

Services bancaires en ligne



NETendances 2018
UNE INITIATIVE DU  **cefrio**

Édition 2018
Volume 9 – Numéro 3

AVEC LA COLLABORATION DE



Sauvé par la cloche



Recevez une alerte en cas d'insuffisance de fonds

Soyez avisé si vous manquez de fonds pour un paiement préautorisé. Vous pourrez remédier à la situation et ainsi éviter des frais!

desjardins.com/alertes

 **Desjardins**

Table des matières

Méthodologie.....	4
Faits saillants de l'enquête.....	5
1. L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires.....	6
1.1 Huit Québécois sur dix effectuent des opérations bancaires en ligne.....	6
1.2 Les Québécois utilisent le plus souvent un moyen numérique pour effectuer leurs opérations bancaires.....	7
1.3 Internet pour consulter son compte bancaire, payer ses factures et effectuer des virements.....	8
1.4 Très peu d'internautes ont fait des placements sur Internet.....	10
1.5 Près d'un adulte sur deux ne veut plus avoir à se rendre en succursale.....	11
1.6 Le dépôt mobile plus utilisé par les 18 à 24 ans.....	12
2. L'utilisation d'outils Web sur les sites d'institutions financières.....	13
2.1 Les sites Web des institutions financières gagnent la confiance des internautes...	13
2.2 Le Web : premier réflexe des milléniaux pour rechercher de l'information ou acquérir des produits ou des services financiers.....	14
2.3 Un internaute sur quatre a utilisé un outil financier Web au cours de la dernière année.....	15
2.4 L'intérêt envers les agents virtuels (<i>chatbots</i>) gagne du terrain.....	16
2.5 Les robots-conseillers en planification financière : encore peu connus des Québécois.....	17
3. Les modes de paiement émergents.....	18
3.1 Les solutions de paiement rapides ont la cote auprès des 18 à 34 ans.....	18
3.2 La monnaie virtuelle de plus en plus connue.....	19
3.3 Très peu de Québécois utilisent les plateformes de sociofinancement.....	20
4. L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation.....	21
4.1 Les applications mobiles des assureurs sont peu utilisées.....	21
4.2 Le téléphone demeure le premier réflexe pour demander une soumission.....	22
4.3 La soumission Web : fort populaire auprès des 18 à 34 ans.....	23
4.4 Même si encore marginal, l'achat d'assurance en ligne est en croissance au Québec.....	24

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

L'enquête *NETendances 2018* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, 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

Maggie Poulin de Courval

Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme

Vice-président, communications et affaires corporatives, CEFRIO

Raymond Poirier

Chef, communications et mise en valeur des projets, CEFRIO

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 : 2018
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.

Crédit photo : Unsplash | Parker Byrd

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS :



Méthodologie

Pour réaliser le volet « Services bancaires en ligne » de l'enquête *NETendances 2018*, nous avons utilisé une collecte de données réalisée du 2 au 20 mai 2018, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique (20 % de numéros mobiles et 80 % de numéros filaires). 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 $\pm 3,09\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,18\%$ 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 des autres groupes dans une même catégorie, 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 des autres groupes dans une même catégorie, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % - **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

Faits saillants de l'enquête

INTERNET POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES : UNE PRATIQUE RÉPANDUE CHEZ LES QUÉBÉCOIS

Une grande majorité de Québécois (80 %) utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires, une croissance de 15 points de pourcentage en trois ans. D'ailleurs, 75 % des adultes l'utilisent à cette fin sur une base mensuelle.

En fait, près de trois Québécois sur quatre (71 %) utilisent le plus souvent un moyen numérique pour effectuer leurs opérations bancaires, que ce soit le site Web de leur institution financière ou son application mobile. Parmi ceux-ci, 49 % utilisent un appareil mobile (téléphone intelligent ou tablette électronique) pour ce faire.

Les internautes québécois utilisent également les outils financiers mis à leur disposition par les institutions financières. En effet, un internaute sur quatre en a utilisé au moins un au courant de la dernière année. Le simulateur de prêt hypothécaire est le plus populaire (12 %).

Ces résultats sont en lien avec un niveau de confiance à la hausse des internautes. En effet, 74 % d'entre eux font plus confiance, au niveau de la sécurité, aux sites Web des institutions financières qu'aux autres sites Web transactionnels, une croissance de 8 points de pourcentage en deux ans.



14 %

des adultes québécois ont déjà entendu parler des robots-conseillers en planification financière, un phénomène encore émergent.



La monnaie virtuelle a connu un bond de notoriété important auprès des adultes québécois, passant de 54 % en 2017 à **75 % en 2018**. Néanmoins, son utilisation est demeurée très marginale à 2 %.

L'ACHAT D'UNE ASSURANCE AUTO OU HABITATION SUR INTERNET

Au cours des 12 derniers mois



40 %

des adultes qui ont magasiné une assurance auto ou habitation ont fait une demande de soumission en ligne



73 %

des adultes ayant demandé une soumission d'assurance auto ou habitation en ligne ont utilisé directement le site Web d'une compagnie d'assurances pour le faire



10 %

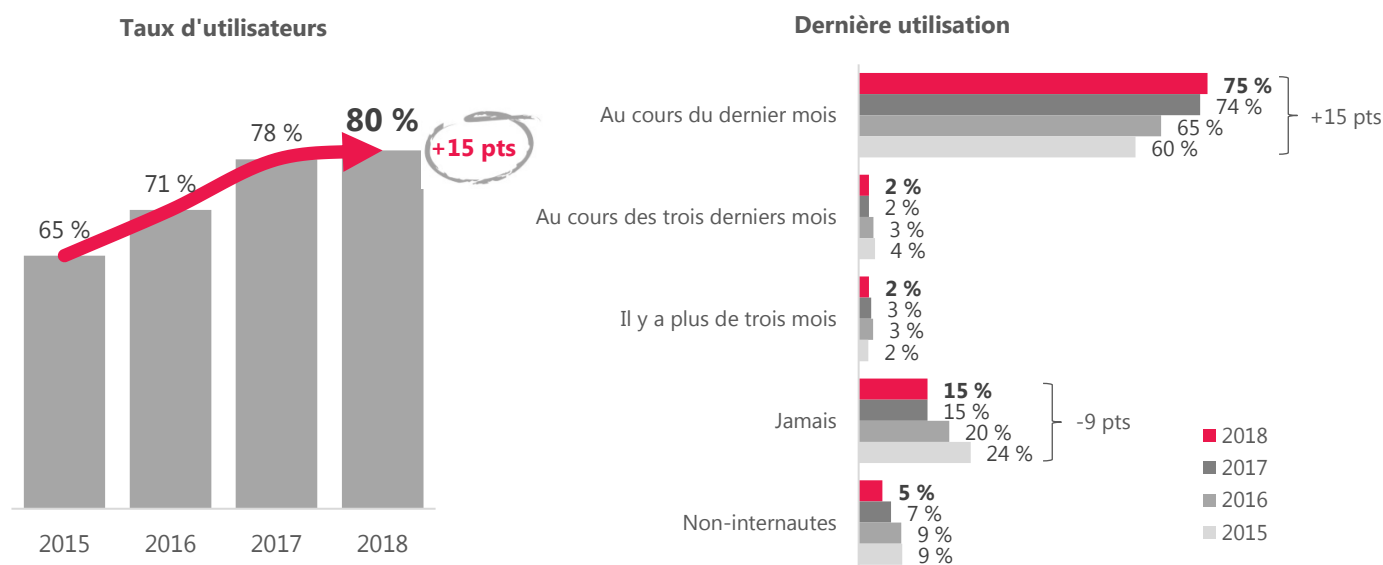
des adultes ayant demandé une soumission d'assurance auto ou habitation en ligne directement sur le site Web d'une compagnie d'assurances en ont fait l'achat complètement en ligne

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

1.1 Huit Québécois sur dix effectuent des opérations bancaires en ligne

Les Québécois ont rapidement adopté Internet pour effectuer des opérations bancaires, on parle d'une croissance de 15 points de pourcentage en trois ans. En 2018, c'est 80 % des Québécois qui ont utilisé Internet à cette fin. D'ailleurs, la majorité des Québécois (75 %) y ont eu recours au cours du dernier mois. Les adultes âgés de 18 à 44 ans (89 %), les familles avec enfants (86 %) ainsi que les diplômés universitaires (86 %) sont relativement plus nombreux à utiliser Internet pour effectuer des opérations bancaires sur une base mensuelle.

