

# NETendances 2024

Édition 2024 · Volume 15 · Numéro 02

## Assurance de dommages

**ATN** Académie de la  
transformation  
numérique

Avec la collaboration de



# L'assurance peut-elle se passer du contact humain?

Faire notre épicerie, gérer nos REER, réserver un voyage: nombreuses sont les expériences que l'on peut désormais réaliser en complète autonomie depuis nos appareils, sans jamais avoir besoin de parler à un autre être humain. Le domaine de l'assurance de dommages ne fait pas exception: de la demande de soumission à la déclaration de sinistre, de plus en plus d'assureurs offrent la possibilité de vivre ces expériences en ligne de façon autonome. Pourtant, notre enquête révèle que la population du Québec n'est pas encore prête pour un basculement complet vers le tout numérique. Seulement 35 % des personnes assurées au Québec se disent à l'aise à l'idée d'acheter leur assurance en ligne en totale autonomie, et 41 % sont mal à l'aise à l'idée de faire une déclaration de sinistre par Internet.

Contrairement à d'autres secteurs, l'assurance implique souvent des moments émotionnellement chargés, notamment en cas de sinistres. La clientèle s'attend à un accompagnement personnalisé et à une forme d'empathie que les outils numériques, aussi performants soient-ils, peinent encore à reproduire. Nos données suggèrent que l'échange humain est perçu comme nécessaire pour naviguer dans les détails complexes d'une police d'assurance et pour trouver du réconfort face à un processus parfois intimidant.

Faut-il voir dans cette résistance une barrière insurmontable à la numérisation de l'assurance? Probablement pas. Les services en ligne continuent d'évoluer, tout comme les attentes et les comportements des personnes assurées. De plus, l'intelligence artificielle promet d'importantes avancées dans la personnalisation de l'expérience en ligne. Toutefois, un équilibre entre numérique et humain reste, pour l'instant, indispensable. L'avenir de l'assurance ne repose peut-être pas sur des expériences exclusivement en libre-service, mais sur la capacité à combiner l'efficacité du numérique avec la réassurance et l'empathie offertes par le contact humain, surtout dans des moments clés de la vie des clients et clientes.

## Équipe de projet

### **Astrid Alemao**

Recherche marketing

✉ astrid.alemao@atn.ulaval.ca

### **Guillaume Dubé**

Statistiques

### **Inès Kolli, PhD**

Recherche marketing

## Équipe d'édition

### **Nolwenn Béguéret-Rivière**

Communications

### **Mathilda Noël**

Révision linguistique

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

L'enquête NETendances 2024 est réalisée par l'**Académie de la transformation numérique** (ATN) de l'**Université Laval** et financée par le **gouvernement du Québec**, **Hydro-Québec** et **Promutuel Assurance**.



# Table des matières

Méthodologie	5
Faits saillants	6
Relation d'affaires avec son assureur	7
Critère de choix de son assurance automobile ou habitation	8
Durée de la relation d'affaires avec son assureur	10
Expérience en ligne et communication avec son assureur	11
Moyens de communication préférés	12
Premier réflexe à différentes étapes du parcours client	13
Évaluation globale de l'expérience en ligne	15
Soumission d'assurance et achat de police	16
Avantage de la soumission d'assurance en ligne	17
Inconvénients de la soumission d'assurance en ligne	18
Attente envers les formulaires de soumission en ligne	19
Achat de police en ligne	20
Réclamation et déclaration de sinistre	21
Déclaration de sinistre en ligne	22
Espace client en ligne et application mobile	24
Utilisation des espaces clients en ligne et application mobile	25
Aisance à réaliser certaines actions dans son espace client ou son application mobile	26
Tableaux	27

Merci aux partenaires financiers  
des enquêtes NETendances



Dépôt légal : 2024 Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada. ISSN (PDF) : (1923-6565)  
L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou  
reproduite à moins d'une autorisation écrite de l'ATN.  
Mention de sources : Adobe Stock

**Le plus recommandé**  
des assureurs grand public

**PROMUTUEL**  
ASSURANCE

**LÀ**

Partenaire  
du NETendances  
2024!

Promutuel Assurance se réserve le droit de choisir les risques qu'elle souscrit. Promutuel Assurance est l'assureur grand public le plus recommandé d'après un sondage réalisé par SOM du 22 mai au 3 juin 2024 auprès d'adultes québécois détenant une assurance auto ou habitation émise par un assureur de dommages autorisé à exercer au Québec.

**DEMANDEZ-NOUS UNE SOUMISSION : 1-8-PROMUTUEL** [promutuelassurance.ca](https://promutuelassurance.ca)





# Méthodologie

Pour réaliser le volet « Assurance de dommages » de l'enquête NETendances 2024, nous avons procédé à une collecte de données du 3 au 31 mai 2024, au cours de laquelle nous avons interrogé 1 068 internautes du Québec de 18 ans et plus via le Web. À ces personnes répondantes ont été ajoutées des personnes non-internautes issues de la collecte téléphonique annuelle de l'enquête. Ces résultats ont ensuite été pondérés en fonction du genre, de l'âge, de la région, de la langue et du niveau de scolarité afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes du Québec.

La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à  $\pm 3,0\%$  pour la base des adultes et pour celle des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

## Notes :

- Il est possible que la somme des résultats présentés ne soit pas égale à 100 % puisqu'il s'agit de pourcentages arrondis.
- Les tableaux complets des résultats, historiquement présentés sur la même page que les graphiques, se trouvent dorénavant à la fin du rapport (à partir de la page 27).
- Ce rapport présente parfois les données en fonction du genre: homme ou femme. Notre questionnaire offre aux personnes ne s'identifiant ni à l'un ni à l'autre la possibilité de sélectionner une troisième option. Pour cette collecte, il s'agit de 0,4 % des personnes répondantes. Cette faible proportion ne nous permet pas de créer un groupe statistiquement représentatif des personnes ne s'identifiant ni au genre féminin ni au genre masculin, expliquant pourquoi nos tableaux ne présentent que ces deux genres.



# Faits saillants

## Assurances habitation et automobile

**65 %** des personnes assurées jugent leur expérience en ligne avec leur assureur positive.



L'expérience de soumission en ligne n'influe que très peu le choix de son assureur.  
**Le prix est le principal facteur de décision.**

Les deux moyens de communication préférés des personnes assurées avec leur assurance sont:

 **77 %**  
courriel

 **59 %**  
téléphone

**59 %**

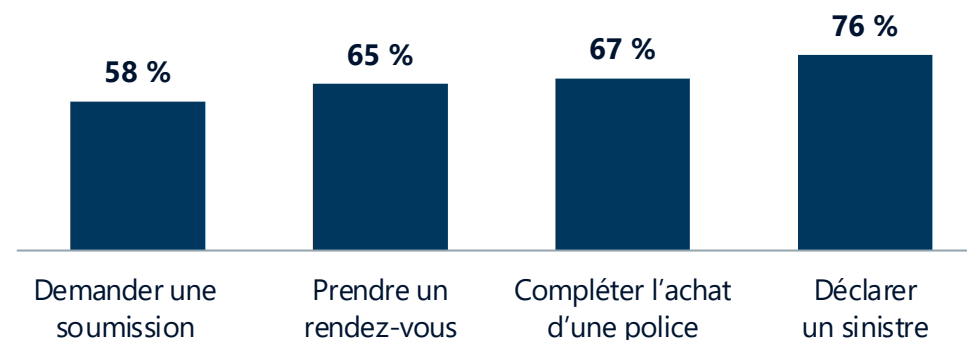
des personnes assurées ne sont abonnées à aucun canal de communication de leur assureur. 12 % sont abonnées à leur infolettre.

**58 %**

des personnes assurées qui savent que leur assureur propose une application en ligne n'ont jamais utilisé celle-ci.

Téléphoner à son assureur est le premier réflexe des personnes assurées à toutes ces étapes de leur parcours client:

Premier réflexe = téléphone



**46 %**

des 18-34 ans ont comme premier réflexe de demander une soumission en ligne, contre

**27 %**

des 55 ans et plus.

**48 %**

des 18-34 ans sont à l'aise à l'idée d'acheter leur assurance en ligne sans jamais parler à un(e) agent(e), contre

**23 %**

des 55 ans et plus.



# Relation d'affaires avec son assureur



## Le prix:

# le critère principal dans le choix de son assurance habitation ou automobile

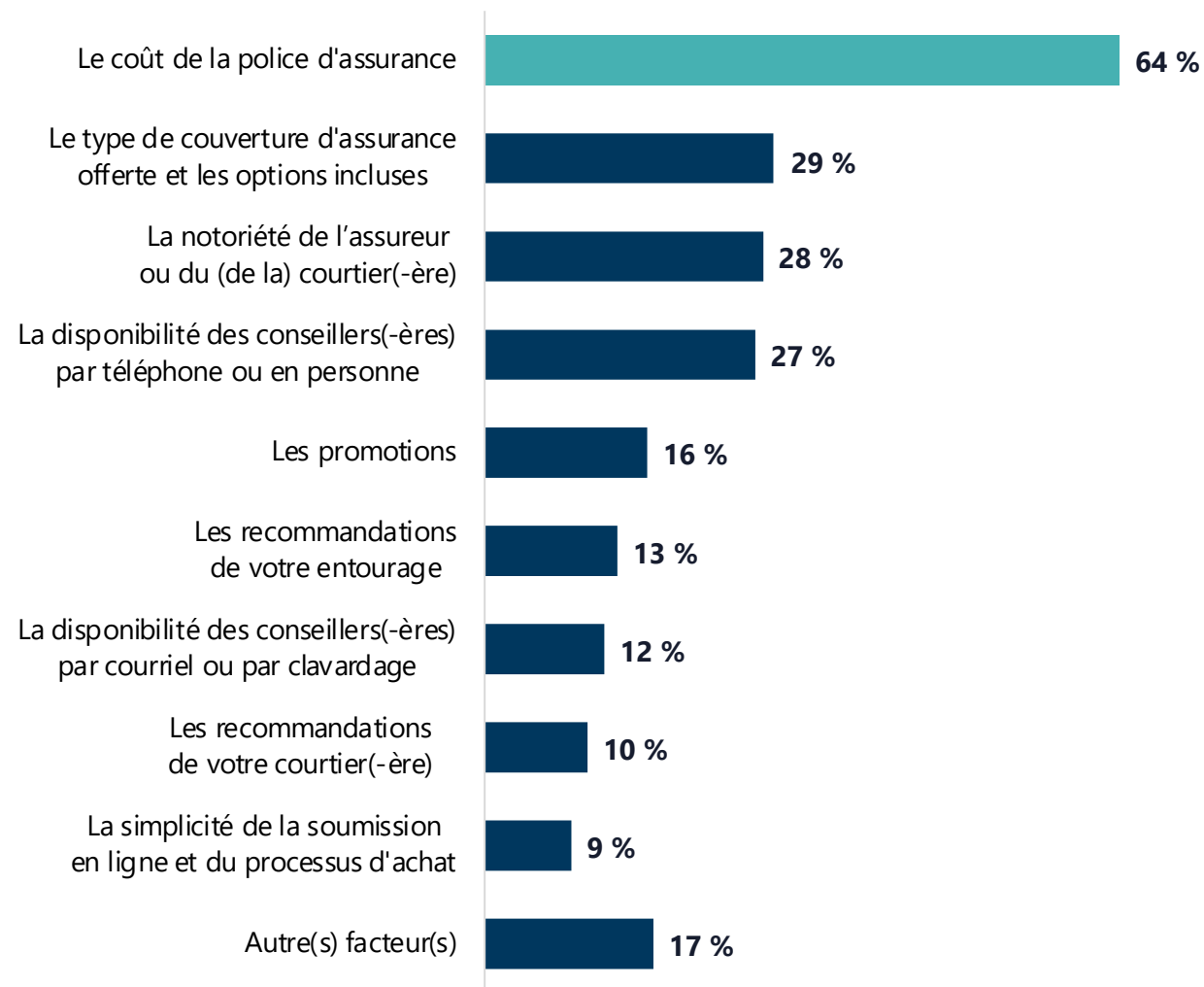
La majorité des personnes assurées (64 %) a sélectionné **le prix** comme facteur principal influençant son choix d'assureur. C'est le seul critère mentionné par plus de la moitié des personnes interrogées, **sans variations significatives entre les différentes tranches d'âge**.

On observe également que la disponibilité des conseillers(-ères) par téléphone (27 %) est jugée plus importante que leur accessibilité par courriel ou clavardage (12 %).

Enfin, l'expérience de soumission en ligne ne ressort pas comme un facteur d'achat déterminant (9 %).

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
Si vous pensez à votre compagnie d'assurance actuelle, quels éléments parmi les suivants ont le plus influencé votre choix d'assurance automobile ou habitation?

