



**ATTITUDE DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD
DE LA LOI C-18**

**CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS DE
L'UNIVERSITÉ LAVAL**

Septembre 2023

「 de la vie aux idées

「 CROP 」

Méthodologie

Collecte des données

La collecte des données en ligne s'est déroulée du **13 au 20 septembre 2023** dans le cadre de l'**omnibus de CROP** (panel Web).

Au total, 1 000 questionnaires ont été remplis par des Québécois de 18 ans et plus.

Pondération et caractère représentatif de l'échantillon

Les résultats ont été pondérés afin de refléter la distribution de la population à l'étude selon le sexe, l'âge, la langue maternelle et la scolarité des répondants.

Notons que, compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Comment lire les données

Il est possible que la somme des résultats présentés n'égalé pas toujours 100 %, puisqu'il s'agit de pourcentages arrondis.

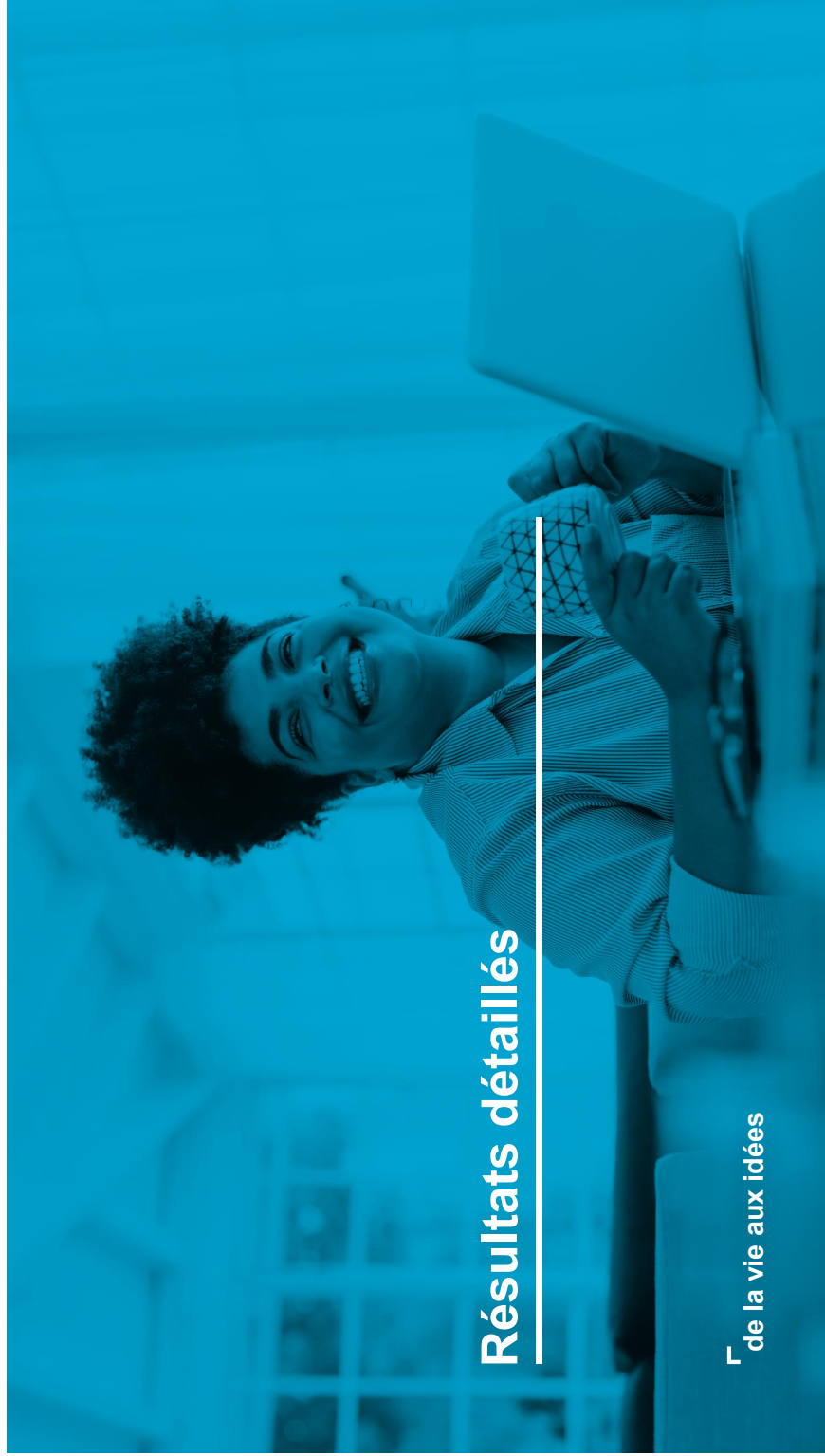
Lorsque pertinentes, les différences de résultats entre sous-groupes sont indiquées comme suit :