UTILISATION D'INTERNET POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES



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

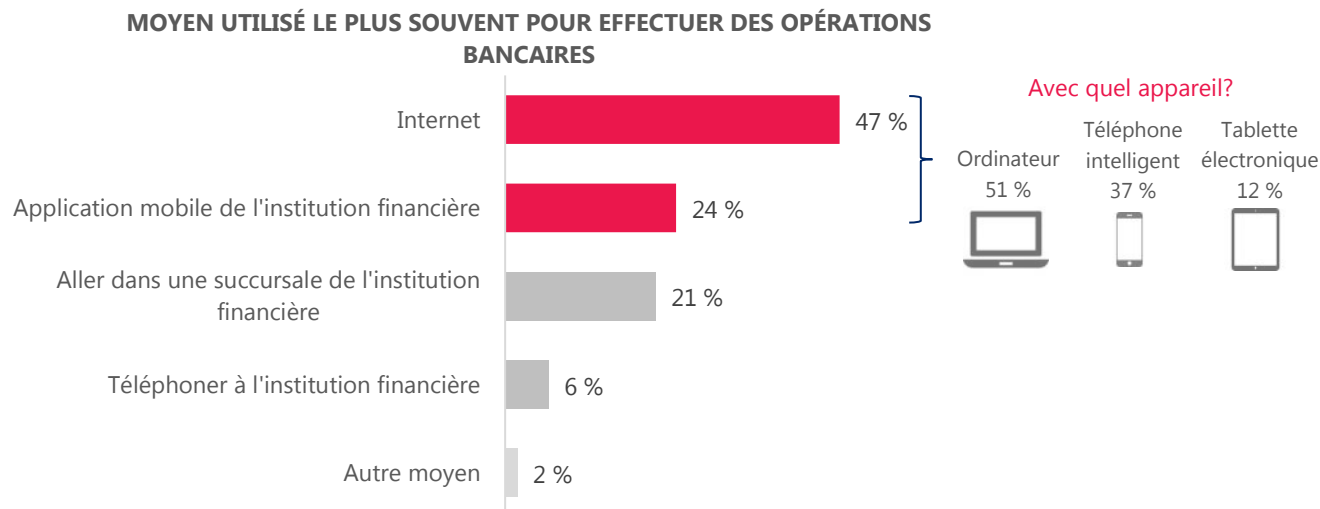
Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total utilisateurs	80 %	80 %	79 %	94 %	94 %	93 %	79 %	75 %	51 %	24 %
Au cours du dernier mois	75 %	75 %	75 %	92 %	85 %	90 %	73 %	71 %	48 %	23 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	3 %	2 %	2 %	6 %	1 %	2 %	1 %	3 %	1 %
Il y a plus de trois mois	2 %	2 %	3 %	-	3 %	2 %	4 %	2 %	-	-
Jamais	15 %	14 %	16 %	6 %	4 %	5 %	15 %	21 %	34 %	45 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	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 utilisateurs	80 %	66 %	81 %	89 %	53 %	66 %	74 %	91 %	87 %	94 %
Au cours du dernier mois	75 %	61 %	77 %	86 %	46 %	63 %	62 %	86 %	86 %	93 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	2 %	3 %	2 %	6 %	1 %	3 %	3 %	1 %	-
Il y a plus de trois mois	2 %	4 %	2 %	2 %	2 %	1 %	9 %	2 %	-	1 %
Jamais	15 %	24 %	13 %	8 %	21 %	23 %	23 %	7 %	12 %	4 %

1.2 Les Québécois utilisent le plus souvent un moyen numérique pour effectuer leurs opérations bancaires

Près de trois Québécois sur quatre (71 %) utilisent le plus souvent un moyen numérique, soit le site Internet (47 %) ou l'application mobile (24 %) de leur institution financière, pour effectuer leurs opérations bancaires. D'ailleurs, la moitié d'entre eux (49 %) utilisent principalement un appareil mobile (37 % téléphone intelligent et 12 % tablette électronique) pour le faire.

Les adultes de 18 à 44 ans (39 %) sont plus nombreux à utiliser l'application mobile de leur institution financière comme principal moyen pour effectuer leurs opérations bancaires, tandis que les adultes de 65 ans et plus optent davantage pour des moyens plus traditionnels, comme se rendre directement en succursale (47 %).



Base : adultes québécois (n=1 003)

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

Parmi les adultes québécois	Total 2018	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	47 %	47 %	47 %	37 %	48 %	52 %	50 %	53 %	42 %	17 %
Application mobile de l'institution financière	24 %	25 %	23 %	47 %	37 %	35 %	17 %	12 %	4 %	3 %
Aller dans une succursale de l'institution financière	21 %	22 %	20 %	9 %	9 %	10 %	25 %	27 %	41 %	60 %
Téléphoner à l'institution financière	6 %	4 %	8 %	8 %	5 %	2 %	7 %	6 %	10 %	16 %

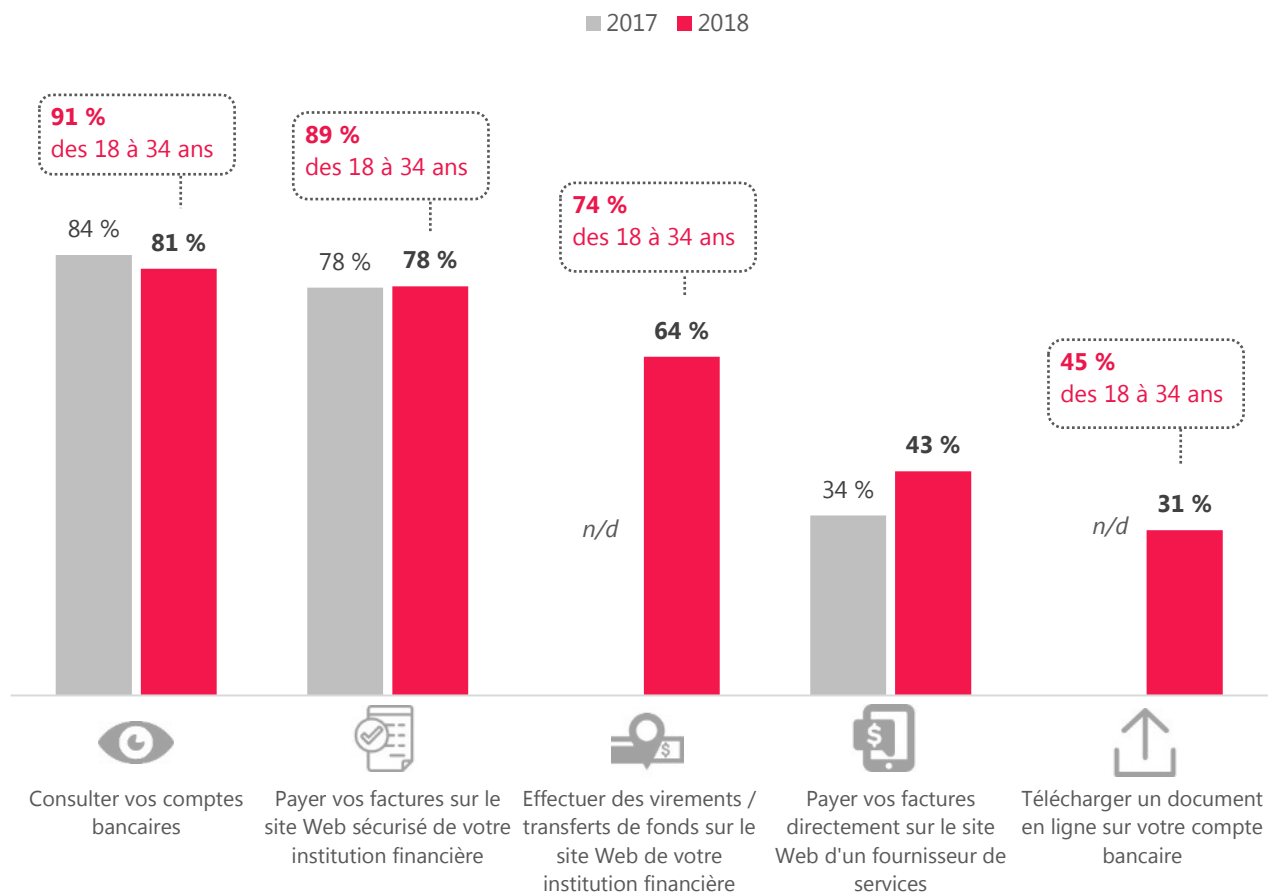
Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secun.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Internet	47 %	37 %	41 %	62 %	48 %	34 %	37 %	61 %	54 %	55 %
Application mobile de l'institution financière	24 %	18 %	31 %	22 %	6 %	20 %	21 %	26 %	30 %	33 %
Aller dans une succursale de l'institution financière	21 %	36 %	18 %	11 %	35 %	30 %	32 %	11 %	14 %	5 %
Téléphoner à l'institution financière	6 %	7 %	8 %	3 %	11 %	13 %	7 %	2 %	1 %	3 %

1.3 Internet pour consulter son compte bancaire, payer ses factures et effectuer des virements

Les internautes québécois effectuent diverses opérations bancaires en ligne au cours d'un mois, comme la consultation de leurs comptes bancaires (81 %) et le paiement de factures sur le site de leur institution financière (78 %), des activités qui sont demeurées relativement stables en 2018. Quant au paiement de factures directement sur le site d'un fournisseur de service, cette méthode a connu une hausse de neuf points de pourcentage en 2018 et est dorénavant pratiquée par 43 % des internautes.

L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires en ligne étant fort répandue auprès des 18 à 34 ans, il n'est pas surprenant de constater que les internautes de ce groupe d'âge soient plus nombreux à consulter leur compte bancaire en ligne (91 %), à payer leurs factures sur le site Web de leur institution financière (89 %), à télécharger des documents de leur compte bancaire (45 %) et à effectuer des virements ou des transferts de fonds en ligne (74 %).