### Principaux facteurs de choix de sa compagnie d'assurance automobile ou habitation





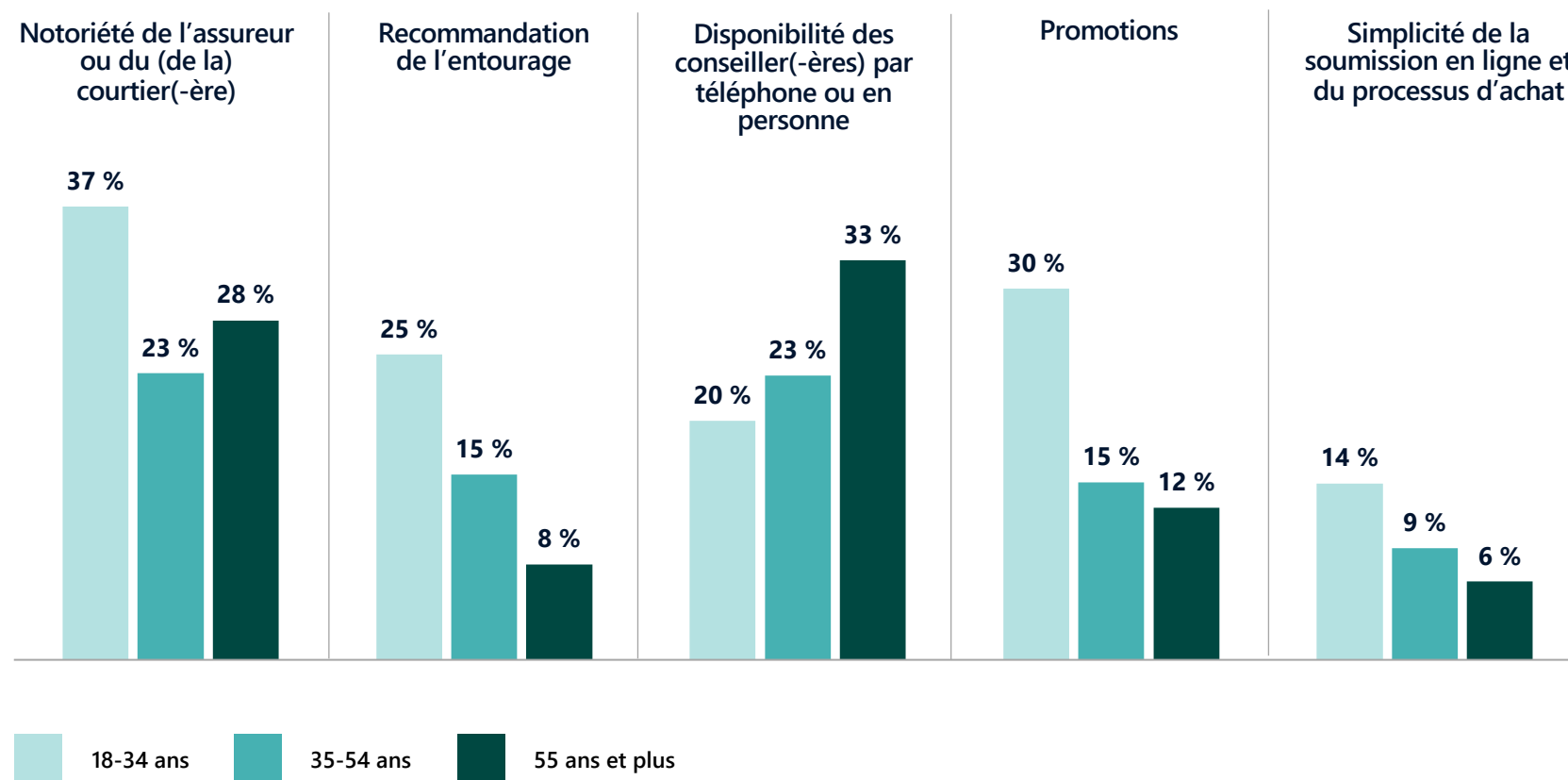
# Choix de son assureur: des critères qui varient selon la tranche d'âge

Certains des critères de sélection d'un assureur présentés à la page précédente **varient significativement selon la tranche d'âge**.

Par exemple, chez les adultes de 18 à 34 ans, la notoriété de l'assureur ou du (de la) courtier(-ère), les recommandations de l'entourage, les promotions, ainsi que l'expérience de soumission en ligne influencent davantage leur décision que pour les générations plus âgées.

En revanche, chez les adultes de 55 ans et plus, la disponibilité de l'assureur par téléphone ou en personne est un facteur beaucoup plus important que pour les jeunes générations.

Différences significatives dans certains critères de choix d'une assurance selon la tranche d'âge

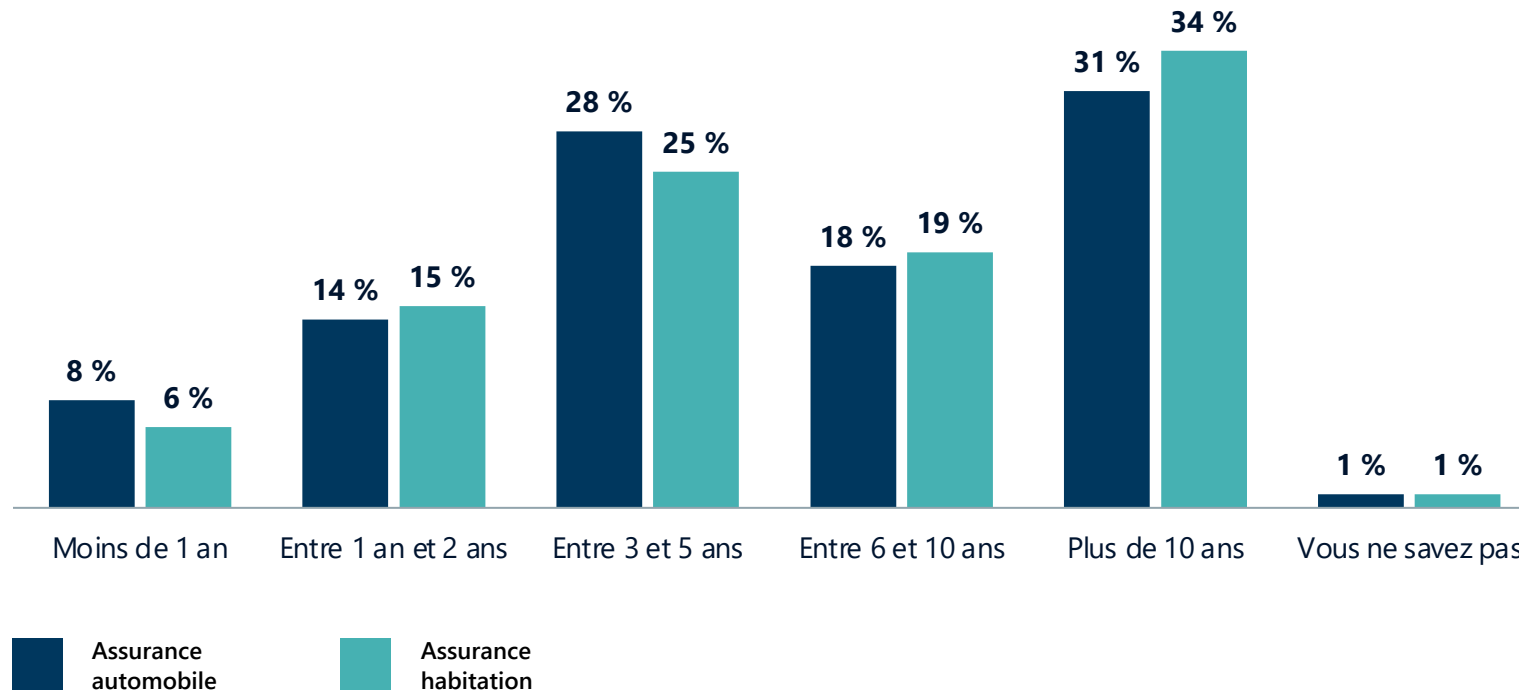


Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Si vous pensez à votre compagnie d'assurance actuelle, quels éléments parmi les suivants ont le plus influencé votre choix d'assurance automobile ou habitation?

# Plus des trois quarts des personnes détenant des assurances automobile ou habitation sont fidèles à leur assureur depuis au moins 3 ans

## Durée de la relation d'affaires avec sa compagnie d'assurance actuelle



Lorsqu'on examine la durée des relations d'affaires avec les assureurs, il apparaît que plus des trois quarts des personnes assurées sont fidèles à leur compagnie d'assurance depuis plus de trois ans (77 % pour l'assurance automobile et 78 % pour l'assurance habitation).

Dans ces données, on observe également des tendances similaires entre les assurances automobile et habitation. Cela s'explique notamment par le fait que **86 % des personnes détenant ces deux types de polices les ont regroupés chez le même assureur**. En effet, les rabais offerts pour les contrats multiples réduisent considérablement le montant total de l'assurance. Dans la mesure où le prix constitue le principal critère de sélection pour les personnes assurées (cf. page 8), cette observation s'avère tout à fait cohérente.

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile (n=720) ou habitation (n=775)  
Depuis combien de temps faites-vous affaires avec votre assurance compagnie d'assurance... a) habitation? b) automobile?

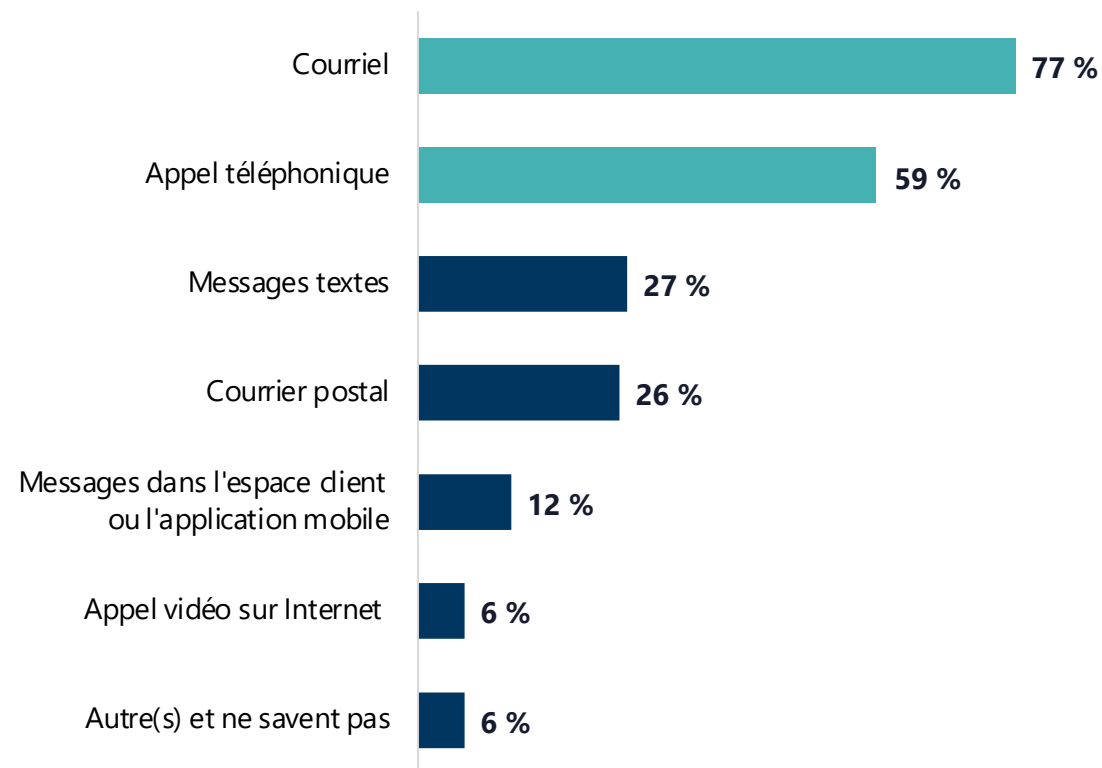
# Expérience en ligne et communication avec son assureur





# Courriel et appel téléphonique: les deux moyens de communication à privilégier par les compagnies d'assurance

Moyens de communication souhaités des personnes assurées avec leur assureur



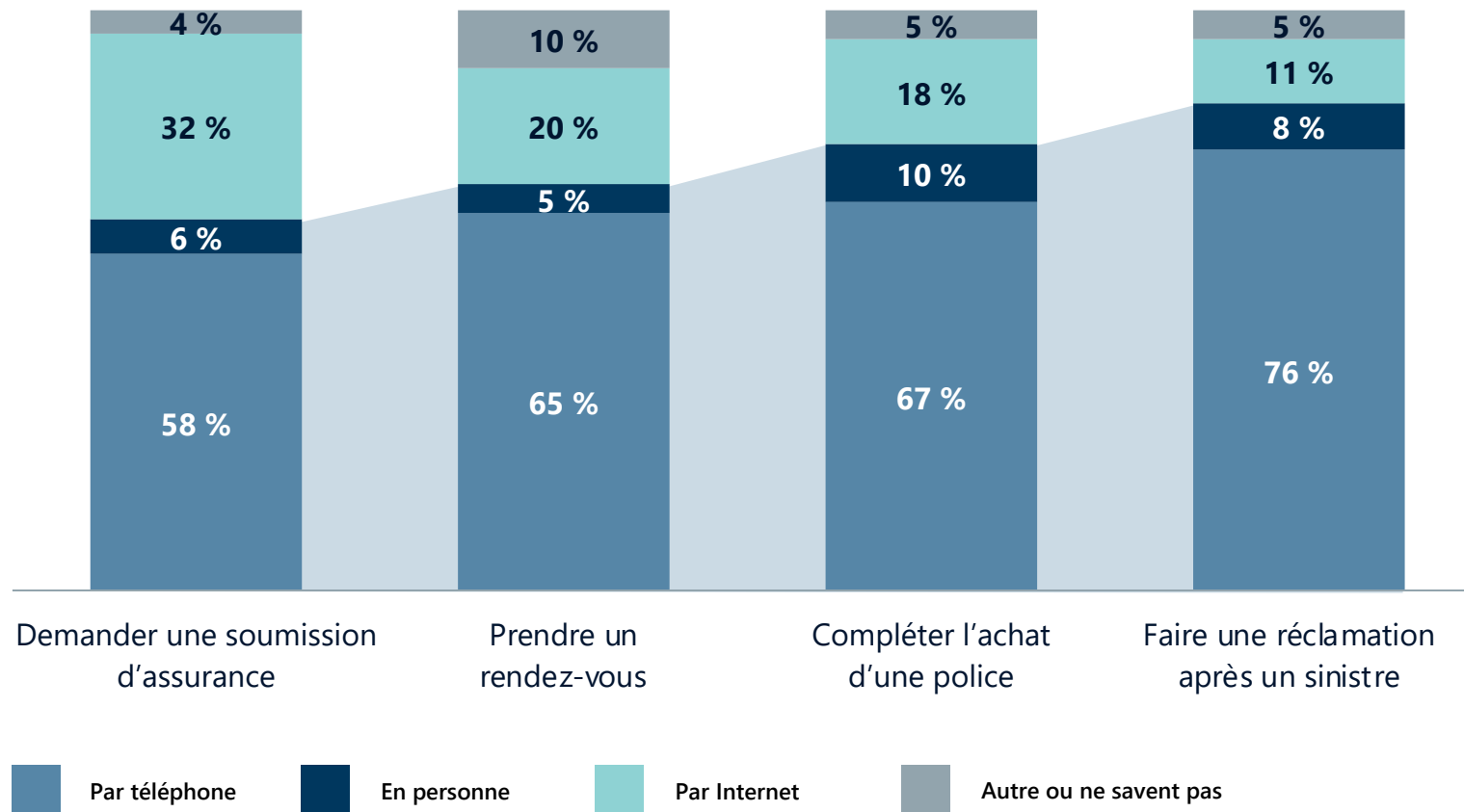
**Le courriel est le moyen de communication privilégié des personnes assurées, de manière homogène à travers toutes les tranches d'âge.** Le téléphone est légèrement moins apprécié par les 18-34 ans, bien qu'il soit encore jugé acceptable par 52 % d'entre eux. En revanche, les messages textes sont nettement plus populaires auprès de ce groupe (37 %).

