

NETendances 2015

UNE INITIATIVE DU  DEPUIS 15 ANS



SERVICES BANCAIRES EN LIGNE : LES QUÉBÉCOIS ADOPTENT LE NUMÉRIQUE

VOLUME 6 – NUMÉRO 9

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



DES SERVICES ACCESSIBLES POUR STEVEN



EN MOUVEMENT

SERVICES MOBILES DESJARDINS

Effectuez vos opérations courantes de façon sécuritaire et obtenez de l'information financière où que vous soyez, à partir de votre appareil mobile.



Téléchargez l'application
Services mobiles Desjardins



Desjardins

Coopérer pour créer l'avenir

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	4
LES QUÉBÉCOIS OUVERTS À FAIRE DES TRANSACTIONS EXCLUSIVEMENT EN LIGNE	5
Un intérêt qui varie selon le type de transactions	5
De nouveaux acteurs financiers intéressent les Québécois	6
Un intérêt plus marqué chez les jeunes adultes	7
LE RÉFLEXE DES ADULTES QUÉBÉCOIS À SE TOURNER VERS INTERNET	8
FACTURES ET RELEVÉS ENVOYÉS EN FORMAT ÉLECTRONIQUE	9
Quels types de factures reçoit-on?	9
CONSULTATION CROISSANTE DES SITES WEB INFORMATIONNELS DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES	10
STABILITÉ DES OPÉRATIONS BANCAIRES SUR INTERNET	11
Écarts importants entre les différentes activités	11
TABLETTES NUMÉRIQUES ET TÉLÉPHONES INTELLIGENTS AUSSI UTILISÉS POUR RÉALISER DES ACTIVITÉS BANCAIRES	12
Les 25 à 44 ans plus actifs sur mobile	12
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	13
Réalisation d'opérations bancaires	13
Détail des activités bancaires réalisées en ligne	14
THÈMES DES FASCICULES NETENDANCES	15

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE : LES QUÉBÉCOIS ADOPTENT LE NUMÉRIQUE

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

Claire Bourget
Directrice principale, recherche marketing
CEFRIO
Direction du projet

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

ÉQUIPE D'ÉDITION

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

Annie Lavoie
Conseillère en communication, CEFRIO
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 : 2016
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 CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

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

Photo de la couverture :
iStock Photo / © Central IT Alliance

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « Services bancaires en ligne » de l'enquête *NETendances 2015*, nous avons utilisé des collectes de données réalisées en janvier, avril, juillet, octobre et novembre 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 $\pm 3,4$ % 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.

FAITS SAILLANTS

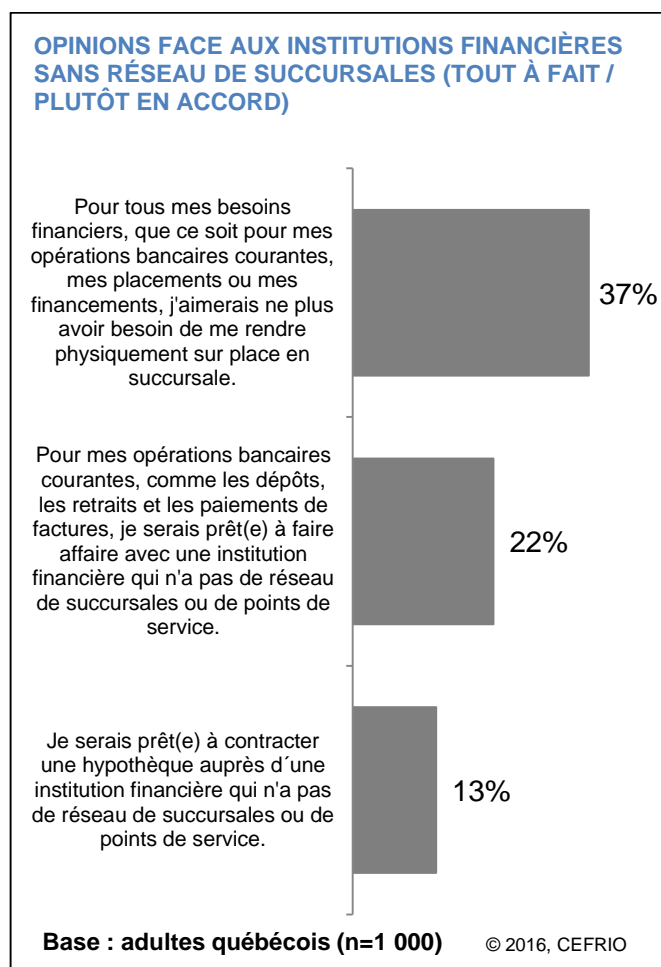
L'industrie financière doit composer avec de nouveaux défis amenés par l'usage croissant du numérique. Au Québec, les adultes sont nombreux à utiliser Internet pour répondre à leurs divers besoins financiers et plusieurs sont ouverts à l'idée de s'en servir encore davantage. Ce fascicule *NETendances* dresse le portrait des usages numériques de services financiers par les adultes du Québec.

- > Au total, 37,4 % des adultes aimeraient ne plus avoir à se déplacer en succursale pour effectuer leurs opérations bancaires. Chez ceux de 25 à 44 ans, cette proportion atteint presque la moitié des adultes, s'élevant à 48,2 %.
- > Plusieurs adultes québécois sont ouverts à l'idée de faire affaire avec une institution financière qui n'a pas de réseau de succursales. Plus précisément, 22,3 % seraient prêt à faire affaire avec ce genre d'organisations pour des opérations bancaires courantes et 13,2 % pour contracter une hypothèque.
- > Une proportion non négligeable des adultes du Québec se dit intéressée à faire affaire avec des entreprises autres que des institutions financières pour réaliser des opérations bancaires. D'ailleurs, des entreprises de secteurs variés génèrent de l'intérêt. Les entreprises qui intéressent le plus les adultes québécois sont PayPal (24,5 % des adultes), les compagnies de téléphone (22,6 % des adultes) et Walmart (19,7 % des adultes).
- > Un adulte québécois sur deux (51,7 %) a le réflexe de se tourner d'abord vers Internet pour de l'information à propos des produits et des services financiers. Un adulte sur trois (32,3 %) a le même réflexe lorsqu'il s'agit d'acquérir des produits financiers simples, comme des cartes de crédit.
- > En 2015, 65,2 % des adultes ont reçu au moins une facture ou un relevé sur Internet, ce qui correspond à une progression de 5,2 points de pourcentage comparativement à 2014 où cette proportion s'élevait à 60 %.
- > Cette année, 54,2 % des adultes québécois ont visité le site Internet informationnel de leur institution financière, une proportion significativement plus élevée qu'en 2014 où elle s'élevait 44,2 %.
- > La proportion d'adultes utilisant les services bancaires en ligne demeure stable cette année (62 % en 2015 contre 65,2 % en 2014). C'est également le cas pour l'utilisation des services bancaires à partir des appareils mobiles (35,9 % des adultes québécois accèdent à leur compte bancaire à partir d'un appareil mobile contre 36,2 % en 2014 et 32 % effectuent des opérations bancaires à partir d'un appareil mobile contre 31,5 % en 2014).

LES QUÉBÉCOIS OUVERTS À FAIRE DES TRANSACTIONS EXCLUSIVEMENT EN LIGNE

Il est aujourd'hui répandu de se servir d'Internet pour réaliser des opérations bancaires ou encore consulter ses comptes bancaires : 62 % des adultes du Québec se sont prêtés à l'une ou l'autre de ces activités au cours du mois précédant l'enquête.

