

# Comportement des Québécois quant aux services financiers en ligne

## Un portrait par génération

Le 30 avril 2019

Claire Bourget  
Directrice principale, recherche marketing

 [cefrio.qc.ca](http://cefrio.qc.ca)

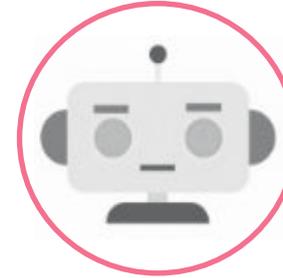
# Sujets présentés



Démarche de la collecte



Opérations de placement en ligne



Agents virtuels et robots conseillers



Génération analysées



Dépôt mobile de chèques



Modes de paiement émergents



Opérations bancaires sur Internet



Utilisation d'outils financiers



Assurance auto et habitation

# Notre démarche de collecte



- Données issues de l'enquête NETendances 2018 (Services bancaires en ligne)
- N = 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et +
- Collecte téléphonique (mobile et filaire)
- Chiffres en **rouge** : différences significatives supérieures
- Chiffres en **bleu** : différences significatives inférieures



# Depuis 19 ans, NETendances dresse un portrait des grandes tendances de l'utilisation du numérique au Québec

Les partenaires :



Avec la collaboration de :



# Génération présentée



**La génération Z**  
(génération Internet)

18-24 ans



**Les milléniaux**

25-34 ans



**La génération X**

35-54 ans



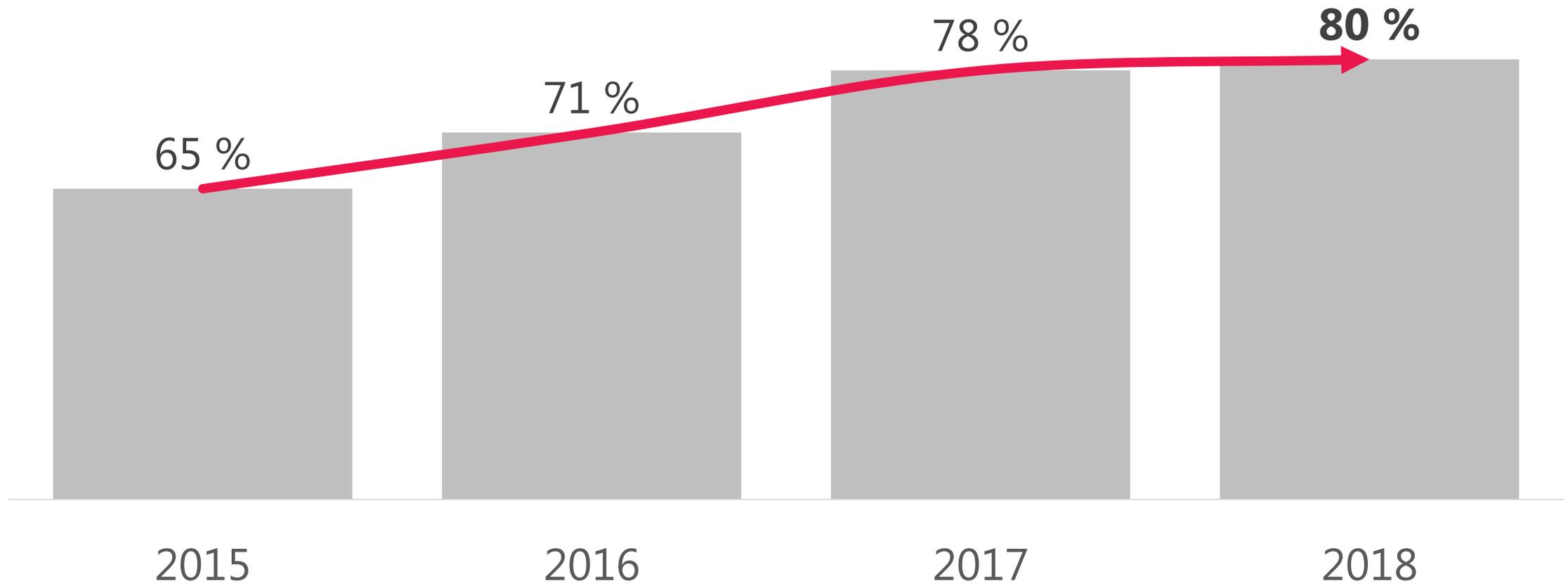
**Baby-boomers  
et leurs parents**

55 ans et plus

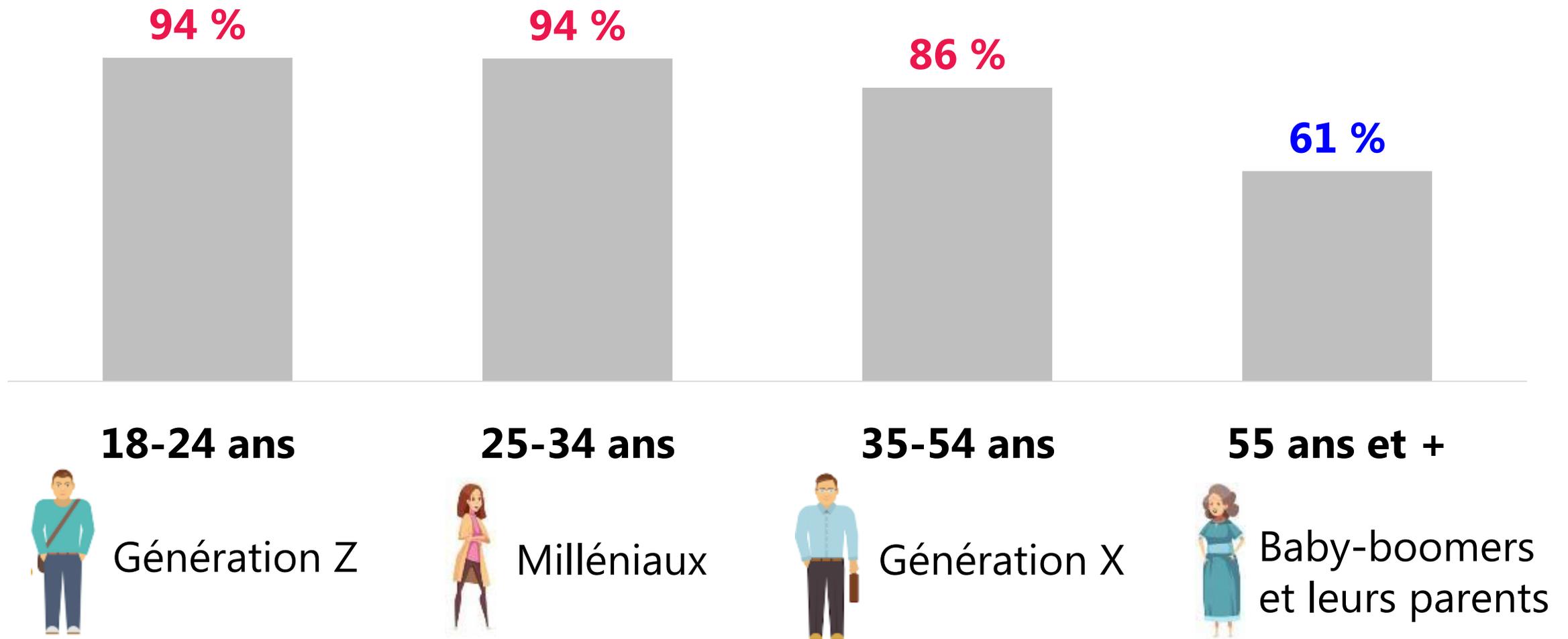


# Utilisation d'Internet pour effectuer des opérations bancaires

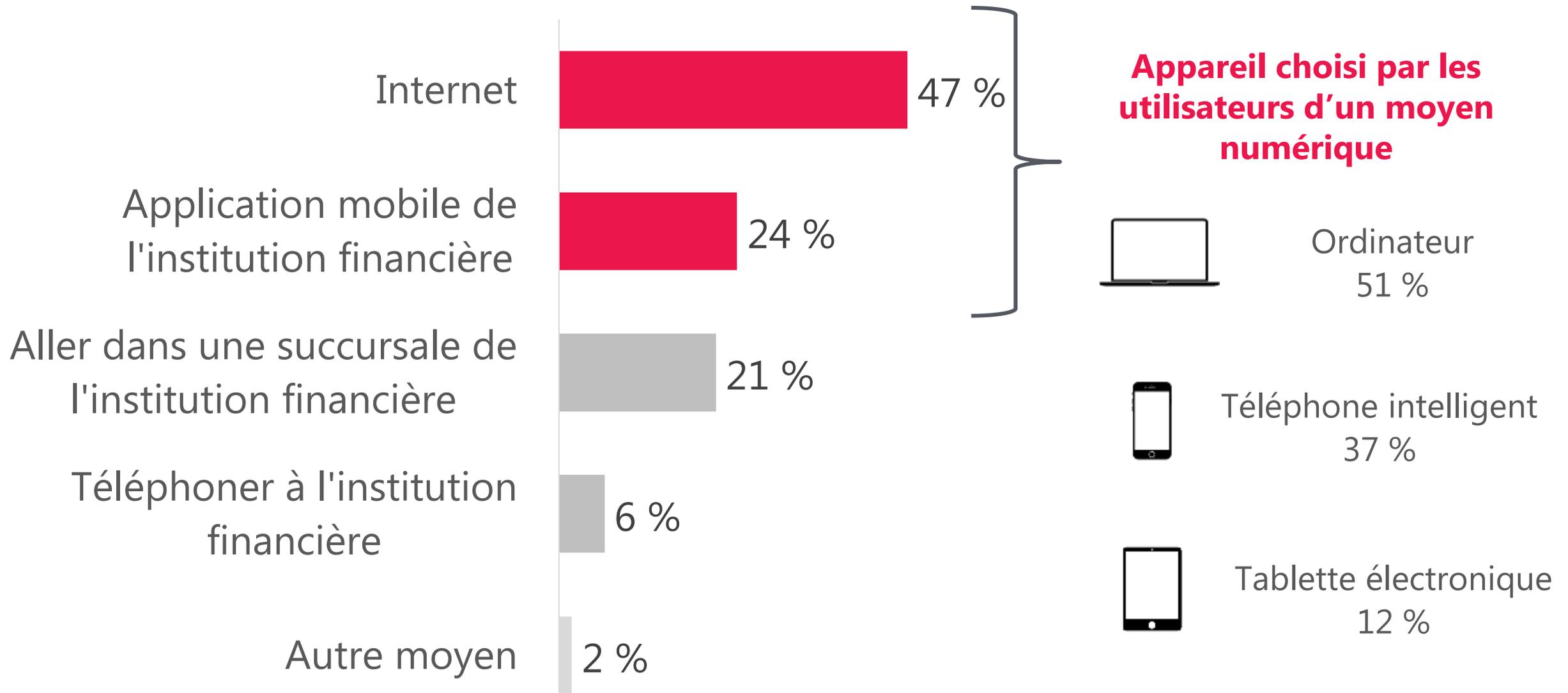
# 8 adultes québécois sur 10 effectuent des opérations bancaires en ligne