Nous avons également regardé les abonnements à différents canaux de communication des assureurs par leur clientèle. **Une importante majorité (59 %) des personnes assurées interrogées ne sont abonnées à aucun canal de communication de leur assureur**, tandis que 12 % suivent leur infolettre et 12 % sont abonnées à au moins un de leurs comptes sur les médias sociaux.

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
Si votre compagnie d'assurance actuelle souhaitait communiquer avec vous, quel(s) outil(s) de communication devrait-elle privilégier pour vous rejoindre?

# Un premier réflexe fortement orienté vers les méthodes traditionnelles à toutes les étapes du parcours client

Part des personnes assurées en fonction de leur premier réflexe pour contacter leur assureur



Notre enquête révèle qu'au Québec, les personnes assurées sont plus enclines à se tourner vers les méthodes traditionnelles, c'est-à-dire par téléphone ou en personne, pour demander une soumission d'assurance (64 %), pour prendre un rendez-vous (70 %), pour compléter un achat de police (77 %) ou pour déclarer un sinistre (84 %). Notons que les différentes compagnies d'assurances au Québec ne proposent pas toutes de réaliser ces actions en ligne, il s'agit ici de comprendre les attentes plutôt que les usages réels.

**À la page suivante, nous explorerons ces données en fonction des différentes tranches d'âge.**

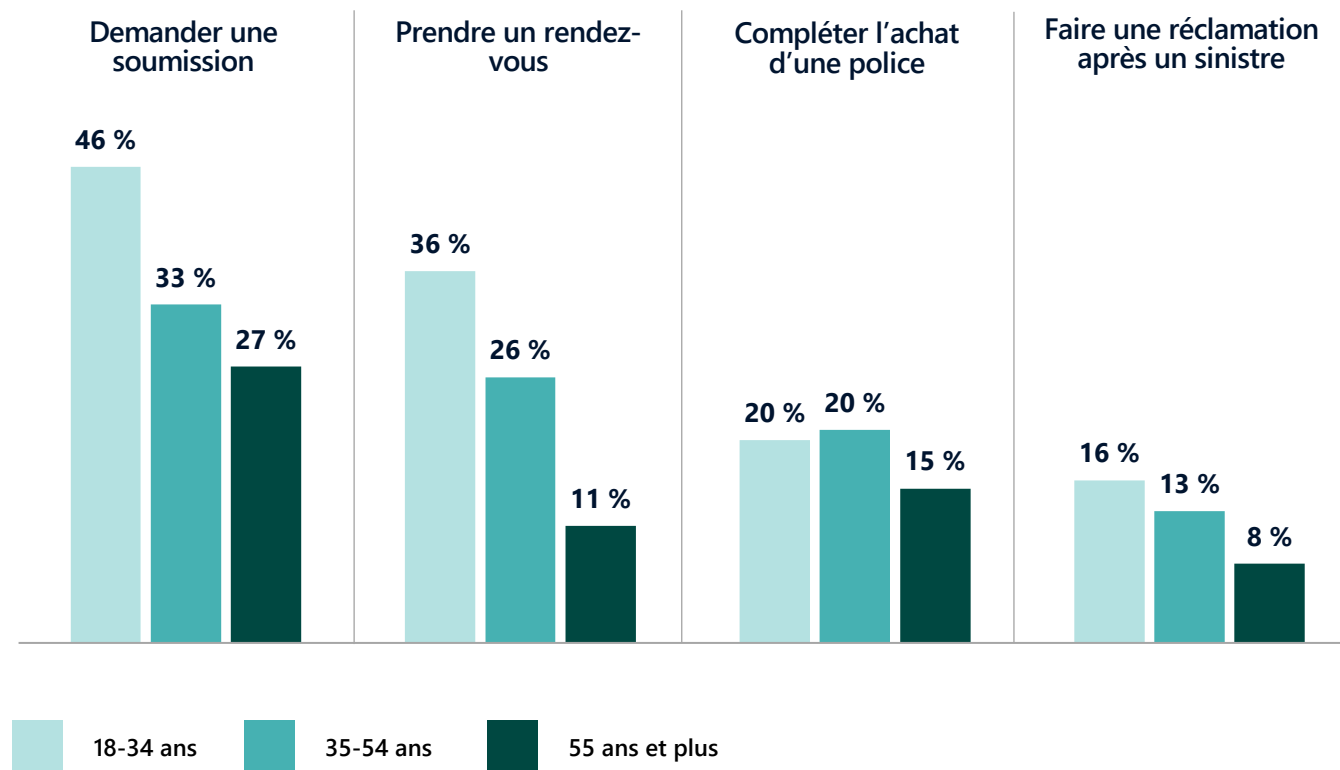
Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
Généralement, quel est votre premier réflexe pour...

# Vers une évolution des usages pour les adultes de moins de 35 ans

Bien que les données précédentes mettent en lumière des réflexes encore majoritairement traditionnels, **on constate un intérêt plus marqué envers les services en ligne chez les plus jeunes**, notamment pour les demandes de soumissions. Alors que seulement 27 % des 55 ans et plus auront le réflexe de se tourner vers le Web pour leur soumission d'assurance, cette proportion monte à 46 % chez les 18-34 ans, suggérant une évolution des usages.

Cependant, **lorsqu'il est question de l'achat final ou de la déclaration de sinistre, aucune des trois générations n'a le réflexe de se tourner majoritairement vers les services en ligne** de leurs assureurs. Dans les sections suivantes, nous approfondirons les freins et avantages perçus liés à l'exécution de ces actions en ligne, notamment afin de mieux comprendre les facteurs influençant cette résistance.

Part des adultes se tournant en premier lieu vers les canaux numériques pour réaliser les actions suivantes

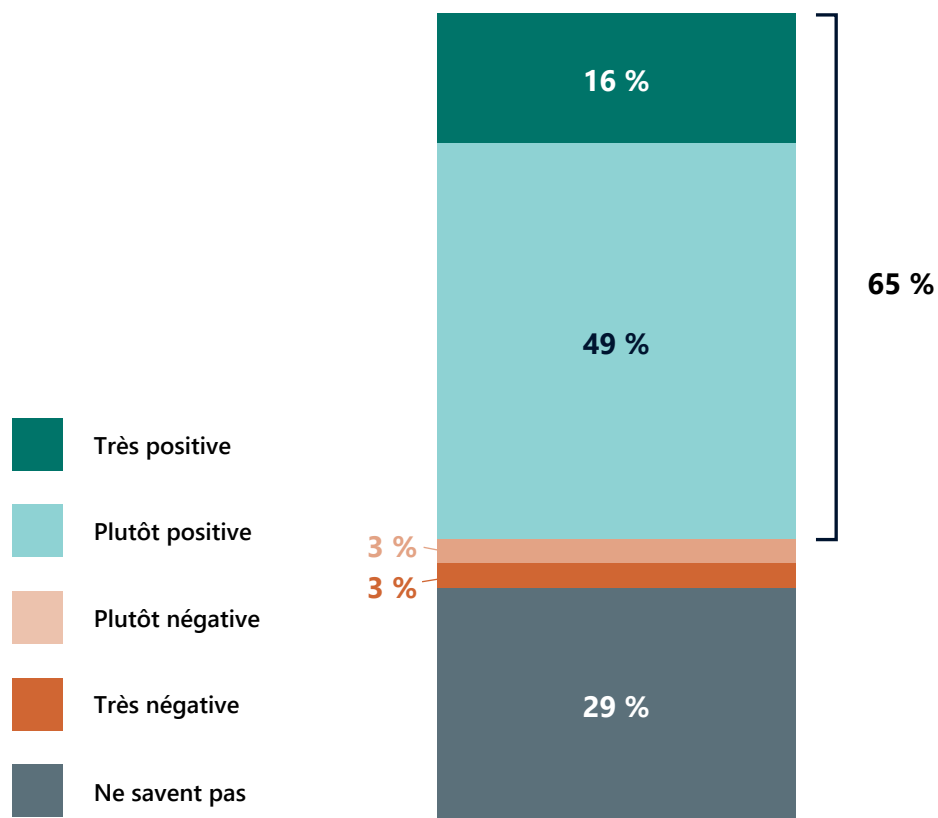


Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
Généralement, quel est votre premier réflexe pour...



# L'expérience en ligne offerte par les assureurs est majoritairement perçue comme positive

Évaluation de l'expérience en ligne offerte par son assureur



L'expérience en ligne est effectivement perçue comme positive par 65 % des personnes assurées, mais seulement 16 % la qualifient de « très positive ». **Cela suggère que, bien que les services en ligne des assureurs répondent aux attentes, ils ne sont pas réellement capables de surprendre ou de ravir les clients et clientes.** Cette donnée ne remet pas en cause la qualité des expériences en ligne offertes par les assureurs, mais plutôt la perception de ces « étapes de vie » par les personnes assurées. Par exemple, demander une soumission en ligne impliquera un formulaire long, nécessitant de la précision et de la concentration. **Les interfaces des assureurs doivent donc limiter au maximum les frictions, par exemple en offrant des compléments d'information contextuellement, mais elles ont difficilement la possibilité de rendre l'expérience « très positive ».**

Il est également intéressant de noter que 73 % des 18-34 ans jugent ces expériences très ou plutôt positives, comparativement à seulement 58 % des adultes de 55 ans et plus.

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
En général, comment évalueriez-vous votre expérience globale en ligne avec votre compagnie d'assurance actuelle pour votre assurance automobile ou habitation ?

# Soumission d'assurance et achat de police



# Les soumissions en ligne ont l'avantage de permettre l'autonomie dans le magasinage et la comparaison des prix

Principaux avantages à faire une soumission d'assurance en ligne, cités par les adultes choisissant cette méthode



Au début de ce rapport, nous constatons que le prix était le facteur principal de choix d'un assureur. Lorsque l'on observe les raisons pour lesquelles certains individus préfèrent faire des soumissions en ligne, **les critères liés aux prix et à la possibilité de faire des économies** ressortent particulièrement, notamment le fait de pouvoir comparer les offres de plusieurs compagnies (80 %).

Le fait d'être autonome dans son expérience de magasinage est également un critère cité par la majorité des personnes répondantes (58 %).

Base: adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser le Web pour effectuer une soumission d'assurance (n=221)  
Selon vous, quels sont les principaux avantages à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

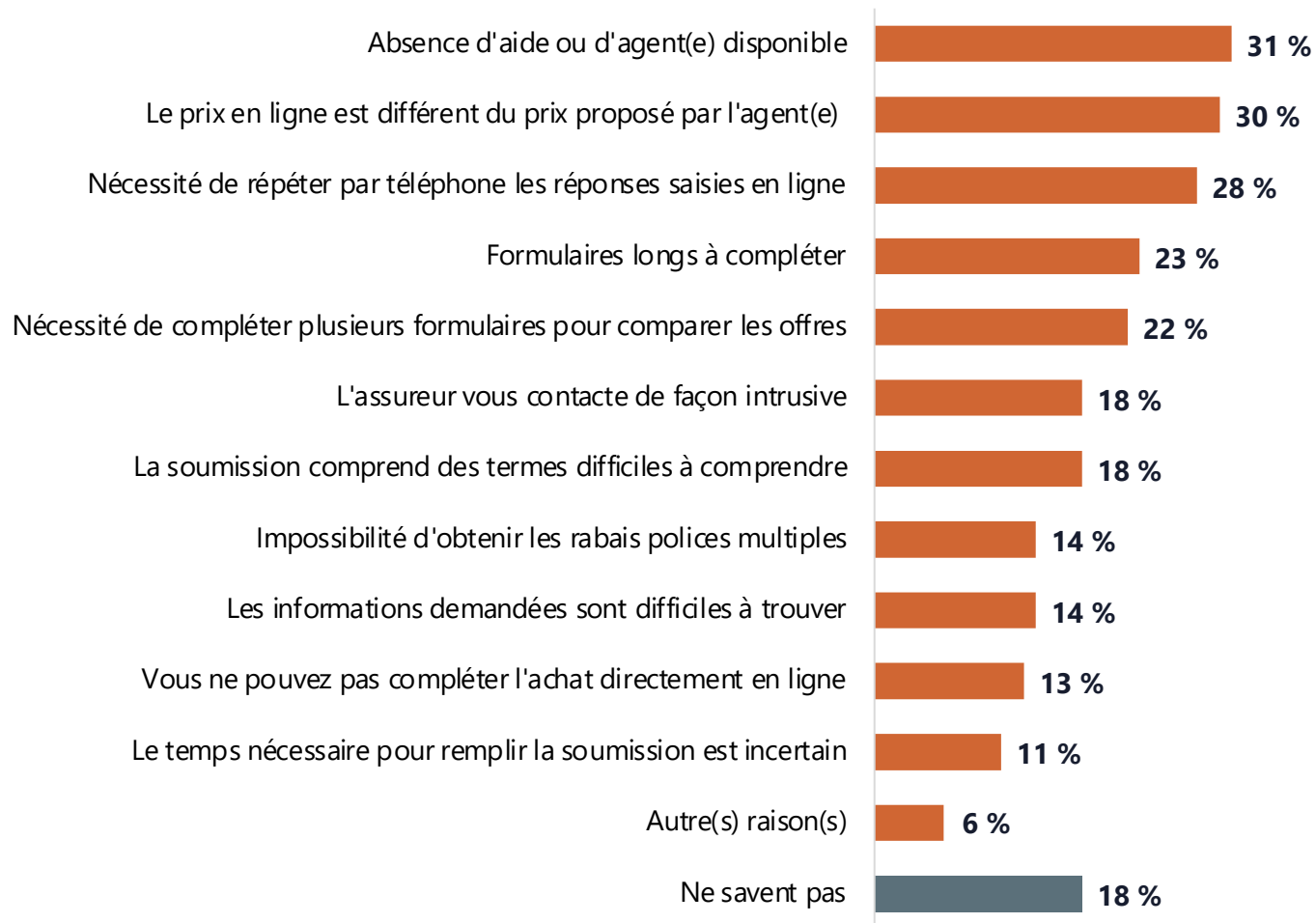


# Des freins multiples et variés à l'adoption des soumissions en ligne

Quand on interroge les personnes qui privilégient les méthodes traditionnelles pour obtenir des soumissions d'assurance, on constate que **les freins à effectuer cette action en ligne sont variés et hétérogènes.**