EN BLEU pour les résultats **plus élevés**

EN ROUGE pour les résultats **plus bas**

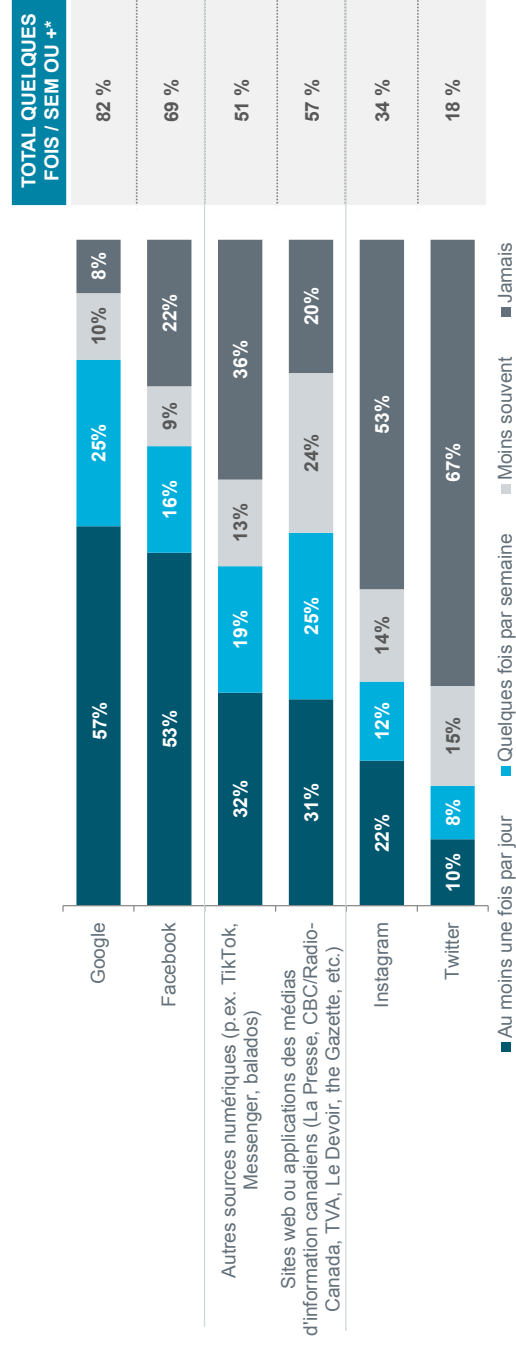
Résultats détaillés

Γ de la vie aux idées



Consultation des médias et plateformes en ligne pour se tenir au courant de l'actualité (1/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)



CROP

Q1. Quand vous pensez à la dernière année, à quelle fréquence avez-vous consulté les médias ou plateformes suivants pour connaître les nouvelles et vous tenir au courant de l'actualité ? Plus précisément, avez-vous lu, regardé, écouté, commenté ou partagé des nouvelles sur ces plateformes... / * Au moins une fois par jour + quelques fois par semaine.