OPÉRATIONS BANCAIRES RÉALISÉES SUR INTERNET AU COURS DU DERNIER MOIS



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

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

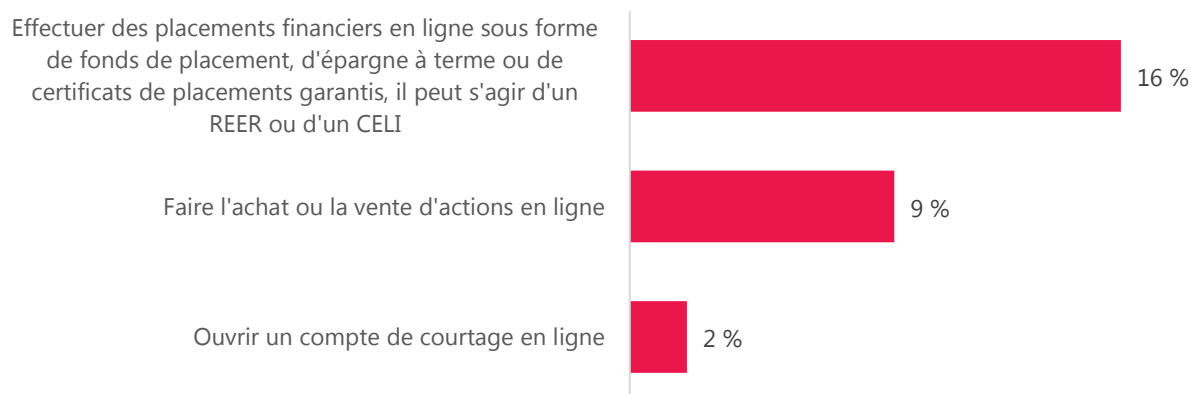
Parmi les internautes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Consulter vos comptes bancaires, comme vos soldes ou relevés bancaires	81 %	82 %	81 %	91 %	91 %	91 %	80 %	75 %	60 %	37 %
Payer vos factures sur le site Web de votre institution financière	78 %	79 %	77 %	88 %	90 %	89 %	73 %	70 %	58 %	34 %
Effectuer des virements ou transferts de fonds sur le site Web de votre institution financière	64 %	66 %	63 %	70 %	77 %	78 %	63 %	57 %	38 %	27 %
Payer vos factures sur le site Web de votre fournisseur de services	43 %	47 %	38 %	45 %	50 %	46 %	39 %	40 %	41 %	17 %
Télécharger un document en ligne sur votre compte bancaire, comme un spécimen de chèques ou des feuillets fiscaux	31 %	36 %	27 %	45 %	45 %	33 %	30 %	21 %	16 %	9 %

Parmi les internautes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	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 vos comptes bancaires, comme vos soldes ou relevés bancaires	81 %	70 %	82 %	90 %	76 %	75 %	68 %	87 %	85 %	93 %
Payer vos factures sur le site Web de votre institution financière	78 %	64 %	80 %	87 %	77 %	66 %	66 %	88 %	85 %	89 %
Effectuer des virements ou transferts de fonds sur le site Web de votre institution financière	64 %	50 %	65 %	75 %	52 %	47 %	52 %	75 %	76 %	82 %
Payer vos factures sur le site Web de votre fournisseur de services	43 %	40 %	46 %	41 %	51 %	36 %	38 %	49 %	49 %	46 %
Télécharger un document en ligne sur votre compte bancaire, comme un spécimen de chèques ou des feuillets fiscaux	31 %	20 %	34 %	38 %	18 %	23 %	19 %	36 %	49 %	44 %

1.4 Très peu d'internautes ont fait des placements sur Internet

En 2018, seulement 16 % des internautes ont effectué des placements financiers en ligne, sous la forme de fonds de placement, d'épargne à terme ou de certificats de placements garantis, au cours des 12 derniers mois. Un plus grand nombre d'internautes diplômés universitaires (27 %) et ceux dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (28 %) ont fait des placements financiers en ligne. Les hommes (3 %), de leur côté, sont plus nombreux à avoir ouvert un compte de courtage en ligne, comparativement aux femmes (1 %), tandis que l'achat et la vente d'actions en ligne sont davantage pratiqués par les non-francophones (15 %), comparativement aux francophones (7 %).

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



Base : internautes québécois (n=952)

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

Parmi les internautes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Effectué des placements financiers en ligne	16 %	16 %	16 %	20 %	24 %	24 %	13 %	7 %	11 %	9 %
Fait l'achat ou la vente d'actions en ligne	9 %	9 %	8 %	13 %	9 %	9 %	8 %	7 %	9 %	9 %
Ouvert un compte de courtage en ligne	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %

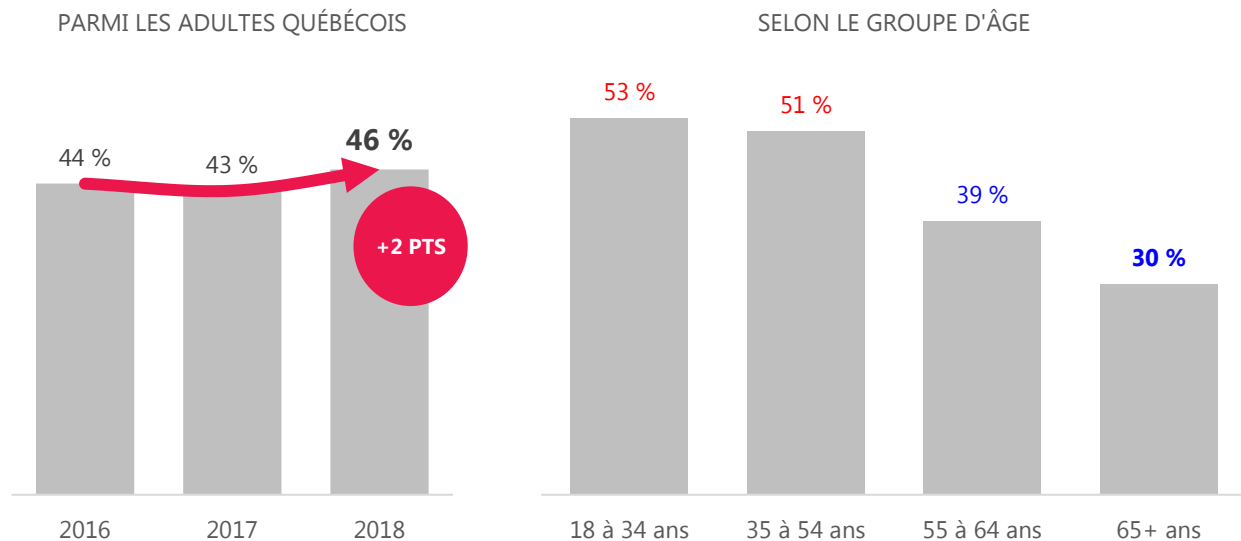
Parmi les internautes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Effectué des placements financiers en ligne	16 %	9 %	11 %	27 %	25 %	6 %	12 %	15 %	17 %	28 %
Fait l'achat ou la vente d'actions en ligne	9 %	9 %	6 %	11 %	2 %	11 %	5 %	4 %	10 %	13 %
Ouvert un compte de courtage en ligne	2 %	1 %	-	4 %	2 %	1 %	-	1 %	6 %	3 %

1.5 Près d'un adulte sur deux ne veut plus avoir à se rendre en succursale

En 2018, près d'un Québécois sur deux (46 %) désire ne plus avoir à se rendre physiquement en succursale, que ce soit pour des opérations bancaires courantes, des placements ou des financements. Ce taux est relativement stable depuis deux ans. On remarque, que ce besoin est davantage présent chez les adultes de moins de 55 ans, soit 53 % chez les 18 à 34 ans et de 51 % chez les 35 à 54 ans. C'est également le cas des adultes dont le ménage compte quatre personnes ou plus (57 %) et ceux dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (57 %).

BESOIN DES ADULTES DE NE PLUS AVOIR À SE RENDRE PHYSIQUEMENT EN SUCCURSALE

(total en accord)



Base : adultes québécois (n=1 000 à chaque collecte)

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

Parmi les adultes québécois	Total 2018	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 tout à fait ou plutôt d'accord	46 %	44 %	48 %	60 %	49 %	52 %	51 %	39 %	32 %	24 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	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 tout à fait ou plutôt d'accord	46 %	41 %	47 %	51 %	44 %	42 %	35 %	48 %	52 %	57 %

LES AMÉRICAINS VEULENT ENCORE DES SUCCURSALES.



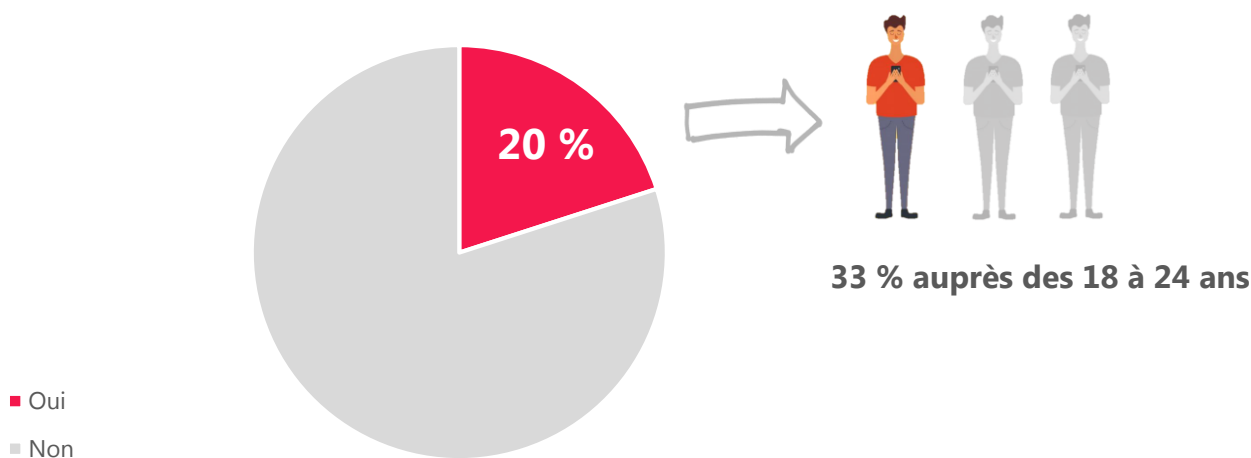
Même si la tendance est aux services bancaires en ligne, il est important pour les Américains d'avoir accès à une succursale locale de leur banque (65 %), soit à moins de huit kilomètres de leur résidence. D'ailleurs, 25 % des consommateurs américains n'ouvriraient pas un compte dans une banque sans succursale locale. Ils veulent avoir la possibilité de se rendre en succursale si jamais le besoin survient, c'est ce que nous révèle l'étude 2018 *Digital Banking Consumer Survey* de PwC.

