

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE



NETendances 2020
UNE RÉALISATION DE l' **ATN**

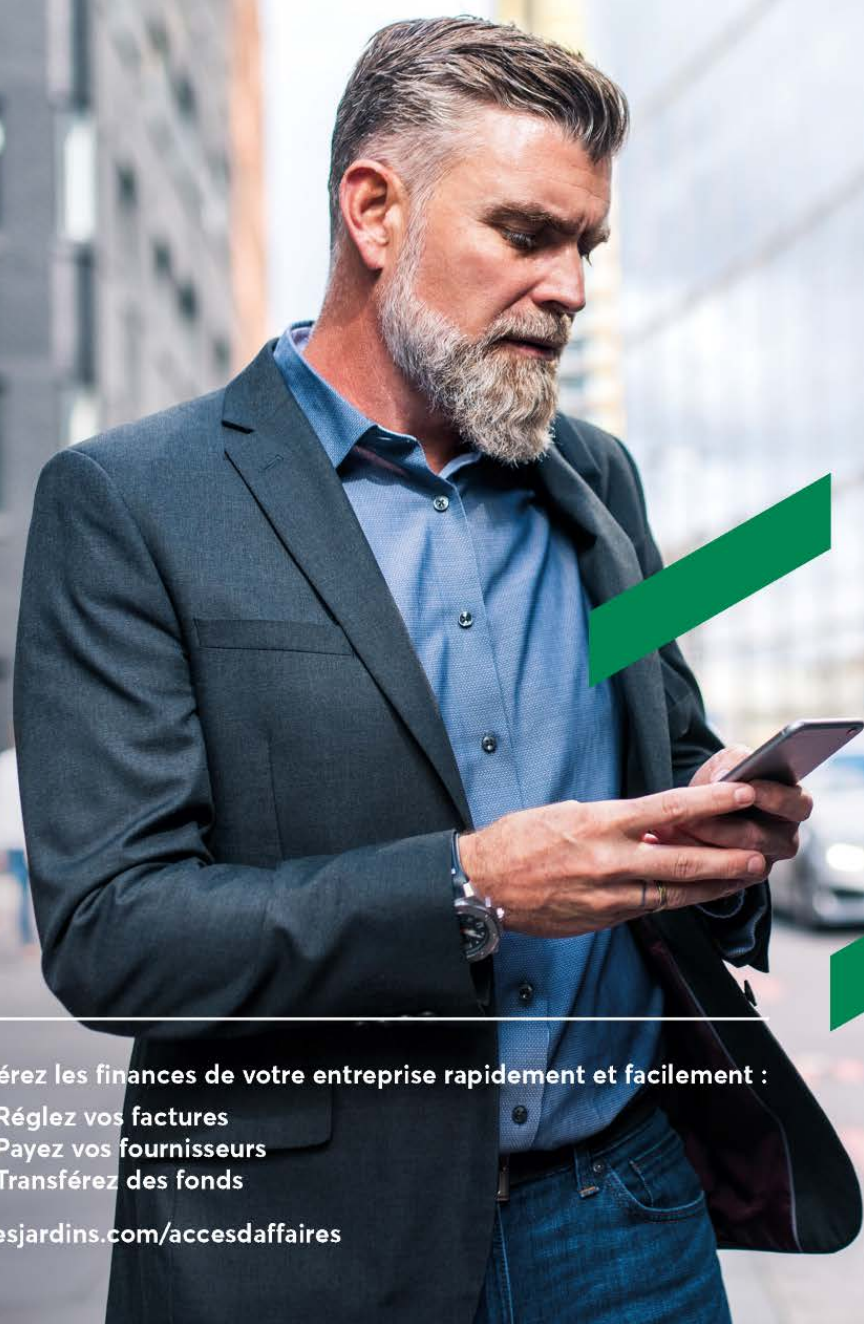
Édition 2020
Volume 11 – Numéro 1

AVEC LA COLLABORATION DE



AccèsD Affaires

En affaires partout, en tout temps



Gérez les finances de votre entreprise rapidement et facilement :

- Réglez vos factures
- Payez vos fournisseurs
- Transférez des fonds

desjardins.com/accesdaffaires

 **Desjardins**



RECHERCHE

Votre partenaire en sondage depuis 30 ans.

Spécialiste en recherche marketing et sociale



Sondages



Recherche sociale



Recherche Marketing



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	5
Faits saillants de l'enquête	6
1. L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires	7
1.1 Plus de quatre adultes sur cinq utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires.....	7
1.2 Une hausse importante d'internautes qui ont comme premier réflexe de se tourner vers le site Internet de leur institution financière	8
1.3 Les internautes québécois font davantage confiance aux sites Internet des institutions financières qu'aux autres sites transactionnels	9
1.4 La majorité des adultes québécois utilisent des outils numériques pour effectuer des opérations bancaires.....	9
1.5 Une augmentation de 30 % des Québécois qui ne souhaitent plus se rendre en succursale	12
2. Opérations bancaires effectuées en ligne	13
2.1 Plus de trois internautes sur quatre utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires.....	13
2.2 Le dépôt mobile est deux fois plus utilisé en 2020.....	15
2.3 Les opérations de placement réalisées en ligne gagnent en popularité	16
3. Outils Internet	17
3.1 Plus d'un internaute québécois sur trois utilise au moins un outil financier en ligne.....	17
4. Modes de paiement	18
4.1 Trois adultes sur quatre âgés de 35 à 44 ans utilisent la solution Flash comme méthode de paiement	18
4.2 La monnaie virtuelle gagne en notoriété	19
5. Sociofinancement	20
5.1 La notoriété des plateformes de sociofinancement a doublé en un an	20
5.2 Une plus grande participation au sociofinancement en 2020	21
6. Agents virtuels (chatbots)	22
6.1 Les internautes québécois démontrent davantage d'intérêt vis-à-vis les agents virtuels (chatbots)	22
6.2 La notoriété des robots-conseillers pour la planification financière s'accroît.....	23
7. Assurances auto et habitation en ligne	24
7.1 Une hausse considérable pour les demandes de soumissions sur Internet	24
7.2 Les millénariaux (25 à 34 ans) demeurent les plus nombreux à utiliser la soumission en ligne	25
7.3 Les sites Internet des compagnies d'assurance sont davantage utilisés comparativement aux sites Internet comparateurs de prix.....	26
7.4 L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation s'intensifie d'année en année	27
7.5 Forte augmentation chez les détenteurs de compte ou d'espace client en ligne lié à leur assureur auto ou habitation	28
7.6 Les adultes québécois utilisent davantage l'ordinateur pour accéder à leur compte ou espace client en ligne lié à leur assureur	29
7.7 La consultation du dossier d'assurance est l'action la plus utilisée dans l'espace client en ligne	29

SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

L'enquête *NETendances 2020* est réalisée par l'Académie de la transformation numérique (ATN), avec la collaboration de BIP Recherche, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Hydro-Québec et l'Office des personnes handicapées du Québec.

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget
Directrice intelligence d'affaires et recherche marketing

Rafaël Boucher
Coordonnatrice aux opérations marketing

ÉQUIPE D'ÉDITION

Claudine Vézina
Chargée de communication

Delphine Fortin
Stagiaire en communication et marketing

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

Dépôt légal : 2020
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 du site Web de l'ATN à : atn.ulaval.ca/netendances.

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite de l'ATN.

Mention de sources : Freepik | Flaticon | Unsplash

MERCI AUX PARTENAIRES FINANCIERS DES ENQUÊTES NETENDANCES



Méthodologie

Pour réaliser le volet « services bancaires en ligne » de l'enquête *NETendances 2020*, nous avons procédé à une collecte de données du 6 au 31 mai 2020, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 000 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], Laurentides [RMR] et Montérégie [RMR]) ;
- > RMR de Québec (Québec [RMR] et Chaudière-Appalaches [RMR]) ;
- > Est-du-Québec (Bas-Saint-Laurent, Saguenay–Lac-Saint-Jean, Côte-Nord et Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine) ;
- > Centre-du-Québec (Mauricie, Estrie, Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et Chaudière-Appalaches [hors RMR]) ;
- > Ouest du Québec (Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], Laurentides [hors RMR] et 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

En 2020, en situation de pandémie liée à la COVID-19, **86 %** des adultes québécois utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires. Il s'agit d'une augmentation de **9 points de %** par rapport à 2019.

PREMIER RÉFLEXE

Plus des deux tiers des internautes québécois ont comme premier réflexe d'utiliser Internet pour leurs besoins financiers :

- **74 %** lorsqu'ils ont besoin d'information
+ 5 points de % par rapport à 2019
- **67 %** pour faire l'acquisition de produits ou services financiers relativement simples, telle une carte de crédit
+ 14 points de % par rapport à 2019

CONFIANCE

Sur le plan de la sécurité, **73 %** des internautes québécois mentionnaient en mai 2020 faire plus confiance aux sites Internet des institutions financières comparativement aux autres sites Internet transactionnels

+ 2 points de % par rapport à 2019

DÉPLACEMENTS EN SUCCURSALE

57 % des adultes québécois ne souhaitent plus se rendre en succursale pour TOUS leurs besoins financiers
+ 13 points de % par rapport à 2019

Moyens les plus souvent utilisés par les adultes québécois pour effectuer des **OPÉRATIONS BANCAIRES**



66 % par le site Internet d'une institution financière
+ 12 points de % par rapport à 2019



16 % au moyen d'une application mobile
- 1 point de % par rapport à 2019



15 % en succursale, par téléphone ou autre moyen
- 14 points de % par rapport à 2019

DÉPÔT ET PAIEMENT

48 % des détenteurs de téléphones intelligents ou de tablettes électroniques font usage du dépôt mobile (en prenant par exemple une photo d'un chèque)
+ 23 points de % par rapport à 2019

Lors de leurs achats en magasin, 3 détenteurs de téléphone intelligent sur 4 utilisent une solution Flash
+ 14 points de % par rapport à 2019

OPÉRATION DE PLACEMENT

39 % des adultes québécois ont réalisé en ligne des activités de placement
+ 19 points de % par rapport à 2019

- 29 % sous forme de fonds de placement, d'épargne à terme ou de certificats de placements garantis
- 21 % sous forme d'achat ou de vente d'actions
- 10 % sous forme d'ouverture d'un compte de courtage



OUTILS FINANCIERS

38 % des internautes québécois utilisent des outils financiers en ligne comme des calculateurs de budget, des simulateurs de prêt hypothécaire ou des outils d'évaluation pour connaître leur situation financière
+ 14 points de % par rapport à 2019

AGENTS VIRTUELS (CHATBOTS)

39 % des internautes québécois souhaiteraient faire affaire avec un agent virtuel (chatbot) sur le site Internet de leur institution financière, sachant qu'il leur permettrait d'avoir un accès rapide à l'information recherchée.
+ 18 points de % par rapport à 2019

SOCIOFINANCEMENT

58 % des adultes connaissent au moins une des plateformes de sociofinancement suivantes: GoFundMe, Kickstarter, Ulule, Indiegogo, La Ruche, etc.
+ 29 points de % par rapport à 2019

ASSURANCE DE DOMMAGES

35 % des adultes ont maintenant comme premier réflexe de demander par Internet une soumission de prix pour une assurance auto ou habitation
+ 15 points de % par rapport à 2019

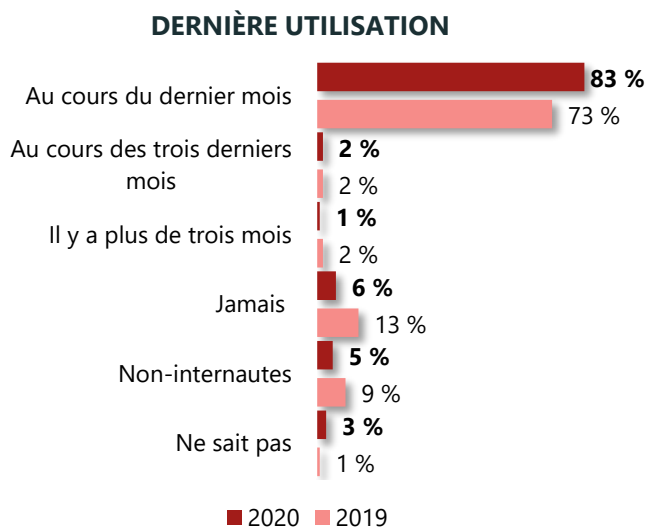
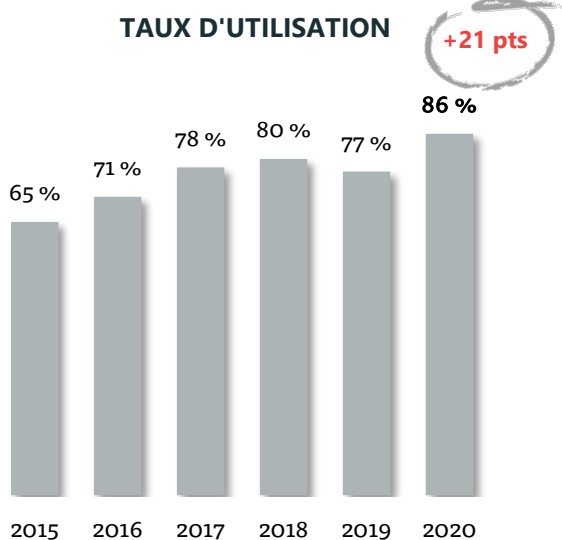
1. L'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires

1.1 Plus de quatre adultes sur cinq utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires

Comparativement aux résultats de 2019, nous remarquons en 2020 une augmentation de 9 points de pourcentage des adultes québécois qui utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires. Il s'agit du plus haut taux enregistré depuis 2015, soit un écart représentant 21 points de pourcentage. Nous pouvons penser que la pandémie liée à la COVID-19 n'est pas étrangère au fait qu'au cours du mois d'avril 2020, 83 % des adultes québécois ont utilisé Internet pour effectuer des opérations bancaires comparativement à 73 % en avril 2019. C'est une augmentation importante observée tout particulièrement chez les adultes âgés de 55 ans et plus.

