

NETendances²⁰¹⁵

UNE INITIATIVE DU  **cefrio** DEPUIS 15 ANS



ACTUALITÉ ET NOUVELLES : L'INFORMATION EN TOUT TEMPS GRÂCE AU MOBILE

VOLUME 6 – NUMÉRO 6

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS

B**I****P**

BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



Votre partenaire
depuis *plus de 25 ans*

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

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

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

www.bip-sondage.com

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	4
APPAREILS UTILISÉS POUR CONSULTER LES NOUVELLES ET L'ACTUALITÉ	5
Près de la moitié des adultes s'informent grâce au mobile	5
Portrait des appareils utilisés dans le monde pour s'informer	5
Les jeunes s'informent des nouvelles grâce au mobile	6
Utiliser des applications mobiles pour accéder aux nouvelles	6
INFORMATION EN TEMPS RÉEL	8
Deux adultes sur trois suivent l'information en temps réel	8
Les jeunes adultes adeptes de l'information en temps réel	8
Que suit-on en temps réel?	8
LES SOURCES D'INFORMATION UTILISÉES POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES	9
Deux adultes sur trois s'informent sur Internet	9
Les jeunes s'informent davantage sur Internet	10
Les femmes consultent différemment les nouvelles sur le Web	10
ACCÉDER AUX NOUVELLES GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX	11
L'utilisation des réseaux sociaux pour s'informer aux États-Unis	11
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	12
Sources d'information consultées pour accéder à des nouvelles au cours de la semaine précédant l'enquête	12
Appareils utilisés pour accéder à des nouvelles sur Internet, utilisation d'applications mobiles de nouvelles et suivi de l'information en temps réel	13
THÈMES DES FASCICULES NETENDANCES	14

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « Actualités et nouvelles » de l'enquête *NETendances 2015*, nous avons utilisé des collectes de données réalisées en septembre et en octobre 2015. Chaque fois nous avons interrogé au téléphone 1 000 adultes québécois. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1$ % pour la base des adultes et à $\pm 3,41$ % pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions : la RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]); la RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]); l'Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine); le Centre du Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]); et l'Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

NOTES EXPLICATIVES

- **Adultes québécois** : ensemble des répondants de 18 ans et plus qui utilisent Internet ou non.
- **Internautes québécois** : personnes de 18 ans et plus qui utilisent Internet.

ACTUALITÉ ET NOUVELLES : L'INFORMATION EN TOUT TEMPS GRÂCE AU MOBILE

L'enquête *NETendances 2015* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, l'Office québécois de la langue française et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale.

COLLABORATION ÉQUIPE DE PROJET

Josée Beaudoin
Vice-présidente, Innovation et Transfert
CEFRIQ
Supervision du projet

Claire Bourget
Directrice principale, recherche marketing
CEFRIQ
Coordination du projet

Guillaume Mallette-Vanier
Chargé de projet, CEFRIQ
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme
Directeur des communications et des relations avec
les partenaires, CEFRIQ

Annie Lavoie
Conseillère en communication, CEFRIQ
Coordination de l'édition

Marie-Guy Maynard
Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

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

Dépôt légal : 2015
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (PDF) : (1923-6565)
Ce numéro peut être consulté en ligne ou
téléchargé en format PDF à partir de la section
« Publications » du site Web du CEFRIQ :
www.cefrio.qc.ca.

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

Photo de la couverture :
Shutterstock/ © Kupicoo

FAITS SAILLANTS

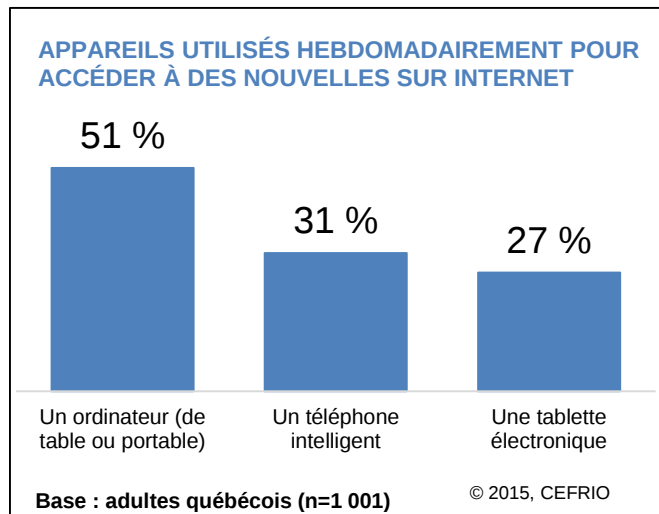
Les appareils mobiles facilitent grandement l'accès aux nouvelles et à l'actualité par Internet. Sur Internet, on accède à de l'information régulièrement mise à jour et certains internautes la consultent même jusqu'à plusieurs fois par jour. L'utilisation des appareils mobiles prend désormais une place importante dans les habitudes des Québécois. Ce fascicule de l'enquête *NETendances 2015* dresse un portrait de la manière dont les adultes du Québec utilisent les plateformes et les outils numériques pour s'informer à propos de l'actualité. On y apprend que :

- > Lorsqu'il est question de consulter l'actualité et les nouvelles sur Internet, 44,3 % des adultes le font au moyen d'un téléphone intelligent ou d'une tablette numérique. Nos résultats indiquent aussi que 20,4 % des adultes utilisent uniquement l'ordinateur, qu'il soit de table ou portable, pour accéder aux nouvelles et à l'actualité sur Internet.
- > Un adulte sur trois au Québec utilise régulièrement *La Presse* + ou d'autres applications pour appareils mobiles pour s'informer. Ces applications sont utilisées par 32,6 % des adultes québécois, dont 25,8 % qui s'en servent au moins une fois par semaine et 13,7 % qui s'en servent au moins une fois par jour.
- > En 2015, près des deux tiers des adultes du Québec (63,6 %) suivent en temps réel de l'information sur Internet, une progression de 4,5 points de pourcentage comparativement à 2014.
- > Sur une base hebdomadaire, les adultes québécois s'informent en moyenne à l'aide d'au moins deux médias d'information distincts, dont Internet, mais aussi les médias traditionnels comme la télévision, la radio, les journaux et les revues imprimées. Néanmoins, 12,4 % des adultes utilisent exclusivement le Web pour s'informer et, à l'inverse, 33 % n'utilisent que des médias traditionnels, toujours sur une base hebdomadaire.
- > Donnant accès à de l'information en constante évolution, les réseaux sociaux font partie des sources d'information consultées par 42,7 % des adultes du Québec. Facebook est le réseau le plus souvent mentionné à cet effet, 36,5 % des adultes l'ont utilisé pour accéder à des nouvelles au cours de la semaine précédant l'enquête.