Alors que certaines personnes semblent vouloir recevoir l'assistance personnalisée d'un(e) agent(e), d'autres ont la perception qu'une soumission en ligne sera suivie d'un appel où elles devront se répéter ou que le prix donné par le système en ligne sera différent du prix final reçu par l'agent(e). Enfin, notons que 18 % des personnes répondantes s'attendent à recevoir des appels intrusifs des compagnies d'assurance après avoir rempli une soumission en ligne.

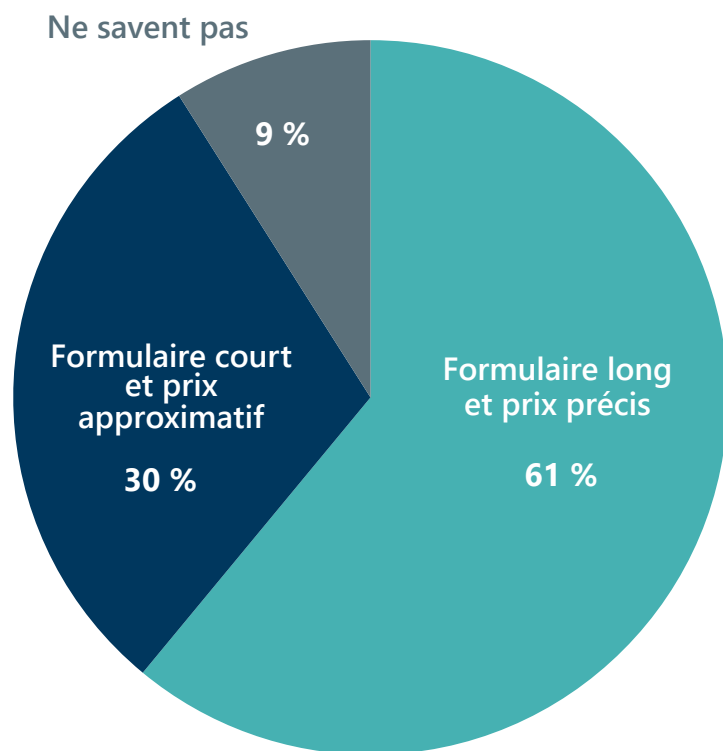
Principaux inconvénients à faire une soumission d'assurance en ligne cités par les personnes choisissant les méthodes traditionnelles



Base: adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser les méthodes traditionnelles pour effectuer une soumission (n=659)  
Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

# Les formulaires de soumission en ligne doivent aboutir à des prix précis, même s'ils sont plus longs à remplir

Préférence en termes de formulaires de demande de soumission en ligne



Certains assureurs proposent des soumissions en ligne rapides qui n'aboutissent qu'à une estimation approximative du montant de la prime, tandis que d'autres compagnies proposent des formulaires plus complets aboutissant à des estimations précises.

Les personnes ayant déjà fait une soumission en ligne préfèrent majoritairement (61 %) passer plus de temps à remplir celle-ci et obtenir un prix précis, ce qui rejoint les avantages qu'elles perçoivent de cette solution: **être autonome et pouvoir comparer différentes soumissions** (cf. page 17).

Base: adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser le Web pour effectuer une soumission (n=221)  
Lorsque vous faites une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation, préférez-vous...?

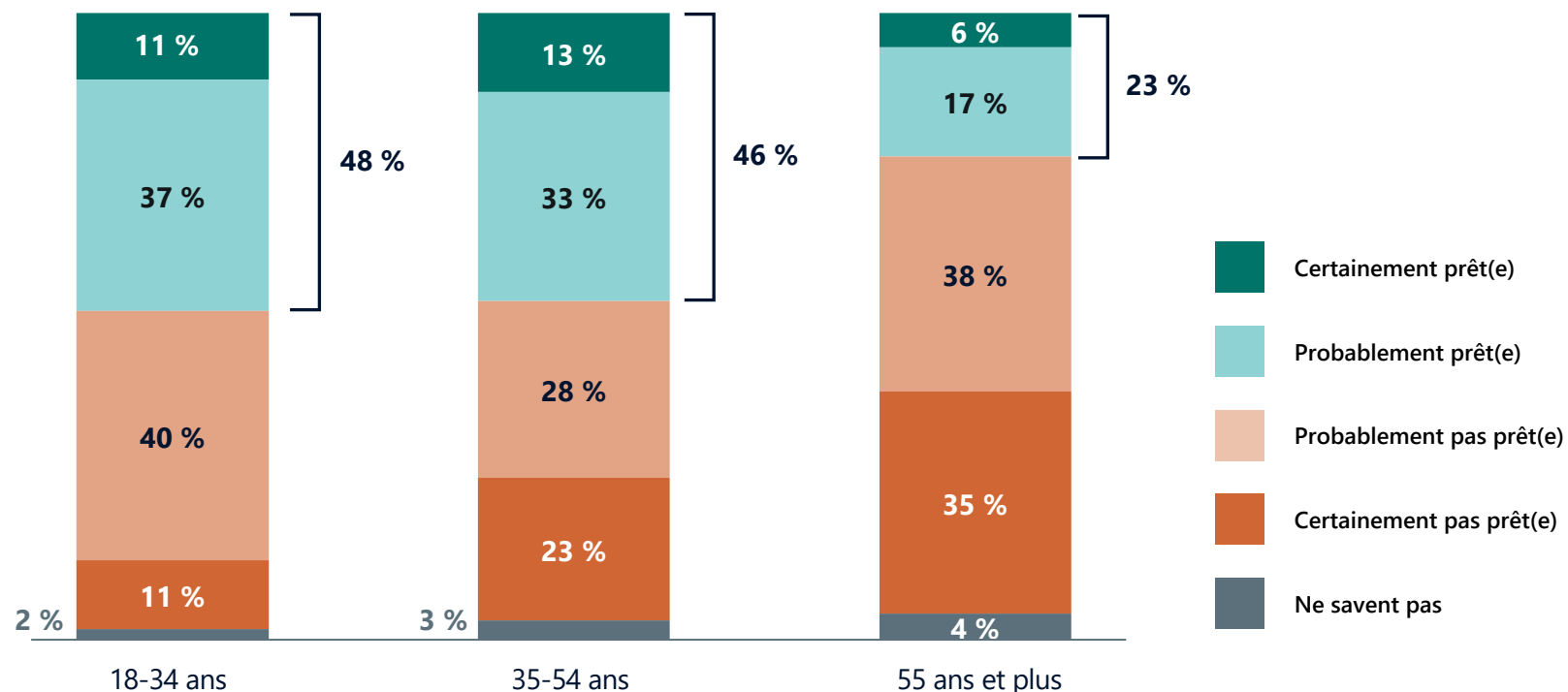
# Les personnes âgées de 55 ans et plus ne sont majoritairement pas prêtes à acheter des polices d'assurance en totale autonomie

Seulement 35 % des personnes assurées au Québec se déclarent prêtes à effectuer l'ensemble du processus d'achat d'une police d'assurance en ligne, sans jamais parler à un(e) agent(e).

Plus précisément, un peu moins de la moitié des personnes de moins de 55 ans seraient prêtes à réaliser cette action en autonomie, contre moins du quart (23 %) des 55 ans et plus.

Notons néanmoins que, parmi les personnes qui se déclarent prêtes, elles sont majoritairement « probablement prêtes » et non « certainement prêtes », **suggérant la persistance d'un certain inconfort à l'idée d'effectuer ce processus en totale autonomie.**

Disposition à acheter une police assurance 100% en ligne en fonction de la tranche d'âge



Base: adultes du Québec détenant une assurance automobile ou habitation (n=809)

Seriez-vous prêt(e) ou non à acheter une police d'assurance automobile ou habitation à 100% en ligne, sans parler à un(e) agent(e), un(e) conseiller(-ère) ou un(e) courtier(-ère) en assurance?

# Réclamation et déclaration de sinistre





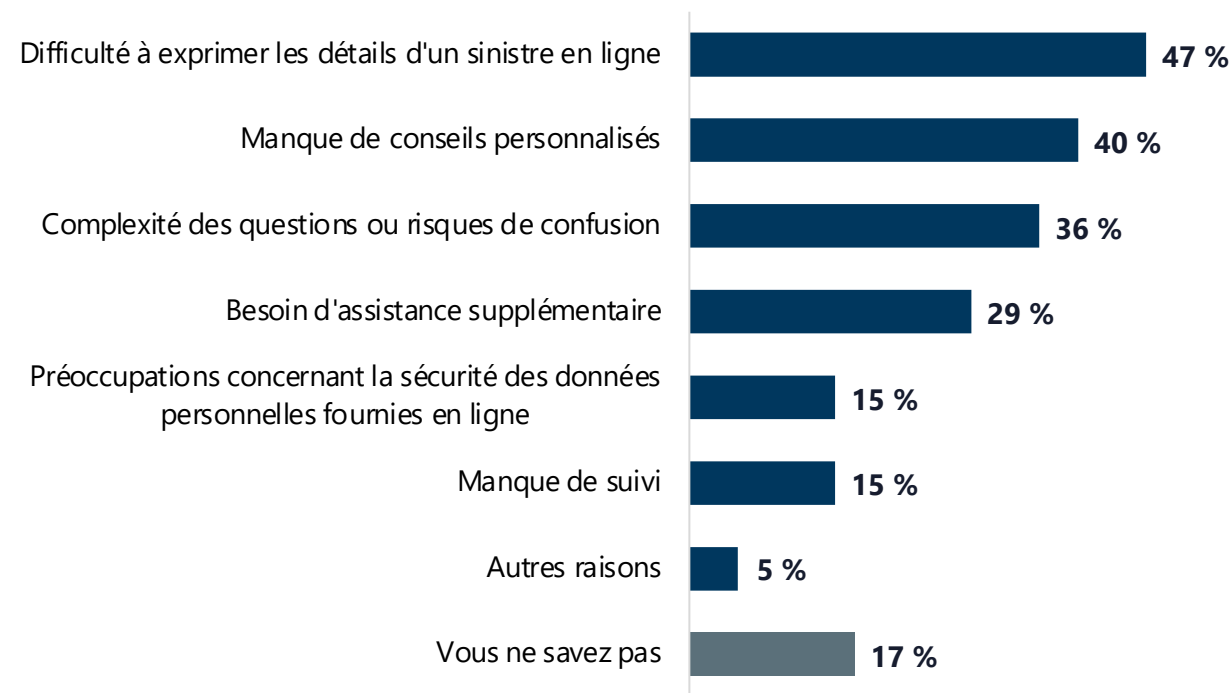
# La déclaration d'un sinistre est un processus complexe qui nécessite un accompagnement personnalisé

84 % des personnes assurées ont comme premier réflexe de déclarer leur sinistre par téléphone ou en personne. Quand on interroge ces personnes sur les **inconconvénients perçus à compléter cette tâche en ligne**, on comprend à travers les réponses les plus citées que cette action est perçue comme **complexe et nécessitant un accompagnement personnalisé**. On peut également supposer que l'empathie joue un rôle important dans la décision de se tourner vers le téléphone ou de se rendre en succursale pour déclarer un sinistre. Dans le domaine de l'expérience client, l'empathie est définie comme « la volonté de prendre soin, en offrant une attention personnalisée aux clients et clientes<sup>1</sup> ». Son rôle a d'ailleurs été démontré dans la perception de la qualité des services bancaires<sup>2</sup>. En personne ou par téléphone, **les agent(e)s peuvent faire preuve d'empathie en reconnaissant les émotions des personnes assurées et en leur témoignant la compassion envers leur situation individuelle**. Ces éléments semblent plus difficiles à reproduire en ligne, mais l'intelligence artificielle pourrait changer la donne dans les prochaines années notamment grâce aux fonctionnalités avancées de personnalisation qu'elle permet.

Parmi les 11 % de personnes assurées qui, **au contraire, auraient le réflexe de déclarer leur sinistre en ligne**, les principaux avantages à cette solution sont: la **commodité** de pouvoir réaliser cette tâche à tout moment (56 %), la possibilité de garder une **preuve numérique** de la déclaration (44 %) et le **suivi plus efficace** du traitement de leur réclamation (42 %).