En 2020, ce sont les adultes âgés de 65 ans et plus qui ont été relativement les moins nombreux à effectuer des opérations bancaires en ligne, avec un taux de 75 % chez les 65-74 ans et de 56 % chez les 75 ans et plus. En outre, les adultes diplômés de l'université (93 %) ainsi que les adultes avec enfant(s) à la maison utilisent Internet en grande majorité pour effectuer des opérations bancaires (97 %).

UTILISATION D'INTERNET POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019, 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 mobiles, telles que le paiement de factures ou le transfert d'argent entre personnes?

Parmi les adultes québécois	Total 2020	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	86 %	90 %	82 %	85 %	98 %	96 %	92 %	85 %	75 %	56 %
Au cours du dernier mois	83 %	87 %	79 %	81 %	88 %	94 %	91 %	84 %	71 %	56 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	2 %	2 %	4 %	8 %	0 %	1 %	0 %	3 %	0 %
Il y a plus de trois mois	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	2 %	0 %
Jamais	6 %	5 %	7 %	2 %	2 %	3 %	5 %	10 %	10 %	16 %
Ne sait pas	3 %	2 %	3 %	13 %	0 %	1 %	3 %	2 %	0 %	0 %
Autres	5 %	3 %	8 %	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	15 %	28 %

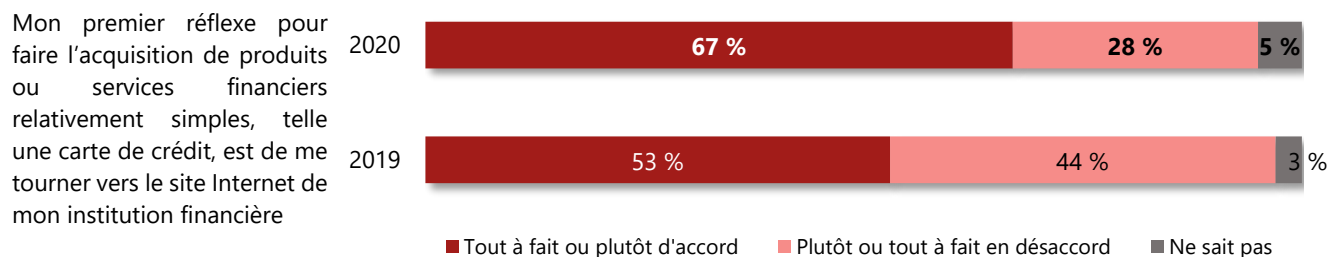
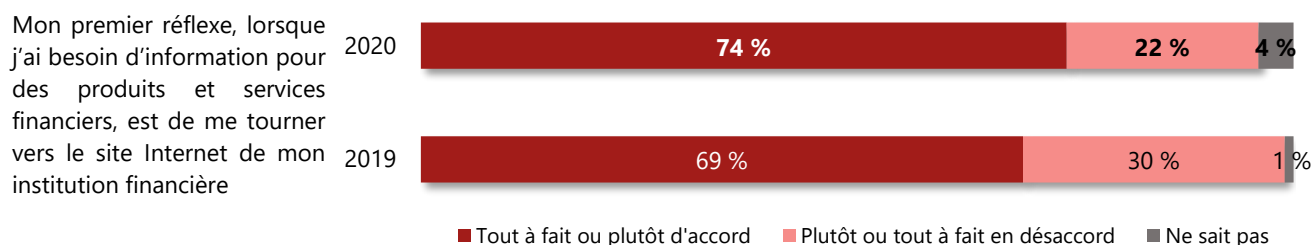
Parmi les adultes québécois	Total 2020	Prim. / Secund.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Total utilisateurs	86 %	70 %	87 %	93 %	63 %	76 %	89 %	97 %	98 %	97 %
Au cours du dernier mois	83 %	67 %	86 %	89 %	60 %	73 %	86 %	90 %	95 %	95 %
Au cours des trois derniers mois	2 %	3 %	1 %	3 %	2 %	3 %	2 %	6 %	2 %	1 %
Il y a plus de trois mois	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Jamais	6 %	8 %	6 %	6 %	10 %	12 %	8 %	3 %	1 %	2 %
Ne sait pas	3 %	2 %	3 %	0 %	3 %	2 %	1 %	0 %	0 %	1 %
Autres	5 %	20 %	3 %	1 %	23 %	10 %	2 %	0 %	1 %	0 %

1.2 Une hausse importante d'internautes qui ont comme premier réflexe de se tourner vers le site Internet de leur institution financière

En 2020, une majorité d'internautes québécois (74 %) ont comme premier réflexe de se tourner vers le site Internet de leur institution financière lorsqu'ils ont besoin d'information. Il s'agit d'une hausse de 5 points de pourcentage par rapport à 2019. En parallèle, pour faire l'acquisition de produits ou services financiers relativement simples, telle une carte de crédit, c'est 67 % des internautes québécois qui ont comme premier réflexe de se tourner vers le site Internet de leur institution financière. Il s'agit d'une hausse importante de 14 points de pourcentage par rapport à 2019.

Les internautes masculins sont plus nombreux à opter pour le site Internet de leur institution financière lorsqu'ils ont besoin d'information financière (78 % des hommes contre 71 % des femmes). La même chose lorsqu'ils désirent faire l'acquisition de produits ou services financiers relativement simples (70 % des hommes contre 65 % des femmes). Nous observons aussi que les internautes âgés de 55 ans et plus sont relativement moins nombreux à se tourner vers le site Internet de leur institution financière, que ce soit pour obtenir de l'information ou pour y acquérir des produits ou services financiers relativement simples.

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



Base : internautes québécois (n= 948 en 2020 et n= 905 en 2019)

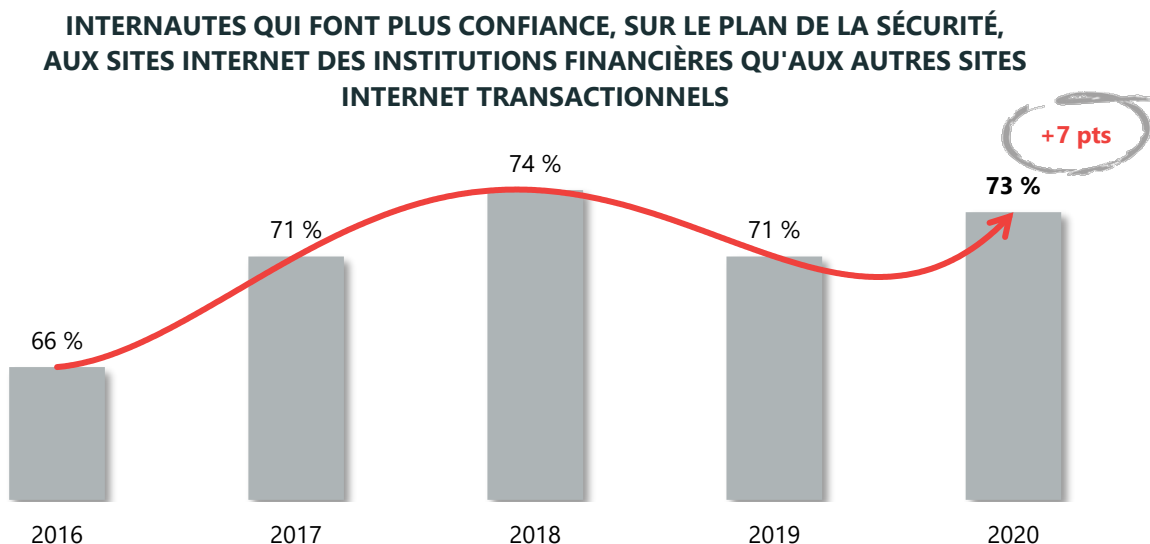
Question : Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

Parmi les internautes québécois qui sont tout à fait ou plutôt d'accord	Total	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	2020									
Pour obtenir de l'information sur des produits et services financiers	74 %	78 %	71 %	84 %	85 %	74 %	74 %	69 %	66 %	64 %
Pour faire l'acquisition de produits ou services financiers relativement simples	67 %	70 %	65 %	72 %	80 %	69 %	70 %	61 %	58 %	51 %

Parmi les internautes québécois qui sont tout à fait ou plutôt d'accord	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
	2020									
Pour obtenir de l'information sur des produits et services financiers	74 %	69 %	74 %	77 %	78 %	74 %	77 %	75 %	75 %	76 %
Pour faire l'acquisition de produits ou services financiers relativement simples	67 %	60 %	64 %	72 %	61 %	60 %	74 %	71 %	74 %	69 %

1.3 Les internautes québécois font davantage confiance aux sites Internet des institutions financières qu'aux autres sites transactionnels

Malgré les situations de vols de données personnelles qu'ont souvent relatées les médias en 2019, nous observons cette année une proportion assez comparable d'internautes québécois qui font confiance aux sites Internet des institutions financières comparativement aux autres sites Internet transactionnels. Ce pourcentage est passé de 66 % en 2016 à 73 % en 2020. Les hommes (78 %) ainsi que les diplômés de l'université (78 %) représentent les deux segments où la confiance à l'égard des sites Internet des institutions financières est la plus élevée.



Base : internautes québécois (n= 948 en 2020, 905 en 2019, 952 en 2018, 930 en 2017 et 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 2020	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	73 %	78 %	69 %	70 %	78 %	76 %	70 %	70 %	74 %	74 %
Plutôt ou tout à fait en désaccord	19 %	17 %	21 %	22 %	15 %	18 %	20 %	24 %	17 %	13 %

Parmi les internautes québécois	Total 2020	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	73 %	68 %	69 %	78 %	65 %	70 %	79 %	75 %	85 %	77 %
Plutôt ou tout à fait en désaccord	19 %	20 %	23 %	17 %	23 %	21 %	14 %	21 %	12 %	17 %

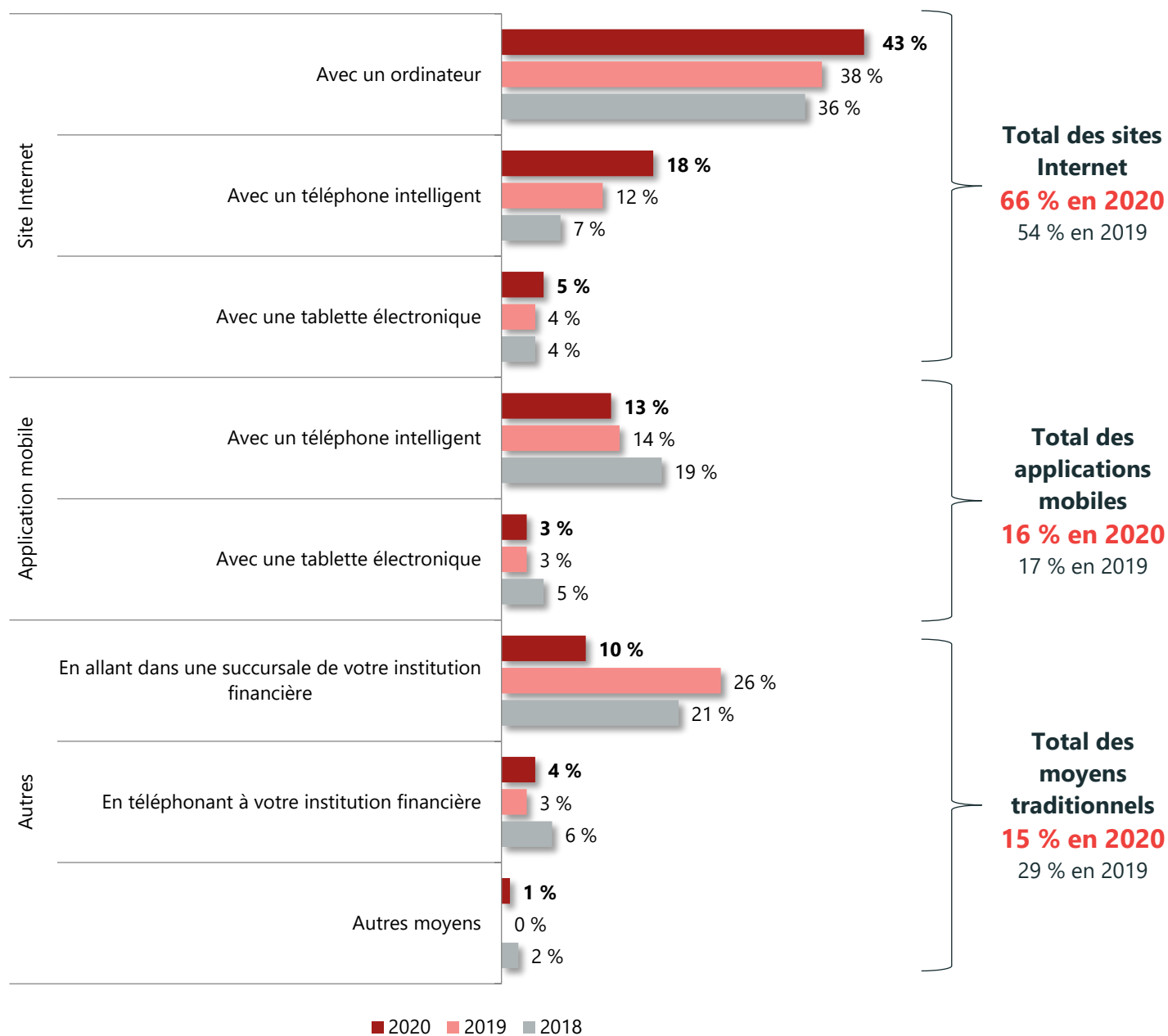
1.4 La majorité des adultes québécois utilisent des outils numériques pour effectuer des opérations bancaires

Avec une augmentation de 5 points de pourcentage en 2020, l'ordinateur (portable ou de table) demeure le moyen le plus souvent utilisé pour effectuer des opérations bancaires via le site Internet de son institution financière. Les hommes (49 %) sont plus nombreux que les femmes (38 %) à agir ainsi. Tout comme en 2019, le téléphone intelligent est le deuxième moyen le plus souvent utilisé par les adultes, le taux passant de 26 % en 2019 à 31 % en 2020. De son côté, la tablette électronique n'est utilisée que par 8 % des adultes québécois, que ce soit pour effectuer des opérations bancaires via un site Internet ou une application mobile.