Source : *2018 Digital Banking Consumer Survey*, PwC

1.6 Le dépôt mobile plus utilisé par les 18 à 24 ans

Au cours des 12 derniers mois, un détenteur de téléphone intelligent sur cinq a déposé un chèque en prenant une photo, par le biais de l'application mobile de son institution financière, un taux stable comparativement à l'an dernier (19 %). Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans sont nettement plus nombreux à l'avoir fait. Un résultat non surprenant puisqu'ils sont également plus nombreux à utiliser leur téléphone intelligent comme principal moyen pour effectuer des opérations bancaires (66 % comparativement à 26 % de la population), que ce soit par l'application mobile de leur institution financière (46 %) ou par Internet (19 %).

UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE
AU COURS DES DOUZE DERNIERS MOIS



Base : détenteurs de téléphone intelligent (n=748)

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

Parmi les détenteurs de téléphone intelligent	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus
A déposé un chèque en prenant une photo par le biais de l'application mobile de son institution financière	20 %	20 %	20 %	33 %	18 %	23 %	20 %	12 %	8 %

Parmi les détenteurs de téléphone intelligent	Total 2018	Prim./Secon.	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 déposé un chèque en prenant une photo par le biais de l'application mobile de son institution financière	20 %	16 %	23 %	20 %	13 %	10 %	15 %	17 %	24 %	27 %

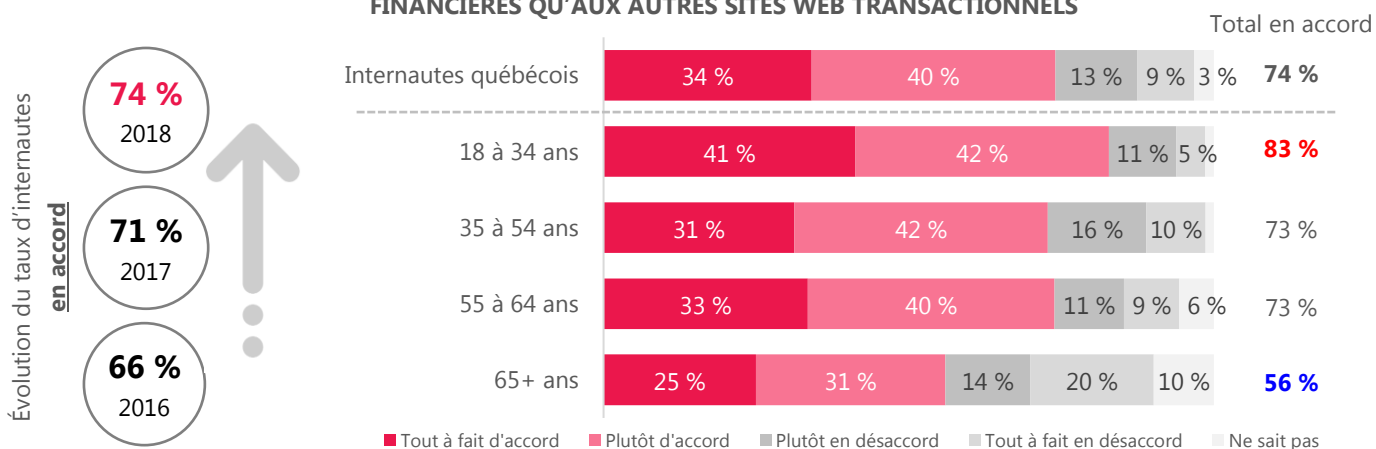
2. L'utilisation d'outils Web sur les sites d'institutions financières

2.1 Les sites Web des institutions financières gagnent la confiance des internautes

Près des trois quarts des internautes québécois affirment faire plus confiance, au niveau de la sécurité, aux sites Web des institutions financières qu'aux autres sites Web transactionnels. Une proportion en croissance depuis deux ans (+8 points de pourcentage comparativement à 2016).

Fort familier avec l'univers du Web, il n'est pas surprenant de remarquer que les internautes âgés de 18 à 34 ans sont plus nombreux (83 %) à faire davantage confiance aux sites Web des institutions financières qu'aux autres sites transactionnels, au niveau de la sécurité, tandis qu'un moins grand nombre d'âinés partagent cet avis (56 %).

INTERNAUTES QUI FONT PLUS CONFIANCE, AU NIVEAU DE LA SÉCURITÉ, AUX SITES DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES QU'ÀUX AUTRES SITES WEB TRANSACTIONNELS



Base : internautes québécois (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? Au niveau de la sécurité, je fais plus confiance aux sites Web des institutions financières qu'aux autres sites Web transactionnels.

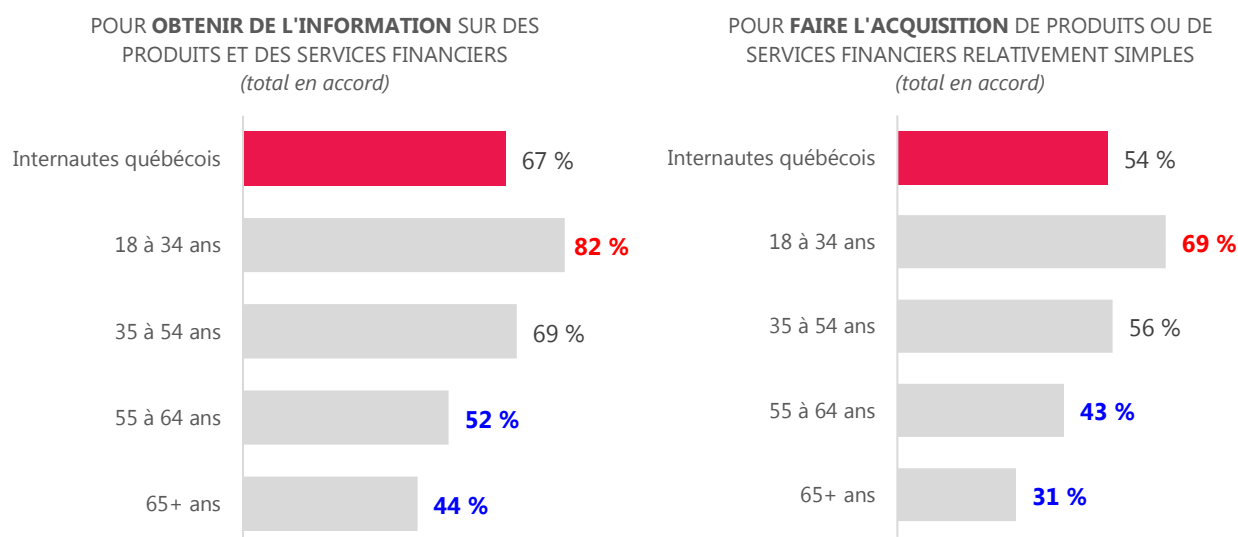
Parmi les internautes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total en accord (tout à fait et plutôt en accord)	74 %	77 %	71 %	91 %	77 %	75 %	71 %	74 %	61 %	41 %

Parmi les internautes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	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 en accord (tout à fait et plutôt en accord)	74 %	71 %	74 %	78 %	49 %	67 %	69 %	82 %	79 %	84 %

2.2 Le Web : premier réflexe des milléniaux pour rechercher de l'information ou acquérir des produits ou des services financiers

On le remarque de plus en plus, les jeunes ont souvent recours au Web en premier lieu, que ce soit pour s'informer, se divertir ou communiquer. L'univers bancaire ne fait pas exception. En effet, les internautes de 18 à 34 ans ont comme premier réflexe de consulter le site Web de leur institution financière lorsqu'ils recherchent de l'information sur des produits et des services financiers (82 %) et pour faire l'acquisition de produits ou de services financiers relativement simples (69 %).

