

# NETendances **2023**

Édition 2023  
Volume 14  
Numéro 02

## Services bancaires en ligne



**ATN**

Académie de la  
transformation  
numérique

Avec la collaboration de



RECHERCHE


# Gérez vos finances en ligne comme un champion



## Services en ligne et mobiles

Faites l'acquisition de produits financiers où que vous soyez et en quelques clics seulement.

[desjardins.com/accesd](https://desjardins.com/accesd)

 **Desjardins**

**BIP**

RECHERCHE

**Votre partenaire en sondage  
depuis 30 ans**

Spécialiste en recherche marketing et sociale



Sondage



Recherche marketing



Recherche sociale



Mesure de la satisfaction

2021, Ave. Union, bur. 1221  
Montréal (Québec) H3A 2S9

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

[www.biprecherche.com](http://www.biprecherche.com)

# Table des matières

<b>Méthodologie</b> .....	<b>5</b>
<b>Faits saillants de l'enquête</b> .....	<b>6</b>
<b>1. Utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires</b> .....	<b>7</b>
1.1 Plus de 8 adultes sur 10 utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires .....	7
1.2 Moins d'adultes âgés de 35 à 54 ans utilisent Internet pour y effectuer des opérations bancaires.....	8
<b>2. Méthode privilégiée pour réaliser certaines activités bancaires</b> .....	<b>9</b>
2.1 En ligne ou non, le besoin de se faire assister pour des services bancaires est bien présent .....	9
2.2 Façons préférées pour s'informer, acquérir et gérer ses produits financiers .....	12
<b>3. Outils financiers utilisés sur Internet</b> .....	<b>13</b>
3.1 Utilisation d'outils financiers numériques au cours des 12 derniers mois .....	13
<b>4. Utilisation des services bancaires mobiles</b> .....	<b>14</b>
4.1 Utilisation d'applications mobiles de services bancaires offertes par une institution financière... ..	14
4.2 Utilisation du paiement mobile au cours des 12 derniers mois .....	15
4.3 Utilisation du dépôt mobile au cours des 12 derniers mois.....	16
<b>5. Importance du conseil dans le domaine financier</b> .....	<b>17</b>
5.1 Les conseiller(-ère)s financier(-ère)s font partie des principales sources d'information utilisées.. ..	17
5.2 Les adultes québécois préfèrent recevoir des conseils par téléphone.....	20
5.3 L'utilisation des robots-conseillers pour une planification financière est en baisse en 2023 .....	21
<b>6. Notoriété et achat ou vente de la monnaie virtuelle</b> .....	<b>22</b>
6.1 L'utilisation de la monnaie virtuelle ou de la cryptomonnaie est en baisse en 2023.....	22
<b>7. Magasinage en ligne des assurances</b> .....	<b>23</b>
7.1 Profil des adultes qui magasinent les assurances .....	23
7.2 Premier réflexe à différentes étapes du processus de magasinage des assurances.....	24

## SERVICES BANCAIRES EN LIGNE

L'enquête *NETendances 2023* 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 le gouvernement du Québec.

## ÉQUIPE DE PROJET

**Claire Bourget**  
Directrice intelligence d'affaires et recherche marketing

**Jonathan Couturier**  
Consultant – recherche marketing

## ÉQUIPE D'ÉDITION

**Claudine Vézina**  
Chargée de communication

**Cendrine Audet**  
Révisseuse linguistique – Littera

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

Dépôt légal : 2023  
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](http://atn.ulaval.ca/netendances).

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

Mentions de source : Freepik | Flaticon | Unsplash

## MERCI AUX PARTENAIRES FINANCIERS DES ENQUÊTES NETENDANCES



# Méthodologie

Pour réaliser le volet « *Services bancaires en ligne* » de l'enquête *NETendances 2023*, nous avons procédé à une collecte de données du 2 au 31 mai 2023, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 067 adultes internautes québécois âgés de 18 ans et plus via le Web. À ces personnes répondantes ont été ajoutés des non-internautes issus de la collecte téléphonique annuelle de l'enquête. Ces résultats ont ensuite été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région, de la langue et du niveau de scolarité des personnes répondantes afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à  $\pm 3,0\%$  pour la base des adultes et celle des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en 5 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 %.
- L'astérisque présenté dans les tableaux indique que la taille d'échantillon est trop petite ( $n < 30$ ) pour afficher les résultats.

# Faits saillants de l'enquête

## LES SERVICES BANCAIRES EN LIGNE EN 2023

### Plus de 8 adultes québécois sur 10 utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires

- Cette proportion s'établit à **84 %** en 2023, alors qu'elle était à **87 %** en 2022
- Les adultes âgés de **35 à 54 ans** sont relativement moins nombreux (87 %) à utiliser Internet pour y effectuer des opérations bancaires **(-5 pts de % depuis 2022 et -7 pts de % depuis 2020)**

### MÉTHODE PRIVILÉGIÉE PAR LES ADULTES QUÉBÉCOIS POUR EFFECTUER CERTAINES OPÉRATIONS BANCAIRES

**Internet** est la méthode privilégiée pour entre autres :

- consulter le solde au compte et les transactions (**76 %**) **(+3 pts de % depuis 2022)**
- effectuer des opérations bancaires (**76 %**) **(+5 pts de % depuis 2022)**
- comparer les offres des institutions financières (**68 %**) **(+8 pts de % depuis 2022)**

**Le présentiel et la visioconférence** sont les méthodes privilégiées pour :

- faire un plan financier (**48 %**) **(+8 pts de % depuis 2022)**
- obtenir un financement hypothécaire (**45 %**) **(+5 pts de % depuis 2022)**
- obtenir des conseils financiers (**41 %**) **(+5 pts de % depuis 2022)**
- renouveler ou refinancer une hypothèque (**39 %**) **(+4 pts de % depuis 2022)**

**Le téléphone** est le moyen privilégié pour :

- prendre rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère) financier(-ère) (**44 %**) **(+10 pts de % depuis 2022)**

### FAÇONS PRÉFÉRÉES POUR S'INFORMER, ACQUÉRIR ET GÉRER SES PRODUITS FINANCIERS

Environ le **tiers** des adultes québécois utilisent **Internet de manière autonome** pour :

- obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers (**35 %**)
- acquérir des produits financiers (**27 %**)
- gérer leurs produits financiers (**36 %**)

### PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION FINANCIÈRE

En 2023, les 2 principales sources d'information financière utilisées comme référence par les adultes québécois sont :

- les sites Web de leurs institutions financières (36 %)
- les conseillers(-ères) financiers(-ères) (31 %)

L'utilisation des sources d'information financière varie cependant selon le genre et l'âge.

### OUTILS FINANCIERS \*12 derniers mois

**34 %** des internautes québécois ont utilisé des **outils financiers en ligne** **(-5 pts de % depuis 2022)**

### UTILISATION DES SERVICES BANCAIRES MOBILES EN 2023 \*12 derniers mois

- **52 %** des adultes québécois ont fait usage d'applications mobiles de services bancaires **(-13 pts de % depuis 2022)**
- **37 %** ont utilisé le paiement mobile **(-8 pts de % depuis 2022)**
- **46 %** ont utilisé le dépôt mobile **(-3 pts de % depuis 2022)**

### MAGASINAGE DES ASSURANCES EN LIGNE

Les adultes responsables de magasiner l'assurance ont comme premier réflexe d'utiliser **les méthodes dites plus traditionnelles** comme le téléphone et un contact en personne pour :

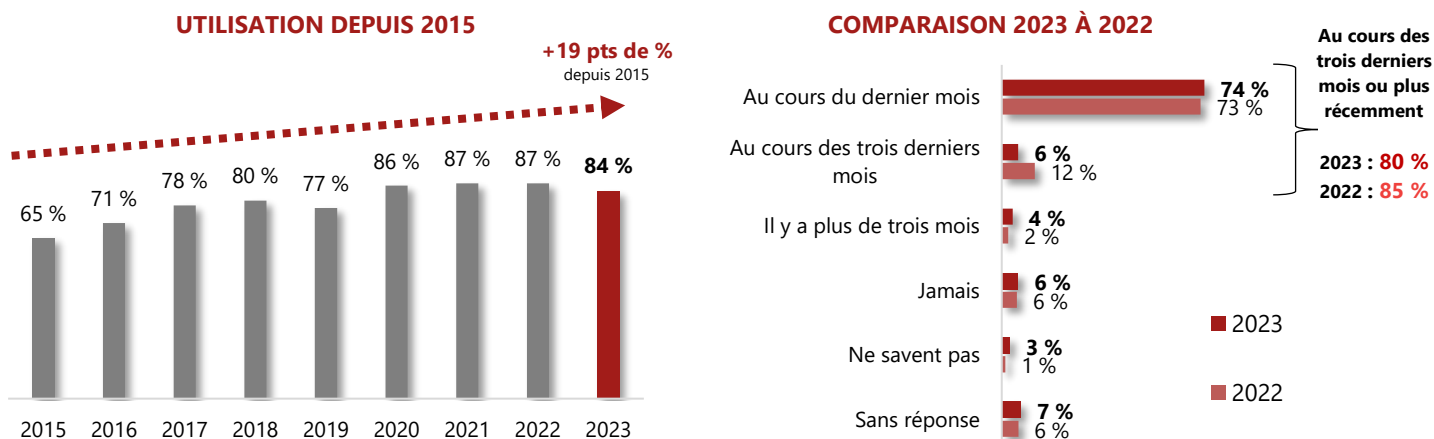
- **demander une soumission** d'assurance auto ou habitation (**61 %**) ou d'assurance vie et santé individuelle (**61 %**)
- **acheter** une assurance auto ou habitation (**66 %**) ou une assurance vie et santé individuelle (**66 %**)
- **faire une réclamation** d'assurance auto ou habitation (**70 %**) ou une d'assurance vie et santé individuelle (**60 %**)

# 1. Utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires

## 1.1 Plus de 8 adultes sur 10 utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires

Depuis 2020, ce sont plus de 8 adultes québécois sur 10 qui utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires, soit 84 % en 2023, 87 % en 2022 et en 2021 ainsi que 86 % en 2020. Comparativement à 2022, la proportion observée en 2023 représente une baisse de 3 points de pourcentage. Encore cette année, le pourcentage d'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires est relativement plus élevé chez les adultes âgés de 25 à 34 ans (94 %) ainsi que ceux âgés de 35 à 44 ans (89 %). Ce même pourcentage est aussi plus élevé chez les adultes détenant un diplôme de niveau collégial (94 %) ou universitaire (95 %).

### UTILISATION D'INTERNET PAR LES ADULTES QUÉBÉCOIS POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES (de 2015 à 2023)



Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023, 1 073 en 2022, 1 069 en 2021, 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 par application mobile, telles que le paiement de factures ou le transfert d'argent entre personnes ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL UTILISATEUR(-TRICE)S</b>	<b>84 %</b>	85 %	83 %	88 %	<b>94 %</b>	<b>89 %</b>	86 %	82 %	80 %	<b>57 %</b>
Au cours du dernier mois	<b>74 %</b>	74 %	74 %	<b>65 %</b>	70 %	<b>81 %</b>	77 %	<b>79 %</b>	76 %	<b>56 %</b>
Au cours des trois derniers mois	<b>6 %</b>	7 %	5 %	<b>17 %</b>	<b>16 %</b>	4 %	<b>3 %</b>	<b>2 %</b>	3 %	<b>1 %</b>
Il y a plus de trois mois	<b>4 %</b>	4 %	4 %	6 %	<b>8 %</b>	4 %	6 %	<b>1 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>
Jamais	<b>6 %</b>	6 %	7 %	<b>1 %</b>	4 %	8 %	<b>3 %</b>	6 %	7 %	<b>16 %</b>
Ne savent pas	<b>3 %</b>	3 %	3 %	10 %	0 %	2 %	8 %	3 %	0 %	0 %
Non-internautes	<b>7 %</b>	7 %	7 %	<b>1 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>3 %</b>	8 %	<b>13 %</b>	<b>27 %</b>

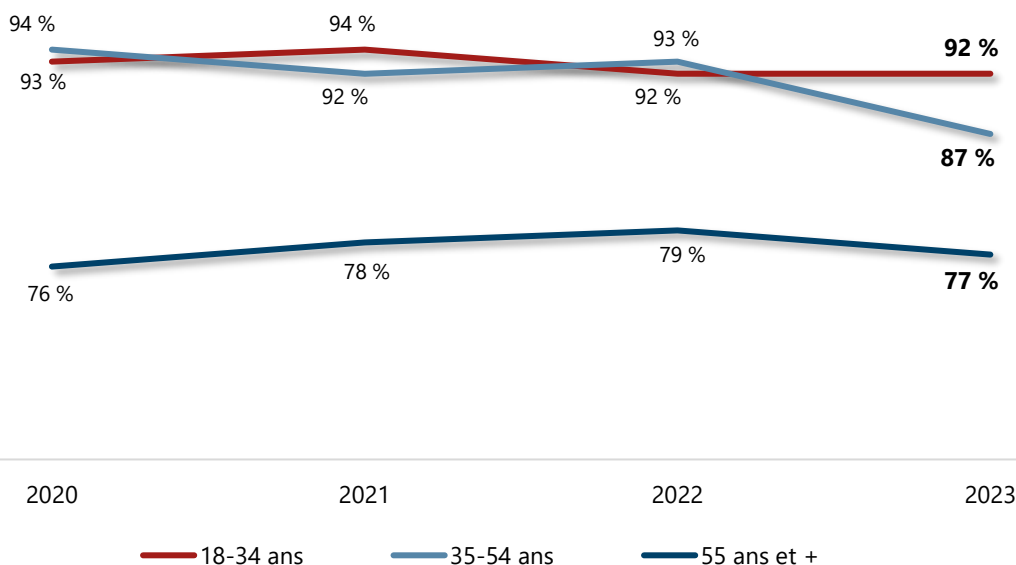
Parmi les adultes québécois	Total 2023	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL UTILISATEUR(-TRICE)S</b>	<b>84 %</b>	<b>74 %</b>	<b>94 %</b>	<b>95 %</b>	<b>56 %</b>	<b>74 %</b>	82 %	<b>94 %</b>	<b>99 %</b>	<b>98 %</b>
Au cours du dernier mois	<b>74 %</b>	<b>66 %</b>	<b>81 %</b>	<b>83 %</b>	<b>47 %</b>	<b>69 %</b>	76 %	<b>81 %</b>	<b>82 %</b>	<b>85 %</b>
Au cours des trois derniers mois	<b>6 %</b>	5 %	<b>10 %</b>	6 %	3 %	<b>4 %</b>	4 %	9 %	<b>12 %</b>	7 %
Il y a plus de trois mois	<b>4 %</b>	3 %	3 %	<b>6 %</b>	5 %	2 %	3 %	4 %	5 %	5 %
Jamais	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	8 %	<b>8 %</b>	<b>12 %</b>	4 %	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>
Ne savent pas	<b>3 %</b>	5 %	3 %	1 %	9 %	5 %	3 %	1 %	1 %	0 %
Non-internautes	<b>7 %</b>	<b>12 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>27 %</b>	<b>13 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>

## 1.2 Moins d'adultes âgés de 35 à 54 ans utilisent Internet pour y effectuer des opérations bancaires

Entre 2022 et 2023, des trois groupes d'âge suivants, à savoir le groupe des adultes âgés de 18 à 34 ans, celui des 34 à 54 ans de même que celui des 55 ans et plus, on observe une baisse de l'ordre de 6 points de pourcentage (de 94 % en 2022 à 87 % en 2023) chez les adultes âgés de 35 à 54 ans quant à leur utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires. Pour la même période, aucun changement n'a été observé chez les adultes âgés de 18 à 34 ans, leur pourcentage d'utilisation étant toujours de 92 % en 2023. Et du côté des adultes âgés de 55 ans et plus, on observe une baisse de 2 points de pourcentage, leur pourcentage d'utilisation étant passé de 79 % en 2022 à 77 % en 2023.