Globalement, pour des opérations bancaires, nous observons en 2020 un gain de 12 points de pourcentage de l'utilisation des sites Internet (54 % des adultes en 2019 et 66 % en 2020). Nous observons aussi une stabilité de l'utilisation des applications mobiles par les adultes (17 % en 2019 et 16 % en 2020) et enfin, une baisse significative de 14 points de pourcentage de l'utilisation des moyens traditionnels comme celui de se rendre en succursale (29 % en 2019 et 15 % en 2020). La pandémie liée à la COVID-19 a certainement contribué à cette situation.

Nous remarquons que les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans sont relativement plus nombreux à utiliser l'application mobile de leur institution financière (au moins un adulte sur cinq). De la même façon, le téléphone intelligent est aussi un peu plus utilisé par les jeunes adultes âgés de 25 à 34 ans (un adulte sur trois) pour accéder au site Internet de leur institution financière.

MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019 et 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 2020	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)	43 %	49 %	38 %	30 %	32 %	36 %	50 %	51 %	52 %	48 %
Internet avec un téléphone intelligent	18 %	19 %	17 %	22 %	33 %	29 %	22 %	10 %	3 %	2 %
Internet avec une tablette électronique	5 %	4 %	7 %	2 %	1 %	7 %	4 %	8 %	10 %	5 %
L'application de l'institution financière avec un téléphone intelligent	13 %	12 %	14 %	31 %	22 %	18 %	12 %	5 %	3 %	1 %
L'application de l'institution financière avec une tablette électronique	3 %	3 %	4 %	1 %	4 %	3 %	2 %	8 %	3 %	0 %
En allant dans une succursale de votre institution financière	10 %	8 %	12 %	2 %	3 %	3 %	7 %	14 %	19 %	31 %
En téléphonant à votre institution financière	4 %	3 %	5 %	0 %	3 %	2 %	2 %	4 %	9 %	14 %
Autres moyens	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	0 %

Parmi les adultes québécois	Total 2020	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)	43 %	35 %	39 %	50 %	37 %	41 %	46 %	46 %	36 %	45 %
Internet avec un téléphone intelligent	18 %	17 %	21 %	17 %	8 %	14 %	16 %	22 %	27 %	23 %
Internet avec une tablette électronique	5 %	6 %	6 %	5 %	6 %	5 %	9 %	4 %	6 %	5 %
L'application de l'institution financière avec un téléphone intelligent	13 %	10 %	16 %	13 %	10 %	9 %	12 %	16 %	21 %	18 %
L'application de l'institution financière avec une tablette électronique	3 %	2 %	2 %	5 %	1 %	2 %	2 %	4 %	8 %	4 %
En allant dans une succursale de votre institution financière	10 %	20 %	9 %	7 %	23 %	19 %	11 %	4 %	2 %	2 %
En téléphonant à votre institution financière	4 %	10 %	5 %	2 %	13 %	8 %	3 %	2 %	0 %	2 %
Autres moyens	1 %	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %



LES OPÉRATIONS BANCAIRES EN LIGNE SONT DEVENUES PLUS POPULAIRES CHEZ LES ÂNÉS PENDANT LE CONFINEMENT

Avant la pandémie de la COVID-19, beaucoup de baby-boomers canadiens avaient comme habitude de se rendre en succursale et de s'adresser à des employés en personne pour faire leurs opérations bancaires. Or, la pandémie est arrivée et ils ont réalisé qu'il était temps de reconsidérer les avantages des services bancaires en ligne.

Madame Richardson, vice-présidente adjointe à Gestion de patrimoine TD, affirme que ses parents se sont vite adaptés aux services bancaires mobiles et en ligne.

« Ils les trouvent faciles à utiliser et ont fini par accepter qu'ils sont sécuritaires. » D'ailleurs, une étude américaine de la compagnie technologique FIS² soutient ce constat que les personnes plus âgées utilisent davantage la technologie financière en ligne.

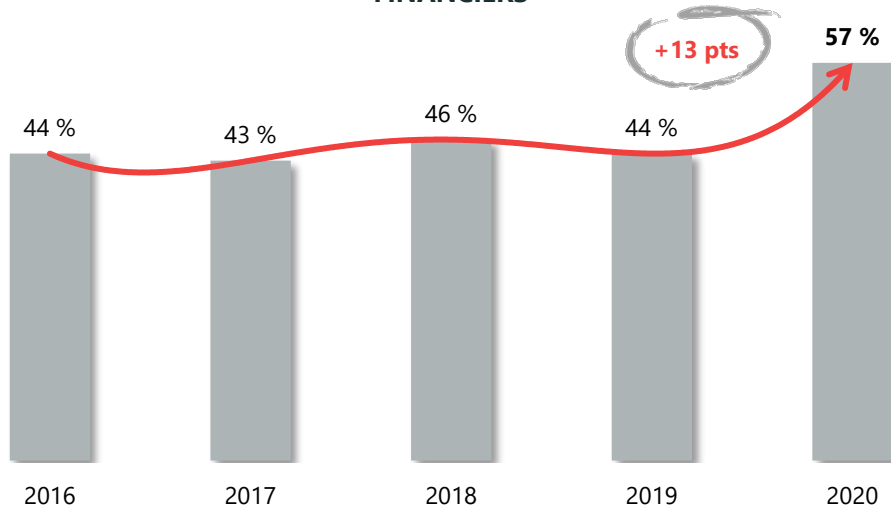
Source : « Opérations bancaires pendant le confinement : quatre outils en ligne que les aînés utilisent », Parlons Argent présenté par la Banque TD, août 2020 : www.moneytalkgo.com/fr/operations-bancaires-pendant-le-confinement-quatre-outils-en-ligne-que-les-aines-utilisent

1.5 Une augmentation de 30 % des Québécois qui ne souhaitent plus se rendre en succursale

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 passée de 44 % en 2019 à 57 % en 2020, ce qui représente une hausse de 13 points de pourcentage.

Nous constatons aussi que ce désir est plus présent chez les adultes québécois âgés de 18 à 34 ans (70 %), comparativement, par exemple, aux personnes âgées de 55 à 64 ans (45 %). Notamment, les adultes diplômés de l'université sont plus nombreux (61 %) à partager ce désir de ne plus avoir à se rendre en succursale pour leurs besoins financiers.

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



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019, 1 003 en 2018, 1 000 en 2017 et 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.

	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Parmi les adultes québécois										
Tout à fait ou plutôt d'accord	57 %	60 %	55 %	70 %	70 %	60 %	66 %	45 %	46 %	40 %
Plutôt ou tout à fait en désaccord	39 %	37 %	41 %	22 %	27 %	37 %	30 %	53 %	52 %	52 %

	Total 2020	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
Parmi les adultes québécois										
Tout à fait ou plutôt d'accord	57 %	50 %	55 %	61 %	51 %	44 %	67 %	64 %	67 %	60 %
Plutôt ou tout à fait en désaccord	39 %	44 %	41 %	37 %	42 %	52 %	31 %	34 %	32 %	39 %

2. Opérations bancaires effectuées en ligne

2.1 Plus de trois internautes sur quatre utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires

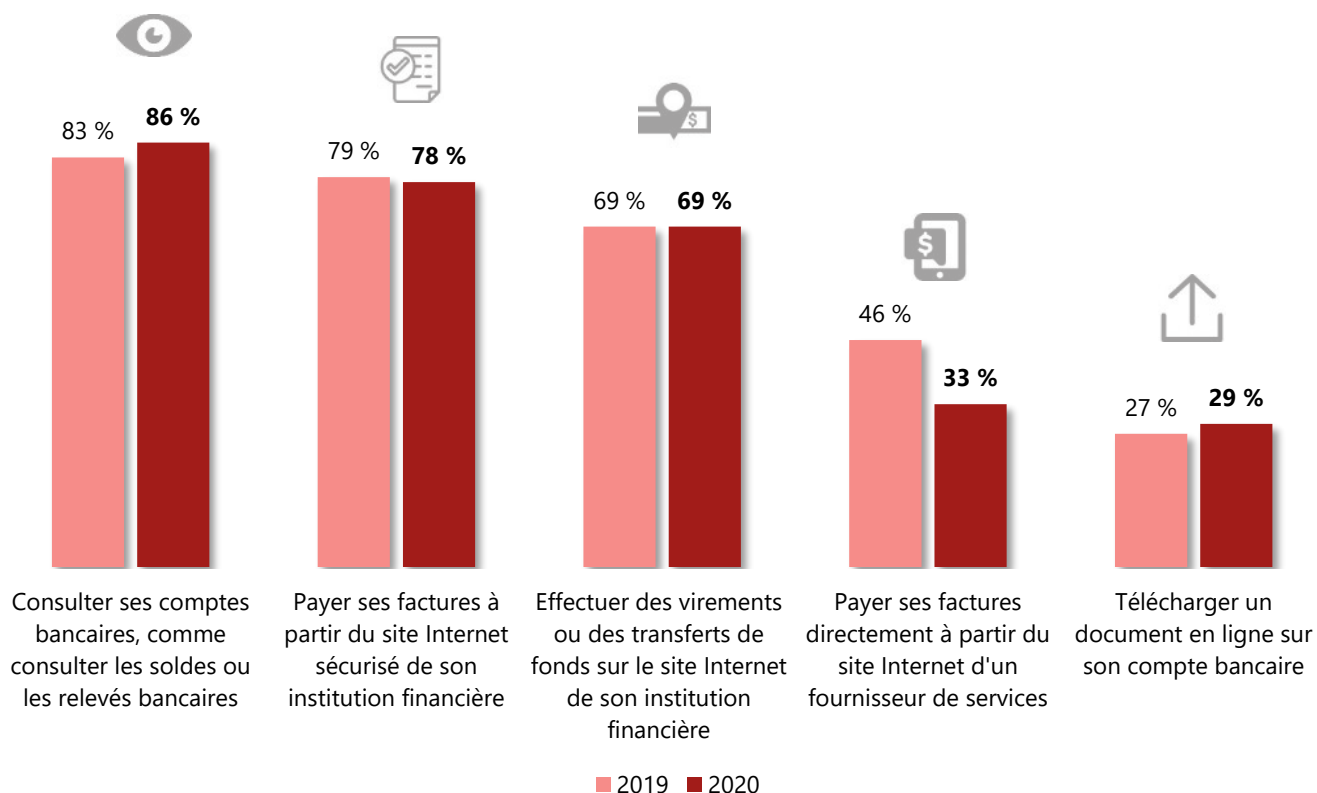
Nous avons mentionné précédemment que 86 % des adultes québécois utilisent Internet pour effectuer leurs opérations bancaires, que ce soit à partir d'un ordinateur, d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique. En nous basant sur les usages des répondants au cours du mois ayant précédé notre enquête, nous observons que, de façon générale, il y a peu de changements depuis 2019 quant au type d'opérations bancaires que les adultes effectuent sur Internet. Une exception cependant est observée : il s'agit des adultes qui paient directement leurs factures à partir du site Internet des fournisseurs de services. Nous observons une diminution de la proportion des adultes qui effectuent ce type d'opérations en ligne (46 % en 2019 et 33 % en 2020).

Toujours en 2020, la consultation de leurs comptes bancaires (86 %) ainsi que le paiement de factures à partir du site Internet de leur institution financière (78 %) figurent aux premier et second rangs des opérations effectuées par une majorité d'adultes au Québec.

Les adultes âgés de 35 à 54 ans sont relativement plus nombreux à consulter leurs comptes bancaires (90 %), à payer leurs factures (85 %) et à effectuer des virements/transferts de fonds (76 %) sur le site Internet de leur institution financière.

L'opération bancaire visant à télécharger un document en ligne sur son compte bancaire demeure stable en 2020 (29 % contre 27 % en 2019). Cette opération est davantage observée chez les internautes québécois âgés de 25 à 34 ans (41 %) de même que chez les adultes âgés de 35 à 44 (38 %).