LE SITE WEB DE LEUR INSTITUTION FINANCIÈRE COMME PREMIER RÉFLEXE



Base : internautes québécois (n=952)

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

Parmi les internautes québécois (total en accord)	Total 2018	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 pour des produits/services financiers	67 %	68 %	65 %	85 %	80 %	75 %	64 %	52 %	45 %	42 %
Pour faire l'acquisition de produits/services financiers relativement simples	54 %	56 %	52 %	76 %	65 %	60 %	51 %	43 %	31 %	28 %

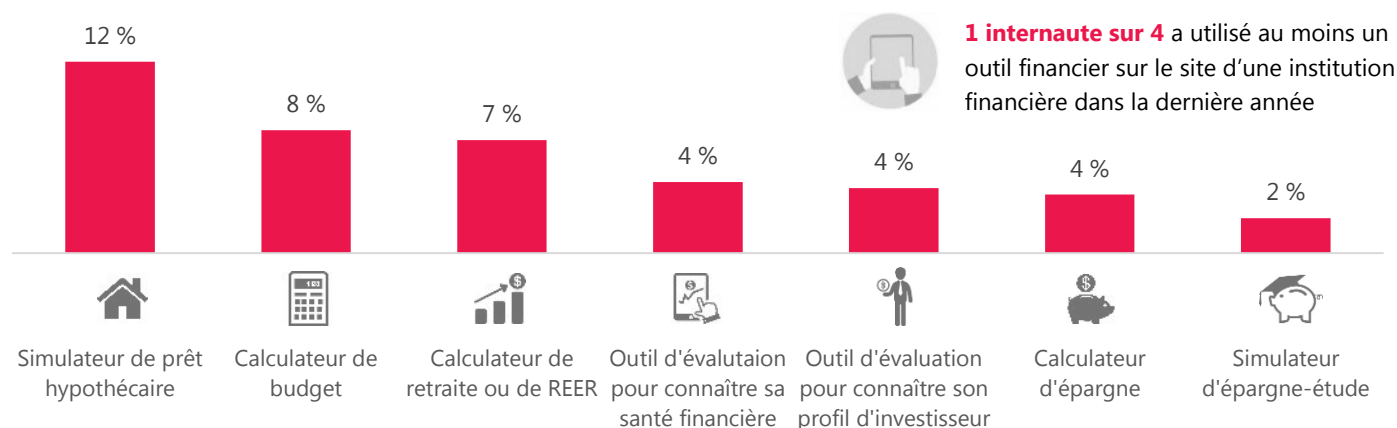
Parmi les internautes québécois (total en accord)	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Pour obtenir de l'information pour des produits/services financiers	67 %	59 %	71 %	68 %	69 %	59 %	62 %	75 %	75 %	73 %
Pour faire l'acquisition de produits/services financiers relativement simples	54 %	50 %	57 %	55 %	43 %	49 %	46 %	64 %	63 %	60 %

2.3 Un internaute sur quatre a utilisé un outil financier Web au cours de la dernière année

Les institutions financières mettent un grand nombre d'outils à la disposition de leurs clients internautes, comme des simulateurs de prêt hypothécaire, des calculateurs de budget et d'épargne ou même des outils pour évaluer sa santé financière. Sur une base annuelle en 2018, un internaute sur quatre a utilisé au moins un outil financier sur le site de son institution financière. D'ailleurs, il est intéressant de noter que les internautes qui utilisent l'application mobile de leur institution financière comme principal moyen pour effectuer leurs opérations bancaires (40 %) sont plus nombreux à avoir eu recours à au moins un outil financier Web.

On remarque que l'usage de certains outils se distingue en fonction de l'âge, souvent relié à des étapes de vie importantes. Par exemple, les internautes de 25 à 34 ans (19 %) et ceux de 35 à 44 ans (21 %) sont plus nombreux à avoir utilisé un simulateur de prêt hypothécaire, tandis que les internautes de 45 à 54 ans (12 %) semblent davantage penser à leur retraite en étant nombreux à avoir utilisé un calculateur de retraite ou de REER.

TAUX D'UTILISATION D'OUTILS FINANCIERS SUR LE SITE D'UNE INSTITUTION FINANCIÈRE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : internautes québécois (n=952)

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

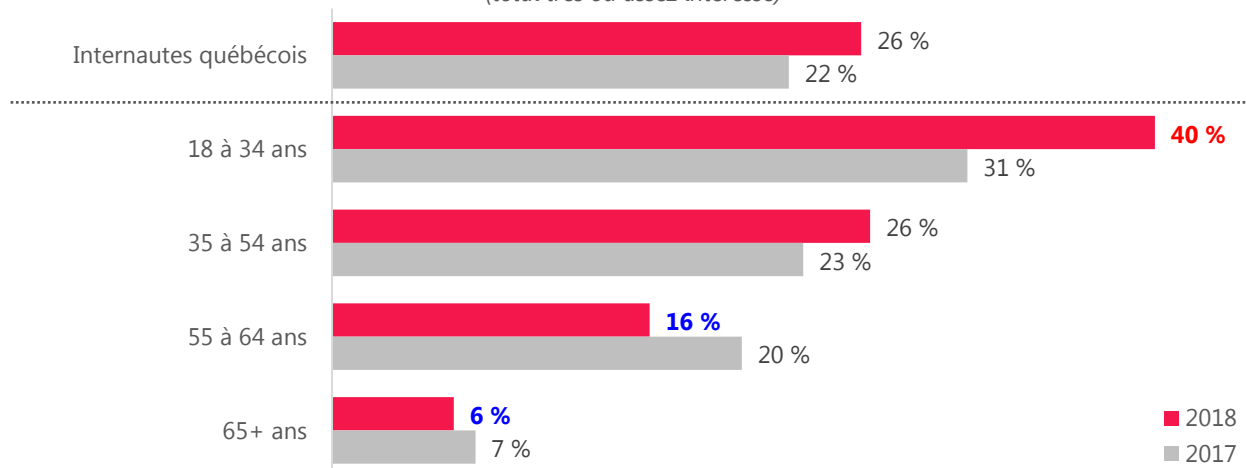
Parmi les internautes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
A utilisé au moins un outil	24 %	24 %	24 %	25 %	33 %	38 %	25 %	13 %	9 %	7 %
Simulateur de prêt hypothécaire	12 %	13 %	11 %	11 %	19 %	21 %	11 %	4 %	3 %	-
Calculateur de budget	8 %	7 %	9 %	7 %	15 %	11 %	7 %	4 %	1 %	-
Calculateur de retraite ou de REER	7 %	7 %	7 %	6 %	5 %	10 %	12 %	5 %	2 %	-
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	4 %	5 %	4 %	5 %	4 %	8 %	5 %	2 %	3 %	3 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil d'investisseur	4 %	5 %	3 %	5 %	3 %	6 %	5 %	3 %	2 %	4 %
Calculateur d'épargne	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	8 %	3 %	3 %	1 %	-
Simulateur d'épargne-étude	2 %	2 %	3 %	7 %	3 %	4 %	1 %	-	1 %	-

Parmi les internautes québécois	Total 2018	Prim./Sec.	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 %	15 %	27 %	29 %	17 %	18 %	22 %	28 %	37 %	30 %
Simulateur de prêt hypothécaire	12 %	6 %	14 %	14 %	-	10 %	9 %	16 %	22 %	19 %
Calculateur de budget	8 %	2 %	10 %	9 %	2 %	4 %	3 %	13 %	17 %	10 %
Calculateur de retraite ou de REER	7 %	4 %	6 %	11 %	9 %	1 %	8 %	3 %	12 %	13 %
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	4 %	2 %	5 %	5 %	2 %	7 %	2 %	6 %	5 %	5 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil d'investisseur	4 %	2 %	3 %	6 %	-	3 %	4 %	5 %	6 %	7 %
Calculateur d'épargne	4 %	2 %	5 %	4 %	2 %	3 %	5 %	6 %	6 %	4 %
Simulateur d'épargne-étude	2 %	3 %	2 %	2 %	6 %	3 %	2 %	-	4 %	-

2.4 L'intérêt envers les agents virtuels (chatbots) gagne du terrain

Les internautes québécois sont de plus en plus nombreux à être intéressés à faire affaire avec un agent virtuel (*chatbot*) sur le site Internet de leur institution financière, passant de 22 % en 2017 à 26 % en 2018. Ce sont les internautes âgés de 18 à 34 ans qui sont les plus intéressés (40 %) et qui connaissent la plus forte croissance de leur intérêt (+9 points de pourcentage comparativement à 2017).

INTÉRÊT À FAIRE AFFAIRE AVEC UN AGENT VIRTUEL SUR LE SITE WEB DE VOTRE INSTITUTION FINANCIÈRE (total très ou assez intéressé)



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

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?

Parmi les internautes québécois	Total 2018	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/assez intéressé	26 %	27 %	25 %	39 %	41 %	27 %	26 %	16 %	8 %	1 %

Parmi les internautes québécois	Total 2018	Prim./Sec.	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/assez intéressé	26 %	14 %	26 %	35 %	30 %	19 %	19 %	25 %	31 %	38 %

LES CONSOMMATEURS AMÉRICAINS OPTENT POUR UN AGENT VITUEL AFIN D'ÉVITER L'ATTENTE



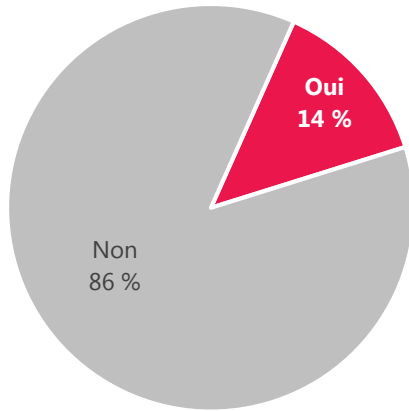
Selon une récente étude publiée par *Humley*, on remarque une ouverture des consommateurs américains à recourir à de nouvelles formes de communication pour contacter leur banque, même si le téléphone demeure encore le moyen privilégié. En effet, aux États-Unis, 43 % des utilisateurs de services bancaires numériques préfèrent utiliser le clavardage en direct ou les agents virtuels (*chatbots*) pour adresser un problème avec leur banque. Les consommateurs d'aujourd'hui ne voulant plus attendre, l'instantanéité des agents virtuels (*chatbots*) est l'élément clé de leur adoption. D'ailleurs, parmi les utilisateurs de services bancaires en ligne, 35 % préfèrent communiquer avec un agent virtuel (*chatbot*) durant les heures d'ouverture de leur banque plutôt que d'attendre au téléphone et plus des deux tiers préfèrent interagir avec un agent virtuel (*chatbot*) en dehors des heures d'ouverture que d'attendre au lendemain pour y aller en personne.

