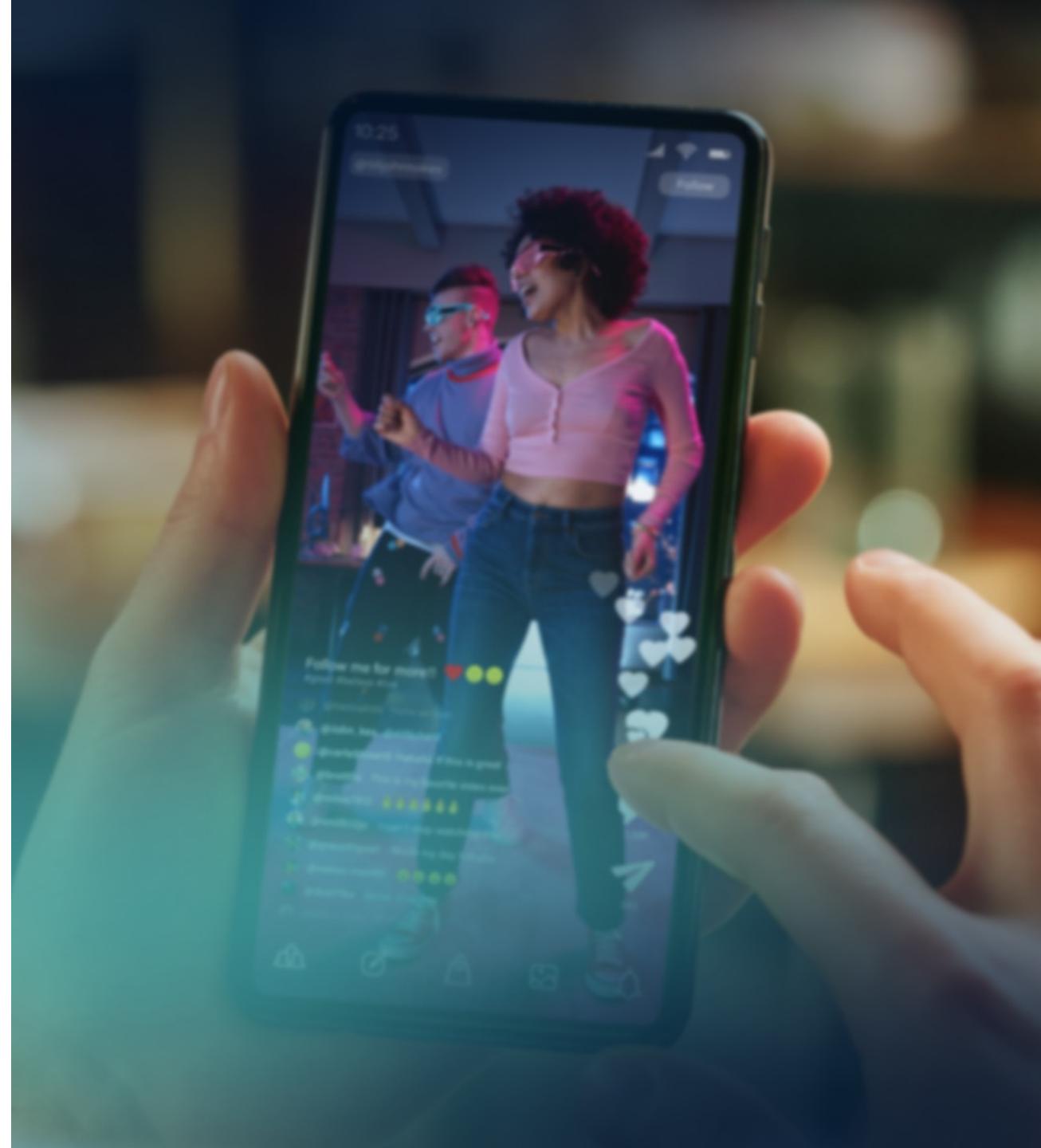
Dépôt légal : 2025 Bibliothèque et Archives nationales du Québec Bibliothèque et Archives Canada. ISSN (PDF) : (1923-6565) L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite de l'ATN. Mention de sources: Adobe Stock

Méthodologie

Pour réaliser le volet «Information, désinformation et cybersécurité» de l'enquête NETendances 2025, nous avons procédé à une collecte de données du 11 au 30 septembre 2025, au cours de laquelle nous avons interrogé 992 internautes du Québec de 18 ans et plus via un panel Web. À ces personnes répondantes ont été ajoutées des personnes non-internautes issues de la collecte téléphonique annuelle de l'enquête. Ces résultats ont ensuite été pondérés en fonction du genre, de l'âge, de la région, de la langue et du niveau de scolarité afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes du Québec. Puisqu'il s'agit d'un sondage Web, ce rapport ne présente pas de marge d'erreur.

Notes:

- Nous considérons comme internaute un individu qui a utilisé Internet au cours des 3 derniers mois.
- Il est possible que la somme des résultats présentés ne soit pas égale à 100% puisqu'il s'agit de pourcentages arrondis.
- Les tableaux complets des résultats, historiquement présentés sur la même page que les graphiques, se trouvent dorénavant à la fin du rapport (à partir de la page 41).
- Ce rapport présente parfois les données en fonction du genre: homme ou femme. Notre questionnaire offre aux personnes ne s'identifiant ni à l'un ni à l'autre la possibilité de sélectionner une troisième option. Pour cette collecte, il s'agit de 0,1 % des personnes répondantes. Cette faible proportion ne nous permet pas de créer un groupe statistiquement représentatif des personnes ne s'identifiant ni au genre féminin ni au genre masculin, expliquant pourquoi nos tableaux ne présentent que ces deux genres.



Faits saillants

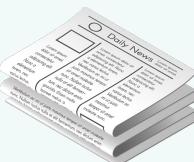
Information, désinformation et cybersécurité



58 %

des internautes s'informent quotidiennement de l'actualité.
contre 63 % en 2024 (-5 points)

En 2025, les internautes de 18 à 34 ans sont la seule tranche d'âge à s'informer d'avantage sur une base hebdomadaire (41 %) que sur une base quotidienne (31 %).



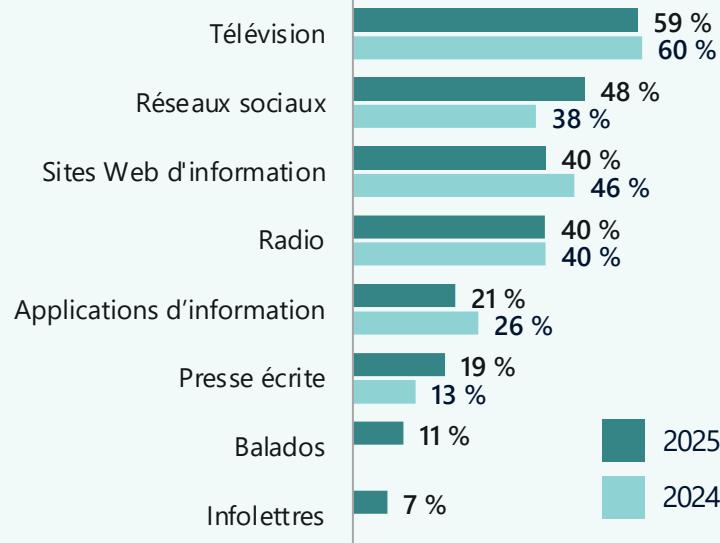
44 % des internautes ont une forte confiance envers les médias traditionnels.



63 %

des internautes consultent au moins une fois par mois l'actualité via des sources ou des médias étrangers.

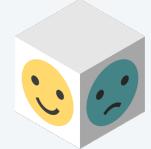
Part des internautes s'informent par les canaux suivants :



42 %

des internautes de 18 à 34 ans s'informent régulièrement via des influenceur(-euse)s se spécialisant dans l'actualité.

30 % des internautes voient des fausses nouvelles tous les jours, et 57 % au moins une fois par semaine.



La majorité des internautes (82 %) estime que les réseaux sociaux sont susceptibles de contenir des fausses nouvelles.

Domaines les plus vulnérables à la désinformation selon les internautes :

63 % La politique

52 % Les conflits internationaux et les affaires étrangères

51 % La santé et la médecine



37 %

des internautes ont vécu une fraude en ligne au cours de la dernière année. Cette proportion monte à 51 % chez les internautes peu à l'aise avec le numérique.



RECHERCHE

Votre partenaire en recherche
depuis 38 ans



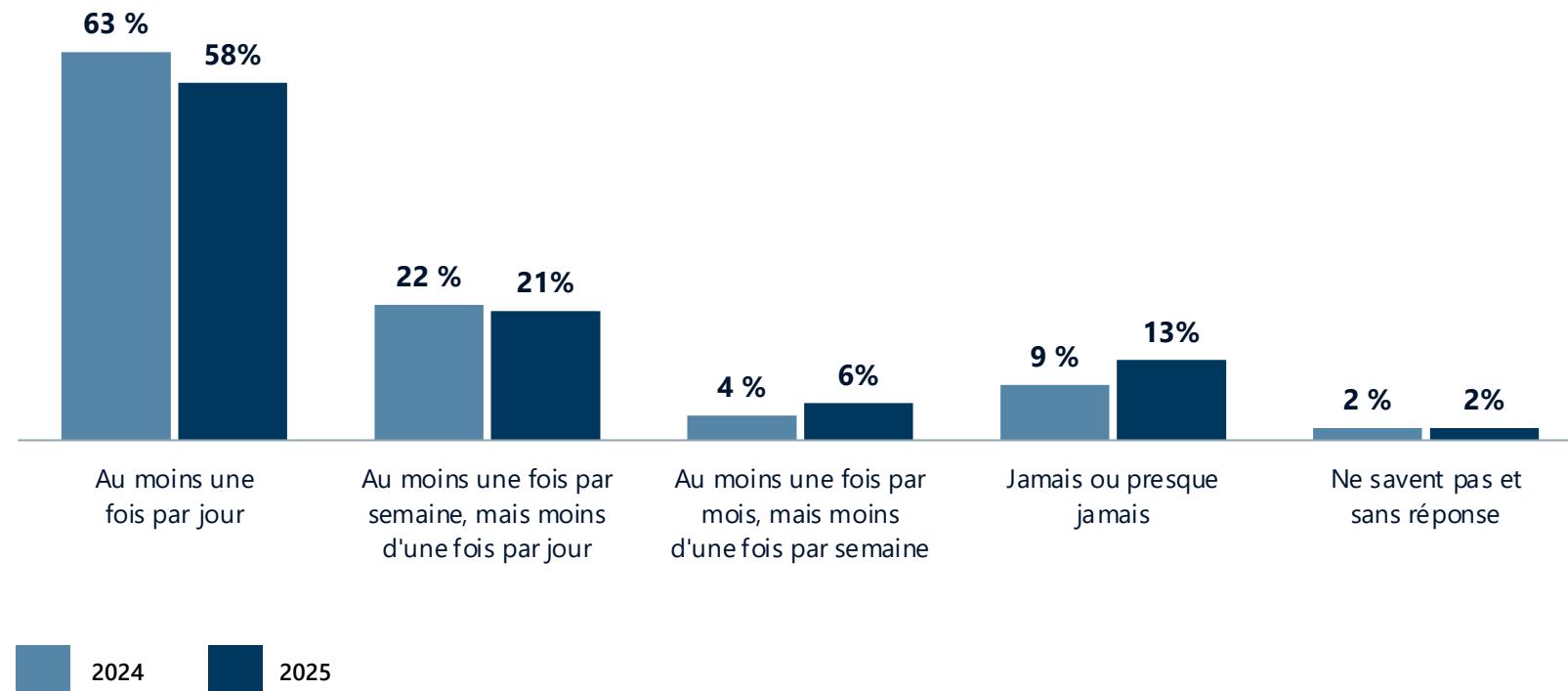
biprecherche.com

Informations et actualités en ligne



Les internautes sont moins nombreux(-euses) à s'informer tous les jours en 2025

Part des internautes en fonction de leur fréquence de consultation de l'actualité en 2024 et en 2025



Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence consultez-vous les actualités ou les nouvelles?

En 2025, 58 % des internautes consultent l'actualité au moins une fois par jour, comparativement à 63 % en 2024. La proportion de celles et ceux qui ne s'informent jamais ou presque jamais augmente quant à elle légèrement, passant de 9 % en 2024 à 13 % en 2025. Ces variations sont surtout portées par les internautes de moins de 55 ans, dont les habitudes sont détaillées à la page suivante.

Parmi les internautes qui consultent l'actualité au moins une fois par jour, des différences significatives sont visibles selon le milieu de résidence : 66 % des internautes vivant en milieu urbain s'informent quotidiennement, comparativement à 53 % en milieu périurbain et 49 % en milieu rural.

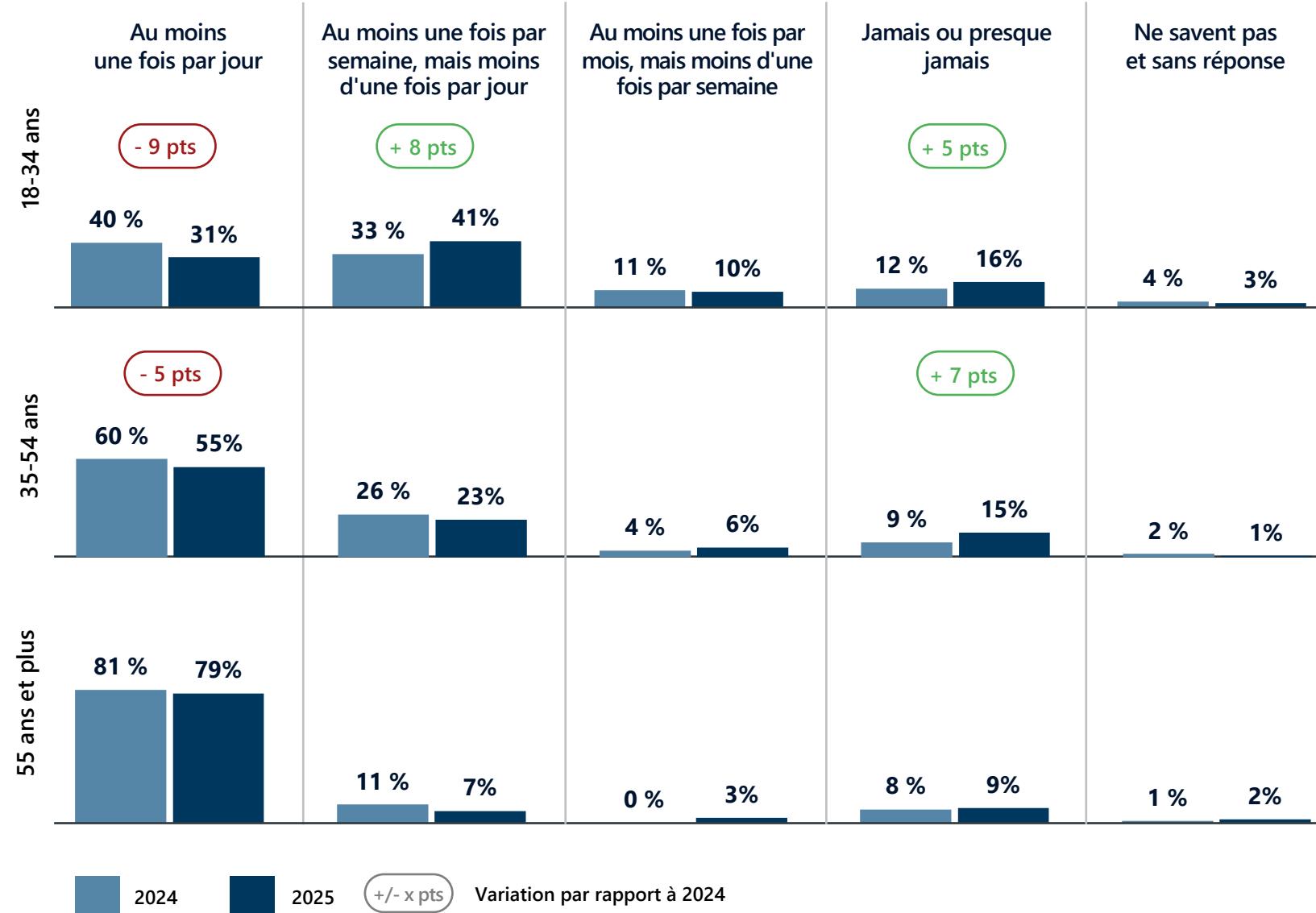
Les 18-34 s'informent davantage sur une base hebdomadaire que quotidienne

Cette année encore, on remarque que les internautes de 55 ans et plus sont significativement plus nombreux(-euses) à consulter l'actualité tous les jours que les deux autres groupes d'âge.

Par rapport à 2024, la proportion d'internautes de 18-34 ans qui consultent l'actualité quotidiennement chute de 40 % à 31 %, tandis que la part de celles et ceux qui s'informent sur une base hebdomadaire augmente de 33 % à 41 %. Les membres de cette génération sont donc plus nombreux(-euses) à s'informer sur une base hebdomadaire que quotidienne.

Chez les 35-54 ans, la proportion de celles et ceux qui ne s'informent jamais ou presque jamais augmente de 8 % à 15 %.

Part des internautes en fonction de leur fréquence de consultation de l'actualité en 2024 et en 2025

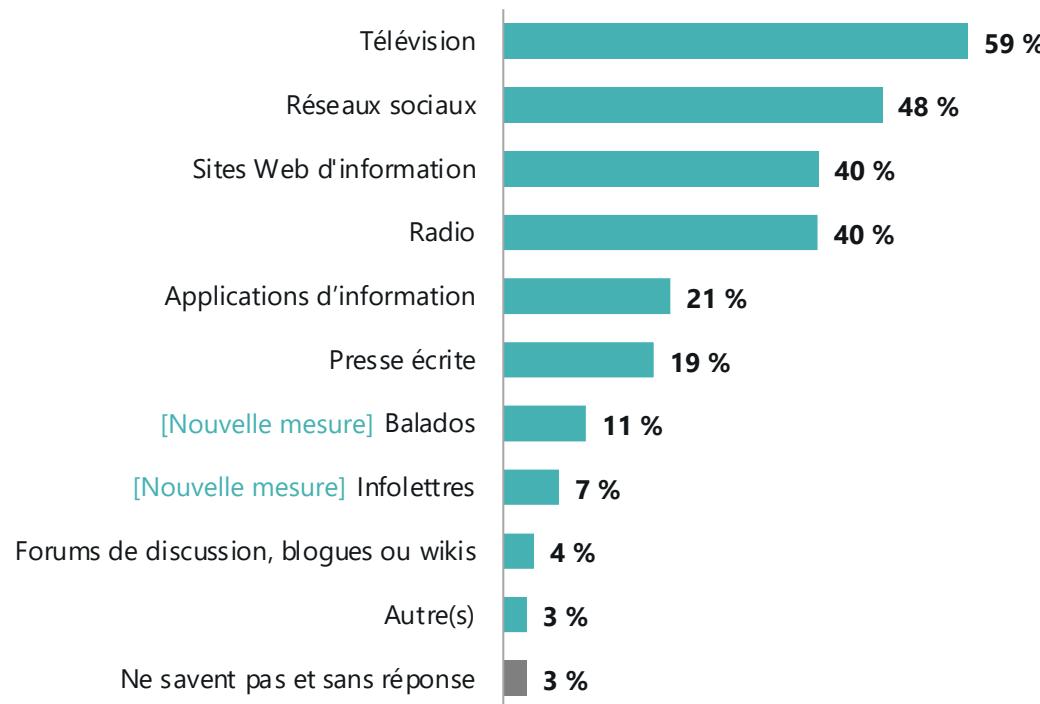


Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence consultez-vous les actualités ou les nouvelles?

Après la télévision, les réseaux sociaux sont la deuxième source d'information principale des internautes

Supports utilisés pour s'informer de l'actualité par les internautes du Québec



En 2025, la télévision demeure la principale source d'information (59 % des internautes s'informent par ce moyen), une proportion stable par rapport à 2024 (60 %). Les réseaux sociaux occupent désormais la deuxième position (48 %), en hausse significative par rapport à 2024 (38 %), devançant ainsi les sites Web d'information (40 %), qui reculent par rapport à 2024 (46 %). Les variations observées depuis 2022 sont présentées à la page suivante.