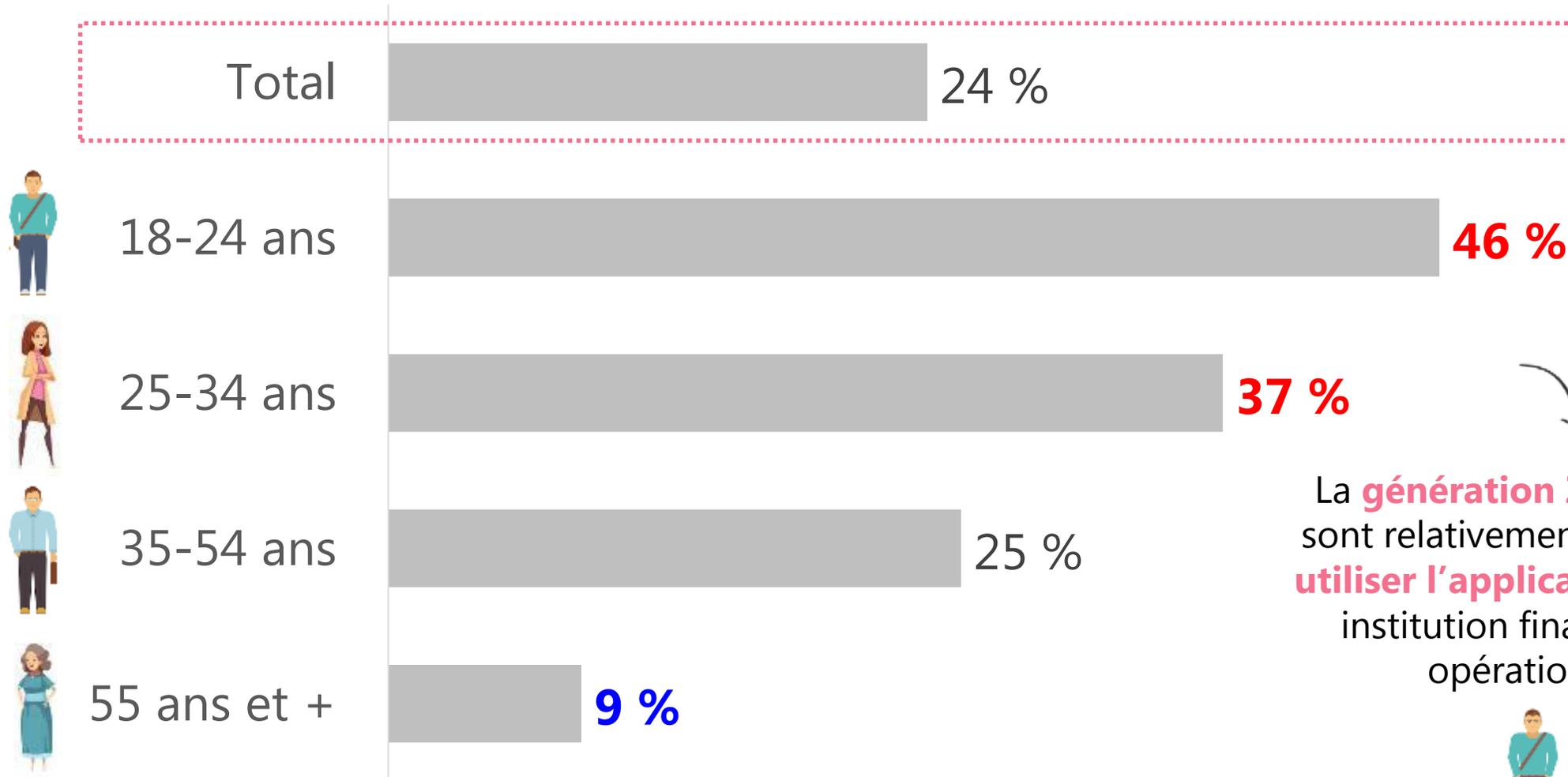
# Taux d'utilisateurs d'Internet pour effectuer des opérations bancaires parmi les groupes d'âge



# Les moyens numériques les plus souvent utilisés pour effectuer des opérations bancaires



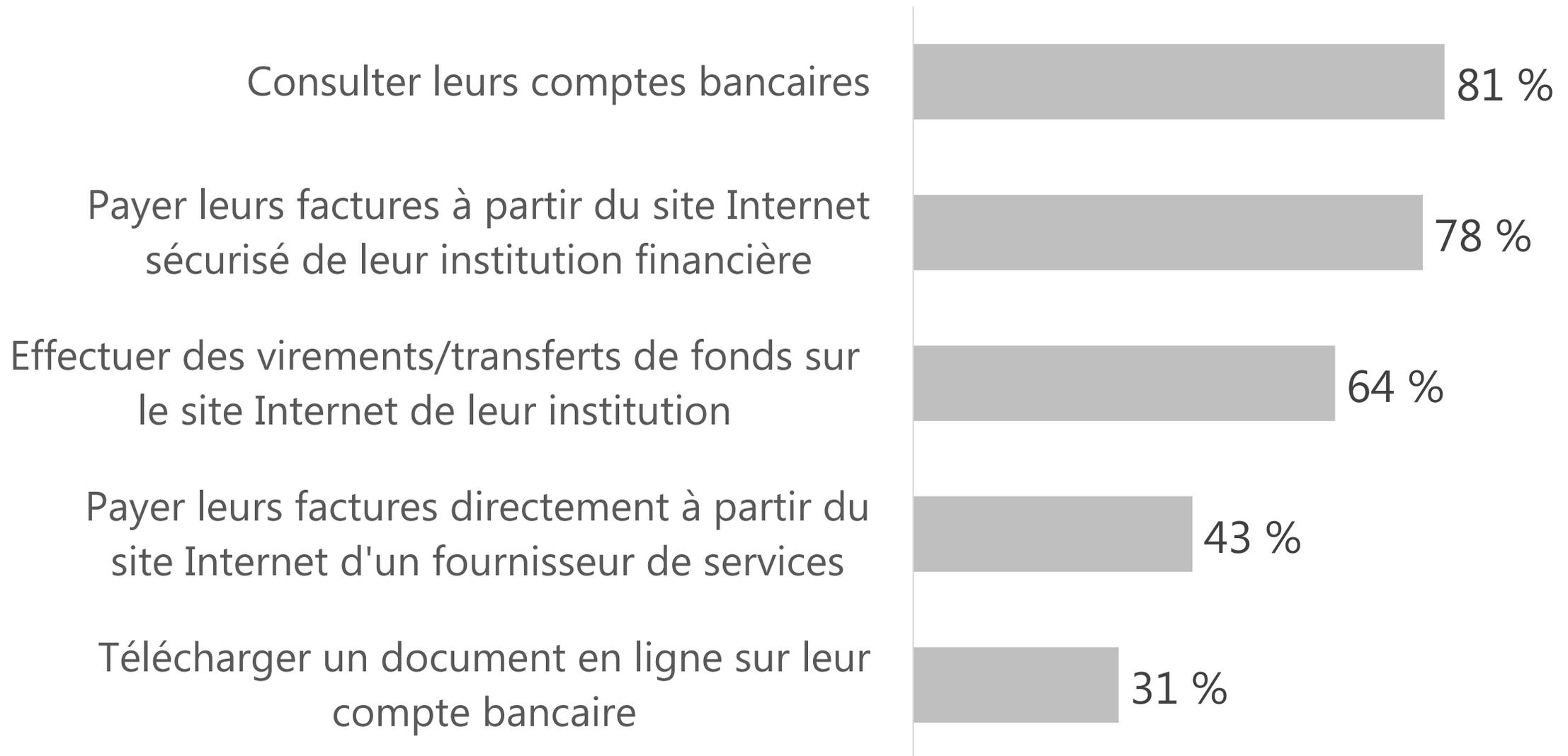
# Application mobile comme moyen le plus souvent utilisé pour effectuer leurs opérations bancaires



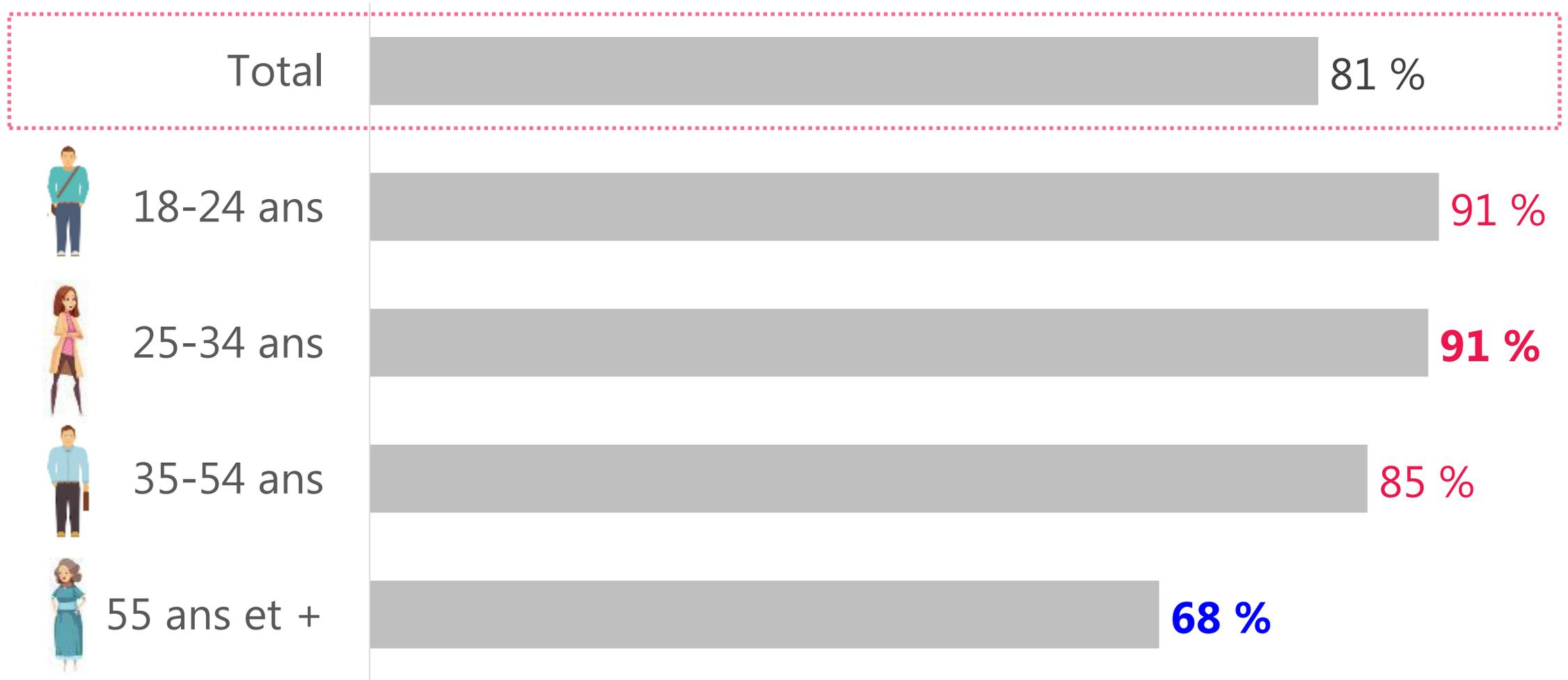
La **génération Z** et **les milléniaux** sont relativement **plus nombreux à utiliser l'application mobile** de leur institution financière pour leurs opérations bancaires



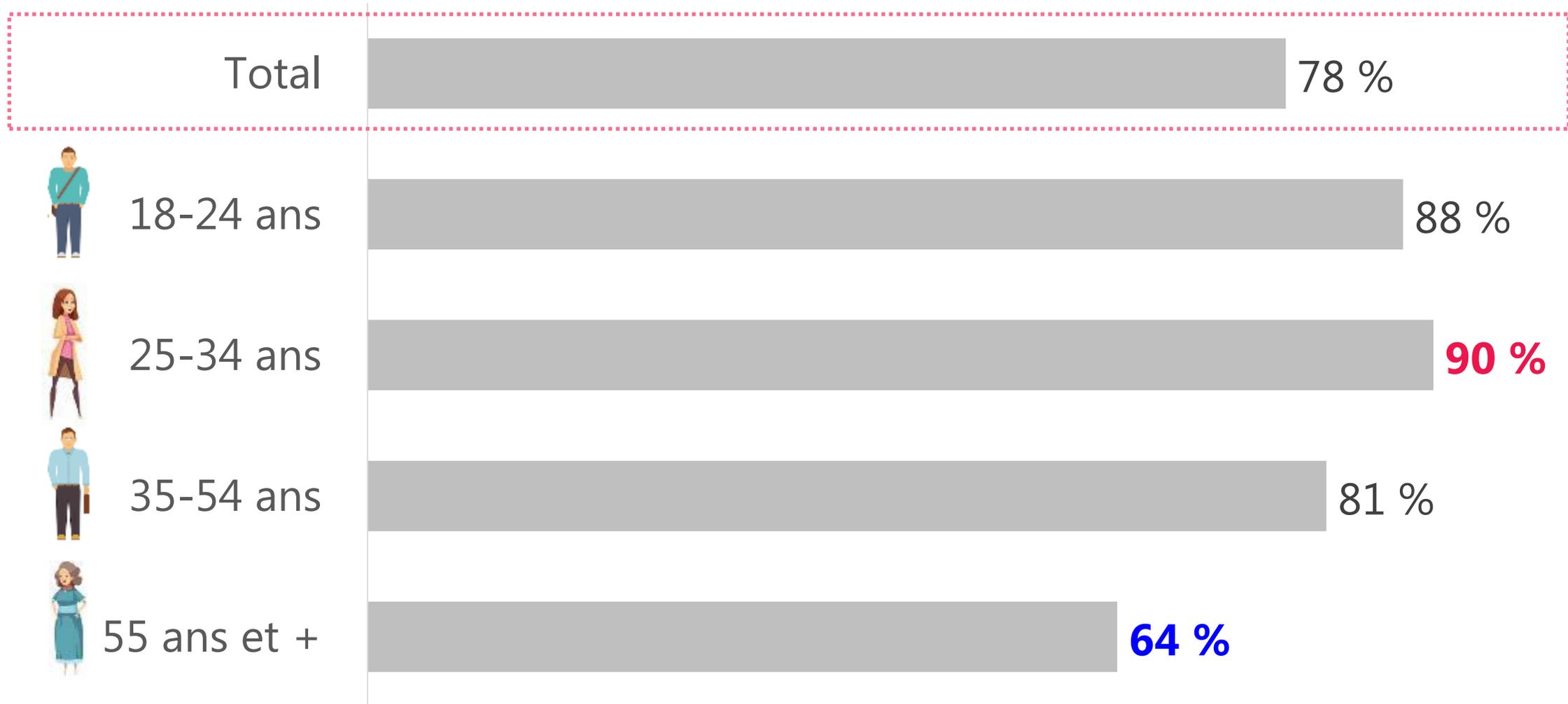
# Opérations bancaires réalisées sur Internet au cours du dernier mois par les internautes

