



LES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE : LA MOBILITÉ GAGNE DU TERRAIN

VOLUME 4 - NUMÉRO 9

AVEC LA COLLABORATION DE



BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



DES SERVICES ACCESSIBLES POUR STEVEN



Moore

EN MOUVEMENT

SERVICES MOBILES DESJARDINS

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



Découvrez-en plus sur
m.desjardins.com



Desjardins

Coopérer pour créer l'avenir

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	4
STABILITÉ DES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE	5
Une utilisation stable au Québec	5
L'influence de l'âge, du revenu et de la scolarité	5
L'UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES	6
Qui sont les adultes qui ne font pas d'opérations bancaires?	6
Pourquoi certains Québécois ne font-ils pas d'opérations bancaires en ligne?	6
Les internautes consultent le site Web de leur institution financière	6
Les adultes québécois se tournent vers les services bancaires mobiles	7
Âge, scolarité et revenu : des variables déterminantes pour les services bancaires mobiles	7
Un adulte de 25 à 34 ans sur deux consulte son compte bancaire sur son mobile	7
Factures et relevés électroniques	8
Des groupes plus enclins à recevoir des factures et relevés électroniques	8
Perception de facilité et de sécurité des transactions en ligne	8
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	9
Profil des Québécois qui utilisent les services bancaires en ligne	9
Profil des Québécois au regard de leurs activités et des institutions financières	10

MÉTHODOLOGIE

Pour réaliser le volet « services bancaires en ligne » de l'enquête *NETendances 2013*, nous avons fait appel à plusieurs collectes de données réalisées en janvier, avril, mai, septembre, novembre et décembre 2013. Chaque fois, nous avons interrogé au téléphone environ 1 000 adultes québécois. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,1\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,32\%$ pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions : la RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]); la RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]); l'Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine); le Centre du Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]); et l'Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

NOTES EXPLICATIVES

- Adultes québécois : ensemble des répondants de 18 ans et plus, qui utilisent Internet ou non.
- Internautes québécois : personnes de 18 ans et plus qui utilisent Internet.

LES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE : LA MOBILITÉ GAGNE DU TERRAIN

L'enquête *NETendances 2013* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins et Services Québec.

COLLABORATION

ÉQUIPE DE PROJET

Josée Beaudoin

Vice-présidente, Innovation et Transfert
CEFRIO
Supervision du projet

Claire Bourget

Directrice de la recherche marketing
CEFRIO
Coordination du projet

Mélanie Fontaine

Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme

Directeur des communications et des relations avec les partenaires, CEFRIO

Annie Lavoie

Conseillère en communication, CEFRIO
Coordination de l'édition

Tony Bureau

Révision linguistique

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

Dépôt légal : 2013

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISSN (PDF) : 1923-6573

Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF dans la section « Publications » du site Web du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

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

Photo de la couverture :
iStock / © stocknroll

FAITS SAILLANTS

Il y a longtemps déjà, Internet est venu considérablement modifier les modes d'offre et d'utilisation des services bancaires. L'accès en ligne aux comptes bancaires de même que la possibilité d'y faire des transactions telles que des virements, des paiements de facture ou des placements facilite beaucoup leur utilisation dans un monde en constant mouvement. Qu'à cela ne tienne, la mobilité favorise maintenant un nouveau virage numérique. La popularité grandissante des services mobiles montre à quel point leur facilité d'utilisation et leur accessibilité – ils sont véritablement à portée de main – ont favorisé leur adoption rapide. Le futur des services bancaires se trouve-t-il dans la mobilité? Celle-ci est en tout cas déjà bien ancrée dans le présent!

- > En 2013, 54,5 % des adultes québécois ont consulté leur compte bancaire au cours d'un mois type et presque autant (51,5 %) ont réalisé des opérations bancaires, une utilisation qui est restée stable au cours des dernières années.
- > Du côté des placements en ligne, ce qui comprend aussi bien le courtage à commissions réduites que les dépôts à terme, par exemple, environ un adulte sur dix en a effectué, il s'agit donc d'une activité qui a progressé au cours des cinq dernières années.
- > Les adultes québécois qui n'utilisent pas les services bancaires en ligne, soit près d'un sur trois (29,3 %), ont le plus souvent souligné qu'il s'agissait d'une question d'habitude.
- > En ce qui concerne les adultes québécois qui n'ont pas eu recours aux services bancaires en ligne ou les ont utilisés pour la dernière fois plus de trois mois auparavant, un sur cinq a l'intention de le faire dans la prochaine année.
- > La croissance des services bancaires en ligne est du côté de la mobilité. En 2013, un adulte sur quatre (24,1 %) a utilisé son appareil mobile (p. ex. un téléphone intelligent ou une tablette numérique) pour faire des opérations bancaires, et 28,9 % d'entre eux ont consulté leur compte bancaire. Il s'agit d'un taux de croissance d'un peu plus de 100 % dans les deux cas.
- > Que ce soit pour les services bancaires en ligne en général ou sur appareil mobile en particulier, le nombre d'utilisateurs est plus élevé chez les jeunes internautes, ceux qui sont plus scolarisés et ceux qui ont de meilleurs revenus familiaux.
- > En 2013, près de deux internautes sur trois a reçu au moins une facture ou un relevé électronique (62,5 %), une situation assez stable, quoiqu'en légère augmentation par rapport à 2012, où ce taux était de 58,4 %.
- > Les institutions financières restent très bien perçues par les internautes québécois en matière de sécurité des transactions et de facilité à les réaliser en ligne.