Consultation des médias et plateformes en ligne pour se tenir au courant de l'actualité (2/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)

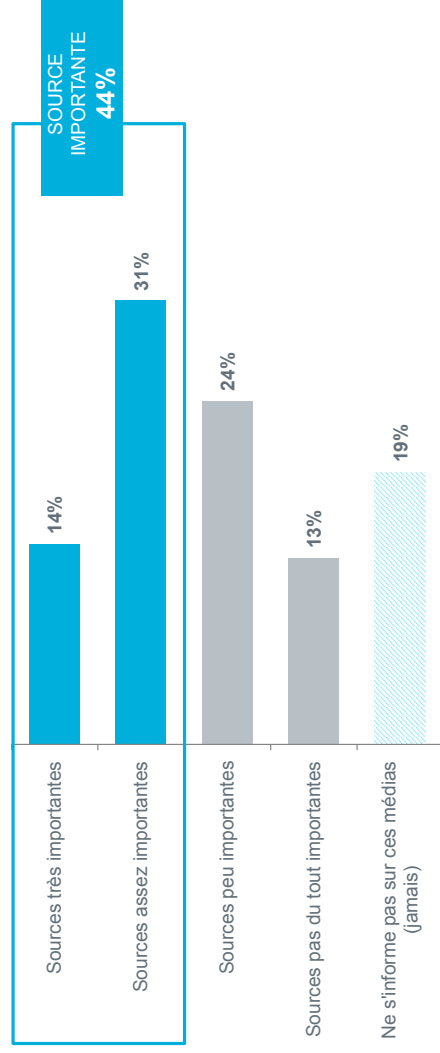
	AU MOINS UNE FOIS PAR JOUR (%)		RÉGION		SEXE		AGE			
	TOTAL	n=	MTL RMR	OC RMR	RESTE DU QC	HOM	FEM	18-34	35-54	55+
Google	57	1000	479	197	324	458	542	208	328	464
Facebook	53		60	54	53	64	50	66	63	47
Autres sources numériques (p.ex. TikTok, Messenger, balados)	32		45	53	62	48	57	55	61	45
Sites web ou applications des médias d'information canadiens*	31		31	36	33	31	33	54	34	18
Instagram	22		32	30	31	35	27	16	33	39
Twitter	10		24	22	19	18	26	49	19	9
			11	11	8	11	9	17	11	5
TOTAL Facebook et/ou Instagram	58		54	56	63	53	63	70	63	47

* (La Presse, CEC/Radio-Canada, TVA, Le Devoir, the Gazette, etc.)

Q1. Quand vous pensez à la dernière année, à quelle fréquence avez-vous consulté les médias ou plateformes suivants pour connaître les nouvelles et vous tenir au courant de l'actualité ? Plus précisément, avez-vous lu, regardé, écouté, commenté ou partagé des nouvelles sur ces plateformes...

Importance de Facebook et Instagram dans la consommation de nouvelles et de l'actualité (1/2)

(base : tous les répondants, n=1.000)



Importance de Facebook et Instagram dans la consommation de nouvelles et de l'actualité (2/2)

(base : tous les répondants, n=1.000)

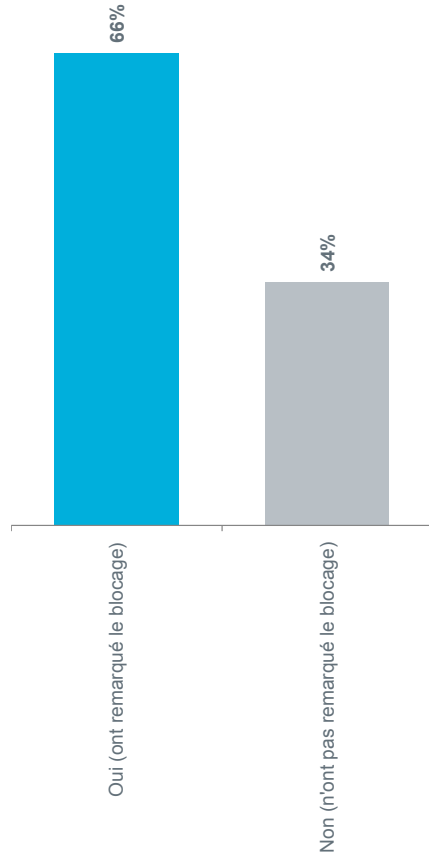
AGE	RÉGION			SEXE		AGE		
	MTL RMR	OC RMR	RESTE DU OC	HOM	FEM	18-34	35-54	55+
	479	197	324	458	542	208	328	464
TOTAL	1000							
	n=							
Sources très importantes	14	13	14	13	14	26	15	6
Sources assez importantes	31	25	35	27	34	40	38	20
Sources peu importantes	24	28	22	22	27	19	22	29
Sources pas du tout importantes	13	17	12	15	11	8	12	16
Ne s'informe pas sur ces médias	19	18	17	23	15	7	13	29
TOTAL IMPORTANTE (très + assez)	44	37	49	41	48	66	53	26

CROP

Q2. Quand vous pensez à la dernière année, à quel point Facebook et/ou Instagram ont-ils été des sources importantes pour vous lorsque vous vous informiez sur les nouvelles et l'actualité?