OPÉRATIONS BANCAIRES EFFECTUÉES SUR INTERNET AU COURS DU MOIS D'AVRIL 2020



Base : internautes québécois (n= 948 en 2020 et 905 en 2019)

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

	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Parmi les internautes québécois										
Consulter ses comptes bancaires	86 %	84 %	87 %	76 %	83 %	90 %	89 %	89 %	86 %	76 %
Payer ses factures à partir du site Internet sécurisé de son institution financière	78 %	79 %	76 %	57 %	72 %	86 %	84 %	81 %	80 %	71 %
Effectuer des virements/transferts de fonds sur le site Internet de son institution financière	69 %	69 %	68 %	57 %	66 %	77 %	75 %	65 %	68 %	65 %
Payer ses factures directement à partir d'un site Internet d'un fournisseur de services	33 %	37 %	30 %	28 %	47 %	25 %	30 %	31 %	37 %	40 %
Télécharger un document en ligne sur son compte bancaire	29 %	30 %	27 %	36 %	41 %	38 %	25 %	22 %	19 %	14 %

	Total 2020	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
Parmi les internautes québécois										
Consulter ses comptes bancaires	86 %	84 %	85 %	88 %	84 %	76 %	86 %	87 %	87 %	95 %
Payer ses factures à partir du site Internet sécurisé de son institution financière	78 %	74 %	77 %	81 %	63 %	67 %	75 %	81 %	87 %	89 %
Effectuer des virements/transferts de fonds sur le site Internet de son institution financière	69 %	58 %	70 %	72 %	49 %	63 %	68 %	71 %	72 %	85 %
Payer ses factures directement à partir d'un site Internet d'un fournisseur de services	33 %	28 %	32 %	36 %	24 %	34 %	37 %	42 %	36 %	32 %
Télécharger un document en ligne sur son compte bancaire	29 %	16 %	23 %	36 %	16 %	27 %	29 %	25 %	29 %	42 %

LA COVID-19 A CHANGÉ LES HABITUDES DES UTILISATEURS

À travers ses études, l'entreprise états-unienne J.D. Power a découvert que la COVID-19 a changé le quotidien des États-Uniens, du moins, en ce qui concerne leurs habitudes de gestion financière, en accordant davantage d'importance aux services bancaires numériques. Dans ce sens, l'agence a d'ailleurs démontré dans une note que : « 30 % des consommateurs utilisent leurs applications bancaires mobiles plus qu'avant le début de la crise. Environ 35 % d'entre eux ont déclaré qu'ils utilisaient beaucoup plus les services bancaires en ligne. »

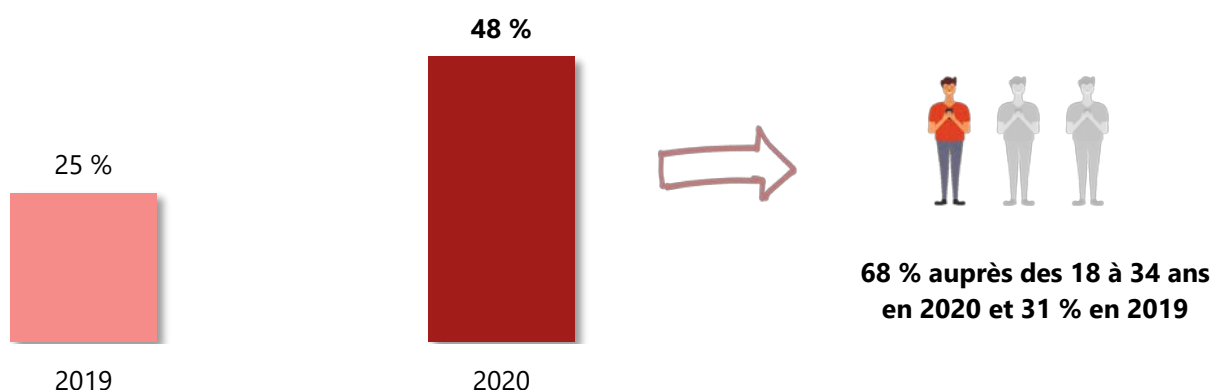


Source : « La pandémie du COVID-19 a permis aux services bancaires mobiles et en ligne de renforcer leur notoriété », Meilleurebanque.com, Juin 2020: <https://banque.meilleurtaux.com/changer-de-banque/actualites/2020-juin/pandemie-covid-19-permis-services-bancaires-mobiles-en-ligne-renforcer-notoriete.html>

2.2 Le dépôt mobile est deux fois plus utilisé en 2020

Connaissant une hausse considérable en 2020, l'utilisation du dépôt mobile est adoptée maintenant par 48 % des détenteurs d'appareils mobiles, qu'il s'agisse de téléphones intelligents ou de tablettes électroniques. Au cours des 12 derniers mois précédant notre enquête, près d'un détenteur d'appareil mobile sur deux avait utilisé l'application mobile de son institution financière pour y déposer un chèque transmis à partir d'une photo. En 2019, nous constatons qu'un adulte sur quatre (25 %) l'avait fait. Cette pratique est davantage observée chez les jeunes adultes québécois, soit 68 % des 18 à 34 ans en 2020 et, plus précisément, 66 % chez les 18-24 ans et 69 % chez les 25-34 ans.

Utilisation du dépôt mobile au cours des 12 derniers mois



Base : détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique (n= 779 en 2020 et 823 en 2019)

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 2020	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	48 %	52 %	44 %	66 %	69 %	48 %	48 %	32 %	29 %	16 %

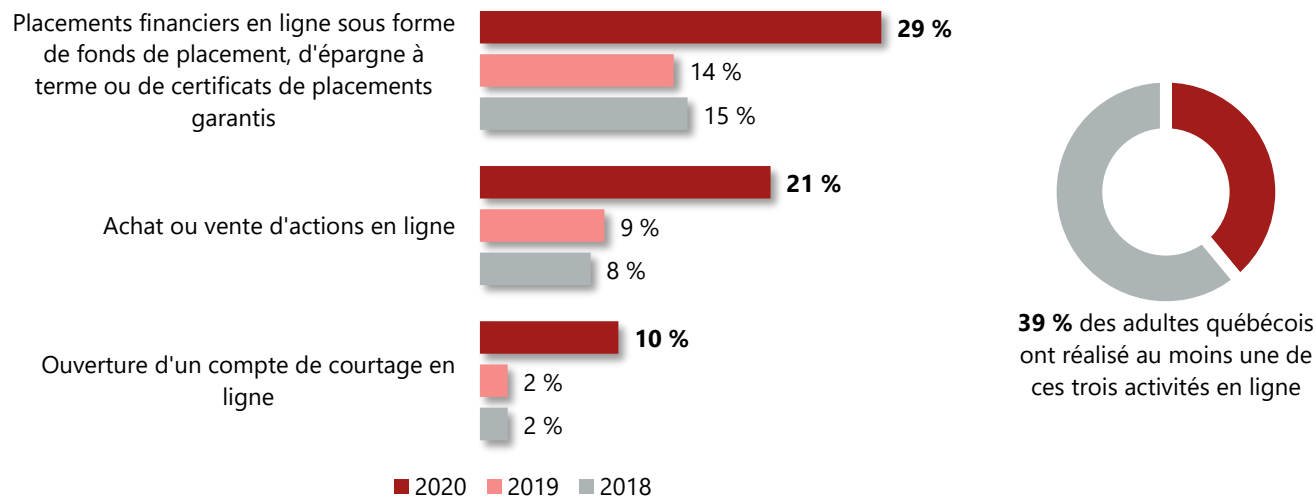
Parmi les détenteurs d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique	Total 2020	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Déposer un chèque dans votre compte bancaire par l'application mobile de votre institution financière, en prenant une photo de ce chèque	48 %	37 %	51 %	49 %	39 %	40 %	52 %	52 %	55 %	53 %

2.3 Les opérations de placement réalisées en ligne gagnent en popularité

Les institutions financières offrent en ligne différents services de placements financiers, sous forme soit 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 2020, les placements financiers en ligne ont enregistré une croissance de 15 points de pourcentage, l'achat ou la vente en ligne d'actions, une augmentation de 12 points de pourcentage, et l'ouverture de comptes de courtage en ligne, une augmentation de 8 points de pourcentage.

Dans l'ensemble, il s'agit d'une hausse de 19 points de pourcentage comparativement à 2019. Cette hausse est observée tout particulièrement chez les adultes âgés de 18 à 24 ans (de 35 à 56 %) suivis des 25 à 34 ans (de 26 à 63 %), ainsi que des diplômés de l'université (de 25 à 47 %).

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



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019 et 1 003 en 2018)

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	39 %	47 %	31 %	56 %	63 %	42 %	44 %	23 %	24 %	19 %
Placements financiers en ligne	29 %	36 %	23 %	38 %	52 %	30 %	33 %	18 %	17 %	17 %
Achat ou vente d'actions en ligne	21 %	28 %	14 %	30 %	41 %	23 %	22 %	13 %	8 %	8 %
Ouverture d'un compte de courtage en ligne	10 %	14 %	6 %	24 %	26 %	8 %	5 %	3 %	3 %	0 %

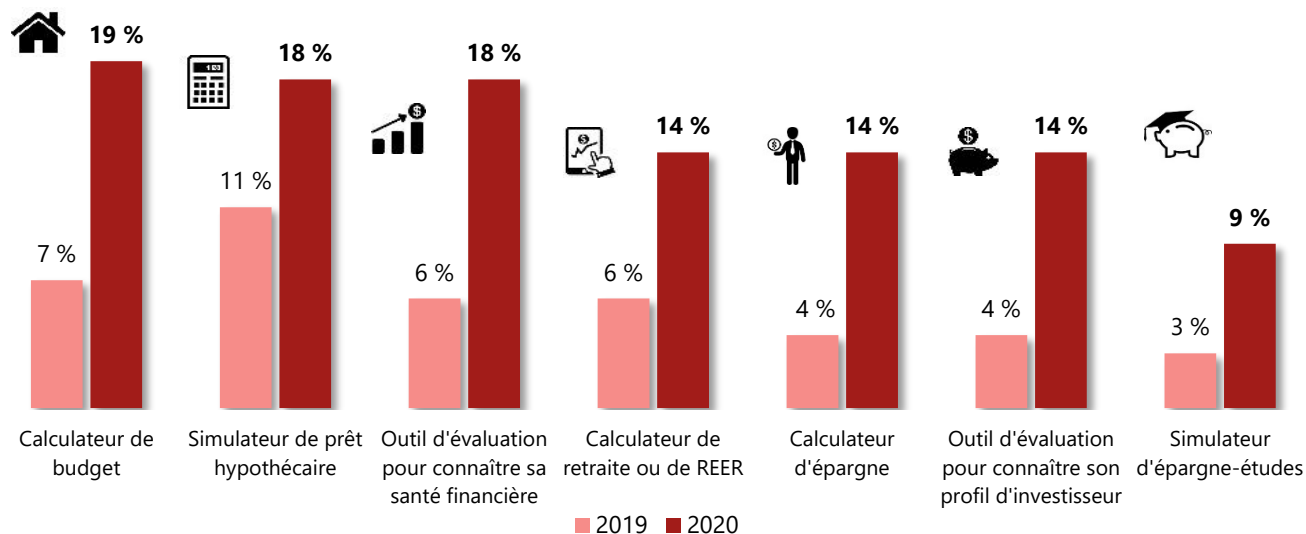
Parmi les adultes québécois	Total 2019	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Réalisé au moins une de ces trois activités en ligne	39 %	28 %	32 %	47 %	19 %	33 %	42 %	47 %	51 %	48 %
Placements financiers en ligne	29 %	20 %	25 %	35 %	12 %	21 %	34 %	35 %	43 %	37 %
Achat ou vente d'actions en ligne	21 %	18 %	14 %	26 %	16 %	24 %	18 %	30 %	23 %	24 %
Ouverture d'un compte de courtage en ligne	10 %	5 %	5 %	13 %	5 %	9 %	9 %	16 %	11 %	11 %

3. Outils Internet

3.1 Plus d'un internaute québécois sur trois utilise au moins un outil financier en ligne

Les institutions financières offrent en ligne différents outils numériques à leurs clients, tels que des simulateurs de prêt hypothécaire et d'épargne-études, 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 de REER et d'épargne. Au cours des 12 mois ayant précédé notre enquête de mai 2020, 38 % des internautes québécois avaient utilisé au moins un de ces outils financiers numériques. Il s'agit d'un bon de 14 points de pourcentage depuis l'année précédente. En 2020, le calculateur de budget est l'outil financier qui est de loin le plus utilisé (19 % contre 7 % en 2019). Les hommes ont également davantage recours à ces outils.