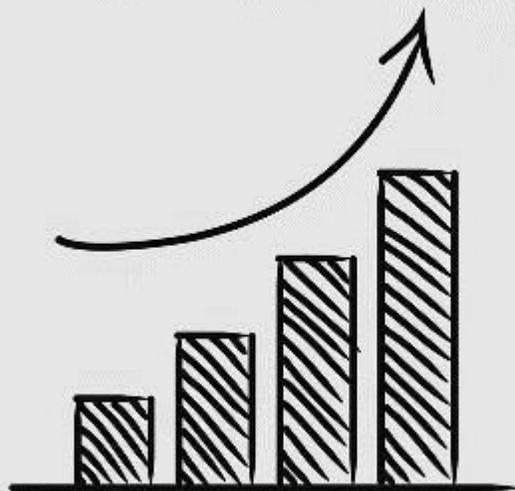


# Internautes ayant consulté leurs comptes bancaires au cours du dernier mois



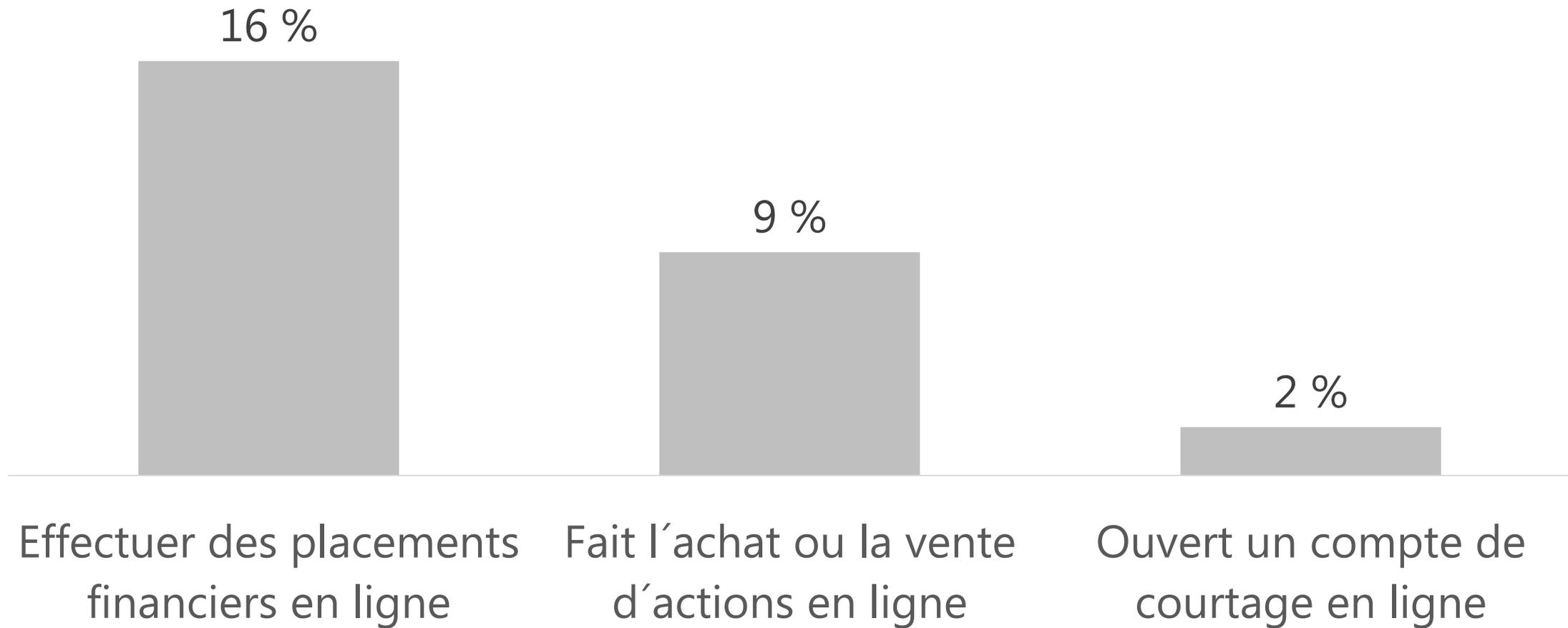
# Internaute ayant payé des factures via le site de leur institution financière au cours du dernier mois



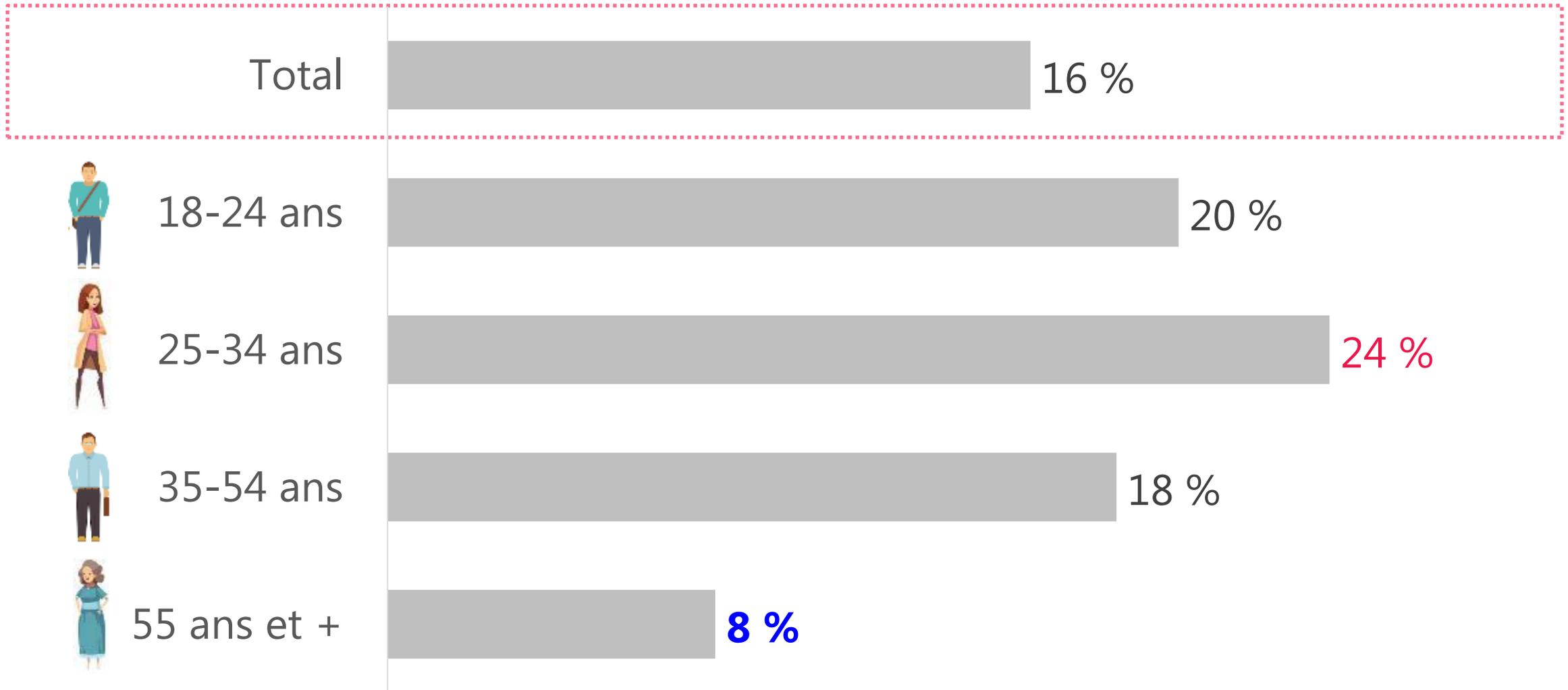


# Opérations de placement en ligne

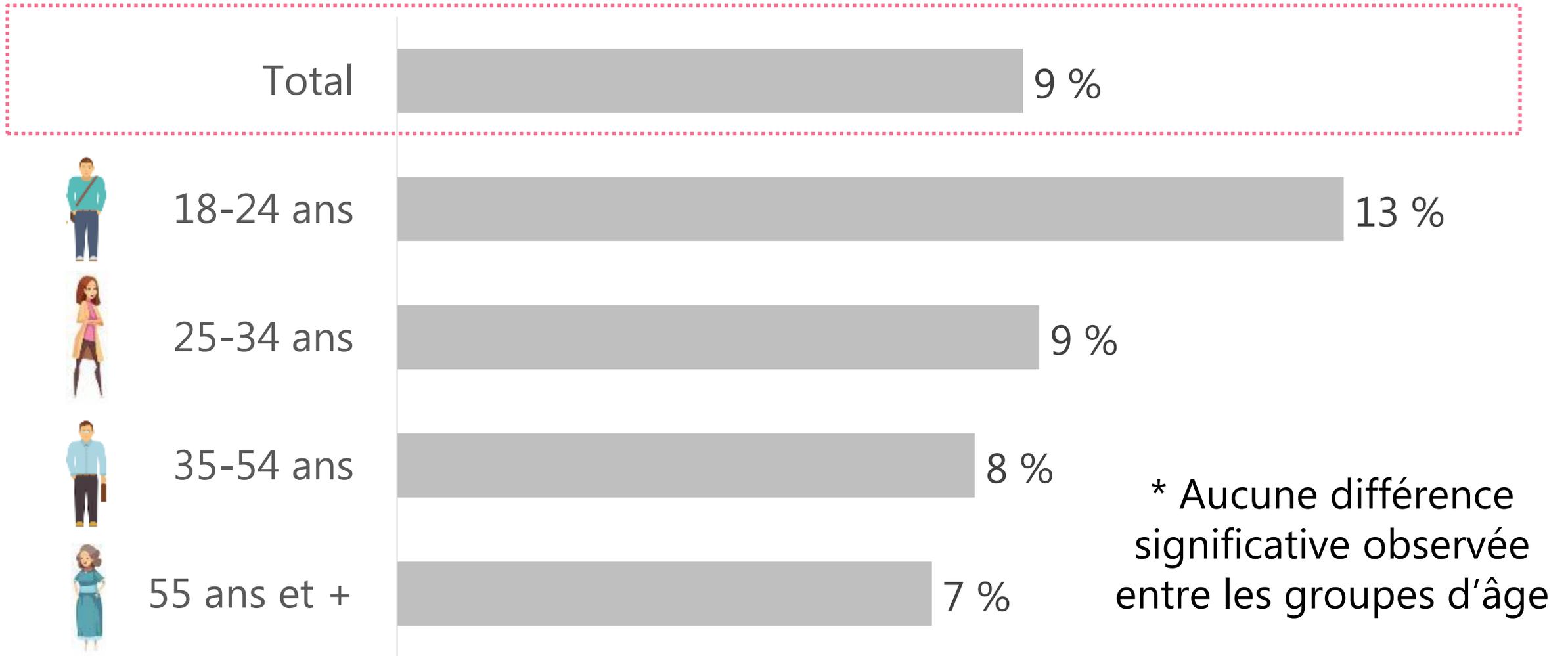
# Opérations de placement en ligne réalisées au cours des 12 derniers mois par les internautes