1 Prakoso, A. F., et al. (2017). Reliability, responsiveness, Assurance, Empathy, and tangible: still can satisfy the customer. International Journal of Business and Management Invention, 6(3), 68-75  
2 Saghier and Nathan (2013), Customers' Perception regarding Assurance of Bancassurance Channel

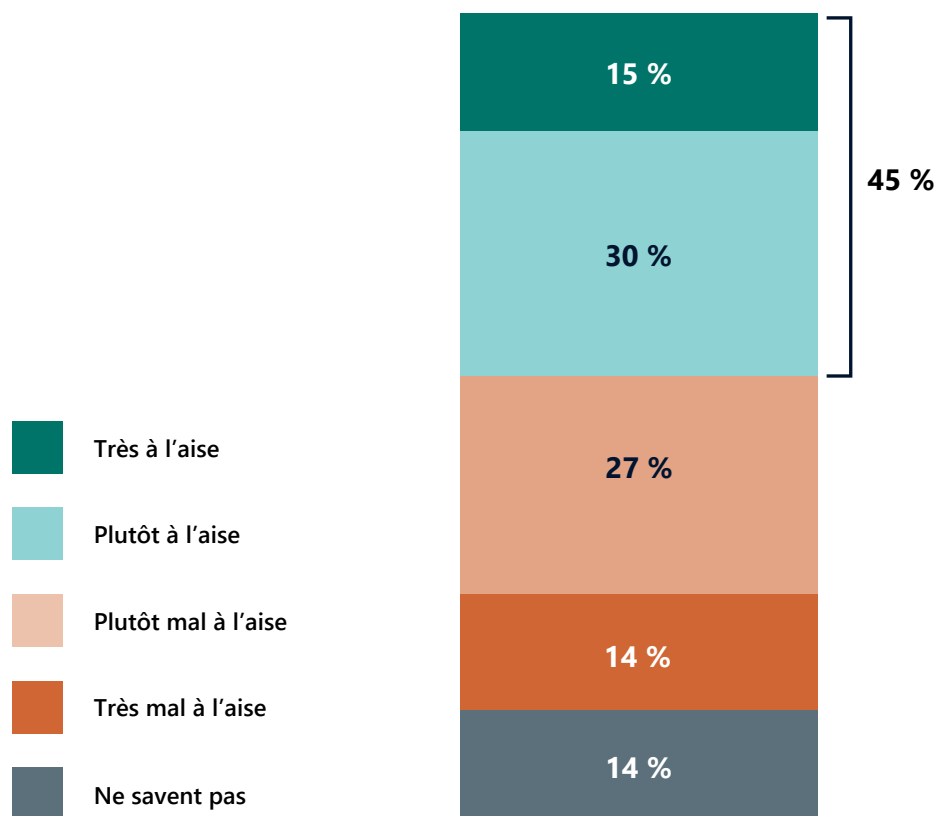
## Principaux inconconvénients à faire une réclamation ou une déclaration de sinistre en ligne, cités par les personnes ayant le réflexe de se tourner vers les méthodes traditionnelles



Base: adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser les méthodes traditionnelles pour effectuer leur réclamation ou déclarer un sinistre (n=547)  
Selon vous, quels sont les principaux inconconvénients à ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

# Une ouverture à déclarer des sinistres en ligne, malgré un premier réflexe plutôt traditionnel

Disposition à réaliser une déclaration de sinistre en ligne



Malgré les freins soulevés à la page précédente, notons que **45 % des personnes détenant des assurances seraient prêtes à envisager d'effectuer une déclaration de sinistre ou de soumettre une réclamation en ligne**. Cela montre qu'en dépit d'un attrait initial pour les méthodes traditionnelles, il existe une ouverture à utiliser les services en ligne.

Il est également intéressant de souligner que, parmi les personnes interrogées, 29 % n'ont jamais eu à déclarer de sinistre, et 32 % l'ont fait il y a plus de cinq ans. Pour cette importante proportion des personnes répondantes, **la déclaration de sinistre n'est donc pas un processus familier**. On peut se demander si, face aux émotions qui accompagnent une situation de sinistre, elles seraient autant enclines à se tourner vers le Web ou composeraient plutôt le numéro de leur assureur sur leur téléphone.

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes en ligne, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile ? C) Ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre pour votre assurance automobile ou habitation



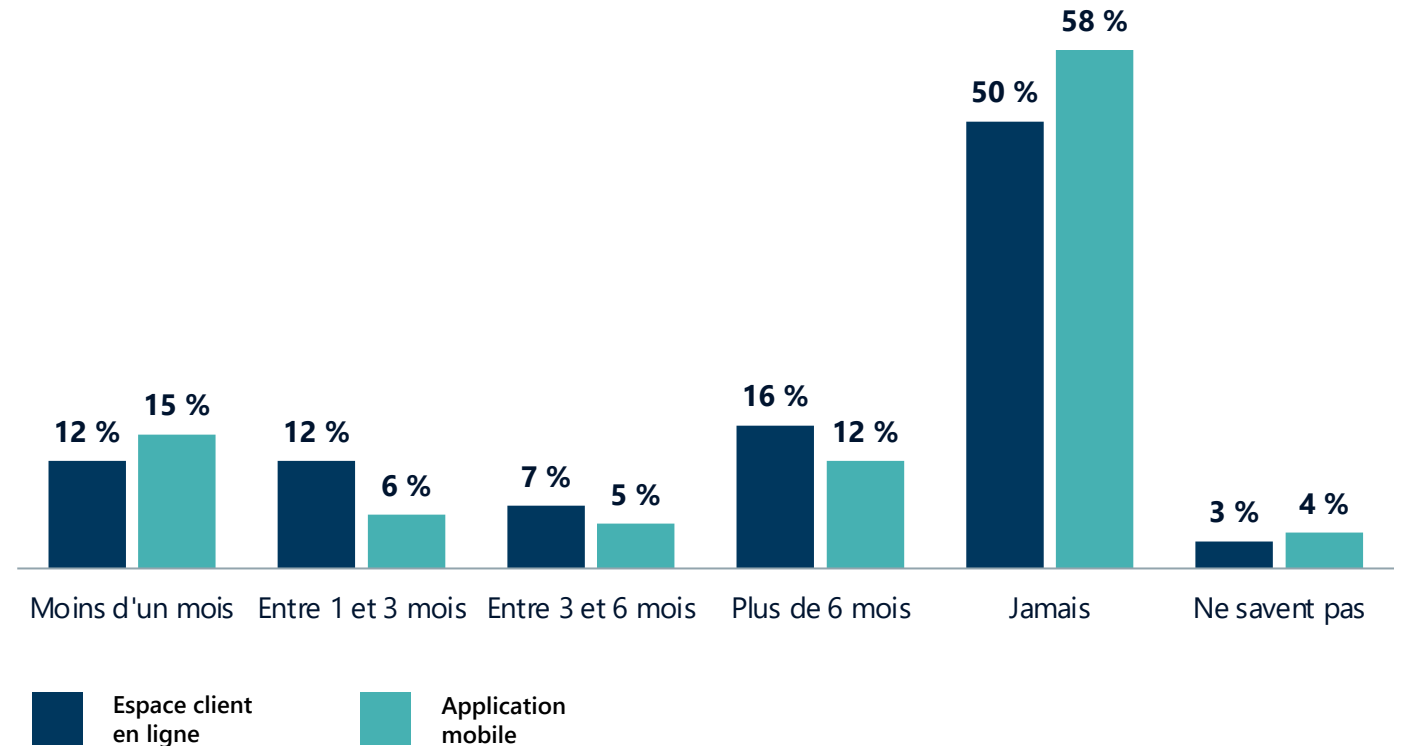
# Espace client et application mobile

# Les espaces client en ligne et applications mobiles séduisent difficilement les personnes assurées

72 % des personnes assurées savent que leur assureur propose un espace client en ligne, et 56 % connaissent l'existence d'une application mobile. Cependant, plus de la moitié de ces personnes n'ont jamais utilisé ces services. De plus, seule une faible proportion d'entre elles ont utilisé l'application mobile (15 %) ou l'espace client en ligne (12 %) dans le dernier mois.

Cette statistique peut s'expliquer par le fait que les assurances ne nécessitent pas de gestion quotidienne. Contrairement aux services bancaires ou aux maisons intelligentes, les personnes assurées n'ont pas besoin de se connecter fréquemment à leur espace client. Les fonctionnalités offertes par ces outils sont souvent limitées à des tâches occasionnelles, comme consulter une police ou télécharger une facture. **Ainsi, la faible fréquence d'utilisation ne reflète pas nécessairement une insatisfaction, mais plutôt un besoin limité d'interaction avec ces plateformes.**

Dernière connexion aux espaces client et applications mobiles des personnes qui savent qu'elles ont accès à de tels espaces



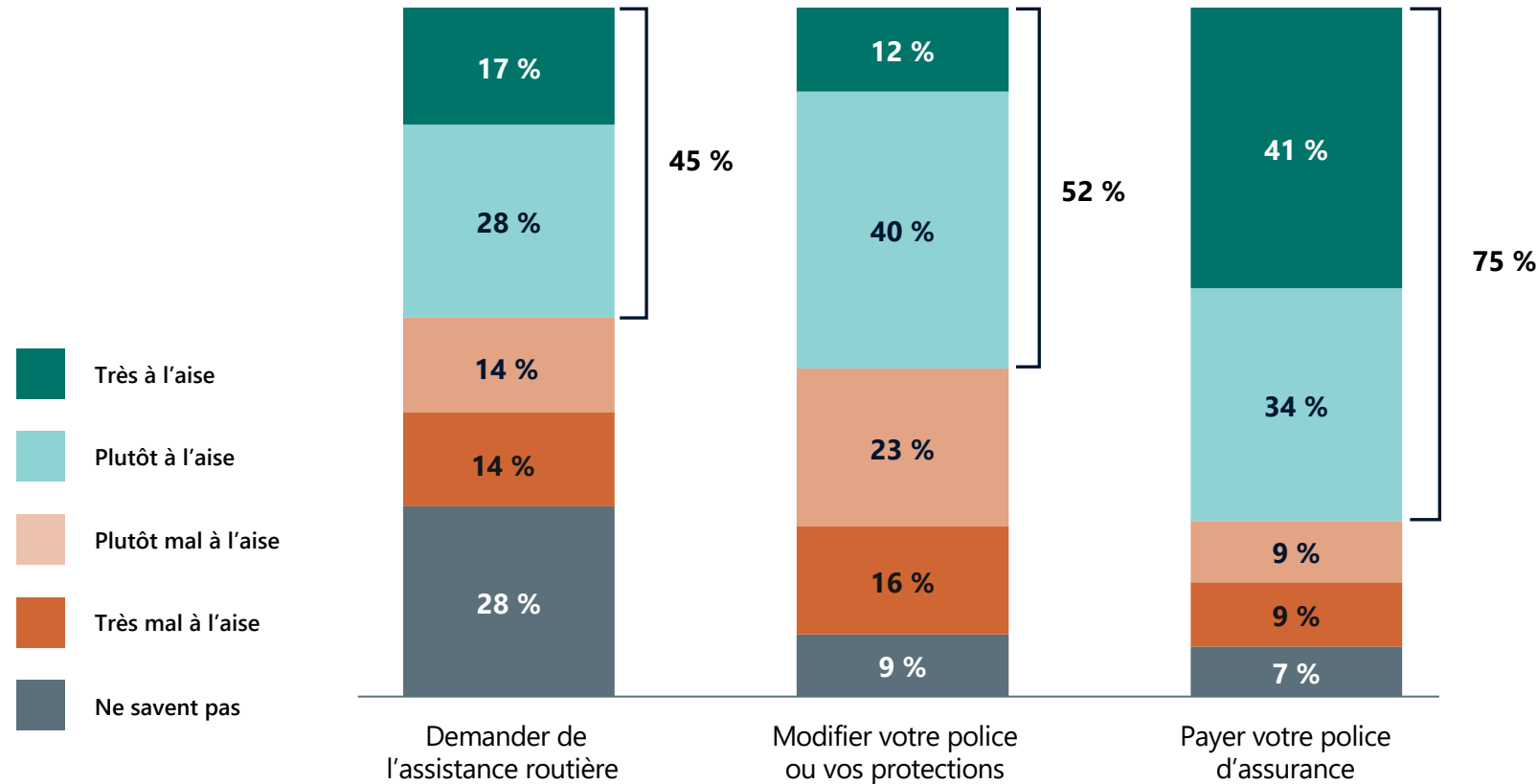
Base: adultes du Québec qui savent que leur assurance offre un espace client en ligne (n=579) et adultes du Québec qui savent que leur assurance offre une application mobile (n=456)

À quand remonte votre dernière utilisation de votre espace client en ligne/application mobile vous permettant de gérer votre assurance automobile ou habitation?



# Seulement 1 personne assurée sur 2 serait prête à modifier sa police d'assurance en autonomie sur son espace client

Confort à réaliser certaines actions sur son espace client en ligne ou l'application mobile de son assureur



Alors qu'il est très concevable pour les personnes assurées de payer leur police d'assurance sur leur espace client, seulement 52 % d'entre elles seraient à l'aise à utiliser celui-ci pour modifier leurs protections. Cela fait écho au malaise de souscrire à une assurance en autonomie, constaté plus tôt (cf. page 20).

**Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)**

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes EN LIGNE, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile?