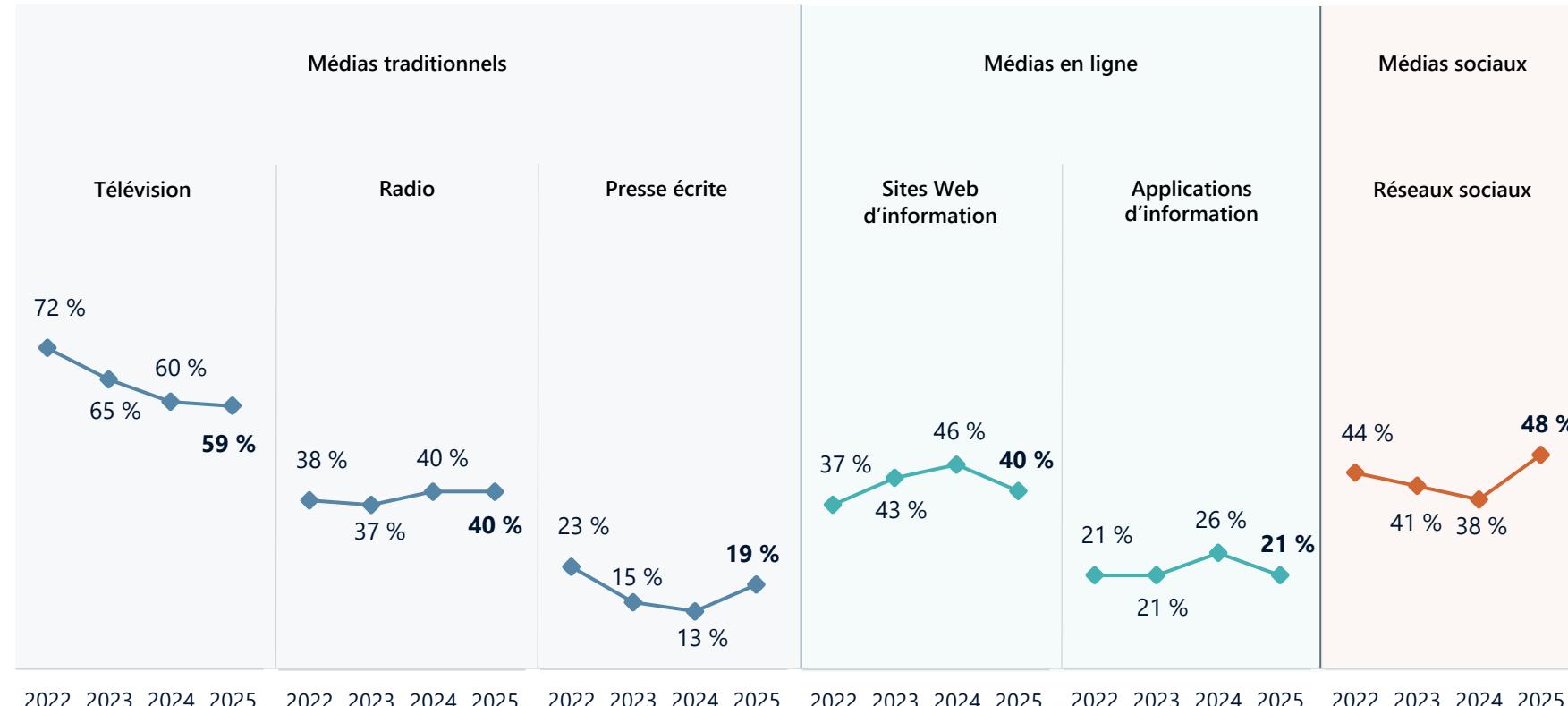
Cette année, deux nouvelles sources d'information ont été mesurées. Nous apprenons que les balados sont utilisés par 11 % des internautes pour s'informer de l'actualité, une proportion qui s'élève à 19 % chez les 18-34 ans. Les infolettres quant à elles constituent une source d'information pour 7 % des internautes.

Base : internautes du Québec (n= 992)

Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous... pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

En 2025, les réseaux sociaux et la presse écrite progressent tandis que les sites Web et applications d'information reculent

Supports utilisés pour s'informer de l'actualité par les internautes du Québec, évolution depuis 2022



Par rapport à l'année dernière, la part des internautes utilisant les réseaux sociaux comme source d'information a bondi de 38 % à 48 %. La presse écrite, qui concernait de moins en moins d'internautes depuis 2022, connaît un regain d'intérêt (+ 6 points de pourcentage par rapport à 2024).

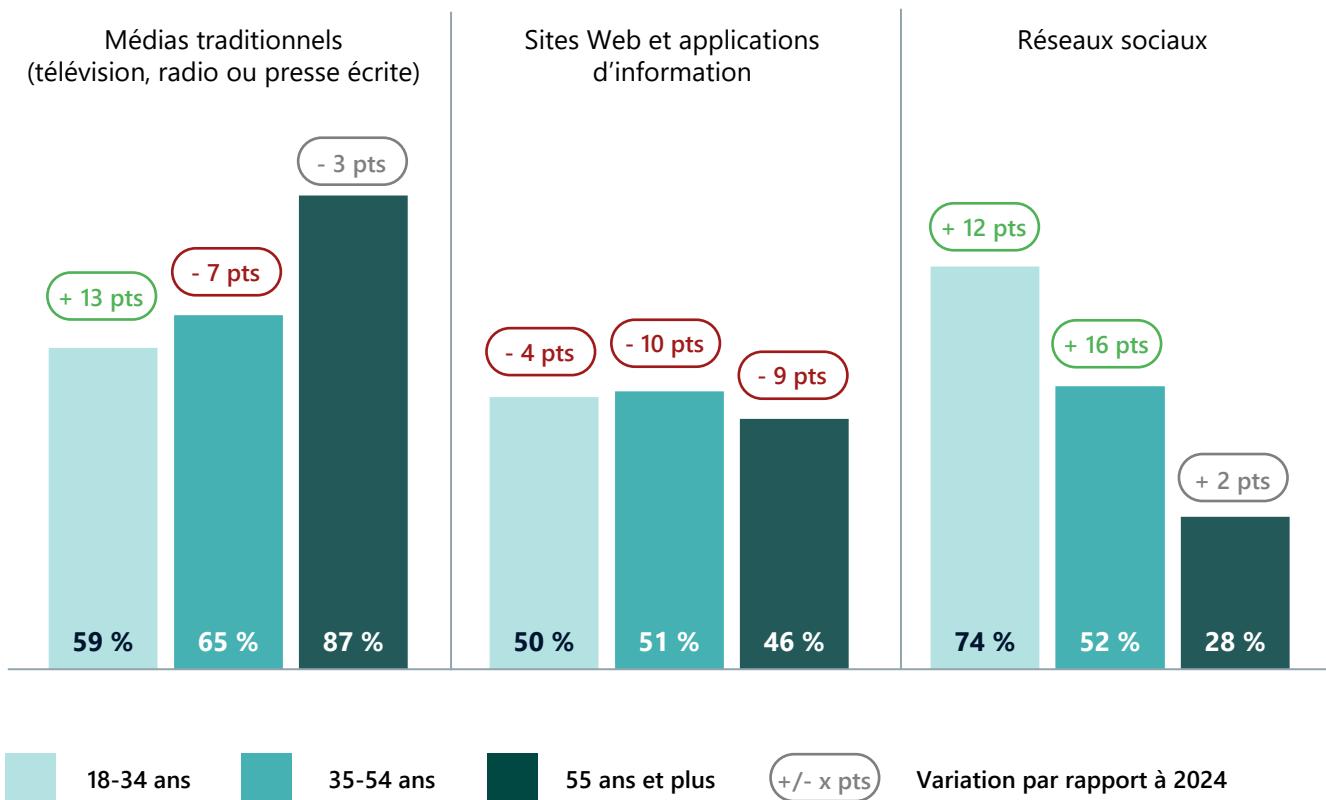
À l'inverse, les sites Web et les applications d'information qui étaient en progression depuis 2022 connaissent cette année un déclin de 5 et de 6 points de pourcentage respectivement.

Base : internautes du Québec (2025 n= 992, 2024 n=1 259, 2023 n= 1 220, 2022 n=1 213)

Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous... pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

Toutes les générations se détournent des sites et applications d'information

Catégories de supports utilisés pour s'informer en fonction de la tranche d'âge, comparativement à l'année dernière



Base : internautes du Québec (2025 n= 992, 2024 n=1 259)
Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous... pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

L'utilisation des sites Web et applications d'information recule chez les internautes de tous les groupes d'âge par rapport à 2024. Du côté des médias traditionnels (télévision, radio et presse écrite), on constate un regain d'intérêt chez les internautes de 18 à 34 ans (+13 points), alors qu'une portion de 35-54 ans s'en détourne (-7 points). Les réseaux sociaux connaissent quant à eux une progression marquée chez les 18-34 ans et les 35-54 ans. Ils sont désormais un support d'information pour près des trois quarts des internautes de 18 à 34 ans (74 %) et pour plus de la moitié des 35-54 ans (52 %).

Globalement, 53 % des internautes s'informent à la fois par des médias traditionnels et des médias numériques. Seulement 20 % des internautes ne s'informent que par les médias traditionnels, et cela concerne essentiellement les internautes de 55 ans et plus. Plus précisément, 31 % des internautes de cette tranche d'âge ne s'informent que par la télévision, la radio ou la presse écrite. À l'inverse, près du quart (23 %) des internautes ne s'informent que par les médias numériques ou les réseaux sociaux. Cela concerne 37 % des internautes de 18 à 34 ans et 30 % des internautes de 35 à 54 ans.

Seulement 44 % des internautes déclarent avoir une forte confiance envers les médias traditionnels

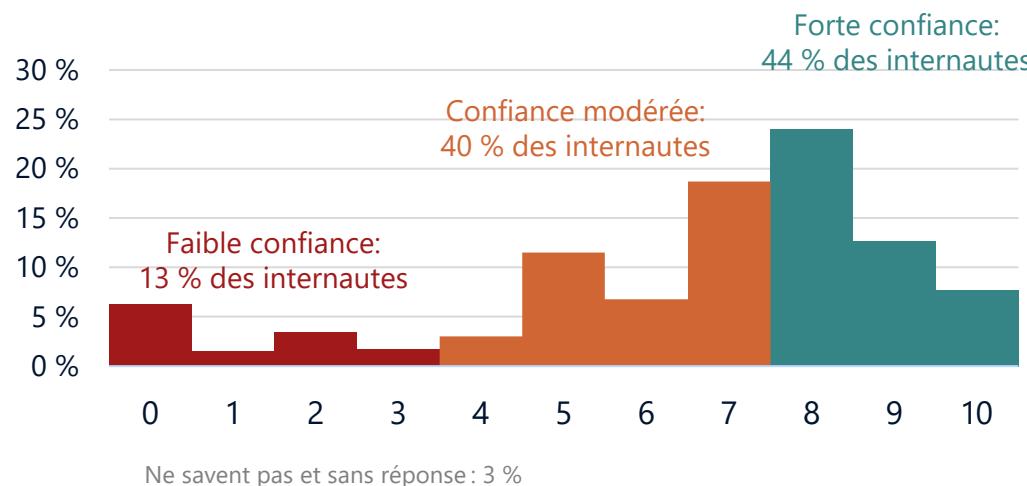
La proportion d'internautes accordant une forte confiance envers les médias traditionnels passe de 47 % en 2024 à 44 % en 2025, tandis que celle exprimant une faible confiance augmente, passant de 9 % à 13 %. La proportion d'internautes accordant une faible confiance aux nouvelles diffusées sur les médias sociaux passe quant à elle de 38 % en 2024 à 43 %, et seulement 7 % des internautes déclarent avoir une forte confiance envers ces plateformes. Par rapport à l'année dernière, il s'agit de variations relativement légères, n'affectant pas significativement les notes de confiance moyenne.

On constate par ailleurs que les personnes qui ne s'informent pas ne font ni confiance aux médias traditionnels (note moyenne de confiance de 2,5/10), ni aux médias sociaux (2,2/10). On remarque également que la note de confiance moyenne envers les médias traditionnels est plus élevée chez les personnes qui les utilisent que celles qui ne les utilisent pas pour s'informer.

Base : internautes du Québec (n=992)

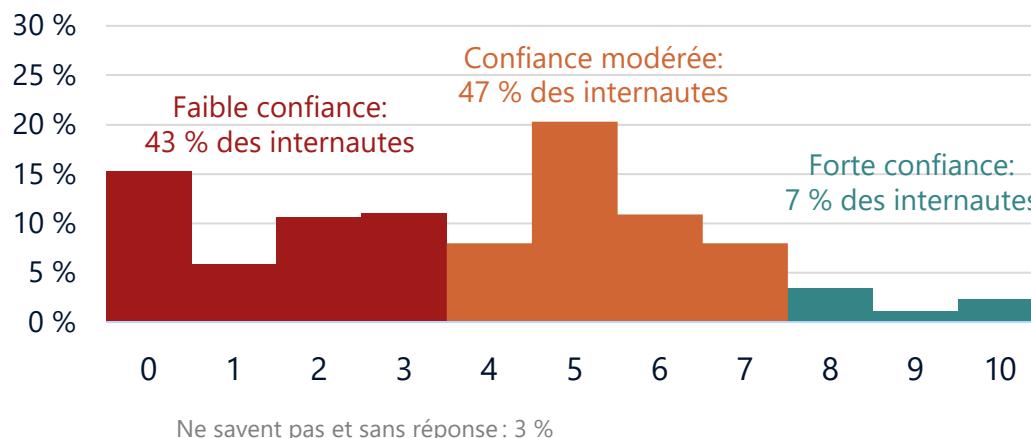
Veuillez indiquer, sur une échelle de 0 à 10, le niveau de confiance que vous accordez aux médias traditionnels - tels que les journaux, la télévision et la radio - pour ce qui est de rapporter les nouvelles de manière complète, précise et équitable./(...) aux médias sociaux - tels que X (Twitter), Facebook, Instagram et YouTube - (...)

Répartition des niveaux de confiance accordée aux médias traditionnels



Note moyenne :
6,6/10
- 0,3
par rapport
à 2024

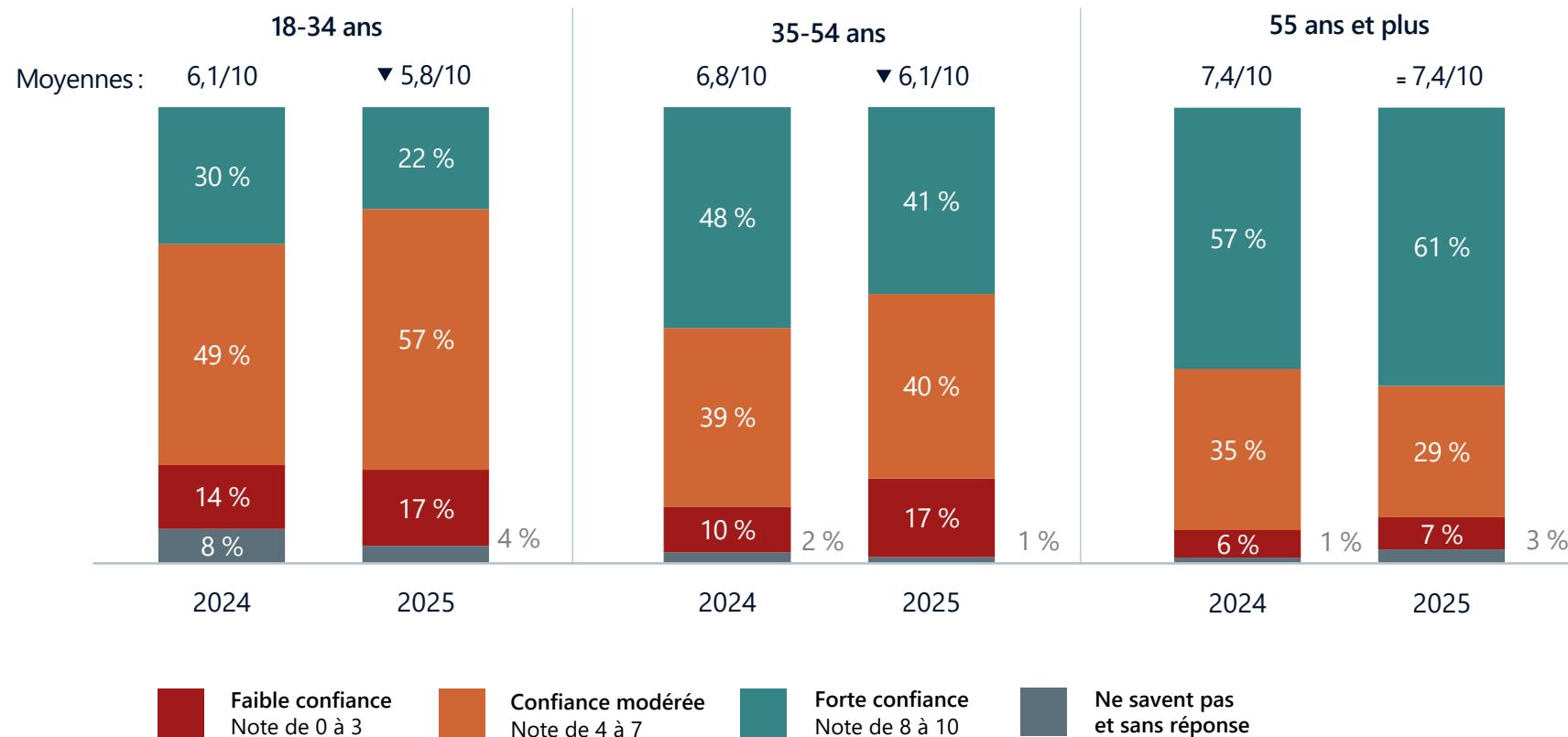
Répartition des niveaux de confiance accordée aux nouvelles sur les médias sociaux



Note moyenne :
3,9/10
- 0,2
par rapport
à 2024

La confiance envers les médias traditionnels recule chez les internautes de moins de 55 ans

Niveau de confiance des internautes envers les médias traditionnels en fonction de leur tranche d'âge, par rapport à 2024



La part des internautes de 55 ans et plus déclarant avoir un fort niveau de confiance envers les médias traditionnels a augmenté en 2025 par rapport à 2024, contrairement aux deux autres groupes d'âge chez qui elle a baissé (-8 points chez les 18-34 ans, -7 points chez les 35-54 ans).

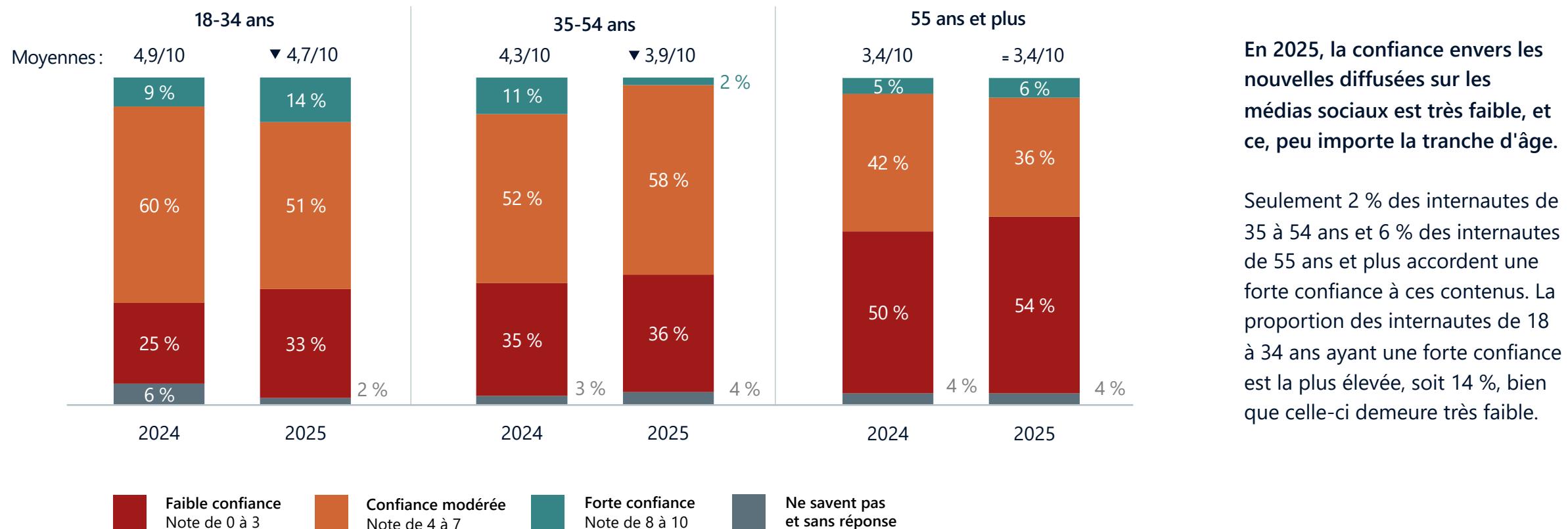
Chez les 35-54 ans, la note moyenne de confiance a significativement chuté, passant de 6,8/10 à 6,1/10.

Base : internautes du Québec (2025 n=992, 2024 n=1 259)

Veuillez indiquer, sur une échelle de 0 à 10, le niveau de confiance que vous accordez aux médias traditionnels - tels que les journaux, la télévision et la radio - pour ce qui est de rapporter les nouvelles de manière complète, précise et équitable. / (...) vous accordez aux médias sociaux - tels que X (Twitter), Facebook, Instagram et YouTube - (...)