D'ailleurs, un peu plus du tiers des adultes québécois seraient prêts à transiger avec les institutions financières sans se rendre sur place. En effet, au total, 37,4 % des adultes aimeraient ne plus avoir besoin de se rendre physiquement en succursale pour l'ensemble de leurs besoins financiers, qu'il s'agisse d'opérations bancaires courantes, de placements ou de financements. Cette proportion est encore plus importante chez les adultes de 25 à 44 ans, au sein desquels près d'un adulte sur deux (48,2 %) partage cette opinion.



UN INTÉRÊT QUI VARIE SELON LE TYPE DE TRANSACTIONS

L'intérêt à transiger avec des institutions financières sans réseau de succursales varie selon le type de transactions.

Plus précisément, 22,3 % des adultes seraient prêts à faire affaire avec une institution financière qui n'a pas de réseau de succursales ou de points de service pour leurs opérations bancaires courantes, comme les dépôts, les retraits et les paiements de factures.

Notons toutefois que cela ne signifie pas qu'ils cesseraient de faire affaire avec leur institution financière actuelle. D'ailleurs, des 22,3 %, la majorité (13,6%) se dit plutôt en accord avec l'énoncé et seulement 8,7 % se disent tout à fait en accord. Il y a donc un intérêt à réaliser ses opérations bancaires courantes avec une institution financière qui n'a pas de réseau de succursales, mais celui-ci demeure modéré.

Les adultes de 25 à 44 ans sont proportionnellement plus nombreux que la moyenne à considérer réaliser des opérations bancaires courantes avec une institution financière sans succursale. Au total, ils sont 31,7 %, soit une proportion importante qui mérite certainement l'attention des institutions financières.

Un Britannique sur huit était client d'une institution financière exclusivement en ligne en 2015

D'après une étude réalisée auprès de 2 000 résidents du Royaume-Uni, 13 % des Britanniques ont utilisé les services d'une banque offrant ses services exclusivement sur Internet en 2015. D'ailleurs, plus du tiers des Britanniques sont d'avis que, d'ici cinq ans, les banques exclusivement en ligne auront plus de clients que des banques traditionnelles.

En outre, 31 % des répondants de l'étude croient qu'une banque exclusivement numérique offre un meilleur service en ligne et sur mobile qu'une banque traditionnelle.

Source : *Information Age*, 27 avril 2015, « Death of the branch? 13% of Brits will switch to a digital-only bank this year ». En ligne (19 février 2016) [www.information-age.com].

En outre, 13,2 % des adultes seraient prêts à contracter une hypothèque auprès d'une institution financière qui n'a pas de réseau de succursales ou de points de service. Notons que l'âge a peu d'impact sur l'opinion des adultes québécois à cet égard.

En bref, une partie importante de la population adulte du Québec, principalement ceux âgés de 25 à 44 ans, est ouverte à de nouvelles méthodes dans la prestation des services financiers. Notamment, plusieurs aimeraient ne plus avoir à se déplacer en succursales. Les Québécois se disent généralement plus ouverts à faire affaire avec des institutions financières sans réseau de succursales pour des transactions simples que pour des transactions complexes.

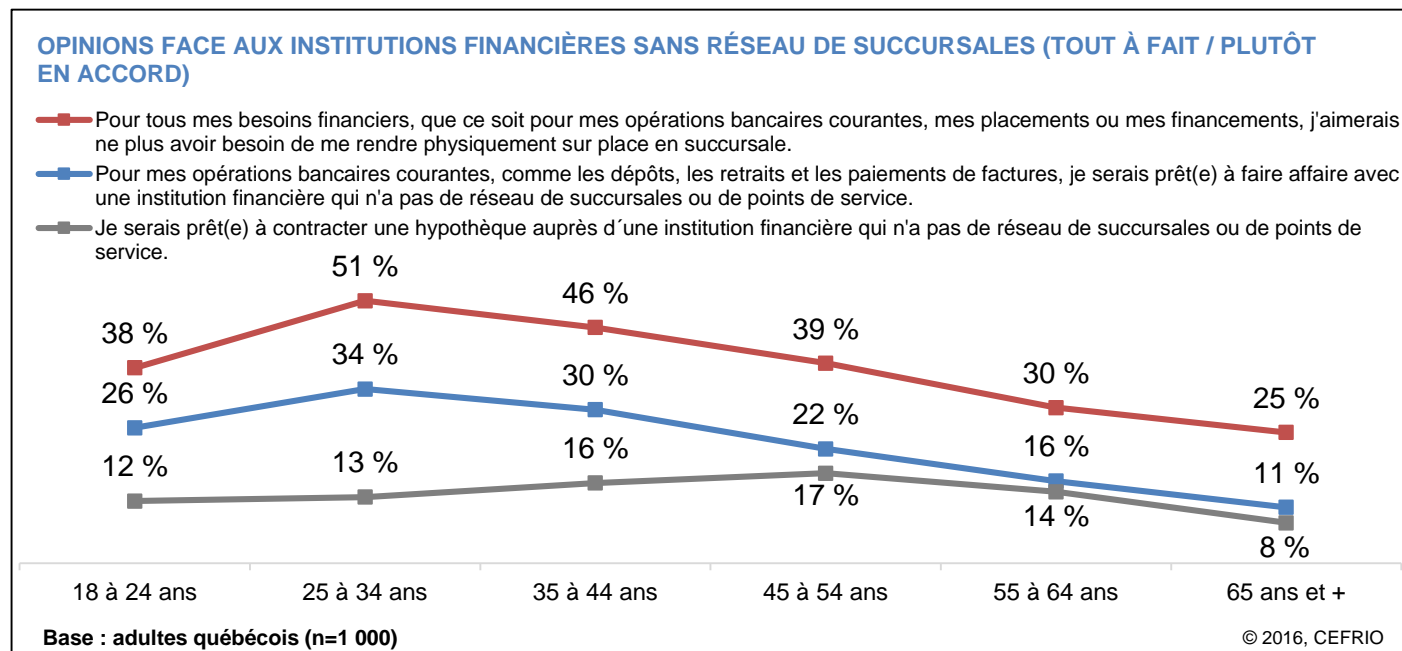
Cette réalité représente une menace pour les institutions financières québécoises. En effet, leurs concurrents potentiels n'ont pas à disposer de succursales sur le territoire québécois. Ils peuvent convoiter la même clientèle en offrant leurs services uniquement sur Internet. Évidemment, l'intérêt de certains adultes à faire affaire avec des institutions financières sans réseau de succursales ne signifie pas qu'ils abandonneront tous leurs institutions financières actuelles à la première opportunité. Néanmoins, les entreprises du secteur financier seraient bien avisées de rester à l'affût de ces questions.

DE NOUVEAUX ACTEURS FINANCIERS INTÉRESSENT LES QUÉBÉCOIS

En plus d'être ouverts à la nouveauté dans la prestation des services financiers, plusieurs adultes québécois sont disposés à transiger avec de nouvelles organisations.

Plusieurs entreprises n'étant pas des institutions financières offrent désormais des services financiers. C'est notamment le cas de Loblaws et de Walmart. Ces entreprises peuvent représenter de nouveaux concurrents pour les institutions financières, même si leur offre de produits et services n'est pas aussi complète.