Cette baisse observée de l'utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires chez les adultes âgés de 35 à 54 ans n'est certainement pas étrangère à la situation économique plus difficile qui sévit depuis au moins deux ans au Québec et dans le reste du Canada. Déjà en 2022, une étude de Statistique Canada montrait que près de la moitié des adultes canadiens âgés de 35 à 44 ans (46 %) et de ceux âgés de 45 à 54 ans (41 %) éprouvaient des difficultés à subvenir à leurs besoins financiers (*voir encadré au bas de la page*).

### UTILISATION D'INTERNET SELON L'ÂGE POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES (de 2020 à 2023)



Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

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

#### LES ADULTES ÂGÉS DE 35 À 54 ANS ONT DU MAL À RÉPONDRE À LEURS BESOINS FINANCIERS

À l'automne 2022, plus du tiers (35 %) des Canadiens déclaraient qu'il avait été difficile pour leur ménage de répondre à leurs besoins financiers au cours des 12 mois précédents. C'est près de la moitié (46 %) des personnes âgées de 35 à 44 ans qui ont éprouvé des difficultés à subvenir à leurs besoins financiers au cours des 12 mois précédents, soit la proportion la plus élevée parmi tous les groupes d'âge. Les personnes âgées de 45 à 54 ans (41 %) venaient ensuite, en proportion la plus élevée, et les personnes âgées de 65 ans et plus (25 %) étaient les moins susceptibles de déclarer des difficultés. De même, lorsqu'on leur demande si leur ménage pourrait faire face à une dépense imprévue de 500 \$ aujourd'hui, plus du tiers (35 %) des personnes âgées de 35 à 44 ans ont répondu qu'elles ne le pourraient pas, suivies par celles âgées de 45 à 54 ans (30 %). Les personnes âgées de 65 ans et plus (19 %) étaient les moins susceptibles d'avoir des difficultés à faire face à une dépense aussi imprévue.

Source : « Un Canadien sur quatre est incapable de faire face à une dépense imprévue de 500 \$ », Statistique Canada, février 2023, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/230213/dq230213b-eng.htm>

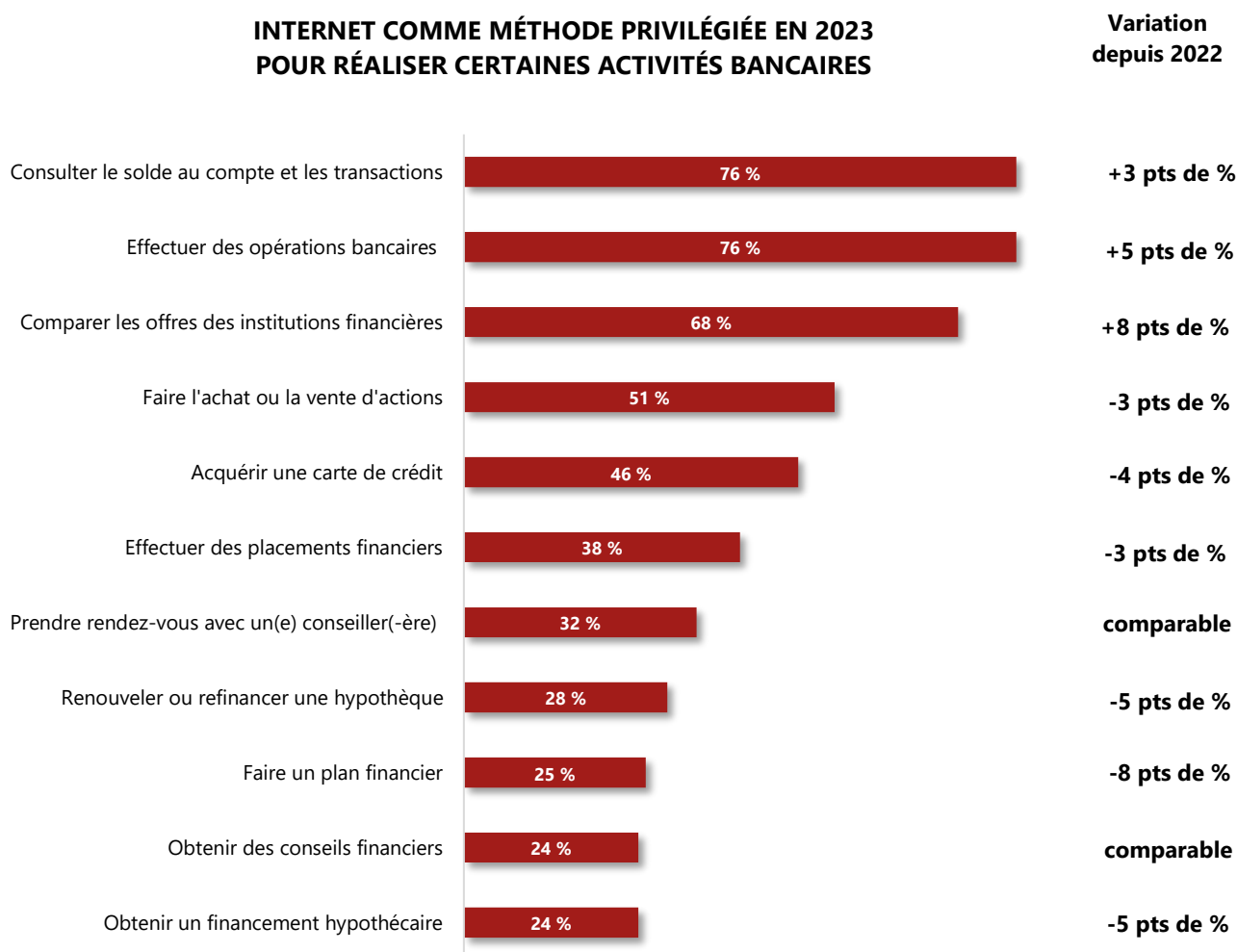


## 2. Méthode privilégiée pour réaliser certaines activités bancaires

### 2.1 En ligne ou non, le besoin de se faire assister pour des services bancaires est bien présent

Encore en 2023, les résultats de l'enquête montrent que les adultes québécois privilégient Internet pour réaliser plusieurs activités bancaires, dont la consultation de leurs soldes aux comptes (76 %), la réalisation d'opérations bancaires (76 %) et la comparaison des offres des institutions financières (68 %). Ces trois mêmes activités ont connu en 2023, par rapport à 2022, une hausse respective de 3, 5 et 8 points de pourcentage.

En contrepartie, les adultes québécois sont relativement moins nombreux à utiliser Internet en 2023 pour effectuer les activités suivantes : faire un plan financier (-8 points de pourcentage), obtenir un financement hypothécaire (-5 points de pourcentage), renouveler ou refinancer une hypothèque (-5 points de pourcentage), acquérir une carte de crédit (-4 points de pourcentage), faire l'achat ou la vente d'actions (-3 points de pourcentage) et effectuer des placements financiers (-3 points de pourcentage).



**Base : adultes québécois – excluant la mention « non applicable » (effectuer des placements financiers : n=926 / renouveler ou refinancer son hypothèque : n=662 / obtenir un financement hypothécaire : n=658 / faire un plan financier : n=801 / obtenir des conseils financiers : n=927 / acquérir une carte de crédit : n=888 / prendre rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère) : n=958 / effectuer des opérations bancaires : n=1 102 / comparer les offres des institutions financières : n=774 / faire l'achat ou la vente d'actions en ligne : n=598 / consulter le solde au compte et les transactions : n=1 125)**

*Question : De manière générale, quelle méthode privilégiez-vous pour réaliser chacune des activités suivantes ?*

Parmi les adultes québécois – excluant la mention « non applicable » Utilisation d'Internet (avec ou sans assistance ou le courriel)	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
	Consulter le solde au compte et les transactions	76 %	72 %	80 %	63 %	66 %	82 %	83 %	84 %	80 %
Effectuer des opérations bancaires	76 %	73 %	78 %	59 %	66 %	84 %	85 %	82 %	81 %	58 %
Comparer les offres des institutions financières	68 %	65 %	70 %	53 %	68 %	81 %	75 %	73 %	59 %	42 %
Faire l'achat ou la vente d'actions en ligne	51 %	55 %	47 %	54 %	59 %	81 %	59 %	43 %	18 %	16 %
Acquérir une carte de crédit	46 %	46 %	45 %	41 %	46 %	61 %	57 %	36 %	41 %	17 %
Effectuer des placements financiers	38 %	39 %	37 %	41 %	48 %	54 %	42 %	37 %	20 %	16 %
Prendre un rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère)	32 %	29 %	36 %	42 %	47 %	35 %	42 %	20 %	17 %	24 %
Renouveler ou refinancer une hypothèque	28 %	29 %	27 %	33 %	48 %	38 %	23 %	8 %	6 %	11 %
Faire un plan financier	25 %	27 %	22 %	38 %	33 %	28 %	26 %	24 %	7 %	15 %
Obtenir des conseils financiers	24 %	29 %	20 %	41 %	41 %	22 %	27 %	24 %	6 %	6 %
Obtenir un financement hypothécaire	24 %	24 %	23 %	34 %	44 %	26 %	21 %	4 %	2 %	3 %

Parmi les adultes québécois – excluant la mention « non applicable » Utilisation d'Internet (avec ou sans assistance ou le courriel)	Total 2023	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
	Consulter le solde au compte et les transactions	76 %	70 %	82 %	83 %	55 %	70 %	74 %	86 %	86 %
Effectuer des opérations bancaires	76 %	67 %	86 %	86 %	57 %	75 %	74 %	83 %	89 %	78 %
Comparer les offres des institutions financières	68 %	55 %	73 %	83 %	39 %	45 %	69 %	82 %	81 %	73 %
Faire l'achat ou la vente d'actions en ligne	51 %	41 %	66 %	59 %	31 %	32 %	35 %	64 %	78 %	57 %
Acquérir une carte de crédit	46 %	39 %	53 %	52 %	28 %	30 %	36 %	57 %	63 %	59 %
Effectuer des placements financiers	38 %	31 %	48 %	44 %	23 %	22 %	30 %	43 %	55 %	49 %
Prendre un rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère)	32 %	20 %	44 %	46 %	19 %	22 %	27 %	35 %	49 %	37 %
Renouveler ou refinancer une hypothèque	28 %	22 %	39 %	31 %	29 %	17 %	8 %	32 %	48 %	33 %
Faire un plan financier	25 %	25 %	27 %	24 %	21 %	18 %	14 %	27 %	48 %	25 %
Obtenir des conseils financiers	24 %	24 %	25 %	24 %	28 %	8 %	10 %	24 %	53 %	24 %
Obtenir un financement hypothécaire	24 %	19 %	35 %	24 %	21 %	21 %	5 %	26 %	42 %	30 %

Les adultes québécois privilégient cependant de faire en personne ou en visioconférence certaines activités bancaires dont les trois suivantes dans une plus forte proportion : la préparation d'un plan financier (48 %), l'obtention d'un prêt hypothécaire (45 %), l'obtention de conseils financiers (41 %) de même que le renouvellement ou le refinancement d'une hypothèque (39 %). En comparaison depuis 2022, ces activités ont d'ailleurs connu une variation à la hausse respective de 8, 5, 5 et 4 points de pourcentage. Ces résultats font ressortir le besoin encore très présent de se faire assister ou conseiller par des membres du personnel des institutions financières.

Pour sa part, le téléphone est privilégié surtout à des fins de prise de rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère) financier(-ère). En comparaison depuis 2022, une hausse de 10 points de pourcentage est observée.