Seulement 2 % des internautes de 35 à 54 ans accordent une forte confiance aux nouvelles diffusées sur les médias sociaux

Niveau de confiance des internautes envers les nouvelles sur les médias sociaux en fonction de leur tranche d'âge, par rapport à 2024

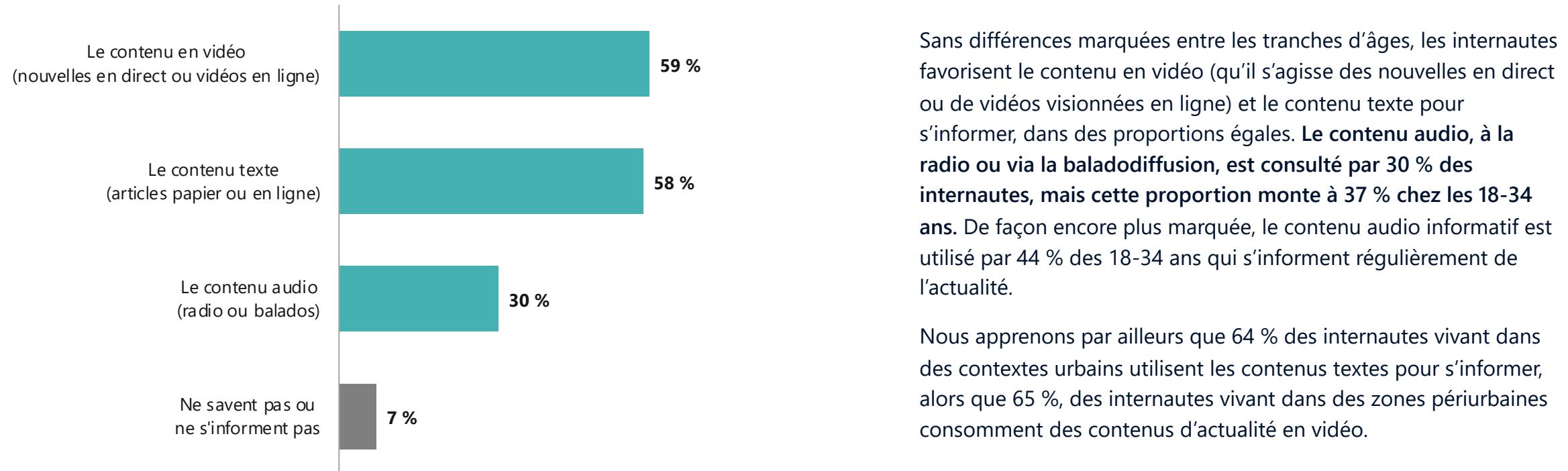


Base : internautes du Québec (2025 n=992, 2024 n=1 259)

Veuillez indiquer, sur une échelle de 0 à 10, le niveau de confiance que vous accordez aux médias traditionnels - tels que les journaux, la télévision et la radio - pour ce qui est de rapporter les nouvelles de manière complète, précise et équitable. / (...) vous accordez aux médias sociaux - tels que X (Twitter), Facebook, Instagram et YouTube - (...)

Le texte et la vidéo sont les formats de nouvelles consommés par le plus grand nombre d'internautes

Formats de contenus consultés régulièrement pour s'informer de l'actualité par les internautes du Québec

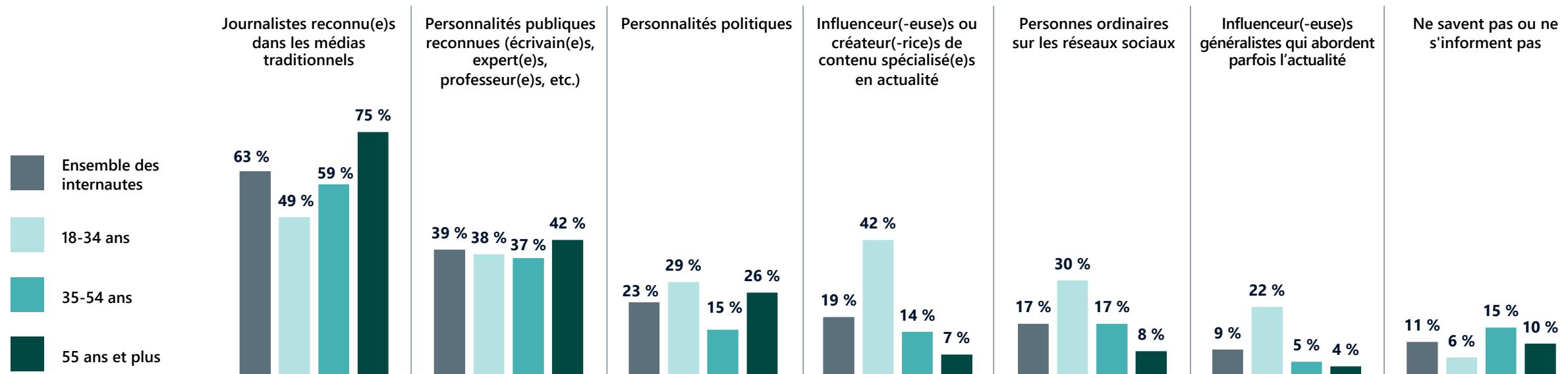


Base : internautes du Québec (n= 992)

Parmi les formats de contenus suivants, lequel consultez-vous régulièrement pour vous informer?

42 % des internautes de 18 à 34 ans s'informent régulièrement via des influenceur(-euse)s spécialisé(e)s dans l'actualité

Part des internautes s'informent régulièrement via les sources suivantes



Les journalistes reconnu(e)s dans les médias traditionnels sont la source privilégiée par une majorité d'internautes pour s'informer de l'actualité (63 %). Toutefois, cette préférence est plus marquée chez les internautes de 55 ans et plus (75 %) que chez les internautes de 18 à 34 ans (49 %). Cette dernière tranche d'âge se démarque quant à elle par son attrait pour les influenceur(-euse)s et créateur(-rice)s de contenus spécialisé(e)s dans l'information d'actualité (42 %). De façon encore plus marquée, près d'un internaute de 18 à 34 ans qui s'informe sur deux (48 %) consulte régulièrement ces créateurs et créatrices de contenus. Cette génération est également intéressée par les avis de personnes ordinaires sur les réseaux sociaux (30 %) et par ceux des influenceur(-euse)s généralistes qui abordent parfois l'actualité (22 %). Découvrez à la page suivante l'éclairage de Denis Martel, stratège numérique, sur l'émergence des influenceur(-euse)s d'actualité.

Base : internautes du Québec (n=992)

Parmi les sources d'information suivantes, lesquelles consultez-vous régulièrement pour vous informer?



L'info-influence, nouveau moteur de l'information sur les médias sociaux?



Par Denis Martel

Stratège en marketing numérique, producteur, formateur et conférencier

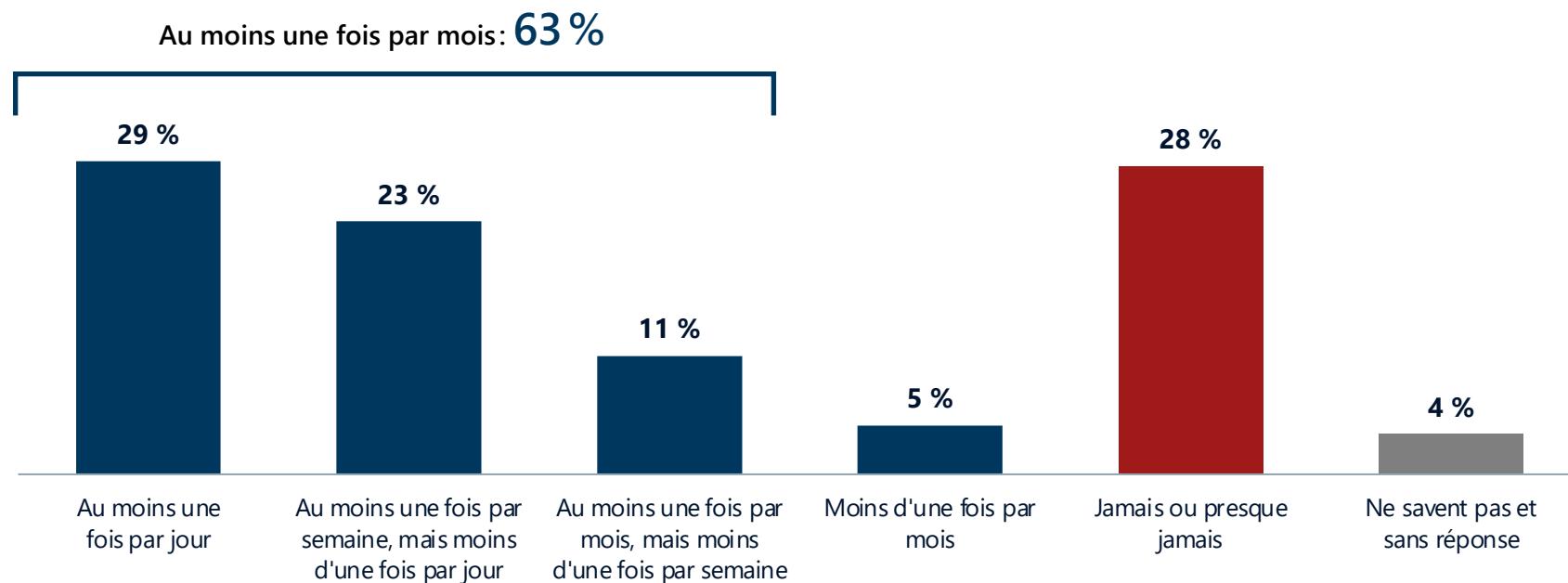
La hausse de l'information consommée via les réseaux sociaux au Québec peut paraître surprenante, compte tenu du blocage des nouvelles sur l'ensemble des plateformes de Meta depuis août 2023. Pourtant, en 2025, 48 % des internautes québécois disent s'informer via les réseaux sociaux, une proportion en hausse par rapport à 2024 (38 %). La progression est particulièrement marquée chez les 18-34 ans (74 %, +12 points) et chez les 35-54 ans (52 %, +16 points). **Cette hausse peut s'expliquer en partie par le succès des influenceurs d'actualité. Ces créateurs occupent un terrain laissé vacant, avec des formats courts, verticaux, incarnés et faciles à partager, qui épousent les codes des plateformes et les usages appréciés des internautes.** Chez les 18-34 ans, 42 % disent s'informer régulièrement via des créateurs spécialisés en actualité.

Mais cette hausse ne s'explique toutefois pas uniquement par la présence de créateurs indépendants. **Les médias traditionnels et les médias de référence se réinventent tranquillement et adoptent eux aussi ces codes. Ils proposent davantage de contenus pensés pour les réseaux sociaux : comptes personnels des journalistes, accroches rapides, montages serrés, verticalité, narration, segments explicatifs.** En s'adaptant ainsi, ils contournent les blocages et réussissent à reprendre une place dans les fils et contribuent, eux aussi, à la hausse de la consommation d'information sur les médias sociaux.

Chose intéressante, ce déplacement soulève de plus en plus d'enjeux collectifs. Quand l'information circule via de nouveaux intermédiaires et de nouveaux mécanismes, la question de la rigueur, des sources, des angles, de la transparence et des modèles d'affaires devient centrale. Le métier d'influenceur d'actualité se transforme en direct, à coups d'essais, d'erreurs, d'apprentissages et de corrections, et j'ai du mal à dissocier cette évolution de l'importance de renforcer la littératie médiatique et numérique des Québécois. L'écosystème change, notre capacité à le comprendre doit suivre. On peut raisonnablement conclure que le principe d'info-influence contribue à la hausse de l'information consommée sur les réseaux sociaux. Mais je me permets de pousser la réflexion plus loin : **est-ce que, via leur façon accessible et engageante de présenter l'actualité, les influenceurs d'actualité ne contribuent-ils pas aussi à donner le goût de s'informer - tout court?**

63 % des internautes consultent au moins une fois par mois l'actualité via des sources étrangères

Part des internautes en fonction de leur fréquence de consultation de l'actualité via des sources étrangères



Au Québec, 63 % des internautes consultent au moins une fois par mois l'actualité via des sources ou des médias étrangers.

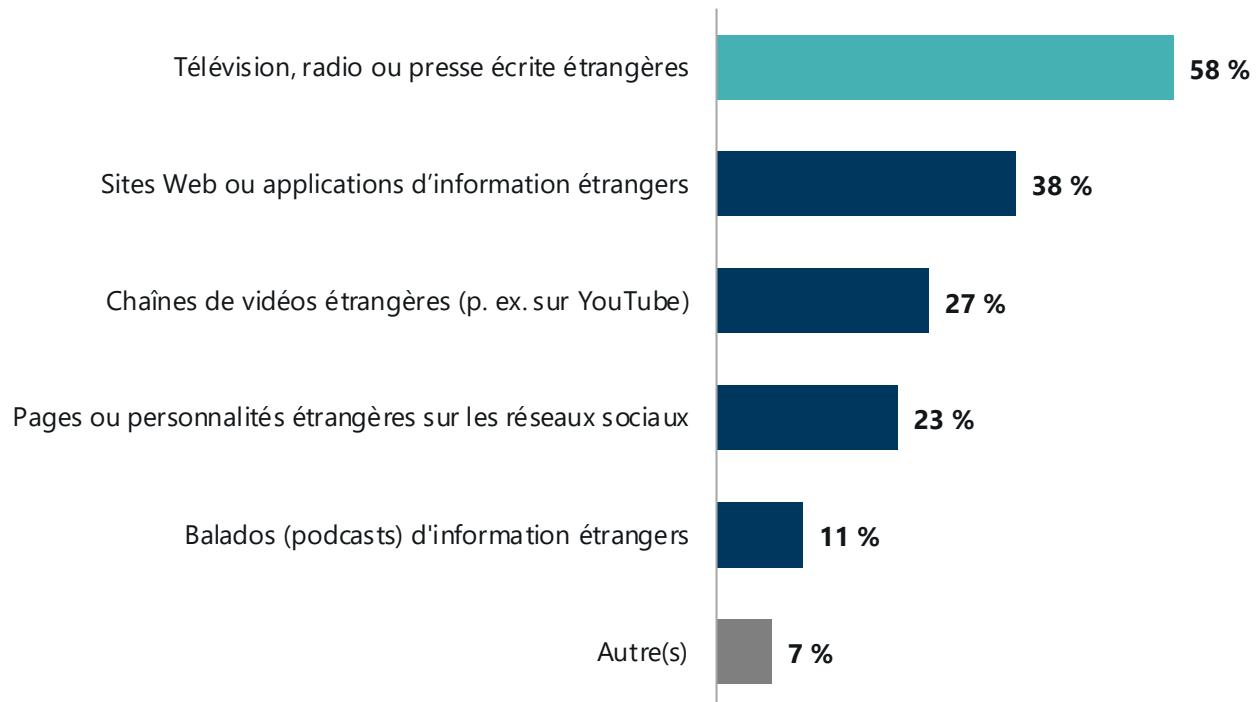
Près d'une personne internaute sur 3 (29%) adoptent même cette habitude de façon quotidienne, une proportion qui monte à 35 % chez les hommes contre 23 % chez les femmes. Par ailleurs, les internautes du Québec né(e)s à l'extérieur du pays sont 55 % à consulter les actualités via des sources étrangères sur une base quotidienne.

Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence consultez-vous des actualités ou des nouvelles provenant de sources ou de médias étrangers (p. ex. États-Unis, Europe, etc.)?

Les internautes qui s'informent à l'étranger consultent majoritairement les médias traditionnels

Types de médias d'actualités étrangères utilisés par les internautes du Québec qui s'informent au moins une fois par mois via des sources étrangères

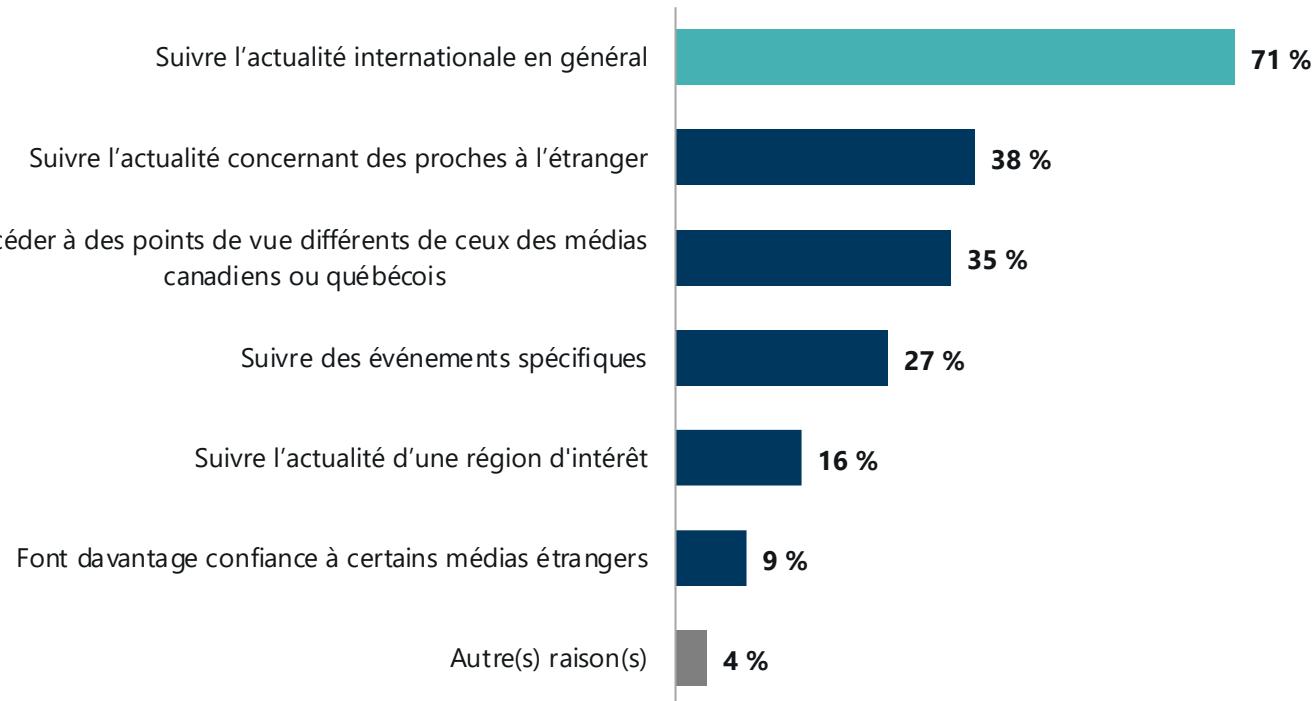


De façon globale, les internautes qui s'informent via des sources ou des médias étrangers au moins une fois par mois privilégiennent majoritairement les médias traditionnels. Toutefois, on observe les mêmes variations générationnelles que pour les médias nationaux et provinciaux. Les internautes de 55 ans et plus s'informent davantage via les médias traditionnels (74 %, contre 42 % des 18-34 ans), tandis que les 18-34 ans sont significativement plus nombreux(-euses) à s'informer sur des chaînes de vidéos étrangères, par exemple sur YouTube (47 %), ou via des pages ou personnalités sur les réseaux sociaux (39 %).

Base : internautes du Québec qui s'informent à l'étranger au moins une fois par mois (n=628)
Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

Les internautes consultent des sources d'informations étrangères principalement pour suivre l'actualité internationale

Raisons de s'informer à l'étranger nommées par les internautes du Québec qui s'informent au moins une fois par mois via des sources étrangères



71 % des personnes qui s'informent régulièrement via des sources ou des médias étrangers le font pour suivre l'actualité internationale de manière générale, tandis que 27 % le font pour suivre des événements spécifiques et 16 % pour s'informer d'une région en particulier.

Les internautes né(e)s à l'extérieur du Canada qui s'informent régulièrement à l'étranger sont significativement plus nombreux(-euses) à déclarer s'intéresser à une région en particulier (36 %).

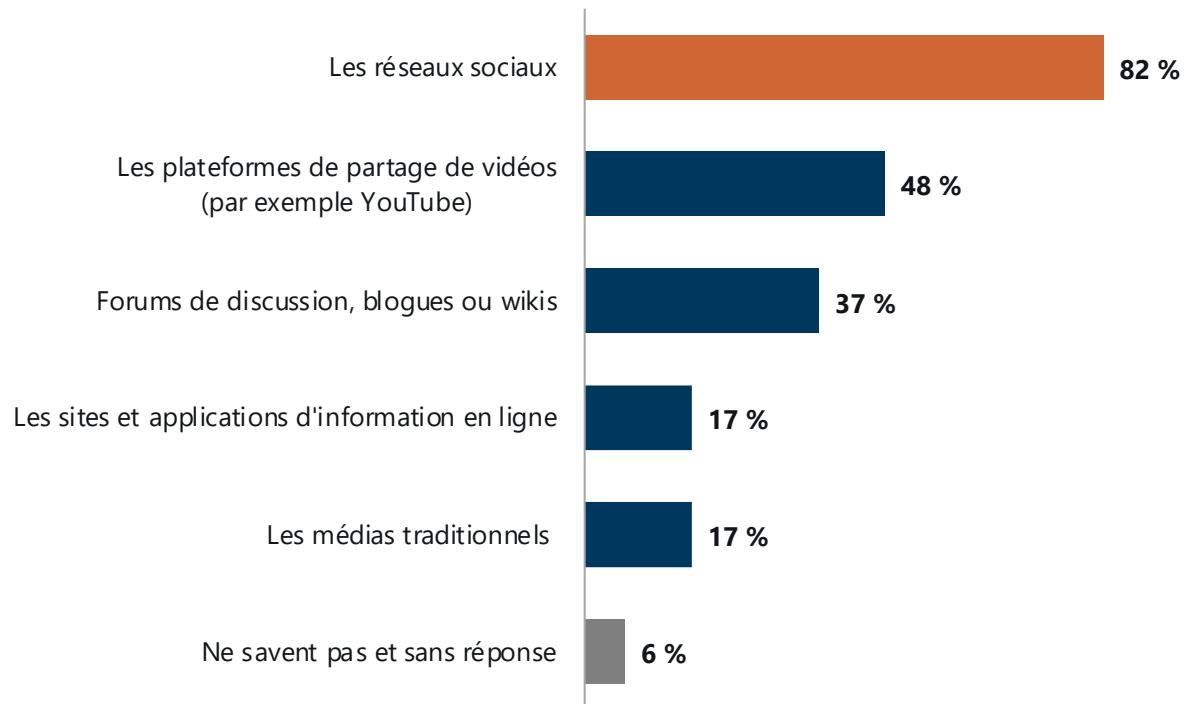
Base : internautes du Québec qui s'informent à l'étranger au moins une fois par mois (n=628)
Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

A close-up photograph of a person's hands holding a dark-colored smartphone. The phone has a triple-camera system on its back. The background is blurred, showing out-of-focus green and orange foliage, suggesting an outdoor setting.