L'entrée de différentes entreprises technologiques sur le marché des produits et des services financiers est une autre possibilité qui préoccupe plusieurs gestionnaires du milieu financier aux États-Unis. Une étude réalisée par Makovsky Financial Services auprès de dirigeants d'entreprises américains œuvrant dans le secteur financier révèle que 77 % d'entre eux craignent de perdre des clients aux mains d'entreprises comme Apple, Google ou Amazon¹². Notons qu'ils se préoccupent de ces entreprises même si celles-ci n'offrent pas toutes des services financiers à l'heure actuelle.



¹ L'énoncé original du rapport est le suivant : *Future loss of customers to alternative banking and financial services providers like Apple, Google, Amazon and Lending Club, Inc.*

² Makovsky, 23 juillet 2015, « 2015 Wall Street Reputation Study » En ligne 18 février 2016, [www.makovsky.com].

De telles craintes seraient également justifiées chez les gestionnaires d'institutions financières au Québec. En effet, il existe un intérêt certain des adultes québécois à faire affaire avec des organisations autres que des institutions financières pour réaliser leurs opérations bancaires. D'ailleurs, des organisations de secteurs d'activités variés et éloignés du secteur financier génèrent de l'intérêt auprès des adultes du Québec.

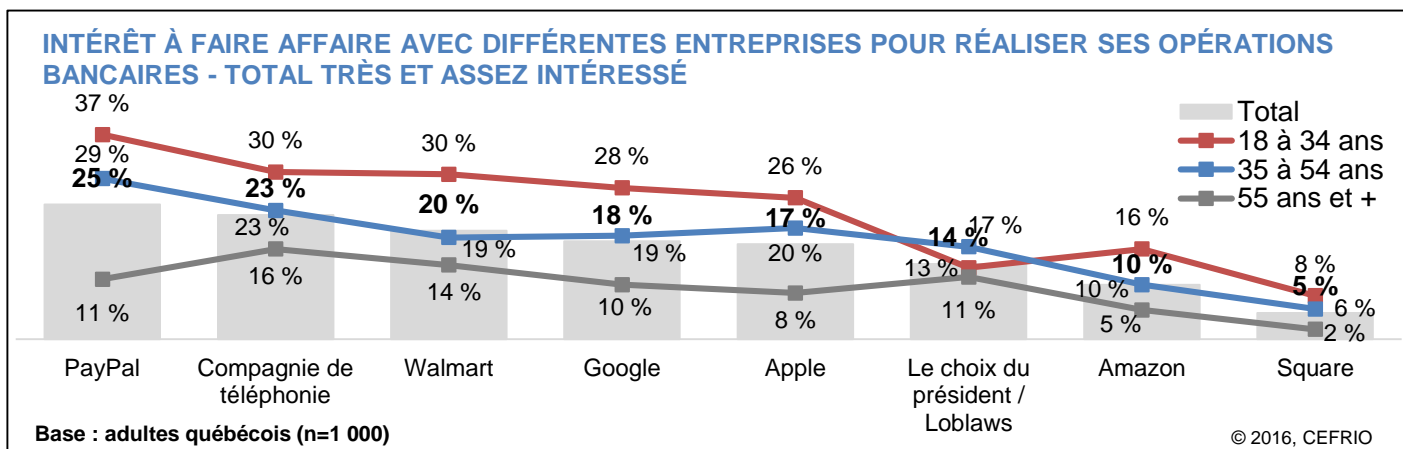
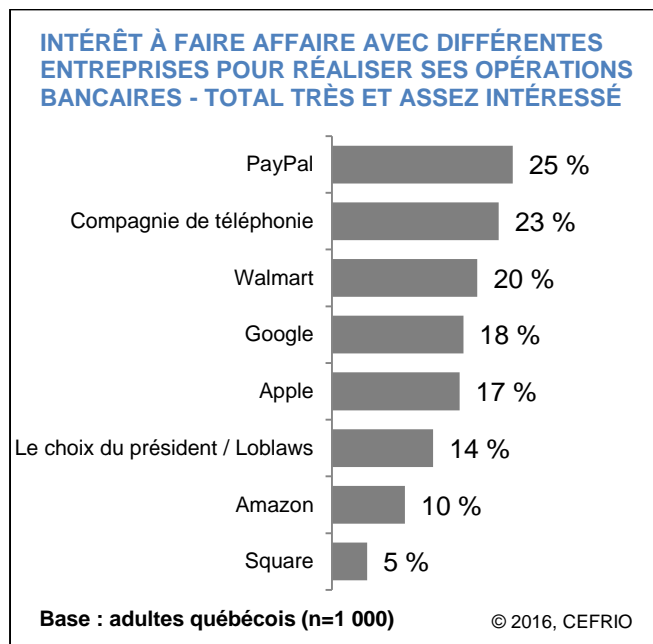
Par exemple, 24,5 % des adultes se disent intéressés à faire affaire avec PayPal³ pour réaliser des opérations bancaires. Par ailleurs, 22,6 % des adultes sont intéressés à faire des opérations bancaires avec des compagnies de téléphone, comme Bell ou Rogers et 9,9 % avec Amazon. Que ce soit pour PayPal, pour les compagnies de téléphonie ou pour Amazon, il s'agit d'entreprises qui ont accès à de l'information sensible à propos de leurs clients. L'habitude de ces entreprises à entretenir des relations de confiance avec leur clientèle pourrait expliquer l'intérêt manifesté par les adultes québécois à réaliser des opérations bancaires avec elles.

Toutefois, d'autres entreprises ayant des relations plus épisodiques avec leurs clients génèrent également un intérêt important auprès des adultes québécois. C'est par exemple le cas de Walmart avec qui 19,7 % des adultes seraient intéressés à faire affaire pour réaliser des opérations bancaires et de Loblaws avec 13,7 %.

En outre, les adultes québécois sont également intéressés à faire affaire avec les géants du monde numérique. En effet, Google et Apple, intéressent respectivement 17,8 % et 17,3 % des adultes du Québec. L'intérêt pour Square est plus modéré avec 4,8 %⁴.

UN INTÉRÊT PLUS MARQUÉ CHEZ LES JEUNES ADULTES

L'intérêt des adultes québécois à réaliser des opérations bancaires avec des organisations autres que des institutions financières est plus marqué chez les 18 à 34 ans. Notamment, ils sont proportionnellement plus nombreux à être très ou assez intéressés à réaliser des opérations bancaires avec PayPal (37,2 %), avec les compagnies de téléphonie (30,4 %), avec Walmart (30 %), avec Google (27,5 %), avec Apple (25,7 %) et avec Amazon (16,4 %).



³ PayPal est un service de paiement en ligne, on peut s'en servir pour payer des achats, recevoir des paiements pour des ventes ou encore envoyer ou recevoir de l'argent.

⁴ Square est une entreprise qui se spécialise dans le paiement électronique et le paiement sur mobile.

LE RÉFLEXE DES ADULTES QUÉBÉCOIS À SE TOURNER VERS INTERNET

Lorsqu'il est question de s'informer à propos des produits et des services financiers, les adultes québécois sont nombreux à se tourner d'abord vers Internet.

En effet, lorsqu'ils ont besoin d'information pour des produits et des services financiers, le premier réflexe de 51,7 % des adultes québécois est de se tourner vers Internet. Chez les adultes de 18 à 34 ans, cette proportion est significativement plus élevée, soit de 72,2 %.