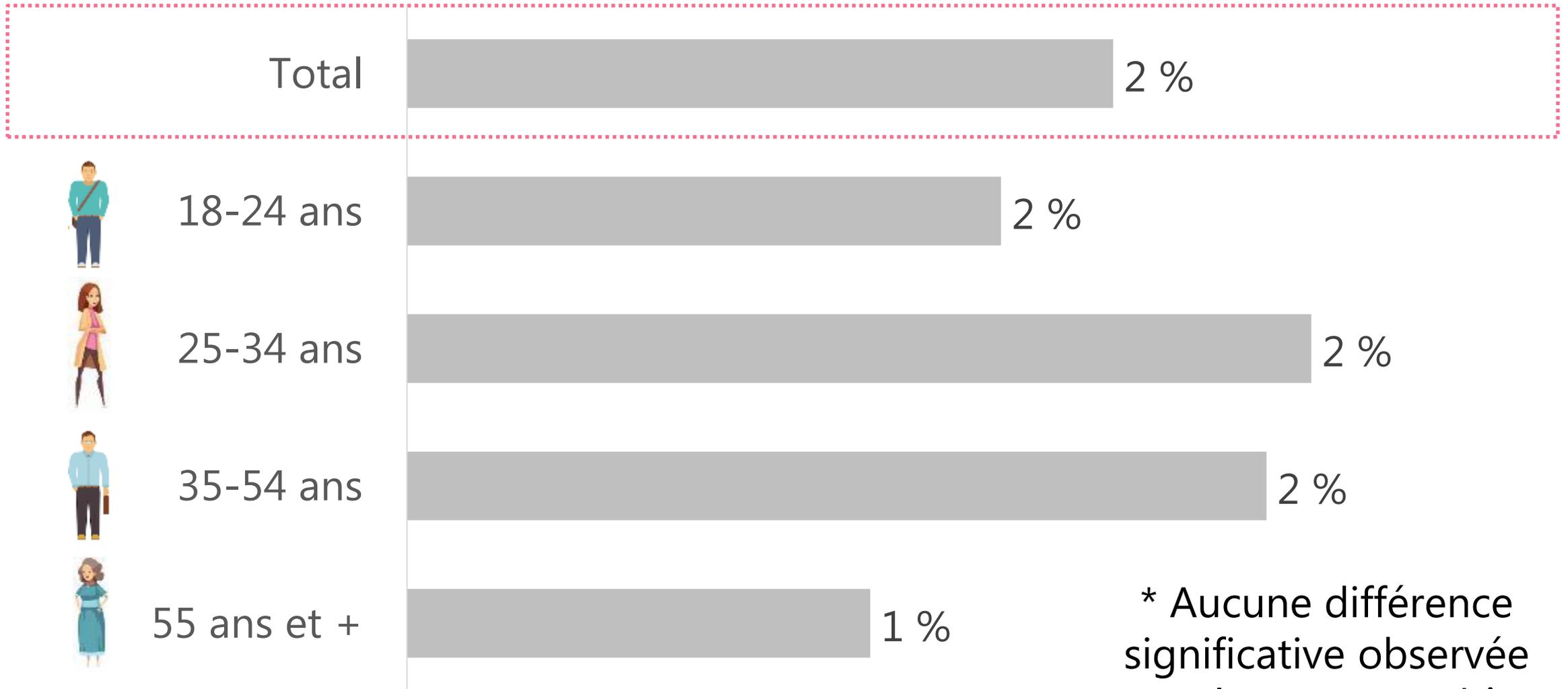
# Internautes ayant effectué des placements financiers en ligne



# Internautes ayant fait l'achat ou la vente d'actions en ligne



# Internautes ayant ouvert un compte de courtage en ligne

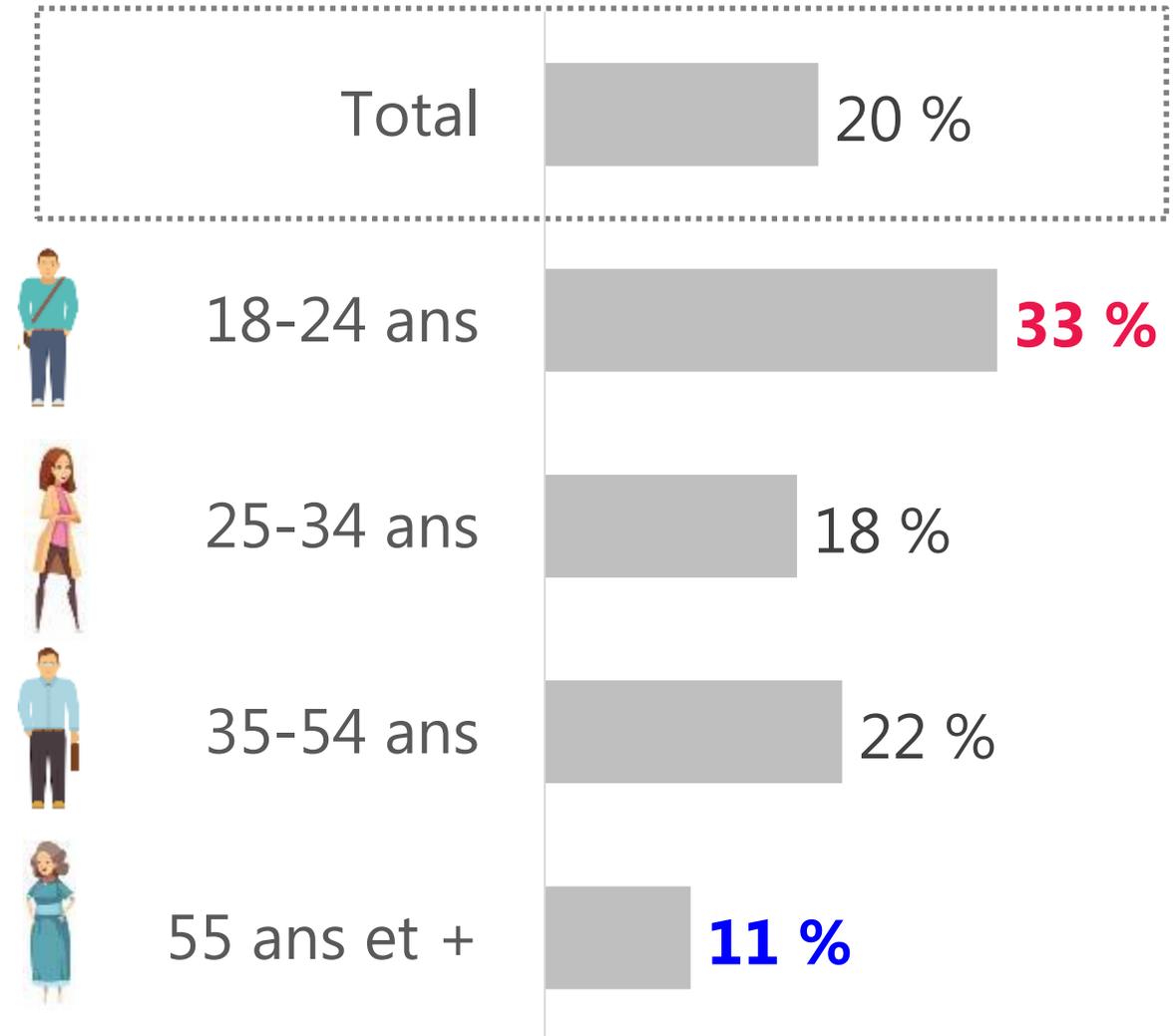
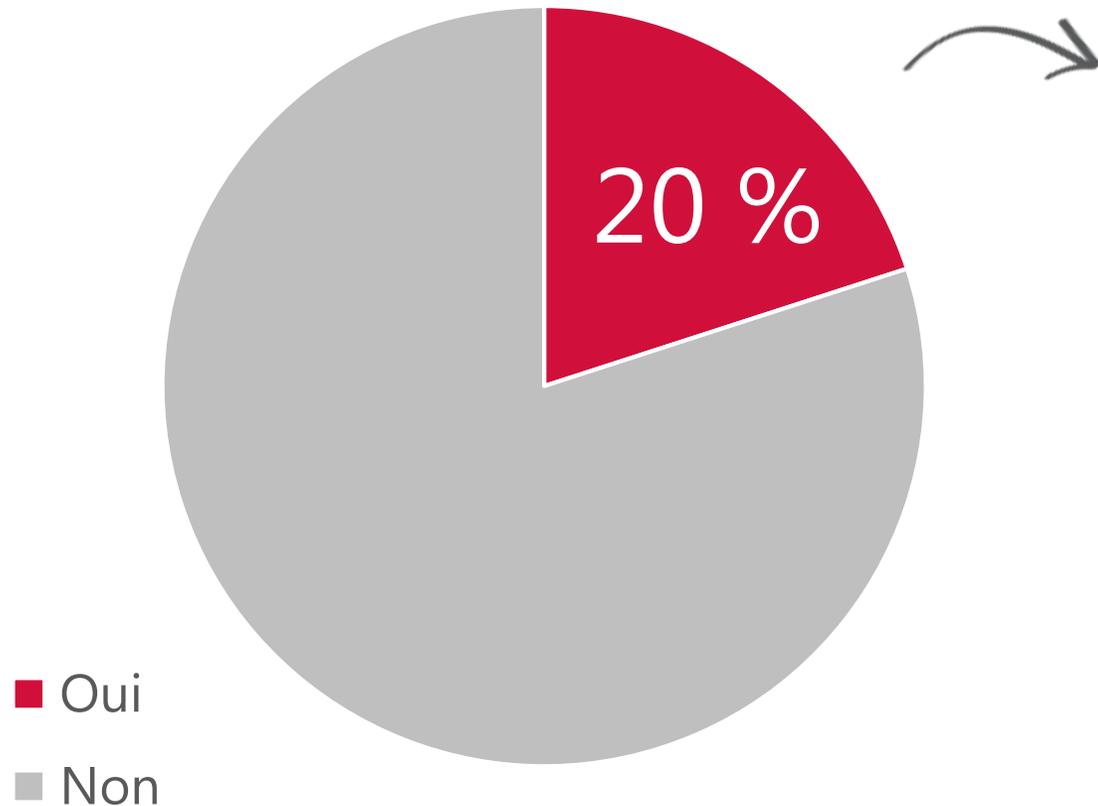