UTILISATION D'OUTILS FINANCIERS SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : internautes québécois (n= 948 en 2020 et 905 en 2019)

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 2020	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	38 %	42 %	34 %	65 %	60 %	46 %	35 %	21 %	16 %	17 %
Calculateur de budget	19 %	21 %	16 %	38 %	38 %	17 %	17 %	6 %	7 %	4 %
Simulation de prêt hypothécaire	18 %	22 %	13 %	28 %	38 %	20 %	15 %	7 %	7 %	7 %
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	18 %	21 %	15 %	26 %	33 %	21 %	13 %	12 %	8 %	13 %
Calculateur de retraite ou de REER	14 %	18 %	9 %	22 %	25 %	16 %	12 %	8 %	5 %	0 %
Calculateur d'épargne	14 %	18 %	9 %	31 %	30 %	13 %	9 %	4 %	5 %	0 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil investisseur	14 %	17 %	11 %	26 %	25 %	14 %	11 %	9 %	8 %	5 %
Simulateur d'épargne-études	9 %	12 %	7 %	31 %	21 %	10 %	3 %	1 %	1 %	0 %

Parmi les internautes québécois	Total 2020	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	38 %	26 %	33 %	44 %	23 %	30 %	36 %	50 %	48 %	45 %
Calculateur de budget	19 %	14 %	13 %	23 %	15 %	19 %	18 %	30 %	23 %	16 %
Simulation de prêt hypothécaire	18 %	10 %	12 %	23 %	9 %	8 %	18 %	25 %	28 %	21 %
Outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	18 %	11 %	17 %	20 %	10 %	14 %	16 %	25 %	22 %	21 %
Calculateur de retraite ou de REER	14 %	12 %	9 %	16 %	9 %	14 %	11 %	14 %	16 %	17 %
Calculateur d'épargne	14 %	12 %	8 %	17 %	10 %	13 %	14 %	17 %	16 %	14 %
Outil d'évaluation pour connaître son profil investisseur	14 %	9 %	10 %	17 %	11 %	10 %	13 %	20 %	17 %	16 %
Simulateur d'épargne-études	9 %	10 %	6 %	10 %	9 %	6 %	12 %	8 %	13 %	9 %

4. Modes de paiement

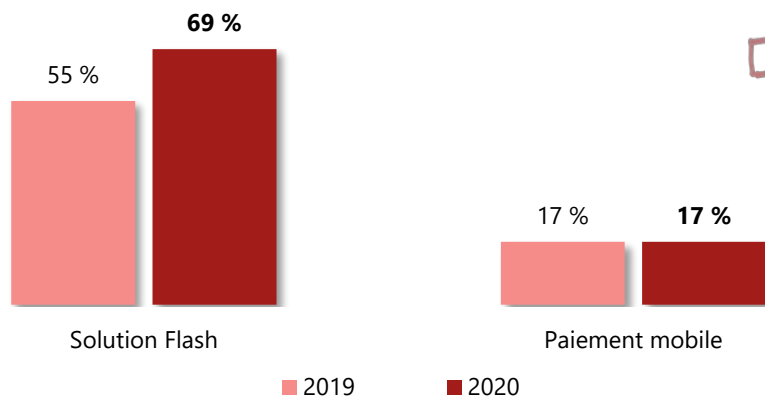
4.1 Trois adultes sur quatre âgés de 35 à 44 ans utilisent la solution Flash comme méthode de paiement

La solution Flash connaît une augmentation importante, avec un taux d'utilisation passant de 55 % en 2019 à 69 % en 2020, ce qui représente un bond de 14 points de pourcentage. Les Québécois diplômés de l'université (74 %), les adultes avec enfant(s) (77 %) ainsi que les adultes dont le revenu familial annuel total est de 100 000 \$ et plus (79 %) sont relativement plus nombreux à utiliser la solution Flash comme moyen de paiement rapide.

Depuis 2018, 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 et à 77 % en 2020, ce qui représente une augmentation de 20 points de pourcentage depuis les deux dernières années.

Bien que la solution Flash ait gagné en popularité chez les adultes québécois, le mode de paiement mobile est demeuré globalement stable avec un taux d'utilisation de 17 %. Rappelons que le paiement mobile est possible sur un téléphone intelligent à partir d'applications de type Apple Pay ou Android Pay.

MODES DE PAIEMENT UTILISÉS EN MAGASIN AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Parmi les détenteurs de téléphone intelligent :



74 % utilisent la solution Flash



22 % utilisent le paiement mobile

Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020 et 1 001 en 2019)

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	Total 2020	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	69 %	71 %	66 %	71 %	68 %	77 %	72 %	70 %	64 %	47 %
Paiement mobile	17 %	20 %	14 %	39 %	32 %	21 %	17 %	7 %	2 %	3 %

Parmi les adultes québécois	Total 2020	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
Solution Flash	69 %	58 %	68 %	74 %	53 %	59 %	68 %	70 %	79 %	79 %
Paiement mobile	17 %	13 %	20 %	17 %	11 %	14 %	13 %	24 %	29 %	21 %

LES CANADIENS UTILISENT MOINS D'ARGENT COMPTANT

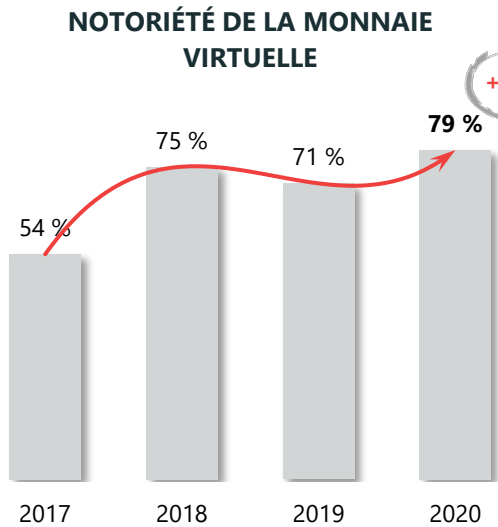
Selon un récent sondage de l'organisme à but non lucratif Paiements Canada, qui régleme les paiements numériques au Canada, 62 % des Canadiens affirment qu'ils utilisent moins d'argent comptant aujourd'hui qu'avant la pandémie, et 31 % de ceux qui faisaient un virement Interac par semaine indiquent qu'ils font maintenant plusieurs paiements virtuels par semaine. D'ailleurs, selon Interac, les Canadiens ont envoyé 61,3 millions de virements Interac en avril 2020, un nombre record, tandis que les opérations Flash Interac sans contact ont augmenté de 5 % sur 12 mois.

Source : « Opérations bancaires pendant le confinement : quatre outils en ligne que les aînés utilisent », Parlons Argent présenté par la Banque TD, août 2020: www.moneytalkgo.com/fr/operations-bancaires-pendant-le-confinement-quatre-outils-en-ligne-que-les-aines-utilisent/ce

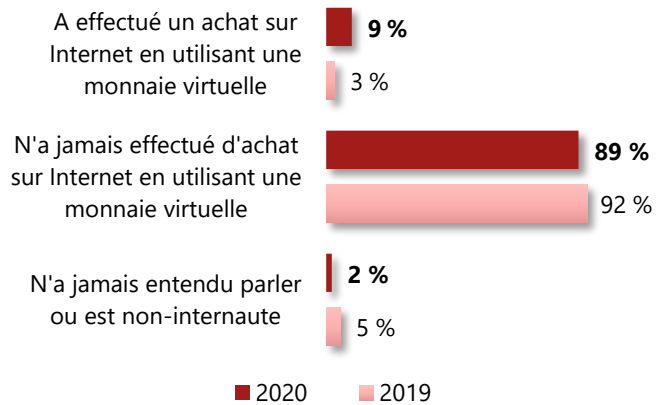
4.2 La monnaie virtuelle gagne en notoriété

La monnaie virtuelle, telle que les Bitcoins, les Facebook Credits ou les Amazon Coins, gagne en popularité chez les adultes québécois en 2020. Les hommes dans une proportion de 83 %, les adultes âgés de 55 à 64 ans dans une proportion de 86 %, les diplômés de l'université dans une proportion de 85 % de même que les adultes ayant un revenu familial annuel de 100 000 \$ et plus dans une proportion de 88 % sont relativement plus nombreux à connaître ou à avoir déjà entendu parler de la monnaie virtuelle.

Chez les adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle, 9 % d'entre eux ont effectué un (des) achat(s) en utilisant ce type de monnaie en 2020. Une hausse de 6 points de pourcentage comparativement à l'année précédente.



UTILISATION DE LA MONNAIE VIRTUELLE COMME MODE DE PAIEMENT



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019, 1 003 en 2018 et 1 000 en 2017)

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

Base : adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle (n= 790 en 2020 et 709 en 2019)

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

Parmi les adultes québécois et ceux qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	Total 2020									
	Total 2020	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	79 %	83 %	75 %	82 %	71 %	83 %	82 %	86 %	76 %	66 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle	9 %	12 %	5 %	28 %	26 %	4 %	6 %	2 %	0 %	0 %

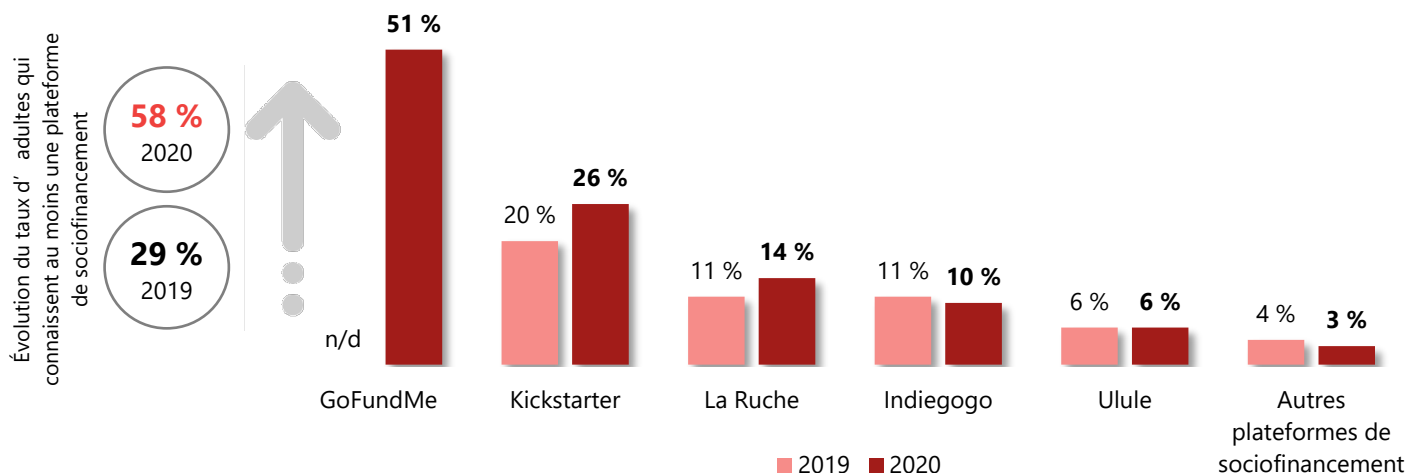
Parmi les adultes québécois qui ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	Total 2020									
	Total 2020	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
A déjà entendu parler de la monnaie virtuelle	79 %	63 %	82 %	85 %	60 %	75 %	82 %	87 %	81 %	88 %
A effectué un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle	9 %	11 %	7 %	8 %	17 %	10 %	8 %	12 %	7 %	7 %

5. Sociofinancement

5.1 La notoriété des plateformes de sociofinancement a doublé en un an

Les plateformes de sociofinancement, telles que GoFundMe, Kickstarter, La Ruche, Indiegogo, Ulule ou d'autres plateformes de ce type, sont deux fois plus connues en 2020. En effet, alors qu'en 2019 29 % des adultes québécois connaissaient au moins l'une de ces plateformes, en 2020, ce sont maintenant 58 % des adultes québécois. La plateforme GoFundMe, un nouveau choix de réponse en 2020, est la plateforme qui a obtenu le plus haut pourcentage de notoriété, soit 51 % des adultes. La notoriété de ces plateformes de financement participatif est particulièrement plus élevée auprès des adultes âgés de moins de 55 ans de même qu'auprès des adultes dont le revenu familial annuel total est de 100 000 \$ et plus.

NOTORIÉTÉ DES PLATEFORMES DE SOCIOFINANCEMENT AUPRÈS DES ADULTES



Base: adultes québécois (n= 1 000 en 2020 et 1 001 en 2019)

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

Parmi les adultes québécois	Total 2020	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	58 %	62 %	53 %	67 %	77 %	70 %	67 %	53 %	35 %	16 %
GoFundMe	51 %	54 %	49 %	56 %	65 %	65 %	62 %	49 %	28 %	16 %
Kickstarter	26 %	32 %	19 %	29 %	31 %	37 %	34 %	18 %	16 %	4 %
La Ruche	14 %	18 %	10 %	15 %	24 %	18 %	14 %	11 %	7 %	3 %
Indiegogo	10 %	14 %	7 %	16 %	19 %	18 %	9 %	5 %	2 %	2 %
Ulule	6 %	6 %	6 %	10 %	16 %	10 %	3 %	1 %	0 %	0 %
Autres plateformes	3 %	4 %	2 %	6 %	5 %	5 %	2 %	1 %	1 %	0 %
Aucun de ces choix	37 %	31 %	43 %	23 %	19 %	24 %	28 %	45 %	61 %	79 %
Ne sait pas	5 %	6 %	4 %	10 %	4 %	6 %	5 %	3 %	4 %	4 %

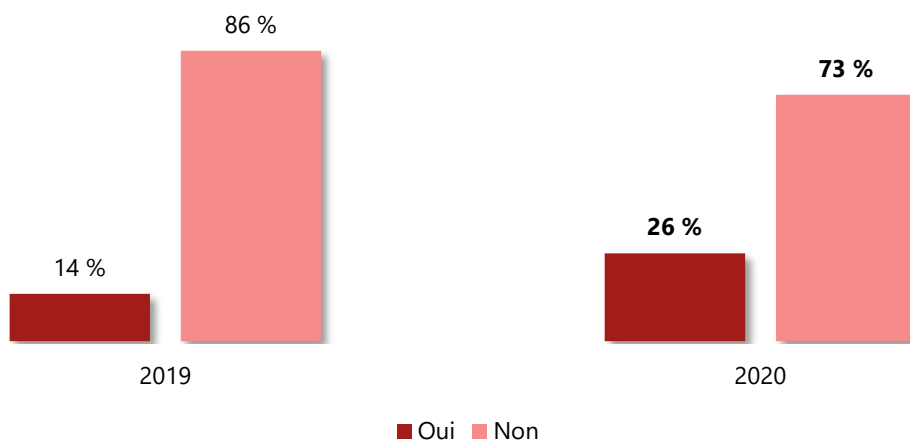
Parmi les adultes québécois	Total 2020	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Connaissant au moins une plateforme de sociofinancement	58 %	37 %	58 %	66 %	40 %	41 %	55 %	65 %	69 %	73 %
GoFundMe	51 %	35 %	54 %	57 %	34 %	36 %	48 %	54 %	64 %	66 %
Kickstarter	26 %	16 %	23 %	31 %	16 %	13 %	21 %	33 %	29 %	38 %
La Ruche	14 %	4 %	9 %	21 %	8 %	11 %	9 %	19 %	19 %	19 %
Indiegogo	10 %	4 %	9 %	14 %	7 %	8 %	9 %	13 %	12 %	16 %
Ulule	6 %	3 %	5 %	7 %	5 %	4 %	8 %	9 %	8 %	5 %
Autres plateformes	3 %	3 %	3 %	3 %	1 %	4 %	3 %	2 %	2 %	5 %
Aucun de ces choix	37 %	58 %	36 %	31 %	56 %	54 %	42 %	29 %	28 %	26 %
Ne sait pas	5 %	6 %	6 %	3 %	4 %	5 %	4 %	5 %	3 %	2 %

5.2 Une plus grande participation au sociofinancement en 2020

Les adultes québécois qui connaissent au moins une des plateformes de sociofinancement proposées ont été plus nombreux à participer à un projet de financement en 2020 qu'en 2019. Nous observons cette année qu'un adulte québécois sur quatre (26 %) a participé au cours des 12 mois ayant précédé notre enquête au financement d'un projet sur une plateforme de sociofinancement.