# Tableaux



# Tableaux

<b>Tableau 1</b> – Facteur de choix de son assureur	29
<b>Tableau 2</b> – Fidélité à son assurance automobile	31
<b>Tableau 3</b> – Fidélité à son assurance habitation	32
<b>Tableau 4</b> - Moyens de communication préférés	33
<b>Tableau 5</b> – Premier réflexe pour demander une soumission	34
<b>Tableau 6</b> – Premier réflexe pour obtenir un rendez-vous	35
<b>Tableau 7</b> – Premier réflexe pour compléter l’achat d’une assurance	36
<b>Tableau 8</b> – Premier réflexe pour soumettre une réclamation ou déclarer un sinistre	37
<b>Tableau 9</b> – Évaluation globale de l’expérience en ligne	38
<b>Tableau 10</b> – Avantages à effectuer une soumission en ligne	39
<b>Tableau 11</b> – Inconvénients à effectuer une soumission en ligne	41
<b>Tableau 12</b> – Acheter une police entièrement en ligne	43
<b>Tableau 13</b> – Inconvénients à soumettre une réclamation ou déclarer un sinistre en ligne	44
<b>Tableau 14</b> – Aisance à soumettre une réclamation ou déclarer un sinistre sur son espace client	45
<b>Tableau 15</b> – Espace client et application mobile	46
<b>Tableau 16</b> – Aisance à modifier sa police ou ses protections sur son espace client	47
<b>Tableau 17</b> – Aisance à payer sa police sur son espace client	48
<b>Tableau 18</b> – Aisance à demander de l’assistance routière sur son espace client	49

## Notes :

Les chiffres en **vert** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d’au moins 95 % – en **gras vert**, 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 %.

Lorsque des données ont été remplacées par le symbole \*, cela signifie que l’échantillon de personnes répondantes était trop faible pour que les données soient représentatives.

## TABLEAU 1

### Facteurs de choix de son assureur (1 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
La notoriété de l'assureur / de votre courtier(-ère)	<b>28 %</b>	28 %	28 %	32 %	<b>40 %</b>	26 %	21 %	<b>20 %</b>	<b>34 %</b>	34 %	30 %	25 %	27 %	<b>1 %</b>	28 %	<b>38 %</b>	30 %	30 %	27 %
Les avis ou les recommandations en ligne	<b>3 %</b>	3 %	3 %	4 %	4 %	<b>8 %</b>	1 %	1 %	4 %	1 %	4 %	3 %	3 %	<b>12 %</b>	2 %	3 %	3 %	2 %	3 %
Les recommandations de votre entourage	<b>13 %</b>	15 %	11 %	<b>28 %</b>	<b>23 %</b>	<b>20 %</b>	11 %	<b>7 %</b>	<b>6 %</b>	14 %	16 %	12 %	11 %	16 %	14 %	18 %	9 %	11 %	15 %
La disponibilité des conseillers(-ères) pour répondre à vos questions par téléphone ou en personne	<b>27 %</b>	26 %	29 %	25 %	<b>17 %</b>	<b>19 %</b>	27 %	28 %	<b>42 %</b>	25 %	26 %	29 %	27 %	<b>11 %</b>	<b>44 %</b>	26 %	27 %	23 %	24 %
La disponibilité des conseillers(-ères) pour répondre à vos questions en ligne	<b>12 %</b>	11 %	13 %	16 %	11 %	12 %	9 %	10 %	10 %	<b>23 %</b>	13 %	12 %	10 %	3 %	<b>20 %</b>	14 %	17 %	13 %	<b>7 %</b>
Les promotions	<b>16 %</b>	18 %	14 %	21 %	<b>35 %</b>	17 %	12 %	16 %	<b>7 %</b>	14 %	<b>20 %</b>	<b>11 %</b>	14 %	17 %	16 %	16 %	16 %	<b>26 %</b>	<b>12 %</b>
Les publicités	<b>2 %</b>	3 %	2 %	0 %	4 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %	3 %	0 %	3 %	<b>5 %</b>	3 %	1 %	2 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Question: Si vous pensez à votre compagnie d'assurance actuelle, quels éléments parmi les suivants ont le plus influencé votre choix d'assurance automobile ou habitation?



**TABLEAU 1**

Facteurs de choix de son assureur (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Le coût de la police d'assurance	<b>64 %</b>	66 %	61 %	75 %	63 %	62 %	63 %	66 %	65 %	53 %	66 %	60 %	63 %	42 %	60 %	65 %	59 %	56 %	<b>73 %</b>
Le type de couverture d'assurance offerte et les options incluses	<b>29 %</b>	29 %	29 %	35 %	21 %	31 %	26 %	30 %	28 %	33 %	31 %	27 %	26 %	20 %	34 %	33 %	29 %	23 %	27 %
Les recommandations de votre courtier(-ère) en assurance	<b>10 %</b>	12 %	8 %	12 %	6 %	13 %	10 %	8 %	12 %	13 %	12 %	10 %	9 %	4 %	9 %	15 %	10 %	9 %	9 %
La simplicité de leurs outils de soumission en ligne et de leur processus d'achat	<b>9 %</b>	7 %	10 %	4 %	20 %	12 %	7 %	7 %	6 %	6 %	7 %	9 %	11 %	0 %	6 %	13 %	6 %	13 %	10 %
Autre(s)	<b>8 %</b>	9 %	8 %	19 %	7 %	8 %	10 %	4 %	7 %	9 %	5 %	10 %	11 %	3 %	3 %	6 %	15 %	4 %	11 %
Aucun de ces choix	<b>3 %</b>	3 %	4 %	0 %	2 %	4 %	4 %	5 %	1 %	7 %	4 %	3 %	4 %	10 %	7 %	2 %	4 %	5 %	1 %
Vous ne savez pas	<b>2 %</b>	1 %	3 %	3 %	0 %	1 %	3 %	2 %	4 %	4 %	3 %	2 %	1 %	12 %	4 %	0 %	1 %	1 %	1 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
 Question: Si vous pensez à votre compagnie d'assurance actuelle, quels éléments parmi les suivants ont le plus influencé votre choix d'assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 2**

Fidélité à son assurance automobile

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Moins de 1 an	<b>8 %</b>	8 %	8 %	13 %	12 %	8 %	5 %	13 %	5 %	1 %	8 %	12 %	6 %	4 %	11 %	4 %	13 %	12 %	6 %
Entre 1 an et 2 ans	<b>14 %</b>	15 %	13 %	8 %	12 %	20 %	10 %	20 %	9 %	10 %	15 %	9 %	15 %	11 %	12 %	10 %	12 %	24 %	15 %
Entre 3 et 5 ans	<b>28 %</b>	30 %	26 %	31 %	42 %	33 %	27 %	22 %	26 %	20 %	27 %	26 %	32 %	43 %	28 %	23 %	28 %	22 %	32 %
Entre 6 et 10 ans	<b>18 %</b>	18 %	16 %	4 %	13 %	18 %	27 %	15 %	19 %	18 %	19 %	15 %	17 %	25 %	17 %	23 %	15 %	12 %	17 %
Plus de 10 ans	<b>31 %</b>	27 %	35 %	42 %	19 %	21 %	29 %	28 %	40 %	49 %	31 %	35 %	28 %	10 %	30 %	39 %	29 %	30 %	30 %
Vous ne savez pas	<b>1 %</b>	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	%	2 %	1 %	2 %	2 %	6 %	1 %	0 %	2 %	1 %	1 %

Base: adultes du Québec détenant une assurance automobile (n=720)

Question: Depuis combien de temps faites-vous affaires avec votre compagnie d'assurance automobile?

**TABLEAU 3**

Fidélité à son assurance habitation

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Moins de 1 an	<b>6 %</b>	6 %	6 %	5 %	11 %	4 %	4 %	11 %	5 %	1 %	6 %	7 %	6 %	8 %	9 %	3 %	6 %	7 %	5 %
Entre 1 an et 2 ans	<b>15 %</b>	17 %	12 %	5 %	25 %	22 %	9 %	20 %	7 %	5 %	18 %	11 %	12 %	15 %	14 %	17 %	14 %	18 %	16 %
Entre 3 et 5 ans	<b>25 %</b>	27 %	24 %	36 %	32 %	34 %	25 %	23 %	18 %	17 %	22 %	28 %	29 %	15 %	24 %	13 %	29 %	22 %	33 %
Entre 6 et 10 ans	<b>19 %</b>	21 %	16 %	15 %	12 %	20 %	27 %	12 %	24 %	15 %	21 %	15 %	18 %	34 %	20 %	22 %	18 %	15 %	19 %
Plus de 10 ans	<b>34 %</b>	28 %	40 %	36 %	20 %	19 %	32 %	34 %	46 %	58 %	32 %	38 %	35 %	22 %	30 %	45 %	33 %	36 %	27 %
Vous ne savez pas	<b>1 %</b>	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	3 %	%	%	4 %	1 %	1 %	1 %	6 %	3 %	0 %	0 %	2 %	%

Base: adultes du Québec détenant une assurance habitation (n=775)

Question: Depuis combien de temps faites-vous affaires avec votre compagnie d'assurance habitation?

## TABLEAU 4

### Moyens de communication préférés

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Courrier postal	<b>26 %</b>	25 %	27 %	12 %	29 %	21 %	29 %	20 %	27 %	51 %	24 %	28 %	28 %	39 %	25 %	31 %	27 %	21 %	20 %
Courriel/courrier électronique	<b>77 %</b>	80 %	74 %	81 %	77 %	82 %	73 %	77 %	76 %	71 %	73 %	80 %	80 %	57 %	69 %	78 %	86 %	74 %	84 %
Messages dans l'espace client ou l'application mobile	<b>12 %</b>	13 %	11 %	19 %	15 %	11 %	9 %	16 %	12 %	2 %	14 %	9 %	11 %	7 %	12 %	13 %	16 %	12 %	12 %
Messages textes	<b>27 %</b>	32 %	22 %	43 %	33 %	30 %	17 %	31 %	20 %	25 %	31 %	23 %	24 %	17 %	23 %	26 %	29 %	40 %	28 %
Messagerie intégrée aux réseaux sociaux	<b>2 %</b>	2 %	3 %	3 %	4 %	5 %	2 %	%	2 %	1 %	3 %	2 %	2 %	7 %	2 %	1 %	3 %	3 %	2 %
Appel téléphonique	<b>59 %</b>	60 %	57 %	38 %	59 %	63 %	62 %	54 %	70 %	48 %	56 %	63 %	60 %	49 %	63 %	51 %	55 %	66 %	60 %
Appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet	<b>6 %</b>	6 %	5 %	14 %	6 %	8 %	5 %	5 %	4 %	1 %	5 %	7 %	5 %	4 %	3 %	2 %	15 %	12 %	3 %
Abonnement à l'infolettre	<b>3 %</b>	4 %	3 %	1 %	3 %	3 %	9 %	2 %	3 %	1 %	3 %	3 %	4 %	4 %	1 %	2 %	%	5 %	7 %
Autre(s)	<b>0 %</b>	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Vous n'utilisez aucun outil de communication en ligne	<b>1 %</b>	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	2 %
Vous ne savez pas	<b>1 %</b>	0 %	2 %	0 %	1 %	0 %	0 %	2 %	0 %	7 %	2 %	0 %	0 %	8 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Si votre compagnie d'assurance actuelle souhaitait communiquer avec vous, quel(s) outil(s) de communication devrait-elle prioriser pour vous rejoindre?



**TABLEAU 5**

Premier réflexe pour demander une soumission

	Total	Genre		Tranche d'âge						Niveau d'éducation			Revenus familiaux						
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
<b>Méthodes traditionnelles (par téléphone ou en personne)</b>	<b>64 %</b>	<b>59 %</b>	<b>69 %</b>	47 %	54 %	59 %	72 %	67 %	69 %	63 %	63 %	69 %	61 %	51 %	77 %	63 %	58 %	59 %	60 %
Par téléphone	57 %	50 %	64 %	46 %	47 %	51 %	59 %	63 %	66 %	57 %	56 %	63 %	56 %	44 %	72 %	56 %	49 %	55 %	54 %
En personne	6 %	8 %	4 %	1 %	7 %	7 %	12 %	5 %	3 %	6 %	7 %	5 %	6 %	7 %	6 %	7 %	9 %	4 %	6 %
<b>Par Internet</b>	<b>32 %</b>	<b>37 %</b>	<b>27 %</b>	49 %	44 %	39 %	27 %	28 %	23 %	30 %	31 %	29 %	35 %	35 %	20 %	32 %	39 %	36 %	37 %
Autre	1 %	1 %	%	%	1 %	%	%	2 %	1 %	%	1 %	%	%	%	%	1 %	%	3 %	%
Ne savent pas	3 %	3 %	4 %	4 %	1 %	3 %	2 %	2 %	7 %	8 %	4 %	2 %	3 %	14 %	2 %	4 %	3 %	2 %	2 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)  
 Question: Généralement, quel est votre premier réflexe pour demander une soumission d'assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 6**

Premier réflexe pour obtenir un rendez-vous

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
<b>Méthodes traditionnelles (par téléphone ou en personne)</b>	<b>70 %</b>	70 %	70 %	54 %	64 %	54 %	82 %	75 %	81 %	66 %	70 %	74 %	70 %	60 %	80 %	73 %	71 %	69 %	66 %
Par téléphone	65 %	63 %	67 %	51 %	60 %	49 %	71 %	72 %	77 %	61 %	62 %	72 %	66 %	53 %	75 %	67 %	61 %	65 %	63 %
En personne	5 %	7 %	3 %	2 %	4 %	4 %	11 %	3 %	4 %	5 %	7 %	1 %	4 %	7 %	6 %	6 %	9 %	4 %	3 %
<b>Par Internet</b>	<b>20 %</b>	21 %	20 %	46 %	30 %	37 %	15 %	14 %	5 %	17 %	22 %	15 %	21 %	28 %	10 %	18 %	21 %	25 %	28 %
Autre	1 %	1 %	2 %	%	2 %	2 %	0 %	1 %	4 %	1 %	1 %	3 %	1 %	0 %	3 %	2 %	0 %	2 %	1 %
Ne savent pas	8 %	7 %	8 %	%	4 %	7 %	4 %	10 %	10 %	16 %	7 %	9 %	8 %	12 %	7 %	8 %	8 %	4 %	6 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Question: Généralement, quel est votre premier réflexe pour prendre un rendez-vous avec un(e) conseiller(ère), agent(e) ou courtier(ère) en assurance pour obtenir des conseils?