APPAREILS UTILISÉS POUR CONSULTER LES NOUVELLES ET L'ACTUALITÉ

PRÈS DE LA MOITIÉ DES ADULTES S'INFORMENT GRÂCE AU MOBILE

Le téléphone intelligent et la tablette numérique sont utilisés respectivement par 31,3 % et 26,9 % des adultes pour consulter sur Internet des nouvelles, et ce, sur une base hebdomadaire. Questionnés sur leur usage au cours de la semaine précédant notre enquête et posant comme hypothèse que cette période soit représentative du comportement habituel des adultes interrogés, c'est 44,3 % des adultes québécois qui accèdent à des nouvelles à l'aide d'un appareil mobile sur une base hebdomadaire. Ce groupe ne représente pas moins que les deux tiers des détenteurs d'appareils mobiles au Québec chez les adultes. Ces adultes peuvent donc facilement accéder à l'information plusieurs fois par jour, car les appareils mobiles offrent un accès aux nouvelles en tout temps. Pour la même période, seulement 20,4 % des adultes utilisent uniquement l'ordinateur, qu'il soit de table ou portable, pour accéder aux nouvelles et à l'actualité sur Internet. On a aussi 30,2 % des adultes qui utilisent à la fois l'ordinateur et un appareil mobile pour s'informer sur Internet.



PORTRAIT DES APPAREILS UTILISÉS DANS LE MONDE POUR S'INFORMER

L'organisme Reuters Institute for the Study of Journalism a aussi mesuré, dans plusieurs pays du monde, les différentes plateformes utilisées par les adultes pour accéder aux nouvelles sur Internet. Même si la comparaison de nos résultats à ceux de cet institut exige une certaine prudence, car nos méthodologies sont un peu différentes, la comparaison demeure intéressante entre les deux études¹.

Alors que 31,3 % des adultes du Québec accèdent à des nouvelles à l'aide de leur téléphone intelligent sur une base hebdomadaire, ce sont 44 % des adultes aux États-Unis qui en font autant. En Australie, qui est au premier rang, ce sont 59 % des adultes. En moyenne, pour les 12 pays étudiés par le Reuters Institute for the Study of Journalism, ce sont 46 % des adultes qui accèdent à des nouvelles à l'aide de leur téléphone intelligent sur une base hebdomadaire.

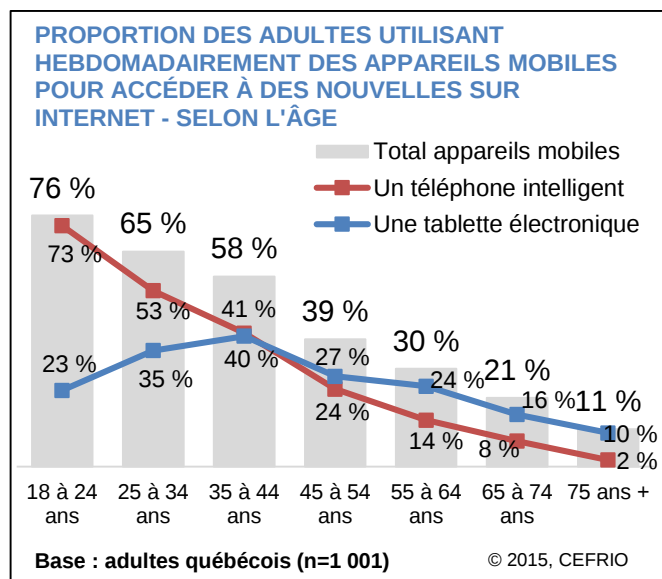
Dans le cas de la tablette numérique, c'est au Danemark où l'on retrouve la plus grande proportion de répondants qui utilisent cet appareil pour accéder aux nouvelles sur une base hebdomadaire, avec 39 %, alors qu'aux États-Unis, cette proportion est de 21 %.

¹ Source : Reuters Institute for the Study of Journalism, juin 2015 : « Reuters Institute Digital News Report 2015 », en ligne (11 novembre 2015), <http://www.digitalnewsreport.org/>

LES JEUNES S'INFORMENT DES NOUVELLES GRÂCE AU MOBILE

Les jeunes adultes sont proportionnellement plus nombreux à consulter des nouvelles à partir des appareils mobiles. Au total, 65,3 % des adultes de 18 à 44 ans consultent des nouvelles à partir d'un appareil mobile, qu'il s'agisse d'un téléphone intelligent ou d'une tablette numérique, contre 28,6 % chez les 45 ans et plus.

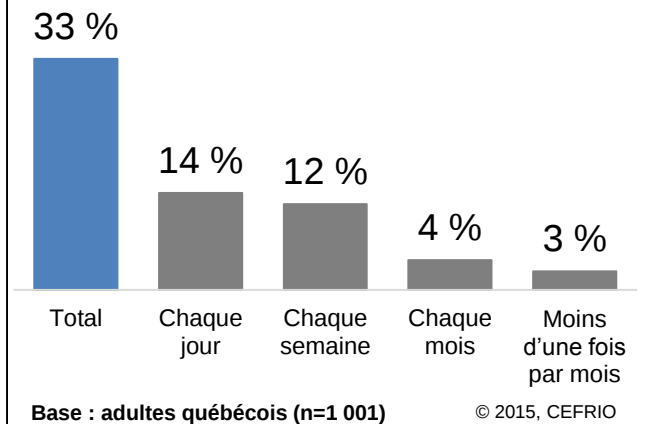
Chez les jeunes adultes de moins de 35 ans, on observe que le téléphone intelligent est préféré à la tablette pour consulter les nouvelles.