STABILITÉ DES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

UNE UTILISATION STABLE AU QUÉBEC

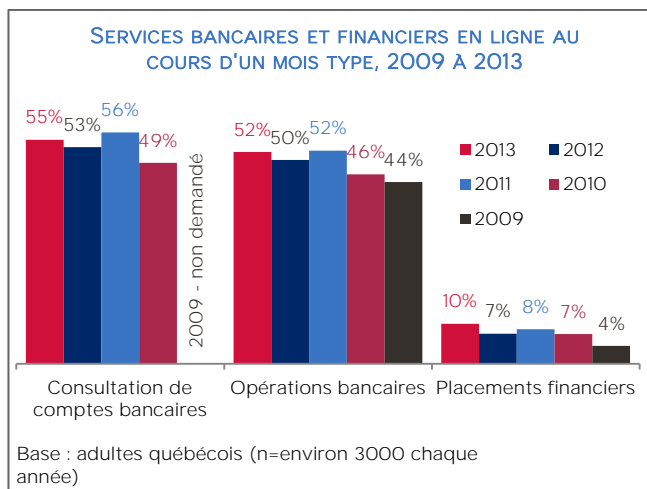
En 2013, 54,5 % des adultes québécois ont consulté leur compte bancaire au cours d'un mois type et presque autant (51,5 %) ont réalisé des opérations bancaires. L'utilisation des services bancaires en ligne est restée stable au cours des trois dernières années. Toutefois, le nombre d'adultes qui ont réalisé des opérations bancaires en 2013 a bondi de 7,3 points de pourcentage par rapport à 2009, où ce taux était de 44,2 %.

Du côté des placements en ligne, ce qui comprend aussi bien le courtage à commissions réduites que les dépôts à terme, par exemple, les adultes québécois ne sont pas encore très nombreux. Un peu moins d'un adulte sur dix (9,7 %) a effectué de tels placements, mais il s'agit toutefois d'une activité qui a progressé au cours des cinq dernières années.

L'INFLUENCE DE L'ÂGE, DU REVENU ET DE LA SCOLARITÉ

Chez les adultes, ceux qui sont plus jeunes, plus scolarisés et dont le revenu familial est plus élevé font davantage usage des services bancaires offerts en ligne, et ce, que ce soit pour consulter leur compte, faire des opérations bancaires ou encore réaliser des placements en ligne. C'est particulièrement le cas des adultes ayant une scolarité universitaire, âgés de 25 à 34 ans et disposant d'un revenu familial de 80 000 \$ et plus par an.

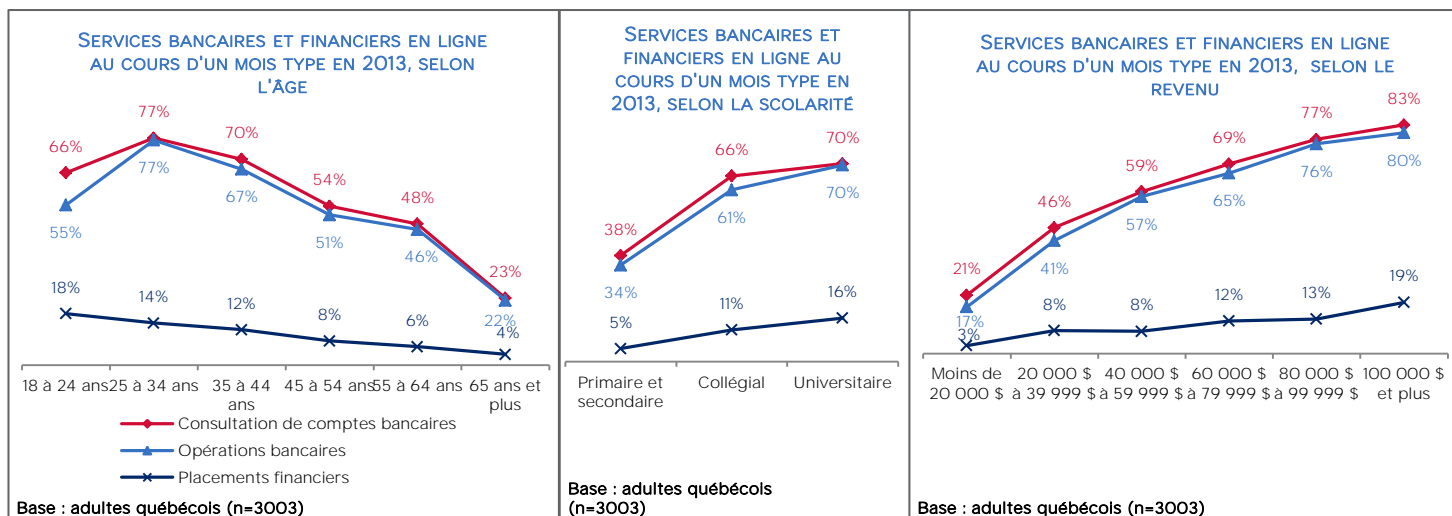
L'UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES EST RESTÉE STABLE AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES.