Fausses nouvelles
et désinformation

Les réseaux sociaux sont perçus comme le canal principal de propagation des fausses nouvelles

Part des internautes estimant que les sources suivantes comportent souvent des fausses nouvelles



Plus de huit internautes sur dix (82 %) considèrent que les réseaux sociaux sont susceptibles de contenir souvent des fausses nouvelles. À l'inverse, seulement 18 % des internautes considèrent que les médias traditionnels contiennent souvent de la désinformation.

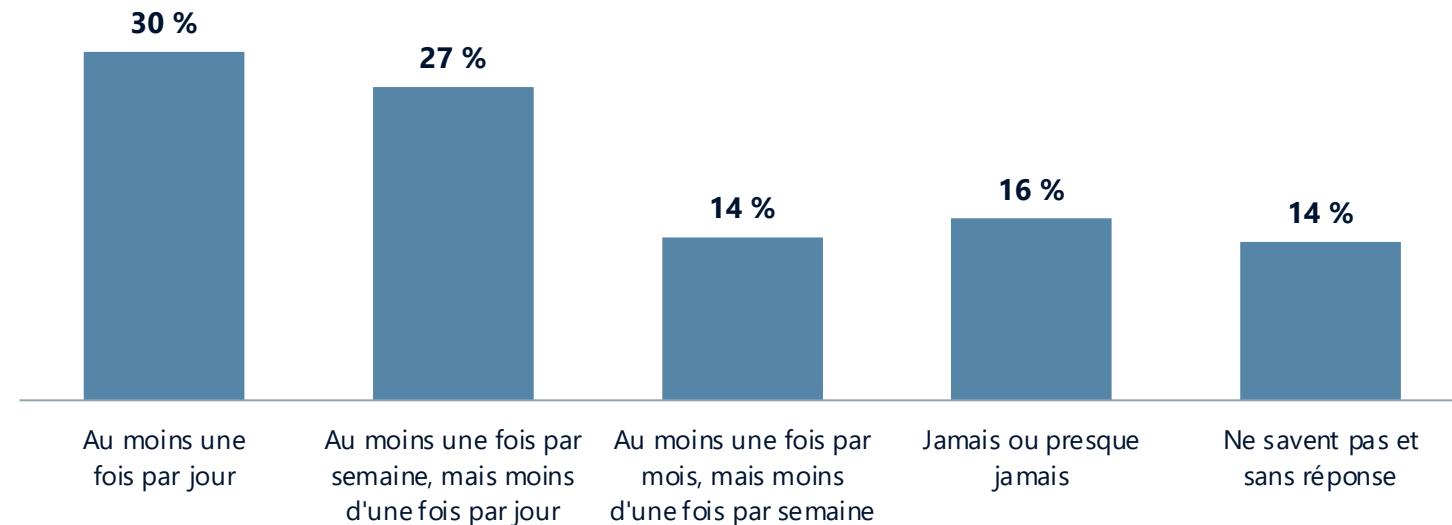
Rappelons que les internautes de 18 à 34 ans affichent, comparativement aux deux autres groupes d'âge, à la fois la moins bonne note de confiance moyenne envers les médias traditionnels, mais aussi la meilleure note de confiance moyenne envers les nouvelles diffusées sur les médias sociaux. C'est donc sans surprise que cette génération est significativement plus enclue à estimer que les médias traditionnels diffusent souvent des fausses nouvelles (23 %) et moins enclue à estimer la même chose des réseaux sociaux (77 %) et des plateformes de diffusion de vidéo (41 %).

Base : internautes du Québec (n= 992)

Quelle(s) source(s) de nouvelles vous semble(nt) le plus souvent contenir de fausses nouvelles ou de la désinformation?

30 % des internautes voient des fausses nouvelles en ligne quotidiennement

Part des internautes en fonction de la fréquence à laquelle ils et elles rencontrent des fausses nouvelles en ligne



Base : internautes du Québec (n=992)

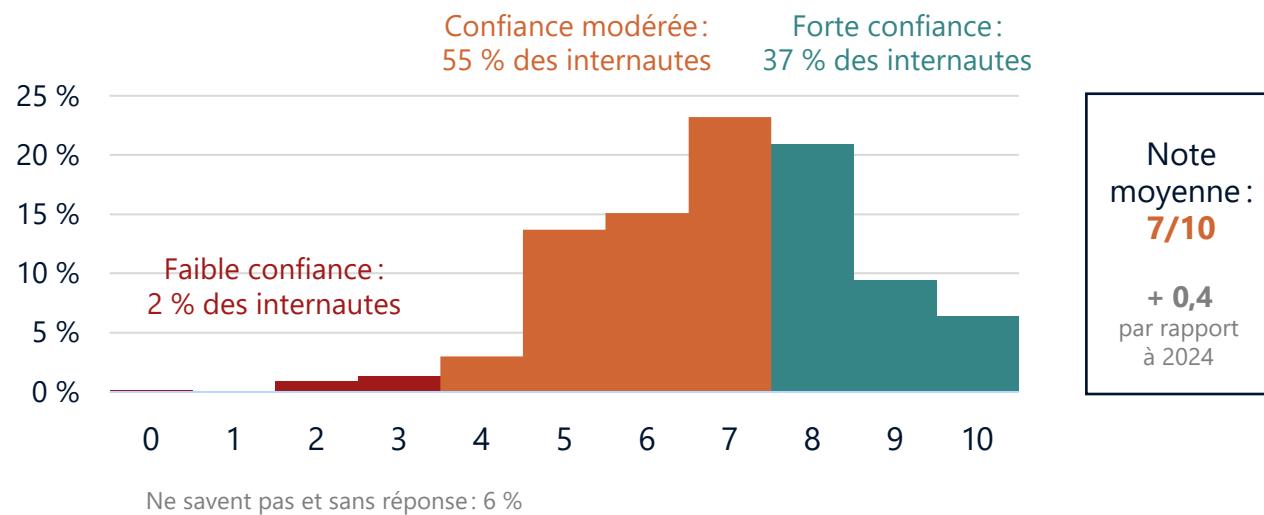
À quelle fréquence êtes-vous exposé(e) à des nouvelles ou des informations que vous considérez comme fausses ou trompeuses?

En 2025, les internautes ont régulièrement été confronté(e)s à des fausses nouvelles. Trois internautes sur dix déclarent en avoir vu au moins une fois par jour, tandis que 27 % déclarent en voir au moins une fois par semaine. Au total, plus de la moitié des internautes (57 %) sont confrontés à de la désinformation au moins une fois par semaine.

Cette perception varie toutefois selon l'âge. Les internautes de 18 à 34 ans sont plus nombreux(-euses) à déclarer voir des informations trompeuses chaque jour (39 %), comparativement à 25 % chez les 55 ans et plus. Cette différence peut s'expliquer par le fait que les jeunes internautes s'informent davantage sur les réseaux sociaux et y passent davantage de temps (NETendances 2024, Actualités et réseaux sociaux), les réseaux sociaux étant considérés comme le vecteur principal de diffusion des fausses nouvelles.

37 % des internautes ont une forte confiance en leur capacité à reconnaître une fausse nouvelle

Répartition des niveaux de confiance en sa propre capacité à reconnaître des fausses nouvelles



Base: internautes du Québec (n=992)

Sur une échelle de 0 à 10, évaluez votre niveau de confiance en votre capacité à reconnaître des fausses nouvelles en ligne.

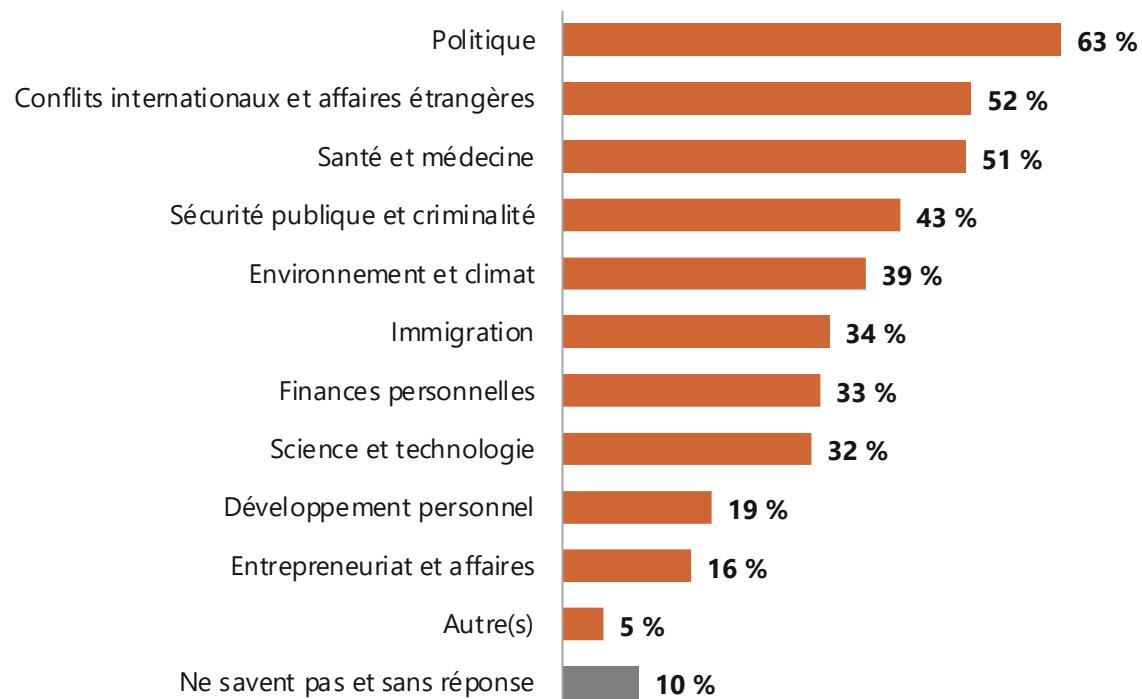
Cette année, 37 % des internautes ont déclaré avoir une forte confiance en leur capacité à reconnaître une fausse nouvelle en ligne, comparativement à 31 % l'année dernière. La note moyenne de confiance passe ainsi de 6,6/10 en 2024 à 7/10 en 2025, illustrant la perception d'une meilleure aisance à naviguer entre vraies et fausses informations en ligne.

Les internautes de 18 à 34 sont significativement plus nombreux(-euses) à estimer avoir une forte confiance en leur capacité à reconnaître une fausse nouvelle (45 %) que les 35-54 ans (36 %) et les 55 ans et plus (32 %).

Nous notons également que la fréquence d'exposition aux fausses nouvelles ne semble pas influencer sur la confiance des internautes envers leurs capacités à les reconnaître.

Les internautes estiment que la désinformation présente surtout des risques lorsqu'il s'agit de politique, d'affaires étrangères et de santé

Part des internautes percevant que les domaines suivants représentent le plus de risques face à la désinformation



Les internautes perçoivent la politique comme le domaine présentant le plus de risques face à la désinformation : 63 % estiment que ce secteur est particulièrement vulnérable aux fausses nouvelles. Les conflits internationaux et les affaires étrangères arrivent en deuxième position (52 %), suivis de près par la santé et la médecine (51 %).

Les enjeux liés à la sécurité publique et à la criminalité (43 %) ainsi qu'à l'environnement et au climat (39 %) sont également considérés comme des domaines à risque par une portion importante d'internautes. À l'inverse, les secteurs du développement personnel (19 %) et de l'entrepreneuriat et des affaires (16 %) sont moins souvent perçus comme présentant des risques face à la désinformation.

Base : internautes du Québec (n= 992)

Selon vous, dans quels domaines les fausses nouvelles et la désinformation présentent-elles le plus de risques?

Les personnes âgées et celles qui s'informent sur les réseaux sociaux sont perçues comme les plus vulnérables face à la désinformation

Part des internautes estimant que les groupes suivants sont particulièrement vulnérables aux fausses nouvelles



Les personnes âgées de 65 ans et plus sont perçues comme particulièrement vulnérables aux fausses nouvelles, y compris par les internautes de cette tranche d'âge.

Les personnes qui s'informent principalement sur les réseaux sociaux sont elles aussi perçues comme étant à risque, de façon encore plus importante par les internautes de 55 ans et plus (73 %, contre 61 % chez l'ensemble des internautes). Cette perception fait écho au fait que les internautes considèrent que les réseaux sociaux est le canal principal de diffusion des fausses nouvelles.

Notons par ailleurs que les groupes perçus comme les plus vulnérables aux fausses nouvelles n'ont pas une moins bonne confiance envers leur capacité à les reconnaître.

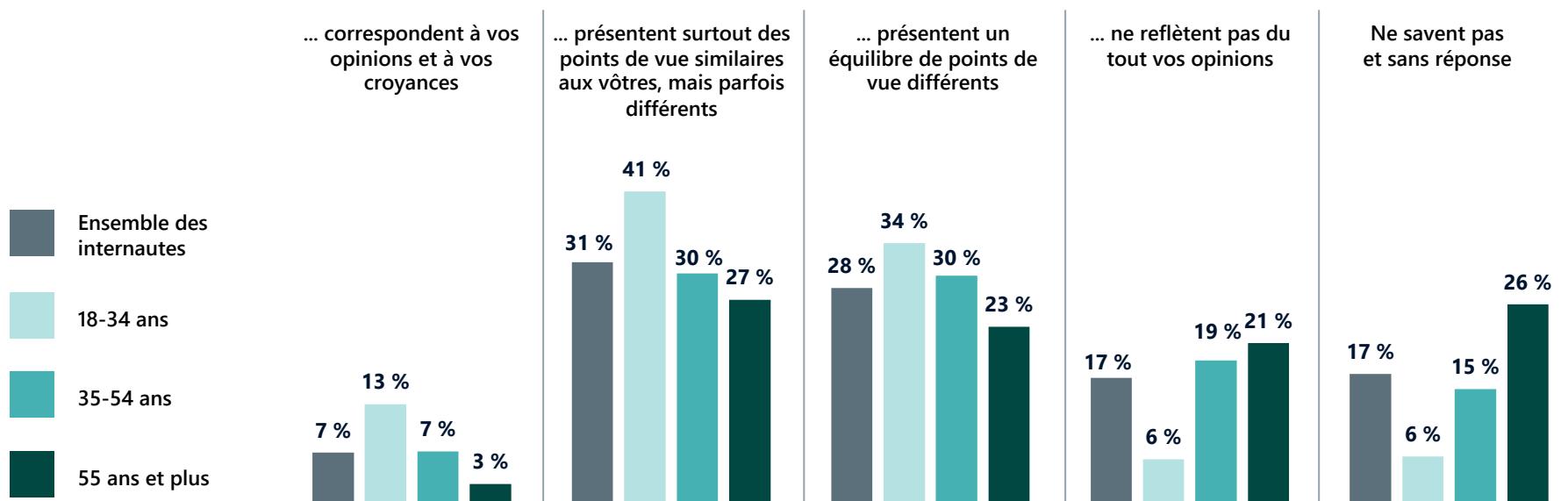
Base : internautes du Québec (n= 992)

Selon vous, quel(s) groupe(s) de personnes sont les plus vulnérables aux fausses nouvelles et à la désinformation en ligne?

38 % des internautes estiment que les réseaux sociaux leur proposent majoritairement des contenus en accord avec leurs points de vue

Part des internautes selon leur réponse à la question suivante:

« Lorsque vous utilisez les réseaux sociaux, avez-vous l'impression que la plupart des contenus que vous voyez... »



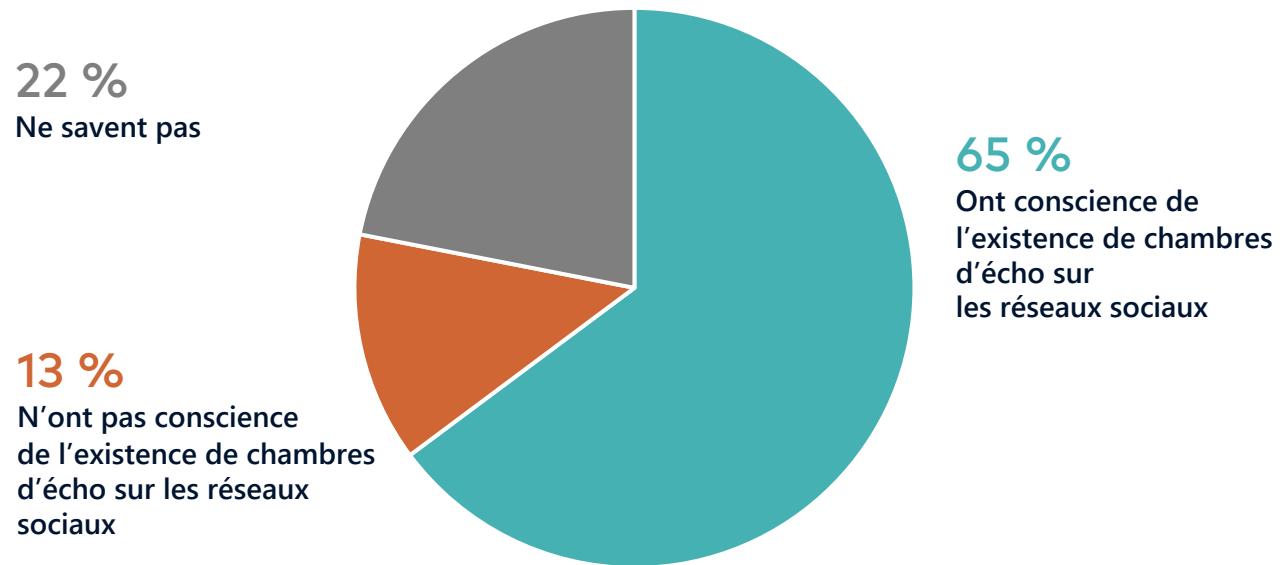
Base : internautes du Québec (n=992)

Lorsque vous utilisez les réseaux sociaux, avez-vous l'impression que la plupart des contenus que vous voyez...

Un premier 7 % des internautes considèrent que les réseaux sociaux contribuent à leur proposer majoritairement des contenus en accord avec leurs opinions et leurs croyances. Un autre 31 % estime que ces contenus sont surtout en accord avec leurs opinions, mais parfois différents. Au total, ce sont 38 % des internautes qui semblent avoir conscience que les réseaux sociaux les confrontent surtout à des contenus qui renforcent leurs points de vue existants, un phénomène connu sous le nom de « chambre d'écho ». Cette proportion monte à 54 % chez les internautes de 18 à 34 ans.

65 % des internautes ont conscience de l'existence des chambres d'écho sur les réseaux sociaux

Part des internautes selon leur niveau de conscience des chambres d'échos sur les réseaux sociaux



Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, est-ce que les algorithmes des plateformes de médias sociaux (Facebook, X, TikTok, YouTube, etc.) peuvent limiter l'exposition des utilisateurs à des points de vue différents des leurs?

Lorsqu'on leur pose la question de façon plus frontale, 65 % des internautes déclarent savoir que les réseaux sociaux peuvent limiter l'exposition de leurs utilisateurs et utilisatrices à des contenus de points de vue différents des leurs. **Cette proportion est significativement supérieure chez les internautes de 18 à 34 ans (77 %), expliquant pourquoi la plus grande part de ce groupe estime que les contenus sur ses réseaux sociaux correspondent majoritairement à ses points de vue.** Globalement, il existe un lien clair et statistiquement significatif entre la perception d'être exposé(e)s à des contenus en accord avec nos opinions et la conscience que les algorithmes des réseaux sociaux agissent comme bulle de filtrage. **Plus les individus estiment que les contenus vus sur les réseaux sociaux sont alignés avec leurs opinions, plus ils sont enclins à attribuer cette homogénéité aux mécanismes algorithmiques.**

Les internautes comprennent majoritairement les risques de désinformation liés à l'intelligence artificielle



ont conscience que l'IA peut permettre de créer des vidéos trompeuses de personnalités publiques (hypertrucage)



ont conscience que l'IA peut permettre de créer des textes et des articles trompeurs

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, est-ce que l'intelligence artificielle peut... A. Être utilisée pour créer des vidéos trompeuses de personnalités publiques? B. Être utilisée pour générer des textes ou des articles trompeurs?

En 2025, la quasi-totalité des internautes (93 %) ont conscience que l'intelligence artificielle peut être utilisée pour créer des vidéos trompeuses de personnalités publiques, un phénomène connu sous le nom d'hypertrucage, ou encore pour générer des textes et des articles trompeurs.