UTILISER DES APPLICATIONS MOBILES POUR ACCÉDER AUX NOUVELLES

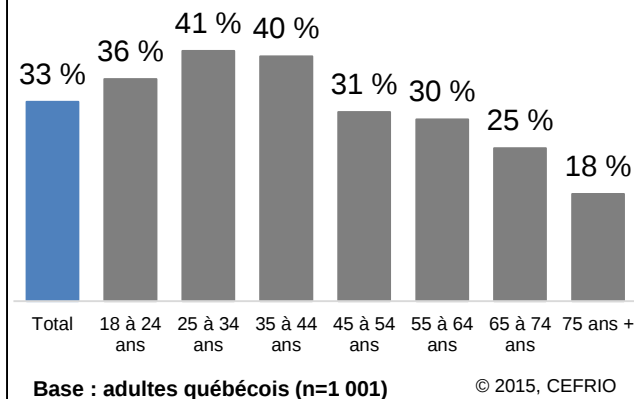
Les appareils mobiles peuvent servir de porte d'entrée vers les sites Internet d'information, mais ils donnent également accès à une panoplie d'applications mobiles traitant de l'actualité telles que *La Presse* +, TVA nouvelles ou Radio-Canada. Au total, le tiers (32,6 %) des adultes québécois utilisent au moins une de ces applications mobiles pour accéder à des nouvelles. Ceux qui les utilisent l'ont, en grande majorité, intégré dans leurs habitudes. En effet, des 32,6 % qui utilisent les applications mobiles d'information, 25,8 % s'en servent au moins une fois par semaine et 13,7 % s'en servent quotidiennement. Ces données témoignent de la facilité qu'offrent les moyens numériques pour accéder aux nouvelles sur une base régulière.

PROPORTION DES ADULTES UTILISANT DES APPLICATIONS MOBILES POUR ACCÉDER AUX NOUVELLES SUR INTERNET - SELON L'USAGE



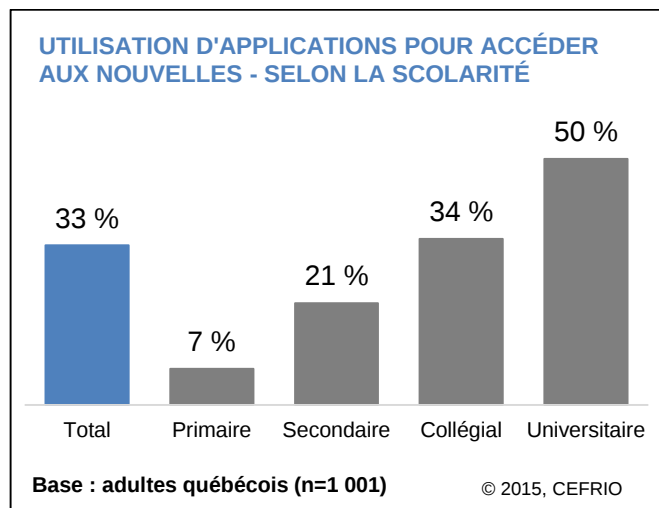
Les adultes de 25 à 44 ans sont ceux qui sont relativement les plus nombreux à faire usage des applications mobiles pour accéder aux nouvelles, 40,5 % des adultes de ce groupe d'âge en utilisent contre 32,6 % en moyenne.

PROPORTION DES ADULTES UTILISANT DES APPLICATIONS MOBILES POUR ACCÉDER AUX NOUVELLES SUR INTERNET - SELON L'ÂGE



Par ailleurs, les adultes diplômés universitaires sont significativement plus nombreux à se servir d'applications mobiles pour accéder aux nouvelles. En fait, un diplômé universitaire sur deux (50,3 %) consulte les nouvelles à partir des applications mobiles.

Cette observation n'est pas surprenante étant donné que les diplômés universitaires sont aussi significativement plus nombreux à disposer de tablettes numériques (60,4 % contre 50,7 % en moyenne) ou de téléphones intelligents au foyer (64,7 % contre 57 % en moyenne).



Les Américains visitent plus les sites de nouvelles à partir du mobile, mais y passent plus de temps à partir des ordinateurs.

Selon le PEW Research Center, 39 sites de nouvelles sur les 50 étudiés dans leur étude ont plus d'achalandage provenant des appareils mobiles que des ordinateurs de table.

En contrepartie, les visiteurs qui consultent ces sites à partir d'un ordinateur de table y passent généralement plus de temps. Sur 25 sites d'information des 50 étudiés, ceux qui s'y rendent grâce à un ordinateur y passent plus de temps. Dans 10 cas seulement, ceux qui s'y rendent grâce à un appareil mobile y passent plus de temps et dans 15 cas, il n'y a pas de différence de temps passé selon l'appareil utilisé par les visiteurs.

Source : PEW Research Center, avril 2015 : « State of the News Media 2015 », en ligne (9 novembre 2015), [\[www.pewinternet.org\]](http://www.pewinternet.org).

INFORMATION EN TEMPS RÉEL

DEUX ADULTES SUR TROIS SUIVENT L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL

Tel que mentionné précédemment, 44,3 % des adultes québécois accèdent sur une base hebdomadaire à des nouvelles sur Internet à l'aide d'une tablette numérique ou d'un téléphone intelligent.

Il n'est donc pas surprenant de constater que 63,6 % des adultes québécois répondent dans l'affirmative à la question : « *Sur Internet, vous arrive-t-il de suivre les types d'information suivants en temps réel, que ce soit à partir d'un fil d'actualité, d'un site Web, de notifications, d'une application mobile ou d'un média social comme Twitter?* »²

D'ailleurs, cette proportion est en légère croissance comparativement à 2014 (progression de 4,5 points de pourcentage).

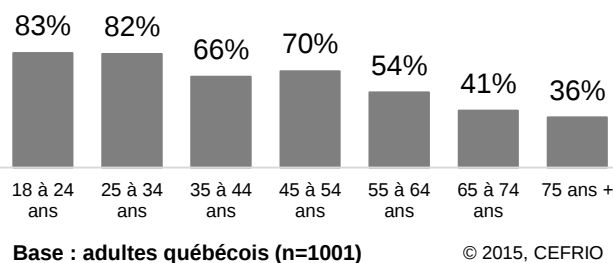
LES JEUNES ADULTES ADEPTES DE L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL

C'est chez les adultes de 18 à 34 ans qu'on retrouve la plus forte proportion de gens qui suivent l'information en temps réel (82,2 % contre 63,6 % en moyenne). Notons d'ailleurs que la proportion d'adultes de ce groupe d'âge suivant de l'information en temps réel est significativement supérieure à la moyenne pour chacun des types des nouvelles mesurées dans l'enquête.