Source : « *Consumer Online Banking Trends 2018* », Humley, juillet 2018

2.5 Les robots-conseillers en planification financière : encore peu connus des Québécois

Les robots-conseillers en planification financière sont encore une réalité peu connue des Québécois. En effet, uniquement 14 % en ont déjà entendu parler. Néanmoins, on remarque que les diplômés universitaires (18 %) ainsi que les adultes dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (20 %) sont plus nombreux à connaître cette nouvelle possibilité. Le niveau d'utilisation, quant à lui, est marginal, soit 10 % des adultes qui en ont déjà entendu parler.

NOTORIÉTÉ DES ROBOTS-CONSEILLERS POUR LA PLANIFICATION FINANCIÈRE



Parmi ceux qui en ont déjà entendu parler, **10 %** les ont utilisés au cours des 12 derniers mois!

Base : adultes québécois (n=1 003)

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

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
En a entendu parler	14 %	14 %	13 %	18 %	10 %	13 %	15 %	11 %	15 %	20 %

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
En a entendu parler	14 %	7 %	15 %	18 %	8 %	16 %	9 %	11 %	11 %	20 %

DES CONSEILS D'UN ORDINATEUR, POURQUOI PAS!

Les consommateurs partout dans le monde sont réceptifs aux conseils générés par des robots, c'est ce que nous révèle l'étude « Financial Services' Global Distribution & Marketing Consumer Survey » réalisée par Accenture dans 18 pays, dont le Canada, auprès de consommateurs de services financiers et d'assurance. On y apprend, entre autres, qu'une grande majorité de consommateurs de services financiers et d'assurance, à l'échelle mondiale, sont disposés à recevoir des conseils générés entièrement par un ordinateur concernant des placements financiers (78 %), le type d'assurance à acheter (74 %) et la planification de leur retraite (68 %).

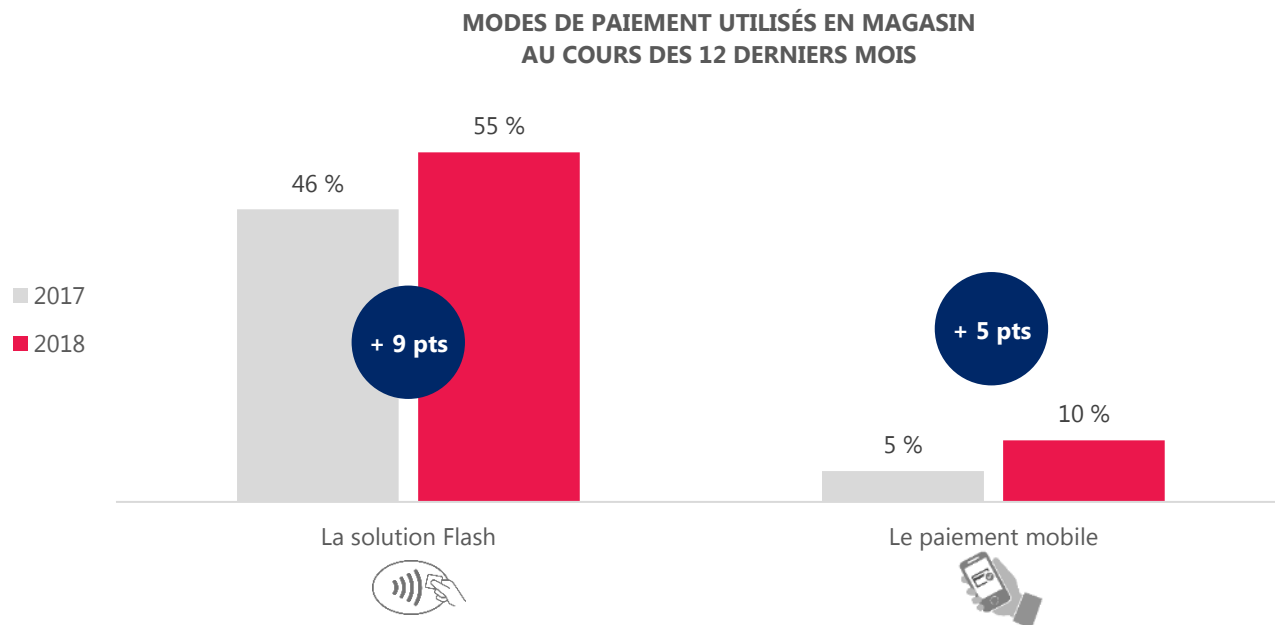


Source : « The Voice of the Customer : Identifying Disruptive Opportunities in Insurance Distribution », Accenture, 2017

3. Les modes de paiement émergents

3.1 Les solutions de paiement rapides ont la cote auprès des 18 à 34 ans

Les solutions de paiement rapides utilisées en magasin gagnent de nouveaux adeptes en 2018. En effet, 55 % des Québécois ont utilisé, au cours des 12 derniers mois, la solution Flash avec leur carte de débit ou de crédit pour effectuer un achat en magasin, une croissance de neuf points de pourcentage en un an. Le paiement mobile, de son côté, a vu son taux d'utilisateurs doubler en un an, passant de 5 % en 2017 à 10 % en 2018. Les adultes de 18 à 34 ans sont plus nombreux à avoir utilisé l'un ou l'autre de ces modes de paiement (65 % solution flash et 17 % paiement mobile) pour effectuer des achats en magasin au cours de la dernière année.



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Au cours des 12 derniers mois, lorsque vous avez effectué des achats EN MAGASIN, vous est-il arrivé de payer en utilisant... a) La solution Flash, c.-à-d. la solution permettant de payer en tenant simplement la carte de débit ou de crédit devant le lecteur à la caisse? b) Le paiement mobile, avec votre téléphone intelligent en utilisant des applications comme Apple Pay ou Android Pay?

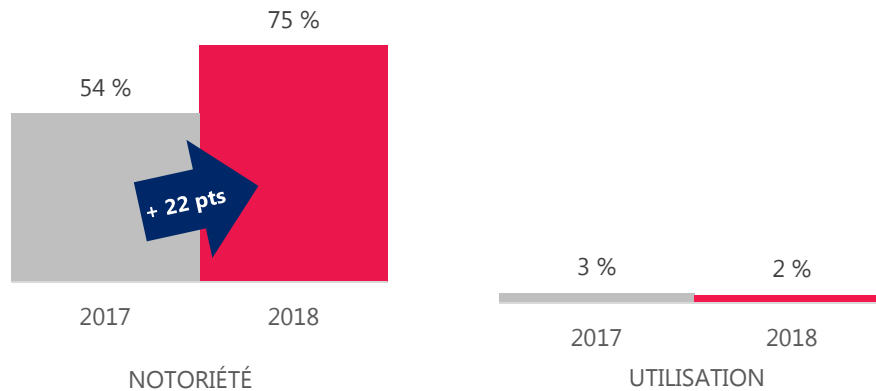
Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Solution Flash	55 %	59 %	52 %	69 %	62 %	57 %	59 %	42 %	49 %	51 %
Paiement mobile	10 %	10 %	9 %	21 %	15 %	9 %	11 %	4 %	3 %	-

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Sec.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Solution Flash	55 %	41 %	58 %	65 %	40 %	45 %	49 %	61 %	60 %	73 %
Paiement mobile	10 %	5 %	11 %	12 %	2 %	5 %	4 %	12 %	14 %	18 %

3.2 La monnaie virtuelle de plus en plus connue

La notoriété de la monnaie virtuelle, comme le Bitcoin, les *Facebook credits* ou les *Amazon coins*, s'est considérablement accrue auprès des adultes québécois en 2018. C'est dorénavant les trois quarts des Québécois qui en ont déjà entendu parler, un gain de 22 points de pourcentage comparativement à 2017. La couverture médiatique consacrée à ce sujet au cours de la dernière année, comme le segment à l'émission *Tout le monde en parle* diffusé à Radio-Canada le 1^{er} avril dernier, a pu favoriser cette croissance. Néanmoins, même si un plus grand nombre de Québécois en ont entendu parler, le taux d'utilisation de la monnaie virtuelle demeure très faible en 2018.

NOTORIÉTÉ ET UTILISATION DE LA MONNAIE VIRTUELLE



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler de monnaie virtuelle, comme le Bitcoin, les Facebook credits, les Amazon Coins, etc.? Vous est-il déjà arrivé d'effectuer un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle?

Parmi les adultes québécois	Total 2018	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 de la monnaie virtuelle	75 %	80 %	70 %	83 %	75 %	80 %	75 %	71 %	75 %	63 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant la monnaie virtuelle	2 %	4 %	1 %	6 %	4 %	2 %	-	2 %	-	-

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	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 de la monnaie virtuelle	75 %	58 %	76 %	89 %	44 %	61 %	77 %	84 %	84 %	87 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant la monnaie virtuelle	2 %	3 %	1 %	3 %	-	-	6 %	1 %	4 %	3 %

QU'EST-CE QUI FREINE LES AMÉRICAINS À ACHETER DE LA CRYPTOMONNAIE?