Les outils d'aide à la décision en ligne servent également à une proportion importante des adultes du Québec. En effet, 49,2 % des adultes utilisent des outils d'aide à la décision sur Internet pour les produits et les services financiers, afin de les comparer avant d'en faire l'acquisition. Chez ceux de 18 à 34 ans, c'est 66,3 % qui sont en accord, une proportion significativement plus élevée que la moyenne.

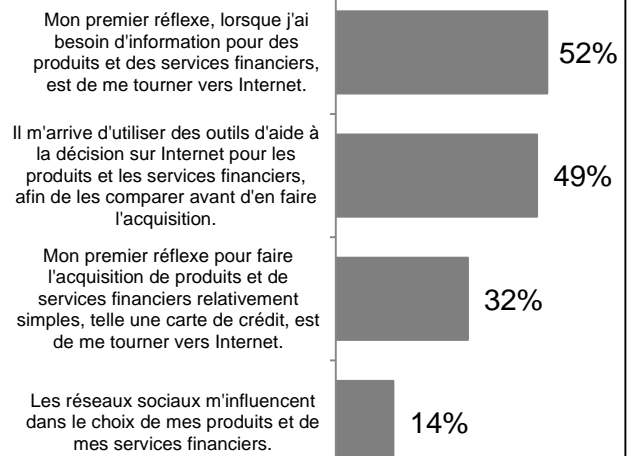
Même lorsqu'il est question d'acquisition de produits financiers simples, comme les cartes de crédit, le tiers des adultes (32,3 %) a le réflexe de se tourner vers Internet. Encore une fois, cette proportion est plus importante chez les adultes de 18 à 34 ans où elle s'élève à 43,9 %.

En outre, les réseaux sociaux ont peu d'influence dans le choix des produits et des services financiers des adultes québécois, touchant 14,1 % d'entre eux.

En bref, que ce soit pour la recherche d'information financière ou l'acquisition de produits et de services financiers, plusieurs se tournent avant tout vers Internet.

Internet est donc un canal primordial pour les institutions financières si elles souhaitent rejoindre les adultes du Québec. Cette observation est encore plus importante pour les clientèles plus jeunes qui sont proportionnellement plus nombreuses à se tourner d'abord vers le Web pour leurs besoins financiers.

OPINIONS FACE AU RÔLE D'INTERNET DANS L'UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES (TOUT À FAIT / PLUTÔT EN ACCORD)

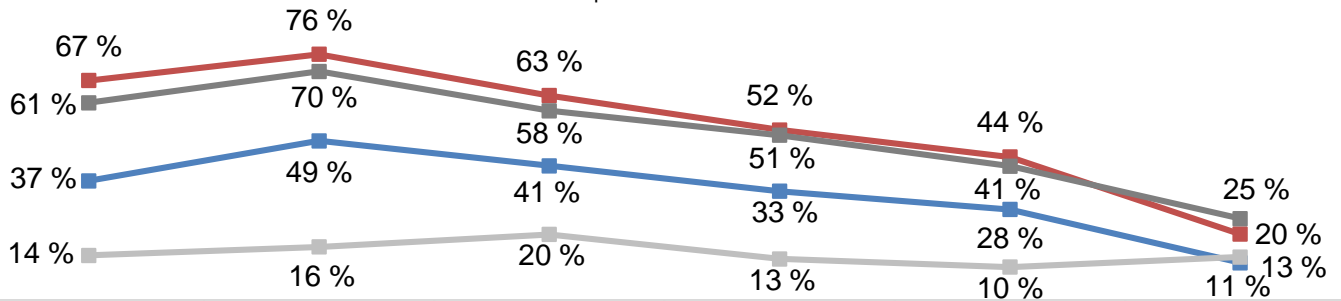


Base : adultes québécois (n=1 000)

© 2016, CEFRIO

OPINIONS FACE AU RÔLE D'INTERNET DANS L'UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES (TOUT À FAIT / PLUTÔT EN ACCORD)

- Mon premier réflexe, lorsque j'ai besoin d'information pour des produits et des services financiers, est de me tourner vers Internet.
- Il m'arrive d'utiliser des outils d'aide à la décision sur Internet pour les produits et les services financiers, afin de les comparer avant d'en faire l'acquisition.
- Mon premier réflexe pour faire l'acquisition de produits et de services financiers relativement simples, telle une carte de crédit, est de me tourner vers Internet.
- Les réseaux sociaux m'influencent dans le choix de mes produits et de mes services financiers.



Base : adultes québécois (n=1 000)

© 2016, CEFRIO

FACTURES ET RELEVÉS ENVOYÉS EN FORMAT ÉLECTRONIQUE

En 2015, 65,2 % des adultes du Québec ont reçu des factures ou des relevés électroniques (sur Internet). Cette proportion est en croissance de 5,2 points de pourcentage comparativement à 2014 où elle s'élevait à 60 %.

Notons aussi que chez les adultes de 35 à 54 ans, une proportion significativement plus élevée des adultes reçoit des factures ou des relevés de manière électronique (78,9 % contre 65,2 % en moyenne), alors que chez ceux de 55 ans et plus la proportion est significativement plus faible (49,1 % contre 65,2 % en moyenne).

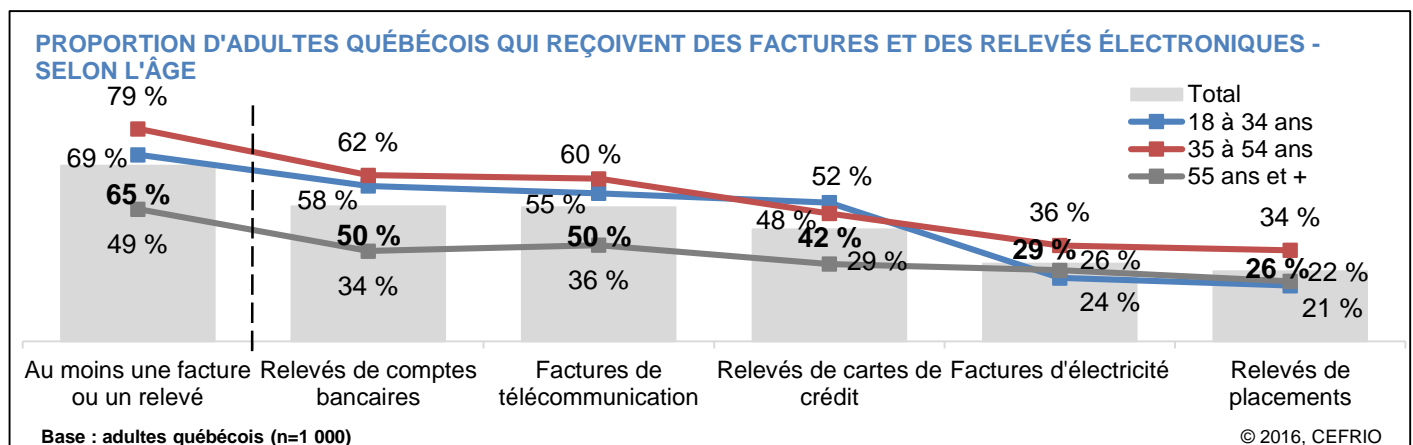
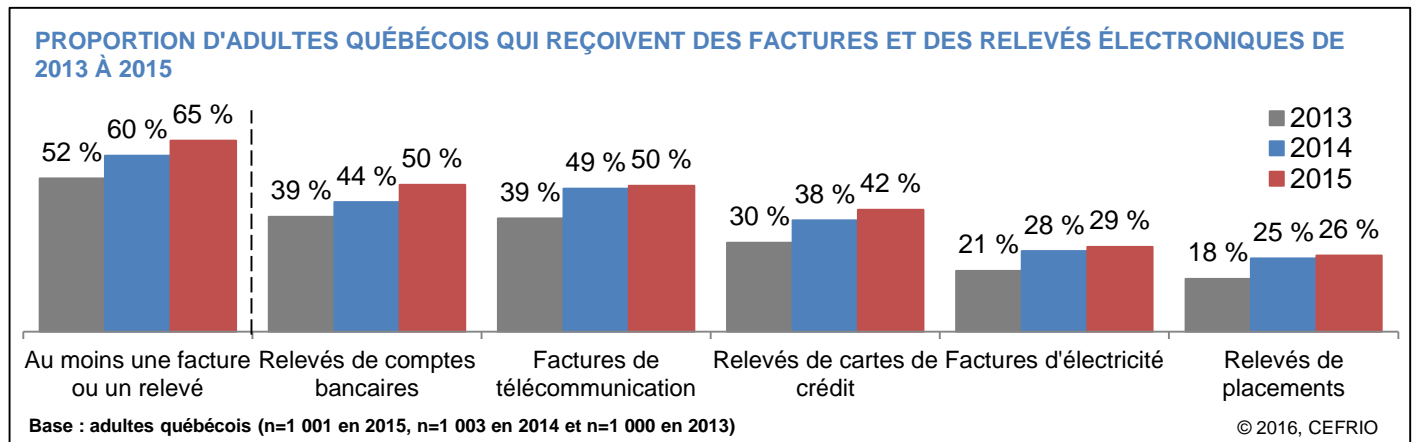
QUELS TYPES DE FACTURES REÇOIT-ON?