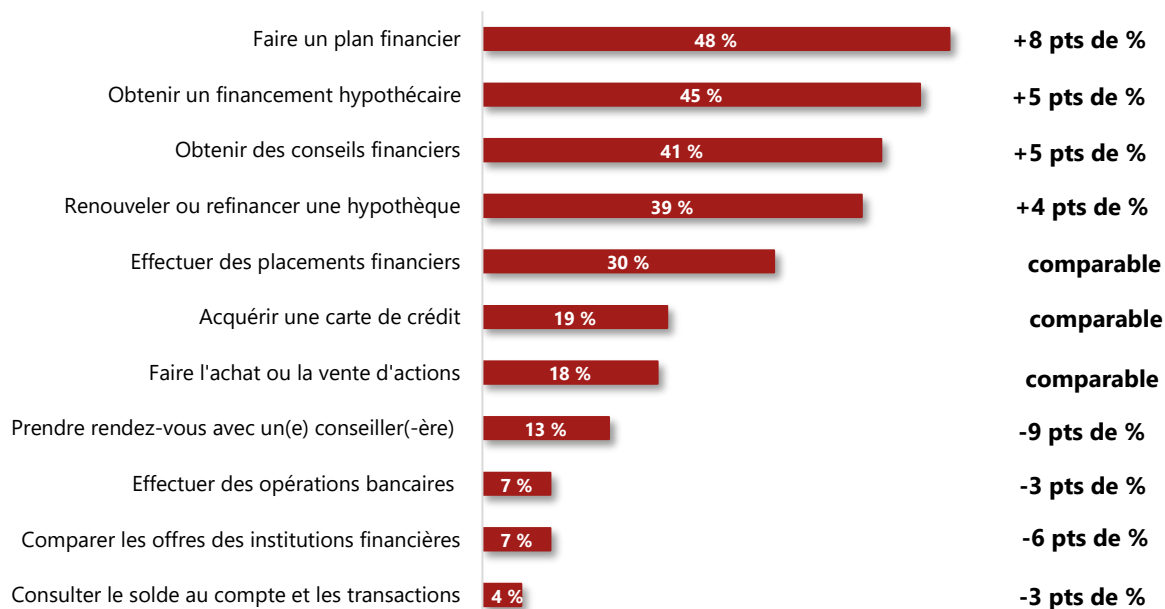
### UN DÉSIR CROISSANT DE LA PART DES CONSOMMATEURS ET CONSOMMATRICES POUR UNE EXPÉRIENCE BANCAIRE OMNICANALE

Aujourd'hui, les clients et clientes s'attendent à pouvoir interagir avec leur institution financière à travers de multiples canaux, tels que l'Internet, le mobile, les succursales bancaires et le téléphone. Ils veulent également pouvoir passer d'un canal à l'autre sans interruption et s'attendent à une expérience cohérente et unifiée. Selon un rapport mondial sur le secteur bancaire publié en 2021 par la firme de consultation Capgemini, près de 80 % des consommateurs et consommatrices s'attendent à une expérience bancaire omnicanale.

Source : « World Retail Banking Report », Capgemini, mars 2021, [https://prod.ucwce.capgemini.com/wp-content/uploads/2021/04/Infographic\\_WRRB\\_2021.pdf](https://prod.ucwce.capgemini.com/wp-content/uploads/2021/04/Infographic_WRRB_2021.pdf)

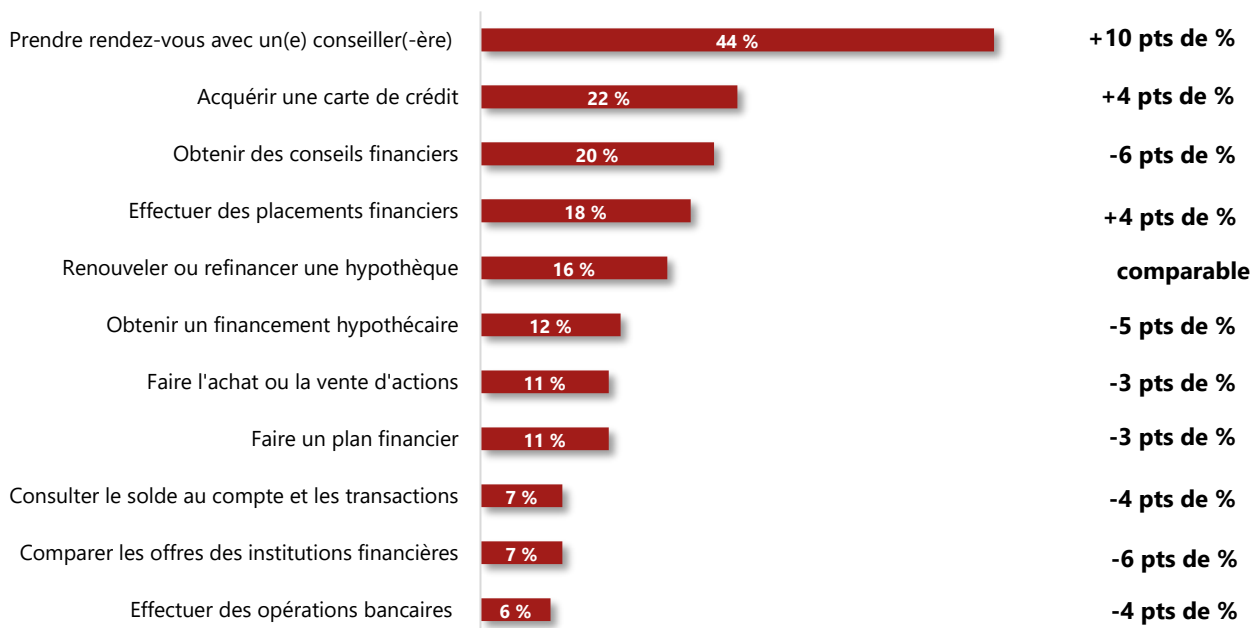
**EN PERSONNE OU PAR VISIOCONFÉRENCE  
COMME MÉTHODE PRIVILÉGIÉE EN 2023  
POUR RÉALISER CERTAINES ACTIVITÉS BANCAIRES**

Variation  
depuis 2022



**LE TÉLÉPHONE COMME MÉTHODE PRIVILÉGIÉE  
EN 2023 POUR RÉALISER CERTAINES ACTIVITÉS BANCAIRES**

Variation  
depuis 2022

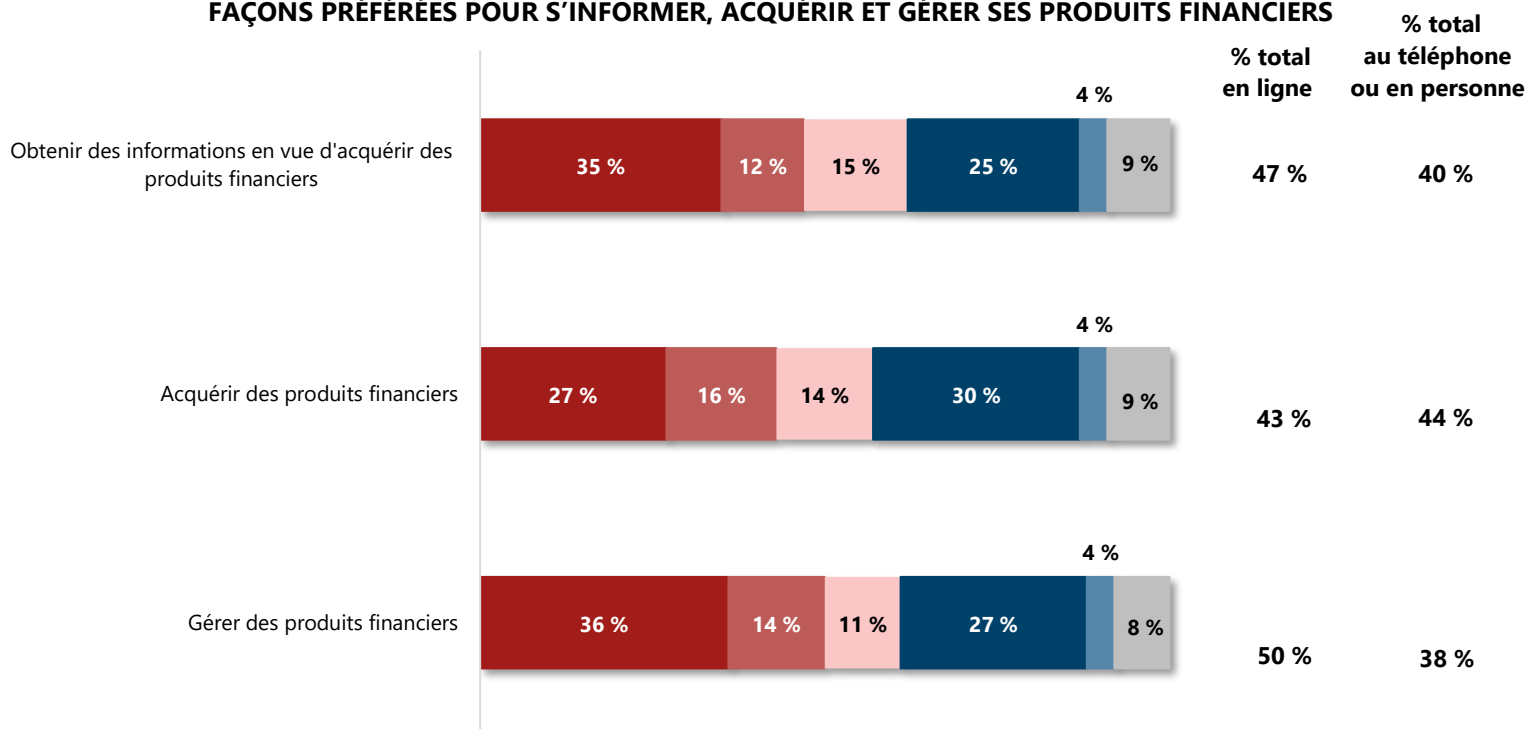


**Base : adultes québécois – excluant la mention « non applicable » (effectuer des placements financiers : n=926 / renouveler ou refinancer son hypothèque : n=662 / obtenir un financement hypothécaire : n=658 / faire un plan financier : n=801 / obtenir des conseils financiers : n=927 / acquérir une carte de crédit : n=888 / prendre rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère) : n=958 / effectuer des opérations bancaires : n=1 102 / comparer les offres des institutions financières : n=774 / faire l'achat ou la vente d'actions en ligne : n=598 / consulter le solde au compte et les transactions : n=1 125)**  
**Question : De manière générale, quelle méthode privilégiez-vous pour réaliser chacune des activités suivantes ?**

## 2.2 Façons préférées pour s'informer, acquérir et gérer ses produits financiers

Lorsqu'il est question de s'informer, d'acquérir ou de gérer leurs produits financiers, 33 % des adultes québécois mentionnent en moyenne préférer **le faire en ligne de façon autonome**, ce qui représente un peu plus d'un adulte sur trois. Plus spécifiquement, c'est **en ligne** que 35 % des adultes préfèrent obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers, 27 % acquérir des produits financiers et 36 % gérer leurs produits financiers. En contrepartie, ce sont, en 2023, plus de 50 % des adultes québécois qui préfèrent une façon « assistée » pour s'informer, acquérir ou gérer leurs produits financiers, que ce soit en ligne ou non. À cet effet, pour obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers, 12 % des adultes ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 15 % par téléphone et 25 % en personne. Pour acquérir des produits financiers, 16 % ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 14 % au téléphone et 30 % en personne. Enfin, pour gérer leurs produits financiers, 14 % ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 11 % par téléphone et 27 % en personne. Enfin, pour gérer leurs produits financiers, 14 % ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 11 % par téléphone et 27 % en personne. Enfin, pour gérer leurs produits financiers, 14 % ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 11 % par téléphone et 27 % en personne. Enfin, pour gérer leurs produits financiers, 14 % ont une préférence pour le faire en ligne avec assistance, 11 % par téléphone et 27 % en personne.

### FAÇONS PRÉFÉRÉES POUR S'INFORMER, ACQUÉRIR ET GÉRER SES PRODUITS FINANCIERS



■ En ligne de manière autonome ■ En ligne avec assistance ■ Au téléphone ■ En personne ■ Ne savent pas ■ Sans réponse

**Base :** adultes québécois – excluant la mention « non applicable » (obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers : n=935 / acquérir des produits financiers : n=884 / gérer des produits financiers : n=955)

**Question :** De manière générale, de quelle façon préférez-vous réaliser les actions suivantes ? a) Obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers / b) Acquérir des produits financiers / c) Gérer vos produits financiers

**Parmi les adultes québécois – excluant la mention « non applicable »**  
**Utilisation d'Internet**  
(avec ou sans assistance)

	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers	47 %	54 %	41 %	74 %	69 %	65 %	42 %	36 %	16 %	15 %
Acquérir des produits financiers	43 %	51 %	36 %	68 %	58 %	60 %	42 %	35 %	18 %	14 %
Gérer des produits financiers	50 %	55 %	45 %	76 %	58 %	61 %	60 %	38 %	32 %	21 %

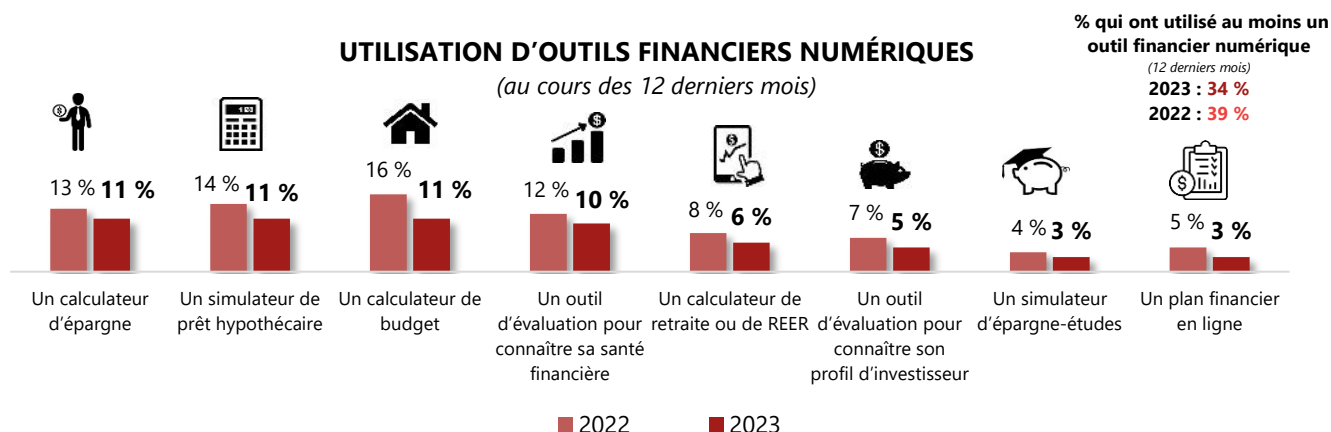
**Parmi les adultes québécois – excluant la mention « non applicable »**  
**Utilisation d'Internet**  
(avec ou sans assistance)

	Total 2023	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
Obtenir des informations en vue d'acquérir des produits financiers	47 %	38 %	55 %	58 %	33 %	15 %	33 %	58 %	72 %	65 %
Acquérir des produits financiers	43 %	38 %	46 %	50 %	30 %	18 %	35 %	57 %	58 %	59 %
Gérer des produits financiers	50 %	40 %	54 %	64 %	35 %	24 %	44 %	60 %	61 %	69 %

# 3. Outils financiers utilisés sur Internet

## 3.1 Utilisation d'outils financiers numériques au cours des 12 derniers mois

Aujourd'hui, les institutions financières offrent en ligne différents outils financiers numériques, comme des simulateurs de prêt hypothécaire et d'épargne-études, des outils d'évaluation pour connaître sa santé financière ou son profil d'investisseur, des outils servant à obtenir un plan financier en ligne ainsi que des calculateurs de budget, d'épargne, de retraite ou de REER. Au cours des 12 mois précédant notre enquête, 34 % des internautes québécois ont utilisé au moins un de ces outils financiers numériques sur le site d'une institution financière. Il s'agit d'une baisse de 5 points de pourcentage depuis 2022 alors que ce pourcentage était de 39 %. D'ailleurs, comparativement à 2022, le taux d'utilisation des outils financiers numériques a augmenté chez les 18 à 34 ans, passant de 60 % en 2022 à 67 % en 2023, mais il a diminué de 14 points de pourcentage chez les 35 à 54 ans (passant de 49 % en 2022 à 35 % en 2023) et aussi diminué de 4 points de pourcentage chez les 55 ans et plus (passant de 15 % en 2022 à 11 % en 2023).