Nos résultats démontrent que ce sont les plus jeunes adultes âgés de moins de 35 ans qui ont été les plus participatifs sur ces plateformes : 42 % des adultes âgés de 18 à 24 ans et 36 % des adultes âgés de 25 à 34 ans.

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= 578 en 2020 et 288 en 2019)

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 2020	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	26 %	26 %	27 %	42 %	36 %	24 %	15 %	20 %	19 %	35 %
Non	73 %	74 %	73 %	55 %	64 %	75 %	85 %	80 %	81 %	65 %

Parmi les adultes québécois qui connaissent au moins une plateforme de sociofinancement	Total 2020	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	26 %	24 %	19 %	30 %	40 %	22 %	31 %	26 %	27 %	26 %
Non	73 %	75 %	79 %	70 %	59 %	77 %	69 %	74 %	72 %	73 %

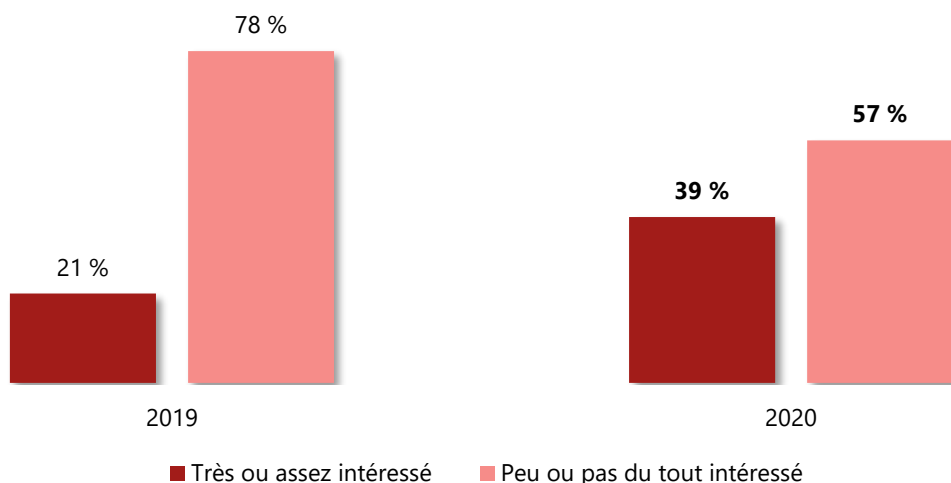
6. Agents virtuels (*chatbots*)

6.1 Les internautes québécois démontrent davantage d'intérêt vis-à-vis les agents virtuels (*chatbots*)

L'intérêt des internautes québécois à faire affaire avec un agent virtuel sur le site Internet de leur institution financière est passé de 21 % en 2019 à 39 % en 2020, ce qui représente une augmentation de 18 points de pourcentage.

On remarque par ailleurs que les internautes âgés de 18 à 24 ans (62 %) de même que les diplômés de l'université (44 %) démontrent davantage d'intérêt vis-à-vis les agents virtuels (*chatbots*).

L'INTÉRÊT À UTILISER UN AGENT VIRTUEL SUR LE SITE INTERNET DE SON INSTITUTION FINANCIÈRE



Base : internautes québécois (n= 948 en 2020 et 905 en 2019)

Question : Personnellement, dans quelle mesure seriez-vous intéressé à utiliser un agent virtuel sur le site Internet de votre institution financière sachant qu'il vous permettrait d'accéder rapidement à l'information recherchée? Seriez-vous...

Parmi les internautes québécois	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Très ou assez intéressé	39 %	41 %	37 %	62 %	48 %	42 %	36 %	31 %	27 %	26 %
Peu ou pas du tout intéressé	57 %	55 %	59 %	33 %	47 %	55 %	58 %	65 %	71 %	69 %

Parmi les internautes québécois	Total 2020	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
Très ou assez intéressé	39 %	32 %	32 %	44 %	44 %	34 %	39 %	43 %	38 %	45 %
Peu ou pas du tout intéressé	57 %	62 %	60 %	54 %	52 %	63 %	58 %	53 %	60 %	53 %

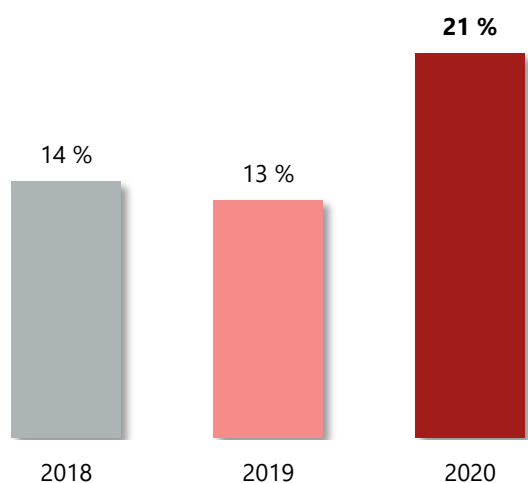
6.2 La notoriété des robots-conseillers pour la planification financière s'accroît

La notoriété des robots-conseillers pour la planification financière est en hausse en 2020. On observe une augmentation de 8 points de pourcentage entre 2019 et 2020, la notoriété se situant maintenant à 21 %. On remarque que les hommes (32 %), les adultes âgés de 18 à 24 ans (37 %) ainsi que les diplômés de l'université (26 %) sont relativement plus nombreux à connaître ou à avoir déjà entendu parler des robots-conseillers pour la planification de leurs finances.

Parmi les adultes québécois qui connaissent les robots-conseillers, un adulte sur quatre (24 %) mentionne en avoir déjà utilisé au cours des 12 mois précédant notre enquête, ce qui représente une augmentation de 21 points de pourcentage par rapport à 2019 et 14 points de pourcentage par rapport à 2018. Le segment des adultes âgés de 25 à 34 ans est celui qui affiche la plus forte proportion (56 %).

LES ROBOTS-CONSEILLERS POUR LA PLANIFICATION FINANCIÈRE

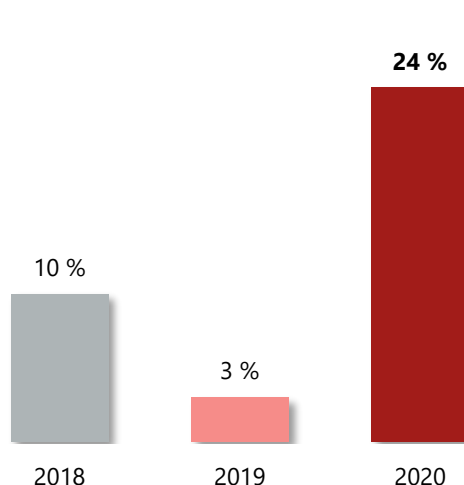
LES ADULTES QUÉBÉCOIS QUI CONNAISSENT LES ROBOTS-CONSEILLERS



Base : adultes québécois (n= 1 000 en 2020, 1 001 en 2019 et 1 003 en 2018)

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

CEUX QUI ONT UTILISÉ LES ROBOTS-CONSEILLERS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Base : adultes québécois qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers (n= 211 en 2020, 134 en 2019 et 136 en 2018)

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

Parmi les adultes québécois et ceux qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers	Total 2020	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
A déjà entendu parler des robots-conseillers	21 %	32 %	11 %	37 %	31 %	22 %	24 %	17 %	7 %	11 %
A fait affaire avec un robot-conseiller	24 %	22 %	31 %	32 %	56 %	14 %	10 %	8 %	0 %	8 %

Parmi les adultes québécois et ceux qui ont déjà entendu parler des robots-conseillers	Total 2020	Niveau d'études			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
A déjà entendu parler des robots-conseillers	21 %	14 %	17 %	26 %	15 %	22 %	20 %	27 %	22 %	27 %
A fait affaire avec un robot-conseiller	24 %	37 %	13 %	27 %	44 %	40 %	34 %	27 %	17 %	16 %

7. Assurances auto et habitation en ligne

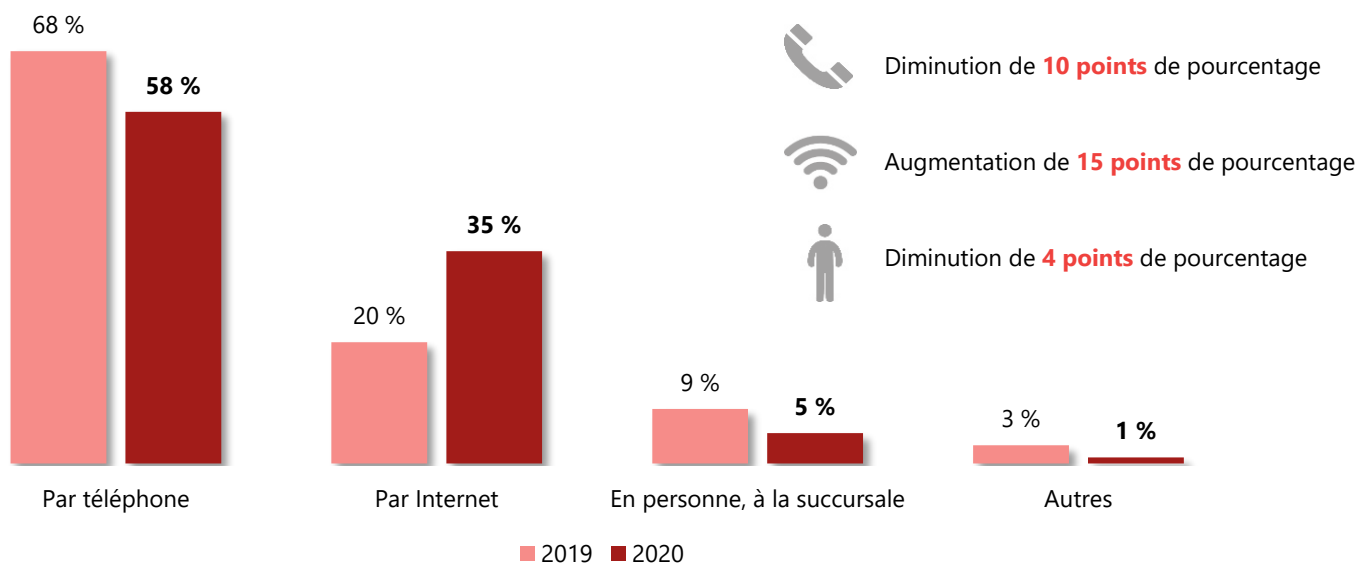
7.1 Une hausse considérable pour les demandes de soumissions sur Internet

En 2020, on observe une diminution de 10 points de pourcentage de la proportion des adultes québécois responsables de magasiner les assurances dans le foyer qui ont eu comme premier réflexe de demander « par téléphone » une soumission d'assurance auto ou habitation. Ce taux se situe en 2020 à 58 % (68 % en 2019).

En parallèle, la proportion des adultes qui ont eu comme premier réflexe de passer par Internet pour obtenir une soumission d'assurance auto ou habitation est passée en 2020 à 35 % comparativement à 20 % en 2019. Ceci représente une hausse considérable.

Tout comme en 2019, la demande en ligne de soumissions d'assurance auto ou habitation est plus populaire chez les jeunes adultes. En 2020, 54 % des jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans et 52 % des adultes âgés de 25 à 34 ans ont comme premier réflexe d'opter pour Internet pour obtenir une telle soumission. À l'inverse, un adulte de 65 ans et plus sur 10 a encore comme premier réflexe de se rendre en succursale pour demander une soumission d'assurance auto ou habitation.