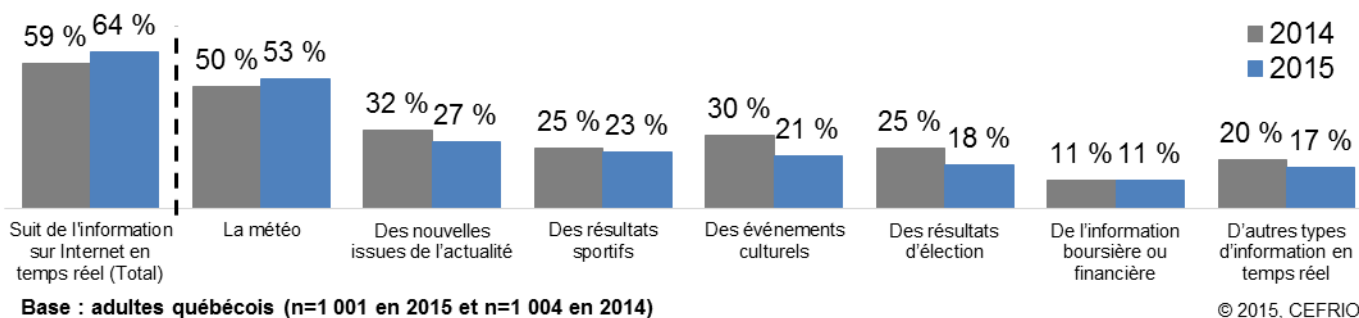
QUE SUIV-ON EN TEMPS RÉEL ?

En 2015, la météo demeure le sujet d'information suivi en temps réel par la plus grande proportion d'adultes québécois, soit 52,7 % d'entre eux. Les nouvelles issues de l'actualité et les résultats sportifs sont quant à eux des sujets suivis en temps réel par plus ou moins le quart des adultes du Québec (27 % pour les nouvelles issues de l'actualité et 23,2 % pour les résultats sportifs). Les événements culturels, les résultats d'élection et l'information boursière ou financière sont suivis par une proportion plus faible des adultes du Québec (respectivement 21,2 % pour les événements culturels, 18 % pour les résultats d'élection et 11,3 % pour l'information boursière ou financière).

PROPORTION DES ADULTES QUI SUIVENT DE L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL SUR INTERNET - SELON L'ÂGE



PROPORTION DES ADULTES QUI SUIVENT DE L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL SUR INTERNET

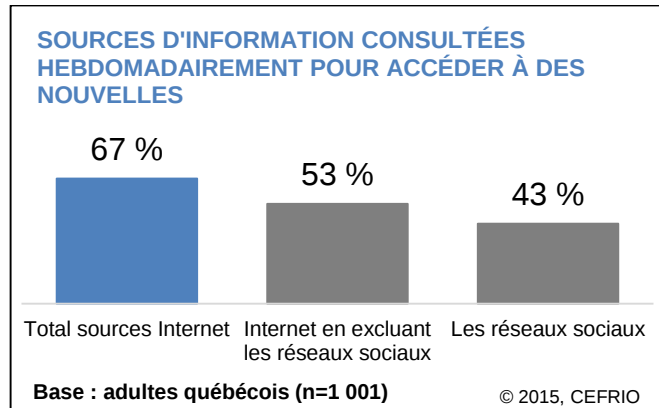


² Par « en temps réel » on entend que l'on suit activement l'évolution d'un événement ou d'une situation.

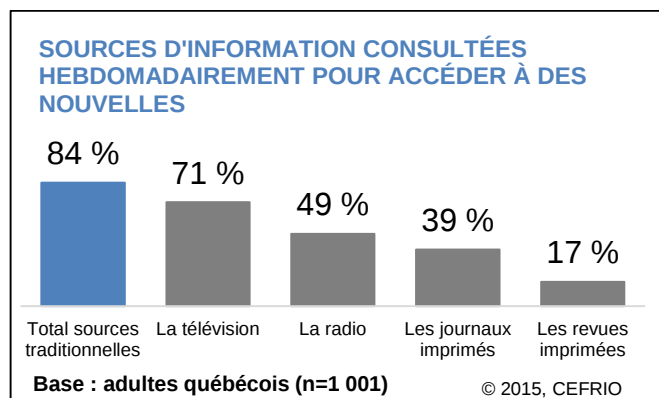
LES SOURCES D'INFORMATION UTILISÉES POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES

DEUX ADULTES SUR TROIS S'INFORMENT SUR INTERNET

Les nouvelles sur le Web occupent également une place de choix au Québec. En tenant compte des réseaux sociaux, 66,8 % des adultes québécois s'informent sur Internet sur une base hebdomadaire.

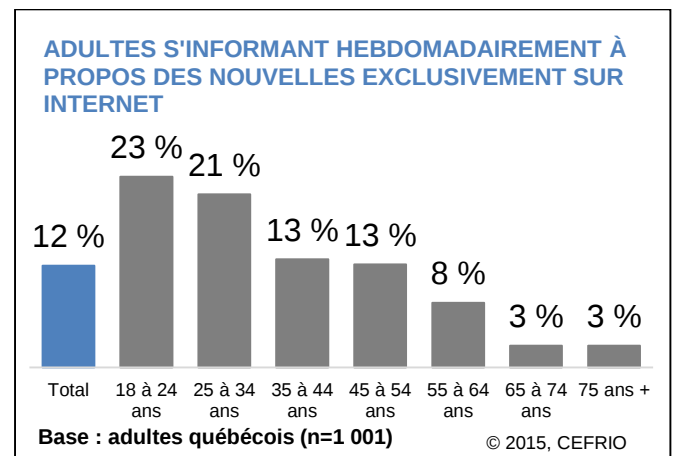


La télévision est la source d'information utilisée par la plus grande proportion des adultes du Québec, soit 70,8 % d'entre eux. Près de la moitié des adultes du Québec (49,2 %) accèdent aux nouvelles par la radio, alors que 38,6 % en ont fait de même à l'aide de journaux imprimés et 16,5 % à l'aide de revues imprimées.

