

Étude auprès de la génération X

Le paiement virtuel et la gestion des finances personnelles

Rapport

Présenté à

Madame Martine Robergeau

Agente de Développement et des Communications



11 octobre 2011



Table des matières

	<i>Pages</i>
Introduction	1
1. Les habitudes d'information	2
1.1 La connaissance des soldes	2
1.2 La fréquence d'information sur les soldes	3
1.3 Le mode de réception des relevés d'opérations	4
2. Le paiement par carte	5
2.1 Les habitudes de paiement des achats	5
2.2 La relation entre les habitudes de paiement et d'information	7
3. Les achats par Internet	9
3.1 La fréquence des achats sur Internet	9
3.2 La relation entre les achats sur Internet et les habitudes de paiement	10
3.3 La relation entre les achats sur Internet et les habitudes d'information	11
4. Les achats par mode de versements égaux	13
4.1 Le taux d'achat par mode de versements égaux	13
4.2 La relation entre l'achat par mode de versements égaux et les habitudes d'achat et de paiement virtuel	14
5. L'impact du paiement virtuel sur la consommation	15
6. Profil des répondants	16
Conclusion	17

Annexes :

- I Questionnaire
- II Tableaux statistiques détaillés



Liste des tableaux

	<i>Pages</i>
1a La connaissance du solde actuel des cartes de crédit et les variations significatives selon la scolarité, le revenu et le statut de propriété	2
1b La connaissance du solde actuel des comptes de banque et les variations significatives selon la scolarité, le revenu et le statut de propriété	2
2a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit	3
2b La fréquence d'information sur le solde des comptes de banque	3
3a Le mode de réception des relevés d'opérations des cartes de crédit	4
3b Le mode de réception des relevés d'opérations des comptes de banque	4
4 Le montant d'argent comptant généralement en poche	5
5 Le mode de paiement habituel des achats	6
6 La connaissance précise du solde actuel des cartes de crédit et des comptes bancaires selon le mode de paiement	7
7a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit selon le mode de paiement habituel	7
7b La fréquence d'information sur le solde des comptes bancaires selon le mode de paiement habituel	8
8a Le mode d'information sur le solde des cartes de crédit selon le mode de paiement habituel	8
8b Le mode d'information sur le solde des comptes de banque selon le mode de paiement habituel	8
9a La fréquence des achats sur Internet	9
9b La fréquence des achats sur Internet	9
9c La fréquence des achats sur Internet	9
10 La fréquence des achats sur Internet selon le mode de paiement habituel	10
11 Le taux de connaissance précise du solde actuel des cartes de crédit et comptes bancaires selon l'achat Internet	11
12a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit selon l'achat Internet	11
12b La fréquence d'information sur le solde des comptes bancaires selon l'achat Internet	12
13 Le mode de réception des relevés d'opérations selon l'achat Internet	12



14	La fréquence d'achat par mode de versements égaux	13
15	La fréquence d'achat par mode de versements égaux selon les habitudes de paiement	14
16	La fréquence d'achats non prévus par Internet	15
17	La tendance à acheter plus par Internet ou par carte que comptant	15
18	Profil des répondants	16



INTRODUCTION

La **COALITION DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS DU QUÉBEC (CACQ)** poursuit sa démarche de sensibilisation de la population aux dangers de l'endettement et du crédit. Sa campagne de sensibilisation *Dans la marge jusqu'au cou 2011*, cible cette année la génération X. À cet égard, mandaté par la **CACQ**, **L'Observateur** a réalisé une étude auprès de cette population afin d'évaluer si l'utilisation moins fréquente de l'argent comptant et l'augmentation du paiement virtuel peuvent favoriser la perte de contrôle des finances personnelles.

Ce sondage téléphonique a été intégré aux études Omnibus des mois de juillet, août et septembre 2011, chaque édition cumulant 1 000 entrevues auprès d'un échantillon probabiliste représentatif de la population du Québec. Compte tenu que les personnes âgées de 30 à 45 ans représentent approximativement 20 % de la population, **L'Observateur** a conduit près de 200 entrevues téléphoniques auprès de cette cible à chacune des trois éditions du sondage Omnibus (170 en juillet, 202 en août et 202 en septembre), pour parvenir au total à 574 entrevues complétées par des gens de 30 à 45 ans. Cette taille échantillonnale permet des résultats d'ensemble précis à 6 % près, 19 fois sur 20.

Notons que les résultats ont été pondérés afin d'obtenir une répartition égale entre les sexes.

Le rapport qui suit présente l'analyse des résultats du sondage en abordant d'abord, dans le premier chapitre, les habitudes d'information à l'égard des soldes et des relevés d'opérations des comptes bancaires et de carte de crédit. Les habitudes de paiement virtuel font ensuite l'objet des trois chapitres suivants, soit le paiement par carte, les achats sur Internet et les achats par mode de versements égaux. Le cinquième chapitre présente l'opinion des répondants quant à l'impact du paiement virtuel sur la consommation. Enfin, le chapitre 6 expose le profil sociodémographique de la population âgée de 30 à 45 ans selon leurs habitudes de paiement virtuel et la conclusion présente une synthèse de l'analyse.