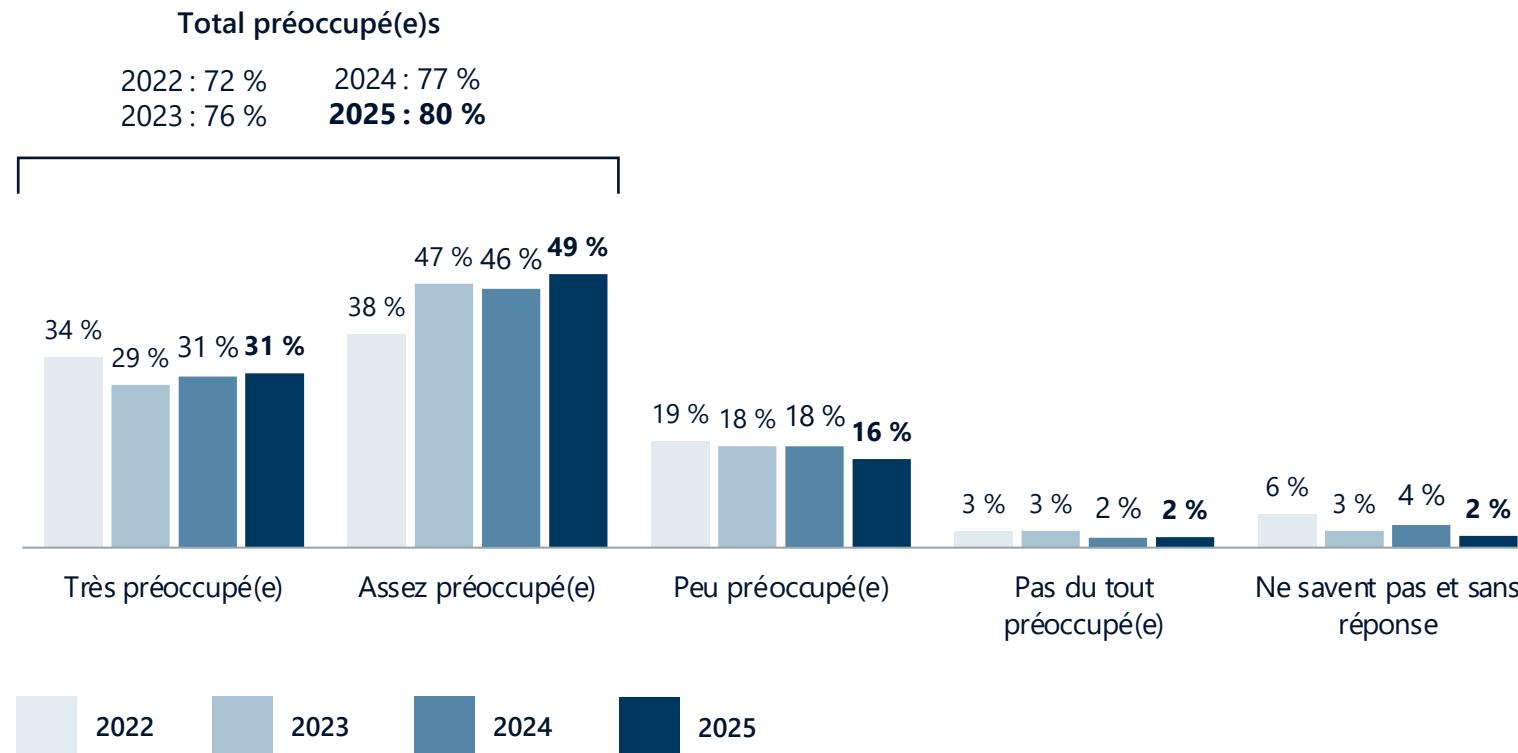
Cette forte sensibilisation aux capacités de l'IA en matière de désinformation démontre que les internautes comprennent les risques associés à cette technologie, qu'il s'agisse de contenu visuel ou textuel. **Toutefois, reconnaître l'existence de ces contenus trompeurs ne signifie pas nécessairement pouvoir les identifier.** Selon Siwei Lyu, professeur en informatique et directeur du UB Media Forensic Lab à University at Buffalo, « pour de nombreux scénarios quotidiens, particulièrement les appels vidéo de faible résolution et les médias partagés sur les plateformes de réseaux sociaux, leur réalisme est désormais suffisamment élevé pour tromper de manière fiable les personnes non expertes » (The Conversation, décembre 2025). La compréhension de l'existence des risques est néanmoins une première étape importante pour lutter contre la désinformation, mais également contre la fraude en ligne.

Cybersécurité et fraudes en ligne



Les internautes ont toujours autant à cœur la protection de leurs renseignements personnels en ligne

Préoccupation des internautes quant à la collecte, au stockage et à l'utilisation des données personnelles



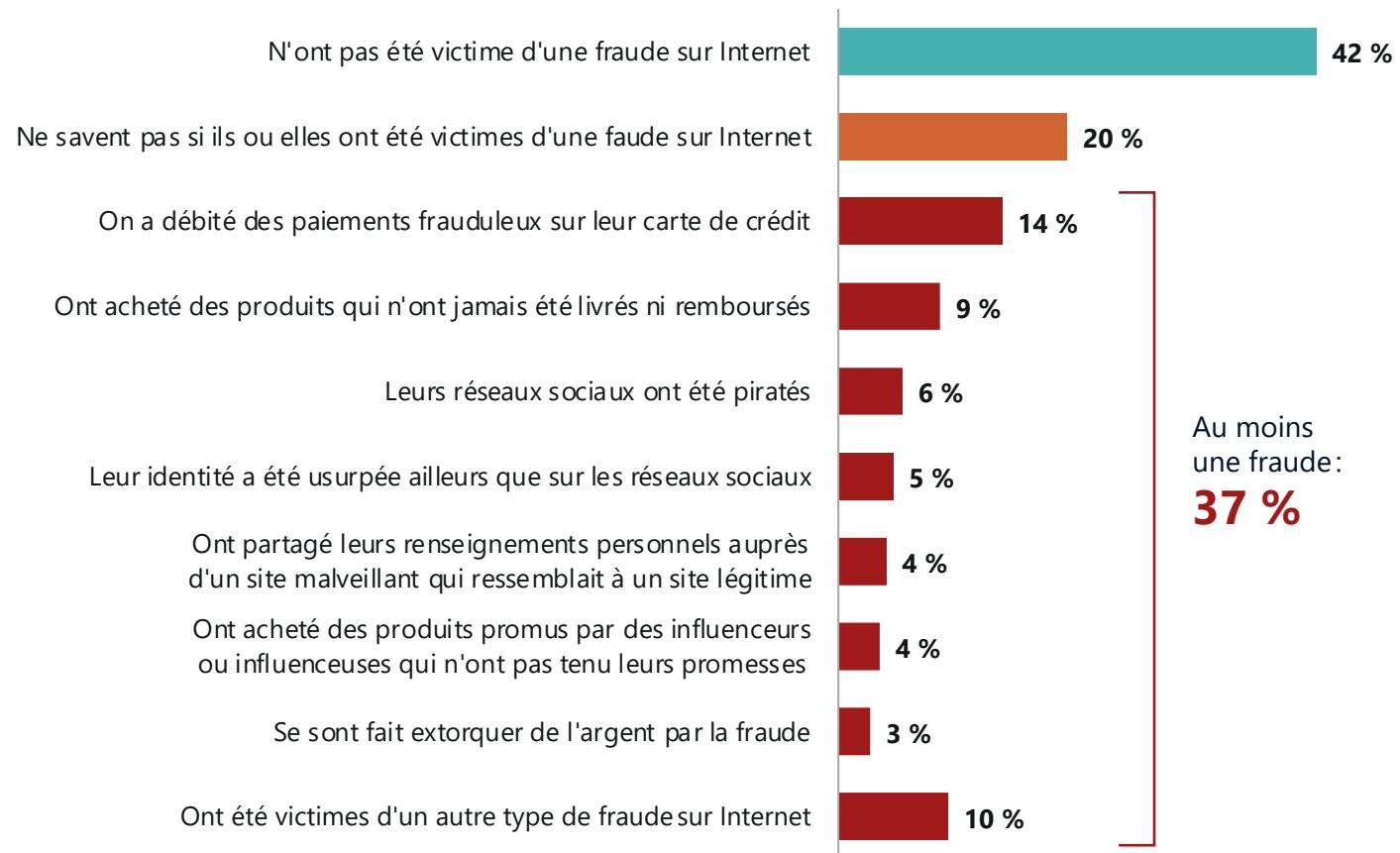
Entre 2022 et 2025, la part des internautes se déclarant préoccupé(e)s par la protection de leurs renseignements personnels en ligne est passée de 72 % à 80 %. Chez les 55 ans et plus, cette proportion grimpe à 91 %, alors qu'elle ne concerne que 69 % des 18-24 ans.

Base : internautes du Québec (2025 n= 992, 2024 n=1 234, 2023 n=1 217, 2022 n=1 021)

Actuellement, êtes-vous préoccupé(e) ou non par la protection des renseignements personnels qui sont collectés, stockés et utilisés par différents acteurs sur Internet?

37 % des internautes ont été victime d'une fraude en ligne en 2025

Part des internautes ayant été victime d'une fraude sur Internet en 2025



Plus du tiers (37 %) des internautes du Québec déclarent avoir été victime d'une fraude en ligne au cours de la dernière année, une proportion qui monte à 51 % chez les internautes peu à l'aise avec le numérique.

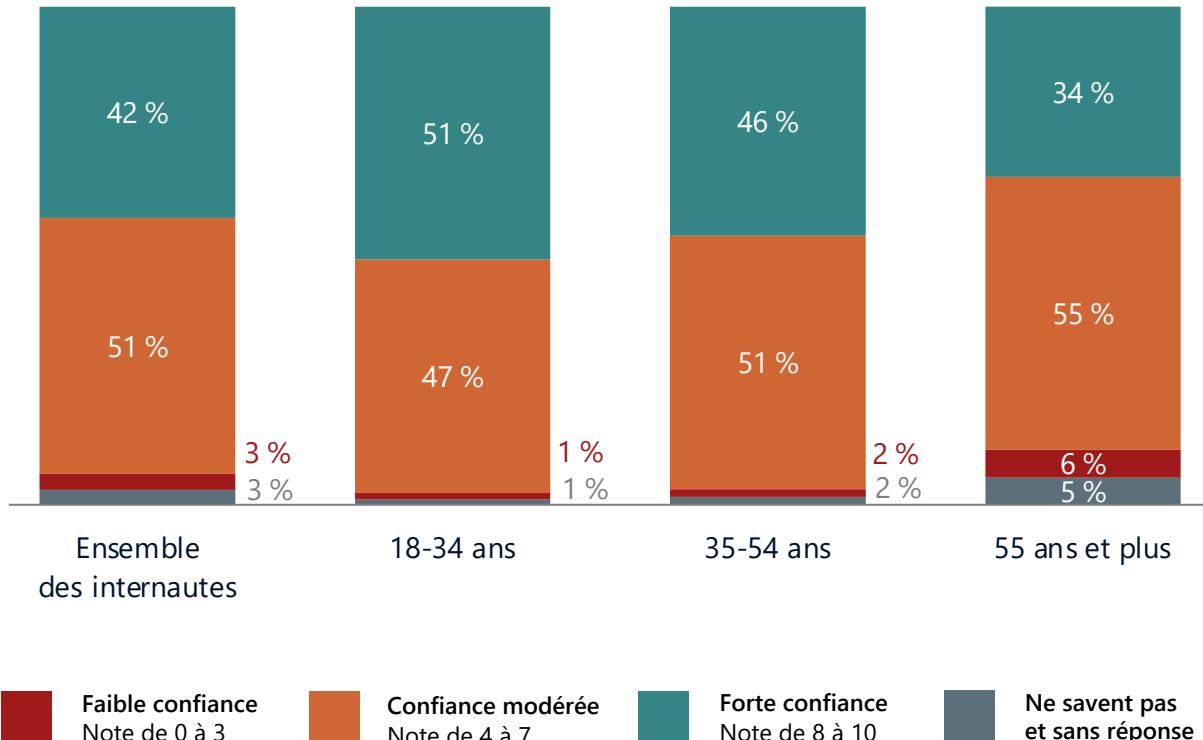
Pour 14 % des internautes, il s'agissait de paiements frauduleux sur leur carte de crédit, une fraude qui peut résulter d'une tentative d'hameçonnage directement auprès de la personne fraudée, mais qui peut aussi être liée à une fuite de données du côté d'un marchand. Par ailleurs, 9 % des internautes déclarent avoir commandé des produits qui n'ont jamais été livrés ni remboursés, par exemple sur des sites de vente en ligne frauduleux. Cette fraude a toutefois touché le quart (25 %) des internautes peu à l'aise avec le numérique. Enfin, 3 % des internautes déclarent s'être fait extorquer de l'argent par la fraude, une proportion encore une fois significativement supérieure chez les personnes peu à l'aise avec le numérique (9 %).

Base : internautes du Québec (n= 992)

Dans la dernière année, avez-vous été victime sur Internet de l'une ou l'autre des situations de fraude suivantes?

Les internautes de 55 ans et plus ont moins confiance en leur capacité à reconnaître les fraudes en ligne que les autres tranches d'âge

Niveau de confiance des internautes envers leur capacité à reconnaître une fraude en ligne



Un peu plus de 4 internautes sur 10 (42 %) estiment avoir une forte confiance envers leur capacité à reconnaître une fraude en ligne, mais cette proportion varie selon les groupes d'âge. Alors que les 18-34 ans sont 51 % à avoir une forte confiance envers leur capacité à reconnaître les fraudes, cela ne concerne que 34 % des 55 ans et plus.

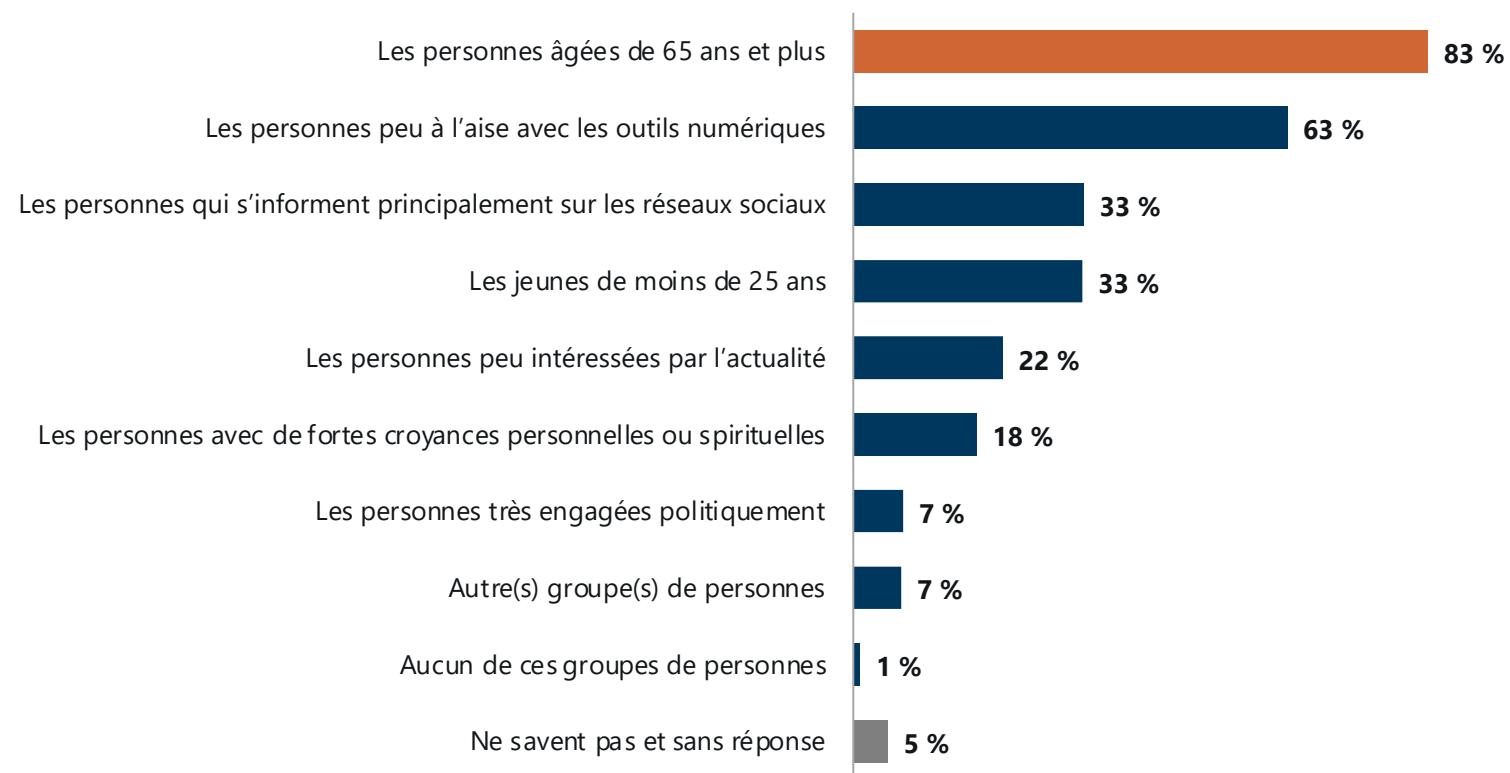
Les personnes ayant récemment été victimes de fraude en ligne déclarent une confiance significativement plus faible dans leur capacité à reconnaître une fraude. En moyenne, les victimes de fraude évaluent leur capacité à en reconnaître une à 6,6/10, contre 7,4/10 chez les personnes n'ayant pas subi de fraude dans la dernière année.

Base : internautes du Québec (n=1992)

Sur une échelle de 0 à 10, évaluez votre niveau de confiance en votre capacité à reconnaître une fraude en ligne.

83 % des internautes estiment que les personnes âgées de 65 ans et plus sont davantage vulnérables à la fraude en ligne

Part des internautes estimant que les groupes suivants sont particulièrement vulnérables à la fraude en ligne



Tout comme la génération des 65 ans et plus était perçue comme la plus vulnérable aux fausses nouvelles, elle est également plus souvent perçue comme vulnérable aux fraudes en lignes. Globalement, 41 % des internautes de cette tranche d'âge ont déclaré avoir été victime d'une fraude en ligne au cours de l'année, contre 37 % de l'ensemble des internautes, une différence qui n'est toutefois pas statistiquement significative.

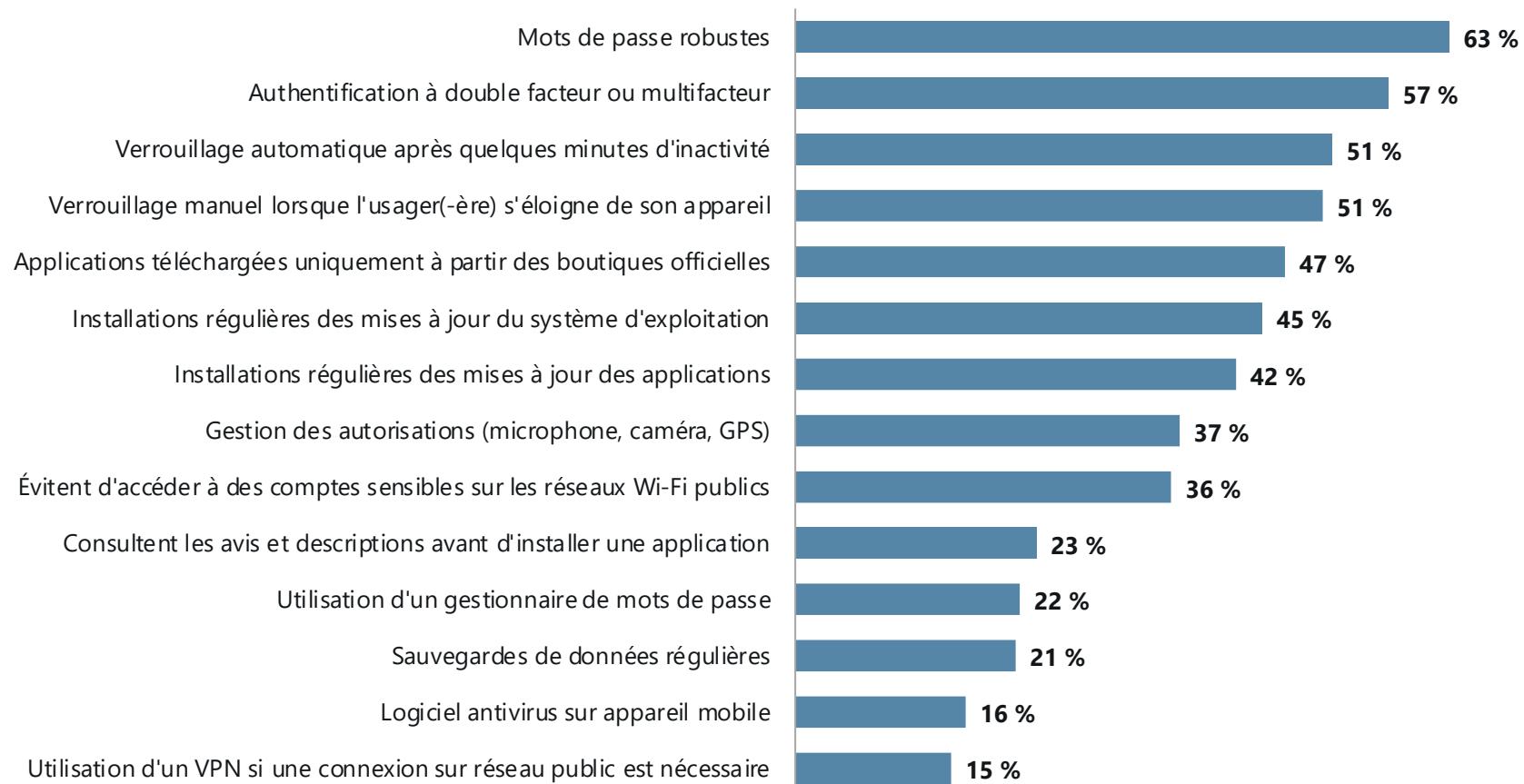
Les personnes peu à l'aise avec le numérique sont également perçues comme davantage vulnérables aux fraudes en ligne. Comme évoqué à la page 33 de ce rapport, les internautes peu à l'aise avec le numérique ont effectivement significativement plus souvent déclaré avoir été victimes d'une fraude en 2025 (51 %) que l'ensemble des internautes (37 %).