\* Aucune différence significative observée entre les groupes d'âge

# Dépôt mobile de chèques



# Utilisation du dépôt mobile au cours des 12 derniers mois



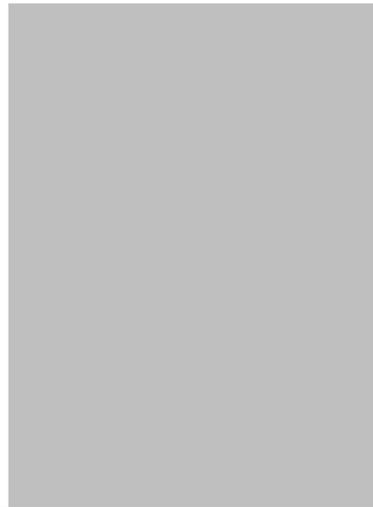


**Utilisation d'outils  
financiers sur le  
site Web d'une  
institution  
financière**

# Taux d'utilisation d'outils financiers au cours des 12 derniers mois



12 %



Simulateur de prêt  
hypothécaire

8 %



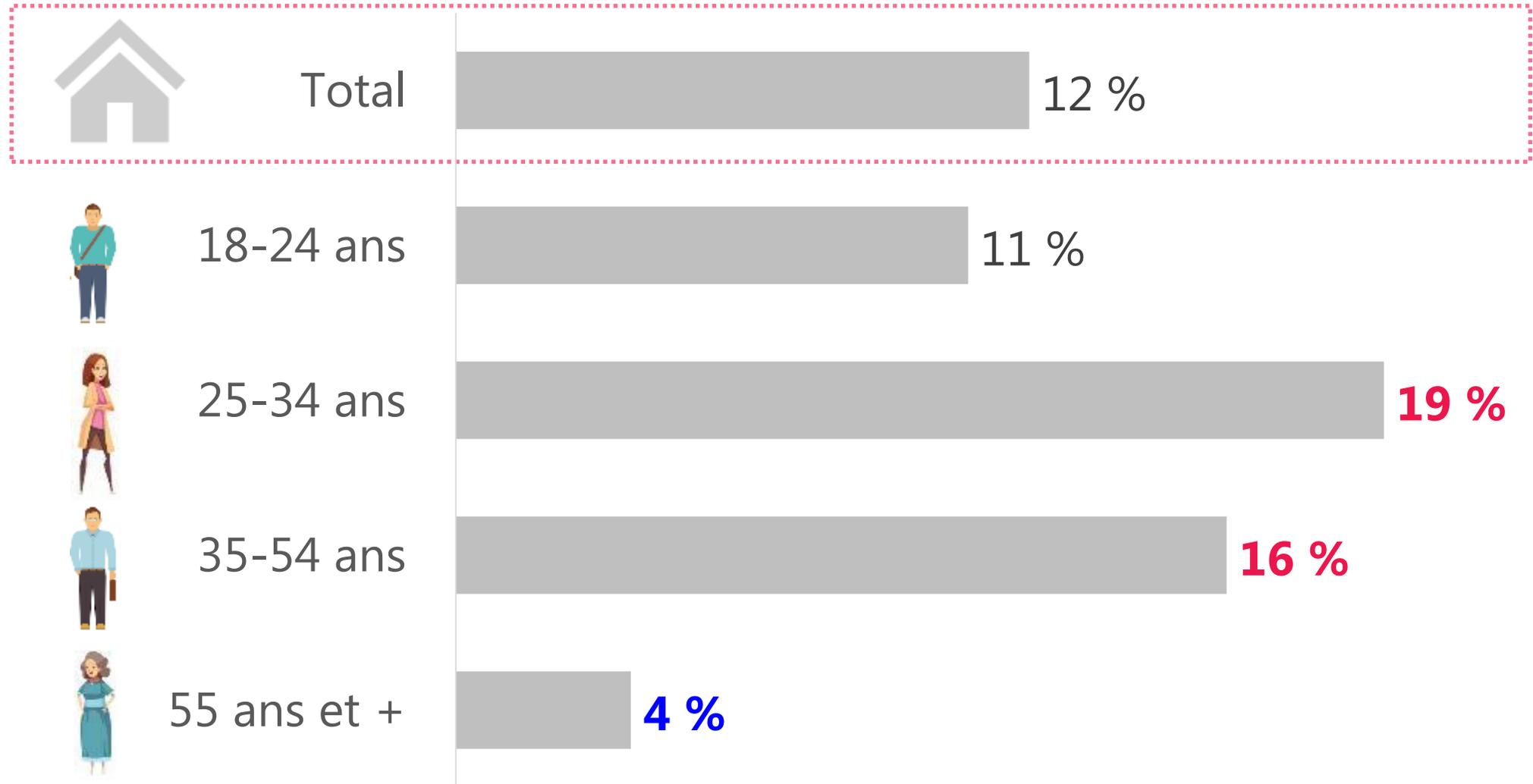
Calculateur de budget

7 %

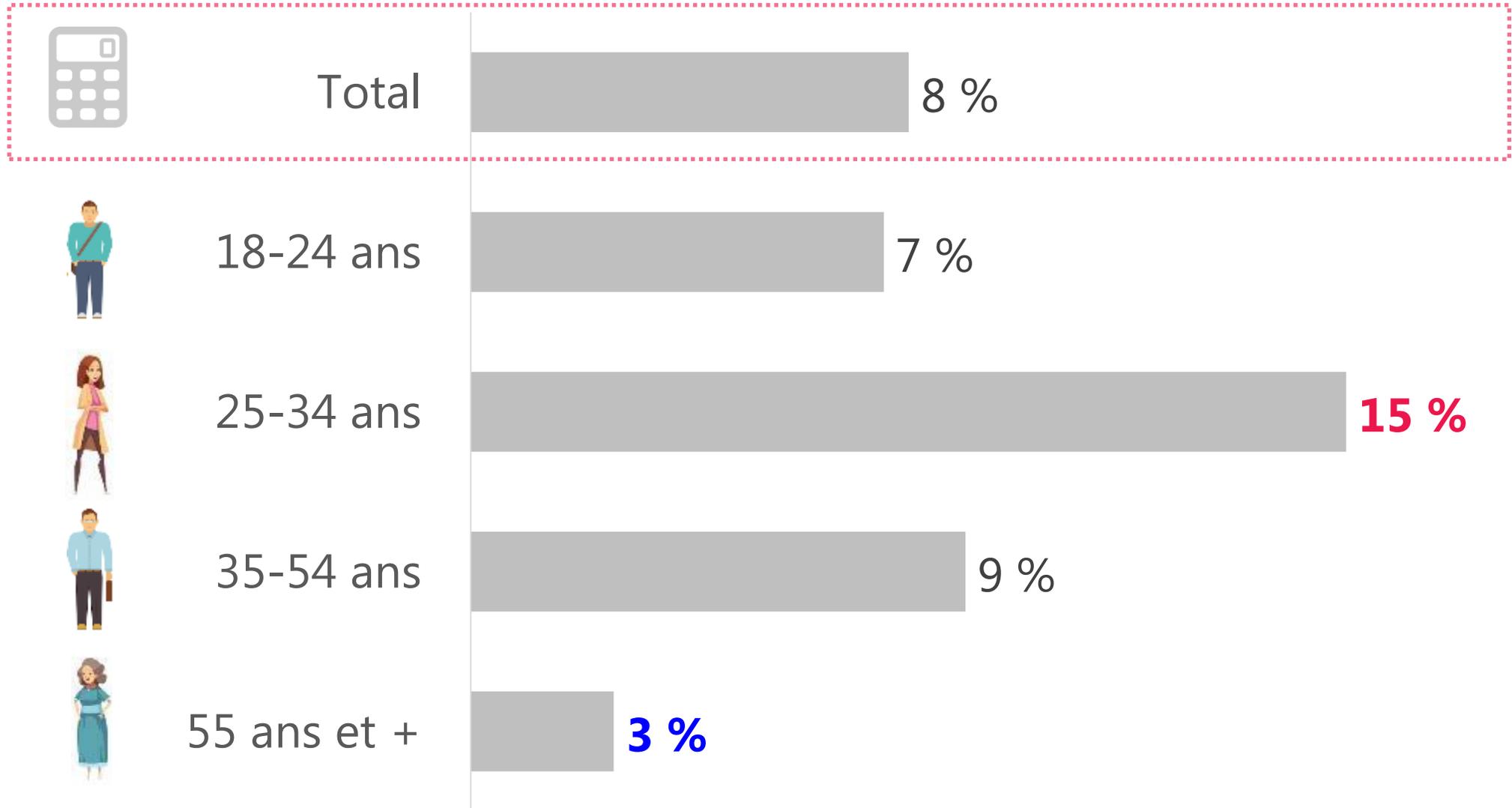


Calculateur de retraite ou de  
REER

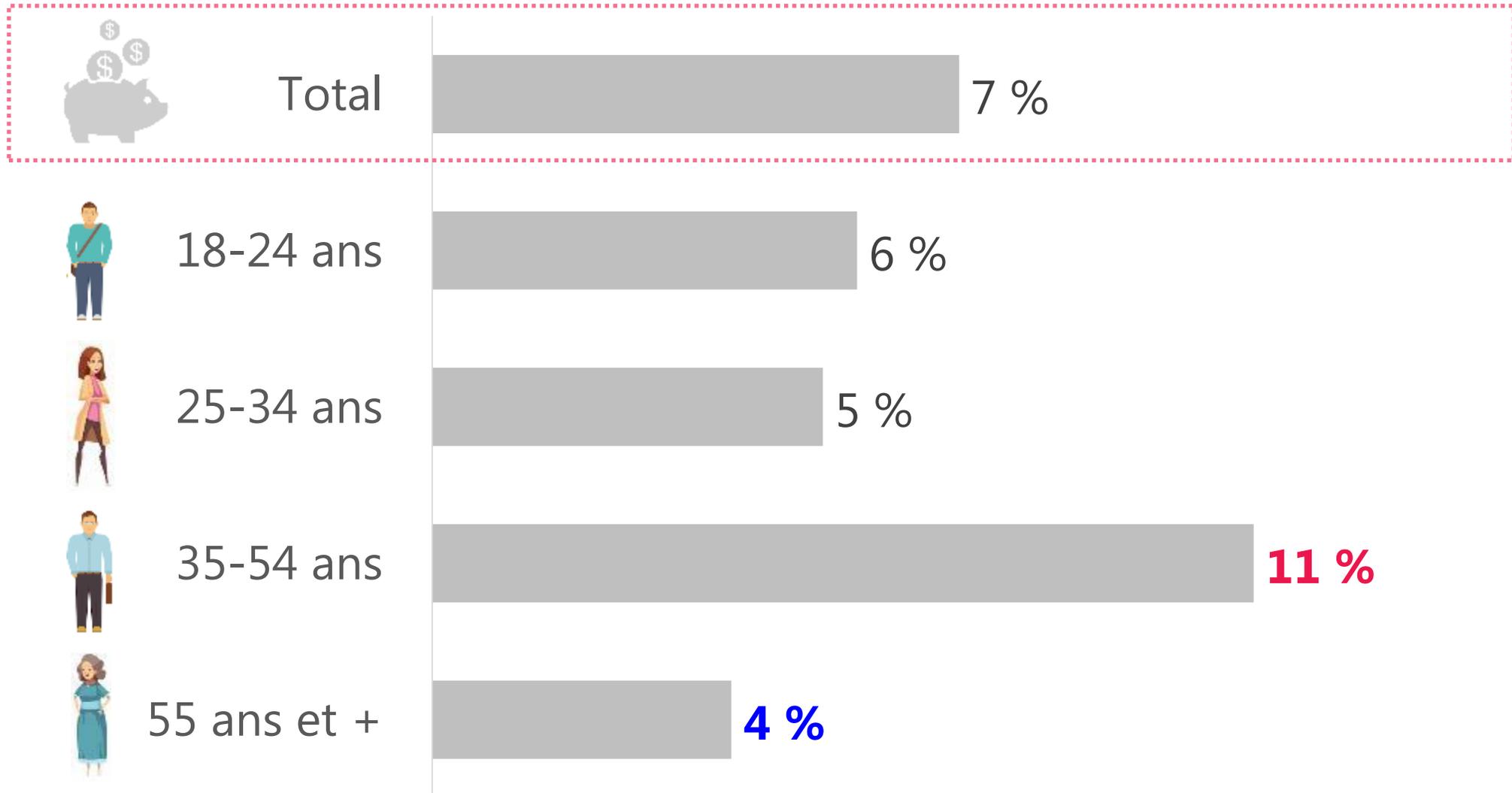
# Taux d'utilisation de simulateurs de prêt hypothécaire au cours des 12 derniers mois



# Taux d'utilisation de calculateur de budget au cours des 12 derniers mois



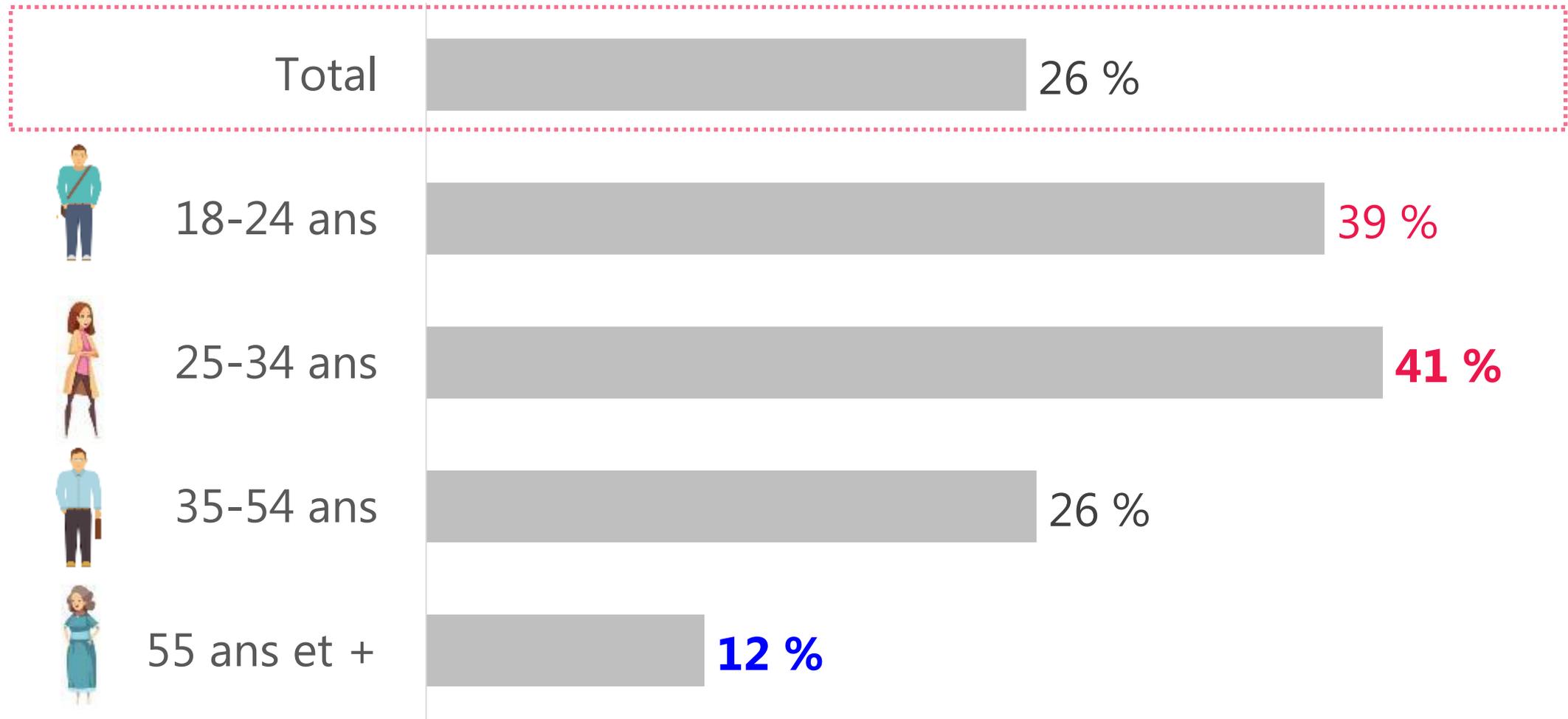
# Taux d'utilisation de calculateur de retraite ou de REER au cours des 12 derniers mois



