

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



NETendances 2019
UNE INITIATIVE DU **cefrio**

Édition 2019
Volume 10 – Numéro 3

AVEC LA COLLABORATION DE





RECHERCHE

Votre partenaire en sondage depuis 30 ans.

Spécialiste en recherche marketing et sociale



Sondages



Recherche Marketing



Recherche sociale



Mesure de la satisfaction

2021 Ave. Union #1221
Montréal (Québec) H3A2S9

Téléphone : 514-288-1980
Télécopieur : 514-288-6607

www.biprecherche.com

Table des matières

Méthodologie	4
Faits saillants de l'enquête	5
1. L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires.....	6
1.1 Le trois quarts des adultes québécois utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne ou à l'aide d'une application mobile	6
1.2 L'utilisation d'Internet pour des besoins financiers semble être le premier réflexe des internautes québécois.....	7
1.3 Une majorité d'internautes québécois fait confiance aux sites Internet des institutions financières comparativement aux autres sites Internet transactionnels.....	8
1.4 Près de trois adultes québécois sur quatre utilisent le plus souvent des outils numériques pour effectuer des opérations bancaires.....	8
1.5 Encore un nombre négligeable d'adultes souhaitent se rendre en succursale pour leurs besoins financiers	11
2. Opérations bancaires effectuées en ligne.....	12
2.1 Consulter ses comptes bancaires, payer des factures et effectuer des virements le tout sur le Internet.....	12
2.2 Les jeunes adultes québécois adoptent le dépôt des chèques par voie numérique.....	13
2.3 Les jeunes adultes québécois font davantage de placements financiers en ligne.....	14
3. Outils Internet	15
3.1 Près d'un internaute québécois sur quatre utilise au moins un outil financier en ligne	15
4. Modes de paiement	16
4.1 Les solutions de paiement rapides gagnent en popularité auprès des 35 à 44 ans.....	16
4.2 La notoriété de la monnaie virtuelle a connu une légère diminution	17
5. Sociofinancement	18
5.1 La notoriété des plateformes de sociofinancement est relativement stable depuis 2017.....	18
5.2 La participation au financement d'un projet est peu répandue chez les adultes québécois.....	19
6. Agents virtuels (chatbots)	20
6.1 L'intérêt vis-à-vis les agents virtuels (chatbot) sur les sites Internet des institutions financières connaît une diminution chez les adultes québécois.....	20
6.2 Les robots-conseillers pour la planification financière sont encore marginaux au Québec	21
7. Assurances auto et habitation en ligne.....	22
7.1 L'appel téléphonique demeure le premier réflexe pour demander des soumissions de prix	22
7.2 Les milléniaux (25 à 34 ans) optent pour la soumission en ligne	23
7.3 Les sites Internet comparateurs de prix gagnent en popularité	24
7.4 L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation de plus en plus adopté	25
7.5 Deux adultes québécois sur cinq détiennent actuellement un compte ou un espace client en ligne avec leur assureur auto ou habitation	26
7.6 La consultation du contenu du dossier d'assurance à l'aide du compte ou de l'espace client en ligne est l'action la plus exécutée par les adultes québécois.....	27

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

L'enquête *NETendances 2019* est réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP Recherche, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Hydro-Québec et Services Québec (ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale).

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget
Directrice principale, recherche marketing, CEFRIO
Coordination du projet

Kaliopi Spiropoulos
Chargée de projet, recherche marketing, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Isabelle Desbiens
Directrice des communications et affaires publiques, CEFRIO

Sylvia Kuersteiner
Adjointe à la direction générale, CEFRIO
Communications et mise en valeur du projet

Marie-Guy Maynard
Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

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

Dépôt légal : 2019
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 Internet du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

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

Mention de source : Freepik | Flaticon | Unsplash

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS



Méthodologie

Pour réaliser le volet « services bancaires en ligne » de l'enquête *NETendances 2019*, une collecte de données a été réalisée du 1^{er} au 31 mai 2019, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 001 adultes québécois âgés de 18 ans et plus par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,10\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,28\%$ pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions :

- > RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]) ;
- > RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]) ;
- > Est-du-Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine) ;
- > Centre-du-Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]) ;
- > Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

Note :

- Les chiffres **en rouge** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % — **en gras rouge** l'intervalle de confiance est de 99 %.
- Les chiffres **en bleu** indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % — **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

Faits saillants de l'enquête

UTILISATION D'INTERNET POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES

Taux d'utilisation

77 % des Québécois âgés de 18 ans et plus ont utilisé Internet pour effectuer des opérations bancaires en 2019, un taux statistiquement équivalent à celui de 80 % obtenu en 2018.



Premier réflexe

Plus de la moitié des internautes québécois ont comme premier réflexe d'utiliser Internet pour leurs besoins financiers.

- **69 %** pour obtenir de l'information sur des produits et des services financiers
- **53 %** pour faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples telle une carte de crédit.

Confiance

71 % des internautes québécois mentionnaient, en mai 2019, faire confiance aux sites Internet des institutions financières.



OPÉRATIONS BANCAIRES EN LIGNE

Consulter ses comptes bancaires et payer ses factures à partir du site Internet de son institution financière sont les deux activités les plus souvent réalisées en ligne par respectivement **83 %** et **79 %** des adultes.

35 % des Québécois âgés de 18 à 24 ans ont déjà déposé un chèque par voie numérique au cours de la dernière année.



LES MODES DE PAIEMENT

66 % des Québécois âgés de 35 à 44 ans ont utilisé la solution Flash comme mode de paiement, ce qui représente une augmentation de neuf points de pourcentage depuis l'année précédente.

17 % des adultes québécois détenteurs d'un téléphone intelligent ont effectué des achats en magasin et ont payé par paiement mobile, ce qui représente une augmentation de quatre points de pourcentage depuis 2018.

ASSURANCE DE DOMMAGES EN LIGNE

39 % des adultes québécois ayant magasiné une assurance auto ou habitation au cours des 12 derniers mois ont demandé par Internet une soumission de prix.

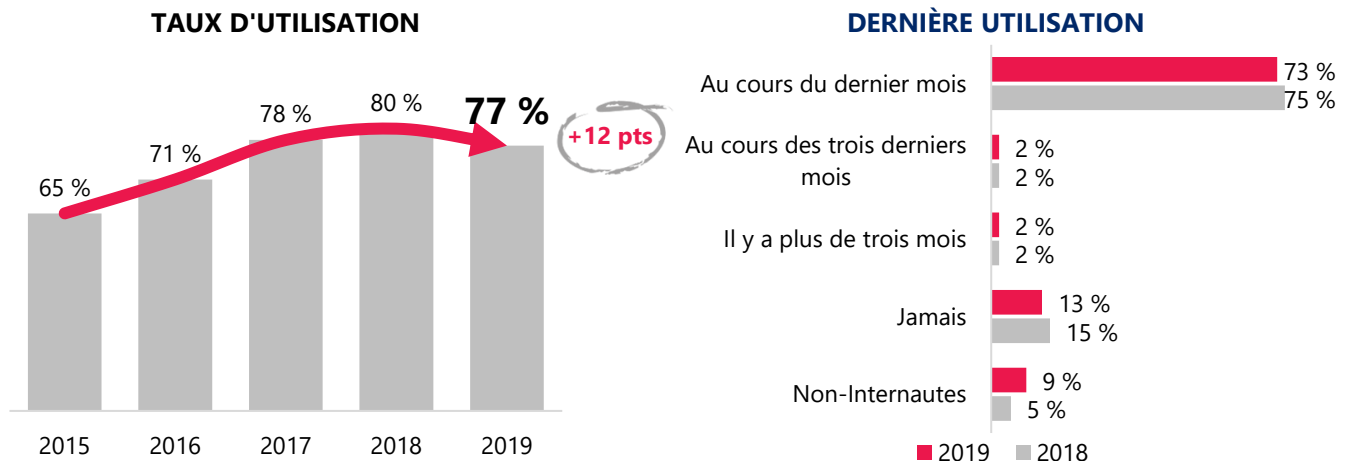
1. L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires

1.1 Le trois quarts des adultes québécois utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne ou à l'aide d'une application mobile

L'année 2019 est marquée par une stabilité de la proportion des adultes québécois qui utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires. En effet, en 2019, 77 % des adultes québécois ont utilisé Internet pour réaliser des opérations bancaires, ce qui représente depuis 2015 à 2019 une augmentation de 12 points de pourcentage. Cependant, par rapport à 2018, c'est un écart observé de trois points de pourcentage qui se situe à l'intérieur de la marge d'erreur statistique, donc non considérable.

Néanmoins, les adultes âgés de moins de 55 ans ont été relativement plus nombreux en 2019 par rapport à 2018 à utiliser Internet pour leurs opérations bancaires, avec un taux d'utilisation variant de 86 % à 92 %. En outre, les adultes diplômés de l'université (87 %), ainsi que les adultes dont le revenu familial est de 80 000 \$ et plus, ont été également plus nombreux à utiliser Internet pour effectuer des opérations bancaires. De plus, près de la grande majorité des adultes québécois comptant des enfants aux foyers utilisent Internet pour effectuer leurs opérations bancaires (90 %).

UTILISATION D'INTERNET POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES



Base : adultes québécois (n = 1 001 en 2019, n = 1 003 en 2018, n = 1 000 en 2017, n = 992 en 2016 et n = 1 000 en 2015)

Question : À quand remonte votre dernière utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne ou mobile, tel que le paiement de factures ou le transfert d'argent entre personnes?

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total utilisateur	78 %	79 %	75 %	89 %	92 %	91 %	86 %	70 %	59 %	31 %
Au cours du dernier mois	73 %	75 %	71 %	83 %	89 %	88 %	86 %	60 %	56 %	59 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	2 %	2 %	4 %	3 %	1 %	0 %	3 %	1 %	0 %
Il y a plus de trois mois	2 %	2 %	2 %	3 %	0 %	2 %	0 %	7 %	2 %	2 %
Jamais	13 %	13 %	13 %	8 %	6 %	6 %	8 %	21 %	19 %	27 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Autres	9 %	8 %	11 %	1 %	2 %	2 %	5 %	8 %	22 %	42 %

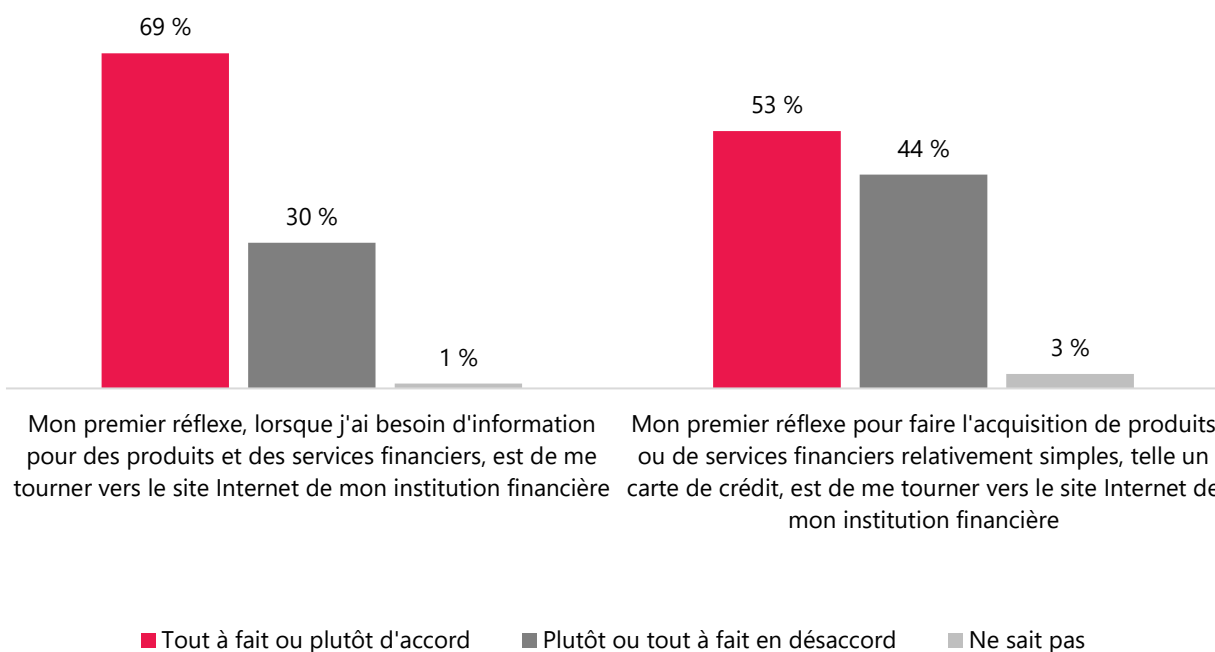
Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total utilisateur	78 %	60 %	81 %	87 %	51 %	67 %	74 %	86 %	95 %	92 %
Au cours du dernier mois	73 %	58 %	74 %	84 %	51 %	63 %	67 %	84 %	90 %	89 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	1 %	2 %	2 %	0 %	2 %	2 %	1 %	3 %	2 %
Il y a plus de trois mois	2 %	1 %	4 %	1 %	0 %	2 %	5 %	1 %	2 %	1 %
Jamais	13 %	17 %	14 %	9 %	11 %	20 %	15 %	11 %	3 %	5 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %
Autres	9 %	22 %	5 %	4 %	36 %	14 %	11 %	3 %	1 %	3 %

1.2 L'utilisation d'Internet pour des besoins financiers semble être le premier réflexe des internautes québécois

Plus de la moitié des internautes québécois ont comme premier réflexe d'utiliser Internet pour leurs besoins financiers, que ce soit pour obtenir de l'information sur des produits et des services financiers (69 %) ou bien pour faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples (53 %).