**TABLEAU 7**

Premier réflexe pour compléter l'achat d'une assurance

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
<b>Méthodes traditionnelles (par téléphone ou en personne)</b>	<b>77 %</b>	81 %	74 %	80 %	77 %	71 %	81 %	80 %	81 %	67 %	80 %	82 %	72 %	80 %	78 %	80 %	79 %	73 %	77 %
Par téléphone	67 %	67 %	67 %	70 %	62 %	63 %	68 %	71 %	73 %	59 %	68 %	73 %	63 %	69 %	68 %	65 %	64 %	66 %	70 %
En personne	10 %	14 %	7 %	10 %	15 %	8 %	14 %	9 %	8 %	8 %	12 %	9 %	8 %	11 %	10 %	15 %	15 %	7 %	7 %
<b>Par Internet</b>	<b>18 %</b>	18 %	18 %	17 %	21 %	25 %	16 %	14 %	12 %	23 %	15 %	12 %	24 %	7 %	17 %	15 %	20 %	22 %	18 %
Autre	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	0 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	0 %	3 %	1 %	0 %	4 %	1 %
Ne savent pas	3 %	1 %	6 %	1 %	0 %	3 %	2 %	4 %	4 %	10 %	4 %	3 %	3 %	13 %	1 %	4 %	0 %	1 %	4 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Question: Généralement, quel est votre premier réflexe pour compléter l'achat d'une assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 8**

Premier réflexe pour soumettre une réclamation ou déclarer un sinistre

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
<b>Méthodes traditionnelles (par téléphone ou en personne)</b>	<b>83 %</b>	85 %	81 %	88 %	78 %	<b>71 %</b>	<b>90 %</b>	84 %	<b>90 %</b>	80 %	85 %	84 %	81 %	75 %	<b>90 %</b>	87 %	79 %	<b>69 %</b>	87 %
Par téléphone	<b>76 %</b>	74 %	78 %	82 %	<b>62 %</b>	<b>66 %</b>	80 %	79 %	<b>84 %</b>	76 %	74 %	80 %	75 %	65 %	<b>83 %</b>	74 %	71 %	<b>65 %</b>	<b>81 %</b>
En personne	<b>8 %</b>	<b>12 %</b>	<b>4 %</b>	6 %	<b>17 %</b>	5 %	11 %	5 %	6 %	4 %	<b>11 %</b>	<b>4 %</b>	<b>5 %</b>	10 %	7 %	<b>13 %</b>	8 %	4 %	6 %
<b>Par Internet</b>	<b>11 %</b>	12 %	10 %	10 %	<b>18 %</b>	<b>20 %</b>	<b>5 %</b>	10 %	<b>4 %</b>	8 %	9 %	9 %	<b>15 %</b>	10 %	<b>5 %</b>	8 %	<b>18 %</b>	<b>23 %</b>	9 %
Autre	<b>1 %</b>	0 %	1 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>	1 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %	1 %
Ne savent pas	<b>5 %</b>	3 %	8 %	1 %	3 %	6 %	4 %	5 %	5 %	12 %	6 %	5 %	4 %	16 %	4 %	4 %	3 %	7 %	4 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Question: Généralement, quel est votre premier réflexe pour faire une réclamation à la suite d'un sinistre relié à votre automobile ou habitation?



**TABLEAU 9**

## Évaluation globale de l'expérience en ligne

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL Très/Plutôt positive</b>	<b>65 %</b>	63 %	66 %	63 %	<b>78 %</b>	<b>76 %</b>	64 %	63 %	<b>54 %</b>	57 %	62 %	61 %	<b>71 %</b>	59 %	61 %	63 %	69 %	68 %	69 %
Très positive	<b>16 %</b>	15 %	16 %	16 %	18 %	20 %	<b>10 %</b>	16 %	15 %	15 %	16 %	<b>11 %</b>	18 %	9 %	18 %	14 %	16 %	20 %	14 %
Plutôt positive	<b>49 %</b>	48 %	50 %	47 %	<b>60 %</b>	56 %	53 %	47 %	<b>38 %</b>	42 %	46 %	50 %	53 %	50 %	43 %	50 %	52 %	49 %	55 %
<b>TOTAL Très/Plutôt négative</b>	<b>6 %</b>	7 %	6 %	3 %	<b>%</b>	8 %	7 %	8 %	7 %	4 %	7 %	9 %	<b>4 %</b>	8 %	9 %	<b>2 %</b>	2 %	<b>11 %</b>	5 %
Plutôt négative	<b>3 %</b>	4 %	3 %	2 %	<b>%</b>	<b>6 %</b>	4 %	3 %	4 %	1 %	1 %	<b>8 %</b>	3 %	3 %	4 %	2 %	2 %	4 %	4 %
Très négative	<b>3 %</b>	3 %	3 %	1 %	<b>%</b>	1 %	3 %	<b>6 %</b>	3 %	4 %	<b>5 %</b>	1 %	<b>1 %</b>	5 %	5 %	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>7 %</b>	1 %
Vous ne savez pas	<b>29 %</b>	30 %	28 %	34 %	22 %	16 %	29 %	29 %	39 %	39 %	31 %	30 %	25 %	33 %	30 %	35 %	29 %	21 %	25 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

En général, comment évalueriez-vous votre expérience globale en ligne avec votre compagnie d'assurance actuelle pour votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 10**

Avantages à effectuer une soumission en ligne (1 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge						Niveau d'éducation			Revenus familiaux						
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
Être autonome dans son magasinage d'assurance et éviter les délais de prise de contact avec tous les assureurs que vous souhaitez comparer	<b>58 %</b>	59 %	56 %	*	69 %	59 %	53 %	<b>43 %</b>	*	*	64 %	50 %	54 %	*	*	63 %	62 %	54 %	60 %
Pouvoir comparer les offres de plusieurs assureurs en quelques clics	<b>80 %</b>	77 %	85 %	*	<b>65 %</b>	80 %	77 %	83 %	*	*	79 %	85 %	80 %	*	*	69 %	82 %	76 %	82 %
Avoir la possibilité de faire différents scénarios de protection chez un même assureur pour trouver la combinaison qui vous convient	<b>39 %</b>	40 %	37 %	*	<b>57 %</b>	<b>51 %</b>	29 %	34 %	*	*	40 %	38 %	39 %	*	*	<b>54 %</b>	26 %	47 %	41 %
Avoir la possibilité de faire des économies si la soumission est effectuée en ligne	<b>32 %</b>	36 %	26 %	*	<b>56 %</b>	39 %	27 %	33 %	*	*	26 %	28 %	<b>40 %</b>	*	*	36 %	25 %	<b>50 %</b>	<b>23 %</b>

**Base:** adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser le Web pour effectuer une soumission d'assurance (n=221)  
 Selon vous, quels sont les principaux avantages à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 10**

Avantages à effectuer une soumission en ligne (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
Combiner les soumissions automobile et habitation pour voir l'impact des rabais d'achats multiples	<b>44 %</b>	42 %	48 %	*	49 %	42 %	50 %	44 %	*	*	45 %	50 %	42 %	*	*	47 %	53 %	48 %	44 %
Formulaires de soumission en ligne sont généralement simples et conviviaux	<b>44 %</b>	46 %	42 %	*	<b>71 %</b>	49 %	<b>30 %</b>	43 %	*	*	45 %	41 %	45 %	*	*	<b>59 %</b>	49 %	50 %	<b>34 %</b>
Autre(s)	<b>4 %</b>	4 %	4 %	*	2 %	<b>12 %</b>	8 %	0 %	*	*	5 %	2 %	4 %	*	*	0 %	8 %	0 %	<b>8 %</b>
Vous ne savez pas	<b>1 %</b>	1 %	0 %	*	2 %	0 %	0 %	1 %	*	*	0 %	0 %	2 %	*	*	0 %	0 %	0 %	1 %

**Base:** adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser le Web pour effectuer une soumission d'assurance (n=221)  
 Selon vous, quels sont les principaux avantages à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 11**

Inconvénients à effectuer une soumission en ligne (1 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Le prix obtenu après avoir parlé à un(e) agent(e) est différent du prix obtenu en ligne	<b>30 %</b>	33 %	26 %	32 %	41 %	24 %	23 %	31 %	35 %	22 %	30 %	28 %	31 %	*	31 %	24 %	32 %	40 %	30 %
C'est long de compléter les formulaires	<b>23 %</b>	24 %	23 %	22 %	28 %	23 %	18 %	25 %	24 %	26 %	25 %	21 %	23 %	*	24 %	18 %	20 %	24 %	25 %
Les informations demandées sont difficiles à trouver	<b>14 %</b>	16 %	12 %	39 %	24 %	9 %	15 %	7 %	8 %	21 %	18 %	9 %	12 %	*	11 %	14 %	14 %	10 %	17 %
La soumission comprend des termes difficiles à comprendre	<b>18 %</b>	20 %	16 %	7 %	20 %	22 %	23 %	17 %	9 %	21 %	17 %	20 %	17 %	*	20 %	11 %	19 %	18 %	21 %
Vous ne pouvez pas compléter l'achat de l'assurance directement en ligne	<b>13 %</b>	13 %	14 %	4 %	14 %	15 %	23 %	9 %	11 %	10 %	12 %	14 %	15 %	*	10 %	7 %	11 %	14 %	16 %
L'assureur vous contacte sans que vous l'ayez demandé ou avant que vous ayez terminé la soumission en ligne	<b>18 %</b>	15 %	21 %	26 %	18 %	17 %	15 %	16 %	20 %	23 %	20 %	16 %	16 %	*	11 %	17 %	27 %	19 %	18 %

Base: adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser les méthodes traditionnelles pour effectuer une soumission (n=659)  
 Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?



**TABLEAU 11**

Inconvénients à effectuer une soumission en ligne (2 de 2)

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80-99k \$	100k \$ et plus
Il n'y a pas d'aide ou d'agent(e) disponible lors du processus de soumission en ligne	<b>30 %</b>	30 %	30 %	19 %	30 %	27 %	<b>43 %</b>	30 %	31 %	<b>18 %</b>	30 %	27 %	33 %	*	33 %	24 %	34 %	30 %	29 %
Vous ne savez pas combien de temps il reste pour finir de compléter la soumission	<b>11%</b>	11%	11%	6%	<b>21%</b>	8%	10%	8%	13%	8%	10%	9%	12%	*	15%	15%	7%	7%	<b>7%</b>
Il faut répéter par téléphone toutes les réponses données dans la soumission en ligne pour compléter l'achat	<b>28%</b>	29%	27%	47%	28%	<b>20%</b>	28%	29%	31%	17%	31%	23%	26%	*	30%	20%	<b>39%</b>	23%	27%
Vous devez compléter plusieurs formulaires pour comparer les offres	<b>22%</b>	<b>19%</b>	<b>26%</b>	10%	<b>36%</b>	20%	16%	26%	23%	17%	24%	19%	22%	*	25%	<b>28%</b>	21%	21%	<b>16%</b>
Vous ne pouvez pas combiner les soumissions automobiles et habitation pour voir les rabais polices multiples	<b>14%</b>	14%	15%	4%	<b>22%</b>	13%	10%	14%	20%	13%	13%	16%	15%	*	15%	<b>8%</b>	16%	15%	16%
Autre(s)	<b>6%</b>	6%	7%	1%	4%	8%	7%	8%	4%	9%	5%	8%	7%	*	7%	<b>1%</b>	7%	7%	8%
Vous ne savez pas	<b>18%</b>	17%	20%	15%	6%	20%	17%	18%	20%	35%	17%	20%	19%	*	28%	22%	12%	15%	17%

**Base:** adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser les méthodes traditionnelles pour effectuer une soumission (n=659)  
 Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à effectuer une soumission en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 12**

Acheter une police d'assurance entièrement en ligne

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL</b>	<b>35 %</b>	<b>39 %</b>	<b>31 %</b>	<b>62 %</b>	40 %	<b>49 %</b>	43 %	<b>25 %</b>	<b>18 %</b>	26 %	32 %	37 %	39 %	39 %	<b>28 %</b>	32 %	35 %	37 %	<b>43 %</b>
Certainement	<b>9 %</b>	<b>12 %</b>	<b>6 %</b>	6 %	13 %	<b>17 %</b>	9 %	6 %	<b>4 %</b>	8 %	9 %	<b>6 %</b>	11 %	11 %	5 %	10 %	7 %	<b>16 %</b>	8 %
Probablement	<b>26 %</b>	28 %	25 %	<b>55 %</b>	27 %	32 %	<b>35 %</b>	<b>19 %</b>	<b>14 %</b>	18 %	23 %	31 %	28 %	28 %	23 %	22 %	28 %	21 %	<b>36 %</b>
<b>TOTAL Certainement pas / Probablement pas</b>	<b>62 %</b>	<b>58 %</b>	<b>65 %</b>	<b>37 %</b>	58 %	<b>47 %</b>	<b>55 %</b>	<b>72 %</b>	<b>76 %</b>	72 %	64 %	61 %	59 %	52 %	67 %	64 %	61 %	59 %	56 %
Probablement pas	<b>35 %</b>	32 %	38 %	27 %	<b>46 %</b>	<b>26 %</b>	30 %	39 %	41 %	28 %	38 %	34 %	31 %	25 %	38 %	<b>43 %</b>	<b>45 %</b>	27 %	<b>29 %</b>
Certainement pas	<b>27 %</b>	26 %	27 %	<b>10 %</b>	<b>12 %</b>	21 %	24 %	32 %	<b>35 %</b>	<b>44 %</b>	26 %	27 %	28 %	27 %	29 %	22 %	<b>16 %</b>	31 %	27 %
Vous ne savez pas	<b>3 %</b>	2 %	4 %	1 %	2 %	4 %	2 %	3 %	7 %	2 %	5 %	2 %	2 %	9 %	5 %	4 %	4 %	4 %	1 %

Base: adultes du Québec détenant une assurance automobile ou habitation (n=809)

Seriez-vous prêts ou non à acheter une police d'assurance automobile ou habitation à 100% en ligne, sans parler à un(e) agent(e), un(e) conseiller(-ère) ou un(e) courtier(-ère) en assurance?