1. LES HABITUDES D'INFORMATION

Le niveau de connaissance des soldes aux comptes de carte de crédit ou bancaires, la fréquence d'information des soldes ainsi que le mode de réception des relevés d'opérations représentent les habitudes d'information utilisées dans le sondage pour caractériser un volet de la gestion des finances personnelles des membres de la génération X.

1.1 La connaissance des soldes

Afin de mesurer la connaissance des soldes des comptes de carte de crédit ou bancaires de la population ciblée, on demandait au répondant s'il avait une idée du solde actuel, précise ou approximative.

Selon les résultats du sondage à cette question, la très grande majorité des personnes interrogées, 8 sur 10, affirment connaître le solde de leur carte de crédit (81 %) ou de leur compte bancaire (88 %), dont plus de la moitié (respectivement 58 % et 54 %) le connaîtraient avec précision. Mentionnons que 12 % des répondants affirment ne pas connaître le solde de leur carte de crédit ou celui de leurs comptes bancaires.

La connaissance des soldes, tant de la carte de crédit que du compte bancaire, notamment la connaissance précise, varie selon les caractéristiques socioéconomiques que sont la scolarité, le revenu et le statut de propriété (voir tableaux 1a et 1b). En effet, la connaissance s'avère plus fréquente chez les universitaires, les plus riches (les gens ayant un revenu de 75 000 \$ à 100 000 \$ et ceux ayant un revenu de 100 000 \$ et plus) et les propriétaires que chez les locataires, les gens parmi les moins riches (les gens ayant un revenu de 15 000 \$ à 30 000 \$) et les moins scolarisés (les gens ayant une scolarité secondaire).

Tableau 1a La connaissance du solde actuel des cartes de crédit et les variations significatives selon la scolarité, le revenu et le statut de propriété

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	15 000 \$ - 30 000 \$ (n : 37) (%)	75 000 \$ - 100 000 \$ (n : 100) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Oui	81	71	89	67	90	94	86	66
<i>Précise</i>	58	51	63	55	70	66	62	46
<i>Approximative</i>	23	20	26	12	20	28	24	20
Non	12	20	8	26	9	3	10	23
Nsp/Nrp	7	9	3	7	1	3	4	11

Q1. Avez-vous une idée du solde actuel de ... ?

Tableau 1b La connaissance du solde actuel des comptes de banque et les variations significatives selon la scolarité, le revenu et le statut de propriété

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	15 000 \$ - 30 000 \$ (n : 37) (%)	75 000 \$ - 100 000 \$ (n : 100) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Oui	84	77	91	79	92	95	87	75
<i>Précise</i>	54	44	57	33	66	67	57	42
<i>Approximative</i>	30	33	34	46	26	28	30	33
Non	12	20	7	21	7	3	10	21
Nsp/Nrp	4	3	2	-	1	2	3	4

Q1. Avez-vous une idée du solde actuel de ... ?



1.2 La fréquence d'information sur les soldes

Cette connaissance élevée des soldes de la ou des cartes de crédit ou des comptes bancaires repose sur une fréquence d'information élevée. En effet, les résultats du sondage indiquent que la majorité des gens s'informent **une fois par semaine ou plus** (65 %) du solde de leur compte bancaire (en moyenne 1,1 fois par semaine) et **plus d'une fois par mois** (59 %) du solde de leur carte de crédit (en moyenne 3,5 fois par mois).

Pour les deux soldes, de la carte de crédit comme du compte bancaire (voir tableaux 2a et 2b), la fréquence d'information serait plus élevée chez les Montréalais et les gens ayant une scolarité collégiale.

Tableau 2a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit

	Ensemble (n : 574) (%)	Collégial (n : 200) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	Montréal (n : 319) (%)	Québec (n : 126) (%)	Ailleurs (n : 129) (%)
Plusieurs fois par semaine	17	22	19	21	12	13
À chaque semaine	22	23	21	23	24	17
Quelques fois par mois	19	16	25	19	20	18
À chaque mois	29	29	32	27	29	36
Plus rarement	2	2	-	1	1	4
Jamais ou presque	3	2	2	2	4	3
Nsp/Nrp	8	6	1	7	10	9
Moyenne mensuelle	3,5 fois	3,8	3,5	3,8	3,2	2,9

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...

Tableau 2b La fréquence d'information sur le solde des comptes de banque

	Ensemble (n : 574) (%)	Collégial (n : 200) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	Montréal (n : 319) (%)	Québec (n : 126) (%)	Ailleurs (n : 129) (%)
Plusieurs fois par semaine	28	33	27	32	21	22
À chaque semaine	37	37	35	35	43	37
Quelques fois par mois	19	14	25	18	20	20
À chaque mois	11	12	11	10	11	17
Plus rarement	1	1	1	1	2	2
Jamais ou presque	1	1	-	1	2	1
Nsp/Nrp	3	2	1	3	1	2
Moyenne hebdomadaire	1,1 fois	1,2	1,0	1,2	0,99	0,97

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...