Les internautes âgés de 25 à 34 ans sont les plus nombreux à consulter le site Internet de leur institution financière lorsqu'ils ont besoin d'information (84 %) ou lorsqu'ils désirent faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples, telle une carte de crédit (64 %). En outre, les foyers comptant trois personnes ont comme premier réflexe de regarder sur le site Internet de leur institution financière lorsqu'ils désirent acquérir des produits ou des services financiers relativement simples (63 %), tout comme les internautes ayant des enfants (61 %).

PERCEPTIONS FACE À L'UTILISATION D'INTERNET POUR DES BESOINS FINANCIERS



Base : internautes québécois (n= 905 en 2019, n= 952 en 2018, n= 930 en 2017 et n= 909 en 2016)

Question : Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

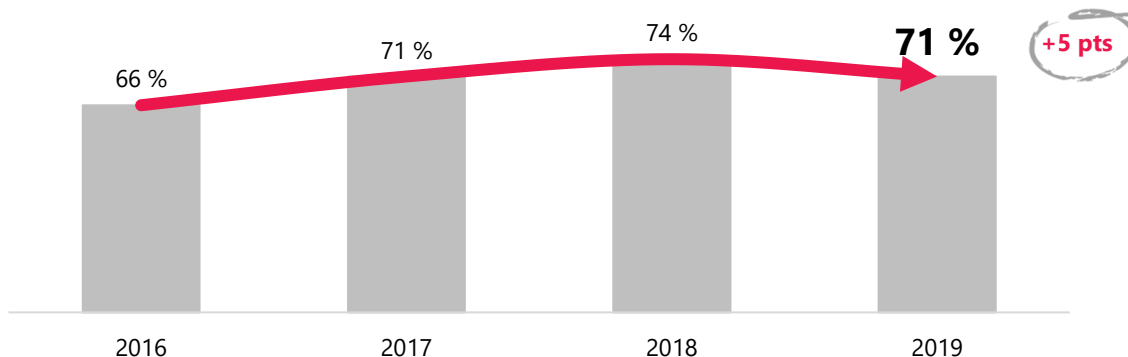
Parmi les internautes québécois, qui sont tout à fait ou plutôt d'accord	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	Pour obtenir de l'information sur des produits et des services financiers	69 %	70 %	67 %	71 %	84 %	73 %	72 %	58 %	60 %
Pour faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples	53 %	56 %	51 %	62 %	64 %	58 %	59 %	42 %	43 %	33 %

Parmi les internautes québécois, qui sont tout à fait ou plutôt d'accord	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
	Pour obtenir de l'information sur des produits et des services financiers	69 %	68 %	68 %	71 %	66 %	66 %	69 %	77 %	78 %
Pour faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples	53 %	49 %	53 %	58 %	52 %	52 %	48 %	62 %	61 %	66 %

1.3 Une majorité d'internautes québécois fait confiance aux sites Internet des institutions financières comparativement aux autres sites Internet transactionnels

Sur le plan de la sécurité, tout près de trois adultes internautes sur quatre (71 %), en 2019, font davantage confiance aux sites Internet des institutions financières comparativement aux autres sites Internet transactionnels. Il s'agit d'un résultat comparable à celui obtenu un an plus tôt, et relativement stable au cours des trois dernières années, passant de 66 % en 2016 à 71 % en 2019, soit une augmentation de 5 points de pourcentage. C'est du côté des internautes âgés de 25 à 34 ans que l'on observe une plus grande confiance à l'égard des sites Internet des institutions financières, avec une proportion de l'ordre de 79 % des répondants de ce segment.

INTERNAUTES QUI FONT PLUS CONFIANCE, SUR LE PLAN DE LA SÉCURITÉ, AUX SITES INTERNET DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES QU'AUX AUTRES SITES INTERNET TRANSACTIONNELS



Base : internautes québécois (n= 905 en 2019, n= 952 en 2018, n= 930 en 2017 et n= 909 en 2016)

Question : Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes? Sur le plan de la sécurité, je fais plus confiance aux sites Internet des institutions financières qu'aux autres sites Internet transactionnels.

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Tout à fait ou plutôt d'accord	71 %	70 %	72 %	80 %	79 %	71 %	71 %	64 %	73 %	54 %

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Tout à fait ou plutôt d'accord	71 %	75 %	68 %	73 %	59 %	71 %	71 %	75 %	77 %	76 %

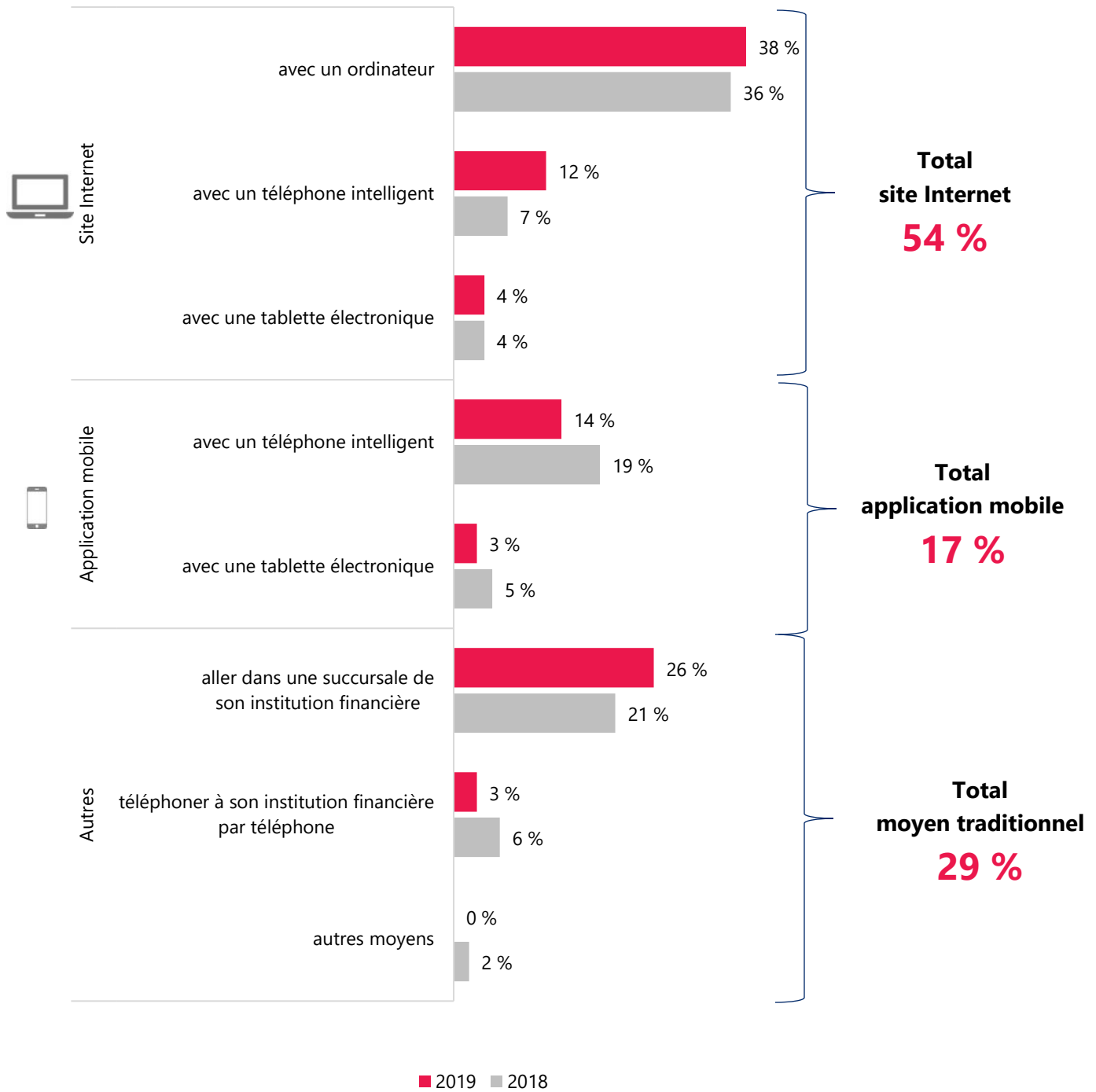
1.4 Près de trois adultes québécois sur quatre utilisent le plus souvent des outils numériques pour effectuer des opérations bancaires

En 2019, l'ordinateur portable ou de table demeure l'outil numérique le plus souvent utilisé pour effectuer des opérations bancaires sur Internet avec respectivement 38 % des adultes qui en ont fait usage. On constate que les hommes (43 %) sont relativement plus nombreux que les femmes (33 %) à utiliser un ordinateur pour accéder au site Internet de leur institution financière. Le téléphone intelligent est le deuxième outil numérique le plus souvent utilisé par 26 % des adultes. Quant à elle, la tablette électronique est identifiée par 7 % des répondants comme étant l'outil qu'ils utilisent le plus souvent pour leurs opérations bancaires.

L'utilisation par l'ensemble des adultes québécois d'un site Internet comme moyen le plus souvent utilisé pour effectuer ses opérations bancaires a augmenté de cinq points de pourcentage, passant de 47 % en 2018 à 54 % en 2019. Chez les 45 à 54 ans, on observe d'ailleurs que 51 % d'entre eux utilisent un ordinateur pour accéder au site Internet de leur institution financière, comparativement à 38 % de l'ensemble de la population. Par contre, l'utilisation par l'ensemble de la population des applications mobiles a diminué de sept points de pourcentage, passant de 24 % en 2018 à 17 % en 2019. Chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans, ils sont cependant 30 % à utiliser leur téléphone intelligent à l'aide de l'application mobile de leur institution financière comme moyen le plus souvent fréquent pour leurs opérations financières.

Aller en succursale a par ailleurs connu une hausse de cinq points de pourcentage, passant de 21 % en 2018 à 26 % en 2019. Ce moyen plus traditionnel pour effectuer le plus souvent ses opérations bancaires est tout particulièrement utilisé chez les adultes dont le revenu familial est de moins de 20 000 \$. Il l'est également chez les personnes plus âgées, dont 70 % des personnes âgées de 75 ans et plus.

MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES

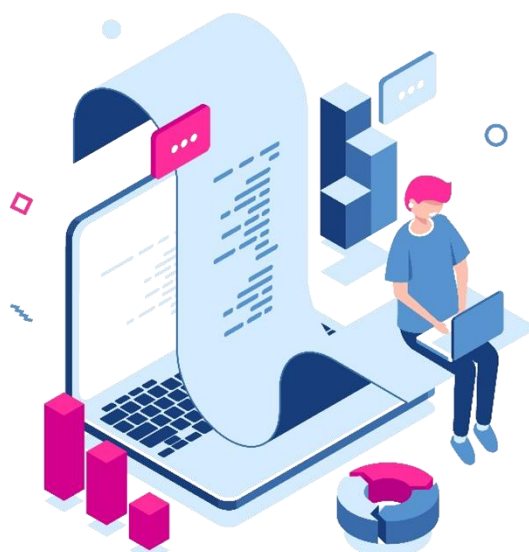


Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019 et n= 1 003 en 2018)

Question : Quel moyen, parmi les suivants, utilisez-vous le plus souvent pour effectuer vos opérations bancaires?