Deux types de factures et de relevés sont reçus électroniquement par une proportion significativement plus élevée des adultes du Québec que les autres. Il s'agit des relevés de comptes bancaires et des factures de télécommunication.

La moitié des adultes du Québec (50,1 %) reçoit électroniquement ses relevés de comptes bancaires. Cette proportion est significativement plus élevée chez les adultes de 18 à 54 ans (60 % contre 50,1 % en moyenne). En contrepartie, cette proportion est significativement moins élevée chez ceux de 55 ans et plus (33,5 % contre 50,1 % en moyenne).

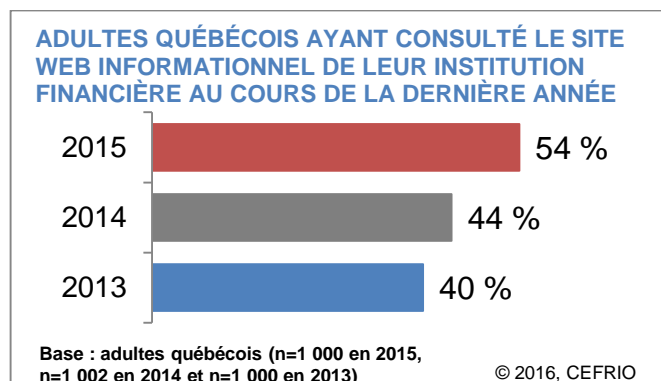
Les factures de services de télécommunication provenant des fournisseurs d'Internet, de téléphonie ou de câble sont elles aussi reçues en format électronique par un adulte québécois sur deux (49,8 %). Chez les adultes de 35 à 54 ans, c'est plutôt 60,4 % qui reçoivent électroniquement ce type de factures, significativement plus que la moyenne. En contrepartie, chez ceux de 55 ans et plus, c'est significativement moins (35,7 %).

En outre, 41,6 % des adultes reçoivent leurs relevés de cartes de crédit en format électronique, 28,9 % reçoivent leur facture d'électricité et 26 % leurs relevés de placements.

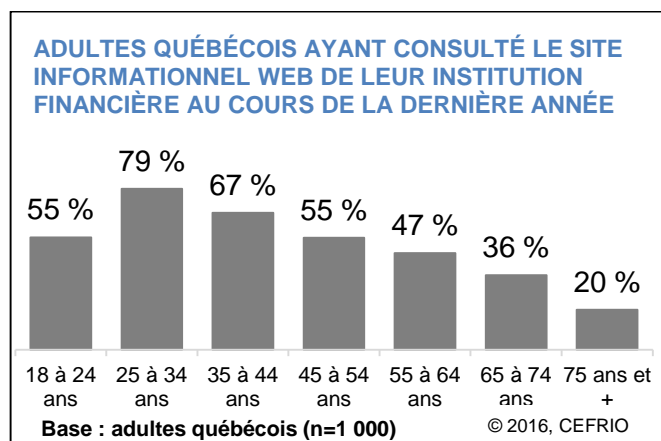


CONSULTATION CROISSANTE DES SITES WEB INFORMATIONNELS DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES

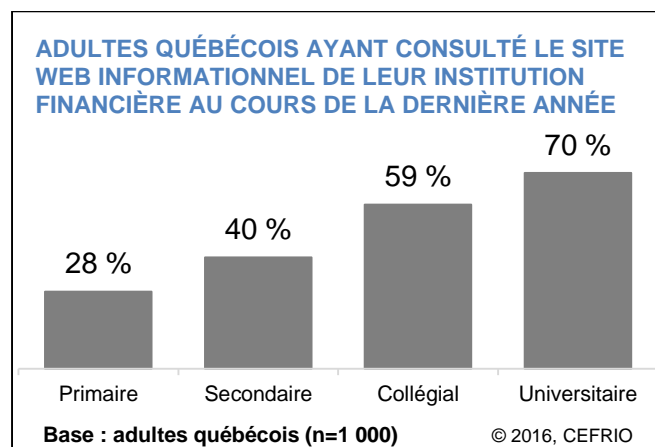
En 2015, 54,2 % des adultes québécois ont visité le site Internet informationnel de leur institution financière au cours de l'année précédant l'enquête. Par site informationnel on entend le site où on retrouve les informations et non celui où il est possible d'effectuer des transactions bancaires. Cette proportion est en progression de 10 points comparativement à 2014 (44,2 %). L'évolution est due en grande partie à des visites plus répandues chez les jeunes. En effet, chez les adultes de 18 à 34 ans la progression de 2014 à 2015 est de 17,8 points de pourcentage.



La proportion d'adultes ayant visité le site Web de leur institution financière est plus importante parmi les adultes âgés de 25 à 44 ans. En effet, 72,7 % d'entre eux l'ont fait au cours de l'année précédant l'enquête comparativement à 54,2 % en moyenne. Chez les adultes de 55 ans et plus, la proportion d'adultes ayant visité le site Web de leur institution financière au cours de la dernière année est inférieure à la moyenne (38,1 % contre 54,2 % en moyenne).



Par ailleurs, les diplômés collégiaux et universitaires sont aussi plus nombreux que les diplômés du primaire et du secondaire à avoir consulté le site Internet de leur institution financière au cours de l'année précédant l'enquête (64,6 % chez les diplômés collégiaux et universitaires contre 38,1 % chez les diplômés du primaire et du secondaire).