Le courtage en ligne a le vent dans les voiles

La revue *Protégez-vous* rapporte que de nombreux Québécois sont séduits par le courtage en ligne, notamment depuis la crise financière de 2008. Conséquemment, ce type d'investissement connaît une croissance d'environ 7 % par an. À l'échelle du pays, on estime à 3 millions les Canadiens qui utilisent les services de courtage en ligne, pour un investissement total évalué à environ 260 milliards de dollars, selon Investor Economics. Le portefeuille médian des investisseurs se situe à quelque 141 000 \$, selon la firme J.D. Power.

Source : Bruno Geoffroy. « [Finances personnelles : l'ABC du courtage en ligne](#) », [En ligne], Protégez-vous, janvier 2014. (Consulté le 13 février 2014).



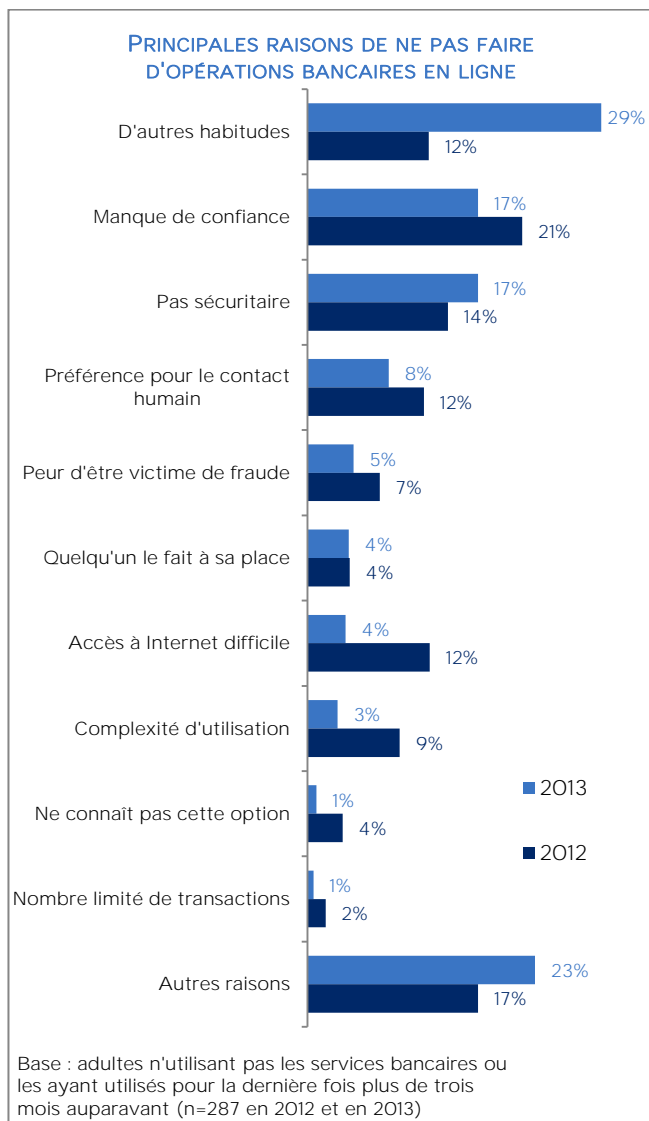
L'UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES

QUI SONT LES ADULTES QUI NE FONT PAS D'OPÉRATIONS BANCAIRES?

Certains adultes sont moins susceptibles de faire des opérations bancaires en ligne. C'est le cas des adultes ayant une scolarité secondaire (32,7 %), un revenu annuel familial inférieur à 20 000 \$ par année (34,3 %), les travailleurs manuels (38 %), les sans-emplois (51,8 %), ainsi que les adultes de 55 ans et plus (29,4 %).

POURQUOI CERTAINS QUÉBÉCOIS NE FONT-ILS PAS D'OPÉRATIONS BANCAIRES EN LIGNE?

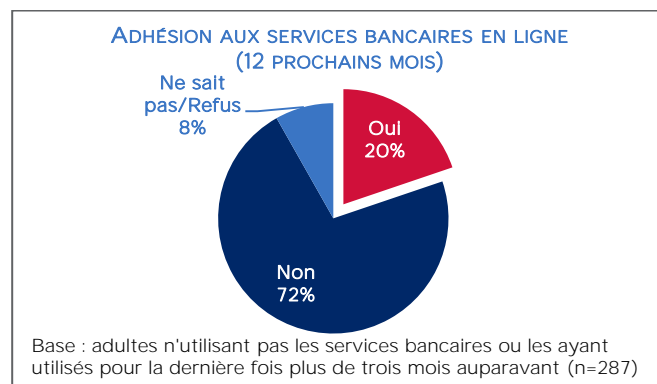
Les adultes québécois qui n'utilisent pas les services bancaires en ligne soulignent le plus souvent le fait qu'ils ont d'autres habitudes (29,3 %). Toutefois, le manque de confiance en ce type de service (17 %) et la perception quant au manque de sécurité (17 %) sont aussi des raisons évoquées par une proportion non négligeable d'entre eux. La peur de la fraude (4,6 %) et un accès à Internet déficient (3,8 %) sont d'autres raisons moins fréquemment évoquées.