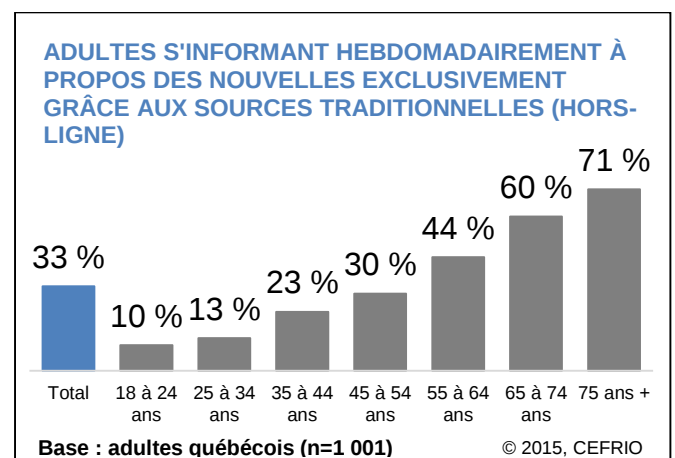


Notons que pour la plupart des adultes, ceux-ci utilisent au moins deux sources d'information différentes pour accéder aux nouvelles sur une base hebdomadaire.

Bien que les adultes s'informent généralement à l'aide de plusieurs sources de nouvelles, pour une proportion non négligeable, soit 12,4 % des adultes du Québec, Internet est la seule source utilisée. Ils le font soit par le biais des réseaux sociaux ou d'autres sources sur Internet. C'est chez les 18 à 34 ans qu'on trouve la proportion la plus importante d'adultes dans cette situation, soit 21,9 % d'entre eux qui se sont servi uniquement d'Internet pour s'informer.

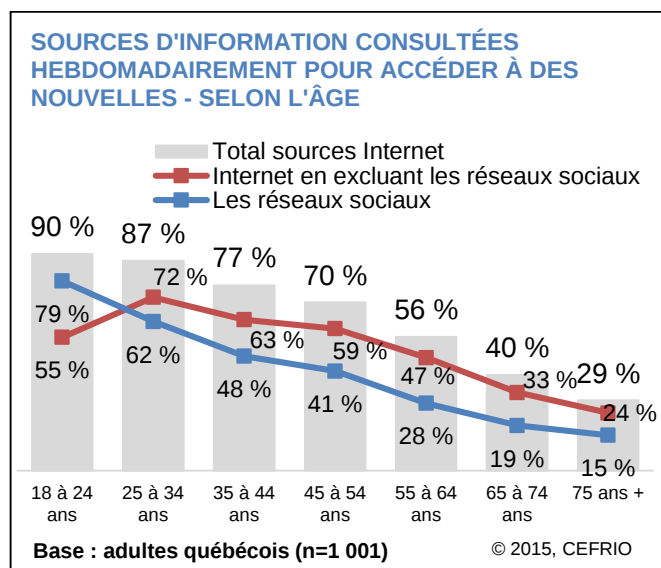


À l'inverse, le tiers (33 %) des adultes québécois s'informent exclusivement à l'aide des sources traditionnelles. Cette proportion est plus élevée chez les adultes de 55 ans et plus. Ce groupe affiche une proportion de 58,5 % des adultes qui n'utilisent que des médias traditionnels pour accéder aux nouvelles.



LES JEUNES S'INFORMENT DAVANTAGE SUR INTERNET

De manière générale, les sources d'information sur le Web sont utilisées en plus grande proportion par les jeunes adultes. Chez les adultes de 18 à 44 ans, ce n'est pas la télévision qui est la principale source d'information, mais plutôt Internet. En effet, les adultes de ce groupe d'âge consultent dans une proportion de 64,3 % les nouvelles sur le Web si l'on exclut les réseaux sociaux, et dans une proportion de 84,1 % si on les inclut.



Les utilisateurs américains de Facebook et de Twitter sont nombreux à y consulter les nouvelles

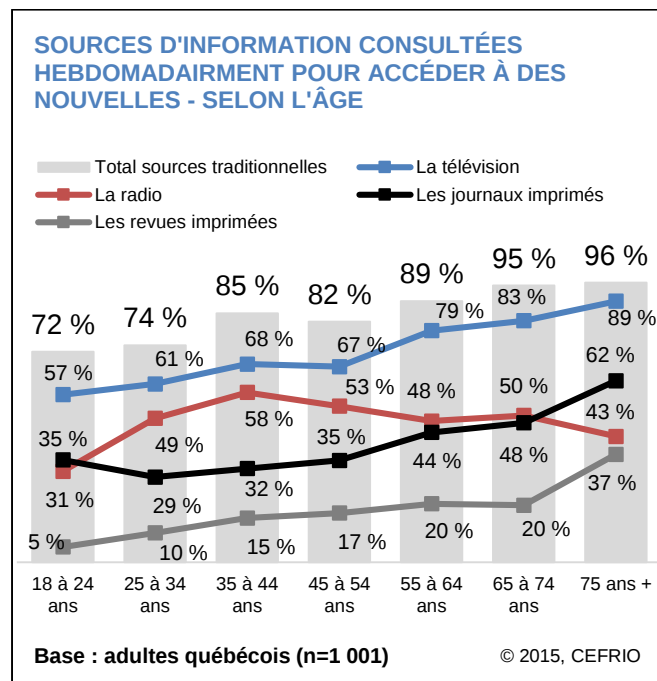
Aux États-Unis, près des deux tiers des utilisateurs de Facebook affirment que la plateforme constitue pour eux une source de nouvelles à propos d'événements ne se limitant pas uniquement à leur famille et à leurs amis. Cette proportion est d'ailleurs comparable sur Twitter.

Dans le cas de Facebook, cette proportion représente 41 % de la population adulte américaine, alors que dans le cas de Twitter c'est plutôt 10 %. Dans les deux cas, les proportions sont légèrement plus importantes que celles que l'on retrouve au Québec.