Base : internautes du Québec (n= 992)

Selon vous, quel(s) groupe(s) de personnes sont les plus vulnérables aux fraudes en ligne?

Les internautes disposant d'un téléphone intelligent mettent en moyenne 5 mesures en place pour protéger la sécurité de leur appareil

Part des internautes adoptant les mesures suivantes pour protéger la sécurité de leur téléphone intelligent



En 2025, les mots de passe robustes sont la mesure de sécurité la plus adoptée par les internautes pour protéger la sécurité de leur téléphone intelligent (63 %), suivis de l'authentification à double facteur ou multifacteur (57 %).

En moyenne, les internautes utilisent 5 de ces mesures simultanément, tandis que 8 % des internautes n'en utilisent aucune. Les internautes qui ne sont pas préoccupé(e)s pour leurs données personnelles et les internautes qui n'ont pas été victimes d'une fraude dans la dernière année n'adoptent en moyenne que 4 de ces mesures.

Base : internautes du Québec disposant d'un téléphone intelligent (n= 916)

Quelles mesures prenez-vous actuellement pour protéger la sécurité de votre téléphone intelligent?

73 % des internautes savent qu'un antivirus ne suffit pas à protéger contre tous les risques de fraude en ligne

Évaluation des connaissances des internautes en matière de cyberrisques

		Bonne réponse	Mauvaise réponse	Ne savent pas et sans réponse
Les liens dans les messages textes provenant de numéros inconnus peuvent diriger vers des sites frauduleux	✓ vrai	94 %	3 %	4 %
Les fraudes sont de plus en plus perfectionnées et deviennent difficiles à détecter	✓ vrai	93 %	4 %	3 %
Si un site a l'air officiel, vous êtes protégé(e) contre les fraudes	✗ faux	82 %	10 %	9 %
Utiliser un mot de passe différent pour tous vos comptes en ligne est utile pour protéger vos renseignements personnels	✓ vrai	85 %	8 %	8 %
Un antivirus à jour suffit à éliminer tous les risques de fraude en ligne	✗ faux	73 %	14 %	12 %
MOYENNE		85 %	8 %	7 %

Base: internautes du Québec (n=1992)

Les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses?

Lorsque l'on questionne les internautes sur des notions pratiques de cybersécurité, on obtient une majorité des bonnes réponses. Globalement, les internautes obtiennent 85 % de bonnes réponses (soit 4,2 bonnes réponses sur 5 questions), et 55 % des personnes répondantes ont obtenu le score parfait de 5 bonnes réponses.

Notons toutefois que seulement près des 3 quart (73 %) des internautes savent qu'un antivirus ne suffit pas à éliminer tous les risques de fraude en ligne.

Une grande majorité d'internautes connaît les modes opératoires des tentatives de fraudes en ligne courantes

Part des internautes capables de reconnaître les tentatives de fraudes en ligne suivantes

91 %

Vous recevez un message texte d'un numéro inconnu vous annonçant que vous avez gagné à un concours

82 %

Vous recevez un message texte d'un numéro inconnu vous proposant un emploi

81 %

Un proche en voyage vous envoie un message via une messagerie en ligne pour vous demander une somme d'argent car il s'est fait voler sa carte de crédit

81 %

Un ami à qui vous n'avez pas parlé depuis longtemps vous envoie un message sur les réseaux sociaux accompagné d'un lien

79 %

Vous recevez un courriel d'une entreprise que vous connaissez qui vous demande de réinitialiser votre mot de passe

79 %

Sur un site de vente entre particuliers, on vous demande un paiement sous forme de carte-cadeau

76 %

Vous recevez un courriel personnalisé mentionnant votre employeur et des informations précises vous concernant, avec demande urgente d'action

Aucune de ces situations ne représente un risque de fraude : 2 %

Ne savent pas et sans réponse : 3 %

À nouveau, lorsque l'on interroge les internautes sur leur capacité à reconnaître les risques de fraude en ligne, on constate qu'une majorité est capable de reconnaître certains risques courants, comme de recevoir un message texte annonçant que vous avez gagné à un concours (91 %), proposant un emploi (82 %) ou demandant l'envoi d'une somme d'argent (81 %).

Base : internautes du Québec (n= 992)

Selon vous, parmi les situations suivantes, lesquelles représentent un risque de fraude?

Pour prévenir les internautes des nouveaux risques de fraude, il faut miser sur une multitude de formats complémentaires

Part des internautes estimant que les formats suivants sont les plus efficaces pour s'informer des nouveaux risques de fraude



Lorsque l'on demande aux internautes quels formats de contenus seraient les plus efficaces pour informer la population des nouveaux risques de fraude, aucun consensus net ne se dégage.

Les préférences varient selon l'âge : les internautes de moins de 55 ans privilégient les vidéos courtes (54 % des 18-34 ans et 41 % des 35-54 ans), tandis que les internautes de 55 ans et plus favorisent les infolettres ou les courriels d'alerte.

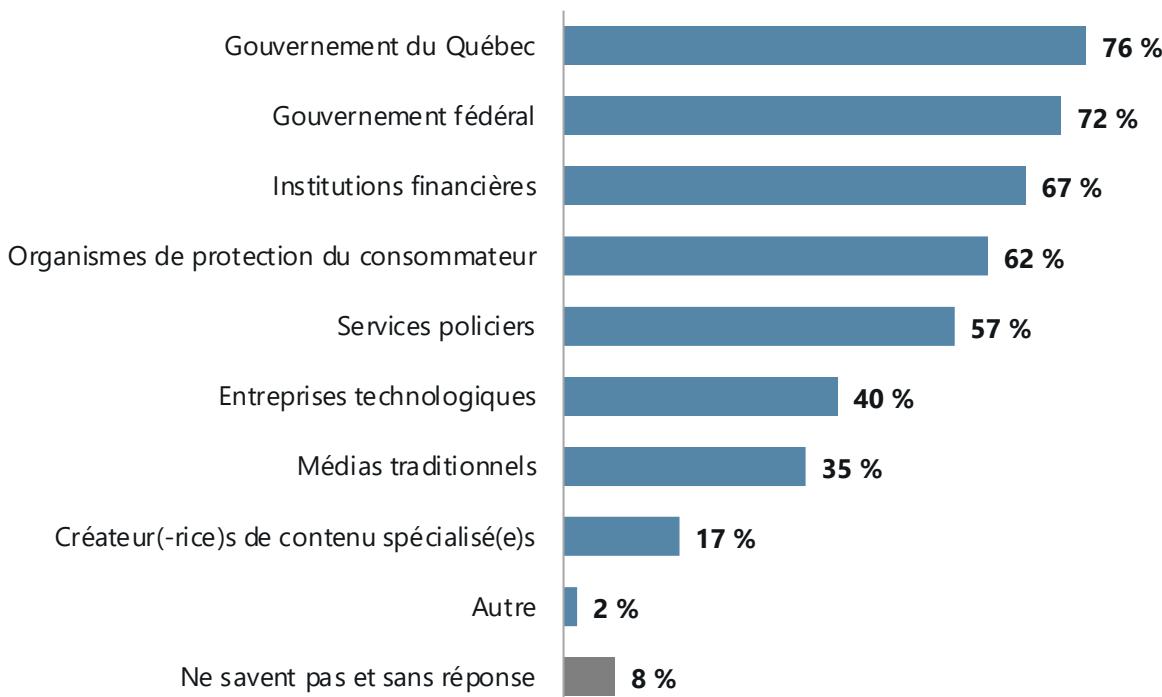
Cette diversité de préférences souligne la nécessité de développer plusieurs types de contenus, sous différents formats, afin de rejoindre efficacement l'ensemble de la population.

Base : internautes du Québec (n= 992)

Quel serait, selon vous, le format le plus efficace pour vous tenir informé(e) des nouveaux risques de fraude en ligne et apprendre à vous en protéger?

3 internautes sur 4 s'attendent à ce que le gouvernement du Québec créé et diffuse du contenu visant à protéger la population de la fraude en ligne

Part des internautes estimant que les acteurs suivants devraient créer et diffuser du contenu visant à protéger des risques de fraude en ligne



Selon les internautes, les gouvernements (provincial et fédéral) devraient être les principaux acteurs en charge de créer et diffuser les contenus visant à protéger la population contre les fraudes. Toutefois, seulement 11 % des personnes qui estiment que le gouvernement du Québec devrait créer et diffuser des contenus pour protéger la population des risques de fraude en ligne connaissent l'existence des ressources de prévention sur Quebec.ca. Globalement, 89 % des internautes ignorent qu'il existe ces ressources sur le site du gouvernement du Québec. À noter également, seulement 15 % des victimes de fraudes en ligne en 2025 connaissent ces ressources.

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, qui devrait principalement créer et diffuser ces contenus visant à protéger les citoyens des risques de fraude?

Tableaux

Tableaux

Tableau 1 – Fréquence de consultation de l'actualité	43
Tableau 2 – Support de consultation de l'actualité	44
Tableau 3 – Confiance envers les médias traditionnels et les médias sociaux	45
Tableau 4 – Formats de contenus d'actualité	46
Tableau 5 – Sources d'information	47
Tableau 6 – Fréquence de consultation de l'actualité via des sources étrangères	48
Tableau 7 – Sources d'actualités étrangères	49
Tableau 8 – Raisons de consulter l'actualité via des sources étrangères	50
Tableau 9 – Fréquence d'exposition aux fausses nouvelles	51
Tableau 10 – Confiance en sa capacité à reconnaître une fausse nouvelle	52
Tableau 11 – Support de consultation de nouvelles perçues comme contenant de la désinformation	53
Tableau 12 – Domaines perçus comme représentant le plus de risques face à la désinformation	54
Tableau 13 – Groupes perçus comme les plus vulnérables face à la désinformation	55
Tableau 14 – Perception des contenus présentés dans le fil d'actualité personnel	56
Tableau 15 – Conscience de l'existence des bulles de filtrage algorithmique	57
Tableau 16 – Conscience des risques de l'intelligence artificielle pour générer des fausses nouvelles	58
Tableau 17 – Préoccupation face à la protection des données personnelles en ligne	59
Tableau 18 – Situations de fraudes vécues dans les 12 derniers mois	60
Tableau 19 – Confiance en sa capacité à détecter une tentative de fraude	61
Tableau 20 – Mesures prises pour protéger la sécurité de son téléphone intelligent	62
Tableau 21 – Groupes perçus comme les plus vulnérables face aux fraudes en ligne	64
Tableau 22 – Connaissances de base en matière de cybersécurité	65
Tableau 23 – Reconnaissance des situations de fraude en ligne fréquentes	67
Tableau 24 – Formats souhaités pour éduquer aux risques de fraude	69
Tableau 25 – Sources des contenus recommandés pour éduquer aux risques de fraude	70
Tableau 26 – Connaissance des ressources en cybersécurité du gouvernement du Québec	71

Notes :

Les chiffres en vert indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

Les chiffres en bleu indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

Lorsque des données ont été remplacées par le symbole *, cela signifie que l'échantillon de personnes répondantes était trop faible pour que les données soient représentatives.

TABLEAU 1

Fréquence de consultation de l'actualité

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Plusieurs fois par jour	38 %	46 %	31 %	9 %	26 %	25 %	33 %	49 %	66 %	61 %	33 %	35 %	49 %	19 %	39 %	39 %	43 %	42 %
Une fois par jour	20 %	17 %	23 %	5 %	15 %	22 %	30 %	28 %	17 %	16 %	18 %	26 %	20 %	10 %	19 %	25 %	27 %	18 %
Plusieurs fois par semaine	17 %	18 %	16 %	29 %	37 %	22 %	16 %	9 %	1 %	0 %	18 %	13 %	18 %	11 %	18 %	12 %	12 %	24 %
Une fois par semaine	4 %	4 %	5 %	7 %	8 %	5 %	3 %	2 %	0 %	9 %	4 %	7 %	5 %	7 %	4 %	4 %	4 %	5 %
Plusieurs fois par mois	4 %	4 %	4 %	8 %	5 %	8 %	2 %	4 %	0 %	0 %	4 %	5 %	3 %	8 %	3 %	5 %	5 %	2 %
Une fois par mois	1 %	0 %	3 %	7 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	5 %	2 %	1 %	1 %	0 %	1 %	3 %	0 %	1 %
Moins d'une fois par mois	2 %	0 %	3 %	7 %	1 %	2 %	3 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %	2 %
Presque jamais	7 %	5 %	8 %	12 %	5 %	8 %	9 %	4 %	8 %	0 %	8 %	7 %	4 %	10 %	9 %	6 %	5 %	5 %
Jamais	5 %	4 %	5 %	10 %	2 %	6 %	3 %	4 %	5 %	6 %	7 %	3 %	1 %	28 %	5 %	2 %	2 %	1 %
Ne savent pas	1 %	2 %	1 %	7 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %	1 %	1 %	1 %	0 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence consultez-vous les actualités ou les nouvelles? Il peut s'agir des nouvelles locales, provinciales, nationales ou internationales, auxquelles vous accédez par le Web, la télévision, les journaux ou la radio.

TABLEAU 2

Support de consultation de l'actualité

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Télévision	59 %	60 %	58 %	36 %	41 %	41 %	54 %	76 %	83 %	87 %	61 %	54 %	58 %	41 %	57 %	65 %	61 %	62 %
Réseaux sociaux	48 %	46 %	50 %	78 %	72 %	55 %	48 %	44 %	17 %	15 %	47 %	53 %	47 %	35 %	45 %	42 %	46 %	56 %
Sites Web offrant du contenu d'information	40 %	43 %	37 %	31 %	43 %	42 %	40 %	39 %	43 %	38 %	33 %	44 %	50 %	20 %	34 %	36 %	46 %	47 %
Radio	40 %	43 %	37 %	17 %	41 %	51 %	29 %	48 %	40 %	43 %	38 %	39 %	44 %	17 %	38 %	28 %	46 %	48 %
Applications mobiles d'information	21 %	22 %	20 %	25 %	20 %	21 %	28 %	18 %	17 %	19 %	15 %	22 %	31 %	7 %	16 %	19 %	17 %	32 %
Presse écrite	19 %	23 %	16 %	22 %	12 %	17 %	9 %	17 %	24 %	48 %	17 %	15 %	25 %	8 %	21 %	21 %	15 %	22 %
Balados (<i>podcasts</i>)	11 %	13 %	8 %	21 %	18 %	15 %	7 %	5 %	6 %	2 %	7 %	15 %	14 %	1 %	7 %	10 %	8 %	15 %
Infolettres	7 %	8 %	6 %	12 %	6 %	8 %	5 %	6 %	6 %	9 %	4 %	7 %	12 %	3 %	14 %	4 %	8 %	5 %
Forums de discussion, blogues ou wikis	4 %	5 %	3 %	14 %	7 %	4 %	2 %	1 %	1 %	0 %	3 %	4 %	6 %	1 %	5 %	5 %	1 %	5 %
Autre(s)	3 %	3 %	4 %	0 %	3 %	7 %	1 %	1 %	8 %	2 %	5 %	2 %	2 %	7 %	3 %	2 %	4 %	2 %
Ne savent pas	2 %	2 %	2 %	8 %	0 %	4 %	1 %	2 %	0 %	0 %	3 %	1 %	0 %	12 %	4 %	1 %	0 %	0 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous pour vous informer des nouvelles ou de l'actualité?

TABLEAU 3

Confiance envers les médias traditionnels et les médias sociaux

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Médias traditionnels																		
Faible confiance (note de 0 à 3)	13 %	17 %	9 %	11 %	20 %	23 %	11 %	10 %	5 %	5 %	14 %	15 %	9 %	21 %	16 %	14 %	9 %	12 %
Confiance modérée (note de 4 à 7)	40 %	38 %	42 %	63 %	54 %	45 %	35 %	37 %	18 %	29 %	41 %	43 %	35 %	40 %	43 %	37 %	43 %	37 %
Forte confiance (note de 8 à 10)	44 %	43 %	45 %	19 %	24 %	31 %	52 %	52 %	72 %	63 %	40 %	39 %	55 %	29 %	41 %	46 %	47 %	50 %
Ne savent pas	2 %	2 %	2 %	7 %	2 %	1 %	0 %	2 %	3 %	0 %	3 %	1 %	1 %	1 %	0 %	2 %	0 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Médias sociaux																		
Faible confiance (note de 0 à 3)	43 %	50 %	36 %	25 %	38 %	42 %	30 %	48 %	65 %	49 %	41 %	42 %	46 %	53 %	42 %	35 %	47 %	39 %
Confiance modérée (note de 4 à 7)	47 %	39 %	55 %	49 %	52 %	53 %	63 %	42 %	28 %	37 %	47 %	49 %	47 %	31 %	39 %	57 %	48 %	52 %
Forte confiance (note de 8 à 10)	7 %	9 %	5 %	24 %	7 %	4 %	0 %	7 %	4 %	8 %	8 %	7 %	5 %	6 %	14 %	6 %	5 %	5 %
Ne savent pas	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	1 %	5 %	3 %	1 %	3 %	3 %	1 %	1 %	4 %	5 %	1 %	0 %	3 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Veuillez indiquer, sur une échelle de 0 à 10, le niveau de confiance que vous accordez aux médias traditionnels – tels que les journaux, la télévision et la radio – pour ce qui est de rapporter les nouvelles de manière complète, précise et équitable?

Veuillez indiquer, sur une échelle de 0 à 10, le niveau de confiance que vous accordez aux médias sociaux – tels que X (Twitter), Facebook, YouTube et Instagram – pour ce qui est de rapporter les nouvelles de manière complète, précise et équitable?

TABLEAU 4

Formats de contenus d'actualité

	Genre			Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Le contenu texte (articles papier ou en ligne)	62 %	61 %	64 %	44 %	67 %	60 %	58 %	58 %	67 %	84 %	53 %	68 %	72 %	63 %	58 %	64 %	61 %	63 %
Le contenu en vidéo (nouvelles en direct ou vidéos en ligne)	60 %	65 %	54 %	55 %	60 %	47 %	72 %	64 %	64 %	52 %	62 %	54 %	61 %	59 %	63 %	59 %	61 %	56 %
Le contenu audio (radio ou balados)	33 %	36 %	29 %	47 %	42 %	45 %	19 %	25 %	24 %	31 %	30 %	34 %	36 %	19 %	32 %	28 %	26 %	38 %
Ne savent pas	3 %	2 %	5 %	5 %	0 %	5 %	4 %	2 %	6 %	4 %	6 %	2 %	1 %	9 %	4 %	6 %	3 %	2 %

Base : internautes du Québec qui consultent l'actualité (n=848)

Parmi les formats de contenus suivants, lequel consultez-vous régulièrement pour vous informer?

TABLEAU 5

Sources d'information

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Journalistes reconnu(e)s dans les médias traditionnels	63 %	64 %	62 %	41 %	54 %	55 %	64 %	70 %	81 %	77 %	59 %	62 %	72 %	35 %	62 %	69 %	66 %	67 %
Personnalités publiques reconnues dans les médias traditionnels (écrivain(e)s, expert(e)s, professeur(e)s, etc.)	39 %	40 %	38 %	35 %	40 %	40 %	32 %	37 %	48 %	44 %	30 %	41 %	54 %	20 %	43 %	26 %	40 %	48 %
Personnalités politiques	23 %	30 %	16 %	28 %	30 %	16 %	13 %	18 %	31 %	36 %	19 %	24 %	30 %	8 %	33 %	19 %	16 %	31 %
Influenceur(-euse)s ou créateur(-rice)s de contenu spécialisé(e)s en actualité	18 %	21 %	16 %	46 %	40 %	15 %	13 %	11 %	6 %	0 %	16 %	19 %	22 %	13 %	19 %	17 %	15 %	21 %
Gens ordinaires que vous suivez sur les réseaux sociaux	17 %	17 %	16 %	29 %	30 %	21 %	11 %	14 %	6 %	1 %	18 %	17 %	13 %	25 %	25 %	14 %	11 %	14 %
Influenceur(-euse)s généralistes qui abordent parfois l'actualité	9 %	11 %	7 %	31 %	16 %	4 %	6 %	5 %	1 %	3 %	9 %	9 %	7 %	9 %	10 %	7 %	4 %	11 %
Autre(s)	9 %	8 %	9 %	11 %	7 %	13 %	10 %	6 %	7 %	7 %	11 %	6 %	5 %	5 %	7 %	9 %	5 %	8 %
Ne savent pas	10 %	5 %	15 %	10 %	4 %	15 %	14 %	10 %	7 %	9 %	12 %	12 %	6 %	27 %	12 %	6 %	11 %	5 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Parmi les sources d'information suivantes, lesquelles consultez-vous régulièrement pour vous informer?