PRÈS D'UN ADULTE SUR CINQ QUI N'UTILISE PAS LES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE A L'INTENTION D'Y ADHÉRER

En 2013, un taux de 19,8 % des adultes qui n'ont pas eu recours aux services bancaires en ligne ou les ont utilisés pour la dernière fois plus de trois mois auparavant ont l'intention de le faire dans la prochaine année. Ils étaient en revanche près de trois sur quatre à n'avoir aucune intention de le faire.

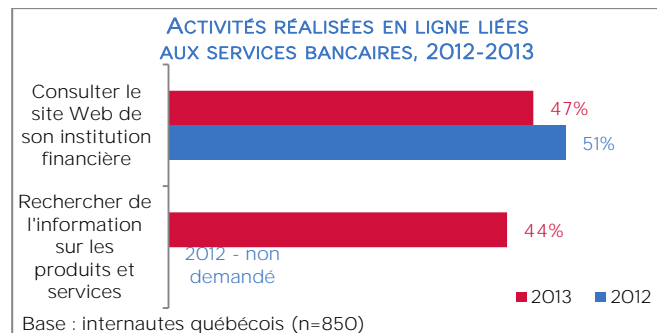
Chez les non-utilisateurs, les plus jeunes adultes, soit ceux de 18 à 34 ans (40,1 %), ainsi que ceux dont la langue maternelle est autre que le français (29,7 %) étaient les plus enclins à vouloir adhérer aux services bancaires en ligne au cours de la prochaine année.



PARMI LES NON-UTILISATEURS, LES QUÉBÉCOIS DE 18 À 34 ANS SONT DEUX FOIS PLUS SUSCEPTIBLES QUE L'ENSEMBLE À ADHÉRER AUX SERVICES BANCAIRES EN LIGNE AU COURS DE LA PROCHAINE ANNÉE

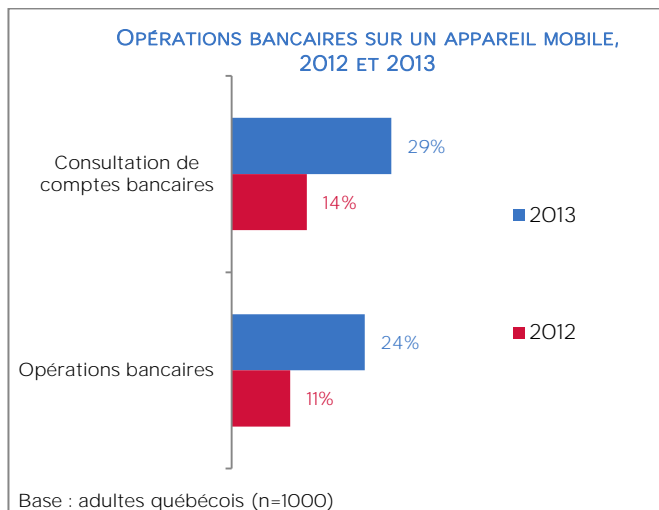
LES INTERNAUTES CONSULTENT LE SITE WEB DE LEUR INSTITUTION FINANCIÈRE

Près de la moitié des internautes québécois ont consulté le site Web général de leur institution financière (47,1 %) sur une période d'un an, un taux stable par rapport à l'année précédente. Qui plus est, près de 45 % ont recherché de l'information sur Internet à propos des produits et services offerts par les institutions financières (43,7 %) sur cette période.



LES ADULTES QUÉBÉCOIS SE TOURNENT VERS LES SERVICES BANCAIRES MOBILES

Si l'utilisation des services bancaires en ligne est restée généralement stable au cours des dernières années, il en va autrement pour les services bancaires mobiles. En 2013, un adulte sur quatre (24,1%) a utilisé son appareil mobile (p. ex. un téléphone intelligent ou une tablette numérique) pour faire des opérations bancaires, et 28,9% ont consulté leur compte bancaire. Par rapport à 2012, ils ont donc été deux fois plus nombreux à effectuer des opérations bancaires sur leur appareil mobile, et la proportion de ceux qui ont consulté leur compte a bondi de plus de 15 points de pourcentage en une seule année.



LE NOMBRE D'UTILISATEURS DE SERVICES BANCAIRES À PARTIR D'UN APPAREIL MOBILE A BONDI DE FAÇON IMPORTANTE EN 2013, PAR RAPPORT À 2012.

La banque mobile : des services qui s'adaptent aux besoins... et aux écrans!

L'expérience utilisateur reste la grande négligée des services bancaires en ligne, selon un article de John Biggs rédigé pour TechCrunch. Mbank, une banque en ligne d'origine polonaise, y a pensé et a créé une interface qui ressemble davantage à Windows 8 qu'à un site Web bancaire. Ce site s'adapte à différents types d'écrans. Qui plus est, les fonctionnalités permettent à l'utilisateur d'en apprendre davantage sur ses dépenses et de faire des perspectives budgétaires réalisées avec des animations intelligentes et dynamiques, qui rappellent les applications mobiles, selon cet article. Le futur de la banque se trouve-t-il dans la simplicité des interfaces mobiles? Peut-être bien... si l'expérience utilisateur est remise au centre des préoccupations.