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Internet avec un ordinateur (portable ou de table)	38 %	43 %	33 %	31 %	36 %	42 %	51 %	39 %	35 %	18 %
Internet avec un téléphone intelligent	12 %	12 %	11 %	18 %	24 %	16 %	8 %	8 %	5 %	0 %
Internet avec une tablette électronique	4 %	3 %	4 %	0 %	0 %	4 %	2 %	7 %	8 %	3 %
L'application de l'institution financière avec un téléphone intelligent	14 %	11 %	16 %	30 %	27 %	21 %	13 %	4 %	3 %	0 %
L'application de l'institution financière avec une tablette électronique	3 %	3 %	4 %	1 %	1 %	4 %	5 %	4 %	5 %	2 %
Aller dans une succursale de votre institution financière	26 %	24 %	27 %	15 %	11 %	12 %	18 %	33 %	39 %	70 %
Téléphoner à votre institution financière	3 %	3 %	3 %	4 %	1 %	1 %	3 %	4 %	5 %	5 %
Autres moyens	0 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Internet avec un ordinateur (portable ou de table)	38 %	26 %	40 %	48 %	21 %	30 %	43 %	44 %	42 %	42 %
Internet avec un téléphone intelligent	12 %	11 %	12 %	11 %	13 %	5 %	11 %	11 %	16 %	15 %
Internet avec une tablette électronique	4 %	4 %	4 %	4 %	1 %	7 %	3 %	4 %	4 %	4 %
L'application de l'institution financière avec un téléphone intelligent	14 %	11 %	16 %	15 %	6 %	16 %	10 %	14 %	23 %	22 %
L'application de l'institution financière avec une tablette électronique	3 %	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %	7 %	2 %	5 %
Aller dans une succursale de votre institution financière	26 %	40 %	21 %	17 %	46 %	33 %	29 %	19 %	11 %	9 %
Téléphoner à votre institution financière	3 %	4 %	4 %	2 %	10 %	6 %	3 %	2 %	2 %	3 %
Autres moyens	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %



Selon une étude réalisée par *Business Insider Intelligence*, qui s'intéresse à l'évolution du marché américain au niveau des banques exclusivement numériques, également appelées néobanques, on constate que 89 % des personnes interrogées aux États-Unis déclarent utiliser des outils bancaires mobiles. Parmi celles-ci, 70 % affirmaient que les services des institutions financières numériques sont devenus le principal moyen d'accéder à leurs comptes. En outre, environ neuf Canadiens sur dix (88 %) ont déclaré avoir eu recours aux services bancaires en ligne au cours de la dernière année et plus de la moitié (53 %) ont déclaré que c'était leur méthode bancaire la plus courante, faisant de la banque en ligne le canal de banque numérique le plus utilisé.

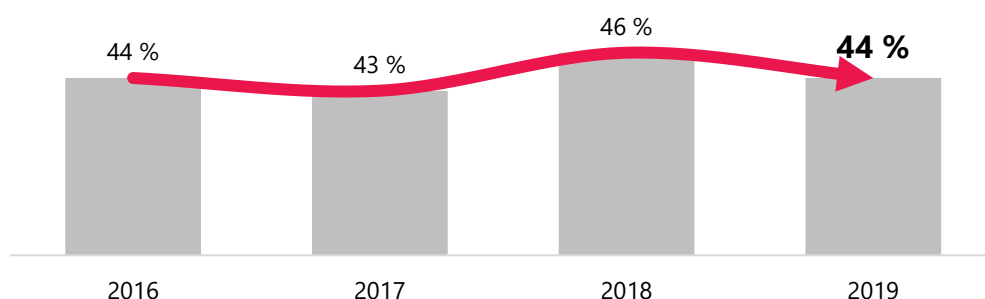
Traduit de l'anglais — Source : « [The disruptive digital transformation of banking services in 2019](#) », septembre 2019 et « Focus : How Canadians Bank », mars 2019.

1.5 Encore un nombre négligeable d'adultes souhaitent se rendre en succursale pour leurs besoins financiers

En 2019, on remarque que la proportion des adultes québécois qui ne veulent plus se déplacer en succursale pour tous leurs besoins financiers, que ce soit pour leurs opérations bancaires courantes, leurs placements ou leurs financements, est relativement stable depuis les trois dernières années, passant de 44 % en 2016 à 44 % en 2019.

On constate aussi que ce désir est plus présent chez les adultes québécois âgés de 25 à 34 ans (59 %), comparativement, par exemple, aux personnes plus âgées de 75 ans et plus (30 %). Notamment, les adultes diplômés de l'université ainsi que ceux ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus sont plus nombreux à aimer l'idée de ne plus avoir à se rendre en succursale pour leurs besoins financiers, soit avec un taux de 52 % respectivement.

DÉSIR DES ADULTES DE NE PLUS AVOIR À SE RENDRE PHYSIQUEMENT EN SUCCURSALE POUR TOUS LEURS BESOINS FINANCIERS



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019, n= 1 003 en 2018, n= 1 000 en 2017 et n= 992 en 2016)

Question : Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes? Pour TOUS mes besoins financiers, que ce soit pour mes opérations bancaires courantes, mes placements ou mes financements, j'aimerais ne plus avoir besoin de me rendre physiquement sur place en succursale.

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Tout à fait ou plutôt d'accord	44 %	46 %	42 %	49 %	59 %	51 %	42 %	33 %	40 %	30 %

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Tout à fait ou plutôt d'accord	44 %	37 %	40 %	52 %	45 %	47 %	42 %	46 %	47 %	52 %



En 2019, le nombre d'utilisateurs âgés de 18 ans et plus qui utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne devrait dépasser les 161 millions aux États-Unis. Cela représente une augmentation de plus de 20 % par rapport à 2014. Cette augmentation des services bancaires numérique est causée par deux facteurs. L'une est la présence accrue des téléphones intelligents et autres technologies numériques, et l'autre est une augmentation des entreprises de technologie financière.

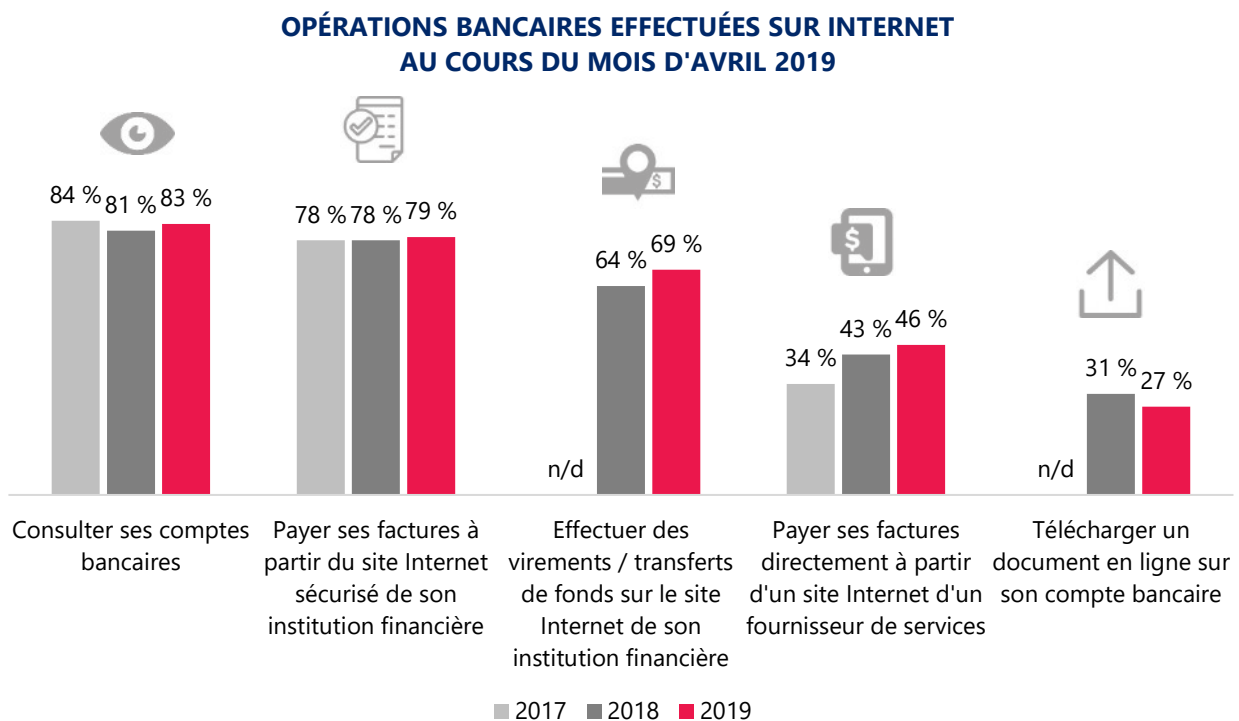
Traduit de l'anglais — Source : [Statista Research Department « Number of digital banking users in the United States from 2014 to 2019 »](#), août 2019

2. Opérations bancaires effectuées en ligne

2.1 Consulter ses comptes bancaires, payer des factures et effectuer des virements le tout sur le Internet

Parmi les opérations bancaires effectuées sur Internet, la consultation de ses comptes bancaires (83 %) et le paiement de factures sur le site Internet de son institution financière (79 %) ont été les opérations les plus effectuées par les internautes québécois en 2019. De plus, on remarque que l'internaute adulte a effectué, en 2019, davantage de virements ou de transferts de fonds sur le site Internet de son institution financière. Ce type d'opération a connu d'ailleurs une augmentation de cinq points de pourcentage en 2019 (69 %), comparativement à l'année précédente (64 %). Cette hausse pourrait être expliquée par le fait que les institutions bancaires sont de plus en plus nombreuses à offrir un service en ligne de virement *Interac* facile à utiliser.

Nos résultats indiquent aussi que les internautes québécois âgés de 25 à 54 ans sont plus nombreux que les autres groupes d'âge de la population à consulter leurs comptes bancaires (un taux variant de 90 % à 92 %), à payer leurs factures à partir du site Internet sécurisé de leur institution financière (un taux variant de 87 % à 89 %) et à effectuer des virements/transferts de fonds sur le site Internet de leur institution financière (un taux variant de 79 % à 81 %). On constate, en outre, que l'opération visant à télécharger un document en ligne sur son compte bancaire est plus populaire chez les internautes québécois âgés de 18 à 24 ans (46 %) de même que chez les internautes ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus (39 %).



Base : internautes québécois (n= 905 en 2019, n= 952 en 2018 et n= 930 en 2017)

Question : Au cours du dernier mois, avez-vous utilisé Internet pour...

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Consulter des comptes bancaires	83 %	83 %	83 %	84 %	92 %	90 %	91 %	73 %	73 %	55 %
Payer des factures à partir du site Internet sécurisé de votre institution financière	79 %	81 %	78 %	82 %	87 %	88 %	89 %	69 %	69 %	48 %
Effectuer des virements/transferts de fonds sur le site Internet de votre institution financière	69 %	67 %	70 %	74 %	81 %	82 %	79 %	51 %	57 %	30 %
Payer des factures directement à partir d'un site Internet d'un fournisseur de services	46 %	45 %	46 %	45 %	53 %	49 %	44 %	45 %	44 %	25 %
Télécharger un document en ligne sur votre compte bancaire	27 %	30 %	24 %	46 %	38 %	34 %	24 %	17 %	12 %	10 %

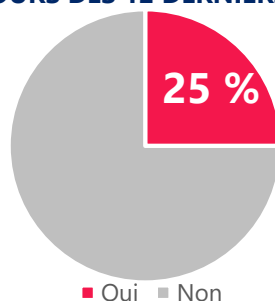
Parmi les internautes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Consulter des comptes bancaires	83 %	77 %	81 %	89 %	73 %	77 %	81 %	87 %	94 %	94 %
Payer des factures à partir du site Internet sécurisé de votre institution financière	79 %	73 %	79 %	85 %	73 %	75 %	79 %	84 %	89 %	90 %
Effectuer des virements/transferts de fonds sur le site Internet de votre institution financière	69 %	57 %	69 %	78 %	51 %	53 %	65 %	79 %	84 %	86 %
Payer des factures directement à partir d'un site Internet d'un fournisseur de services	46 %	47 %	44 %	47 %	48 %	45 %	55 %	53 %	40 %	50 %
Télécharger un document en ligne sur votre compte bancaire	27 %	20 %	25 %	34 %	14 %	19 %	26 %	30 %	33 %	39 %

2.2 Les jeunes adultes québécois adoptent le dépôt des chèques par voie numérique

Au cours des 12 derniers mois précédant notre collecte, un détenteur d'appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) sur quatre avait utilisé l'application mobile de son institution financière pour déposer un chèque transmis à partir d'une photo (25 %). On observe une augmentation de cinq points de pourcentage comparativement à l'année précédente (20 %) pour cette action pour l'ensemble de la population adulte.