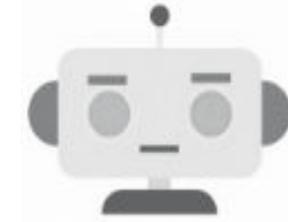
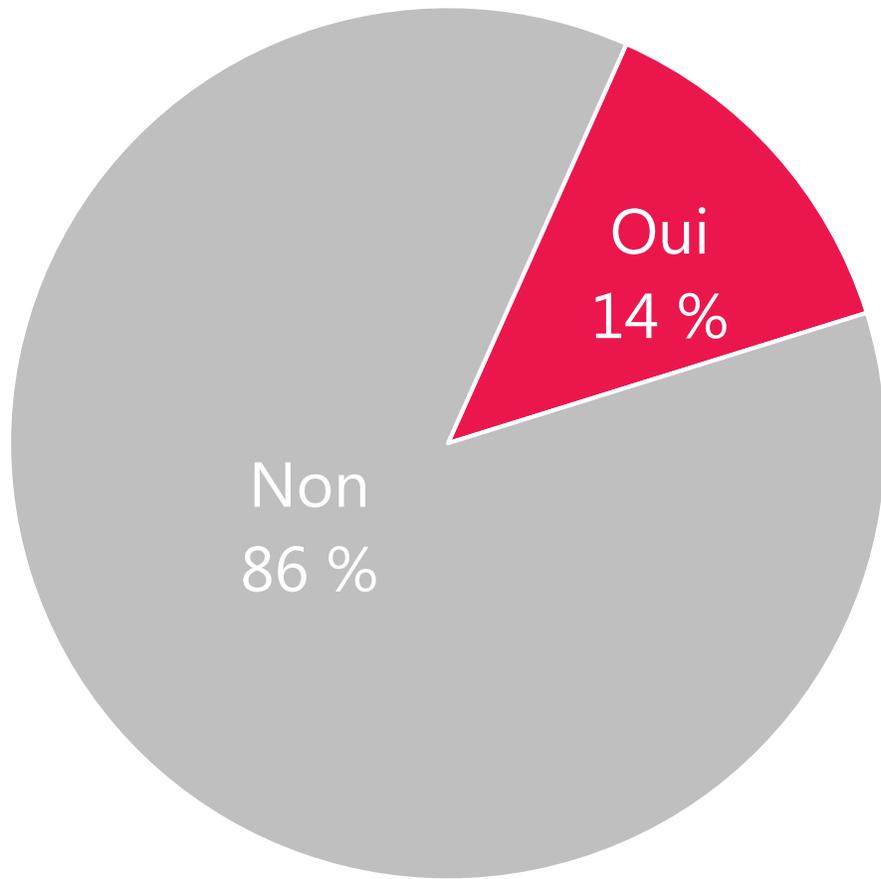
# Agents virtuels et robots conseillers



# Intérêt envers les agents virtuels (*chatbots*)



# Notoriété des robots-conseillers en planification financière



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



Il n'y a **pas de différence intergénérationnelle** dans le fait de connaître ou non les robots-conseillers

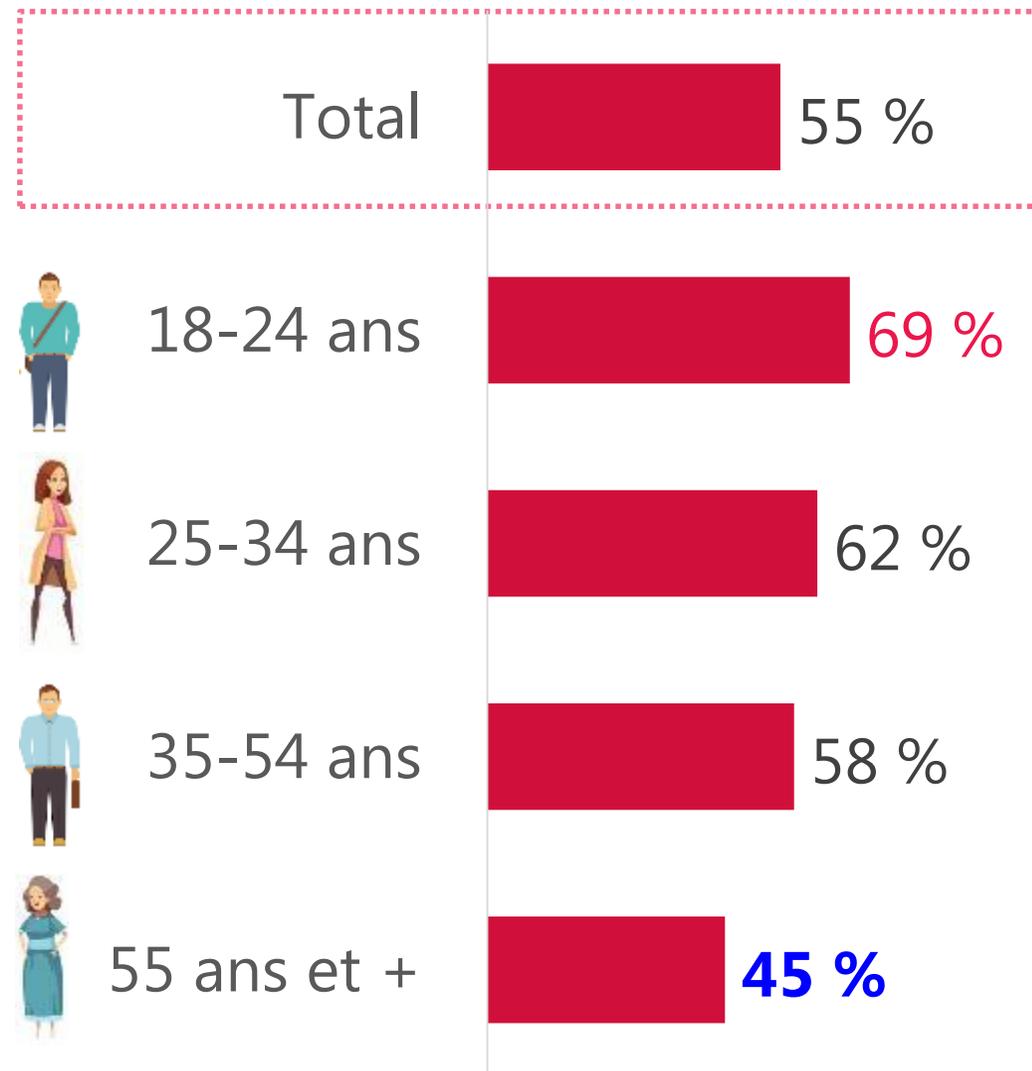
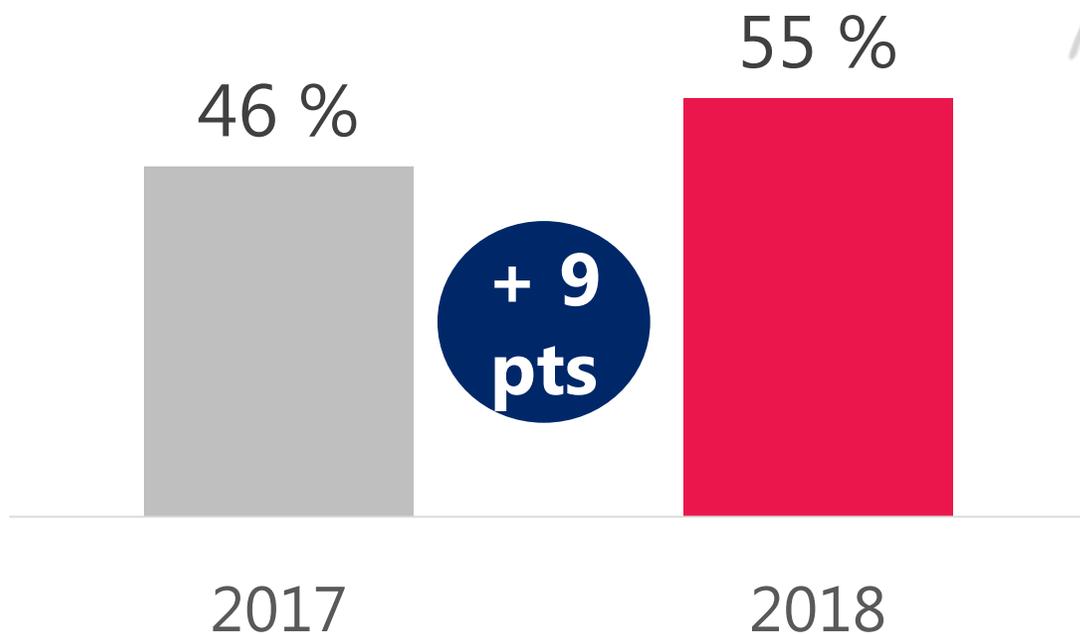