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



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer (n= 703 en 2020 et 670 en 2019)

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 2020	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	58 %	55 %	62 %	33 %	46 %	59 %	55 %	68 %	69 %	61 %
Par Internet	35 %	39 %	30 %	54 %	52 %	41 %	43 %	25 %	16 %	19 %
En personne, à la succursale	5 %	4 %	5 %	13 %	1 %	0 %	1 %	4 %	11 %	10 %
Autres	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	1 %	0 %	1 %	2 %	9 %

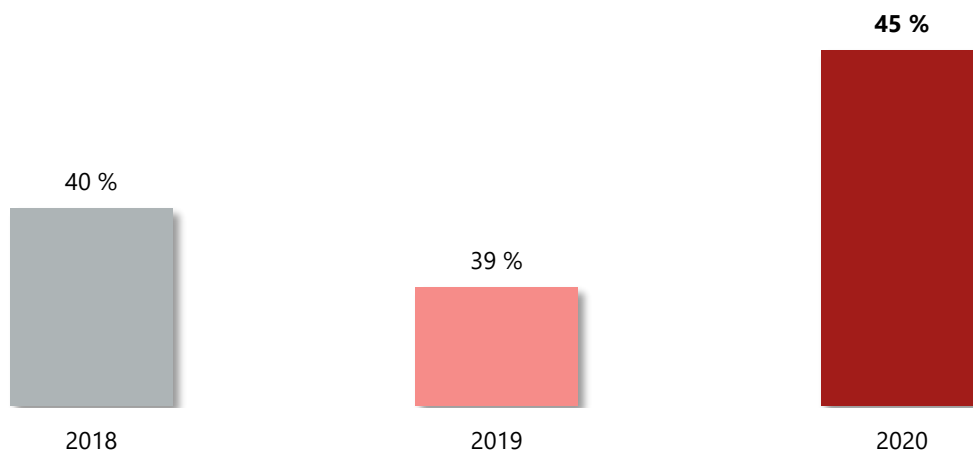
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2020	Niveau d'études			Tranche de revenu					
		Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Par téléphone	58 %	65 %	57 %	56 %	64 %	57 %	55 %	56 %	52 %	57 %
Par Internet	35 %	24 %	35 %	38 %	19 %	31 %	39 %	38 %	44 %	41 %
En personne, à la succursale	5 %	7 %	4 %	4 %	9 %	7 %	5 %	4 %	1 %	1 %
Autres	1 %	1 %	2 %	1 %	4 %	1 %	1 %	2 %	3 %	0 %

7.2 Les millénariaux (25 à 34 ans) demeurent les plus nombreux à utiliser la soumission en ligne

En 2020, comme en 2019, l'utilisation du téléphone est considérée comme le premier réflexe d'une majorité d'adultes québécois pour obtenir une soumission d'assurance auto ou habitation. Toutefois, en 2020, on remarque que 45 % des adultes québécois qui ont magasiné une assurance auto ou habitation au cours des 12 mois précédant notre enquête 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. Il s'agit d'une hausse de 6 points de pourcentage par rapport à 2019.

Les millénariaux sont encore les plus nombreux à avoir fait une demande de soumission en ligne au cours des 12 mois précédant notre enquête. Plus précisément, 56 % d'entre eux l'avaient fait en 2019 comparativement à 67 % en 2020.

PROPORTION D'ADULTES AYANT DEMANDÉ SUR INTERNET 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= 373 en 2020, 301 en 2019 et 304 en 2018)

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'assurance ou un site permettant de comparer les prix de différents assureurs?

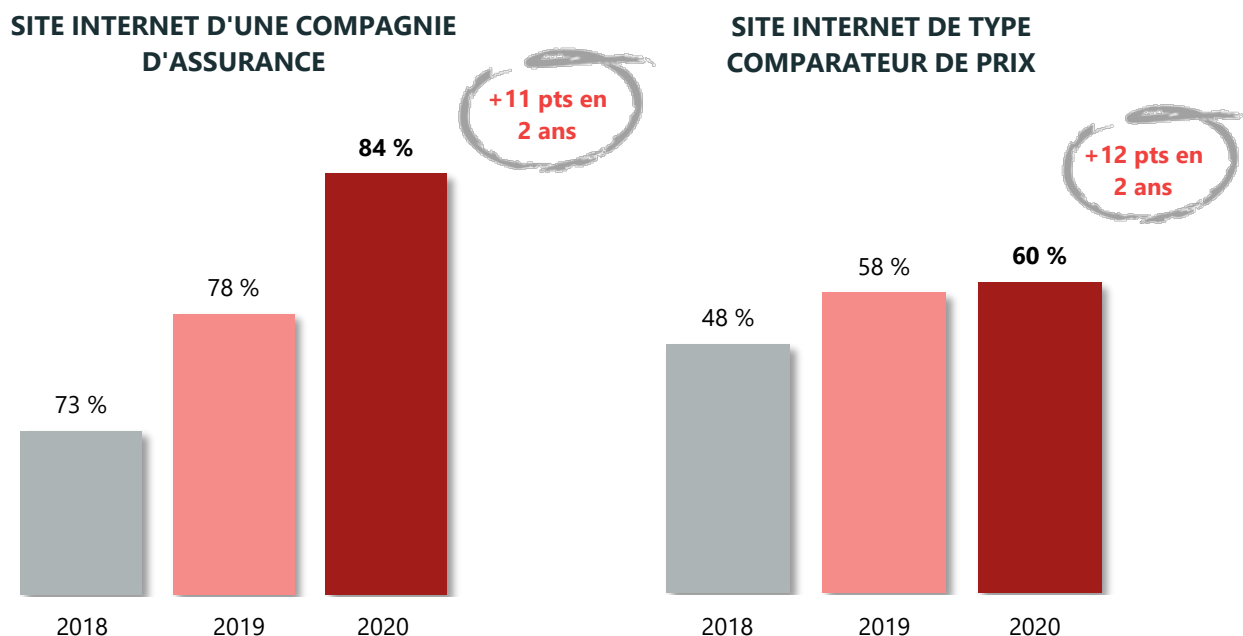
Parmi les adultes québécois qui ont magasiné une assurance dans la dernière année										
	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Oui	45 %	48 %	42 %	56 %	67 %	51 %	51 %	27 %	30 %	24 %
Non	53 %	51 %	56 %	44 %	33 %	49 %	49 %	71 %	63 %	69 %

Parmi les adultes québécois qui ont magasiné une assurance dans la dernière année										
	Total 2020	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	45 %	39 %	39 %	49 %	45 %	42 %	44 %	48 %	56 %	50 %
Non	53 %	50 %	61 %	51 %	39 %	53 %	56 %	52 %	43 %	50 %

7.3 Les sites Internet des compagnies d'assurance sont davantage utilisés comparativement aux sites Internet comparateurs de prix

Chez les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance auto ou habitation sur Internet au cours des 12 mois précédant notre enquête en 2020, 84 % d'entre eux l'ont fait directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurance (78 % en 2019) et 60 % en utilisant un site Internet de type comparateur de prix (58 % en 2019). Ce type de sites Internet permet de comparer les prix de différents assureurs.

TYPE DE SITES INTERNET UTILISÉ POUR DEMANDER UNE SOUMISSION 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= 168 en 2020, 116 en 2019 et 121 en 2018)

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

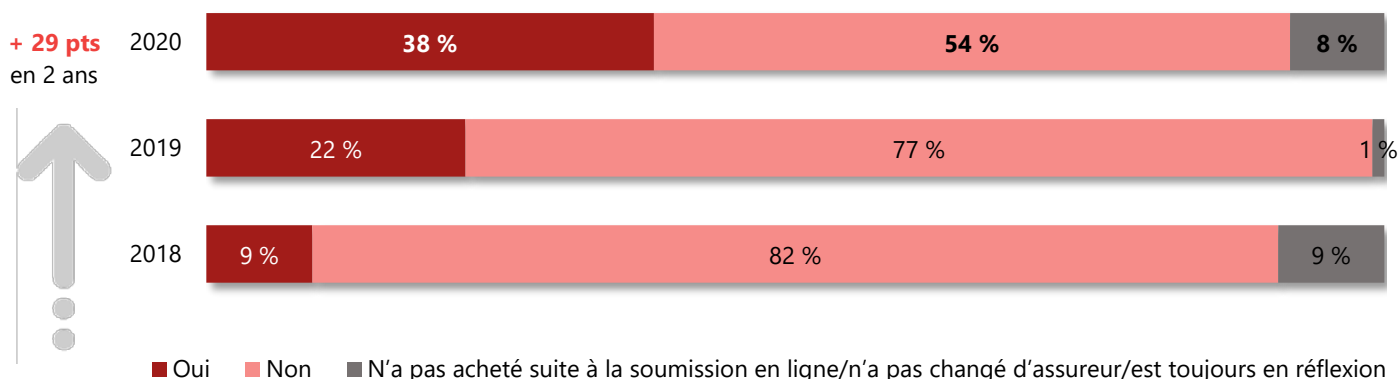
Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet dans la dernière année	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total a utilisé l'un ou l'autre	95 %	97 %	91 %	100 %	98 %	91 %	94 %	96 %	87 %	100 %
Site Internet d'une compagnie d'assurance	84 %	89 %	75 %	95 %	86 %	85 %	79 %	86 %	72 %	82 %
Site Internet permettant de comparer les prix de différents assureurs	60 %	60 %	60 %	59 %	64 %	54 %	58 %	59 %	66 %	67 %

Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission d'assurance sur Internet dans la dernière année	Total 2020	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 l'un ou l'autre	95 %	100 %	93 %	94 %	88 %	91 %	85 %	100 %	95 %	100 %
Directement sur le site Internet d'une compagnie d'assurance	84 %	97 %	85 %	80 %	88 %	91 %	74 %	80 %	76 %	93 %
En utilisant un site Internet permettant de comparer les prix de différents assureurs	60 %	63 %	54 %	62 %	51 %	48 %	55 %	69 %	71 %	55 %

7.4 L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation s'intensifie d'année en année

L'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation gagne de plus en plus en popularité au Québec. En 2018, seulement 9 % des adultes ayant rempli une (des) demande(s) de soumission en ligne sur le site Internet d'une compagnie d'assurance avaient finalisé de bout en bout leur achat en ligne d'une assurance. En 2019, c'était 22 %. Et maintenant, en 2020, cette proportion est de 38 %. Il s'agit d'une importante augmentation de 29 points de pourcentage en 2 ans. On observe que le groupe des adultes âgés de 25 à 34 ans (59 %) est le plus nombreux à finaliser de bout en bout l'achat en ligne d'une assurance auto ou habitation.

ADULTES QUÉBÉCOIS AYANT FINALISÉ 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'assurance dans la dernière année (n= 141 en 2020, 90 en 2019 et 89 en 2018)

Question : À la suite de votre (vos) demande(s) de soumission(s) en ligne sur le site d'une compagnie d'assurance, 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'assurance dans la dernière année	Total 2020	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	38 %	39 %	38 %	57 %	59 %	36 %	39 %	5 %	8 %	0 %
Non	54 %	53 %	56 %	43 %	32 %	55 %	53 %	85 %	84 %	100 %
N'a pas acheté suite à la soumission en ligne/n'a pas changé d'assureur/est toujours en réflexion	8 %	9 %	6 %	0 %	9 %	9 %	8 %	10 %	8 %	0 %

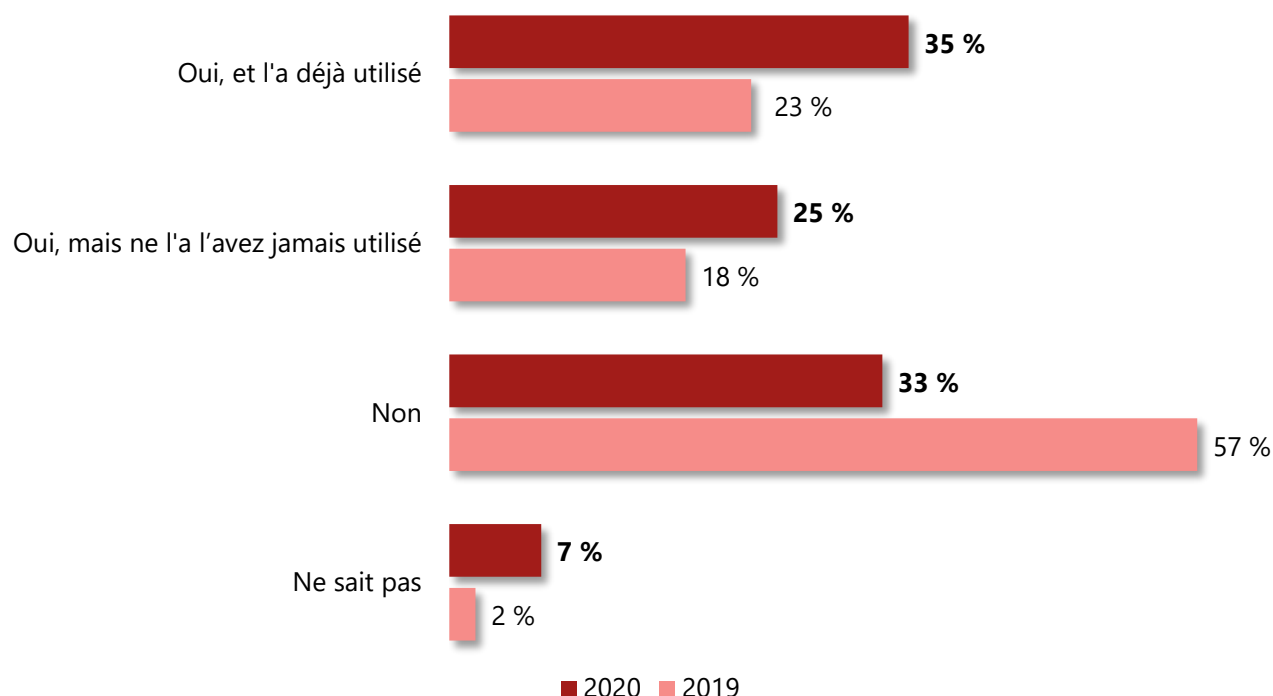
Parmi les adultes québécois qui ont demandé une soumission sur le site Internet d'une compagnie d'assurance dans la dernière année	Total 2020	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Oui	38 %	47 %	31 %	38 %	59 %	56 %	67 %	43 %	32 %	20 %
Non	54 %	53 %	67 %	50 %	41 %	38 %	33 %	57 %	62 %	64 %
N'a pas acheté suite à la soumission en ligne/n'a pas changé d'assureur/est toujours en réflexion	8 %	0 %	2 %	12 %	0 %	5 %	0 %	0 %	6 %	16 %

7.5 Forte augmentation chez les détenteurs de compte ou d'espace client en ligne lié à leur assureur auto ou habitation

En 2020, 60 % des adultes québécois responsables de magasiner les assurances pour eux-mêmes ou pour leur foyer détiennent un compte ou un espace client en ligne liés à 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, 25 % ne l'ont jamais utilisé.