Les adultes québécois âgés de 18 à 24 ans sont plus nombreux à avoir déposé un chèque de manière numérique par l'entremise de l'application mobile de leur institution financière (35 %), suivi de près par les adultes âgés de 45 à 54 ans (33 %). Les détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique avec revenu familial de 100 000 \$ et plus (39 %) sont aussi plus nombreux à réaliser cette opération. De plus, 36 % des adultes québécois détenteur d'un appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) avec enfants(s) au foyer, ont déposé au moins un chèque transmis à partir d'une photo au cours des 12 derniers mois.

UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



35 % auprès des 18 à 24 ans

Base : détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique (n= 823 en 2019 et n= 748 en 2018)

Question : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous personnellement déposé un chèque dans votre compte bancaire par l'application mobile de votre institution financière, en prenant une photo de ce chèque?

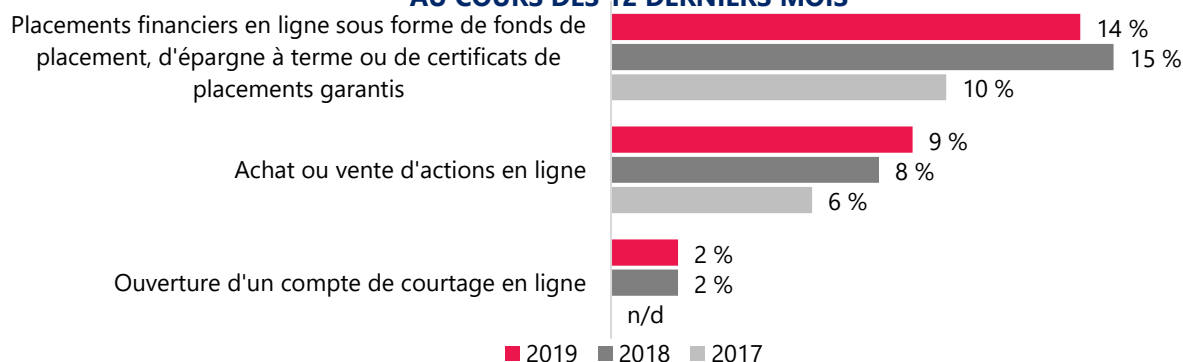
Parmi les détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Déposer un chèque dans votre compte bancaire par l'application mobile de votre institution financière, en prenant une photo de ce chèque	25 %	28 %	21 %	35 %	28 %	29 %	33 %	21 %	7 %	2 %

Parmi les détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Déposer un chèque dans votre compte bancaire par l'application mobile de votre institution financière, en prenant une photo de ce chèque	25 %	20 %	23 %	30 %	18 %	14 %	26 %	23 %	26 %	39 %

2.3 Les jeunes adultes québécois font davantage de placements financiers en ligne

Les institutions financières offrent en ligne différents services de placements financiers, soit sous forme de fonds de placement, d'épargne à terme ou de certificats de placements garantis. Elles offrent aussi des services d'achat ou de vente en ligne d'actions de même que des services d'ouverture de comptes de courtage. En 2019, un adulte québécois sur cinq (20 %) a réalisé au moins une de ces opérations. Plus précisément, on constate que ce sont davantage les plus jeunes adultes de 18 à 34 ans qui ont réalisé, en 2019, l'une ou l'autre de ces opérations en ligne (35 % par les 18 à 34 ans et 26 % par les 25 à 34 ans).

OPÉRATIONS DE PLACEMENT RÉALISÉES EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019, n= 1 003 en 2018 et n= 1 000 en 2017)

Question : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous personnellement...

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Réalisé au moins une de ces trois activités en ligne	20 %	23 %	17 %	35 %	26 %	20 %	22 %	15 %	13 %	7 %
Placements financiers en ligne	14 %	15 %	12 %	21 %	16 %	14 %	15 %	11 %	12 %	7 %
Achat ou vente d'actions en ligne	9 %	12 %	7 %	16 %	15 %	10 %	10 %	6 %	5 %	4 %
Ouverture d'un compte de courtage en ligne	2 %	4 %	1 %	1 %	3 %	3 %	4 %	3 %	0 %	3 %

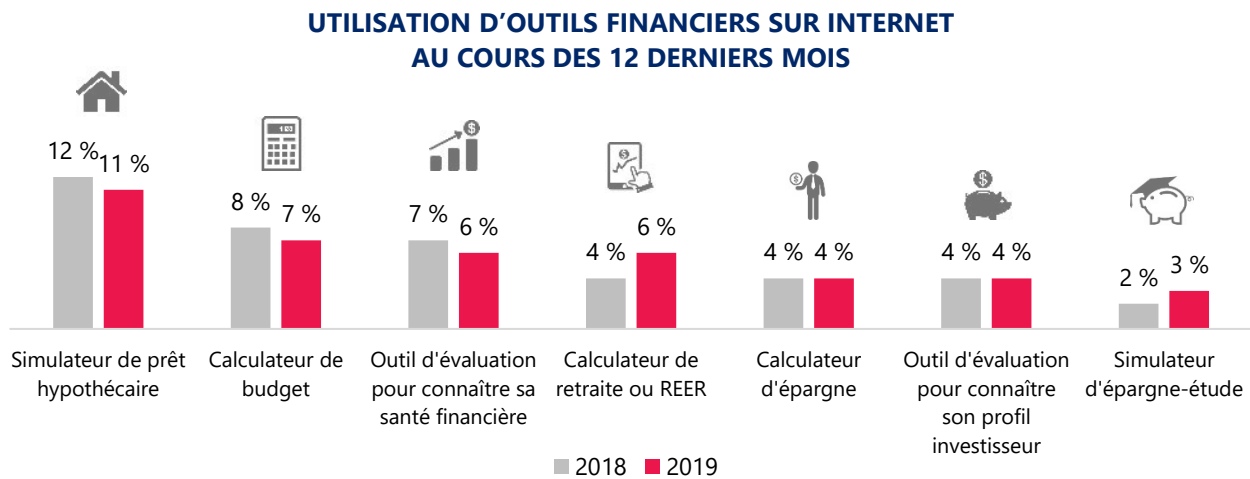
Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Réalisé au moins une de ces trois activités en ligne	20 %	11 %	21 %	25 %	14 %	5 %	15 %	19 %	29 %	34 %
Placements financiers en ligne	14 %	7 %	16 %	18 %	8 %	4 %	12 %	15 %	21 %	25 %
Achat ou vente d'actions en ligne	9 %	5 %	9 %	12 %	6 %	2 %	7 %	11 %	10 %	15 %
Ouverture d'un compte de courtage en ligne	2 %	1 %	3 %	4 %	0 %	0 %	1 %	3 %	2 %	4 %

3. Outils Internet

3.1 Près d'un internaute québécois sur quatre utilise au moins un outil financier en ligne

Les institutions financières offrent à leurs clients internautes plusieurs outils financiers numériques, tels que des simulateurs de prêt hypothécaire et d'épargne-étude, des outils d'évaluation pour connaître sa santé financière ou son profil en tant qu'investisseur, ainsi que des calculateurs de budget, de retraite ou REER et d'épargne. Au cours des 12 derniers mois, près d'un internaute québécois sur quatre (24 %) a utilisé au moins un de ces outils financiers numériques. Ce taux d'utilisation est resté le même depuis l'année précédente.

Nos résultats démontrent que le simulateur de prêt hypothécaire a intéressé davantage les adultes âgés de 25 à 54 ans. Ils ont été plus nombreux à utiliser cet outil financier (19 % des adultes de 24 à 34 ans, 15 % des 35 à 44 ans et 17 % des 45 à 54 ans).



Base : internautes québécois (n= 905 en 2019 et n= 952 en 2018)

Question : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous personnellement utilisé les outils financiers suivants sur le site Internet d'une institution financière?

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
A utilisé au moins un outil	24 %	26 %	22 %	31 %	33 %	26 %	30 %	15 %	12 %	17 %
Simulation de prêt hypothécaire	11 %	12 %	9 %	4 %	19 %	15 %	17 %	3 %	4 %	3 %
Calculateur de budget	7 %	8 %	6 %	6 %	10 %	9 %	9 %	5 %	3 %	1 %
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	6 %	7 %	6 %	9 %	8 %	5 %	8 %	3 %	5 %	12 %
Calculateur de retraite ou REER	6 %	8 %	4 %	1 %	6 %	7 %	10 %	8 %	2 %	0 %
Calculateur d'épargne	4 %	5 %	3 %	6 %	6 %	6 %	3 %	1 %	1 %	3 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil investisseur	4 %	4 %	3 %	6 %	6 %	3 %	6 %	1 %	1 %	5 %
Simulateur d'épargne-étude	3 %	2 %	3 %	9 %	2 %	3 %	3 %	1 %	1 %	0 %

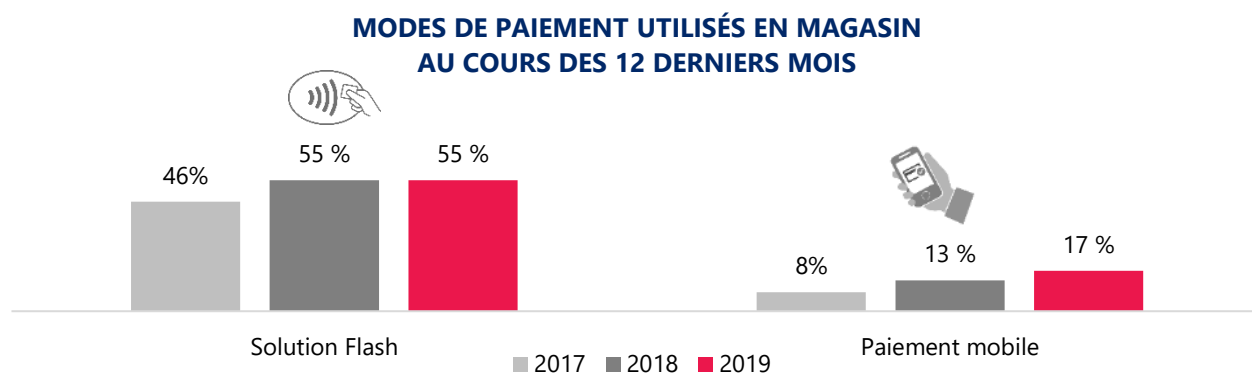
Parmi les internautes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
A utilisé au moins un outil	24 %	10 %	27 %	30 %	26 %	16 %	19 %	33 %	26 %	32 %
Simulation de prêt hypothécaire	11 %	2 %	12 %	16 %	0 %	7 %	6 %	15 %	13 %	19 %
Calculateur de budget	7 %	2 %	11 %	7 %	4 %	3 %	7 %	10 %	9 %	11 %
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	6 %	3 %	7 %	8 %	6 %	4 %	3 %	4 %	9 %	11 %
Calculateur de retraite ou REER	6 %	2 %	4 %	10 %	4 %	2 %	3 %	4 %	11 %	11 %
Calculateur d'épargne	4 %	1 %	3 %	6 %	11 %	0 %	3 %	2 %	5 %	6 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil investisseur	4 %	2 %	4 %	6 %	0 %	1 %	6 %	5 %	2 %	6 %
Simulateur d'épargne-étude	3 %	3 %	3 %	2 %	8 %	5 %	0 %	3 %	3 %	3 %

4. Modes de paiement

4.1 Les solutions de paiement rapides gagnent en popularité auprès des 35 à 44 ans

Bien que les solutions de paiement rapides aient gagné en popularité chez les adultes québécois l'année précédente, avec une augmentation de neuf points de pourcentage, passant de 46 % en 2017 à 55 % en 2018, ce taux est demeuré stable au cours des 12 derniers mois. En effet, en 2019 c'est 55 % des adultes québécois qui ont utilisé la solution Flash avec leur carte de débit ou de crédit comme mode de paiement en magasin. Le paiement mobile a, pour sa part, connu en 2019 une hausse de quatre points de pourcentage de son taux d'utilisation par l'ensemble des adultes québécois, passant de 13 % à 17 % des détenteurs de téléphone intelligent. Rappelons que le paiement mobile est possible sur un téléphone intelligent à partir d'applications de type Apple Pay ou Android Pay.