TABLEAU 6

Fréquence de consultation de l'actualité via des sources étrangères

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Plusieurs fois par jour	15 %	20 %	11 %	16 %	13 %	16 %	17 %	14 %	12 %	24 %	14 %	12 %	19 %	9 %	12 %	11 %	14 %	22 %
Une fois par jour	14 %	15 %	13 %	4 %	8 %	13 %	19 %	13 %	22 %	12 %	10 %	16 %	18 %	9 %	8 %	15 %	25 %	11 %
Plusieurs fois par semaine	16 %	21 %	11 %	9 %	26 %	9 %	15 %	18 %	15 %	17 %	13 %	17 %	19 %	12 %	15 %	16 %	18 %	17 %
Une fois par semaine	8 %	6 %	9 %	16 %	9 %	11 %	4 %	5 %	8 %	1 %	7 %	14 %	5 %	2 %	6 %	10 %	9 %	8 %
Plusieurs fois par mois	7 %	6 %	7 %	4 %	13 %	8 %	7 %	4 %	3 %	2 %	5 %	7 %	8 %	1 %	6 %	8 %	5 %	10 %
Une fois par mois	4 %	3 %	5 %	8 %	3 %	9 %	2 %	4 %	4 %	1 %	5 %	2 %	4 %	7 %	6 %	1 %	2 %	5 %
Moins d'une fois par mois	5 %	5 %	4 %	8 %	4 %	8 %	2 %	2 %	5 %	2 %	4 %	6 %	5 %	4 %	5 %	5 %	3 %	5 %
Presque jamais	15 %	12 %	18 %	17 %	15 %	9 %	15 %	26 %	11 %	9 %	17 %	12 %	15 %	11 %	22 %	18 %	14 %	13 %
Jamais	13 %	10 %	17 %	8 %	6 %	13 %	16 %	12 %	15 %	28 %	19 %	10 %	6 %	34 %	17 %	12 %	9 %	7 %
Ne savent pas	3 %	2 %	4 %	8 %	3 %	4 %	2 %	2 %	3 %	0 %	4 %	3 %	1 %	4 %	4 %	3 %	1 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence consultez-vous des actualités ou des nouvelles provenant de sources ou de médias étrangers
(p. ex. États-Unis, Europe, etc.)?

TABLEAU 7

Sources et médias d'actualités étrangères

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Télévision, radio ou presse écrite étrangères	58 %	57 %	58 %	45 %	42 %	47 %	53 %	65 %	86 %	78 %	63 %	54 %	53 %	35 %	56 %	69 %	66 %	55 %
Sites Web ou applications d'information étrangers	39 %	41 %	36 %	21 %	51 %	50 %	27 %	33 %	33 %	47 %	30 %	42 %	48 %	36 %	33 %	26 %	37 %	46 %
Chaînes de vidéos étrangères (p. ex. sur YouTube)	28 %	33 %	22 %	57 %	46 %	22 %	23 %	21 %	12 %	20 %	26 %	32 %	28 %	32 %	30 %	25 %	27 %	29 %
Pages ou personnalités étrangères sur les réseaux sociaux	23 %	25 %	21 %	43 %	39 %	32 %	22 %	12 %	4 %	5 %	23 %	20 %	25 %	32 %	22 %	30 %	14 %	25 %
Balados (<i>podcasts</i>) d'information étrangers	11 %	14 %	7 %	20 %	19 %	16 %	4 %	9 %	0 %	0 %	8 %	10 %	14 %	1 %	15 %	3 %	7 %	14 %
Autre(s)	7 %	8 %	6 %	0 %	5 %	9 %	15 %	7 %	5 %	5 %	9 %	5 %	6 %	11 %	9 %	8 %	3 %	8 %
Ne savent pas	4 %	4 %	5 %	0 %	2 %	8 %	3 %	6 %	3 %	7 %	4 %	7 %	3 %	1 %	2 %	5 %	3 %	5 %

Base : internautes qui consultent l'actualité sur des sources ou des médias étrangers au moins une fois par mois (n=628)

Parmi les options suivantes, lesquelles utilisez-vous pour vous informer, que ce soit pour les nouvelles ou l'actualité?

TABLEAU 8

Raisons de consulter l'actualité via des sources ou des médias étrangers

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Suivre l'actualité internationale en général	73 %	73 %	73 %	54 %	68 %	69 %	77 %	68 %	88 %	90 %	70 %	68 %	79 %	43 %	64 %	74 %	78 %	74 %
Accéder à des points de vue différents de ceux des médias canadiens ou québécois	39 %	44 %	33 %	41 %	39 %	42 %	34 %	44 %	35 %	38 %	33 %	46 %	44 %	55 %	47 %	36 %	41 %	35 %
Suivre des événements spécifiques	35 %	38 %	32 %	38 %	38 %	25 %	38 %	35 %	37 %	38 %	33 %	34 %	38 %	12 %	35 %	40 %	32 %	40 %
Suivre l'actualité d'une région qui vous intéresse	27 %	28 %	27 %	20 %	33 %	21 %	30 %	23 %	27 %	39 %	21 %	28 %	35 %	32 %	14 %	34 %	27 %	28 %
Suivre l'actualité concernant vos proches à l'étranger	17 %	14 %	21 %	26 %	23 %	23 %	15 %	12 %	8 %	7 %	11 %	20 %	23 %	15 %	22 %	15 %	11 %	18 %
Faire davantage confiance à certains médias étrangers	9 %	12 %	5 %	11 %	10 %	16 %	4 %	7 %	3 %	15 %	9 %	8 %	10 %	5 %	19 %	5 %	11 %	7 %
Autre(s) raison(s)	4 %	1 %	6 %	0 %	6 %	0 %	3 %	11 %	1 %	1 %	4 %	2 %	4 %	0 %	1 %	6 %	2 %	4 %
Ne savent pas	2 %	1 %	4 %	3 %	0 %	3 %	1 %	4 %	3 %	0 %	3 %	2 %	1 %	9 %	1 %	0 %	4 %	1 %

Base : internautes qui consultent l'actualité sur des sources ou des médias étrangers au moins une fois par mois (n=628)

Pour quelle(s) raison(s) consultez-vous des nouvelles provenant de l'étranger?

TABLEAU 9

Fréquence d'exposition aux fausses nouvelles

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Plusieurs fois par jour	25 %	30 %	20 %	37 %	25 %	31 %	18 %	35 %	15 %	7 %	26 %	29 %	21 %	21 %	25 %	29 %	21 %	28 %
Une fois par jour	5 %	4 %	6 %	5 %	11 %	2 %	5 %	2 %	1 %	9 %	2 %	5 %	10 %	1 %	8 %	2 %	5 %	5 %
Plusieurs fois par semaine	23 %	23 %	23 %	7 %	28 %	28 %	30 %	21 %	21 %	18 %	20 %	25 %	28 %	30 %	17 %	22 %	20 %	26 %
Une fois par semaine	4 %	4 %	3 %	5 %	8 %	3 %	1 %	1 %	0 %	8 %	4 %	4 %	4 %	2 %	1 %	5 %	3 %	5 %
Plusieurs fois par mois	12 %	10 %	14 %	25 %	9 %	16 %	9 %	9 %	7 %	15 %	13 %	11 %	12 %	9 %	10 %	10 %	12 %	13 %
Une fois par mois	2 %	1 %	3 %	4 %	2 %	1 %	3 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	4 %	3 %	1 %	2 %	2 %	2 %
Moins d'une fois par mois	3 %	3 %	4 %	2 %	8 %	3 %	3 %	1 %	6 %	1 %	3 %	4 %	3 %	5 %	3 %	2 %	8 %	3 %
Presque jamais	9 %	12 %	6 %	1 %	2 %	3 %	10 %	12 %	19 %	15 %	11 %	7 %	7 %	8 %	12 %	12 %	11 %	6 %
Jamais	3 %	3 %	4 %	2 %	0 %	3 %	3 %	2 %	8 %	7 %	5 %	2 %	1 %	8 %	6 %	3 %	6 %	1 %
Ne savent pas	13 %	10 %	16 %	12 %	5 %	8 %	16 %	16 %	19 %	14 %	15 %	12 %	9 %	7 %	17 %	10 %	12 %	11 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

À quelle fréquence êtes-vous exposé(e) à des nouvelles ou des informations que vous considérez comme fausses ou trompeuses?

TABLEAU 10

Confiance en sa capacité à reconnaître une fausse nouvelle

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Faible confiance (note de 0 à 3)	2 %	3 %	2 %	1 %	3 %	1 %	4 %	3 %	0 %	3 %	2 %	2 %	3 %	9 %	3 %	2 %	1 %	2 %
Confiance modérée (note de 4 à 7)	55 %	49 %	60 %	44 %	53 %	54 %	61 %	60 %	47 %	63 %	57 %	56 %	50 %	44 %	56 %	60 %	54 %	52 %
Forte confiance (note de 8 à 10)	37 %	45 %	29 %	52 %	42 %	38 %	34 %	29 %	40 %	24 %	33 %	36 %	44 %	27 %	32 %	32 %	42 %	44 %
Ne savent pas	5 %	2 %	8 %	3 %	2 %	7 %	0 %	7 %	11 %	6 %	6 %	5 %	3 %	14 %	9 %	5 %	3 %	3 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Sur une échelle de 0 à 10, évaluez votre niveau de confiance en votre capacité à reconnaître des fausses nouvelles en ligne.

TABLEAU 11

Supports de consultation de nouvelles perçus comme contenant de la désinformation

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Les réseaux sociaux	82 %	81 %	83 %	64 %	85 %	87 %	83 %	90 %	79 %	75 %	77 %	84 %	90 %	65 %	82 %	74 %	86 %	89 %
Les plateformes de partage de vidéos (p. ex. YouTube)	48 %	51 %	44 %	31 %	46 %	46 %	54 %	49 %	58 %	42 %	43 %	48 %	55 %	37 %	37 %	45 %	56 %	50 %
Forums de discussion, blogues ou wikis	37 %	39 %	36 %	21 %	44 %	38 %	38 %	42 %	34 %	35 %	27 %	39 %	54 %	21 %	37 %	35 %	38 %	43 %
Les médias traditionnels (télévision, radio, presse écrite)	17 %	21 %	14 %	16 %	27 %	23 %	24 %	11 %	6 %	12 %	20 %	17 %	12 %	19 %	18 %	23 %	13 %	15 %
Les sites et applications d'information en ligne	17 %	19 %	15 %	16 %	27 %	11 %	16 %	16 %	16 %	15 %	16 %	15 %	19 %	27 %	19 %	9 %	14 %	14 %
Autre(s)	3 %	3 %	3 %	1 %	3 %	3 %	5 %	3 %	3 %	2 %	4 %	2 %	3 %	0 %	1 %	7 %	4 %	3 %
Ne savent pas	6 %	3 %	8 %	9 %	3 %	6 %	2 %	5 %	7 %	13 %	8 %	4 %	2 %	6 %	10 %	10 %	3 %	2 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Quelle(s) sources de nouvelles vous semblent le plus souvent contenir de fausses nouvelles ou de la désinformation?

TABLEAU 12

Domaines perçus comme représentant le plus de risques face à la désinformation

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Politique	63 %	70 %	57 %	32 %	68 %	69 %	66 %	66 %	59 %	76 %	58 %	65 %	72 %	48 %	59 %	66 %	66 %	68 %
Conflits internationaux et affaires étrangères	52 %	55 %	49 %	30 %	58 %	55 %	52 %	48 %	62 %	50 %	43 %	60 %	61 %	33 %	50 %	50 %	54 %	56 %
Santé et médecine	51 %	51 %	51 %	34 %	58 %	51 %	43 %	59 %	59 %	46 %	42 %	56 %	65 %	32 %	57 %	43 %	47 %	58 %
Sécurité publique et criminalité	43 %	42 %	43 %	37 %	51 %	39 %	53 %	42 %	35 %	37 %	40 %	43 %	47 %	34 %	44 %	40 %	38 %	46 %
Environnement et climat	39 %	45 %	33 %	20 %	41 %	39 %	39 %	36 %	44 %	50 %	35 %	40 %	44 %	28 %	41 %	37 %	40 %	42 %
Immigration	34 %	41 %	27 %	29 %	48 %	37 %	36 %	31 %	27 %	20 %	28 %	39 %	40 %	29 %	42 %	26 %	34 %	36 %
Finances personnelles	33 %	34 %	32 %	16 %	43 %	31 %	34 %	37 %	31 %	28 %	30 %	35 %	36 %	22 %	36 %	23 %	30 %	38 %
Science et technologie	32 %	36 %	27 %	23 %	37 %	32 %	30 %	32 %	31 %	34 %	28 %	32 %	37 %	22 %	42 %	25 %	29 %	35 %
Développement personnel	19 %	19 %	18 %	17 %	26 %	20 %	20 %	12 %	22 %	13 %	16 %	24 %	21 %	14 %	32 %	14 %	15 %	17 %
Entrepreneuriat et affaires	16 %	18 %	15 %	16 %	22 %	12 %	18 %	19 %	9 %	17 %	15 %	20 %	17 %	11 %	27 %	15 %	15 %	12 %
Autre(s)	5 %	6 %	4 %	1 %	6 %	11 %	4 %	2 %	7 %	2 %	7 %	5 %	3 %	9 %	2 %	6 %	8 %	3 %
Ne savent pas	9 %	4 %	13 %	18 %	4 %	10 %	10 %	11 %	8 %	1 %	12 %	8 %	5 %	15 %	9 %	13 %	7 %	4 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, dans quels domaines les fausses nouvelles et la désinformation présentent-elles le plus de risques?

TABLEAU 13

Groupes perçus comme les plus vulnérables face à la désinformation

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Les personnes âgées de 65 ans et plus	61 %	63 %	60 %	47 %	72 %	64 %	60 %	60 %	60 %	61 %	63 %	63 %	57 %	47 %	61 %	58 %	67 %	65 %
Les personnes qui s'informent principalement sur les réseaux sociaux	61 %	60 %	63 %	53 %	52 %	61 %	46 %	76 %	67 %	74 %	54 %	65 %	70 %	45 %	70 %	56 %	56 %	63 %
Les personnes peu à l'aise avec les outils numériques	41 %	42 %	40 %	36 %	51 %	48 %	43 %	40 %	32 %	32 %	39 %	45 %	44 %	32 %	36 %	32 %	42 %	47 %
Les jeunes de moins de 25 ans	40 %	41 %	38 %	40 %	43 %	40 %	44 %	35 %	34 %	44 %	41 %	36 %	40 %	30 %	44 %	32 %	36 %	41 %
Les personnes avec de fortes croyances personnelles ou spirituelles	37 %	43 %	31 %	32 %	40 %	36 %	33 %	32 %	44 %	45 %	31 %	42 %	43 %	23 %	46 %	33 %	36 %	41 %
Les personnes peu intéressées par l'actualité	35 %	37 %	33 %	19 %	40 %	38 %	28 %	36 %	39 %	42 %	30 %	33 %	45 %	26 %	33 %	26 %	37 %	37 %
Les personnes très engagées politiquement	18 %	23 %	13 %	11 %	24 %	22 %	15 %	13 %	20 %	19 %	18 %	18 %	18 %	14 %	20 %	21 %	15 %	17 %
Autre(s) groupe(s) de personnes	7 %	8 %	6 %	3 %	12 %	8 %	10 %	5 %	4 %	0 %	6 %	8 %	6 %	7 %	10 %	4 %	8 %	6 %
Aucun de ces groupes de personnes	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	0 %	0 %	1 %
Ne savent pas	6 %	4 %	8 %	4 %	2 %	7 %	10 %	8 %	8 %	1 %	8 %	5 %	3 %	8 %	7 %	19 %	2 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, quel(s) groupe(s) de personnes sont les plus vulnérables aux fausses nouvelles et à la désinformation en ligne?

TABLEAU 14

Perception des contenus présentés dans le fil d'actualité personnel

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
... correspondent à vos opinions et à vos croyances	7 %	8 %	5 %	21 %	9 %	10 %	4 %	4 %	1 %	3 %	7 %	8 %	6 %	3 %	6 %	11 %	5 %	9 %
... présentent surtout des points de vue similaires au vôtre, mais parfois différents	31 %	31 %	31 %	40 %	41 %	31 %	29 %	33 %	19 %	26 %	32 %	27 %	33 %	14 %	27 %	35 %	32 %	37 %
... présentent un équilibre de points de vue différents	28 %	29 %	28 %	24 %	40 %	27 %	32 %	23 %	27 %	18 %	28 %	30 %	28 %	33 %	29 %	27 %	27 %	28 %
... ne reflètent pas du tout vos opinions	17 %	19 %	14 %	6 %	6 %	13 %	26 %	19 %	25 %	20 %	18 %	11 %	17 %	18 %	18 %	11 %	19 %	17 %
Ne savent pas	16 %	12 %	20 %	10 %	4 %	19 %	8 %	21 %	26 %	30 %	14 %	22 %	16 %	25 %	20 %	15 %	17 %	10 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Lorsque vous utilisez les réseaux sociaux, avez-vous l'impression que la plupart des contenus que vous voyez...

TABLEAU 15

Conscience de l'existence des bulles de filtrage algorithmique

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Oui	65 %	69 %	61 %	77 %	77 %	78 %	61 %	62 %	52 %	37 %	59 %	66 %	74 %	51 %	61 %	69 %	62 %	76 %
Non	13 %	17 %	9 %	8 %	14 %	10 %	10 %	8 %	25 %	21 %	15 %	14 %	10 %	11 %	15 %	14 %	19 %	9 %
Ne savent pas	21 %	13 %	28 %	15 %	8 %	12 %	27 %	30 %	21 %	38 %	24 %	19 %	16 %	31 %	24 %	16 %	18 %	15 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, est-ce que les algorithmes des plateformes de médias sociaux (Facebook, X, TikTok, YouTube, etc.) peuvent limiter l'exposition des utilisateurs à des points de vue différents des leurs?

TABLEAU 16

Conscience des risques de l'intelligence artificielle pour générer des fausses nouvelles

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Être utilisée pour créer des vidéos trompeuses de personnalités publiques?																		
Oui	93 %	91 %	94 %	91 %	93 %	89 %	92 %	94 %	97 %	95 %	92 %	92 %	95 %	84 %	91 %	91 %	91 %	98 %
Non	3 %	5 %	2 %	7 %	6 %	3 %	1 %	4 %	1 %	1 %	3 %	5 %	3 %	4 %	4 %	6 %	5 %	1 %
Ne savent pas	3 %	3 %	3 %	2 %	1 %	8 %	5 %	2 %	0 %	1 %	4 %	3 %	1 %	5 %	5 %	3 %	4 %	1 %
Être utilisée pour générer des textes ou des articles trompeurs?																		
Oui	93 %	93 %	93 %	89 %	89 %	92 %	94 %	94 %	97 %	96 %	91 %	94 %	95 %	87 %	84 %	91 %	95 %	98 %
Non	4 %	5 %	3 %	9 %	9 %	4 %	0 %	4 %	1 %	1 %	5 %	3 %	3 %	1 %	11 %	7 %	4 %	1 %
Ne savent pas	2 %	2 %	3 %	2 %	1 %	4 %	4 %	3 %	0 %	1 %	3 %	2 %	2 %	5 %	5 %	0 %	1 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, est-ce que l'intelligence artificielle peut...

TABLEAU 17

Préoccupation face à la protection des données personnelles en ligne

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
TOTAL Préoccupé(e)	80 %	80 %	80 %	60 %	75 %	71 %	79 %	95 %	89 %	89 %	78 %	80 %	84 %	72 %	87 %	81 %	80 %	82 %
Oui, très préoccupé(e)	31 %	36 %	27 %	28 %	29 %	29 %	26 %	43 %	36 %	24 %	31 %	31 %	33 %	46 %	32 %	29 %	28 %	30 %
Oui, assez préoccupé(e)	49 %	44 %	53 %	32 %	46 %	42 %	53 %	52 %	53 %	64 %	47 %	49 %	51 %	26 %	55 %	52 %	52 %	52 %
TOTAL Pas préoccupé(e)	18 %	19 %	17 %	36 %	24 %	26 %	19 %	5 %	9 %	8 %	19 %	17 %	15 %	21 %	11 %	15 %	20 %	17 %
Non, peu préoccupé(e)	16 %	16 %	16 %	34 %	23 %	25 %	11 %	5 %	7 %	8 %	17 %	16 %	14 %	21 %	10 %	13 %	18 %	14 %
Non, pas du tout préoccupé(e)	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %	1 %	8 %	0 %	2 %	0 %	3 %	1 %	1 %	1 %	0 %	2 %	2 %	3 %
Ne savent pas	1 %	1 %	2 %	4 %	2 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	3 %	0 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Actuellement, êtes-vous préoccupé(e) ou non par la protection des renseignements personnels qui sont collectés, stockés et utilisés par différents acteurs sur Internet?

TABLEAU 18

Situations de fraude vécues dans les 12 derniers mois

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Paiements frauduleux débités sur sa carte de crédit	14 %	14 %	14 %	11 %	16 %	14 %	14 %	16 %	15 %	12 %	14 %	14 %	15 %	10 %	13 %	10 %	19 %	14 %
Achat de produits qui n'ont jamais été livrés ni remboursés	9 %	9 %	9 %	10 %	13 %	11 %	4 %	8 %	10 %	6 %	10 %	9 %	7 %	6 %	24 %	7 %	9 %	7 %
Réseaux sociaux piratés	6 %	5 %	6 %	9 %	8 %	5 %	6 %	6 %	3 %	1 %	5 %	6 %	6 %	3 %	5 %	3 %	6 %	8 %
Usurpation d'identité ailleurs que sur les réseaux sociaux	5 %	7 %	3 %	4 %	9 %	4 %	2 %	2 %	8 %	6 %	5 %	4 %	5 %	6 %	3 %	2 %	11 %	5 %
Partage de renseignements personnels auprès d'un site malveillant qui ressemblait à un site légitime	4 %	6 %	3 %	8 %	6 %	6 %	2 %	4 %	2 %	0 %	5 %	4 %	3 %	1 %	13 %	3 %	6 %	2 %
Achat de produits qui n'ont pas tenu leurs promesses après avoir vu des influenceur(-euse)s en faire la promotion	4 %	5 %	3 %	10 %	4 %	3 %	2 %	3 %	4 %	0 %	3 %	5 %	4 %	8 %	4 %	3 %	2 %	4 %
Extorsion d'argent par la fraude	3 %	3 %	2 %	2 %	1 %	4 %	4 %	1 %	3 %	6 %	3 %	4 %	2 %	2 %	7 %	5 %	3 %	1 %
Autre type de fraude sur Internet	10 %	9 %	10 %	7 %	5 %	8 %	14 %	13 %	9 %	13 %	10 %	11 %	8 %	14 %	15 %	7 %	5 %	10 %
N'ont jamais été victimes de fraude sur Internet	42 %	39 %	44 %	32 %	42 %	39 %	38 %	45 %	49 %	47 %	39 %	46 %	45 %	38 %	35 %	39 %	47 %	45 %
Ne savent pas	20 %	23 %	17 %	33 %	18 %	23 %	25 %	20 %	9 %	15 %	21 %	16 %	21 %	21 %	13 %	32 %	17 %	16 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Dans la dernière année, avez-vous été victime sur Internet de l'une ou l'autre des situations de fraude suivantes?