Les hommes (66 %), les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (82 %), les adultes avec un revenu familial annuel se situant entre 80 000\$ et 100 000\$ (76 %) et aussi ceux dont le revenu familial annuel est de 100 000\$ et plus (71 %) sont plus nombreux à détenir un compte ou un espace client en ligne liés à leur assureur auto ou habitation.

ADULTES QUI DÉTIENNENT UN COMPTE OU UN ESPACE CLIENT EN LIGNE LIÉ À LEUR ASSUREUR AUTO OU HABITATION



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer (n= 703 en 2020 et 670 en 2019)

Question : Détenez-vous, actuellement, un compte ou un espace client en ligne liés à 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?

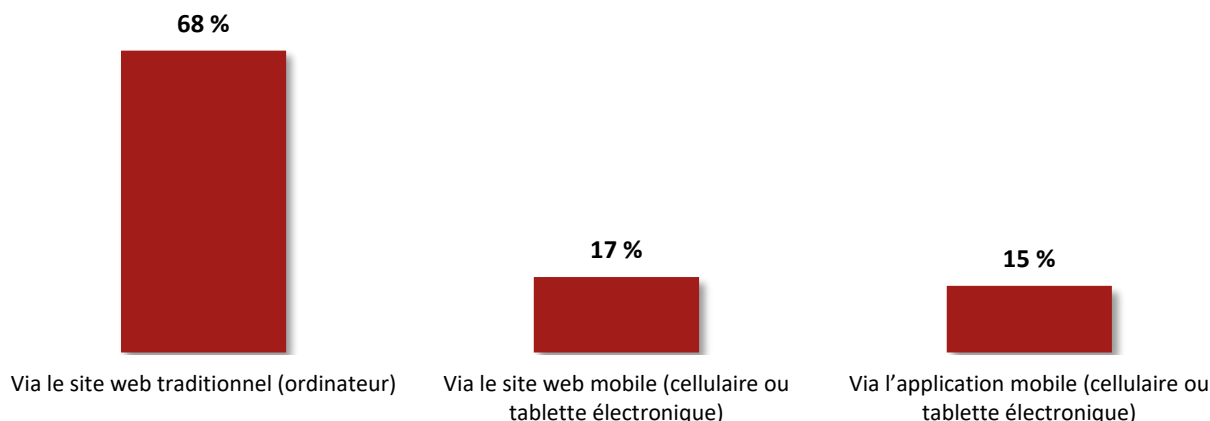
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2020	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total utilisateurs	60 %	66 %	53 %	82 %	68 %	69 %	57 %	58 %	51 %	41 %
Oui, et l'a déjà utilisé	35 %	38 %	31 %	51 %	41 %	39 %	31 %	37 %	28 %	19 %
Oui, mais ne l'a jamais utilisé	25 %	28 %	22 %	31 %	26 %	30 %	26 %	21 %	23 %	21 %
Non	33 %	27 %	41 %	14 %	28 %	22 %	36 %	36 %	38 %	57 %
Ne sait pas	7 %	7 %	7 %	4 %	5 %	9 %	7 %	6 %	11 %	3 %

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner les assurances dans le foyer	Total 2020	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 utilisateurs	60 %	52 %	59 %	63 %	37 %	49 %	61 %	65 %	76 %	71 %
Oui, et l'a déjà utilisé	35 %	28 %	33 %	38 %	17 %	28 %	35 %	42 %	48 %	40 %
Oui, mais ne l'a jamais utilisé	25 %	24 %	26 %	25 %	19 %	21 %	26 %	23 %	28 %	31 %
Non	33 %	41 %	37 %	28 %	60 %	45 %	32 %	30 %	18 %	23 %
Ne sait pas	7 %	7 %	4 %	9 %	3 %	6 %	6 %	5 %	6 %	6 %

7.6 Les adultes québécois utilisent davantage l'ordinateur pour accéder à leur compte ou espace client en ligne lié à leur assureur

En 2020, les adultes québécois qui détiennent un compte ou un espace client en ligne lié à leur assureur préfèrent y accéder via le site Web à l'aide d'un ordinateur (68 %). L'utilisation du téléphone intelligent ou l'utilisation de la tablette électronique pour accéder à cet espace client sont moins populaires.

MANIÈRE D'ACCÉDER À L'ESPACE CLIENT DE L'ASSURANCE AUTOMOBILE OU HABITATION EN LIGNE



Base : adultes québécois qui détiennent et utilisent un compte ou un espace client en ligne lié à leur assureur (n= 245 en 2020)

Question : Et de quelle manière accédez-vous le plus souvent à votre compte ou espace client en ligne lié à votre assureur automobile ou habitation?

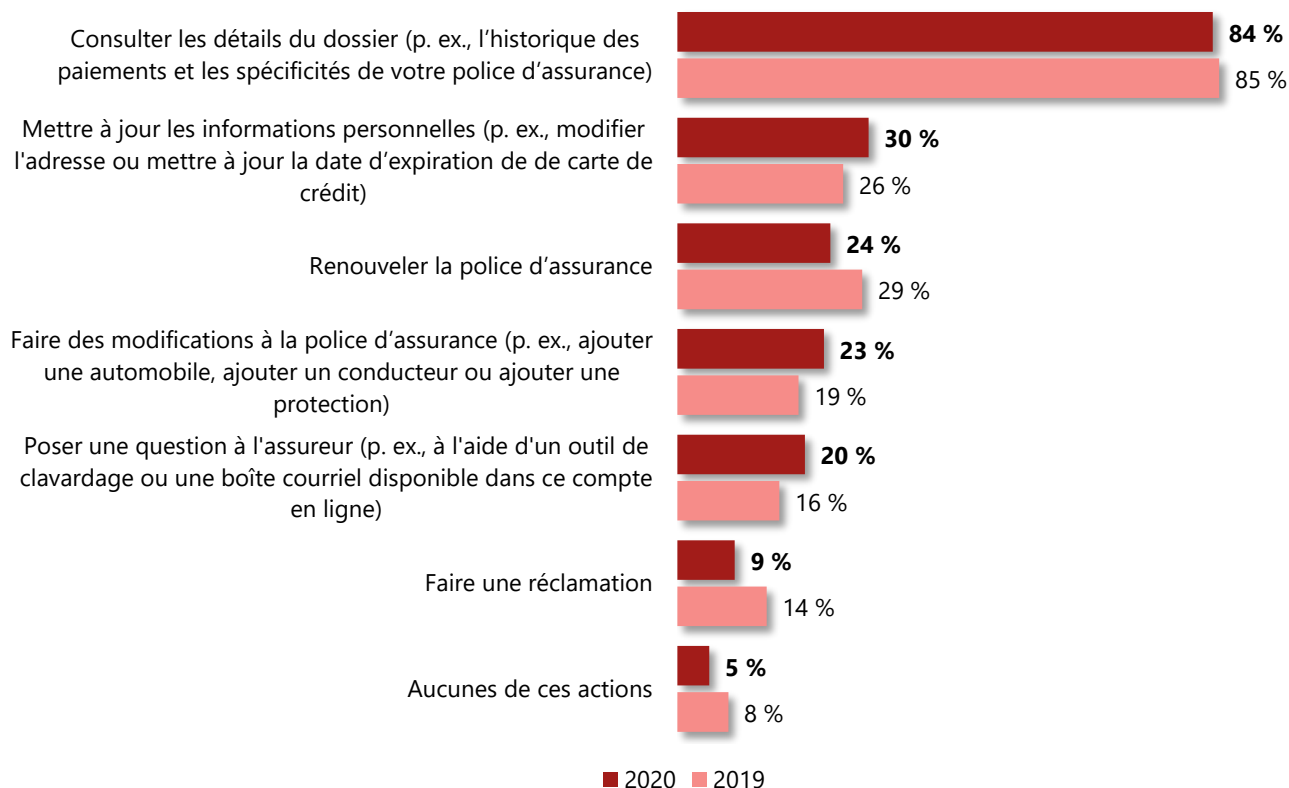
Parmi les adultes québécois qui détiennent et utilisent un compte ou un espace client en ligne lié à leur assureur	Total 2020	Sexe		Tranche d'âge						
		Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Via le site web traditionnel	68 %	68 %	68 %	39 %	58 %	66 %	67 %	80 %	79 %	93 %
Via le site web mobile	17 %	16 %	18 %	27 %	30 %	15 %	11 %	13 %	9 %	7 %
Via l'application mobile	15 %	15 %	14 %	34 %	12 %	19 %	22 %	7 %	8 %	0 %

Parmi les adultes québécois qui détiennent et utilisent un compte ou un espace client en ligne lié à leur assureur	Total 2020	Niveau d'éducation			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
Via le site web traditionnel	68 %	59 %	64 %	72 %	54 %	70 %	70 %	60 %	52 %	79 %
Via le site web mobile	17 %	29 %	12 %	16 %	18 %	28 %	22 %	19 %	22 %	7 %
Via l'application mobile	15 %	12 %	24 %	11 %	28 %	3 %	7 %	21 %	26 %	14 %

7.7 La consultation du dossier d'assurance est l'action la plus utilisée dans l'espace client en ligne

Tout comme en 2019, nous constatons que la grande majorité (84 % en 2020 contre 85 % en 2019) des utilisateurs de compte ou d'espace client en ligne lié à leur assurance auto ou habitation utilisent la fonctionnalité qui leur permet de consulter les détails de leur dossier (p. ex., l'historique de leurs paiements ou les spécifications de leur police d'assurance). Nous constatons également que les hommes (30 %), davantage que les femmes (15 %), utilisent cet espace pour procéder au renouvellement de leur police d'assurance. Dans une proportion plus grande, les hommes (32 %), davantage que les femmes (10 %), se servent de cet espace pour mettre à jour leurs informations personnelles.

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



Base : adultes québécois qui ont un compte en ligne et qui l'utilisent (n= 245 en 2020 et 156 en 2019)

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 2020	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	95 %	95 %	94 %	90 %	100 %	90 %	98 %	94 %	98 %	83 %
Consulter les détails du dossier	84 %	82 %	88 %	69 %	90 %	90 %	92 %	79 %	86 %	71 %
Mettre à jour les informations personnelles	30 %	32 %	26 %	25 %	45 %	40 %	25 %	28 %	14 %	10 %
Renouveler la police d'assurance	24 %	30 %	15 %	21 %	23 %	18 %	24 %	23 %	31 %	40 %
Faire des modifications à la police d'assurance	23 %	32 %	10 %	11 %	41 %	22 %	22 %	15 %	18 %	30 %
Poser une question à l'assureur	20 %	22 %	19 %	41 %	29 %	14 %	29 %	9 %	15 %	0 %
Faire une réclamation	9 %	12 %	5 %	20 %	17 %	0 %	4 %	10 %	6 %	10 %
Aucune de ces actions	5 %	5 %	5 %	10 %	0 %	9 %	2 %	6 %	2 %	17 %

Parmi les adultes québécois qui ont un compte en ligne et qui l'utilisent	Total 2020	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	95 %	91 %	98 %	94 %	73 %	90 %	100 %	94 %	100 %	91 %
Consulter les détails du dossier	84 %	76 %	86 %	86 %	73 %	71 %	96 %	83 %	89 %	79 %
Mettre à jour les informations personnelles	30 %	21 %	27 %	32 %	32 %	28 %	36 %	20 %	20 %	46 %
Renouveler la police d'assurance	24 %	24 %	22 %	25 %	9 %	17 %	24 %	34 %	30 %	23 %
Faire des modifications à la police d'assurance	23 %	17 %	16 %	28 %	29 %	16 %	25 %	19 %	13 %	38 %
Poser une question à l'assureur	20 %	21 %	18 %	22 %	15 %	17 %	19 %	28 %	27 %	17 %
Faire une réclamation	9 %	3 %	10 %	10 %	0 %	2 %	4 %	15 %	10 %	13 %
Aucune de ces actions	5 %	9 %	2 %	5 %	27 %	10 %	0 %	6 %	0 %	8 %

2020

Thèmes des fascicules *NETendances*

NETendances

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

Allions nos forces humaines et numériques

L'Université Laval, en partenariat avec le gouvernement du Québec, a créé **l'Académie de la transformation numérique (ATN)** pour répondre aux besoins criants des entreprises, des organismes publics, des ministères et des municipalités en matière de transformation numérique. Elle permet ainsi à ces organisations d'assumer un véritable rôle de leader du numérique et de soutenir leurs employés dans l'acquisition de connaissances et le développement de compétences et de savoir-être pour relever les défis de cette grande transformation. Par son adéquation unique entre la mesure, la recherche et la formation, tout en positionnant l'humain au cœur de sa démarche, l'ATN est un partenaire incontournable et exerce ainsi un rôle de premier plan dans l'évolution des talents et plus globalement, de la société.

atn.ulaval.ca | Twitter: [@atn_ulaval](https://twitter.com/atn_ulaval) | Facebook: [@atn.ulaval](https://www.facebook.com/atn.ulaval) | LinkedIn: [@atn.ulaval](https://www.linkedin.com/company/atn-ulaval)



Abonnez-vous à notre infolettre
atn.ulaval.ca/infolettre

Réalisation



Propulsée par



Pavillon J.-A.-DeSève
1025, avenue des Sciences-Humaines
Université Laval
Québec (Québec) G1V 0A6
Téléphone : 418 656-2537
Courriel : info@atn.ulaval.ca