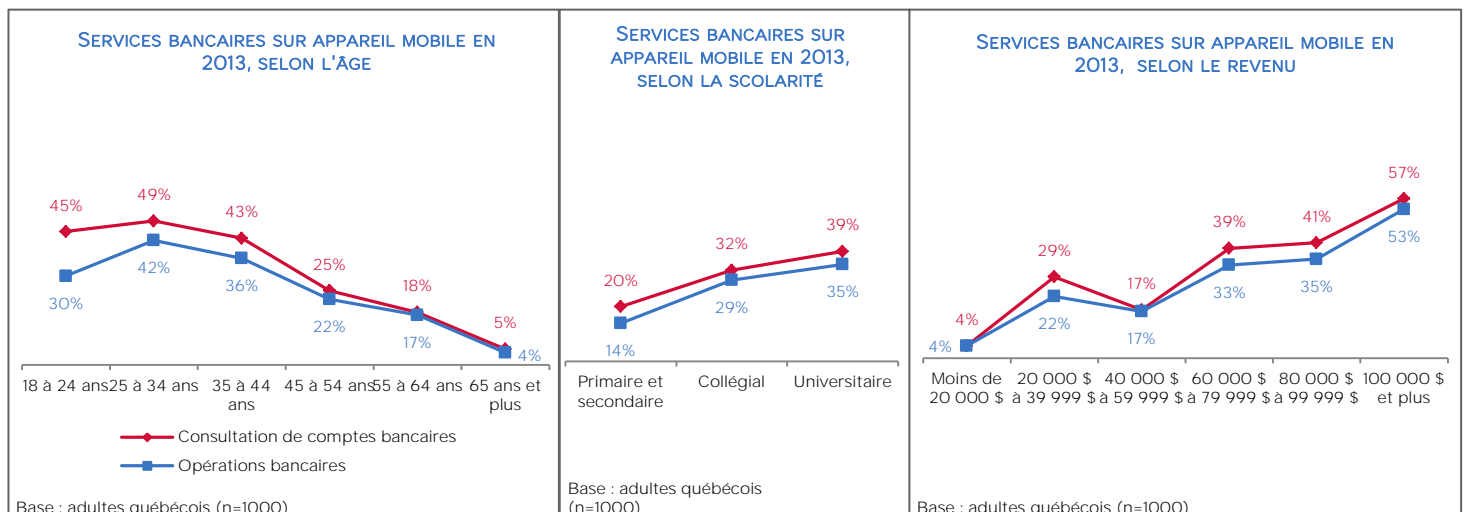
Source : John Biggs. « [MBank and the Future of Responsive Banking](#) », [En ligne], TechCrunch, 20 juillet 2013. (Consulté le 13 février 2014).

ÂGE, SCOLARITÉ ET REVENU : DES VARIABLES DÉTERMINANTES POUR LES SERVICES BANCAIRES MOBILES

L'utilisation des services bancaires mobiles est fortement tributaire de l'âge des Québécois, de leur niveau de scolarité et de leur revenu. Tout comme pour les services bancaires en ligne, le nombre d'utilisateurs augmente en fonction de la scolarité et du revenu, et diminue avec l'âge, à l'exception des 18 à 24 ans, qui font moins d'opérations bancaires en ligne ou mobiles que leurs homologues de 25 à 44 ans.

UN ADULTE DE 25 À 34 ANS SUR DEUX CONSULTE SON COMPTE BANCAIRE SUR SON MOBILE

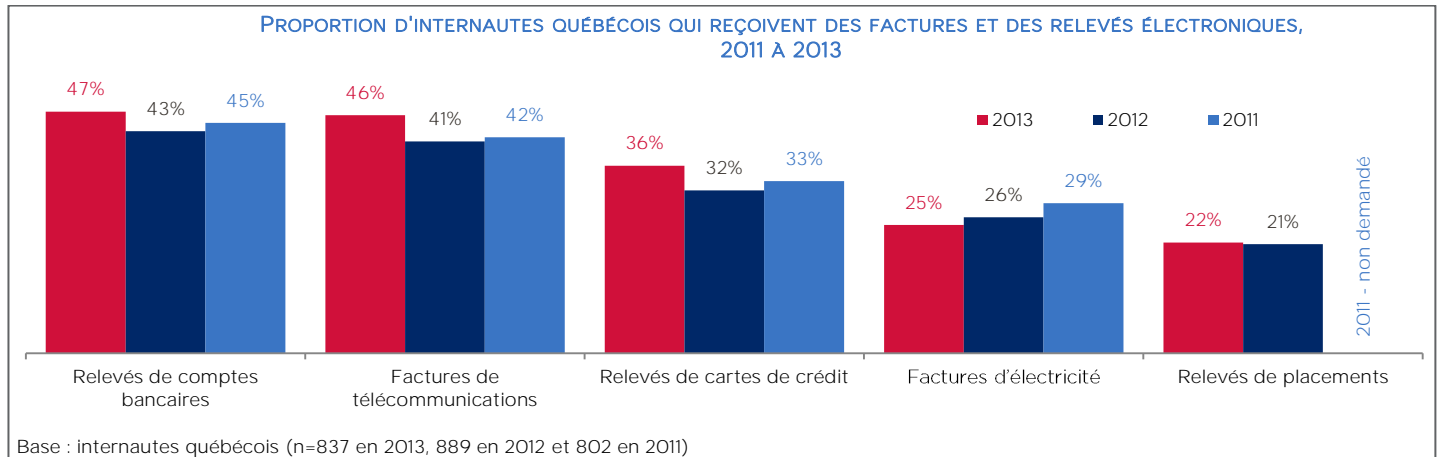
Chez les 25 à 34 ans, un Québécois sur deux (49%) consulte son compte bancaire sur son appareil mobile, comparativement à 28,9% dans l'ensemble de la population adulte. Ils ne sont toutefois pas les seuls, puisque les adultes ayant un revenu familial annuel de 100 000 \$ et plus (56,5%) et les étudiants (48,4%) sont également dans ce cas.