Notons que, à la fois pour Facebook et Twitter, 60 % des utilisateurs affirment que le réseau social n'est pas une manière très importante par laquelle ils s'informent à propos des nouvelles, elle est plutôt complémentaire à d'autres moyens de s'informer.

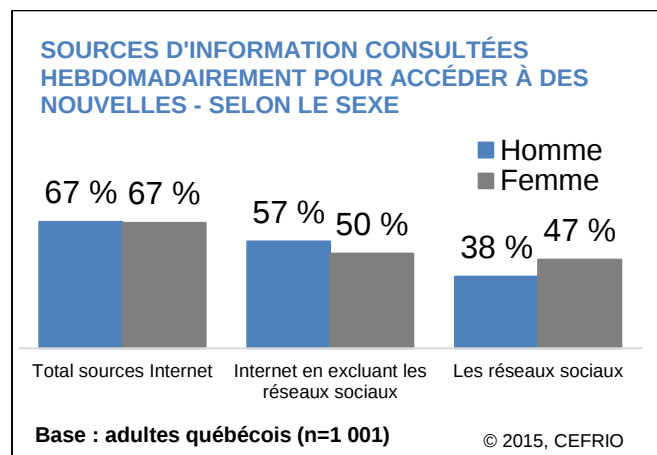
Source : PEW Research Center, juillet 2015 : « The Evolving Role of News on Twitter and Facebook », en ligne (5 novembre 2015), www.pewinternet.org.

Du côté des adultes de 45 ans et plus, les sources traditionnelles (télévision, radio, journaux imprimés et revues imprimées) occupent une place plus importante dans la consultation de l'actualité. En particulier, la télévision a été utilisée par 76,9 % des répondants de ce groupe d'âge pour accéder à des nouvelles au cours de la semaine précédant l'enquête.



LES FEMMES CONSULTENT DIFFÉREMMENT LES NOUVELLES SUR LE WEB

Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à utiliser les réseaux sociaux pour accéder aux nouvelles (47,1 % contre 38,1 % pour les hommes). Par contre, autant les femmes que les hommes utilisent Internet pour accéder aux nouvelles, et ce, dans la même proportion de 67 %.



ACCÉDER AUX NOUVELLES GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sont des plateformes qu'on consulte fréquemment, car le contenu qui y est offert est en constant changement. Au total, 72,8 % des adultes du Québec utilisent les réseaux sociaux et parmi les utilisateurs, 69,7 % se connectent à leur compte au moins une fois par jour³.

Or, les réseaux sociaux constituent également une source d'information chez les Québécois. Au total, 42,7 % des adultes du Québec y consultent des nouvelles sur une base hebdomadaire.

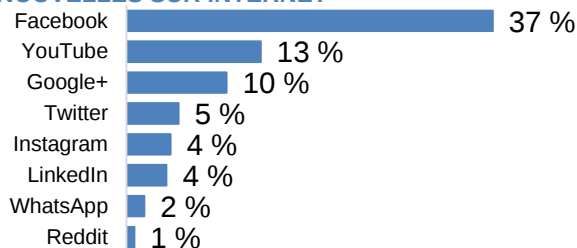
L'utilisation n'est toutefois pas la même sur toutes les plateformes. Facebook est de loin le réseau social le plus utilisé pour s'informer, 36,5 % des adultes y consultent des nouvelles hebdomadairement. YouTube et Google+ suivent dans des proportions respectives de 13,4 % et 10 %.

Notons que Facebook et Twitter sont utilisés par respectivement 58,5 % et 53,6 % de leurs utilisateurs pour consulter les nouvelles, contre seulement 36,6 % pour Google +, 24,2 % pour LinkedIn et 23,3 % pour YouTube.

L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR S'INFORMER AUX ÉTATS-UNIS

D'après l'étude comparable précédemment citée réalisée par le Reuters Institute for the Study of Journalism, la proportion d'adultes des États-Unis ayant utilisé Facebook pour s'informer au cours d'une semaine typique est de 40 %⁴, une proportion très semblable à celle que l'on retrouve dans notre enquête (36,5 %). Dans le cas de YouTube aussi, on retrouve des proportions similaires (16 % aux États-Unis contre 13,4 % au Québec). Les Américains sont toutefois proportionnellement plus nombreux à s'informer hebdomadairement sur Twitter (11 % contre 5,2 % au Québec), mais moins à le faire sur Google + (5 % contre 10 % au Québec).

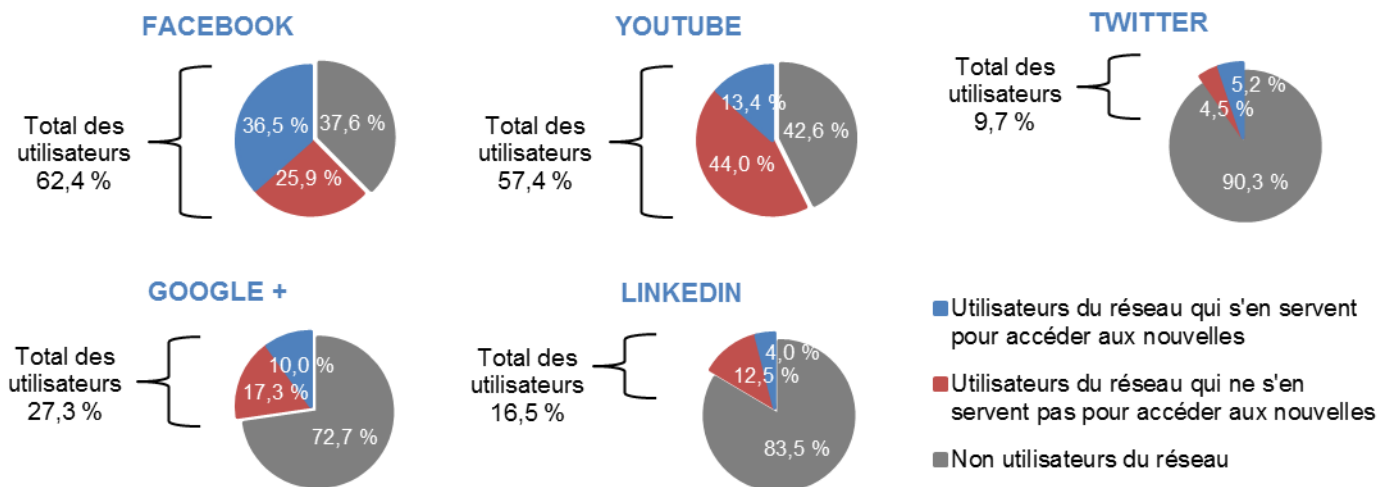
RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS HEBDOMADAIREMENT POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES SUR INTERNET



Base : adultes québécois (n=1 001)

© 2015, CEFRIO

PROPORTION D'ADULTES UTILISANT HEBDOMADAIREMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES



Base : adultes québécois (n=1 001)

© 2015, CEFRIO

³ CEFRIO, «Les médias sociaux : une plus forte présence dans le processus d'achat des Québécois», *NETendances* 2015, vol. 6 no. 1, juin 2015, [www.cefrio.qc.ca].