Les utilisateurs canadiens des services bancaires mobiles sont plus jeunes que ceux qui ne les utilisent pas

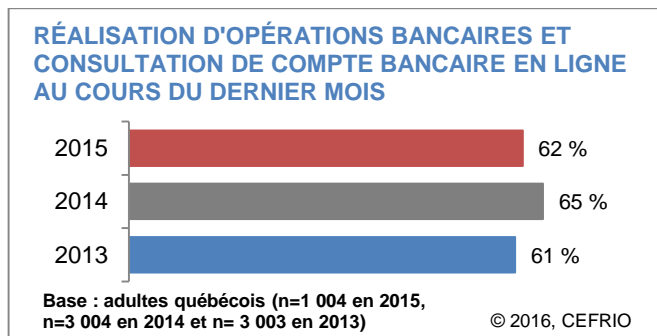
KPMG a mené une étude portant sur les services bancaires mobiles dans plusieurs pays. On y apprend que les clients canadiens d'institutions financières utilisant les services bancaires mobiles ont en moyenne 42,8 ans. En comparaison, les clients canadiens d'institutions financières qui n'utilisent pas les services bancaires mobiles ont plutôt 58,1 ans en moyenne. Il y a donc un écart de 15,3 ans entre ces deux types de clientèles.

L'écart entre ces deux types de clientèles est le même aux États-Unis (15,3 ans), mais est beaucoup plus faible au Kenya (0,1 an), en Thaïlande (0,9 an) et au Nigéria (1,1 an).

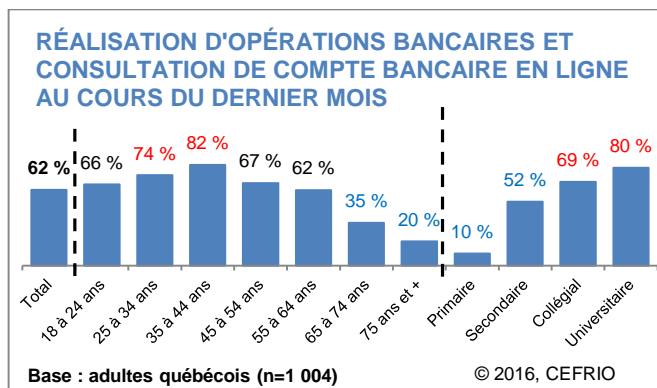
Source : KPMG, juillet 2015, « Global Mobile Banking Report 2015 ». En ligne (19 février 2016) [www.kpmg.com].

STABILITÉ DES OPÉRATIONS BANCAIRES SUR INTERNET

En 2015, 62 % des adultes du Québec ont effectué au moins une opération bancaire en ligne au cours du mois précédant l'enquête. Par opérations bancaires, nous entendons, par exemple, la consultation de ses comptes bancaires ou encore le paiement des factures sur le site d'une institution financière. Cette proportion est comparable à celle observée en 2014, où elle s'élevait à 65,2 %.



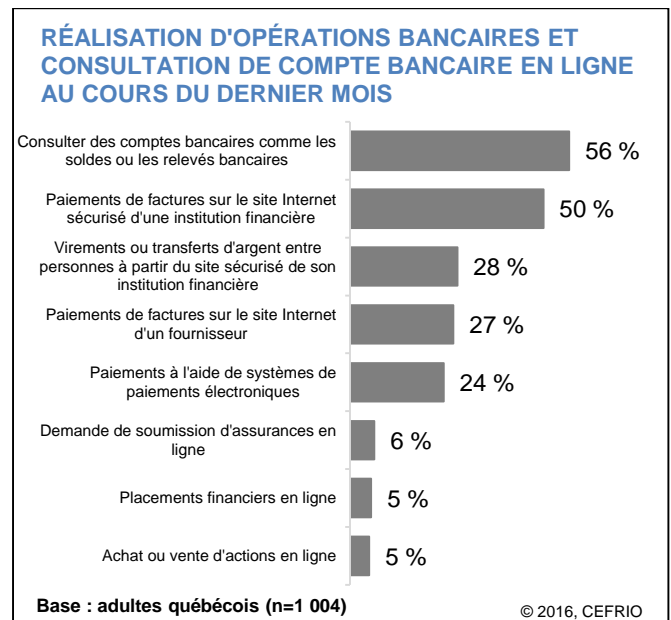
Notons que la proportion d'adultes à avoir effectué au moins une opération bancaire en ligne est significativement supérieure chez les adultes de 25 à 44 ans où elle s'élève à 78,2 %, comparativement à 62 % en moyenne. De même, les diplômés collégiaux et universitaires sont proportionnellement plus nombreux que les diplômés du primaire et du secondaire à avoir effectué au moins une opération bancaire en ligne au cours du mois précédant l'enquête (74,1 % contre 45 % chez les diplômés du primaire et du secondaire).



ÉCARTS IMPORTANTS ENTRE LES DIFFÉRENTES ACTIVITÉS

En 2015, plus de la moitié (56,2 %) des adultes québécois ont consulté leur compte bancaire en ligne au cours du mois précédant l'enquête. Cette proportion est comparable à celle observée en 2014 qui s'élevait à 59,4 %.

Au total, 49,6 % des adultes québécois ont payé des factures sur le site Internet sécurisé d'une institution financière au cours du mois précédant l'enquête. Cette proportion est significativement supérieure à celle des adultes ayant payé une facture sur le site d'un fournisseur, par exemple le site d'Hydro Québec (26,5 %), ou ayant fait un paiement à l'aide d'un système de paiement électronique (24 %).



Par ailleurs, 27,5 % des adultes ont réalisé des virements ou des transferts d'argent entre personnes à partir du site sécurisé de leur institution financière.

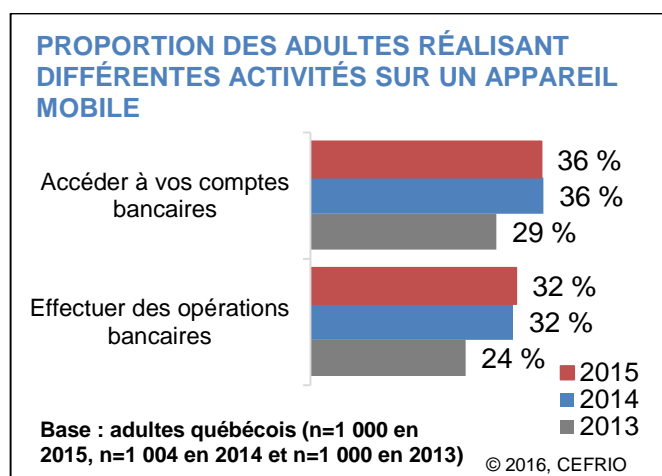
Seulement 6,2 % des adultes ont effectué une demande de soumission d'assurances en ligne au cours du mois précédant l'enquête. Que ce soit en ligne ou hors-ligne, il s'agit d'une activité généralement moins pratiquée que les transactions bancaires courantes. Cela explique en partie la faible proportion d'adultes ayant réalisé cette activité.

Faire des placements financiers en ligne et acheter ou vendre des actions en ligne sont des activités qui ont été pratiquées par une proportion relativement faible des adultes québécois au cours du mois précédant l'enquête (5,4 % pour les placements financiers en ligne et 4,9 % pour l'achat et la vente d'actions en ligne).