Québécois ayant remarqué le blocage du partage et de la publication du contenu journalistique des grands groupes d'information sur Facebook / Instagram

(base : tous les répondants, n=1 000)

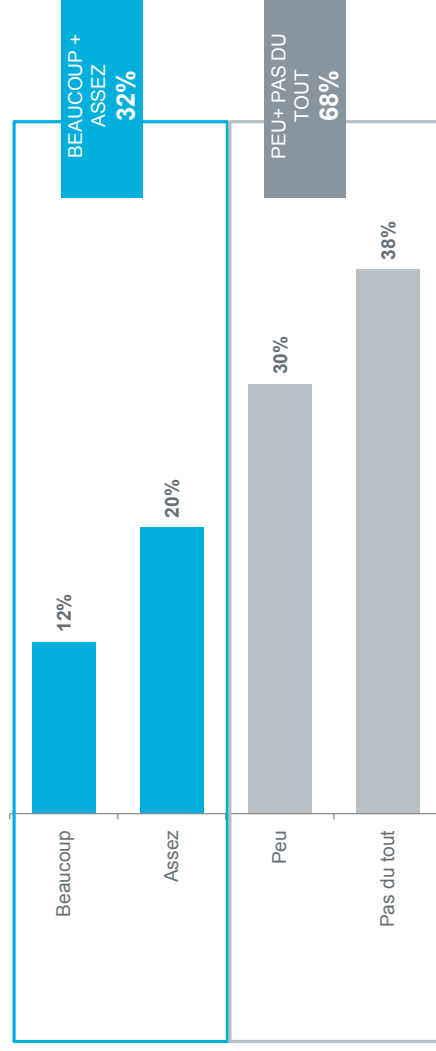


CROP

Q3. En réaction à la loi fédérale sur les nouvelles en ligne ou loi C-18, Facebook et Instagram ont décidé de bloquer le partage et la publication du contenu journalistique des grands groupes d'information pour les usagers canadiens. Cela veut dire que vous ne pouvez plus partager ni consulter des liens vers des sites d'actualité sur Facebook/Instagram. L'avez-vous remarqué?

Niveau de perturbation de la consultation de nouvelles et d'actualité depuis le blocage de Facebook / Instagram (1/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)



CROP

Q4. À quel point est-ce que ce changement dérange votre consultation de nouvelles et d'actualité, c'est-à-dire vos habitudes de lire, regarder, écouter, commenter ou partager des nouvelles ?

Niveau de perturbation de la consultation de nouvelles et d'actualité depuis le blocage de Facebook / Instagram (2/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)