# Modes de paiement émergents

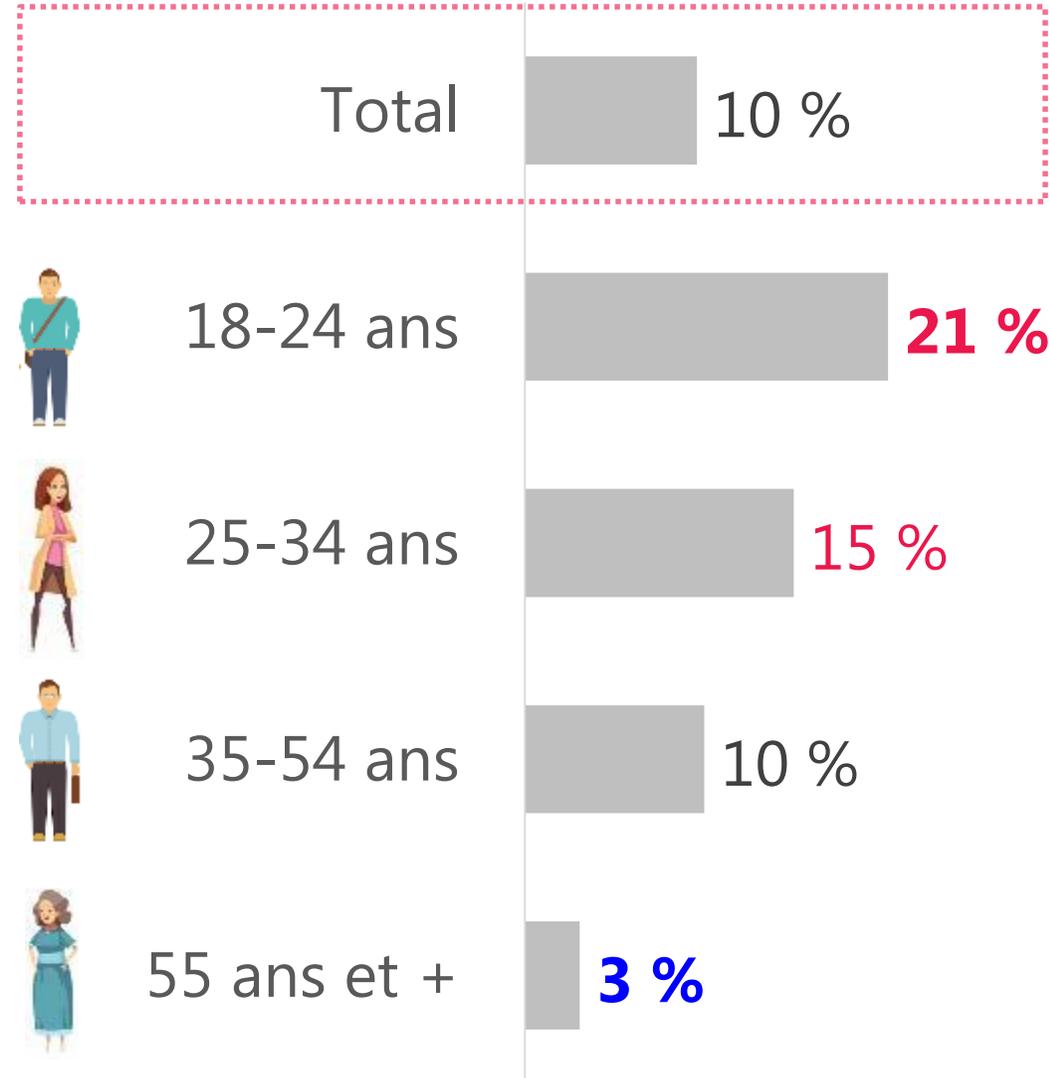
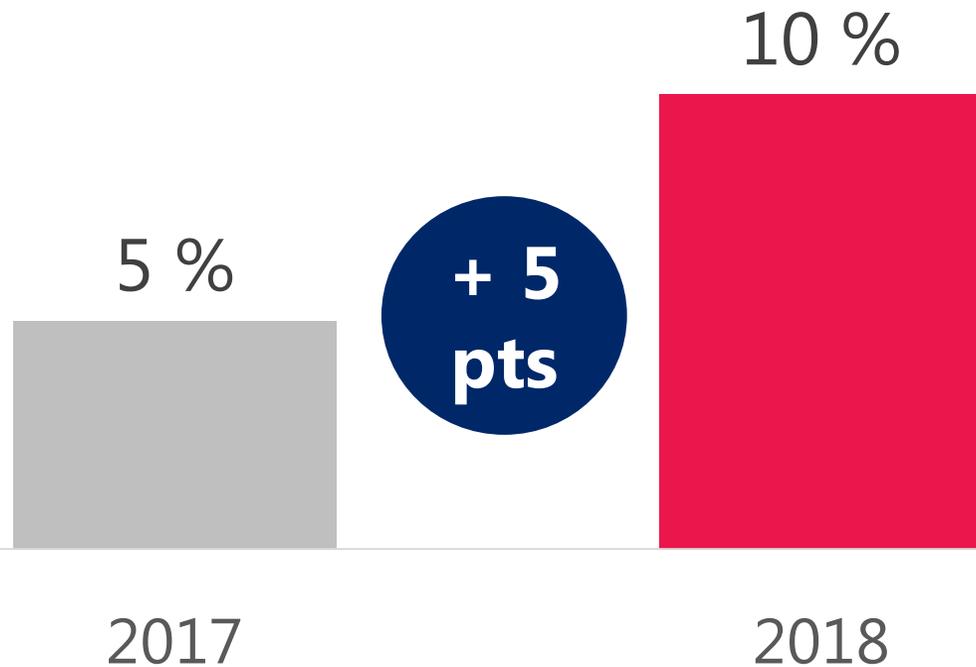
# Solution Flash comme mode de paiement



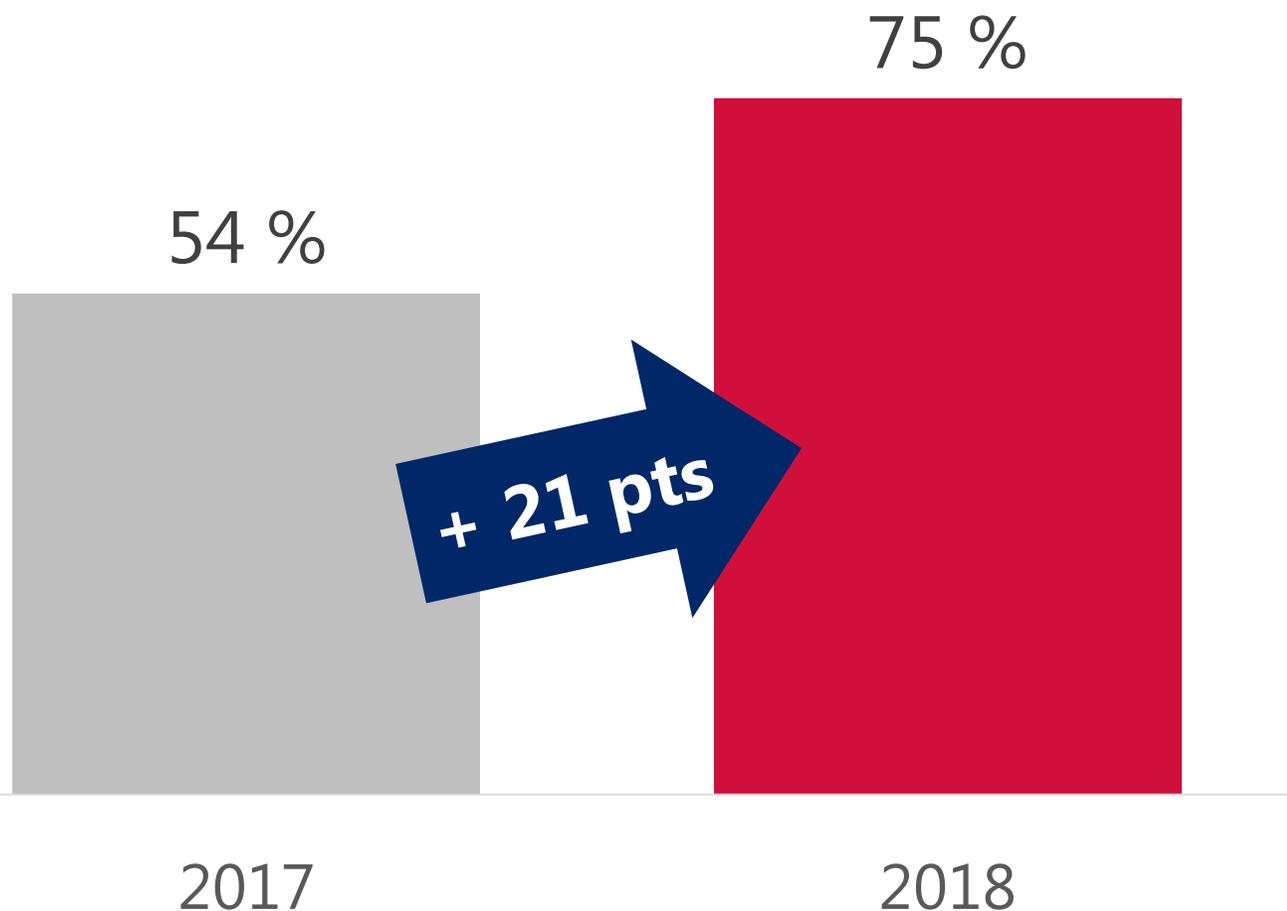
Plus de la moitié des adultes a utilisé la solution de paiement Flash au cours des 12 derniers mois



# 1 adulte sur 10 a utilisé le paiement mobile pour effectuer des achats en magasin



# Notoriété de la monnaie virtuelle



Base : 1003 adultes québécois



**Seulement 2 %** des adultes québécois ont déjà effectué un achat sur Internet en utilisant une monnaie virtuelle.

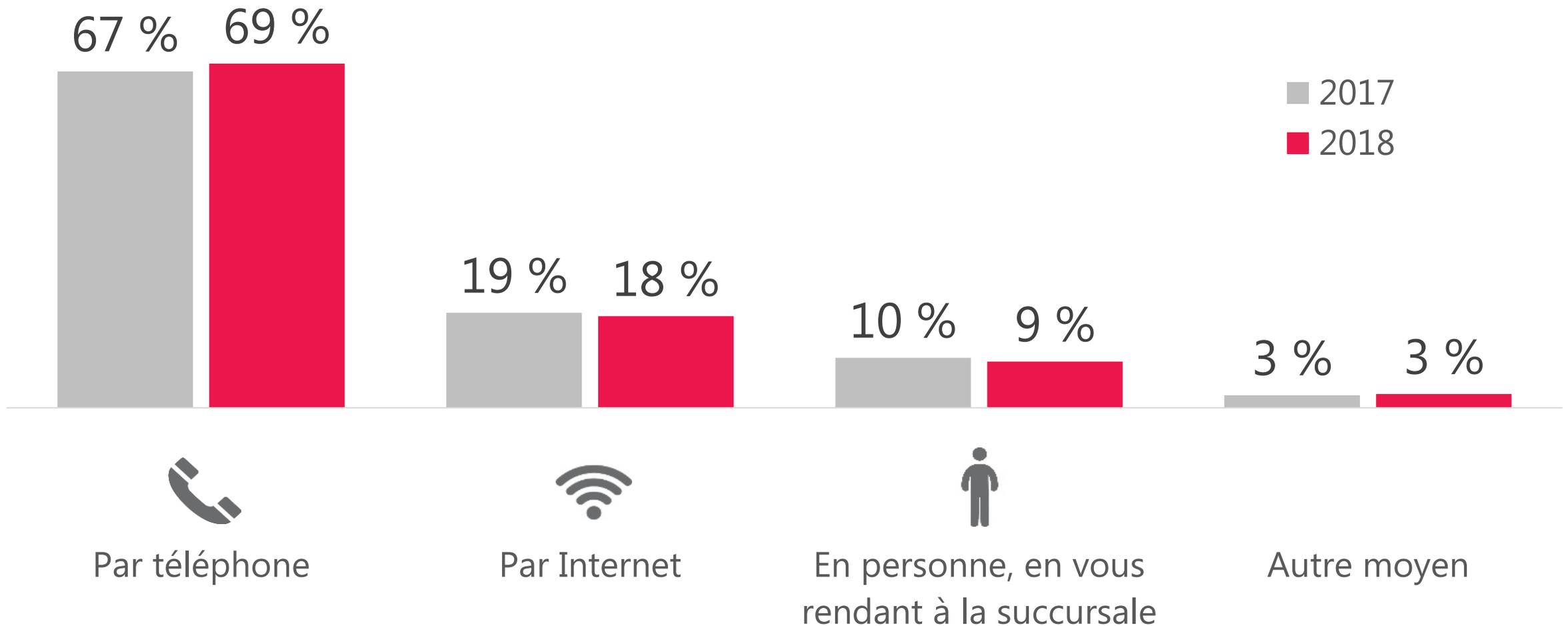


Les 55 ans et plus sont relativement moins nombreux à connaître ou avoir déjà entendu parler de la monnaie virtuelle.