FACTURES ET RELEVÉS ÉLECTRONIQUES

En 2013, près de deux internautes sur trois ont reçu au moins une facture ou un relevé électronique (62,5 %), une situation assez stable, quoiqu'en légère augmentation par rapport à 2012, où ce taux était de 58,4 %.

Environ la même proportion d'internautes québécois reçoit ses relevés de comptes bancaires (46,9 %) et ses factures de télécommunication (46,2 %) en format électronique. Les relevés de cartes de crédit (36,4 %), les factures d'électricité (24,9 %) et les relevés de placements (21,5 %) ne sont néanmoins pas très loin derrière.



DES GROUPES PLUS ENCLINS À RECEVOIR DES FACTURES ET RELEVÉS ÉLECTRONIQUES

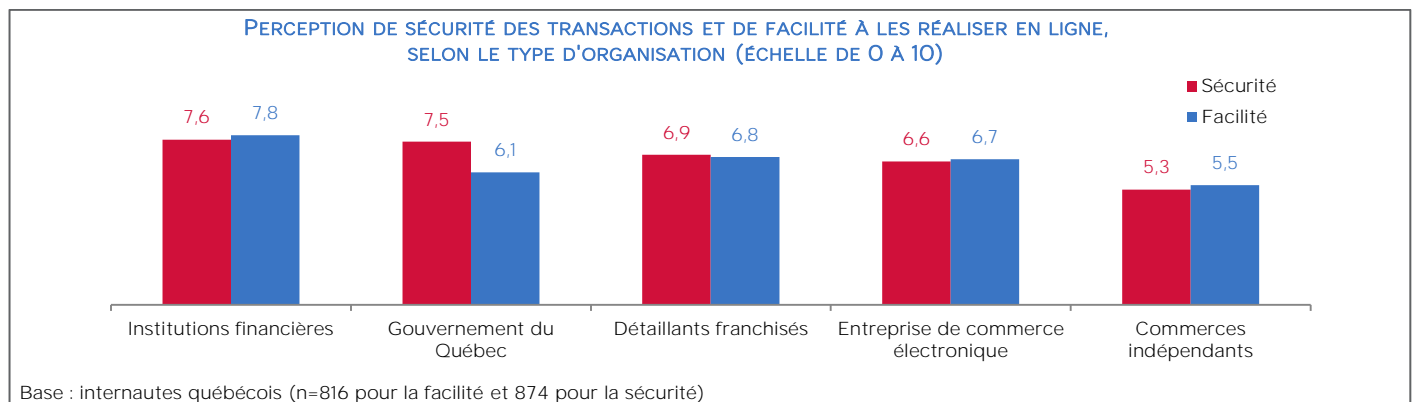
Les internautes de 18 à 44 ans (68,9 %) sont les plus nombreux à recevoir au moins une facture ou un relevé de façon électronique, tandis que les 55 ans et plus sont moins à en faire autant (50,4 %). Les internautes ayant réalisé des études collégiales ou universitaires (69,9 %), ou ceux qui ont un ou des enfants à la maison (72,4 %) sont eux aussi généralement plus nombreux à recevoir des factures ou des relevés électroniques. Parmi les groupes socioprofessionnels, les professionnels (73,7 %) ainsi que les employés de service, de bureau et de vente (69,4 %) sont ceux qui reçoivent le plus souvent au moins une facture ou un relevé électronique.

PERCEPTION DE FACILITÉ ET DE SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS EN LIGNE

Les institutions financières obtiennent de très bons résultats quant à la perception de **facilité** à faire des transactions avec elles. En fait, il s'agit de la meilleure perception des internautes par rapport à d'autres types d'organisations ou d'institutions. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout facile » et 10 « très facile », les institutions financières obtiennent une note moyenne de 7,8. Leur plus proche rival, le détaillant franchisé, obtient quant à lui une note moyenne de 6,8.

Sur le plan de la **sécurité**, les institutions financières se situent de nouveau en tête de peloton. En effet, sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie « pas du tout sécuritaire » et 10 « très sécuritaire », elles obtiennent le meilleur score de perception de la part des internautes québécois, à quasi-égalité avec le gouvernement du Québec (respectivement 7,6 et 7,5/10).

LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT LES MIEUX PERÇUES PAR LES INTERNAUTES QUÉBÉCOIS EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ DES TRANSACTIONS ET DE FACILITÉ À LES RÉALISER EN LIGNE



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

PROFIL DES QUÉBÉCOIS QUI UTILISENT LES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

	AU COURS D'UN MOIS TYPE (TOUT APPAREIL)			SUR UN APPAREIL MOBILE	
	Opérations bancaires	Placements	Consultation de comptes bancaires	Consultation de comptes bancaires	Opérations bancaires
Résultat global	51,5 %	9,7 %	54,5 %	28,9 %	24,1 %
Sexe					
Homme	54,2 %	11,0 %	56,1 %	32,7 %	28,4 %
Femme	48,9 %	8,4 %	52,9 %	25,3 %	20,1 %
Âge					
18 à 24 ans	54,5 %	17,6 %	65,5 %	45,4 %	30,3 %
25 à 34 ans	76,6 %	14,4 %	77,3 %	49,0 %	42,4 %
35 à 44 ans	66,7 %	12,1 %	70,1 %	43,1 %	36,3 %
45 à 54 ans	51,2 %	8,3 %	54,1 %	25,3 %	22,4 %
55 à 64 ans	46,2 %	6,3 %	48,1 %	17,9 %	17,0 %
65 ans et plus	22,1 %	3,7 %	22,8 %	5,4 %	4,2 %
Scolarité					
Primaire et secondaire	34,3 %	4,7 %	37,7 %	19,5 %	13,6 %
Collégial	61,0 %	11,3 %	65,9 %	32,4 %	28,9 %
Universitaire	69,8 %	15,5 %	70,3 %	39,1 %	34,5 %
Revenu					
Moins de 20 000 \$	16,9 %	2,9 %	21,1 %	4,4 %	4,4 %
20 000 \$ à 39 999 \$	40,8 %	8,3 %	45,5 %	28,8 %	21,9 %
40 000 \$ à 59 999 \$	56,7 %	8,0 %	58,5 %	17,1 %	16,6 %
60 000 \$ à 79 999 \$	65,2 %	11,8 %	68,5 %	38,9 %	33,0 %
80 000 \$ à 99 999 \$	75,8 %	12,5 %	77,4 %	40,9 %	35,1 %
100 000 \$ et plus	79,8 %	18,5 %	82,6 %	56,5 %	52,8 %
Région					
Montréal (RMR)	53,5 %	12,4 %	57,7 %	30,6 %	26,1 %
Québec (RMR)	63,3 %	11,9 %	63,7 %	46,9 %	39,0 %
Est du Québec	46,3 %	4,7 %	47,7 %	30,8 %	25,9 %
Centre du Québec	43,3 %	5,1 %	47,3 %	19,4 %	12,5 %
Ouest du Québec	49,9 %	7,6 %	50,6 %	23,1 %	21,0 %
Langue maternelle					
Francophone	53,5 %	8,9 %	55,5 %	28,6 %	23,6 %
Anglophone ou autre	45,0 %	12,9 %	51,9 %	31,3 %	27,4 %
Situation professionnelle					
Employé (service, bureau, vente)	67,2 %	12,2 %	69,3 %	31,0 %	24,4 %
Travailleur manuel	42,8 %	5,2 %	44,4 %	36,6 %	31,4 %
Professionnel	70,4 %	11,7 %	72,3 %	39,4 %	34,9 %
Au foyer	37,7 %	5,0 %	41,5 %	24,9 %	20,5 %
Étudiant	56,5 %	16,9 %	66,8 %	48,4 %	31,3 %
Retraité	29,4 %	5,6 %	31,3 %	10,4 %	9,2 %
Sans emploi	38,5 %	15,6 %	39,8 %	14,6 %	14,6 %
Avec ou sans enfant(s)					
Avec enfant(s)	69,5 %	11,5 %	72,1 %	42,5 %	36,2 %
Sans enfant	42,3 %	8,7 %	45,3 %	22,4 %	18,4 %

Base : adultes québécois (n=3000 pour les données au cours d'un mois type et 1000 pour les données sur appareil mobile)