⁴Source : Reuters Institute for the Study of Journalism, juin 2015 : « Reuters Institute Digital News Report 2015 », en ligne (11 novembre 2015), [<http://www.digitalnewsreport.org/>]

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

SOURCES D'INFORMATION CONSULTÉES POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES AU COURS DE LA SEMAINE PRÉCÉDANT L'ENQUÊTE

	Total sources traditionnel les	La télévision	La radio	Les journaux imprimés	Les revues imprimées	Total sources Internet	Internet en excluant les réseaux sociaux	Les réseaux sociaux
Base	Adultes québécois (n=1 001)							
Total	84,1 %	70,8 %	49,2 %	38,6 %	16,5 %	66,8 %	53,3 %	42,7 %
Sexe								
Homme	85,2 %	72,2 %	51,7 %	41,3 %	16,8 %	67,1 %	56,7 %	38,1 %
Femme	83,0 %	69,5 %	46,7 %	36,0 %	16,3 %	66,5 %	50,2 %	47,1 %
Âge								
18 à 24 ans	72,0 %	57,3 %	31,1 %	35,0 %	5,2 %	90,0 %	55,4 %	78,8 %
25 à 34 ans	74,2 %	61,0 %	49,2 %	29,1 %	10,0 %	87,2 %	72,0 %	62,0 %
35 à 44 ans	85,2 %	67,8 %	58,1 %	32,0 %	15,1 %	77,0 %	62,7 %	47,6 %
45 à 54 ans	82,3 %	66,9 %	53,4 %	34,8 %	16,8 %	69,9 %	59,0 %	41,4 %
55 à 64 ans	89,3 %	79,2 %	48,3 %	44,4 %	20,0 %	55,6 %	47,0 %	28,0 %
65 à 74 ans	94,7 %	82,6 %	50,2 %	47,7 %	19,5 %	39,7 %	32,5 %	18,8 %
75 ans et plus	95,7 %	89,3 %	43,0 %	62,1 %	36,9 %	29,2 %	24,0 %	14,7 %
Scolarité								
Primaire	93,0 %	87,4 %	45,6 %	38,9 %	14,2 %	40,5 %	32,4 %	28,1 %
Secondaire	81,0 %	73,0 %	43,0 %	33,3 %	13,7 %	59,3 %	42,6 %	42,9 %
Collégial	80,3 %	66,5 %	50,9 %	38,3 %	15,6 %	69,6 %	54,1 %	47,3 %
Universitaire	88,8 %	68,3 %	54,8 %	44,5 %	21,2 %	78,0 %	68,2 %	41,5 %
Revenu								
Moins de 20 000 \$	81,0 %	72,3 %	46,4 %	32,2 %	16,5 %	42,0 %	30,1 %	36,2 %
20 000 \$ à 39 999 \$	88,0 %	75,5 %	49,4 %	43,1 %	20,6 %	51,8 %	40,7 %	32,2 %
40 000 \$ à 59 999 \$	83,6 %	67,7 %	43,3 %	42,0 %	15,4 %	71,3 %	59,3 %	43,2 %
60 000 \$ à 79 999 \$	84,7 %	73,2 %	50,5 %	40,7 %	14,4 %	74,2 %	61,1 %	40,4 %
80 000 \$ à 99 999 \$	83,5 %	75,1 %	61,6 %	36,9 %	15,1 %	77,3 %	55,4 %	52,7 %
100 000 \$ et plus	89,1 %	68,5 %	62,2 %	41,0 %	17,0 %	82,6 %	73,4 %	45,0 %
Région								
Montréal (RMR)	82,4 %	68,1 %	43,2 %	37,7 %	16,3 %	71,7 %	60,1 %	45,6 %
Québec (RMR)	83,1 %	67,2 %	54,1 %	44,1 %	14,3 %	62,3 %	47,1 %	31,7 %
Est du Québec	87,2 %	77,8 %	53,8 %	40,9 %	20,3 %	64,9 %	48,8 %	54,4 %
Centre du Québec	83,5 %	74,9 %	56,8 %	39,7 %	17,6 %	62,1 %	44,2 %	40,7 %
Ouest du Québec	87,8 %	73,1 %	53,6 %	36,3 %	15,6 %	61,2 %	48,4 %	37,2 %
Langue maternelle								
Français	85,8 %	72,9 %	53,3 %	39,2 %	16,4 %	65,2 %	52,1 %	41,0 %
Anglais ou autre	77,8 %	63,0 %	33,6 %	36,3 %	17,0 %	72,6 %	58,0 %	49,2 %
Occupation								
Employé (service, bureau, vente)	86,3 %	67,6 %	52,1 %	37,4 %	15,3 %	79,6 %	65,6 %	53,4 %
Travailleur manuel	85,0 %	76,8 %	51,5 %	39,2 %	10,3 %	61,4 %	54,0 %	37,5 %
Professionnel	83,2 %	68,3 %	57,4 %	37,3 %	15,3 %	74,7 %	61,0 %	43,3 %
Au foyer	64,8 %	64,8 %	33,1 %	15,9 %	1,4 %	64,4 %	46,9 %	50,6 %
Étudiant	73,1 %	54,1 %	40,6 %	30,1 %	9,4 %	90,7 %	61,2 %	81,9 %
Retraité	93,1 %	83,1 %	47,3 %	48,6 %	23,7 %	41,2 %	33,5 %	21,2 %
Sans emploi	77,5 %	68,0 %	35,1 %	31,4 %	20,0 %	61,4 %	53,5 %	33,1 %
Composition du ménage								
Avec enfant(s)	79,9 %	64,8 %	50,6 %	33,0 %	14,2 %	81,8 %	62,5 %	56,4 %
Sans enfant	86,4 %	74,1 %	47,9 %	41,9 %	17,9 %	58,0 %	47,8 %	34,5 %