Base : internautes québécois (n= 1 067 en 2023 et 1 027 en 2022)

Question : Au cours des 12 derniers mois, quel(s) outil(s) financier(s) parmi les suivants avez-vous personnellement utilisé(s) sur le site d'une institution financière ?

Parmi les internautes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL – ONT UTILISÉ AU MOINS UN OUTIL FINANCIER NUMÉRIQUE</b>	<b>34 %</b>	35 %	33 %	<b>74 %</b>	<b>63 %</b>	39 %	30 %	9 %	15 %	7 %
Un calculateur de budget	11 %	9 %	13 %	31 %	27 %	8 %	8 %	2 %	2 %	0 %
Un simulateur de prêt hypothécaire	11 %	9 %	13 %	20 %	24 %	15 %	13 %	1 %	2 %	1 %
Un calculateur d'épargne	11 %	11 %	11 %	29 %	27 %	16 %	6 %	1 %	0 %	0 %
Un outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	10 %	12 %	8 %	14 %	15 %	11 %	12 %	3 %	10 %	6 %
Un calculateur de retraite ou de REER	6 %	6 %	5 %	7 %	8 %	11 %	6 %	4 %	0 %	0 %
Un outil d'évaluation pour connaître son profil d'investisseur	5 %	5 %	6 %	10 %	10 %	9 %	3 %	2 %	3 %	0 %
Un plan financier en ligne	3 %	4 %	3 %	3 %	6 %	3 %	6 %	0 %	1 %	5 %
Un simulateur d'épargne-études	3 %	3 %	2 %	4 %	5 %	6 %	1 %	0 %	0 %	0 %

Parmi les internautes québécois	Total 2023	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
<b>TOTAL – ONT UTILISÉ AU MOINS UN OUTIL FINANCIER NUMÉRIQUE</b>	<b>34 %</b>	<b>25 %</b>	<b>43 %</b>	<b>44 %</b>	23 %	16 %	20 %	39 %	53 %	52 %
Un calculateur de budget	11 %	9 %	11 %	14 %	12 %	5 %	4 %	14 %	14 %	20 %
Un simulateur de prêt hypothécaire	11 %	9 %	12 %	14 %	6 %	4 %	4 %	16 %	19 %	19 %
Un calculateur d'épargne	11 %	9 %	11 %	15 %	9 %	3 %	7 %	19 %	14 %	18 %
Un outil d'évaluation pour connaître sa santé financière	10 %	6 %	17 %	13 %	4 %	8 %	10 %	8 %	14 %	11 %
Un calculateur de retraite ou de REER	6 %	4 %	5 %	10 %	4 %	1 %	2 %	7 %	5 %	12 %
Un outil d'évaluation pour connaître son profil d'investisseur	5 %	4 %	7 %	7 %	3 %	2 %	0 %	7 %	12 %	8 %
Un plan financier en ligne	3 %	2 %	4 %	5 %	2 %	1 %	0 %	6 %	3 %	5 %
Un simulateur d'épargne-études	3 %	1 %	3 %	5 %	0 %	1 %	3 %	4 %	1 %	3 %

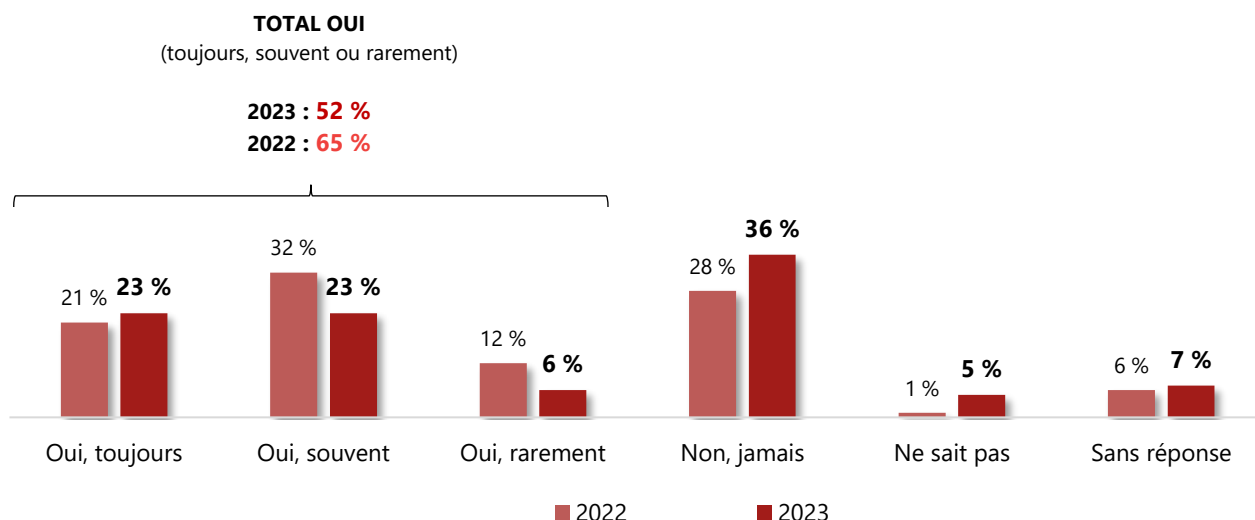
## 4. Utilisation des services bancaires mobiles

### 4.1 Utilisation d'applications mobiles de services bancaires offertes par une institution financière

En 2023, ce sont 52 % des adultes qui ont fait usage d'applications mobiles offertes par une institution financière, que ce soit à partir d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique, soit un résultat en baisse de 13 points de pourcentage depuis 2022 alors qu'ils étaient 65 % à en faire usage. Signalons que les adultes âgés de 18 à 54 ans de même que les diplômés d'études collégiales (65 %) et universitaires (68 %) sont plus nombreux à avoir utilisé ces applications mobiles au cours des 12 derniers mois.

#### UTILISATION D'APPLICATIONS MOBILES DE SERVICES BANCAIRES OFFERTES PAR UNE INSTITUTION FINANCIÈRE

(au cours des 12 derniers mois)



Base : adultes québécois (n=1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

Question : Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé... ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL OUI</b>	<b>52 %</b>	50 %	55 %	<b>87 %</b>	<b>78 %</b>	<b>69 %</b>	60 %	<b>36 %</b>	<b>25 %</b>	<b>12 %</b>
Oui, toujours	23 %	21 %	26 %	<b>36 %</b>	<b>36 %</b>	<b>45 %</b>	23 %	<b>13 %</b>	<b>5 %</b>	<b>3 %</b>
Oui, souvent	23 %	24 %	23 %	<b>43 %</b>	<b>36 %</b>	<b>18 %</b>	<b>29 %</b>	<b>16 %</b>	<b>16 %</b>	<b>7 %</b>
Oui, rarement	6 %	6 %	6 %	8 %	6 %	6 %	8 %	7 %	5 %	2 %
<b>NON, JAMAIS</b>	<b>36 %</b>	<b>39 %</b>	<b>34 %</b>	<b>10 %</b>	<b>12 %</b>	<b>29 %</b>	32 %	<b>54 %</b>	<b>55 %</b>	<b>55 %</b>
Ne savent pas	5 %	4 %	4 %	2 %	8 %	1 %	4 %	2 %	6 %	6 %
Sans réponse	7 %	7 %	7 %	<b>1 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>3 %</b>	8 %	<b>13 %</b>	<b>27 %</b>

Parmi les adultes québécois	Total 2023	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
<b>TOTAL OUI</b>	<b>52 %</b>	<b>40 %</b>	<b>65 %</b>	<b>68 %</b>	<b>39 %</b>	<b>30 %</b>	46 %	<b>65 %</b>	60 %	<b>78 %</b>
Oui, toujours	23 %	<b>19 %</b>	26 %	<b>31 %</b>	19 %	<b>13 %</b>	19 %	25 %	27 %	<b>41 %</b>
Oui, souvent	23 %	<b>17 %</b>	<b>32 %</b>	<b>29 %</b>	18 %	<b>13 %</b>	21 %	27 %	<b>29 %</b>	<b>31 %</b>
Oui, rarement	6 %	4 %	8 %	8 %	3 %	4 %	7 %	<b>12 %</b>	5 %	7 %
<b>NON, JAMAIS</b>	<b>36 %</b>	<b>43 %</b>	<b>31 %</b>	<b>27 %</b>	32 %	<b>48 %</b>	<b>44 %</b>	34 %	40 %	<b>20 %</b>
Ne savent pas	5 %	6 %	2 %	2 %	2 %	8 %	8 %	1 %	0 %	1 %
Sans réponse	7 %	<b>12 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>27 %</b>	<b>13 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>

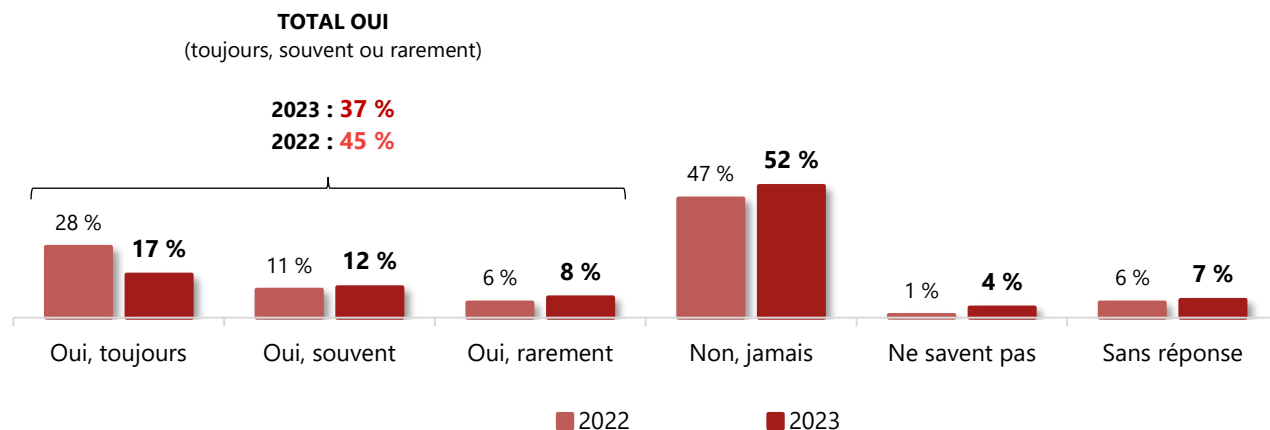
En comparaison, mentionnons qu'en 2023, 73 % des adultes québécois ont fait usage d'un ordinateur portable ou de table pour obtenir des services bancaires en ligne à partir d'un ou de sites Web d'institutions financières, ce qui représente une diminution de 5 points de pourcentage depuis 2022 alors qu'ils étaient 78 % à le faire.

## 4.2 Utilisation du paiement mobile au cours des 12 derniers mois

En ce qui concerne le paiement mobile sur téléphone intelligent au cours des 12 derniers mois, 37 % des adultes québécois affirment l'avoir utilisé en 2023 en utilisant des applications comme Apple Pay ou Google Pay. Il s'agit d'une baisse de 8 points de pourcentage comparativement à 2022 alors que les adultes québécois étaient 45 % à l'utiliser. Les adultes âgés de 18 à 44 ans ainsi que les diplômés d'études collégiales (50 %) et universitaires (47 %) sont plus nombreux, cette année, à avoir utilisé le paiement mobile au cours des 12 derniers mois.