TABLETTES NUMÉRIQUES ET TÉLÉPHONES INTELLIGENTS AUSSI UTILISÉS POUR RÉALISER DES ACTIVITÉS BANCAIRES

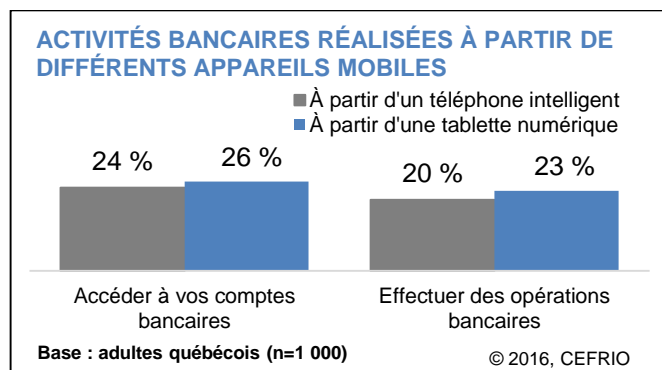
Les principales institutions financières du Québec offrent toutes à leurs clients des applications mobiles ou des sites Internet mobiles permettant d'y effectuer des opérations bancaires.

Que ce soit à partir d'un téléphone intelligent ou d'une tablette numérique, 35,9 % des adultes québécois accèdent à leur compte bancaire à partir d'un appareil mobile. Une proportion légèrement plus faible, 32 %, effectue des opérations bancaires comme des virements, des transferts de fonds ou des paiements de factures toujours à partir d'un appareil mobile.



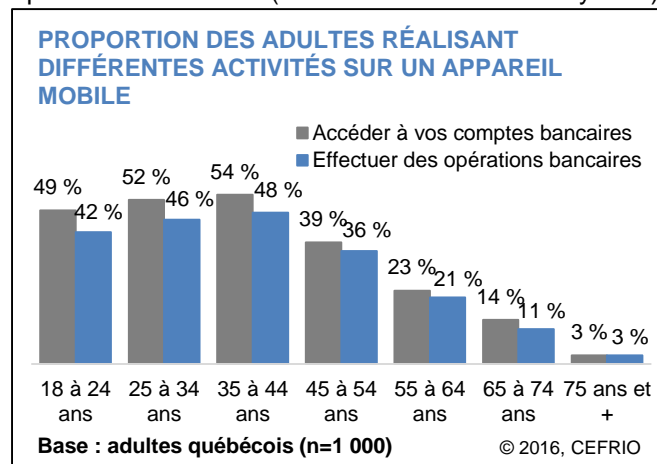
De manière générale, la tablette numérique et le téléphone intelligent sont autant utilisés pour réaliser des activités bancaires en ligne.

En effet, 25,7 % des adultes québécois ont accédé à leurs comptes bancaires grâce à une tablette numérique et 23,9 % en ont fait autant à partir d'un téléphone intelligent. Même constat pour la réalisation d'opérations bancaires, 23 % à partir d'une tablette numérique contre 20,4 % à partir d'un téléphone intelligent.



LES 25 À 44 ANS PLUS ACTIFS SUR MOBILE

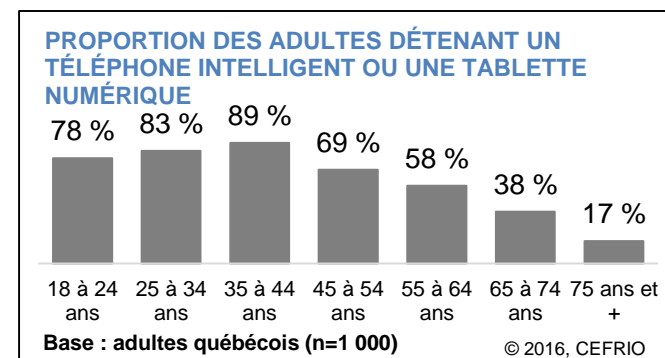
Les adultes de 25 à 44 ans sont proportionnellement plus nombreux que la moyenne à accéder à leurs comptes bancaires à l'aide d'un appareil mobile (53 % contre 35,9 % en moyenne) et à y effectuer des opérations bancaires (47 % contre 32 % en moyenne).



En contrepartie, les adultes de 55 ans et plus sont proportionnellement moins nombreux à en faire autant. En effet, 15,9 % d'entre eux accèdent à leur compte bancaire sur mobile contre 35,9 % en moyenne, et 14 % y effectuent des opérations bancaires contre 32 % en moyenne.

Ces résultats s'expliquent en partie par la proportion plus importante d'adultes qui détiennent un téléphone intelligent ou une tablette chez les adultes de 25 à 44 ans que chez ceux de 55 ans et plus.

En effet, 86,4 % des adultes de 25 à 44 ans possèdent une tablette numérique ou un téléphone intelligent, alors que cette proportion est de 42,6 % chez les adultes de 55 ans et plus.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

RÉALISATION D'OPÉRATIONS BANCAIRES

	Total a réalisé des opérations bancaires ou consulté un compte bancaire sur Internet au cours du dernier mois	Total a consulté le site Web informationnel de son institution financière au cours de la dernière année	Activités réalisées à partir d'appareils mobiles	
			A accédé aux comptes bancaires	A effectué des opérations bancaires
Base	Adultes québécois (n=1 004)	Adultes québécois (n=1 000)	Adultes québécois (n=1 000)	
Total	62,0 %	54,2 %	35,9 %	32,0 %
Sexe				
Homme	65,9 %	53,3 %	37,1 %	32,2 %
Femme	58,4 %	55,0 %	34,8 %	31,7 %
Âge				
18 à 24 ans	66,4 %	54,8 %	48,8 %	41,9 %
25 à 34 ans	73,9 %	78,6 %	52,2 %	45,9 %
35 à 44 ans	82,4 %	66,8 %	53,8 %	48,1 %
45 à 54 ans	67,4 %	54,6 %	38,7 %	35,9 %
55 à 64 ans	61,8 %	47,2 %	23,3 %	21,2 %
65 à 74 ans	35,0 %	36,4 %	14,0 %	11,1 %
75 ans et plus	19,9 %	19,5 %	2,7 %	2,7 %
Scolarité				
Primaire	10,0 %	27,6 %	19,8 %	17,7 %
Secondaire	52,4 %	39,8 %	26,4 %	23,9 %
Collégial	68,6 %	58,7 %	38,0 %	34,8 %
Universitaire	79,9 %	70,0 %	48,5 %	41,8 %
Revenu				
Moins de 20 000 \$	29,8 %	35,3 %	14,2 %	14,2 %
20 000 \$ à 39 999 \$	57,7 %	42,2 %	20,0 %	16,6 %
40 000 \$ à 59 999 \$	63,7 %	43,2 %	33,6 %	27,8 %
60 000 \$ à 79 999 \$	77,1 %	65,7 %	49,6 %	45,9 %
80 000 \$ à 99 999 \$	79,2 %	75,5 %	47,1 %	44,1 %
100 000 \$ et plus	89,4 %	74,2 %	62,0 %	57,5 %
Région				
Montréal (RMR)	67,4 %	53,5 %	40,7 %	35,9 %
Québec (RMR)	74,8 %	63,2 %	37,9 %	32,8 %
Est du Québec	50,5 %	50,4 %	27,7 %	26,1 %
Centre du Québec	51,5 %	51,3 %	28,7 %	27,1 %
Ouest du Québec	56,2 %	55,5 %	32,3 %	28,2 %
Langue maternelle				
Français	63,7 %	55,5 %	35,5 %	31,2 %
Anglais ou autre	59,0 %	49,2 %	37,8 %	35,0 %
Occupation				
Employé (service, bureau, vente)	76,8 %	60,7 %	48,1 %	43,2 %
Travailleur manuel	58,8 %	52,2 %	37,7 %	36,5 %
Professionnel	79,4 %	62,8 %	50,5 %	45,5 %
Au foyer	41,5 %	47,3 %	41,8 %	34,7 %
Étudiant	75,2 %	67,5 %	44,5 %	38,1 %
Retraité	36,0 %	36,7 %	12,2 %	10,9 %
Sans emploi	45,4 %	46,6 %	8,0 %	8,0 %
Composition du ménage				
Avec enfant(s)	75,3 %	73,2 %	52,9 %	48,7 %
Sans enfant	55,0 %	44,2 %	26,6 %	22,7 %

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 %.