La cryptomonnaie est un sujet qui circule sur bien des lèvres depuis quelques années. Pourtant, son taux d'adoption demeure très bas : aux États-Unis, seulement 8 % des adultes américains ont déclaré avoir acheté de la cryptomonnaie en 2018. Parmi les principaux freins chez les américains n'ayant pas encore adhéré à cette monnaie, on retrouve le manque d'intérêt ou de besoins (40 %), un niveau de risque trop élevé (35 %), la difficulté à comprendre (27 %) et la perception qu'il s'agit d'une arnaque (18 %).

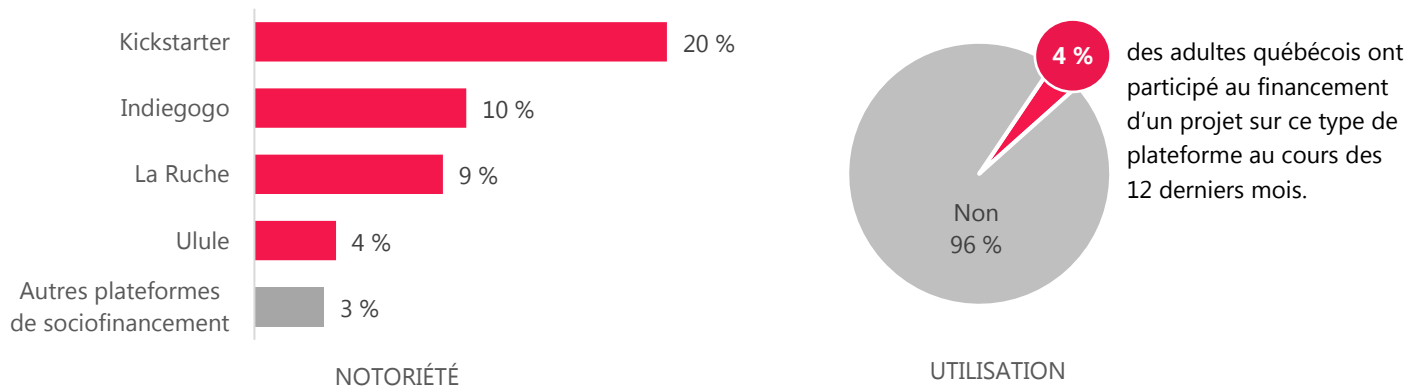
Source : « *Why haven't we all bought cryptocurrency yet?* », Finder et Puroprofile, février 2018

3.3 Très peu de Québécois utilisent les plateformes de sociofinancement

Un peu plus du quart des Québécois (28 %) ont déjà entendu parler d'au moins une plateforme de sociofinancement. Ce concept est plus connu auprès des hommes (32 %) que des femmes (23 %). Les diplômés universitaires (41 %) et les adultes dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (39 %) sont nombreux à connaître ce moyen de financement. Il en est de même pour les habitants des grands centres urbains, comme le RMR de Montréal (32 %) et le RMR de Québec (37 %).

Toutefois, le taux de participation au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement est encore marginal au Québec (4 %), et relativement stable comparativement à l'année précédente (3 % en 2017). Parmi ceux ayant participé au financement d'un projet sur ce type de plateforme, on retrouve un plus grand nombre d'adultes de 25 à 44 ans (7 %), de diplômés universitaires (7 %) et de familles dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (7 %).

NOTORIÉTÉ ET UTILISATION DES PLATEFORMES DE SOCIOFINANCEMENT



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler des plateformes de sociofinancement suivantes? Au cours des 12 derniers mois, avez-vous participé au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement?

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Connait au moins une plateforme de sociofinancement	28 %	32 %	23 %	38 %	37 %	35 %	27 %	19 %	13 %	5 %
• Kickstarter	20 %	26 %	14 %	30 %	31 %	25 %	22 %	10 %	8 %	1 %
• Indiegogo	10 %	13 %	8 %	11 %	16 %	14 %	8 %	8 %	4 %	4 %
• La Ruche	9 %	11 %	8 %	7 %	10 %	16 %	12 %	5 %	3 %	1 %
• Ulule	4 %	6 %	2 %	1 %	4 %	10 %	2 %	4 %	2 %	-
A participé au sociofinancement d'un projet au cours des 12 derniers mois	4 %	5 %	3 %	2 %	7 %	7 %	3 %	3 %	2 %	-

Parmi les adultes québécois	Total 2018	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Connait au moins une plateforme de sociofinancement	28 %	15 %	25 %	41 %	17 %	17 %	21 %	30 %	30 %	39 %
• Kickstarter	20 %	10 %	19 %	30 %	17 %	12 %	14 %	20 %	21 %	28 %
• Indiegogo	10 %	6 %	8 %	16 %	8 %	6 %	12 %	9 %	7 %	14 %
• La Ruche	9 %	2 %	8 %	16 %	8 %	4 %	6 %	12 %	9 %	16 %
• Ulule	4 %	1 %	4 %	6 %	-	4 %	3 %	4 %	5 %	6 %
A participé au sociofinancement d'un projet au cours des 12 derniers mois	4 %	1 %	3 %	7 %	-	2 %	3 %	5 %	3 %	7 %

4. L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation

4.1 Les applications mobiles des assureurs sont peu utilisées

Les adultes québécois responsables du processus d'achat d'assurance dans leur foyer sont très peu nombreux à avoir téléchargé l'application mobile de leur assureur (13 %) et à l'utiliser (9 %). D'ailleurs, on remarque que les adultes québécois qui utilisent des services bancaires en ligne sont plus nombreux à avoir téléchargé (15 %) l'application mobile de leur assureur et à l'utiliser (11 %).

TÉLÉCHARGEMENT ET UTILISATION DE L'APPLICATION MOBILE DE L'ASSUREUR



Base : adultes québécois responsables dans le ménage du processus d'achat d'assurances (n=683)

Question : Avez-vous téléchargé l'application de votre assureur? L'utilisez-vous?

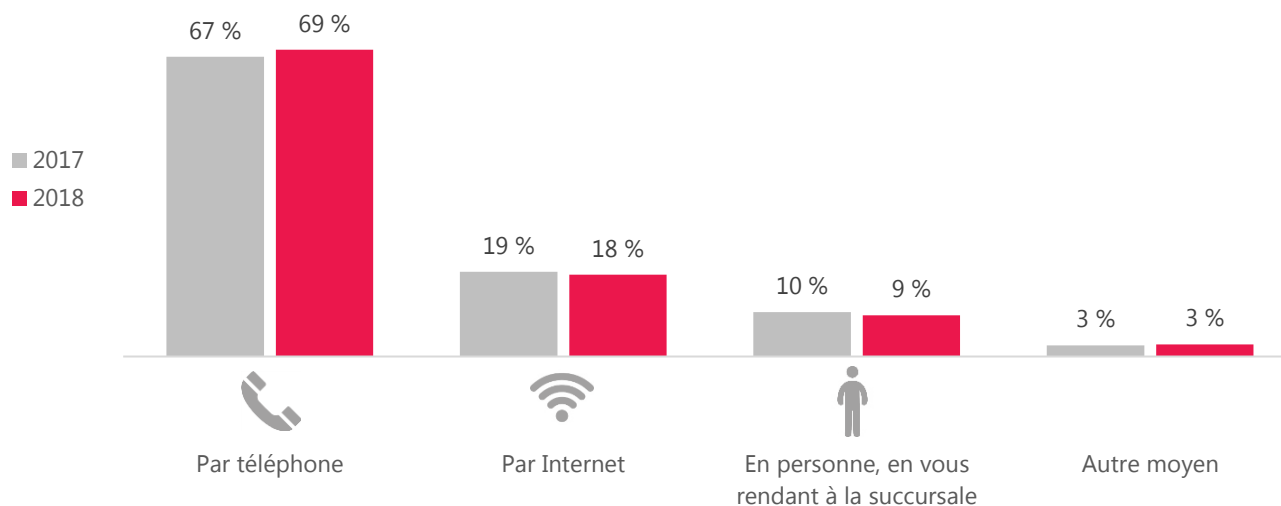
Parmi les responsables du processus d'achat d'assurances	Total 2018	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
A téléchargé l'application mobile de son assureur	13 %	13 %	13 %	24 %	16 %	9 %	8 %	18 %	11 %	8 %
Utilise l'application mobile de son assureur	9 %	9 %	10 %	14 %	15 %	6 %	4 %	12 %	9 %	5 %

Parmi les responsables du processus d'achat d'assurances	Total 2018	Prim./Secon.	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 téléchargé l'application mobile de son assureur	13 %	9 %	18 %	12 %	6 %	9 %	14 %	10 %	22 %	15 %
Utilise l'application mobile de son assureur	9 %	6 %	13 %	8 %	-	6 %	7 %	7 %	19 %	11 %

4.2 Le téléphone demeure le premier réflexe pour demander une soumission

La majorité (69 %) des adultes responsables du processus d'achat d'assurances dans le foyer ont comme premier réflexe de téléphoner pour obtenir une soumission d'assurance automobile ou habitation, un taux relativement stable comparativement à 2017. Néanmoins, les adultes de 18 à 44 ans (28 %) sont plus nombreux à recourir à Internet en premier lieu, tandis que les adultes de 65 ans et plus (17 %) sont plus nombreux à se présenter en succursale.