### UTILISATION DU PAIEMENT MOBILE

(au cours des 12 derniers mois)



Base : adultes québécois (n=1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

Question : Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé... ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL OUI</b>	<b>37 %</b>	38 %	37 %	<b>81 %</b>	<b>77 %</b>	<b>51 %</b>	31 %	<b>17 %</b>	<b>8 %</b>	<b>6 %</b>
Oui, toujours	17 %	19 %	16 %	<b>55 %</b>	<b>38 %</b>	<b>26 %</b>	<b>8 %</b>	<b>5 %</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>
Oui, souvent	12 %	10 %	13 %	17 %	<b>26 %</b>	13 %	13 %	<b>4 %</b>	<b>4 %</b>	4 %
Oui, rarement	8 %	9 %	8 %	9 %	<b>14 %</b>	<b>12 %</b>	10 %	8 %	3 %	0 %
<b>NON, JAMAIS</b>	<b>52 %</b>	52 %	52 %	<b>15 %</b>	<b>13 %</b>	48 %	<b>62 %</b>	<b>70 %</b>	<b>75 %</b>	<b>67 %</b>
Ne savent pas	4 %	3 %	4 %	2 %	8 %	1 %	4 %	5 %	4 %	0 %
Sans réponse	7 %	7 %	7 %	1 %	2 %	1 %	3 %	8 %	<b>13 %</b>	<b>27 %</b>

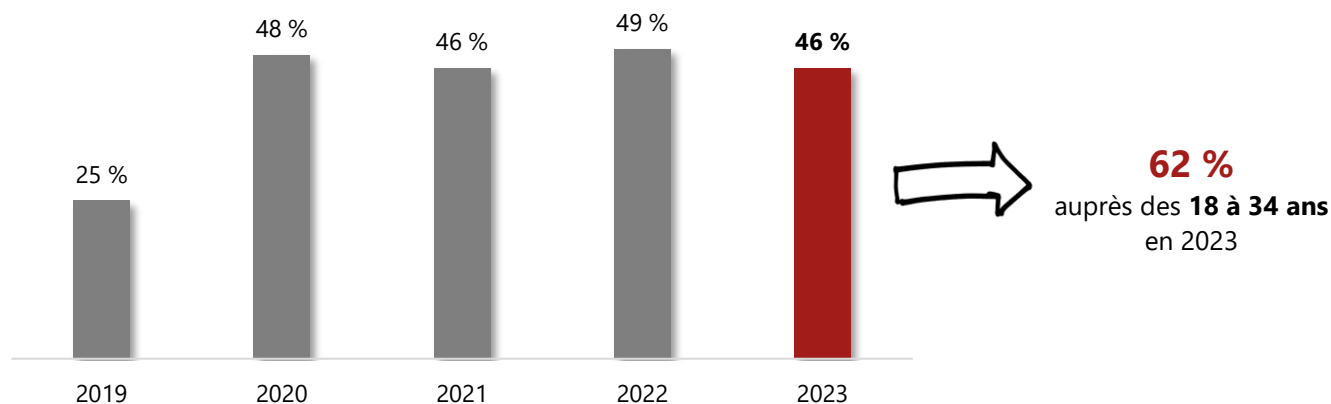
Parmi les adultes québécois	Total 2023	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>TOTAL OUI</b>	<b>37 %</b>	<b>28 %</b>	<b>50 %</b>	<b>47 %</b>	32 %	<b>16 %</b>	35 %	<b>46 %</b>	<b>48 %</b>	<b>56 %</b>
Oui, toujours	17 %	<b>13 %</b>	<b>23 %</b>	<b>23 %</b>	<b>8 %</b>	<b>8 %</b>	<b>8 %</b>	19 %	<b>32 %</b>	<b>32 %</b>
Oui, souvent	12 %	<b>7 %</b>	<b>17 %</b>	<b>16 %</b>	7 %	<b>6 %</b>	<b>16 %</b>	16 %	<b>8 %</b>	<b>17 %</b>
Oui, rarement	8 %	8 %	10 %	8 %	<b>16 %</b>	<b>2 %</b>	11 %	11 %	8 %	7 %
<b>NON, JAMAIS</b>	<b>52 %</b>	<b>54 %</b>	<b>47 %</b>	50 %	<b>38 %</b>	<b>64 %</b>	56 %	50 %	50 %	<b>43 %</b>
Ne savent pas	4 %	6 %	1 %	1 %	3 %	7 %	6 %	2 %	2 %	0 %
Sans réponse	7 %	<b>12 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>27 %</b>	<b>13 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>

### 4.3 Utilisation du dépôt mobile au cours des 12 derniers mois

Le pourcentage d'utilisation du dépôt mobile a connu une légère baisse de 3 points de pourcentage cette année, passant de 49 % en 2022 à 46 % en 2023, soit la même proportion que celle observée en 2021. En effet, au cours des 12 derniers mois précédant notre enquête, 46 % des détenteurs d'appareils mobiles, qu'il s'agisse de téléphones intelligents ou de tablettes électroniques, ont utilisé l'application mobile de leur institution financière pour y déposer un chèque transmis à partir d'une photo. L'utilisation du dépôt mobile est plus présente chez les femmes (50 %) que chez les hommes (43 %). Elle l'est aussi davantage chez les adultes âgés de 18 à 24 ans (67 %) et de ceux âgés de 25 à 34 ans (59 %) de même que ceux dont le revenu familial annuel est de 100 000 \$ et plus (64 %).

#### UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

(chez les détenteur(-trice)s de téléphone intelligent et/ou de tablette électronique)



**Base : détenteur(-trice)s de téléphone intelligent ou de tablette électronique (n= 958 en 2023, 964 en 2022, n=944 en 2021, 779 en 2020 et 823 en 2019)**

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

Parmi les détenteur(-trice)s de téléphone intelligent ou de tablette électronique	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>Total OUI</b>	<b>46 %</b>	43 %	50 %	67 %	59 %	50 %	44 %	38 %	27 %	35 %
<b>Total NON</b>	<b>47 %</b>	49 %	45 %	24 %	28 %	49 %	47 %	60 %	68 %	58 %
Non, n'ont eu aucun chèque à déposer	27 %	23 %	31 %	19 %	16 %	33 %	30 %	29 %	31 %	36 %
Non, l'ont déposé au comptoir	20 %	26 %	14 %	5 %	12 %	16 %	17 %	31 %	36 %	22 %
Ne savent pas	5 %	7 %	3 %	8 %	12 %	1 %	8 %	0 %	1 %	1 %
Non-internautes	2 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	1 %	2 %	5 %	6 %

Parmi les détenteur(-trice)s de téléphone intelligent ou de tablette électronique	Total 2023	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
<b>Total OUI</b>	<b>46 %</b>	40 %	53 %	53 %	38 %	32 %	40 %	55 %	46 %	64 %
<b>Total NON</b>	<b>47 %</b>	51 %	45 %	42 %	49 %	56 %	47 %	45 %	54 %	34 %
Non, n'ont eu aucun chèque à déposer	27 %	29 %	26 %	24 %	44 %	39 %	30 %	27 %	21 %	15 %
Non, l'ont déposé au comptoir	20 %	22 %	19 %	18 %	5 %	17 %	16 %	18 %	33 %	19 %
Ne savent pas	5 %	7 %	1 %	4 %	9 %	5 %	13 %	0 %	0 %	2 %
Non-internautes	2 %	3 %	1 %	0 %	4 %	7 %	0 %	0 %	0 %	0 %

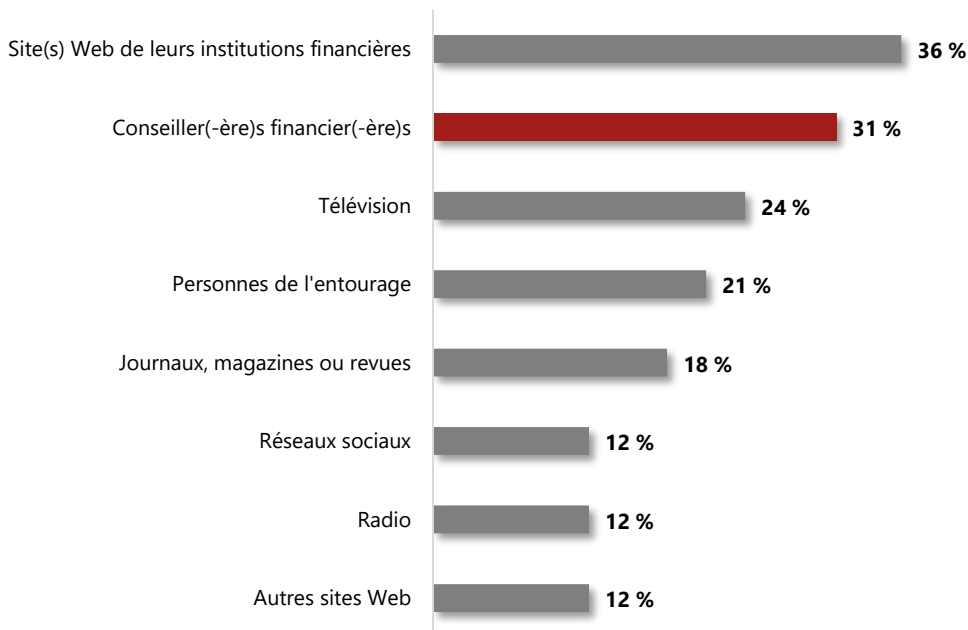


## 5. Importance du conseil dans le domaine financier

### 5.1 Les conseiller(-ère)s financier(-ère)s font partie des principales sources d'information utilisées

En 2023, les principales sources d'information financière utilisées comme références par les adultes québécois sont dans l'ordre décroissant les suivantes : les sites Web de leurs institutions financières (36 %), les conseiller(-ères) financiers(-ères) (31 %), la télévision (24 %), les personnes de l'entourage (21 %), les journaux, magazines ou revues (18 %), les réseaux sociaux (12 %), la radio (12 %) de même que les autres sites Web (12 %).

#### PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION FINANCIÈRE UTILISÉES COMME RÉFÉRENCES



Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023) – Mentions multiples

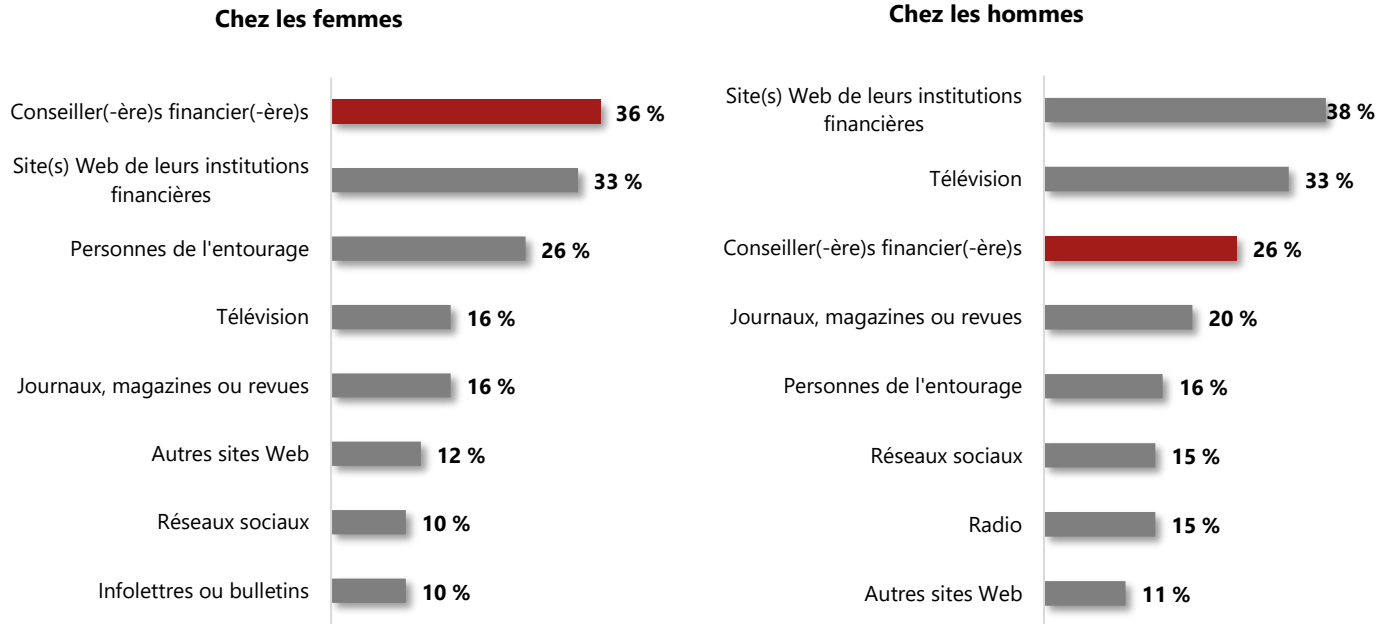
Question : Quelle(s) référence(s) utilisez-vous comme principale(s) source(s) d'information financière ?

Parmi les adultes québécois Mentions multiples	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Site Web des institutions financières	36 %	38 %	33 %	33 %	36 %	47 %	37 %	44 %	25 %	19 %
Conseiller(-ère)s financier(-ère)s	31 %	26 %	36 %	26 %	25 %	31 %	28 %	32 %	36 %	37 %
Télévision	24 %	33 %	16 %	24 %	16 %	18 %	23 %	35 %	28 %	20 %
Personnes de l'entourage	21 %	16 %	26 %	32 %	29 %	21 %	22 %	11 %	20 %	18 %
Journaux, magazines ou revues	18 %	20 %	16 %	11 %	25 %	12 %	16 %	16 %	22 %	23 %
Réseaux sociaux	12 %	15 %	10 %	27 %	30 %	13 %	10 %	2 %	4 %	4 %
Radio	12 %	15 %	9 %	21 %	12 %	13 %	7 %	19 %	9 %	3 %
Autres sites Web	12 %	11 %	12 %	15 %	13 %	16 %	14 %	8 %	10 %	4 %

Parmi les adultes québécois Mentions multiples	Total 2023	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
Site Web des institutions financières	36 %	32 %	40 %	41 %	25 %	23 %	38 %	43 %	53 %	35 %
Conseiller(-ère)s financier(-ère)s	31 %	24 %	32 %	44 %	7 %	22 %	34 %	31 %	32 %	46 %
Télévision	24 %	27 %	25 %	18 %	15 %	21 %	30 %	26 %	36 %	19 %
Personnes de l'entourage	21 %	18 %	26 %	23 %	20 %	20 %	24 %	25 %	16 %	26 %
Journaux, magazines ou revues	18 %	12 %	21 %	28 %	11 %	14 %	17 %	16 %	26 %	25 %
Réseaux sociaux	12 %	10 %	13 %	16 %	11 %	9 %	12 %	16 %	16 %	12 %
Radio	12 %	13 %	13 %	10 %	12 %	4 %	8 %	9 %	28 %	16 %
Autres sites Web	12 %	9 %	13 %	16 %	7 %	9 %	11 %	17 %	8 %	16 %

L'utilisation des sources d'information financière varie selon le genre et l'âge. D'abord, on observe que les hommes sont plus nombreux que les femmes à faire usage des sites Web des institutions financières (38 % contre 33 %), de la télévision (33 % contre 16 %), des réseaux sociaux (15 % contre 10 %) et de la radio (15 % contre 9 %). De leur côté, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à faire appel à un(e) conseiller(-ère) financier(-ère) (36 % contre 26 %) et à des personnes de leur entourage (26 % contre 16 %).

## PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION FINANCIÈRE UTILISÉES COMME RÉFÉRENCES



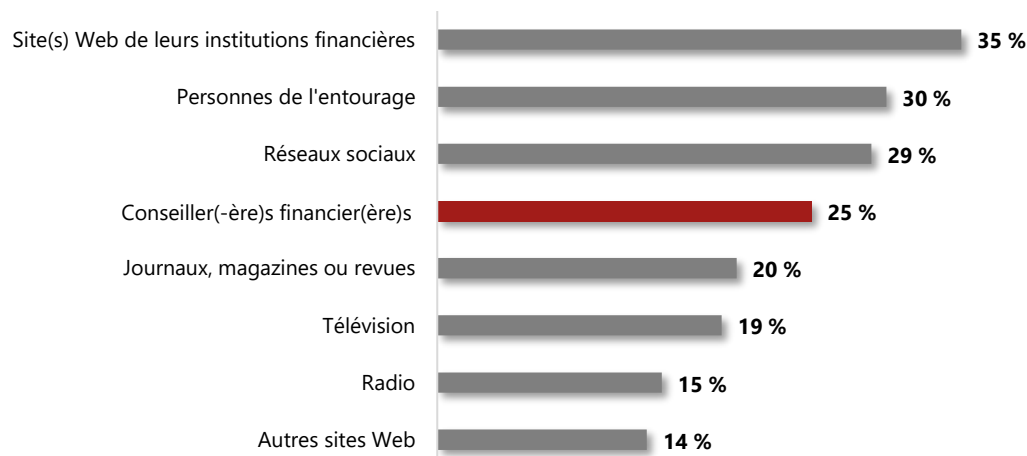
**Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023) – Mentions multiples**

Question : Quelle(s) référence(s) utilisez-vous comme principale(s) source(s) d'information financière ?

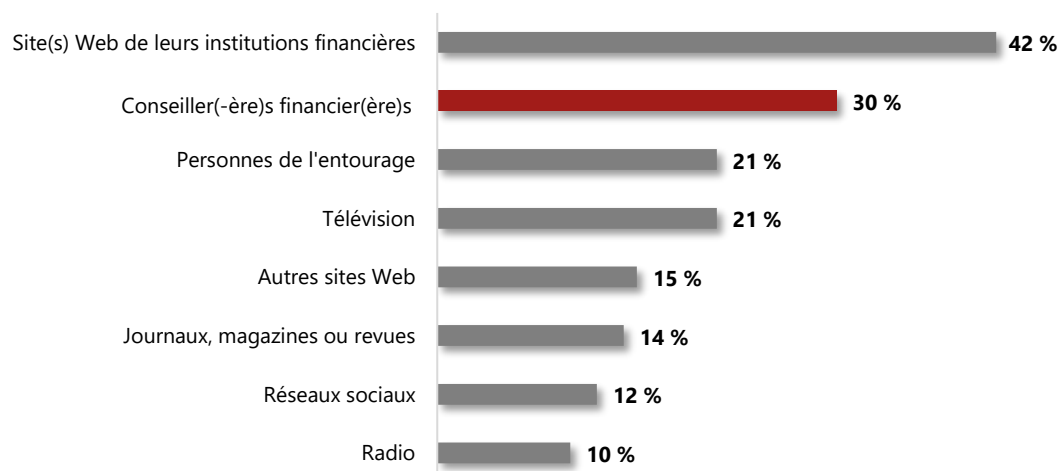
Sur la considération de l'âge, on remarque que, pour obtenir des informations financières, les adultes âgés de 18 à 34 ans font davantage confiance que ceux des autres groupes d'âge aux personnes de leur entourage (30 %), aux réseaux sociaux (29 %) et à la radio (15 %), alors que les adultes de 35 à 54 ans sont plus nombreux à utiliser les sites Web des institutions financières (42 %) de même que d'autres sites Web (15 %) pour s'informer sur les finances. Enfin, les 55 ans et plus privilégient davantage un rendez-vous avec un(e) conseiller(-ère) financier(-ère) (35 %) et préfèrent s'informer sur les finances par l'entremise de la télévision (29 %).

## PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION FINANCIÈRE UTILISÉES COMME RÉFÉRENCES

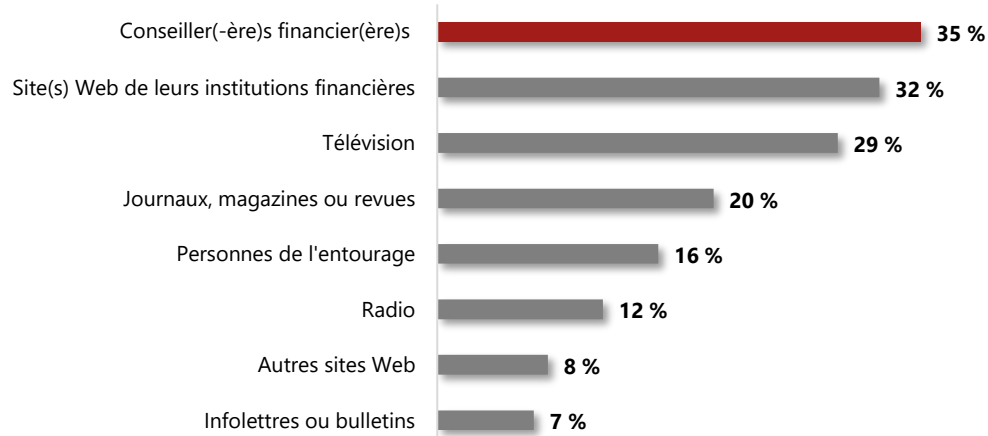
### Chez les adultes âgés de 18 à 34 ans



### Chez les adultes âgés de 35 à 54 ans



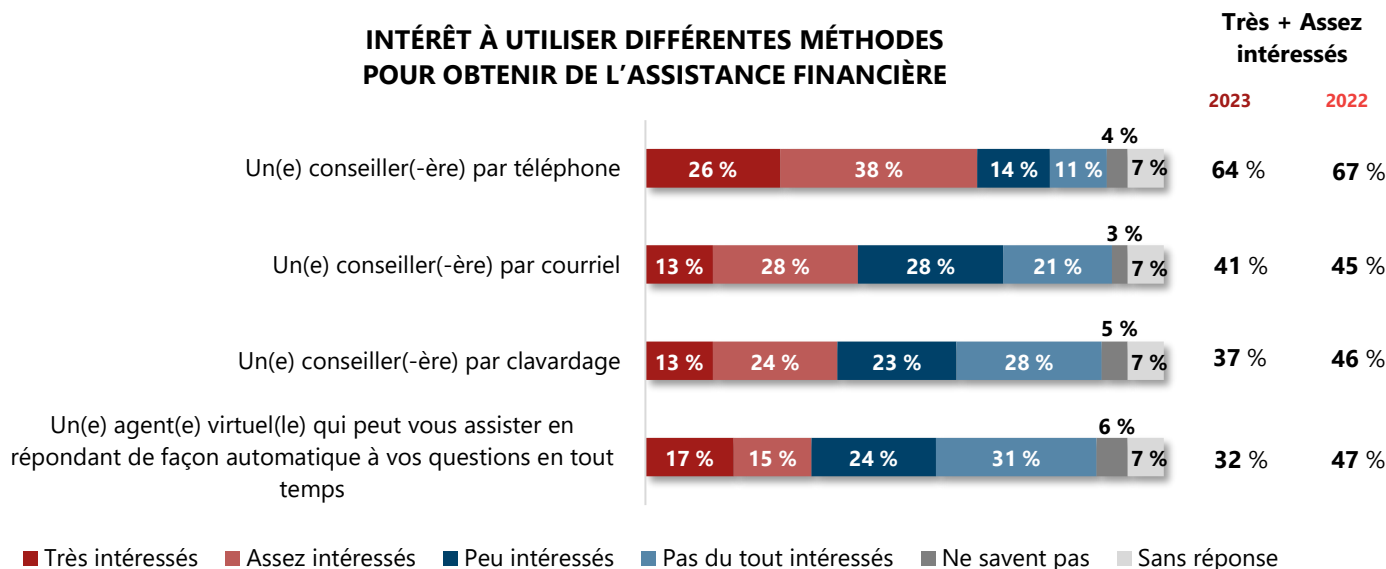
### Chez les adultes âgés de 55 ans et plus



## 5.2 Les adultes québécois préfèrent recevoir des conseils par téléphone

On a mentionné précédemment qu'en ligne ou non, le besoin de se faire assister pour des services bancaires est bien présent chez les adultes québécois. Pour obtenir des réponses de nature financière, 64 % des adultes privilégient un service d'assistance téléphonique via un(e) **conseiller(-ère) par téléphone**. Malgré une baisse de 3 points de pourcentage de cette mesure depuis 2022, signalons que des quatre méthodes évaluées, c'est cette méthode qui semble susciter chez les adultes québécois en 2023 le plus grand intérêt en contexte de besoin d'assistance financière.

On observe que 41 % des adultes souhaiteraient obtenir de l'assistance financière via un(e) **conseiller(-ère) par courriel**, ce qui représente une diminution de 4 points de pourcentage depuis 2022. Par **clavardage**, 37 % des adultes désireraient obtenir de l'assistance financière via un(e) conseiller(-ère), une proportion qui a chuté de 9 points de pourcentage depuis 2022. Enfin, 32 % des adultes en 2023 souhaiteraient obtenir de l'assistance financière via un(e) **agent(e) virtuel(le)** répondant de façon automatique aux questions en tout temps. Ce résultat représente une baisse significative de 15 points de pourcentage depuis 2022 alors que les adultes étaient 47 % à mentionner cet intérêt.



**Base : adultes québécois (n=1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)**

Question : Personnellement, dans quelle mesure souhaiteriez-vous utiliser les services d'assistance suivants lorsque vous avez des questions de nature financière ? a) Un(e) agent(e) virtuel(le) qui peut vous assister en répondant de façon automatique à vos questions en tout temps, b) Un(e) conseiller(-ère) par téléphone, c) Un(e) conseiller(-ère) par courriel, d) Un(e) conseiller(-ère) par clavardage

Parmi les adultes québécois % Très ou Assez intéressé(e)s	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Un(e) conseiller(-ère) par téléphone	63 %	63 %	64 %	75 %	72 %	62 %	61 %	59 %	62 %	53 %
Un(e) conseiller(-ère) par courriel	40 %	38 %	42 %	60 %	59 %	42 %	44 %	25 %	32 %	21 %
Un(e) conseiller(-ère) par clavardage	37 %	35 %	38 %	72 %	60 %	53 %	39 %	15 %	16 %	11 %
Un(e) agent(e) virtuel(le) répondant de façon automatique aux questions en tout temps	32 %	33 %	31 %	73 %	55 %	44 %	29 %	13 %	11 %	10 %

Parmi les adultes québécois % Très ou Assez intéressé(e)s	Total 2023	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
Un(e) conseiller(-ère) par téléphone	63 %	58 %	72 %	68 %	52 %	57 %	59 %	70 %	78 %	70 %
Un(e) conseiller(-ère) par courriel	40 %	29 %	50 %	55 %	24 %	28 %	36 %	53 %	50 %	54 %
Un(e) conseiller(-ère) par clavardage	37 %	28 %	47 %	47 %	34 %	23 %	27 %	42 %	50 %	50 %
Un(e) agent(e) virtuel(le) répondant de façon automatique aux questions en tout temps	32 %	25 %	43 %	38 %	29 %	16 %	25 %	47 %	41 %	46 %

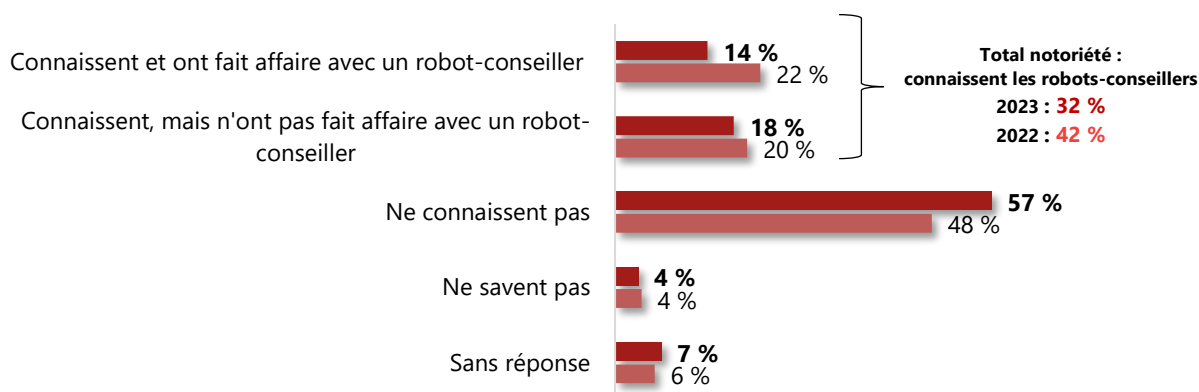
### 5.3 L'utilisation des robots-conseillers pour une planification financière est en baisse en 2023

Les robots-conseillers sont des plateformes en ligne de gestion de patrimoine qui utilisent des algorithmes informatiques pour fournir des conseils en matière de planification financière et d'investissement. Ces robots-conseillers sont conçus pour aider les personnes qui investissent à gérer leur argent et à atteindre leurs objectifs financiers, en utilisant des données personnelles et des informations sur leurs préférences pour créer un portefeuille d'investissement adapté. InvestCube de la Banque Nationale, Portefeuille futé de BMO et Wealthsimple en sont des exemples. En 2023, 32 % des adultes québécois connaissent ou ont déjà entendu parler des robots-conseillers, ce qui représente une diminution de 10 points de pourcentage par rapport à la situation en 2022 alors que 42 % des adultes connaissaient ou avaient déjà entendu parler de ceux-ci.

On constate en 2023 que le pourcentage d'utilisation des robots conseillers a diminué de 8 points de pourcentage depuis 2022. Encore une fois cette baisse est surtout observée chez les adultes âgés de 35 à 54 ans dont l'utilisation de robots-conseillers a diminué de 19 points de pourcentage, passant de 32 % à 13 %. En comparaison, celui observé chez les 18 à 34 ans a augmenté de 4 points de pourcentage soit de 36 % à 40 %, et celui chez les 55 ans et plus a diminué de 4 points de pourcentage, soit de 4 % à 0 %.