DÉTAIL DES ACTIVITÉS BANCAIRES RÉALISÉES EN LIGNE

	Opérations bancaires réalisées au cours du dernier mois							
	Consultation de comptes bancaires comme les soldes ou les relevés bancaires	Paielements de factures sur le site Internet sécurisé d'une institution financière	Virements ou transferts d'argent entre personnes à partir du site sécurisé de son institution financière	Paielements de factures sur le site Internet d'un fournisseur	Paielements à l'aide de systèmes de paielements électroniques	Demande de soumission d'assurances en ligne	Placements financiers en ligne	Achat ou vente d'actions en ligne
Base	Adultes québécois (n=1 004)							
Total	56,2 %	49,6 %	27,5 %	26,5 %	24,0 %	6,2 %	5,4 %	4,9 %
Sexe								
Homme	60,0 %	52,7 %	29,3 %	29,6 %	29,2 %	8,0 %	8,0 %	7,0 %
Femme	52,6 %	46,7 %	25,7 %	23,5 %	19,2 %	4,5 %	2,9 %	2,9 %
Âge								
18 à 24 ans	61,0 %	32,5 %	30,7 %	16,5 %	22,1 %	10,6 %	4,3 %	4,6 %
25 à 34 ans	67,2 %	65,3 %	39,4 %	29,3 %	37,1 %	11,5 %	7,6 %	5,3 %
35 à 44 ans	75,5 %	69,6 %	35,5 %	35,7 %	35,4 %	6,2 %	6,8 %	7,4 %
45 à 54 ans	59,7 %	57,2 %	31,2 %	32,7 %	21,9 %	4,7 %	5,4 %	6,3 %
55 à 64 ans	56,3 %	50,5 %	22,4 %	31,4 %	22,3 %	5,1 %	6,2 %	4,6 %
65 à 74 ans	33,8 %	27,5 %	15,1 %	15,2 %	12,6 %	2,6 %	3,4 %	3,1 %
75 ans et plus	17,6 %	12,8 %	5,2 %	6,6 %	5,2 %	1,3 %	1,3 %	0,0 %
Scolarité								
Primaire	7,6 %	5,1 %	4,9 %	4,0 %	6,4 %	0,0 %	1,6 %	2,5 %
Secondaire	47,2 %	39,5 %	18,9 %	24,7 %	15,8 %	2,3 %	2,9 %	3,6 %
Collégial	62,8 %	55,7 %	29,7 %	29,2 %	29,6 %	11,0 %	5,7 %	3,6 %
Universitaire	73,4 %	66,1 %	40,8 %	31,7 %	32,2 %	6,8 %	8,9 %	8,5 %
Revenu								
Moins de 20 000 \$	27,0 %	21,4 %	10,7 %	12,2 %	8,0 %	2,7 %	3,4 %	3,2 %
20 000 \$ à 39 999 \$	54,1 %	47,6 %	18,2 %	27,5 %	21,6 %	3,0 %	4,9 %	6,9 %
40 000 \$ à 59 999 \$	57,2 %	51,4 %	26,8 %	26,0 %	22,4 %	7,9 %	5,9 %	1,1 %
60 000 \$ à 79 999 \$	65,6 %	63,0 %	35,4 %	39,8 %	33,2 %	2,3 %	1,0 %	8,0 %
80 000 \$ à 99 999 \$	74,1 %	65,3 %	38,9 %	35,9 %	41,4 %	11,9 %	8,1 %	6,4 %
100 000 \$ et plus	84,1 %	74,8 %	51,7 %	34,7 %	35,6 %	6,4 %	10,7 %	7,7 %
Région								
Montréal (RMR)	60,6 %	53,9 %	29,9 %	28,7 %	25,1 %	6,3 %	6,4 %	6,2 %
Québec (RMR)	69,4 %	59,7 %	33,2 %	25,7 %	26,0 %	6,6 %	9,2 %	6,3 %
Est du Québec	44,7 %	44,1 %	23,5 %	24,0 %	25,5 %	1,8 %	5,4 %	2,3 %
Centre du Québec	46,7 %	41,8 %	23,1 %	27,6 %	20,2 %	3,8 %	2,4 %	3,0 %
Ouest du Québec	51,5 %	42,5 %	24,0 %	21,4 %	22,8 %	9,3 %	3,4 %	3,8 %
Langue maternelle								
Français	58,2 %	51,4 %	28,3 %	26,7 %	25,2 %	5,0 %	5,8 %	4,4 %
Anglais ou autre	52,9 %	45,4 %	26,8 %	26,7 %	21,7 %	11,4 %	4,4 %	7,6 %
Occupation								
Employé (service, bureau, vente)	70,4 %	64,6 %	37,4 %	35,8 %	33,0 %	9,2 %	5,9 %	5,4 %
Travailleur manuel	51,6 %	46,4 %	24,4 %	34,7 %	16,0 %	5,0 %	3,1 %	5,0 %
Professionnel	73,0 %	65,4 %	37,8 %	33,0 %	34,6 %	6,7 %	9,6 %	8,8 %
Au foyer	38,9 %	33,3 %	13,4 %	18,6 %	13,0 %	0,0 %	2,1 %	2,2 %
Étudiant	68,5 %	45,5 %	36,9 %	16,3 %	21,3 %	14,4 %	4,6 %	3,2 %
Retraité	32,8 %	27,2 %	12,9 %	16,1 %	10,6 %	2,9 %	3,3 %	3,3 %
Sans emploi	42,8 %	41,8 %	7,5 %	13,7 %	8,8 %	3,7 %	11,8 %	0,0 %
Composition du ménage								
Avec enfant(s)	68,6 %	62,7 %	36,8 %	32,6 %	36,2 %	9,8 %	5,7 %	8,5 %
Sans enfant	49,9 %	42,3 %	22,4 %	23,1 %	17,2 %	4,1 %	5,3 %	2,8 %

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 %.

LA PORTE D'ENTRÉE AUX SERVICES GOUVERNEMENTAUX



www.gouv.qc.ca

- Service québécois de changement d'adresse
- Créer son entreprise
- Acheter ou rénover sa maison
- Mon dossier citoyen
- Vivre en logement
- Devenir parent
- Programmes et services pour les aînés
- Que faire lors d'un décès
- Personnes handicapées
- Perdre son autonomie

PSC-12.1 (2016-02)

THÈMES DES FASCICULES *NETENDANCES*

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

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 plus de 90 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

