

# Portrait de l'utilisation des médias sociaux au Québec en 2013

Jean-François Ferland - 26/06/2013

62,7 % des adultes québécois utiliseraient les médias sociaux en 2013, selon la plus récente édition de l'enquête NETendances du CEFRIO.



Le fascicule consacré à l'utilisation des médias sociaux au Québec qui a été produit dans le cadre de l'enquête NETendances 2013 du CEFRIO, un organisme québécois de liaison et de transfert dans le domaine des technologies de l'information, indique également que 82,2 % des adultes internautes québécois utiliseraient les médias sociaux en 2013.

## Âge, revenu et scolarité

Parmi les groupes d'âge, c'est celui des internautes âgés de 55 à 64 ans qui aurait obtenu la plus importante progression d'année en année de la proportion d'internautes qui sont des adeptes des médias sociaux. La progression de ce groupe d'âge est de seize points de pourcentage, soit 74 % en 2013 contre 59 % en 2012.

Le groupe des internautes âgés de 65 ans et plus aurait fait l'objet d'une progression de neuf points de pourcentage d'année en année. Selon l'enquête du CEFRIO, 62 % des adultes québécois dans ce groupe d'âge utiliseraient les

médias sociaux en 2013, contre 53 % en 2012.

Dans les groupes d'âge qui couvrent les personnes âgées de 18 à 54 ans, la progression de la proportion d'adeptes des médias sociaux parmi les internautes québécois va de 0 % (45 à 54 ans, 76 %) à 3 % (35 à 44 ans, 85 % à 88 %).

C'est le groupe des personnes âgées de 25 à 34 ans qui aurait la plus importante proportion d'utilisateurs des médias sociaux parmi les internautes adultes québécois (93 %), devant celui des personnes âgées de 18 à 24 ans (92 %).

Dans le rapport lié à l'enquête NETendances, le CEFRIO estime qu'il n'y a pas de différence significative d'un groupe à l'autre quant à l'utilisation des médias sociaux selon le revenu ou la scolarité.

En fonction du revenu, c'est le groupe des personnes ayant un revenu familial annuel de moins de 20 000 dollars qui aurait la plus faible proportion d'utilisateurs des médias sociaux parmi les internautes (72 %). C'est le groupe des personnes ayant un revenu familial annuel de 80 000 dollars à 99 999 dollars qui aurait la plus grande proportion d'utilisateurs des médias sociaux parmi les internautes (91 %). Les autres groupes d'internautes en fonction du revenu auraient des proportions d'adeptes des médias sociaux qui varient de 80 % à 86 %.

En fonction de la scolarité, 80 % des internautes adultes québécois ayant une scolarité de niveau primaire ou secondaire, 85 % des internautes ayant une scolarité de niveau collégial et 83 % des internautes ayant une scolarité de niveau universitaire utiliseraient les médias sociaux.

Le volet consacré aux médias sociaux de l'étude NETendances 2013 a été réalisé à l'aide des données recueillies lors d'entretiens téléphoniques qui ont été réalisés auprès de 1 000 adultes québécois en mars et en mai 2013.

L'étude NETendances du CEFRIO traite également [des activités et du temps consacré aux médias sociaux par les internautes adultes québécois en 2013](#), ainsi que de [l'importance qu'ils accordent à la présence des organisations dans les médias sociaux](#).