**TABLEAU 13**

Inconvénients à ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre en ligne

	Total	Genre		Tranche d'âge						Niveau d'éducation			Revenus familiaux						
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
Manque de conseils personnalisés	<b>40 %</b>	<b>47 %</b>	<b>33 %</b>	37 %	43 %	40 %	46 %	33 %	44 %	38 %	43 %	35 %	40 %	*	35 %	41 %	48 %	34 %	42 %
Complexité des questions / Risques de confusion	<b>36 %</b>	<b>41 %</b>	<b>29 %</b>	31 %	40 %	34 %	42 %	31 %	39 %	29 %	<b>43 %</b>	<b>25 %</b>	33 %	*	47 %	31 %	35 %	33 %	37 %
Préoccupations concernant la sécurité des données personnelles fournies en ligne	<b>15 %</b>	16 %	14 %	23 %	21 %	10 %	12 %	18 %	12 %	19 %	18 %	15 %	<b>12 %</b>	*	16 %	10 %	<b>25 %</b>	<b>26 %</b>	<b>10 %</b>
Difficile à exprimer les détails d'une réclamation ou d'un sinistre	<b>47 %</b>	47 %	48 %	59 %	37 %	48 %	43 %	49 %	53 %	38 %	51 %	43 %	45 %	*	58 %	44 %	<b>64 %</b>	49 %	<b>42 %</b>
Besoin d'assistance supplémentaire	<b>29 %</b>	32 %	27 %	24 %	30 %	30 %	24 %	32 %	37 %	22 %	29 %	32 %	29 %	*	32 %	23 %	39 %	36 %	27 %
Manque de suivi	<b>15 %</b>	<b>17 %</b>	<b>11 %</b>	38 %	18 %	14 %	14 %	12 %	12 %	<b>5 %</b>	13 %	15 %	16 %	*	15 %	10 %	10 %	10 %	<b>22 %</b>
Autre(s)	<b>5 %</b>	5 %	6 %	2 %	<b>12 %</b>	7 %	4 %	6 %	4 %	2 %	5 %	7 %	4 %	*	8 %	1 %	5 %	6 %	6 %
Vous ne savez pas	<b>17 %</b>	14 %	20 %	7 %	12 %	13 %	16 %	16 %	19 %	36 %	15 %	18 %	18 %	*	18 %	20 %	9 %	10 %	17 %

**Base:** adultes du Québec ayant comme premier réflexe d'utiliser les méthodes traditionnelles pour effectuer réclamation ou déclarer un sinistre (n=547). Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre en ligne pour votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 14**

Ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre sur l'espace client en ligne ou l'application mobile

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL À l'aise</b>	<b>45 %</b>	47 %	43 %	65 %	46 %	55 %	48 %	46 %	31 %	31 %	42 %	46 %	48 %	53 %	41 %	43 %	45 %	45 %	52 %
Très à l'aise	15 %	15 %	14 %	38 %	22 %	23 %	7 %	12 %	8 %	8 %	13 %	14 %	17 %	27 %	6 %	11 %	15 %	24 %	18 %
Plutôt à l'aise	30 %	31 %	29 %	27 %	24 %	31 %	41 %	34 %	23 %	23 %	30 %	31 %	31 %	26 %	35 %	32 %	30 %	21 %	33 %
<b>TOTAL Mal à l'aise</b>	<b>41 %</b>	42 %	41 %	31 %	46 %	33 %	40 %	39 %	47 %	51 %	45 %	38 %	37 %	39 %	52 %	45 %	36 %	40 %	35 %
Plutôt mal à l'aise	27 %	28 %	26 %	23 %	38 %	24 %	28 %	24 %	27 %	24 %	31 %	24 %	23 %	19 %	33 %	36 %	24 %	23 %	25 %
Très mal à l'aise	14 %	14 %	14 %	8 %	8 %	9 %	12 %	16 %	20 %	27 %	14 %	15 %	14 %	20 %	19 %	9 %	11 %	17 %	10 %
Vous ne savez pas	14 %	11 %	17 %	4 %	8 %	12 %	12 %	14 %	22 %	18 %	12 %	16 %	15 %	8 %	7 %	12 %	19 %	15 %	13 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes EN LIGNE, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile? A) Ouvrir une réclamation ou déclarer un sinistre pour votre assurance automobile ou habitation



**TABLEAU 15**

Espace client en ligne et application mobile

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>Espace client en ligne (total Oui)</b>	<b>72 %</b>	<b>67 %</b>	<b>76 %</b>	76 %	81 %	76 %	68 %	70 %	66 %	72 %	69 %	70 %	76 %	70 %	64 %	80 %	71 %	66 %	76 %
Oui, et vous l'avez déjà utilisé	<b>36 %</b>	34 %	36 %	42 %	49 %	33 %	37 %	35 %	26 %	35 %	32 %	28 %	45 %	29 %	29 %	32 %	38 %	32 %	46 %
Oui, mais vous ne l'avez jamais utilisé	<b>36 %</b>	33 %	40 %	34 %	32 %	42 %	31 %	34 %	40 %	37 %	37 %	42 %	31 %	41 %	35 %	48 %	33 %	34 %	29 %
Non, elle ne dispose pas de cet outil	<b>2 %</b>	1 %	2 %	2 %	1 %	2 %	5 %	1 %	%	%	1 %	3 %	3 %	%	3 %	1 %	3 %	2 %	1 %
Vous ne savez pas	<b>27 %</b>	31 %	22 %	22 %	18 %	23 %	27 %	29 %	33 %	28 %	30 %	27 %	21 %	30 %	33 %	19 %	26 %	32 %	23 %
<b>Application mobile (total Oui)</b>	<b>56 %</b>	<b>53 %</b>	<b>60 %</b>	60 %	55 %	68 %	57 %	56 %	50 %	47 %	56 %	58 %	56 %	54 %	57 %	58 %	50 %	56 %	64 %
Oui, et vous l'avez déjà utilisée	<b>23 %</b>	22 %	25 %	36 %	37 %	30 %	20 %	22 %	12 %	18 %	23 %	24 %	25 %	25 %	18 %	20 %	26 %	25 %	30 %
Oui, mais vous ne l'avez jamais utilisée	<b>33 %</b>	31 %	35 %	24 %	17 %	38 %	38 %	34 %	38 %	29 %	33 %	34 %	32 %	29 %	39 %	38 %	24 %	31 %	34 %
Non, elle ne dispose pas de cet outil	<b>3 %</b>	3 %	3 %	2 %	2 %	4 %	5 %	2 %	5 %	1 %	3 %	3 %	4 %	%	3 %	2 %	2 %	6 %	3 %
Vous ne savez pas	<b>40 %</b>	44 %	37 %	38 %	43 %	28 %	38 %	42 %	46 %	52 %	41 %	40 %	40 %	46 %	40 %	40 %	48 %	38 %	33 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Savez-vous si votre compagnie d'assurance actuelle dispose d'un espace client en ligne/d'une application mobile pour gérer votre assurance automobile ou habitation?

**TABLEAU 16**

Aisance à modifier sa police ou ses protections sur son espace client

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL À l'aise</b>	<b>52 %</b>	53 %	51 %	<b>75 %</b>	63 %	<b>63 %</b>	54 %	54 %	<b>32 %</b>	<b>35 %</b>	50 %	55 %	55 %	52 %	<b>37 %</b>	63 %	54 %	48 %	<b>61 %</b>
Très à l'aise	<b>12 %</b>	12 %	12 %	20 %	12 %	<b>23 %</b>	8 %	13 %	8 %	<b>2 %</b>	<b>7 %</b>	15 %	<b>17 %</b>	23 %	8 %	10 %	7 %	<b>20 %</b>	15 %
Plutôt à l'aise	<b>40 %</b>	41 %	39 %	55 %	<b>51 %</b>	40 %	46 %	41 %	<b>24 %</b>	33 %	42 %	40 %	38 %	29 %	<b>29 %</b>	<b>53 %</b>	46 %	<b>28 %</b>	<b>46 %</b>
<b>TOTAL Mal à l'aise</b>	<b>39 %</b>	38 %	39 %	<b>22 %</b>	32 %	<b>27 %</b>	40 %	38 %	<b>51 %</b>	<b>53 %</b>	42 %	33 %	37 %	36 %	<b>58 %</b>	33 %	32 %	35 %	<b>32 %</b>
Plutôt mal à l'aise	<b>23 %</b>	24 %	22 %	<b>9 %</b>	20 %	20 %	22 %	20 %	<b>38 %</b>	22 %	24 %	19 %	24 %	14 %	<b>35 %</b>	21 %	21 %	21 %	21 %
Très mal à l'aise	<b>16 %</b>	14 %	17 %	13 %	12 %	<b>7 %</b>	18 %	18 %	13 %	<b>32 %</b>	18 %	15 %	13 %	22 %	<b>23 %</b>	13 %	12 %	14 %	<b>11 %</b>
Vous ne savez pas	<b>9 %</b>	8 %	10 %	3 %	5 %	10 %	6 %	7 %	16 %	12 %	8 %	12 %	8 %	12 %	6 %	4 %	14 %	17 %	7 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes EN LIGNE, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile? A) Modifier votre police / vos protections d'assurance automobile ou habitation

**TABLEAU 17**

Aisance à payer sa police sur son espace client

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL À l'aise</b>	<b>74 %</b>	76 %	73 %	89 %	78 %	84 %	73 %	74 %	68 %	60 %	71 %	76 %	78 %	65 %	70 %	82 %	79 %	66 %	80 %
Très à l'aise	41 %	38 %	44 %	62 %	45 %	41 %	30 %	43 %	37 %	42 %	41 %	38 %	43 %	37 %	39 %	43 %	41 %	37 %	43 %
Plutôt à l'aise	34 %	39 %	29 %	27 %	34 %	43 %	42 %	31 %	31 %	18 %	31 %	39 %	35 %	27 %	31 %	39 %	38 %	29 %	36 %
<b>TOTAL Mal à l'aise</b>	<b>18 %</b>	19 %	18 %	10 %	17 %	9 %	23 %	18 %	19 %	34 %	22 %	15 %	15 %	27 %	25 %	13 %	10 %	21 %	14 %
Plutôt mal à l'aise	9 %	10 %	8 %	10 %	12 %	5 %	13 %	5 %	9 %	15 %	9 %	8 %	9 %	5 %	7 %	9 %	8 %	9 %	10 %
Très mal à l'aise	9 %	9 %	10 %	%	5 %	4 %	10 %	13 %	10 %	19 %	13 %	7 %	6 %	22 %	18 %	4 %	2 %	12 %	5 %
Vous ne savez pas	7 %	5 %	9 %	1 %	4 %	7 %	5 %	8 %	14 %	6 %	7 %	9 %	7 %	8 %	4 %	5 %	11 %	12 %	6 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes EN LIGNE, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile? A) Payer votre police d'assurance automobile ou habitation

**TABLEAU 18**

Aisance à demander de l'assistance routière sur son espace client

	Total	Genre		Tranche d'âge							Niveau d'éducation			Revenus familiaux					
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus	Primaire ou Secondaire	Collégial	Universitaire	Moins de 20k \$	20-39k \$	40-59k \$	60-79k \$	80- 99k \$	100k \$ et plus
<b>TOTAL À l'aise</b>	<b>45 %</b>	46 %	44 %	57 %	55 %	50 %	49 %	38 %	37 %	39 %	45 %	46 %	45 %	51 %	36 %	49 %	48 %	41 %	50 %
Très à l'aise	17 %	18 %	16 %	21 %	18 %	21 %	11 %	15 %	17 %	24 %	17 %	16 %	18 %	27 %	14 %	17 %	14 %	25 %	15 %
Plutôt à l'aise	28 %	28 %	28 %	36 %	37 %	30 %	38 %	23 %	20 %	15 %	28 %	30 %	27 %	24 %	22 %	32 %	34 %	16 %	35 %
<b>TOTAL Mal à l'aise</b>	<b>27 %</b>	29 %	26 %	25 %	23 %	25 %	31 %	30 %	27 %	27 %	28 %	29 %	26 %	30 %	33 %	23 %	24 %	32 %	25 %
Plutôt mal à l'aise	14 %	13 %	15 %	25 %	16 %	13 %	14 %	14 %	12 %	10 %	12 %	16 %	15 %	8 %	18 %	14 %	12 %	15 %	13 %
Très mal à l'aise	14 %	15 %	12 %	8 %	8 %	12 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %	13 %	11 %	22 %	14 %	8 %	11 %	16 %	12 %
Vous ne savez pas	28 %	25 %	30 %	18 %	22 %	25 %	20 %	32 %	36 %	34 %	28 %	25 %	29 %	19 %	31 %	28 %	28 %	28 %	25 %

Base: adultes du Québec qui détiennent une assurance automobile ou habitation (n=809)

Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise ou non d'effectuer les actions suivantes EN LIGNE, que ce soit dans votre espace client ou sur l'application mobile? A) Demander de l'assistance routière

# NETendances 2024

Une initiative de l'Académie de la transformation numérique

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.

## Nos publications

Maison intelligente · 09/24

**Nouveau** · Assurance de dommages · 10/24

Actualités en ligne et réseaux sociaux · 11/24

Portrait numérique des foyers québécois · 12/24

**Nouveau** · Intelligence artificielle générative et cybersécurité · 01/25

La famille numérique · 02/25

Les personnes âgées connectées · 03/25

**Édition spéciale** · 20 ans de commerce en ligne au Québec · 04/25

Services gouvernementaux en ligne · 05/25

Services municipaux en ligne · 05/25

**Fiches** · Portrait numérique des régions · 07/25

**Fiches** · Portrait numérique des générations · 08/25



**Restez à l'affût**

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



Académie de la  
transformation  
numérique



UNIVERSITÉ  
LAVAL