Les Québécois âgés de 18 à 44 ans (63 %), les adultes diplômés de l'université (63 %) ainsi que les adultes avec revenu familial de 100 000 \$ et plus (70 %) sont relativement plus nombreux à utiliser la solution Flash comme moyen de paiement rapide. On constate plus particulièrement que la solution Flash a gagné en popularité auprès des 35 à 44 ans, le taux d'utilisateurs de ce mode de paiement étant passé de 57 % en 2018 à 66 % en 2019, ce qui représente une augmentation de neuf points de pourcentage. De plus, les hommes détenant un téléphone intelligent (20 %) sont plus nombreux à utiliser les paiements mobiles comparativement aux femmes (14 %).



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019 et n= 1 003 en 2018) et détenteurs de téléphone intelligent (n= 730 en 2019 et n= 748 en 2018)

Question : Au cours des 12 derniers mois, lorsque vous avez effectué des achats EN MAGASIN, vous est-il arrivé de payer en utilisant...

Parmi les adultes québécois et les détenteurs de téléphone intelligent	Total	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	2019									
Solution Flash	55 %	56 %	54 %	58 %	64 %	66 %	57 %	44 %	47 %	48 %
Paiement mobile	17 %	20 %	14 %	27 %	24 %	21 %	13 %	10 %	7 %	0 %

Parmi les adultes québécois et les détenteurs de téléphone intelligent	Total	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
	2019									
Solution Flash	55 %	44 %	57 %	63 %	33 %	48 %	55 %	54 %	62 %	70 %
Paiement mobile	17 %	11 %	22 %	17 %	11 %	8 %	20 %	10 %	18 %	26 %



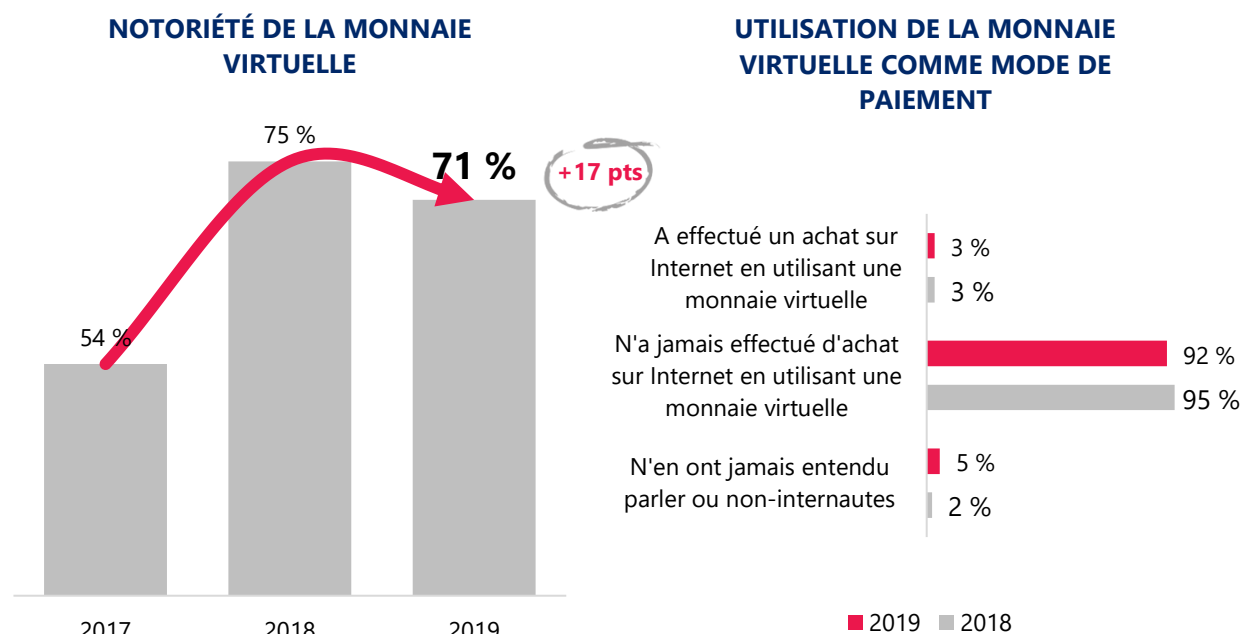
En 2019, les Canadiens se tournent de plus en plus vers les méthodes de transaction axées sur la technologie. Les Canadiens paient en moyenne 9,2 fois par mois avec une carte de crédit, 9,1 fois par mois au moyen d'une Solution Flash, et 8,5 fois par mois avec une carte de débit. Dans cinq ans, les Canadiens s'attendent à utiliser davantage les trois technologies suivantes : Solution Flash (45 %), Transfert Interac (40 %) et les paiements mobiles (40 %).

Traduit de l'anglais — Source : « Focus : How Canadians Bank », mars 2019

4.2 La notoriété de la monnaie virtuelle a connu une légère diminution

Bien que la monnaie virtuelle, telle que le Bitcoin, les Facebook Credits ou les Amazon Coins, ait gagné en popularité chez les adultes québécois en 2018, on constate en 2019 qu'elle connaît une légère diminution de sa notoriété auprès de l'ensemble de la population adulte québécoise, passant de 75 % en 2018 à 71 % en 2019, soit une diminution de quatre points de pourcentage. Néanmoins, on constate que 81 % des hommes connaissent ou ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle, comparativement à seulement 61 % des femmes. De plus, les adultes québécois âgés de 25 à 34 ans, les diplômés de l'université (85 %) ainsi que ceux ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus (89 %) sont plus nombreux à avoir déjà entendu parler de ce type de monnaie.

En 2019, tout comme en 2018, le taux d'utilisation de type de monnaie comme mode de paiement est encore très faible avec seulement 3 % de la population qui mentionnent, autant en 2018 qu'en 2019, avoir déjà effectué un achat sur Internet en utilisant ce type de monnaie.



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019, n= 1 003 en 2018 et n= 1 000 en 2017)

Question : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler de monnaie virtuelle, comme le Bitcoin, Facebook Credits, Amazon Coins, etc.?

Base : adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle (n= 709 en 2019 et n= 753 en 2018)

Question : Vous est-il déjà arrivé d'effectuer un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle?

Parmi les adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	Total	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	2019									
A déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	71 %	81 %	61 %	69 %	81 %	76 %	73 %	70 %	62 %	58 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle	3 %	4 %	3 %	11 %	5 %	4 %	2 %	1 %	1 %	2 %

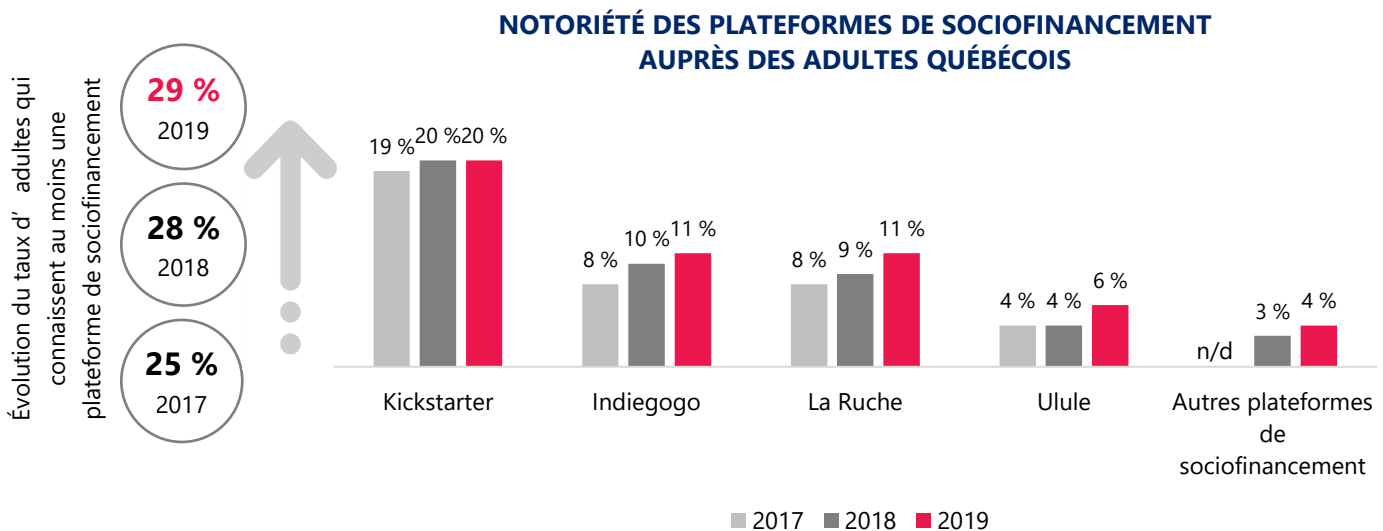
Parmi les adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	Total	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
	2019									
A déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	71 %	52 %	74 %	85 %	49 %	58 %	67 %	74 %	85 %	89 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle	3 %	3 %	2 %	4 %	4 %	2 %	2 %	0 %	5 %	6 %

5. Sociofinancement

5.1 La notoriété des plateformes de sociofinancement est relativement stable depuis 2017

Un peu plus du quart des adultes québécois (29 %) connaît ou a déjà entendu parler d'au moins une plateforme de sociofinancement tel que Kickstarter, Indiegogo, La Ruche, Ulule ou d'autres plateformes de ce type. En 2019, on remarque que la plateforme la plus connue jusqu'à présent est encore la plateforme Kickstarter, avec un taux de 20 % des adultes qui mentionnent en avoir déjà entendu parler ou la connaissent.

La notoriété de ces plateformes de financement participatif est plus grande auprès des hommes (35 %) qu'auprès des femmes (23 %). De plus, un adulte sur deux appartenant à la tranche d'âge de 25 à 34 ans connaît au moins une de ces plateformes de sociofinancement. En outre, les adultes québécois diplômés de l'université (43 %) ainsi que ceux ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus (50 %) sont relativement plus nombreux à connaître ces plateformes.



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019, n= 1 003 en 2018 et n= 1 000 en 2017)

Question : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler des plateformes de sociofinancement suivantes?

Parmi les adultes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Connaissant au moins une plateforme de sociofinancement	29 %	35 %	23 %	34 %	50 %	42 %	28 %	23 %	10 %	5 %
Kickstarter	20 %	27 %	13 %	28 %	46 %	29 %	11 %	12 %	5 %	1 %
Indiegogo	11 %	14 %	9 %	14 %	24 %	15 %	8 %	9 %	1 %	2 %
La Ruche	11 %	14 %	9 %	6 %	19 %	23 %	12 %	10 %	2 %	1 %
Ulule	6 %	7 %	4 %	7 %	11 %	9 %	5 %	4 %	1 %	0 %
Autres plateformes	4 %	5 %	4 %	5 %	6 %	5 %	7 %	3 %	2 %	1 %
Aucun de ces choix	71 %	65 %	76 %	66 %	49 %	58 %	72 %	76 %	89 %	94 %
Ne sait pas	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %

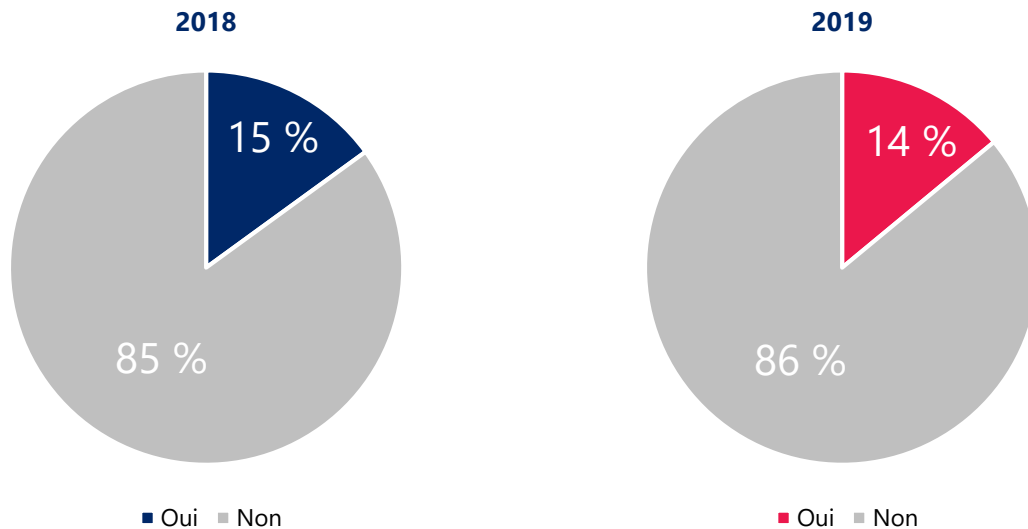
Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Connaissant au moins une plateforme de sociofinancement	29 %	13 %	28 %	43 %	16 %	15 %	26 %	24 %	36 %	50 %
Kickstarter	20 %	8 %	20 %	29 %	14 %	8 %	17 %	14 %	27 %	33 %
Indiegogo	11 %	3 %	13 %	16 %	3 %	6 %	10 %	14 %	15 %	18 %
La Ruche	11 %	4 %	10 %	19 %	4 %	4 %	10 %	9 %	14 %	20 %
Ulule	6 %	3 %	6 %	8 %	5 %	4 %	9 %	8 %	5 %	9 %
Autres plateformes	4 %	2 %	5 %	6 %	3 %	2 %	3 %	5 %	8 %	8 %
Aucun de ces choix	71 %	86 %	71 %	57 %	83 %	85 %	73 %	75 %	64 %	50 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %

5.2 La participation au financement d'un projet est peu répandue chez les adultes québécois

Bien qu'en 2019, 29 % des adultes québécois connaissent ou ont déjà entendu parler d'au moins une plateforme de sociofinancement, on remarque que la participation au financement d'un projet est encore très peu répandue chez les adultes québécois. En 2019, seulement 14 % des adultes québécois qui connaissent au moins une plateforme de sociofinancement nous ont mentionné avoir participé, au cours des 12 derniers mois, au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement. Ramené sur l'ensemble de la population, il s'agit de seulement 4 % de l'ensemble de la population adulte québécoise.