En caractères **gras rouges** : résultat significativement supérieur au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

APPAREILS UTILISÉS POUR ACCÉDER À DES NOUVELLES SUR INTERNET, UTILISATION D'APPLICATIONS MOBILES DE NOUVELLES ET SUIVI DE L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL

	Appareils utilisés pour accéder à des nouvelles sur Internet au cours de la semaine précédant l'enquête					
	Un ordinateur (de table ou portable)	Total appareils mobiles	Un téléphone intelligent	Une tablette électronique	Utilisation des applications mobiles de nouvelles	Suivi de l'information en temps réel
Base	Adultes québécois (n=1 001)					
Total	50,6 %	44,3 %	31,3 %	26,9 %	32,6 %	63,6 %
Sexe						
Homme	54,6 %	41,7 %	32,1 %	24,9 %	32,5 %	67,9 %
Femme	46,9 %	46,7 %	30,5 %	28,7 %	32,7 %	59,6 %
Âge						
18 à 24 ans	72,8 %	76,2 %	73,1 %	23,1 %	36,3 %	82,7 %
25 à 34 ans	60,2 %	65,3 %	53,4 %	35,2 %	40,9 %	82,0 %
35 à 44 ans	58,7 %	57,7 %	40,5 %	39,6 %	40,0 %	65,7 %
45 à 54 ans	56,2 %	38,6 %	23,5 %	27,4 %	30,9 %	69,6 %
55 à 64 ans	42,6 %	29,7 %	14,1 %	24,4 %	29,7 %	54,2 %
65 à 74 ans	28,5 %	20,9 %	7,7 %	15,8 %	25,0 %	41,2 %
75 ans et plus	20,6 %	11,3 %	2,0 %	10,2 %	17,5 %	36,2 %
Scolarité						
Primaire	27,2 %	17,0 %	12,8 %	6,6 %	7,4 %	31,4 %
Secondaire	42,2 %	37,9 %	30,5 %	16,8 %	20,8 %	61,7 %
Collégial	51,6 %	51,1 %	36,1 %	31,0 %	33,9 %	69,6 %
Universitaire	63,4 %	50,8 %	31,7 %	37,7 %	50,3 %	67,7 %
Revenu						
Moins de 20 000 \$	31,2 %	21,4 %	19,4 %	6,5 %	17,0 %	40,9 %
20 000 \$ à 39 999 \$	41,7 %	27,2 %	15,5 %	20,9 %	19,9 %	56,1 %
40 000 \$ à 59 999 \$	56,0 %	41,0 %	30,1 %	20,5 %	25,4 %	68,9 %
60 000 \$ à 79 999 \$	55,6 %	49,1 %	34,1 %	32,6 %	36,2 %	74,3 %
80 000 \$ à 99 999 \$	63,0 %	53,9 %	41,8 %	34,6 %	50,4 %	76,6 %
100 000 \$ et plus	56,2 %	64,8 %	38,9 %	50,8 %	60,2 %	68,9 %
Région						
Montréal (RMR)	56,3 %	49,0 %	36,3 %	27,1 %	34,5 %	64,0 %
Québec (RMR)	41,7 %	35,6 %	20,7 %	22,4 %	29,5 %	59,7 %
Est du Québec	42,1 %	49,7 %	40,1 %	25,1 %	37,4 %	64,7 %
Centre du Québec	49,1 %	39,2 %	26,7 %	26,8 %	27,5 %	64,8 %
Ouest du Québec	45,6 %	38,2 %	23,6 %	29,2 %	31,0 %	63,2 %
Langue maternelle						
Français	49,4 %	42,2 %	29,0 %	28,2 %	33,5 %	62,6 %
Anglais ou autre	55,2 %	52,0 %	39,9 %	22,0 %	29,0 %	67,3 %
Occupation						
Employé (service, bureau, vente)	60,7 %	57,8 %	42,3 %	32,9 %	36,0 %	74,6 %
Travailleur manuel	47,1 %	33,2 %	22,6 %	17,3 %	20,2 %	63,7 %
Professionnel	56,2 %	53,0 %	37,7 %	39,5 %	40,0 %	72,1 %
Au foyer	42,1 %	41,0 %	32,6 %	16,7 %	14,9 %	51,5 %
Étudiant	76,5 %	72,1 %	64,8 %	31,2 %	48,9 %	77,8 %
Retraité	30,9 %	19,5 %	6,5 %	16,4 %	25,0 %	43,1 %
Sans emploi	50,9 %	27,2 %	16,8 %	10,4 %	17,6 %	47,1 %
Composition du ménage						
Avec enfant(s)	58,1 %	65,3 %	52,2 %	34,2 %	45,1 %	74,1 %
Sans enfant	46,1 %	31,9 %	18,9 %	22,3 %	25,6 %	57,4 %

En caractères **gras rouges** : résultat significativement supérieur au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

THÈMES DES FASCICULES *NETENDANCES*

- > Médias sociaux
- > Équipement/Branchement
- > Langues d'usage sur Internet
- > Divertissement en ligne
- > Modes de communication
- > **Actualités et nouvelles**
- > Gouvernement en ligne
- > Mobilité
- > Services bancaires
- > Commerce électronique
- > Informatisation et NETrégions
- > NETgénérations

Depuis plus de 25 ans, le CEFRIO accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Organisme membre de QuébecInnove, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de quelque 80 chercheurs associés et invités ainsi que l'engagement de près de 150 membres.



PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER DU CEFRIO



**POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE,
VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC NOUS.**

info@cefrio.qc.ca

www.cefrio.qc.ca

BUREAU DE QUÉBEC

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

Tél. : 418 523-3746

BUREAU DE MONTRÉAL

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

Tél. : 514 840-1245

MERCI AUX PARTENAIRES DE NETENDANCES