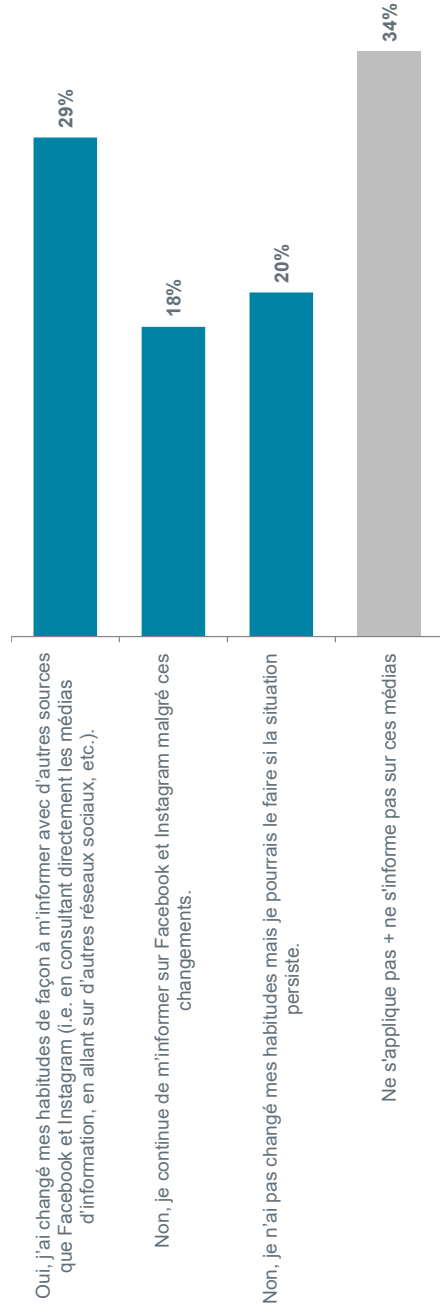
(%)	TOTAL	SEXE		ÂGE		
		H	F	18-34	35-54	55+
	n=	458	542	208	328	464
Beaucoup	12	9	15	16	15	8
Assez	20	19	21	29	23	13
Peu	30	29	32	37	32	26
Pas du tout	38	43	32	18	30	54
TOTAL BEAUCOUP + ASSEZ	32	28	36	45	38	21

CROP

Q4. À quel point est-ce que ce changement dérange votre consultation de nouvelles et d'actualité, c'est-à-dire vos habitudes de lire, regarder, écouter, commenter ou partager des nouvelles ?

Changement des habitudes de consommation des nouvelles et de l'actualité en réponse à cette situation (1/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)



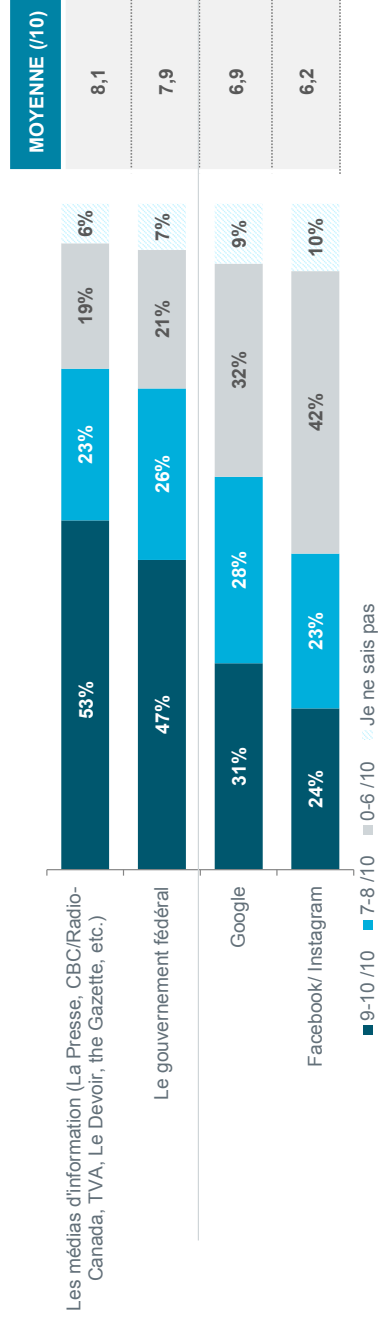
Changement des habitudes de consommation des nouvelles et de l'actualité en réponse à cette situation (2/2)

(base : tous les répondants, n=1 000)

(%)	TOTAL	SEXE		ÂGE		
		H	F	18-34	35-54	55+
	n=	458	542	208	328	464
Oui, j'ai changé mes habitudes (...).	29	26	32	31	33	25
Non, je continue de m'informer sur Facebook et Instagram malgré ces changements.	18	21	14	30	22	8
Non, je n'ai pas changé mes habitudes mais je pourrais le faire si la situation persiste.	20	18	21	21	19	19
Ne s'applique pas + ne s'informe pas sur ces médias	34	36	32	18	26	48