Mentionnons également que nous retrouvons chez les adultes de 34 à 44 ans un taux un peu plus élevé d'individus (23 %) qui ont participé au cours des 12 derniers mois au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement.

PARTICIPATION AU FINANCEMENT D'UN PROJET SUR UNE PLATEFORME DE SOCIOFINANCEMENT AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui connaissent au moins une plateforme de sociofinancement (n= 288 en 2019 et n= 277 en 2018)

Question : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous participé au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement?

Parmi les adultes québécois qui connaissent au moins une plateforme de sociofinancement	Total 2019	Sexe		Tranche d'âge						
		Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Oui	14 %	12 %	16 %	6 %	13 %	23 %	15 %	10 %	5 %	0 %

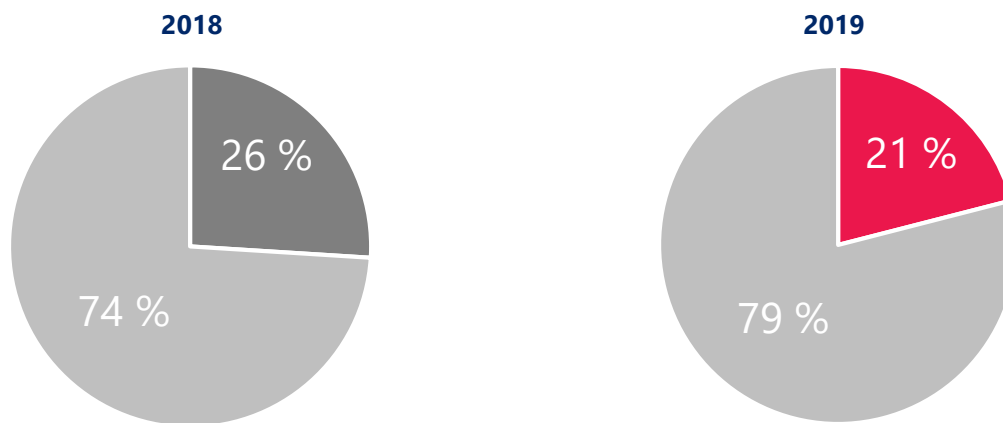
Parmi les adultes québécois qui connaissent au moins une plateforme de sociofinancement	Total 2019	Niveau d'étude			Tranche de revenu					
		Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Oui	14 %	2 %	11 %	19 %	0 %	12 %	3 %	29 %	9 %	21 %

6. Agents virtuels (*chatbots*)

6.1 L'intérêt vis-à-vis les agents virtuels (*chatbot*) sur les sites Internet des institutions financières connaît une diminution chez les adultes québécois

Un internaute québécois sur cinq serait intéressé à faire affaire avec un agent virtuel (*chatbot*) sur le site Internet de son institution financière. Toutefois, on observe que ce niveau d'intérêt a connu une légère diminution de cinq points de pourcentage en un an, passant de 26 % en 2018 à 21 % en 2019.

Néanmoins, on constate que les internautes âgés de 25 à 34 ans (43 %), les diplômés de l'université (27 %), ainsi que ceux ayant un revenu familial de 80 000 \$ à 99 999 \$ (30 %), sont les plus intéressés par les agents virtuels dans un contexte financier.



■ Très ou assez intéressé ■ Peu ou pas du tout intéressé ■ Très ou assez intéressé ■ Peu ou pas du tout intéressé

Base : internautes québécois (n= 905 en 2019 et n= 952 en 2018)

Question : Personnellement, seriez-vous intéressé à faire affaire avec un agent virtuel sur le site Internet de votre institution financière, sachant qu'il vous permettrait d'avoir un accès rapide à l'information recherchée? Seriez-vous...

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total très ou assez intéressé	21 %	24 %	18 %	32 %	43 %	20 %	21 %	9 %	9 %	3 %

Parmi les internautes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total très ou assez intéressé	21 %	12 %	22 %	27 %	14 %	23 %	15 %	24 %	30 %	25 %



Au cours de la dernière année, 67 % des Canadiens se sont déplacés en personne afin d'avoir accès à leurs services bancaires et 20 % l'ont fait régulièrement. De plus, 93 % des clients canadiens ont été satisfaits du service qu'ils ont reçu en succursale.

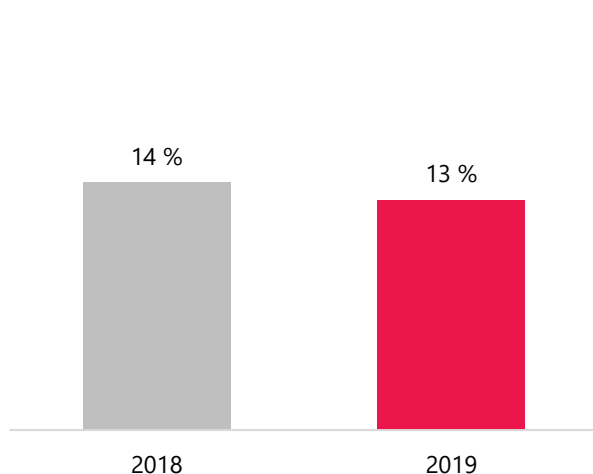
Traduit de l'anglais — Source : « Focus : How Canadians Bank », mars 2019

6.2 Les robots-conseillers pour la planification financière sont encore marginaux au Québec

La notoriété des robots-conseillers pour la planification financière est encore à ce jour très faible et relativement stable. En effet, environ un adulte québécois sur dix connaît ou a déjà entendu parler de ce moyen (13 %). On remarque toutefois que les adultes québécois diplômés de l'université (21 %), ainsi que ceux âgés de 75 ans et plus (23 %), sont plus nombreux à connaître ce moyen numérique pour la planification de leurs finances.

En outre, on constate que l'utilisation d'un robot-conseiller, au cours des 12 derniers mois, par les adultes qui connaissent ou ont déjà entendu parler de cet outil numérique a diminué, passant de 10 % en 2018 à 3 % en 2019, ce qui représente une diminution de sept points de pourcentage en un an.

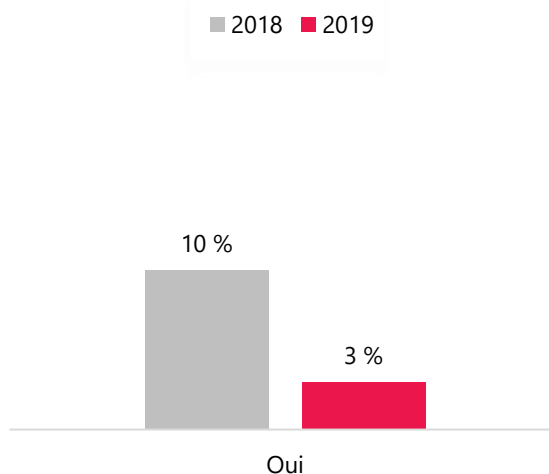
NOTORIÉTÉ



Base : adultes québécois (n= 1 001 en 2019 et n= 1 003 en 2018)

Question : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler des robots-conseillers pour votre planification financière?

UTILISATION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers (n= 134 en 2019 et n= 136 en 2018)

Question : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait affaire avec un robot-conseiller?

Parmi les adultes québécois et qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers	Total 2019									
	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
A déjà entendu parler des robots-conseillers	13 %	15 %	12 %	10 %	8 %	14 %	17 %	11 %	14 %	23 %
A fait affaire avec un robot-conseiller	3 %	0 %	7 %	9 %	0 %	9 %	4 %	0 %	3 %	0 %

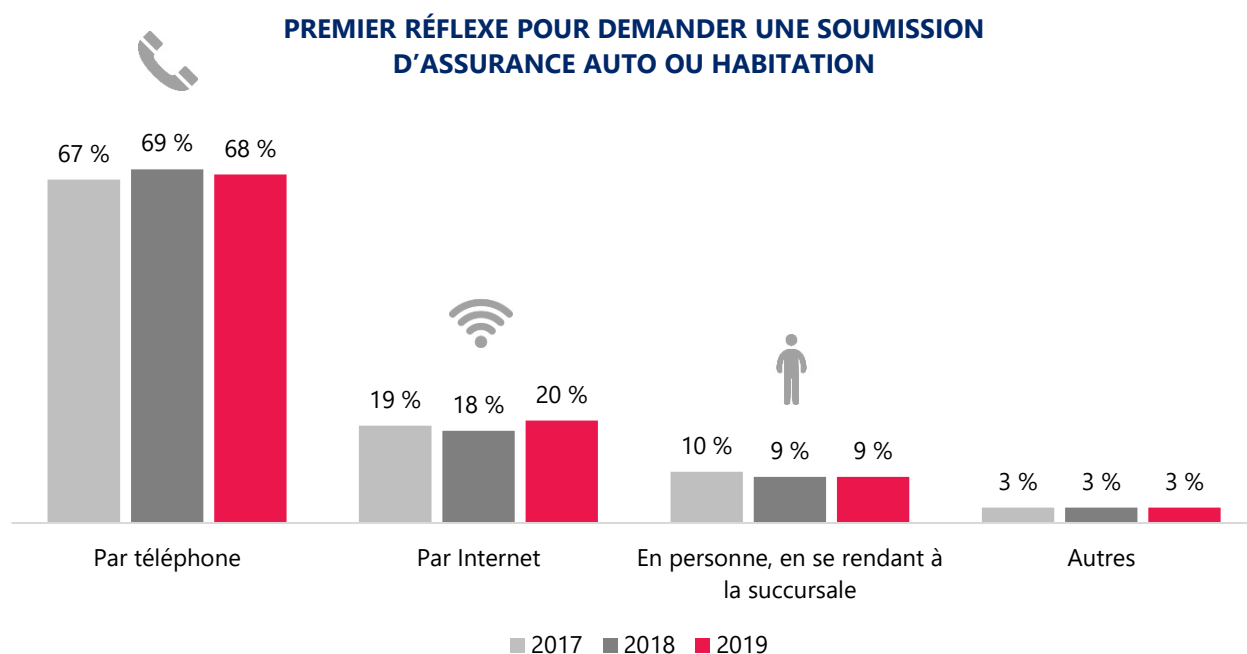
Parmi les adultes québécois et qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers	Total 2019									
	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
A déjà entendu parler des robots-conseillers	13 %	8 %	10 %	21 %	7 %	12 %	14 %	15 %	10 %	20 %
A fait affaire avec un robot-conseiller	3 %	3 %	3 %	4 %	13 %	0 %	0 %	4 %	0 %	9 %

7. Assurances auto et habitation en ligne

7.1 L'appel téléphonique demeure le premier réflexe pour demander des soumissions de prix

En 2019, 68 % des adultes québécois responsables de magasiner pour eux-mêmes ou pour leur ménage de l'assurance de dommages (assurance auto ou habitation) ont eu comme premier réflexe de téléphoner afin d'obtenir une soumission de prix. On constate, en outre, que ce taux est relativement stable depuis 2017. Parmi les adultes québécois qui ont opté en 2019 pour le téléphone afin d'obtenir une telle soumission, on remarque que ce sont davantage les adultes de 55 à 64 ans (78 %), ainsi que ceux possédant une scolarité de niveau primaire/secondaire (74 %), qui l'ont fait.