PREMIER RÉFLEXE POUR DEMANDER UNE SOUMISSION D'ASSURANCE AUTO OU HABITATION



Base : adultes québécois responsables dans le ménage du processus d'achat d'assurances (n=683)

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

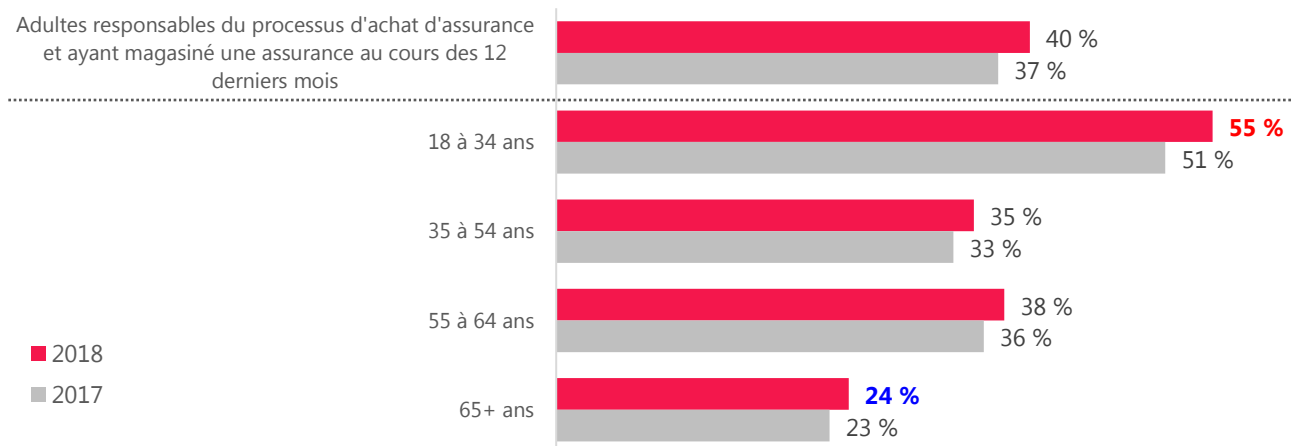
Parmi les responsables du processus d'achat d'assurances	Total 2018	Sexe		Tranche d'âge						
		Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Par téléphone	69 %	66 %	72 %	47 %	62 %	65 %	80 %	74 %	69 %	65 %
Par Internet	18 %	19 %	18 %	53 %	25 %	23 %	13 %	13 %	10 %	2 %
En personne	9 %	12 %	6 %	-	10 %	9 %	5 %	10 %	18 %	16 %

Parmi les responsables du processus d'achat d'assurances	Total 2018	Niveau d'éducation			Tranche de revenu					
		Prim./Secon.	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	69 %	70 %	68 %	69 %	64 %	70 %	67 %	72 %	56 %	72 %
Par Internet	18 %	9 %	23 %	21 %	15 %	11 %	17 %	20 %	30 %	24 %
En personne	9 %	16 %	7 %	7 %	16 %	16 %	12 %	5 %	12 %	1 %

4.3 La soumission Web : fort populaire auprès des 18 à 34 ans

Même si téléphoner est le premier réflexe de la majorité des Québécois pour demander une soumission, plusieurs vont également recourir à Internet. En effet, parmi les adultes québécois ayant magasiné une assurance auto ou habitation dans la dernière année, 40 % ont demandé une soumission en ligne, une croissance de trois points de pourcentage comparativement à 2017. On remarque que ce comportement est plus présent chez les plus jeunes, soit les 18 à 34 ans, dont 55 % ont fait une demande de soumission en ligne. Ce qui confirme que les milléniaux sont friands des outils Web autant pour les services bancaires que dans le processus de magasinage d'une assurance.

DEMANDE DE SOUMISSION EN LIGNE POUR UNE ASSURANCE AUTO OU HABITATION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



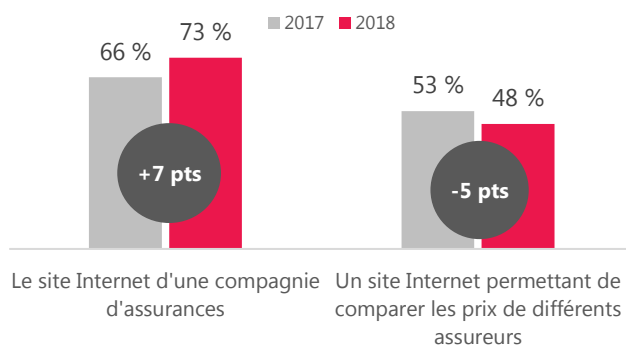
Base : adultes québécois responsables dans le ménage du processus d'achat d'assurances et ayant magasiné une assurance auto ou habitation au cours des 12 derniers mois (n=304 en 2018 et n=301 en 2017)

Question : *Et toujours au cours des 12 derniers mois, avez-vous demandé SUR INTERNET une soumission d'assurance automobile 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 ayant magasiné une assurance au cours des 12 derniers mois	Total 2018	Hommes	Femmes	18-34 ans	35-54 ans	55-64 ans	65+ ans	Prim/Sec.	Collégial	Univ.
A fait une demande de soumission en ligne	40 %	41 %	39 %	55 %	35 %	38 %	24 %	28 %	45 %	41 %

Près des trois quarts des adultes ayant demandé une soumission d'assurance auto ou habitation en ligne ont utilisé le site Internet d'une compagnie d'assurance pour le faire, une plateforme qui a gagné des adeptes en un an. De leur côté, les sites permettant de comparer les prix de différents assureurs ont été utilisés par 48 % des adultes ayant demandé une soumission en ligne, une baisse de cinq points de pourcentage. Il est intéressant de noter qu'une personne sur quatre a utilisé les deux types de sites Web pour demander des soumissions.

TYPES DE SITES WEB UTILISÉS POUR EFFECTUER UNE SOUMISSION D'ASSURANCE EN LIGNE



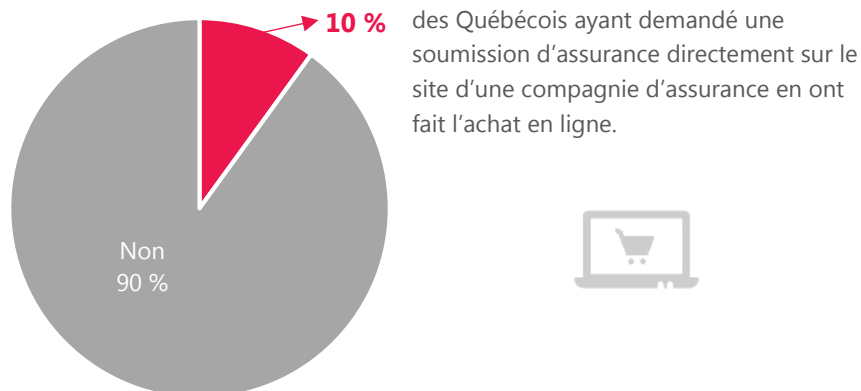
Base : adultes québécois responsables dans le ménage du processus d'achat d'assurances et ayant effectué une demande de soumission d'assurance auto ou habitation sur Internet au cours des 12 derniers mois (n=121 en 2018 et n=112 en 2017)

Question : *Avez-vous demandé une soumission sur...*

4.4 Même si encore marginal, l'achat d'assurance en ligne est en croissance au Québec

En 2018, 10 % des adultes québécois ayant fait une demande de soumission d'assurance auto ou habitation sur Internet au cours des 12 derniers en ont fait l'achat complètement en ligne. Malgré qu'il s'agisse d'un taux encore marginal au Québec, on note une croissance de trois points de pourcentage comparativement à 2017 (7 %).

ACHAT D'UNE ASSURANCE AUTO OU HABITATION COMPLÈTEMENT EN LIGNE



Base : adultes québécois responsables dans le ménage du processus d'achat d'assurances et ayant demandé une soumission d'assurance auto ou habitation directement sur le site d'une compagnie d'assurance au cours des 12 derniers mois (n=80)

Question : Suite à votre (vos) demande(s) de soumission 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?

LES QUÉBÉCOIS VEULENT UNE EXPÉRIENCE WEB

Que ce soit pour communiquer en cours de prestation, renouveler leur police d'assurance ou en acheter une nouvelle, les Québécois désirent avoir accès à des canaux numériques. En effet, pour le processus d'achat ou le renouvellement d'une police d'assurance, c'est 27 % des Québécois qui seraient intéressés à faire l'achat de bout en bout d'une police d'assurance automobile ou habitation sur Internet, et ce, incluant le paiement. D'ailleurs, les adultes de 18 à 34 ans sont plus nombreux à en faire partie (35 %).



Source : « Assurance de dommages à l'ère du numérique », CEFRIO, 2017



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

2018

NETendances

Thèmes des fascicules *NETendances*

- > Aide numérique à la vie autonome
- > Maison intelligente
- > **Services bancaires en ligne**
- > Portrait numérique des foyers québécois
- > Médias sociaux
- > Commerce électronique au Québec
- > Services gouvernementaux en ligne
- > Mobilité
- > Profil numérique des générations
- > Profil numérique 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 associés ainsi que l'engagement de plus de 250 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

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