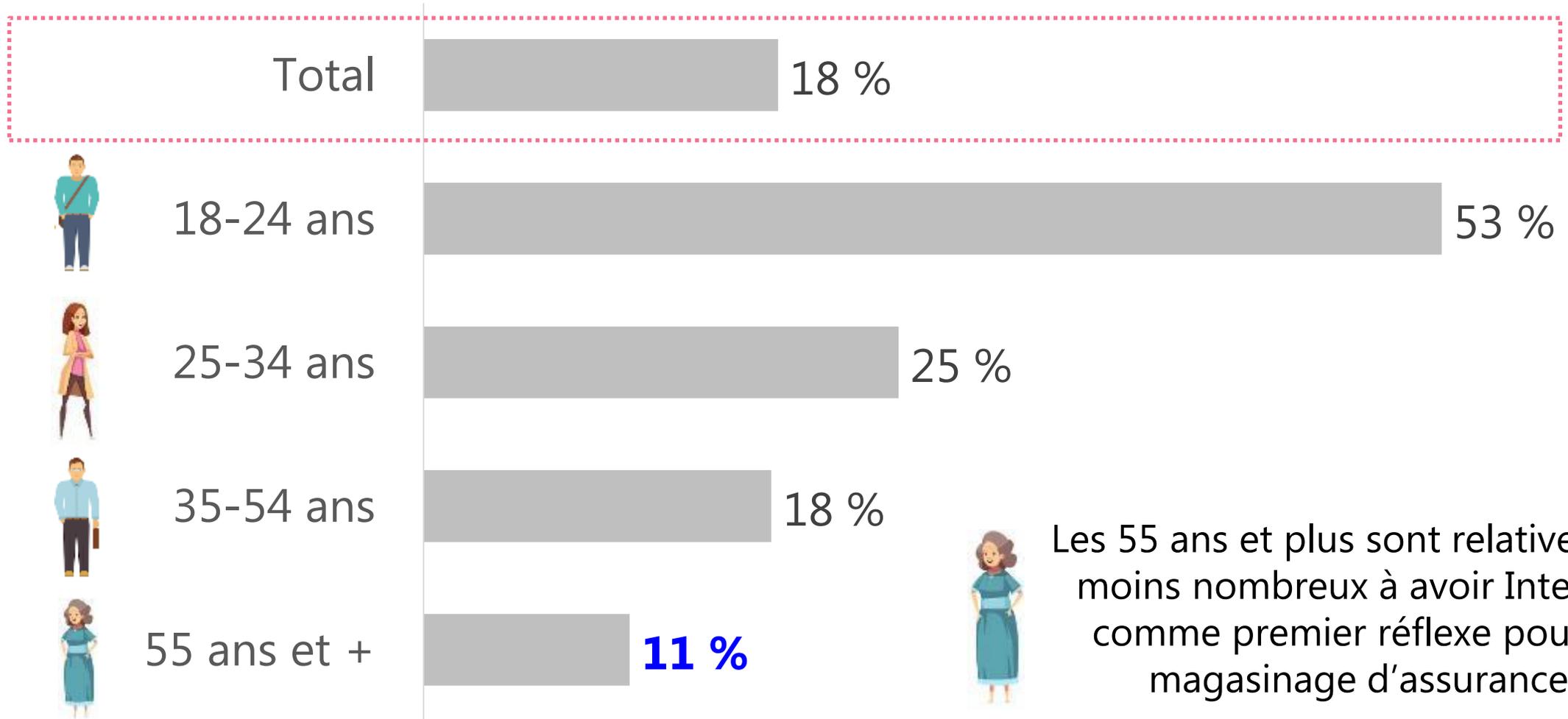


**Achat en ligne  
d'une  
assurance auto  
ou habitation**

# Premier réflexe pour demander une soumission d'assurance auto ou habitation



# Internet comme premier réflexe pour magasiner de l'assurance automobile ou habitation



# Demande de soumission en ligne pour une assurance auto ou habitation au cours des 12 derniers mois

Adultes responsables du processus d'achat d'assurance et ayant magasiné une assurance au cours des 12 derniers mois (Total)



Les milléniaux sont relativement plus nombreux à avoir demandé, sur Internet, une soumission d'assurance auto ou habitation



18-24 ans

57 %



25-34 ans

54 %



35-54 ans

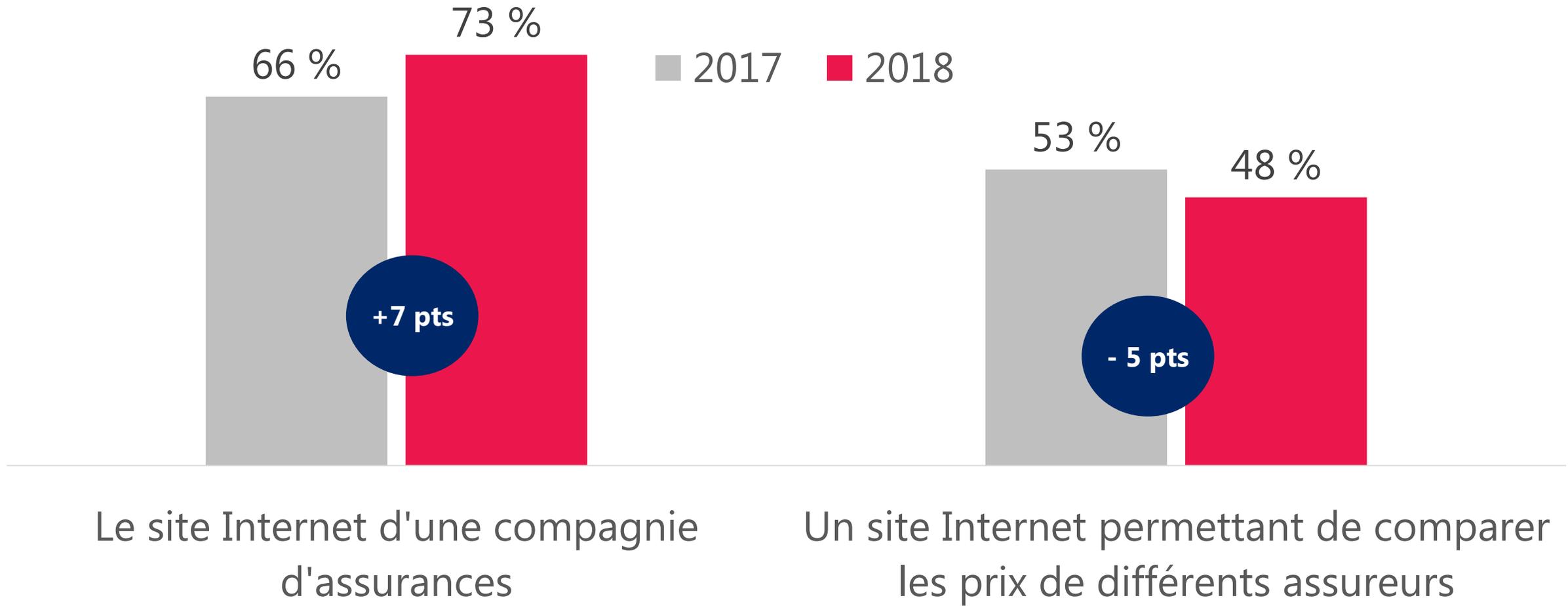
35 %



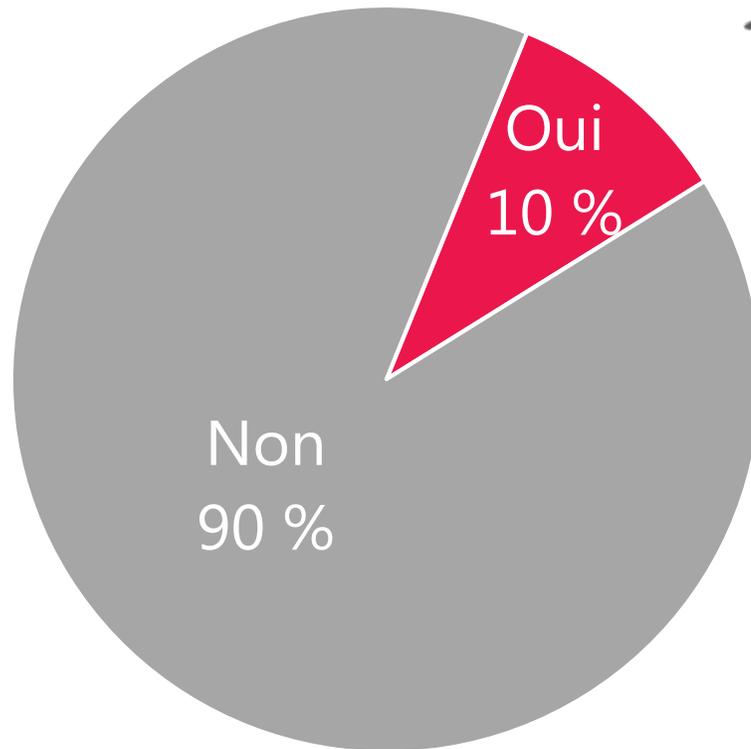
55 ans et +

32 %

# Types de sites Web utilisés pour effectuer une soumission d'assurance en ligne

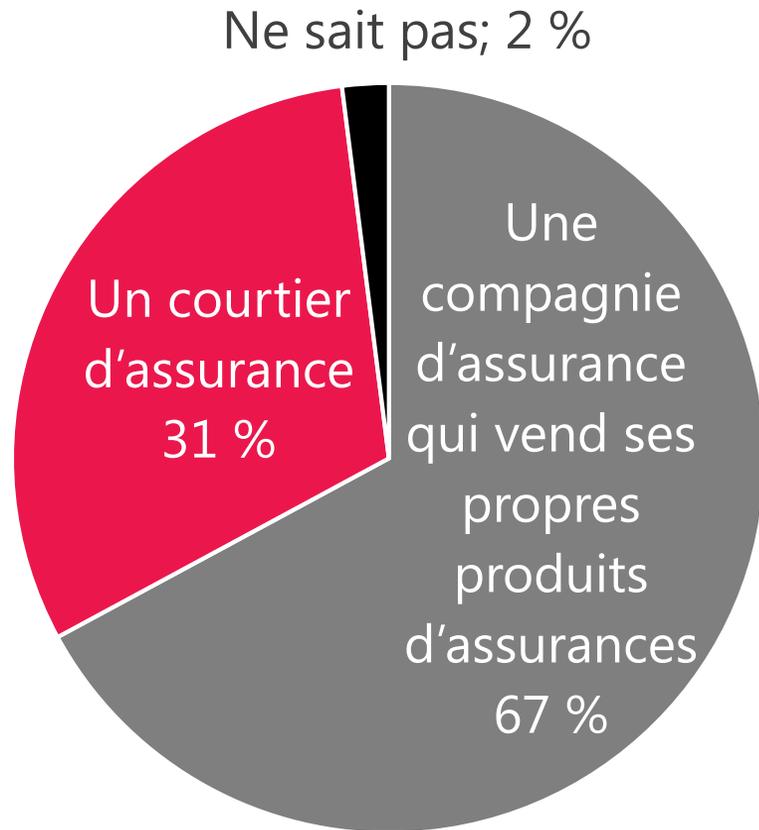


# Achat d'une assurance auto ou habitation complètement en ligne



**10 % des adultes québécois**  
ayant demandé une soumission  
d'assurance directement sur le site  
d'une compagnie d'assurance en  
ont fait l'achat en ligne.

# Achat ou renouvellement d'une police d'assurance auto ou habitation

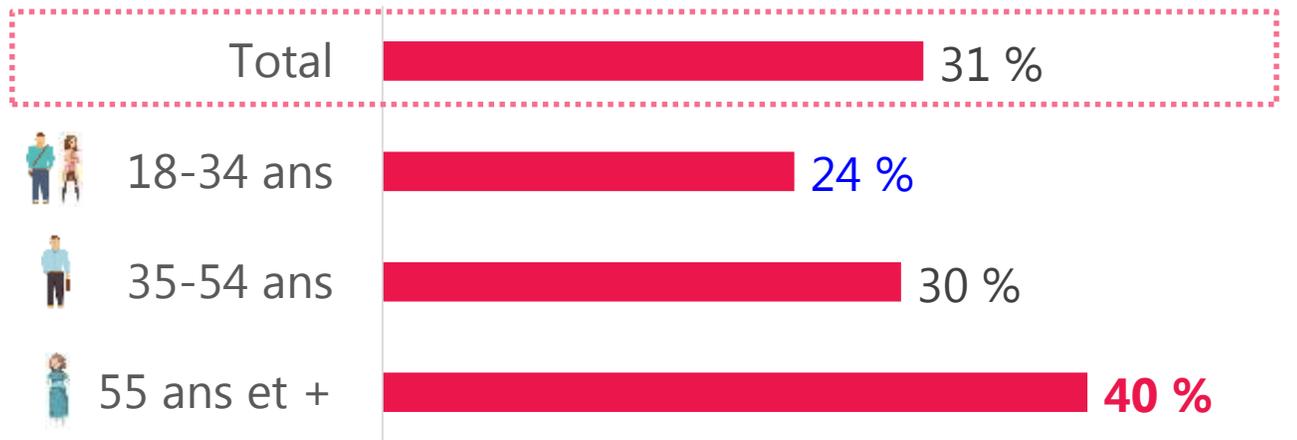


Base : Répondants ayant acheté une police d'assurance au cours de la dernière année et dont l'achat initial a été fait au cours des trois dernières années (n=767)

Une compagnie d'assurance qui vend ses propres produits d'assurances



Un courtier d'assurance



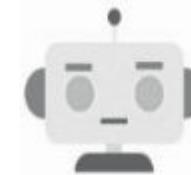
# En conclusion



80 % des adultes utilisent Internet pour effectuer des opérations bancaires



L'ordinateur est l'appareil le plus souvent utilisé pour effectuer des opérations bancaires



Les plus jeunes sont davantage intéressés à interagir avec un *chatbot*



Les modes de paiement émergents sont plus populaires auprès des plus jeunes



Le  $\frac{3}{4}$  des adultes connaissent ou ont déjà entendu parler de la monnaie virtuelle



Les outils financiers utilisés sont liés au stade de vie des adultes

**Merci de votre attention**