C'est certainement auprès des plus jeunes adultes qu'Internet ressort davantage comme étant le premier réflexe pour demander une soumission d'assurance auto ou habitation, tout particulièrement les adultes âgés de 25 à 34 ans, dont 46 % vont opter pour Internet pour obtenir une telle soumission de prix. D'un autre côté, c'est près d'une personne âgée de 75 ans et plus sur cinq (19 %) qui préfère se présenter encore en succursale afin d'obtenir une soumission, tout comme les adultes québécois ayant un niveau de scolarité faible (14 %).



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer (n= 670 en 2019, n= 683 en 2018 et n= 701 en 2017)

Question : Lorsque vous magasinez de l'assurance auto ou habitation, quel est votre premier réflexe pour demander une soumission? Est-ce...

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2019	Sexe		Tranche d'âge						
		Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Par téléphone	68 %	64 %	72 %	51 %	52 %	68 %	75 %	78 %	69 %	65 %
Par Internet	20 %	23 %	16 %	35 %	46 %	29 %	12 %	11 %	12 %	9 %
En personne	9 %	10 %	8 %	10 %	0 %	2 %	11 %	10 %	14 %	19 %
Autres	3 %	3 %	4 %	4 %	2 %	1 %	2 %	1 %	5 %	7 %

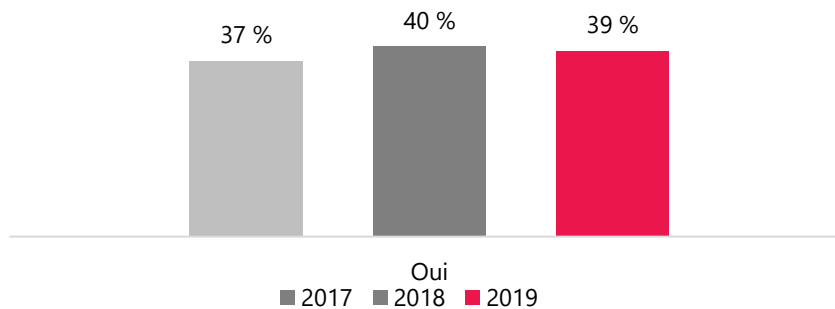
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2019	Niveau de scolarité			Revenu annuel					
		Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Par téléphone	68 %	74 %	72 %	60 %	68 %	72 %	67 %	69 %	60 %	64 %
Par Internet	20 %	10 %	19 %	29 %	12 %	13 %	23 %	20 %	33 %	25 %
En personne	9 %	14 %	6 %	8 %	14 %	13 %	8 %	10 %	6 %	5 %
Autres	3 %	2 %	3 %	3 %	6 %	2 %	2 %	1 %	1 %	6 %

7.2 Les milléniaux (25 à 34 ans) optent pour la soumission en ligne

Bien que le téléphone soit le premier réflexe d'une majorité d'adultes québécois pour obtenir une soumission d'assurance auto ou habitation en 2019, on constate tout de même que 39 % des adultes québécois qui ont magasiné une assurance auto ou habitation au cours des 12 mois précédents ont demandé une soumission en ligne, soit sur le site Internet d'une compagnie d'assurance ou sur un site Internet de type comparateur de prix (p. ex., Kanetix.ca). On remarque, en outre, que ce taux est relativement stable depuis 2017.

Les milléniaux, soit les jeunes adultes âgés de 25 à 34 ans, ont été relativement plus nombreux à avoir fait une demande de soumission en ligne au cours des 12 mois précédents notre enquête. Plus précisément, 56 % d'entre eux l'avaient fait.

ADULTES AYANT DEMANDÉ EN LIGNE UNE SOUMISSION D'ASSURANCE AUTO OU HABITATION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui ont magasiné une assurance dans la dernière année (n= 301 en 2019, n= 304 en 2018 et n= 301 en 2017)

Question : Et toujours au cours des 12 derniers mois, avez-vous demandé SUR INTERNET une soumission d'assurance auto ou habitation, que ce soit sur le site Internet d'une compagnie d'assurances ou un site permettant de comparer les prix de différents assureurs?

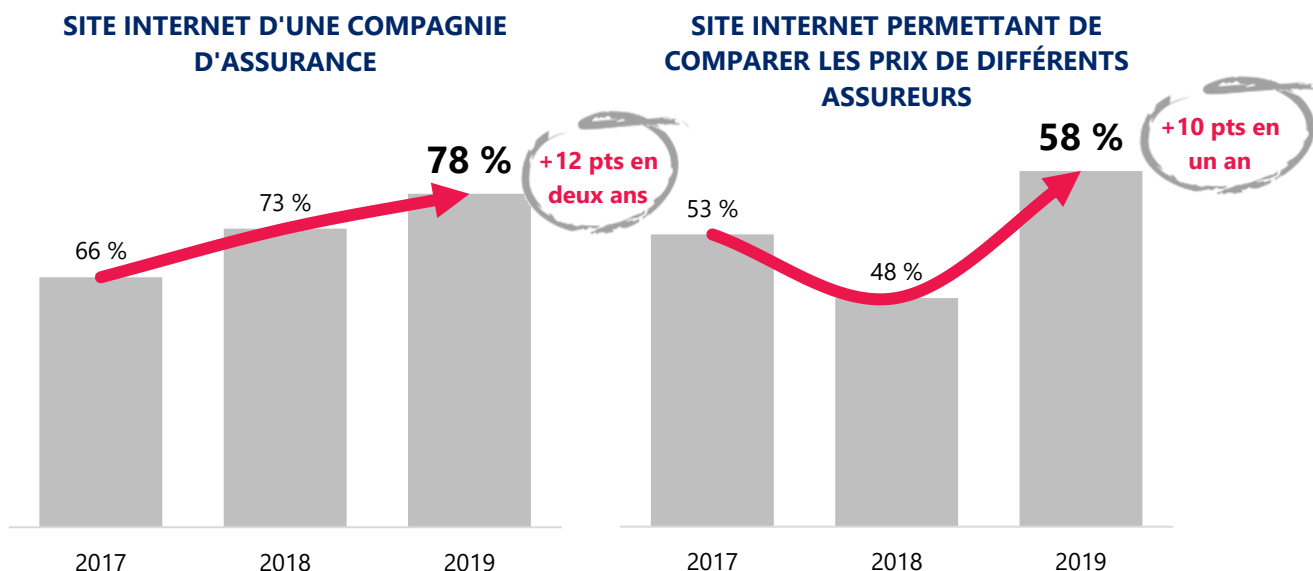
Parmi les adultes québécois qui ont magasiné une assurance dans la dernière année	Total 2019	Sexe		Tranche d'âge						
		Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Oui	39 %	42 %	33 %	80 %	56 %	36 %	40 %	29 %	29 %	11 %

Parmi les adultes québécois qui ont magasiné une assurance dans la dernière année	Total 2019	Niveau d'études			Tranche de revenu					
		Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Oui	39 %	31 %	37 %	44 %	11 %	38 %	40 %	30 %	52 %	48 %

7.3 Les sites Internet comparateurs de prix gagnent en popularité

Chez les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet au cours des 12 mois précédant notre enquête de 2019, 78 % d'entre eux l'ont fait directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurance et 58 % en utilisant un site Internet de type comparateur de prix, c'est-à-dire un site qui permet de comparer entre eux les prix de différents assureurs. Ce type de site a gagné en popularité, son taux d'utilisation étant passé de 48 % en 2018 à 58 % en 2019, ce qui représente une augmentation de dix points de pourcentage en un an. Il faut tout de même nuancer en précisant que de 58 % des répondants, presque 80 % d'entre eux (ou 46 % des répondants) avaient aussi fait une demande de prix directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurances.

TYPE DE SITES INTERNET UTILISÉ POUR DEMANDER UNE SOUMISSION DE PRIX D'ASSURANCE AUTO OU HABITATION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet dans la dernière année (n= 116 en 2019, n= 121 en 2018 et n= 112 en 2017)

Question : Avez-vous demandé une soumission... a) directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurances? ET b) en utilisant un site Internet permettant de comparer les prix de différents assureurs?

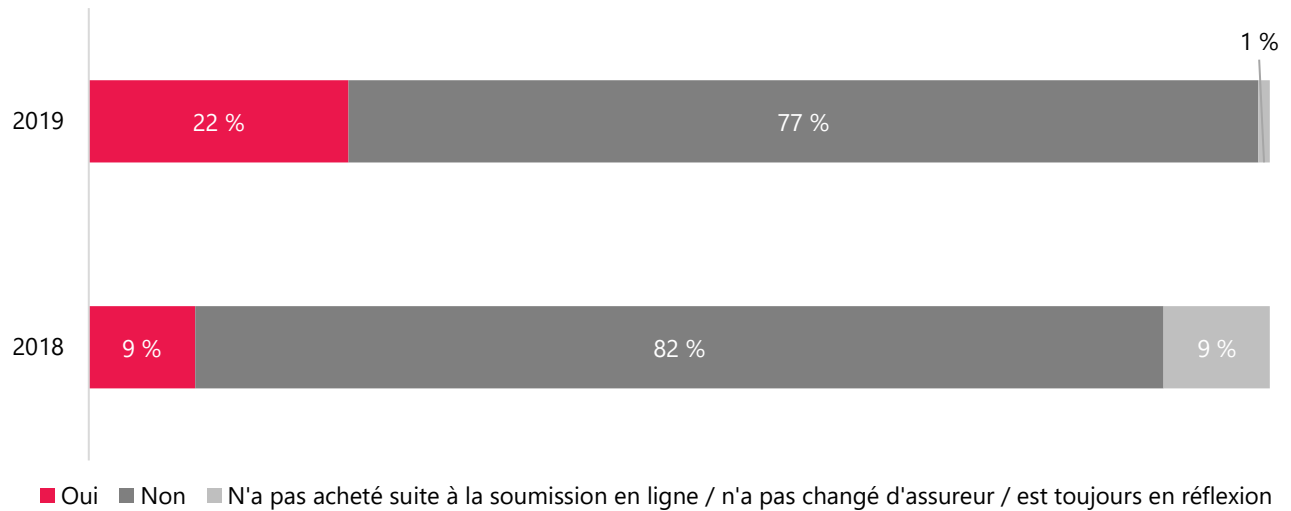
Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet dans la dernière année	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total a utilisé les deux	46 %	49 %	41 %	58 %	25 %	71 %	28 %	53 %	56 %	100 %
Site Internet d'une compagnie d'assurance	78 %	82 %	70 %	85 %	83 %	86 %	56 %	81 %	71 %	100 %
Site Internet permettant de comparer les prix de différents assureurs	58 %	59 %	57 %	73 %	35 %	73 %	55 %	63 %	70 %	100 %

Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet dans la dernière année	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total a utilisé les deux	46 %	53 %	45 %	46 %	100 %	53 %	43 %	53 %	57 %	46 %
Directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurance	78 %	74 %	78 %	80 %	100 %	53 %	87 %	88 %	77 %	80 %
En utilisant un site Internet permettant de comparer les prix de différents assureurs	58 %	67 %	55 %	57 %	100 %	80 %	43 %	59 %	70 %	58 %

7.4 L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation de plus en plus adopté

L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation a connu une certaine croissance en 2019. On observe plus précisément que 22 % des adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance auto ou habitation sur le site Internet d'une compagnie d'assurance en ont aussi fait l'achat en ligne, ce qui représente une augmentation de 13 points de pourcentage depuis l'année précédente.

A FAIT L'ACHAT D'UNE ASSURANCE AUTO OU HABITATION SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui ont demandé une soumission sur le site Internet d'une compagnie d'assurances dans la dernière année (n= 90 en 2019 et n= 89 en 2018)

Question : À la suite de votre (vos) demande(s) de soumission(s) en ligne sur le site d'une compagnie d'assurances, avez-vous fait l'achat de votre assurance complètement en ligne, c'est-à-dire jusqu'à effectuer le paiement par Internet sans parler à un agent?

Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission sur le site Internet d'une compagnie d'assurances dans la dernière année	Total 2019									
	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	
Oui	22 %	26 %	12 %	32 %	27 %	9 %	8 %	24 %	26 %	51 %

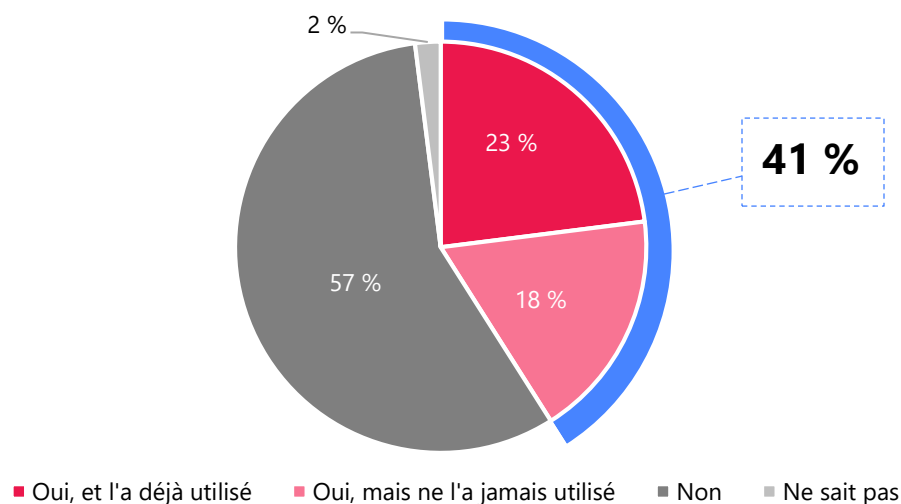
Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission sur le site Internet d'une compagnie d'assurances dans la dernière année	Total 2019									
	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus	
Oui	22 %	25 %	29 %	16 %	100 %	0 %	27 %	0 %	30 %	19 %

7.5 Deux adultes québécois sur cinq détiennent actuellement un compte ou un espace client en ligne avec leur assureur auto ou habitation

En 2019, 41 % des adultes québécois responsables de magasiner les assurances pour eux même ou pour leur foyer détenaient un compte ou un espace client en ligne avec leur assureur auto ou habitation. Cet outil leur permet, par exemple, de consulter les détails de leur police d'assurance, de faire des réclamations en ligne, d'effectuer des modifications à leur police telles qu'un changement d'adresse ou l'ajout d'un conducteur ou encore de renouveler leur assurance. Toutefois, parmi les adultes qui possèdent un tel compte ou espace client en ligne, 18 % ne l'ont jamais utilisé.

Les adultes dans la tranche d'âge de 25 à 34 ans (67 %), ainsi que ceux ayant un diplôme universitaire (53 %) et ceux avec un revenu familial de 100 000 \$ et plus (53 %), sont plus nombreux à détenir un tel compte ou espace client en ligne avec leur assureur auto ou habitation.

DÉTIENT ACTUELLEMENT UN COMPTE OU ESPACE CLIENT EN LIGNE AVEC LEUR ASSUREUR AUTO OU HABITATION



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer (n= 670)

Question : Décrivez-vous, actuellement, un compte ou un espace client en ligne avec votre assureur auto ou habitation qui vous permet, par exemple, de consulter les détails de votre police d'assurance, de faire des réclamations en ligne, d'effectuer des modifications à votre police comme un changement d'adresse ou l'ajout d'un conducteur ou encore de renouveler votre assurance?

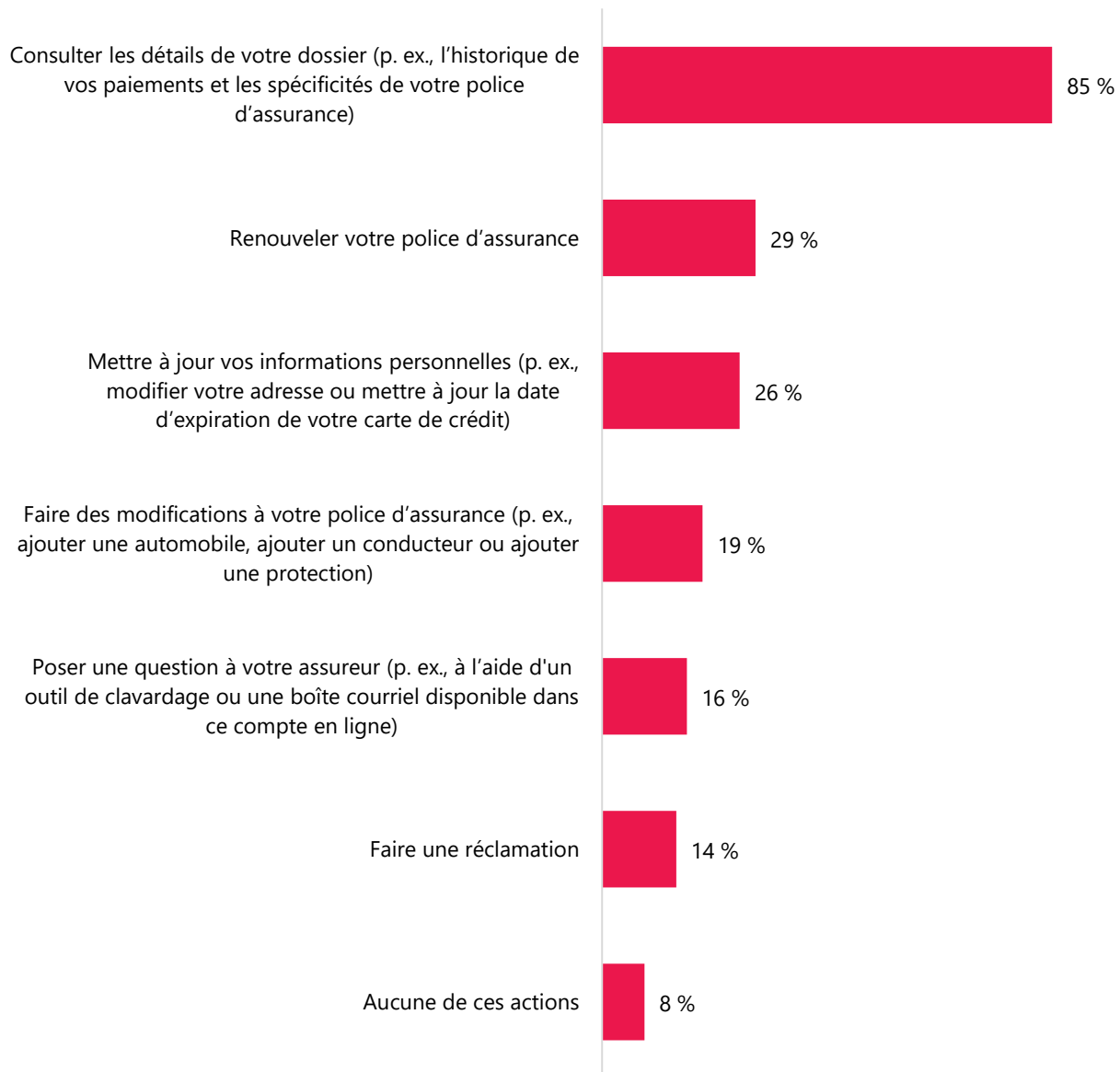
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total utilisateur	41 %	43 %	38 %	52 %	67 %	45 %	46 %	28 %	32 %	19 %
Oui, et l'a déjà utilisé	23 %	26 %	21 %	28 %	36 %	22 %	27 %	18 %	20 %	12 %
Oui, mais ne l'a jamais utilisé	18 %	17 %	17 %	24 %	31 %	23 %	19 %	10 %	12 %	7 %
Non	57 %	54 %	60 %	48 %	30 %	51 %	53 %	70 %	66 %	81 %
Ne sait pas	2 %	3 %	2 %	0 %	3 %	4 %	1 %	2 %	2 %	0 %

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total utilisateur	41 %	23 %	43 %	53 %	18 %	30 %	42 %	50 %	50 %	53 %
Oui, et l'a déjà utilisé	23 %	12 %	25 %	30 %	6 %	16 %	20 %	30 %	36 %	26 %
Oui, mais ne l'a jamais utilisé	18 %	11 %	18 %	23 %	12 %	14 %	22 %	20 %	14 %	27 %
Non	57 %	76 %	55 %	44 %	82 %	68 %	56 %	46 %	47 %	43 %
Ne sait pas	2 %	1 %	2 %	3 %	0 %	2 %	2 %	4 %	3 %	4 %

7.6 La consultation du contenu du dossier d'assurance à l'aide du compte ou de l'espace client en ligne est l'action la plus exécutée par les adultes québécois

Comme il a été mentionné plus haut, les comptes ou les espaces client en ligne permettent, par exemple, de consulter les détails de leur police d'assurance, de faire des réclamations en ligne, d'effectuer des modifications à leur police telles qu'un changement d'adresse ou l'ajout d'un conducteur, ou encore de renouveler leur assurance. En 2019, la quasi-totalité (93 %) des adultes québécois détenant un compte ou un espace client en ligne avait au moins utilisé une des fonctionnalités que l'on y retrouve. Parmi ces fonctionnalités, la consultation des détails de dossier (p. ex., l'historique des paiements et les spécifications de la police d'assurance) est l'action la plus souvent exécutée par 85 % des utilisateurs de ces comptes ou de ces espaces clients en ligne. On constate également que les hommes (97 %) sont davantage portés que les femmes (87 %) à utiliser ces fonctionnalités se trouvant dans leur compte ou leur espace client en ligne.

ACTIONS EFFECTUÉES AU MOINS UNE FOIS DANS CE COMPTE OU ESPACE CLIENT EN LIGNE D'UN ASSUREUR AUTO OU HABITATION



Base : adultes québécois qui ont un compte en ligne et qui l'utilisent (n= 156)

Question : Parmi les actions suivantes, lesquelles avez-vous déjà effectuées au moins une fois dans ce compte ou cet espace client en ligne?

Parmi les adultes québécois qui ont un compte en ligne et qui l'utilisent	Total 2019	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
A réalisé au moins une de ces actions	93 %	97 %	87 %	100 %	81 %	100 %	100 %	88 %	94 %	100 %
Consulter les détails de votre dossier	85 %	90 %	78 %	100 %	76 %	83 %	100 %	78 %	85 %	70 %
Renouveler votre police d'assurance	29 %	34 %	22 %	50 %	42 %	12 %	21 %	24 %	29 %	55 %
Mettre à jour vos informations personnelles	26 %	28 %	23 %	50 %	23 %	37 %	15 %	34 %	21 %	25 %
Faire des modifications à votre police d'assurance	19 %	27 %	7 %	15 %	30 %	14 %	3 %	23 %	21 %	34 %
Poser une question à votre assureur	16 %	17 %	16 %	26 %	8 %	10 %	12 %	28 %	20 %	47 %
Faire une réclamation	14 %	16 %	12 %	0 %	14 %	5 %	35 %	10 %	6 %	12 %
Aucune de ces actions	8 %	3 %	14 %	0 %	19 %	4 %	0 %	12 %	6 %	0 %

Parmi les adultes québécois qui ont un compte en ligne et qui l'utilisent	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
A réalisé au moins une de ces actions	93 %	97 %	92 %	92 %	64 %	94 %	97 %	100 %	96 %	93 %
Consulter les détails de votre dossier	85 %	81 %	88 %	84 %	64 %	79 %	90 %	90 %	91 %	86 %
Renouveler votre police d'assurance	29 %	35 %	30 %	28 %	40 %	48 %	27 %	25 %	29 %	29 %
Mettre à jour vos informations personnelles	26 %	26 %	17 %	31 %	40 %	26 %	27 %	27 %	35 %	23 %
Faire des modifications à votre police d'assurance	19 %	23 %	20 %	17 %	40 %	6 %	24 %	13 %	19 %	17 %
Poser une question à votre assureur	16 %	23 %	15 %	16 %	40 %	12 %	11 %	6 %	18 %	25 %
Faire une réclamation	14 %	27 %	13 %	12 %	0 %	0 %	10 %	26 %	7 %	16 %
Aucune de ces actions	8 %	3 %	8 %	9 %	36 %	6 %	3 %	0 %	4 %	10 %

- > Les aînés connectés au Québec
- > Maison intelligente
- > **Services bancaires en ligne**
- > Portrait numérique des foyers québécois
- > La Famille numérique
- > Commerce électronique
- > Services gouvernementaux en ligne
- > Mobilité
- > Portrait des générations
- > Portrait des régions

Le CEFRIO est un organisme de recherche et d'innovation qui accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation du numérique. Membre de QuébecInnové, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin d'agir comme accélérateur de la culture numérique dans les organisations. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de plus de 90 chercheurs ainsi que l'engagement de plus de 280 membres. Son principal partenaire financier est le ministère de l'Économie et de l'Innovation (MEI).

www.cefrio.qc.ca | info@cefrio.qc.ca

Twitter: @cefrio | Facebook: @CEFRIOTIC | Instagram: @le_cefrio

Québec — Siège social

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

Téléphone : 418 523-3746

Montréal

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

Téléphone : 514 840-1245

Réalisation



Principal partenaire financier