TABLEAU 19

Confiance en sa capacité à détecter une tentative de fraude

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Faible confiance (note de 0 à 3)	3 %	3 %	4 %	1 %	1 %	1 %	2 %	8 %	4 %	5 %	3 %	4 %	2 %	6 %	3 %	5 %	2 %	3 %
Confiance modérée (note de 4 à 7)	51 %	46 %	56 %	41 %	51 %	54 %	48 %	55 %	54 %	57 %	55 %	50 %	47 %	57 %	57 %	56 %	51 %	47 %
Forte confiance (note de 8 à 10)	42 %	50 %	35 %	56 %	47 %	44 %	48 %	34 %	37 %	30 %	37 %	43 %	51 %	25 %	35 %	35 %	46 %	51 %
Ne savent pas	2 %	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	3 %	6 %	3 %	2 %	1 %	6 %	5 %	3 %	0 %	0 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Sur une échelle de 0 à 10, évaluez votre niveau de confiance en votre capacité à reconnaître une fraude en ligne.

TABLEAU 20

Mesures prises pour protéger la sécurité de son téléphone intelligent (1 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Utilisation de mots de passe robustes	63 %	63 %	62 %	59 %	65 %	66 %	68 %	69 %	50 %	45 %	59 %	63 %	69 %	53 %	52 %	60 %	66 %	68 %
Utilisation de l'authentification à double facteur ou multifacteur	57 %	55 %	58 %	50 %	66 %	64 %	52 %	61 %	46 %	39 %	49 %	61 %	67 %	40 %	46 %	47 %	62 %	65 %
Configuration du verrouillage automatique après quelques minutes d'inactivité	51 %	51 %	52 %	44 %	48 %	54 %	68 %	54 %	39 %	40 %	47 %	51 %	58 %	23 %	42 %	53 %	53 %	62 %
Verrouillage de l'appareil quand vous vous en éloignez	50 %	47 %	54 %	47 %	66 %	58 %	51 %	52 %	25 %	36 %	41 %	57 %	61 %	40 %	40 %	42 %	49 %	61 %
Téléchargement des applications uniquement depuis les boutiques officielles (App Store, Google Play)	47 %	48 %	46 %	39 %	51 %	53 %	51 %	43 %	43 %	37 %	40 %	54 %	55 %	24 %	36 %	41 %	52 %	55 %
Installation régulière des mises à jour du système d'exploitation	45 %	47 %	43 %	26 %	36 %	51 %	48 %	53 %	44 %	49 %	36 %	52 %	55 %	14 %	35 %	44 %	50 %	56 %
Installation régulière des mises à jour des applications	42 %	46 %	38 %	35 %	42 %	45 %	47 %	41 %	44 %	33 %	36 %	47 %	50 %	10 %	40 %	39 %	45 %	52 %
Gestion des autorisations des applications (microphone, caméra, GPS)	37 %	38 %	36 %	36 %	41 %	47 %	37 %	36 %	22 %	27 %	28 %	42 %	47 %	15 %	26 %	35 %	40 %	43 %

Base : internautes du Québec détenant un téléphone intelligent (n=916)

Quelles mesures prenez-vous actuellement pour protéger la sécurité de votre téléphone intelligent?

TABLEAU 20

Mesures prises pour protéger la sécurité de son téléphone intelligent (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Éviter l'accès à vos comptes sensibles sur les réseaux Wi-Fi publics	36 %	33 %	39 %	20 %	25 %	34 %	41 %	44 %	43 %	48 %	29 %	38 %	46 %	19 %	26 %	31 %	36 %	44 %
Consultation des avis et descriptions avant d'installer une application	23 %	23 %	23 %	19 %	20 %	32 %	18 %	28 %	20 %	21 %	16 %	36 %	28 %	16 %	20 %	10 %	26 %	29 %
Utilisation d'un gestionnaire de mots de passe pour protéger vos informations sensibles	21 %	24 %	19 %	20 %	27 %	26 %	28 %	13 %	16 %	15 %	17 %	25 %	28 %	16 %	17 %	13 %	16 %	30 %
Sauvegardes régulières de ses données	21 %	24 %	19 %	19 %	19 %	24 %	26 %	23 %	13 %	22 %	17 %	21 %	27 %	12 %	23 %	9 %	21 %	28 %
Installation d'un logiciel antivirus sur son appareil mobile	16 %	18 %	15 %	7 %	10 %	11 %	10 %	27 %	23 %	36 %	14 %	17 %	20 %	13 %	17 %	10 %	21 %	17 %
Utilisation d'un VPN si une connexion sur réseau public est nécessaire	15 %	17 %	13 %	13 %	10 %	19 %	10 %	19 %	13 %	26 %	13 %	14 %	18 %	2 %	14 %	19 %	17 %	17 %
Aucune de ces actions	4 %	3 %	4 %	2 %	4 %	4 %	0 %	4 %	5 %	13 %	6 %	1 %	2 %	9 %	3 %	8 %	0 %	4 %
Ne savent pas	3 %	3 %	2 %	8 %	1 %	5 %	1 %	3 %	1 %	2 %	4 %	2 %	2 %	0 %	7 %	3 %	2 %	0 %
Sans réponse	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	3 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec détenant un téléphone intelligent (n=916)

Quelles mesures prenez-vous actuellement pour protéger la sécurité de votre téléphone intelligent?

TABLEAU 21

Groupes perçus comme les plus vulnérables face aux fraudes en ligne

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Les personnes âgées de 65 ans et plus	83 %	84 %	82 %	74 %	82 %	80 %	90 %	81 %	85 %	91 %	83 %	83 %	84 %	69 %	77 %	82 %	85 %	88 %
Les personnes peu à l'aise avec les outils numériques	63 %	62 %	63 %	52 %	65 %	63 %	59 %	71 %	60 %	62 %	58 %	68 %	67 %	53 %	61 %	56 %	62 %	66 %
Les personnes qui s'informent principalement sur les réseaux sociaux	33 %	35 %	32 %	24 %	22 %	31 %	27 %	39 %	50 %	43 %	31 %	35 %	36 %	25 %	42 %	33 %	35 %	30 %
Les jeunes de moins de 25 ans	33 %	31 %	35 %	22 %	27 %	31 %	42 %	37 %	34 %	35 %	30 %	39 %	34 %	27 %	42 %	29 %	27 %	33 %
Les personnes peu intéressées par l'actualité	22 %	25 %	18 %	16 %	17 %	21 %	21 %	27 %	24 %	24 %	20 %	29 %	19 %	18 %	26 %	18 %	21 %	23 %
Les personnes avec de fortes croyances personnelles ou spirituelles	18 %	22 %	14 %	15 %	12 %	14 %	15 %	19 %	29 %	24 %	12 %	26 %	23 %	6 %	19 %	19 %	21 %	18 %
Les personnes très engagées politiquement	7 %	9 %	5 %	5 %	7 %	7 %	8 %	7 %	12 %	1 %	7 %	9 %	6 %	9 %	10 %	8 %	6 %	6 %
Autre(s) groupe(s) de personnes	7 %	6 %	7 %	3 %	9 %	9 %	12 %	6 %	2 %	3 %	6 %	9 %	8 %	8 %	5 %	4 %	11 %	5 %
Aucun de ces groupes de personnes	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %	1 %	3 %	0 %	2 %	0 %	0 %
Ne savent pas	4 %	3 %	5 %	5 %	2 %	7 %	2 %	7 %	5 %	0 %	5 %	3 %	4 %	5 %	6 %	7 %	1 %	4 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, quel(s) groupe(s) de personnes sont les plus vulnérables aux fraudes en ligne?

TABLEAU 22

Connaissances de base en matière de cybersécurité (1 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Les fraudes sont de plus en plus perfectionnées et deviennent difficiles à détecter																		
Vrai	93 %	93 %	93 %	91 %	91 %	89 %	93 %	97 %	94 %	95 %	92 %	93 %	95 %	77 %	88 %	98 %	96 %	94 %
Faux	4 %	5 %	4 %	7 %	7 %	6 %	5 %	0 %	2 %	1 %	5 %	4 %	4 %	15 %	6 %	1 %	1 %	4 %
Ne savent pas	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	4 %	0 %	3 %	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %	2 %	5 %	0 %	3 %	1 %
Si un site a l'air officiel, vous êtes protégé(e) contre les fraudes																		
Vrai	10 %	12 %	8 %	14 %	9 %	9 %	12 %	8 %	10 %	6 %	10 %	9 %	10 %	11 %	10 %	9 %	7 %	9 %
Faux	82 %	84 %	80 %	73 %	88 %	84 %	72 %	84 %	83 %	85 %	80 %	81 %	84 %	76 %	85 %	74 %	88 %	85 %
Ne savent pas	8 %	4 %	11 %	14 %	3 %	8 %	14 %	8 %	4 %	6 %	9 %	10 %	6 %	7 %	5 %	17 %	5 %	6 %
Utiliser un mot de passe différent pour tous vos comptes en ligne est utile pour protéger vos renseignements personnels																		
Vrai	85 %	85 %	84 %	77 %	90 %	88 %	84 %	80 %	90 %	80 %	84 %	86 %	86 %	83 %	76 %	87 %	88 %	88 %
Faux	8 %	8 %	7 %	13 %	8 %	7 %	9 %	8 %	3 %	8 %	8 %	6 %	7 %	4 %	16 %	5 %	7 %	6 %
Ne savent pas	7 %	6 %	8 %	10 %	2 %	6 %	5 %	12 %	5 %	9 %	7 %	8 %	7 %	6 %	8 %	7 %	4 %	6 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses?

TABLEAU 22

Connaissances de base en matière de cybersécurité (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Un antivirus à jour suffit à éliminer tous les risques de fraude en ligne																		
Vrai	14 %	17 %	12 %	24 %	21 %	17 %	8 %	11 %	15 %	5 %	19 %	11 %	9 %	17 %	20 %	13 %	14 %	14 %
Faux	73 %	77 %	69 %	68 %	71 %	77 %	81 %	78 %	70 %	60 %	66 %	78 %	83 %	69 %	61 %	71 %	78 %	81 %
Ne savent pas	12 %	5 %	18 %	9 %	9 %	6 %	9 %	12 %	14 %	32 %	14 %	10 %	9 %	8 %	19 %	15 %	8 %	6 %
Les liens dans les messages textes provenant de numéros inconnus peuvent diriger vers des sites frauduleux																		
Vrai	94 %	93 %	94 %	90 %	91 %	90 %	97 %	96 %	95 %	94 %	93 %	92 %	96 %	79 %	88 %	97 %	95 %	96 %
Faux	3 %	4 %	1 %	8 %	5 %	4 %	0 %	1 %	0 %	1 %	4 %	3 %	1 %	5 %	9 %	2 %	3 %	0 %
Ne savent pas	3 %	2 %	4 %	2 %	4 %	6 %	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	5 %	3 %	9 %	3 %	1 %	2 %	4 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses?

TABLEAU 23

Reconnaissance des situations de fraude en ligne fréquentes (1 de 2)

	Genre	Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux						
		Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$
Un message texte d'un numéro inconnu annonçant la réussite d'un concours	91 %	90 %	92 %	84 %	82 %	92 %	96 %	94 %	95 %	93 %	89 %	92 %	94 %	74 %	84 %	93 %	96 %	94 %
Un message texte d'un numéro inconnu proposant un emploi	82 %	80 %	85 %	70 %	78 %	86 %	90 %	87 %	80 %	79 %	78 %	86 %	88 %	63 %	70 %	84 %	81 %	93 %
Un message en ligne d'un proche en voyage qui demande une somme d'argent car il s'est fait voler sa carte de crédit	81 %	81 %	81 %	66 %	73 %	79 %	86 %	86 %	92 %	83 %	79 %	82 %	86 %	61 %	75 %	84 %	83 %	86 %
Un message accompagné d'un lien envoyé par un ami qui n'a pas écrit depuis longtemps	81 %	80 %	82 %	74 %	75 %	86 %	89 %	85 %	80 %	74 %	80 %	81 %	84 %	63 %	73 %	82 %	84 %	87 %
Un courriel d'une entreprise connue qui demande de réinitialiser son mot de passe	79 %	81 %	78 %	59 %	72 %	75 %	88 %	85 %	91 %	80 %	79 %	79 %	81 %	60 %	77 %	78 %	84 %	85 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, parmi les situations suivantes, lesquelles représentent un risque de fraude?

TABLEAU 23

Reconnaissance des situations de fraude en ligne fréquentes (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Une demande de paiement sous forme de carte-cadeau sur un site de vente entre particuliers	79 %	79 %	80 %	66 %	72 %	73 %	88 %	86 %	87 %	76 %	77 %	82 %	82 %	54 %	76 %	77 %	82 %	86 %
Un courriel personnalisé mentionnant son employeur et des informations précises sur soi, avec demande urgente d'action	76 %	75 %	77 %	66 %	76 %	72 %	86 %	81 %	74 %	71 %	73 %	75 %	81 %	52 %	72 %	79 %	73 %	85 %
Aucune de ces situations ne représente un risque de fraude	2 %	2 %	1 %	2 %	4 %	0 %	1 %	2 %	0 %	3 %	2 %	1 %	1 %	8 %	2 %	2 %	0 %	1 %
Ne savent pas	2 %	1 %	3 %	3 %	1 %	5 %	0 %	3 %	2 %	1 %	3 %	1 %	2 %	6 %	5 %	3 %	1 %	0 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, parmi les situations suivantes, lesquelles représentent un risque de fraude?

TABLEAU 24

Formats souhaités pour éduquer aux risques de fraude

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Articles ou guides en ligne	41 %	38 %	43 %	35 %	40 %	43 %	35 %	43 %	38 %	55 %	32 %	48 %	53 %	14 %	31 %	37 %	44 %	51 %
Vidéos explicatives courtes	38 %	42 %	35 %	58 %	51 %	45 %	37 %	25 %	24 %	32 %	35 %	41 %	43 %	30 %	37 %	31 %	35 %	47 %
Infolettres ou courriels d'alerte	37 %	36 %	38 %	18 %	30 %	34 %	26 %	48 %	47 %	56 %	30 %	39 %	48 %	22 %	30 %	35 %	40 %	40 %
Publications sur les réseaux sociaux	31 %	28 %	33 %	60 %	43 %	36 %	26 %	21 %	16 %	16 %	25 %	36 %	37 %	29 %	30 %	31 %	22 %	38 %
Ateliers ou formations en personne	30 %	33 %	28 %	36 %	21 %	30 %	33 %	35 %	27 %	33 %	32 %	28 %	28 %	22 %	34 %	24 %	27 %	33 %
Formations en ligne interactives	28 %	30 %	26 %	32 %	27 %	37 %	24 %	32 %	20 %	15 %	23 %	32 %	32 %	13 %	19 %	27 %	29 %	33 %
Affiches ou brochures distribuées dans des lieux publics	25 %	22 %	28 %	16 %	19 %	22 %	25 %	26 %	34 %	35 %	22 %	31 %	27 %	21 %	21 %	22 %	27 %	26 %
Capsules audio ou balados	18 %	17 %	19 %	19 %	27 %	26 %	13 %	18 %	9 %	5 %	14 %	20 %	22 %	6 %	10 %	10 %	20 %	25 %
Autre	6 %	7 %	4 %	1 %	4 %	7 %	3 %	3 %	14 %	4 %	7 %	3 %	5 %	8 %	5 %	5 %	10 %	3 %
Ne savent pas	14 %	9 %	18 %	6 %	7 %	14 %	15 %	17 %	16 %	20 %	17 %	14 %	7 %	30 %	19 %	21 %	7 %	6 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Quel serait, selon vous, le format le plus efficace pour vous tenir informé(e) des nouveaux risques de fraude en ligne et apprendre à vous en protéger?

TABLEAU 25

Sources des contenus recommandés pour éduquer aux risques de fraude

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Gouvernement du Québec	76 %	76 %	76 %	75 %	74 %	71 %	83 %	79 %	75 %	73 %	73 %	74 %	82 %	62 %	71 %	61 %	84 %	84 %
Gouvernement fédéral	72 %	71 %	73 %	62 %	73 %	70 %	76 %	79 %	69 %	72 %	68 %	73 %	78 %	60 %	71 %	63 %	76 %	77 %
Institutions financières	67 %	68 %	66 %	48 %	66 %	67 %	70 %	70 %	71 %	71 %	64 %	69 %	72 %	59 %	53 %	64 %	74 %	70 %
Organismes de protection du consommateur	62 %	61 %	62 %	56 %	55 %	60 %	64 %	65 %	62 %	71 %	60 %	59 %	67 %	50 %	62 %	67 %	60 %	59 %
Services policiers	57 %	56 %	57 %	54 %	62 %	57 %	61 %	54 %	57 %	50 %	51 %	60 %	65 %	42 %	57 %	55 %	56 %	56 %
Entreprises technologiques (ex.: fournisseurs Internet, réseaux sociaux)	40 %	39 %	41 %	27 %	41 %	37 %	37 %	44 %	46 %	45 %	35 %	51 %	42 %	41 %	36 %	47 %	33 %	37 %
Médias traditionnels	35 %	37 %	34 %	30 %	35 %	33 %	31 %	30 %	44 %	48 %	32 %	42 %	37 %	25 %	47 %	31 %	34 %	34 %
Créateur(-rice)s de contenu indépendant(e)s ou influenceur(-euse)s spécialisées	17 %	18 %	15 %	30 %	20 %	20 %	16 %	11 %	12 %	11 %	15 %	23 %	16 %	15 %	17 %	20 %	11 %	15 %
Autre	2 %	3 %	1 %	1 %	3 %	4 %	0 %	2 %	1 %	3 %	3 %	1 %	1 %	0 %	0 %	2 %	2 %	2 %
Ne savent pas	7 %	3 %	10 %	4 %	3 %	12 %	4 %	8 %	8 %	8 %	9 %	7 %	3 %	19 %	7 %	13 %	4 %	1 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Selon vous, qui devrait principalement créer et diffuser ces contenus visant à protéger les citoyens des risques de fraude?

TABLEAU 26

Connaissance des ressources en cybersécurité du gouvernement du Québec

	Genre			Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux				
	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 25k \$	25-49k \$	50-69k \$	70-99k \$	100k \$ et plus
Oui	11 %	15 %	7 %	29 %	26 %	10 %	5 %	5 %	6 %	2 %	10 %	13 %	12 %	14 %	14 %	6 %	10 %	13 %
Non	83 %	79 %	86 %	65 %	72 %	84 %	88 %	87 %	89 %	90 %	83 %	81 %	83 %	74 %	80 %	90 %	85 %	81 %
Ne savent pas	5 %	5 %	5 %	6 %	2 %	6 %	5 %	8 %	3 %	6 %	5 %	6 %	5 %	5 %	6 %	3 %	5 %	6 %
Sans réponse	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	3 %	1 %	1 %	0 %	6 %	0 %	1 %	0 %	0 %

Base : internautes du Québec (n=992)

Connaissez-vous les ressources en cybersécurité disponibles sur Québec.ca?

NETendances 2025

25 ans d'évolution numérique | 5 ans à l'Université Laval

L'**Académie de la transformation numérique** (ATN) a été créée dans le but de répondre aux besoins des ministères, des organisations publiques et des municipalités en matière de transformation numérique.

Née d'un partenariat entre l'**Université Laval** et le **gouvernement du Québec**, l'ATN permet à ces organisations d'assumer un véritable rôle de **leader du numérique** et de soutenir leur personnel dans l'**acquisition de connaissances** et le **développement de compétences et de savoir-être** pour **relever les défis** de cette grande transformation.

Par son adéquation unique entre la **mesure**, la **recherche** et la **formation**, l'ATN positionne l'humain au cœur de sa démarche et est engagée dans le développement d'une culture durable du numérique en exerçant un rôle de premier plan dans l'évolution des talents et, plus globalement, de la société.

Nos publications

- Maison intelligente et écoresponsable
- Réseaux sociaux et divertissements connectés
- Littératie financière numérique [Nouveau thème]
- Information, désinformation et cybersécurité
- Intelligence artificielle générative
- Santé connectée [Nouveau thème]
- Commerce en ligne
- Services gouvernementaux en ligne
- Services municipaux en ligne
- Portrait régional des fractures numériques [Nouveau thème]



Restez à l'affût

atn.ulaval.ca/infolettre

ATN

Académie de la
transformation
numérique



UNIVERSITÉ
LAVAL