#### NOTORIÉTÉ ET UTILISATION DES ROBOTS-CONSEILLERS POUR UNE PLANIFICATION FINANCIÈRE

(au cours des 12 derniers mois)



Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

Question: Êtes-vous familier(-ère) avec les robots-conseillers lorsqu'il s'agit de votre planification financière ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL CONNAISSANT</b>	<b>32 %</b>	34 %	31 %	<b>71 %</b>	<b>59 %</b>	<b>42 %</b>	34 %	<b>9 %</b>	<b>10 %</b>	<b>11 %</b>
Connaissent et ont fait affaire avec un robot-conseiller	14 %	16 %	13 %	<b>52 %</b>	<b>33 %</b>	<b>19 %</b>	<b>7 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>
Connaissent, mais n'ont pas fait affaire avec un robot-conseiller	18 %	18 %	18 %	19 %	<b>27 %</b>	<b>23 %</b>	<b>27 %</b>	<b>8 %</b>	<b>10 %</b>	11 %
Ne connaissent pas	57 %	<b>55 %</b>	<b>60 %</b>	<b>25 %</b>	<b>32 %</b>	52 %	58 %	<b>80 %</b>	<b>75 %</b>	60 %
Ne savent pas	4 %	5 %	2 %	2 %	7 %	5 %	5 %	3 %	1 %	1 %
Non-internautes	7 %	7 %	7 %	<b>1 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>3 %</b>	8 %	<b>13 %</b>	<b>27 %</b>

Parmi les adultes québécois	Total 2023	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
<b>TOTAL CONNAISSANT</b>	<b>32 %</b>	<b>21 %</b>	<b>43 %</b>	<b>47 %</b>	<b>16 %</b>	<b>13 %</b>	<b>20 %</b>	38 %	<b>44 %</b>	<b>59 %</b>
Connaissent et ont fait affaire avec un robot-conseiller	14 %	<b>12 %</b>	13 %	<b>20 %</b>	7 %	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>	<b>21 %</b>	<b>23 %</b>	<b>29 %</b>
Connaissent, mais n'ont pas fait affaire avec un robot-conseiller	18 %	<b>9 %</b>	<b>30 %</b>	<b>27 %</b>	10 %	<b>9 %</b>	14 %	16 %	21 %	<b>30 %</b>
Ne connaissent pas	57 %	<b>64 %</b>	<b>52 %</b>	<b>48 %</b>	51 %	<b>72 %</b>	<b>71 %</b>	61 %	55 %	<b>36 %</b>
Ne savent pas	4 %	4 %	4 %	3 %	5 %	2 %	7 %	1 %	1 %	4 %
Non-internautes	7 %	<b>12 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>27 %</b>	<b>13 %</b>	<b>2 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>

# 6. Notoriété et achat ou vente de la monnaie virtuelle

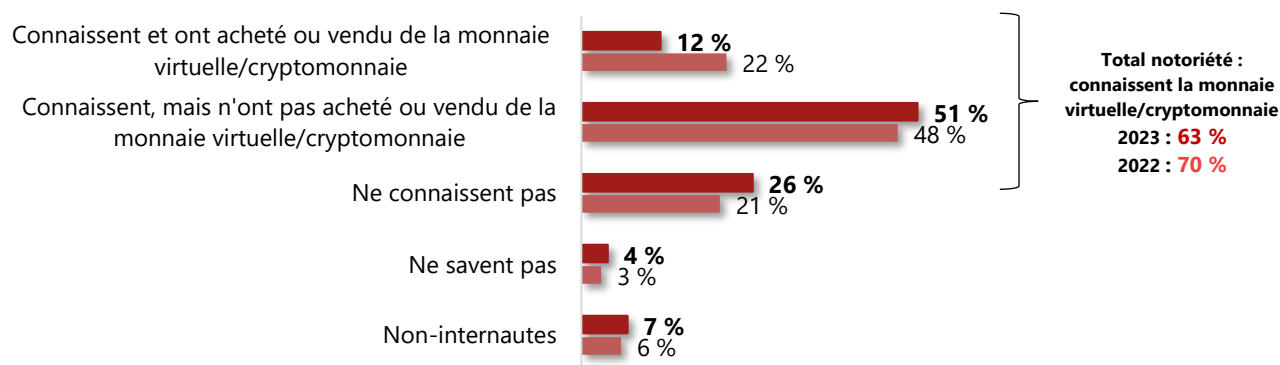
## 6.1 L'utilisation de la monnaie virtuelle ou de la cryptomonnaie est en baisse en 2023

En 2023, près des deux tiers des adultes québécois, soit 63 %, connaissent ou ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle, communément appelée *cryptomonnaie*, comme le Bitcoin et l'Ethereum. Cette proportion est en baisse de 7 points de pourcentage par rapport à 2022 alors que 70 % des adultes connaissaient ou avaient déjà entendu parler de la monnaie virtuelle. Ce sont par ailleurs 12 % des adultes québécois qui affirment avoir déjà acheté ou vendu ce type de monnaie au cours des 12 derniers mois, ce qui représente une baisse significative de 10 points de pourcentage. Bien que la diminution du taux d'utilisation de la monnaie virtuelle depuis 2022 ait été observée chez les 18 à 34 ans avec -4 points de pourcentage et chez les 55 ans et plus avec -4 points de pourcentage), elle est observée de façon beaucoup plus importante chez les adultes âgés de 35 à 54 ans qui ont vu leur pourcentage d'utilisation baisser de 22 points de pourcentage en un an, passant de 32 % en 2022 à 10 % en 2023.

Qu'ils en aient ou non acheté ou vendu au cours des 12 derniers mois, les hommes (69 %) sont relativement plus nombreux que les femmes (58 %) à connaître la monnaie virtuelle. De la même façon, la notoriété de la monnaie virtuelle est plus importante chez les adultes âgés de 18 à 34 ans et chez les diplômés d'études collégiales (78 %) ou universitaires (80 %).

### NOTORIÉTÉ ET ACHAT OU VENTE DE LA MONNAIE VIRTUELLE/CRYPTOMONNAIE

(au cours des 12 derniers mois)



Base : adultes québécois (n= 1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

Question : Connaissez-vous la monnaie virtuelle, communément appelée la cryptomonnaie, comme le Bitcoin et l'Ethereum ?

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>TOTAL CONNAISSENT</b>	<b>63 %</b>	<b>69 %</b>	<b>58 %</b>	<b>85 %</b>	<b>77 %</b>	68 %	59 %	<b>52 %</b>	61 %	<b>40 %</b>
Connaissent et ont déjà acheté ou vendu de la monnaie virtuelle/cryptomonnaie	12 %	15 %	9 %	40 %	32 %	16 %	4 %	0 %	0 %	0 %
Connaissent, mais n'ont jamais acheté ou vendu de la monnaie virtuelle/cryptomonnaie	51 %	53 %	49 %	45 %	45 %	52 %	56 %	51 %	61 %	40 %
Ne connaissent pas	26 %	19 %	33 %	13 %	12 %	26 %	32 %	39 %	26 %	30 %
Ne savent pas	4 %	6 %	2 %	1 %	9 %	6 %	6 %	1 %	1 %	3 %
Non-internautes	7 %	7 %	7 %	1 %	2 %	1 %	3 %	8 %	13 %	27 %

Parmi les adultes québécois	Total 2023	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
<b>TOTAL CONNAISSENT</b>	<b>63 %</b>	<b>49 %</b>	<b>78 %</b>	<b>80 %</b>	<b>38 %</b>	<b>43 %</b>	62 %	<b>81 %</b>	<b>79 %</b>	<b>79 %</b>
Connaissent et ont déjà acheté ou vendu de la monnaie virtuelle/cryptomonnaie	12 %	9 %	13 %	17 %	11 %	3 %	8 %	15 %	18 %	22 %
Connaissent, mais n'ont jamais acheté ou vendu de la monnaie virtuelle/cryptomonnaie	51 %	40 %	64 %	64 %	27 %	40 %	54 %	66 %	61 %	56 %
Ne connaissent pas	26 %	33 %	19 %	17 %	29 %	42 %	28 %	18 %	21 %	16 %
Ne savent pas	4 %	6 %	1 %	1 %	6 %	2 %	8 %	0 %	1 %	4 %
Non-internautes	7 %	12 %	2 %	2 %	27 %	13 %	2 %	1 %	0 %	1 %

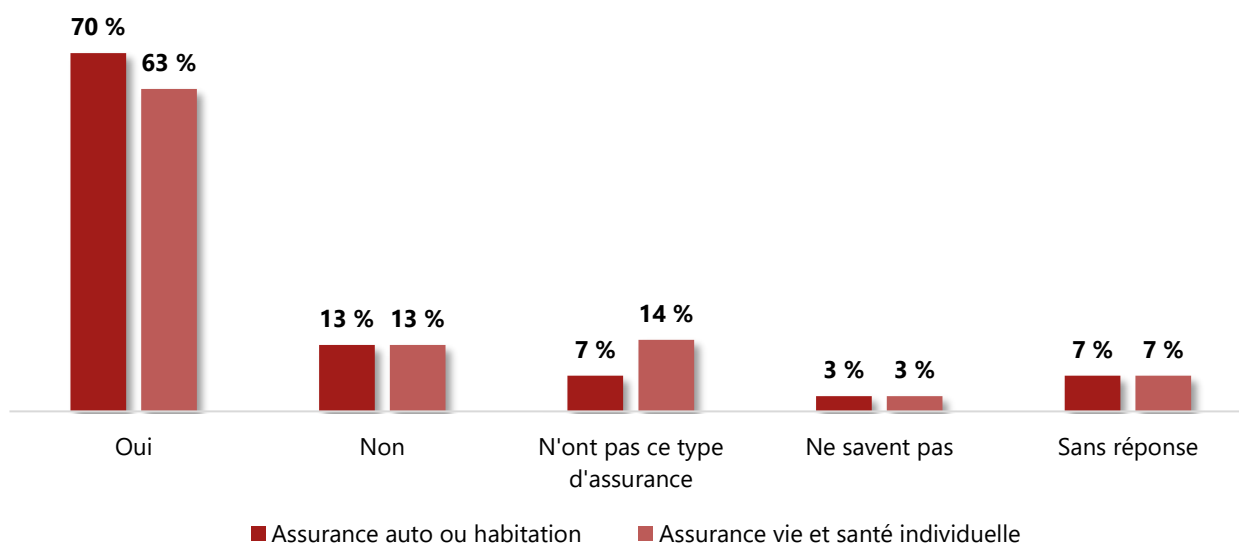
## 7. Magasinage en ligne des assurances

Comparativement à 2022, l'utilisation d'Internet a diminué en popularité en 2023, que ce soit pour faire une demande de soumission, un achat ou une réclamation d'assurance. À titre d'exemple, lors de l'étape de la demande de soumission pour une assurance auto ou habitation, les adultes responsables de magasiner l'assurance au sein de leur foyer étaient 43 % à faire la demande en ligne en 2022, et ils sont désormais 35 % à le faire ainsi en 2023. Cela représente une baisse de 8 points de pourcentage. On observe aussi la même tendance du côté de l'assurance vie et santé individuelle. Alors qu'ils étaient 37 % à utiliser Internet en 2022 pour faire une demande de soumission, ils sont maintenant 30 % à le faire ainsi en 2023. Cela représente une diminution de 7 points de pourcentage. À l'étape de l'achat des assurances, l'usage des moyens numériques a chuté de 8 points de pourcentage pour l'assurance auto ou habitation et de 7 points de pourcentage pour l'assurance vie et santé individuelle en 2023 par rapport à 2022. Enfin, à l'étape de la réclamation d'assurance, on remarque aussi une diminution de la popularité du numérique, que ce soit pour l'assurance auto ou habitation (-5 points de pourcentage) ou l'assurance vie et santé individuelle (-7 points de pourcentage).

### 7.1 Profil des adultes qui magasinent les assurances

Que ce soit pour eux personnellement ou pour leur ménage, près des trois quarts des adultes interrogés (70 %) s'occupent de magasiner l'assurance auto ou habitation, alors qu'ils sont près des deux tiers (63 %) à le faire pour de l'assurance vie et santé individuelle.

#### ADULTES S'OCCUPANT DU MAGASINAGE D'ASSURANCES POUR LE MÉNAGE (assurance de type auto/habitation ou vie/santé individuelle)



Base : adultes québécois (n = 1 137 en 2023 et 1 073 en 2022)

Questions : Parlez maintenant des services d'assurances. Que ce soit pour vous personnellement ou pour votre ménage, êtes-vous la personne qui s'occupe de magasiner... ? a) l'assurance auto ou habitation, b) l'assurance vie et santé individuelle.

Parmi les adultes québécois	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Assurance auto ou habitation	70 %	71 %	70 %	68 %	67 %	66 %	70 %	81 %	75 %	58 %
Assurance vie et santé individuelle	63 %	63 %	62 %	51 %	57 %	65 %	64 %	70 %	70 %	47 %

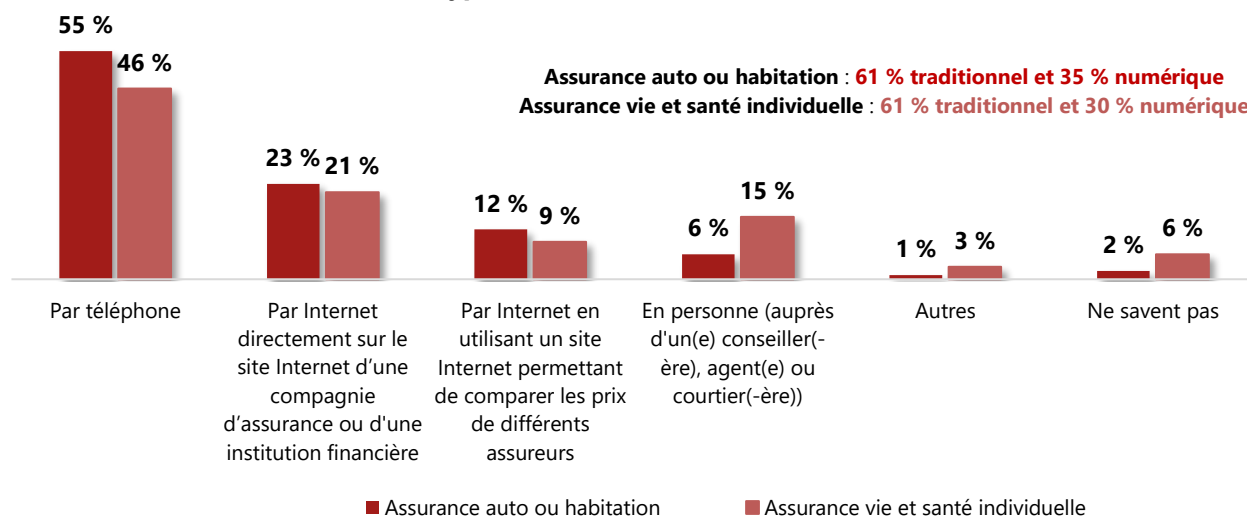
Parmi les adultes québécois	Total 2023	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
Assurance auto ou habitation	70 %	65 %	73 %	78 %	39 %	65 %	74 %	83 %	77 %	82 %
Assurance vie et santé individuelle	63 %	62 %	59 %	66 %	37 %	58 %	69 %	71 %	65 %	74 %

## 7.2 Premier réflexe à différentes étapes du processus de magasinage des assurances

### Lors de la demande d'une soumission

Peu importe le type d'assurances (assurance auto ou habitation ou assurance vie et santé individuelle), on observe, en 2023, que 61 % des adultes québécois impliqués dans le magasinage de ces produits privilégient, à l'étape de la demande d'une soumission, des moyens plus traditionnels (téléphone ou mode présentiel). Également, pour une assurance auto ou habitation, les adultes âgés de 25 à 34 ans (58 %) de même que ceux de 45 à 54 ans (57 %) sont plus nombreux à avoir comme premier réflexe de demander une soumission d'assurance par Internet. Du côté de l'assurance vie et santé individuelle, les adultes âgés de 18 à 54 ans optent davantage pour Internet pour ce type d'assurance.