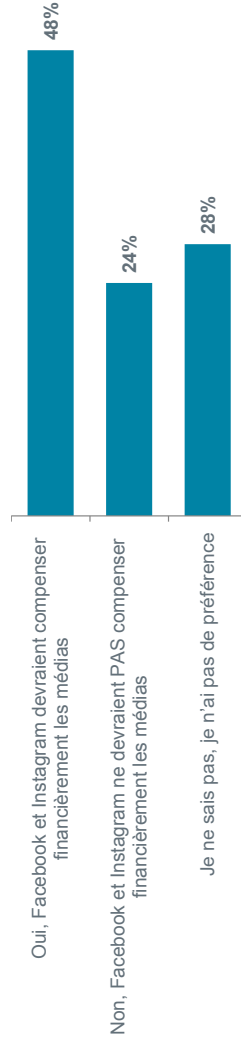
Niveau de responsabilité des acteurs suivants pour assurer l'accès du public à une information de qualité sur l'actualité

(base : tous les répondants, n=1 000)



Opinion quant à la compensation financière des médias d'information canadiens par Facebook/Instagram

(base : tous les répondants, n=1 000)

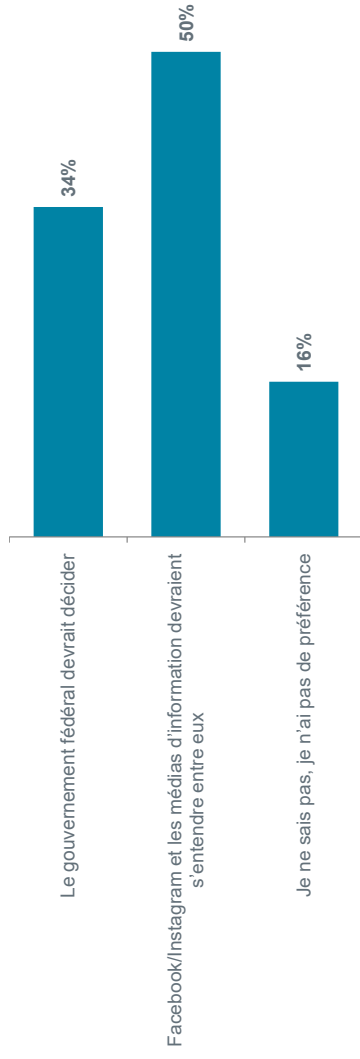


Opinion	SEXE		ÂGE		
	H	F	18-34	35-54	55+
Oui, Facebook et Instagram devraient compenser financièrement les médias	55	41	31	41	63
Non, Facebook et Instagram ne devraient PAS compenser financièrement les médias	24	25	35	29	15
TOTAL	458	542	208	328	464
n=	1000				

CRQP Q7. À votre avis, devrait-on compenser financièrement les médias d'information canadiens pour les contenus partagés (par ces médias ou les utilisateurs des plateformes) sur Facebook et Instagram?

Opinion quant à l'instance qui devrait gérer le montant de la compensation financière des médias d'information canadiens par Facebook/ Instagram

(base : répondants qui croient qu'une compensation devrait être accordée aux médias, n=504)





Profil des répondants

de la vie aux idées

Profil des répondants

(base : ensemble des répondants, n=1 000)

(%)	TOTAL n= 1 000	(%)	TOTAL n= 1 000
SEXE		SITUATION D'EMPLOI	
Homme	49	Travailleur(se) à temps plein	41
Femme	51	Travailleur(se) à temps partiel	12
RÉGION		Chômeur(se) à la recherche d'un emploi	4
Île de Montréal	24	À la maison à temps plein	6
Rive-Sud de Montréal	12	Retraité(e)	31
Rive-Nord de Montréal	14	Étudiant(e)	6
Québec RMR	10	REVENU MÉNAGE	
Reste du Québec	40	Moins de 40K \$	32
ÂGE		40K \$ À 79K \$	33
18-34 ans	25	80K \$ et plus	30
35-54 ans	32	Je préfère ne pas répondre	5
55 ans et plus	44	SCOLARITÉ	
LANGUE MATERNELLE		Secondaire ou moins	35
Français	79	Certificat ou Collège	44
Anglais ou autre langue	21	Universitaire	22



CROP

MONTREAL (QUEBEC)

WWW.CROP.CA

┌ de la vie aux idées

┌ CROP ┘