En caractères **gras rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

PROFIL DES QUÉBÉCOIS AU REGARD DE LEURS ACTIVITÉS ET DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES

	ACTIVITÉS EN LIGNE (1 AN)		RELEVÉS ÉLECTRONIQUES			ÉVALUATION DES TRANSACTIONS (NOTE SUR 10)	
	Consulter le site Web	Rechercher de l'information sur les produits et services	Relevés de comptes bancaires	Relevés de cartes de crédit	Relevés de placements	Facilité	Sécurité
Résultat global	47,1 %	43,7 %	46,9 %	36,4 %	21,5 %	7,8	7,6
Sexe							
Homme	51,2 %	44,6 %	43,9 %	34,5 %	21,7 %	7,8	7,7
Femme	43,2 %	42,8 %	49,9 %	38,3 %	21,3 %	7,9	7,5
Âge							
18 à 24 ans	41,8 %	38,9 %	36,8 %	44,9 %	22,6 %	8,3	7,6
25 à 34 ans	56,7 %	51,9 %	60,3 %	51,0 %	22,8 %	8,1	8
35 à 44 ans	49,1 %	47,3 %	52,4 %	33,7 %	22,4 %	8,4	8,1
45 à 54 ans	52,5 %	48,0 %	50,2 %	34,7 %	20,4 %	8	7,5
55 à 64 ans	41,6 %	39,7 %	43,3 %	27,9 %	21,9 %	7,4	7,4
65 ans et plus	33,5 %	29,2 %	29,1 %	24,7 %	18,4 %	6,4	6,4
Scolarité							
Primaire et secondaire	34,9 %	26,8 %	32,1 %	27,3 %	11,0 %	7,4	6,8
Collégial	50,2 %	49,5 %	47,3 %	31,6 %	18,1 %	8,2	7,8
Universitaire	57,4 %	56,8 %	62,3 %	49,9 %	35,2 %	8,1	8,1
Revenu							
Moins de 20 000 \$	35,5 %	33,0 %	19,3 %	17,7 %	8,5 %	6,7	6,9
20 000 \$ à 39 999 \$	40,4 %	40,1 %	43,5 %	29,8 %	15,6 %	7,6	6,7
40 000 \$ à 59 999 \$	48,4 %	41,8 %	44,0 %	32,5 %	16,3 %	7,2	7,9
60 000 \$ à 79 999 \$	53,5 %	48,0 %	60,3 %	54,7 %	30,5 %	8,5	8
80 000 \$ à 99 999 \$	49,7 %	51,4 %	66,9 %	48,9 %	30,3 %	8,1	7,9
100 000 \$ et plus	56,6 %	63,7 %	62,0 %	46,5 %	36,7 %	9	8,3
Région							
Montréal (RMR)	50,2 %	46,3 %	46,7 %	38,8 %	23,1 %	7,8	7,7
Québec (RMR)	55,5 %	59,1 %	59,5 %	45,5 %	33,2 %	8,3	7,6
Est du Québec	38,5 %	36,4 %	48,2 %	38,8 %	27,4 %	7,6	7
Centre du Québec	40,4 %	38,0 %	39,4 %	32,9 %	9,9 %	8,3	7,4
Ouest du Québec	43,6 %	36,5 %	46,2 %	27,1 %	17,8 %	7,7	7,6
Langue maternelle							
Francophone	47,3 %	43,6 %	49,1 %	37,3 %	22,5 %	7,9	7,6
Anglophone ou autre	47,2 %	44,9 %	39,1 %	33,2 %	18,0 %	7,6	7,5
Situation professionnelle							
Employé (service, bureau, vente)	58,4 %	56,9 %	52,3 %	43,6 %	22,7 %	7,8	8
Travailleur manuel	48,3 %	25,8 %	31,0 %	20,3 %	8,6 %	8,1	6,9
Professionnel	45,9 %	47,4 %	60,6 %	45,5 %	29,8 %	8,6	8,2
Au foyer	27,5 %	23,7 %	54,6 %	34,9 %	15,7 %	8	7,3
Étudiant	33,8 %	38,2 %	45,4 %	41,3 %	22,6 %	8	7,7
Retraité	39,5 %	34,6 %	35,3 %	25,4 %	21,1 %	6,7	6,8
Sans emploi	52,5 %	35,5 %	25,7 %	24,9 %	7,3 %	6,7	5,9
Avec ou sans enfant(s)							
Avec enfant(s)	50,6 %	52,9 %	55,1 %	43,7 %	23,1 %	8,3	8
Sans enfant	44,9 %	38,0 %	41,9 %	32,1 %	20,6 %	7,5	7,3

Base : internautes québécois (n=837 pour les relevés électroniques, 850 pour les activités en ligne, 874 pour l'évaluation de la sécurité et 816 pour celle de la facilité)

En caractères **gras rouges** : résultat significativement supérieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

En caractères **gras bleus** : résultat significativement inférieur, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

B

I

P

BUREAU D'INTERVIEWEURS PROFESSIONNELS



Votre partenaire
depuis *plus de 25 ans*

- ✓ Sondages
- ✓ Recherche sociale
- ✓ Recherche marketing
- ✓ Mesure de la satisfaction

630, rue Sherbrooke Ouest, bur. 210
Montréal (Québec) H3A 1E4

Tél.: 514 288-1980
Télec.: 514 288-6607

www.bip-sondage.com

THÈMES DES PROCHAINES PUBLICATIONS

- > Médias sociaux
- > Sécurité en ligne
- > Divertissement en ligne
- > Modes de communication
- > Actualités et nouvelles
- > Mobilité
- > Gouvernement en ligne
- > **Services bancaires**
- > Commerce électronique
- > Informatisation et NETrégions
- > NETgénérations

Le CEFRIO est le centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il regroupe près de 150 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 80 chercheurs associés et invités. Sa mission : contribuer à faire du Québec une société numérique, grâce à l'usage des technologies comme levier de l'innovation sociale et organisationnelle. Le CEFRIO, en tant que centre de liaison et de transfert, réalise, en partenariat, des projets de recherche-expérimentation, d'enquêtes et de veille stratégique sur l'appropriation des TIC à l'échelle québécoise et canadienne. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 74 % par ses propres projets et à 26 % par le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie (MESRST), son principal partenaire financier.

PRINCIPAL PARTENAIRE



**POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE,
VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC NOUS.**

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

BUREAU DE QUÉBEC

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

Tél. : 418 523-3746

BUREAU DE MONTRÉAL

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

Tél. : 514 840-1245

MERCI À NOS PARTENAIRES