### MOYENS UTILISÉS POUR DEMANDER UNE SOUMISSION D'ASSURANCE (assurance de type auto/habitation ou vie/santé individuelle)



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ... a) auto ou habitation (n= 801 en 2023 et 798 en 2022), b) vie et santé individuelle (n= 711 en 2023 et 656 en 2022)

Questions : Quel est votre premier réflexe pour demander une soumission lorsque vous magasinez pour une assurance automobile ou habitation ? / une assurance vie et santé individuelle ? Le faites-vous... ? a) par téléphone, b) par Internet, c) en personne

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	55 %	55 %	55 %	63 %	40 %	47 %	36 %	75 %	64 %	50 %
Par Internet	35 %	36 %	36 %	33 %	58 %	42 %	57 %	15 %	22 %	29 %
En personne	6 %	6 %	7 %	3 %	1 %	7 %	4 %	7 %	10 %	15 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	46 %	47 %	46 %	50 %	39 %	38 %	27 %	66 %	52 %	49 %
Par Internet	30 %	29 %	29 %	44 %	49 %	39 %	44 %	12 %	15 %	2 %
En personne	15 %	14 %	17 %	4 %	12 %	20 %	13 %	16 %	15 %	23 %

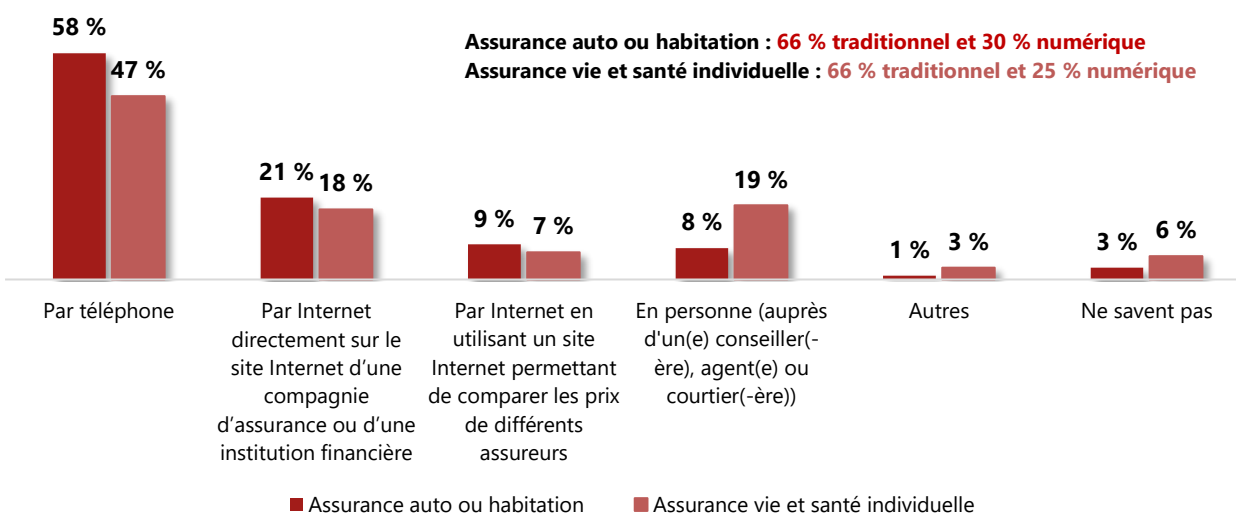
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	Prim. / Second.	Collégial	Univ.	< 20 k\$	20 à 39 k\$	40 à 59 k\$	60 à 79 k\$	80 à 99 k\$	100 k\$ et plus
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	55 %	61 %	51 %	48 %	63 %	65 %	48 %	45 %	52 %	56 %
Par Internet	35 %	27 %	43 %	46 %	29 %	20 %	36 %	48 %	40 %	40 %
En personne	6 %	9 %	5 %	3 %	8 %	10 %	12 %	5 %	5 %	3 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	46 %	52 %	44 %	38 %	56 %	64 %	38 %	37 %	45 %	44 %
Par Internet	30 %	22 %	31 %	40 %	34 %	10 %	33 %	34 %	38 %	36 %
En personne	15 %	17 %	12 %	14 %	6 %	11 %	22 %	18 %	14 %	13 %



## Lors de l'achat de l'assurance

Au moment de l'achat d'une assurance, 66 % des adultes s'occupant du magasinage de l'assurance auto ou habitation et de l'assurance vie et santé individuelle privilégient conclure la transaction via des moyens traditionnels, comme par téléphone ou en personne. Pour l'achat d'une assurance vie et santé individuelle, on constate qu'à cette étape, le comportement diffère un peu de celui observé pour l'assurance auto ou habitation. En effet, même si le contact par téléphone demeure la méthode la plus populaire (47 %) pour l'achat d'une assurance vie et santé individuelle, il y a tout de même 19 % des adultes qui affirment préférer avoir une rencontre en personne pour faire l'achat de ce type d'assurance. On constate également à cette étape que pour l'achat de l'un ou l'autre de ces deux types d'assurance, il y a une plus forte proportion d'adultes âgés de 18 à 54 ans qui optent pour conclure cette transaction sur Internet. Notons aussi que les hommes (33 %) sont plus nombreux que les femmes (28 %) à opter pour Internet lors de l'achat d'une assurance auto ou habitation.

### MOYENS UTILISÉS POUR FAIRE L'ACHAT D'UNE ASSURANCE (assurance de type auto/habitation ou vie/santé individuelle)



Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ... a) auto ou habitation (n= 801 en 2023 et 798 en 2022), b) vie et santé individuelle (n= 711 en 2023 et 656 en 2022)

Questions : Quel est votre premier réflexe quand vient le temps de souscrire votre assurance automobile ou habitation/vie et santé individuelle ? Le faites-vous... ? a) par téléphone, b) par Internet, c) en personne

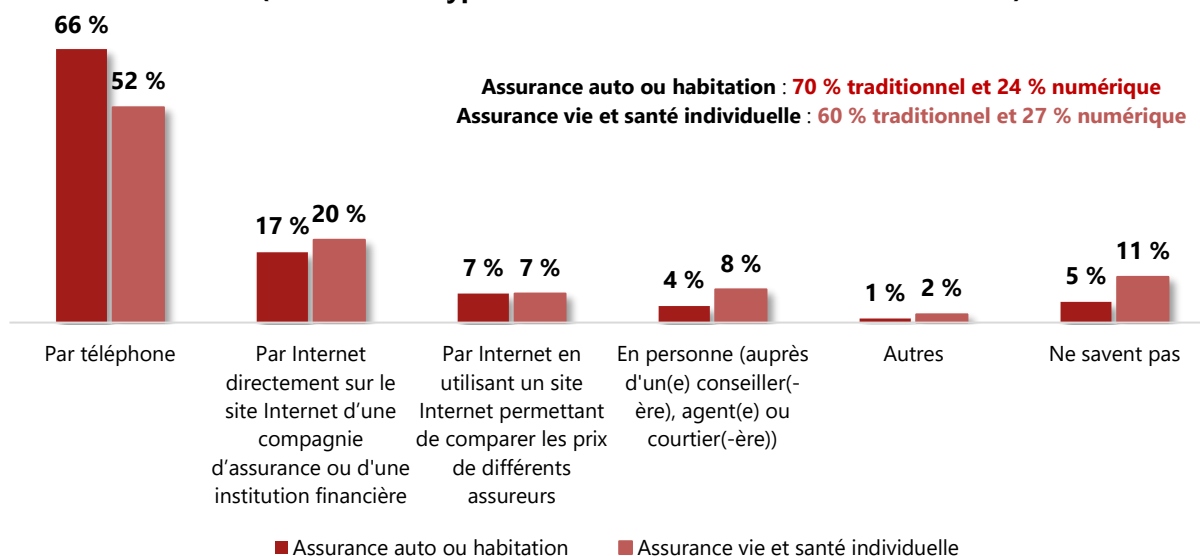
Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	58 %	57 %	60 %	39 %	49 %	44 %	45 %	82 %	72 %	56 %
Par Internet	30 %	33 %	28 %	52 %	42 %	43 %	43 %	10 %	17 %	18 %
En personne	8 %	6 %	11 %	5 %	8 %	10 %	6 %	6 %	10 %	18 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	47 %	46 %	48 %	45 %	46 %	40 %	32 %	67 %	46 %	48 %
Par Internet	24 %	23 %	25 %	39 %	48 %	33 %	37 %	7 %	9 %	2 %
En personne	19 %	19 %	19 %	10 %	5 %	25 %	19 %	18 %	28 %	21 %

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	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
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	58 %	69 %	50 %	46 %	68 %	64 %	59 %	49 %	59 %	53 %
Par Internet	30 %	20 %	38 %	43 %	10 %	15 %	30 %	40 %	36 %	42 %
En personne	8 %	8 %	11 %	7 %	17 %	14 %	11 %	9 %	5 %	5 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	47 %	51 %	46 %	40 %	46 %	58 %	43 %	35 %	51 %	46 %
Par Internet	24 %	19 %	25 %	33 %	26 %	13 %	23 %	32 %	28 %	31 %
En personne	19 %	19 %	17 %	21 %	18 %	12 %	26 %	24 %	16 %	19 %

## Lors de la réclamation d'assurance

Lors d'une réclamation d'assurance, on observe encore une fois en 2023 que la plupart des adultes qui magasinent les assurances optent pour des méthodes traditionnelles, soit le téléphone ou la rencontre en personne. En effet, 70 % des adultes québécois responsables de magasiner leur assurance privilégient le mode « téléphone » ou « en personne » lors d'une réclamation d'assurance auto ou habitation, et 60 % lors d'une réclamation d'assurance vie et santé individuelle. D'ailleurs, signalons qu'encore une fois cette année, une plus forte proportion d'adultes utilisent Internet pour une réclamation d'assurance vie et santé comparativement à une réclamation d'assurance auto ou habitation, soit respectivement 27 % et 24 % des adultes. Également, mentionnons que les adultes âgés de 18 à 54 ans sont plus nombreux à utiliser Internet lors d'une réclamation d'assurance, et ce, peu importe le type d'assurance.

### MOYENS UTILISÉS POUR FAIRE UNE RÉCLAMATION D'ASSURANCE (assurance de type auto/habitation ou vie/santé individuelle)



**Base : adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ... a) auto ou habitation (n= 801 en 2023 et 798 en 2022), b) vie et santé individuelle (n= 711 en 2023 et 656 en 2022)**

Questions : Quel est votre premier réflexe quand vient le temps de faire une réclamation pour une assurance automobile ou habitation/vie et santé individuelle ? Le faites-vous... ? a) par téléphone, b) par Internet, c) en personne

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	66 %	66 %	66 %	40 %	45 %	55 %	63 %	84 %	82 %	80 %
Par Internet	24 %	25 %	23 %	52 %	46 %	35 %	30 %	6 %	3 %	11 %
En personne	4 %	3 %	5 %	4 %	7 %	4 %	0 %	4 %	4 %	4 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	52 %	50 %	55 %	38 %	42 %	46 %	35 %	66 %	65 %	68 %
Par Internet	27 %	25 %	29 %	48 %	41 %	38 %	37 %	13 %	11 %	8 %
En personne	8 %	9 %	7 %	12 %	12 %	5 %	6 %	8 %	6 %	10 %

Parmi les adultes québécois qui sont responsables de magasiner l'assurance ...	Total 2023	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
<b>AUTO OU HABITATION</b>										
Par téléphone	66 %	72 %	62 %	59 %	70 %	74 %	76 %	64 %	57 %	58 %
Par Internet	24 %	16 %	29 %	33 %	14 %	9 %	17 %	27 %	37 %	35 %
En personne	4 %	4 %	3 %	4 %	4 %	4 %	2 %	6 %	3 %	3 %
<b>VIE ET SANTÉ INDIVIDUELLE</b>										
Par téléphone	52 %	59 %	51 %	42 %	45 %	65 %	53 %	48 %	50 %	49 %
Par Internet	27 %	18 %	27 %	42 %	25 %	7 %	23 %	29 %	40 %	34 %
En personne	8 %	9 %	5 %	7 %	12 %	6 %	8 %	7 %	8 %	9 %

# NETendances 2023

## Thèmes des fascicules

- Portrait numérique des régions
- Maison intelligente
- **Services bancaires en ligne**
- Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados
- Portrait numérique des foyers québécois
- Famille numérique
- Commerce électronique
- Services gouvernementaux en ligne, données citoyennes et cybersécurité
- Aînés connectés
- Portrait numérique des générations

## Restez à l'affût



### Abonnez-vous à notre infolettre

[atn.ulaval.ca/infolettre](https://atn.ulaval.ca/infolettre)

### Suivez-nous sur

Facebook	@atn.ulaval
LinkedIn	@atn.ulaval
Twitter	@atn_ulaval

L'**Académie de la transformation numérique** (ATN) a été créée dans le but de répondre aux besoins des ministères, des organisations publiques et des municipalités en matière de transformation numérique.

Née d'un partenariat entre l'**Université Laval** et le **gouvernement du Québec**, l'ATN permet à ces organisations d'assumer un véritable rôle de **leader du numérique** et de soutenir leur personnel 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**, l'ATN positionne l'humain au cœur de sa démarche et est engagée dans le développement d'une culture durable du numérique en exerçant un rôle de premier plan dans l'évolution des talents et plus globalement, de la société.



Académie de la  
transformation  
numérique



UNIVERSITÉ  
LAVAL