1.3 Le mode de réception des relevés d'opérations

Selon les résultats de l'étude, les relevés d'opérations de carte de crédit ou de compte bancaire sont la plupart du temps reçus ou consultés sous forme numérique. En effet, 48 % des répondants affirment consulter leurs relevés d'opérations de **carte de crédit** sur Internet, ayant reçu (12 %) ou non (36 %) un avis de disponibilité par courriel, et 63 %, leurs relevés d'opérations de **compte bancaire**, ayant reçu (15 %) ou non (48 %) un avis de disponibilité par courriel.

Quant aux autres modes de réception, on constate que plus du tiers des répondants obtiennent leur relevé de **carte de crédit** par la poste (37 %) tandis que 4 % l'obtiennent sur place, au guichet (3 %) ou au comptoir bancaire (1 %). Pour le **compte bancaire**, ce sont 22 % des répondants qui reçoivent leur relevé par la poste, 7 % au guichet et 3 % au comptoir bancaire.

Comme pour la connaissance des soldes, la consultation des relevés d'opérations sur Internet serait particulièrement plus fréquente chez les universitaires, les gens les plus riches (les gens ayant un revenu de 100 000 \$ et plus) et les propriétaires que chez les locataires, les gens ayant des revenus de 30 000 \$ à 75 000 \$ et les gens parmi les moins scolarisés (les gens ayant une scolarité secondaire) (voir tableaux 3a et 3b).

Tableau 3a Le mode de réception des relevés d'opérations des cartes de crédit

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	30 000 \$- 50 000 \$ (n : 86) (%)	50 000 \$- 75 000 \$ (n : 107) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Numérique	48	36	57	40	39	63	52	37
Je consulte mon dossier sur Internet	36	22	44	30	32	48	40	26
Par courriel (relevé numérique ou avis de disponibilité sur Internet)	12	14	13	10	7	15	12	11
Par la poste (relevé papier)	37	40	37	46	38	35	37	36
Au guichet automatique	3	6	1	2	7	1	3	2
Au comptoir de mon institution financière	1	-	1	3	1	-	1	1
Nrp	11	18	5	9	15	1	7	24

Q3. Par quel moyen obtenez-vous le relevé des opérations de...

Tableau 3b Le mode de réception des relevés d'opérations des comptes de banque

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	30 000 \$- 50 000 \$ (n : 86) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Numérique	63	50	75	59	81	66	55
Je consulte mon dossier sur Internet	48	35	60	38	67	53	35
Par courriel (relevé numérique ou avis de disponibilité sur Internet)	15	15	15	21	14	13	20
Par la poste (relevé papier)	22	32	18	25	16	21	26
Au guichet automatique	7	9	3	4	2	6	11
Au comptoir de mon institution financière	3	3	1	7	-	3	2
Nrp	5	6	3	5	1	4	6

Q3. Par quel moyen obtenez-vous le relevé des opérations de...



2. LE PAIEMENT PAR CARTE

Les résultats relatifs aux montants d'argent gardés sur soi et le paiement habituel des achats par carte représentent les premiers déterminants des habitudes de paiement virtuel.

2.1 Les habitudes de paiement des achats

Selon le sondage, près des deux tiers de la population ciblée gardent de l'argent comptant sur eux (65 %). Le plus fréquemment (45 % des cas), il s'agit d'un montant inférieur à 60 \$, soit en moyenne 48 \$.

Selon l'analyse des catégories démographiques et socioéconomiques, l'habitude de garder de l'argent comptant sur soi varie selon le sexe des répondants, la scolarité et le revenu. En effet, on remarque d'abord que les hommes (73 %) et les universitaires (69 %) ont plus souvent tendance à garder de l'argent sur eux que les femmes (58 %) et les gens ayant une scolarité secondaire (64 %). Quant au montant gardé en moyenne sur soi, il serait également plus élevé chez les hommes (52 \$) que chez les femmes (44 \$), mais moins élevé chez les universitaires (47 \$) que chez les gens ayant une scolarité secondaire (57 \$).

Par ailleurs, quant aux variations selon le revenu, on constate que les gens ayant un revenu familial de 30 000 \$ à 50 000 \$ gardent plus souvent de l'argent comptant sur eux (80 % d'entre eux) que des gens au revenu de 15 000 \$ à 30 000 \$ (55 %) ou de 100 000 \$ et plus (71 %) et en gardent plus (52 \$ en moyenne par rapport à 31 \$ et 46 \$).

Tableau 4 Le montant d'argent comptant généralement en poche

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Collégiale (n : 200) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	15 000 \$ 30 000 \$ (n : 37) (%)	30 000 \$- 50 000 \$ (n : 100) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Homme (n : 287) (%)	Femme (n : 287) (%)
Je garde de l'argent sur moi	65	64	65	69	55	80	71	73	58
Moins de 20 \$	19	16	22	19	38	20	19	18	20
De 20 \$ à 60 \$	26	18	28	32	11	30	33	29	24
De 60 \$ à 100 \$	13	20	10	12	4	22	15	16	10
Plus de 100 \$	7	10	5	6	2	8	4	10	4
Moyenne (\$)	48 \$	57	44	47	31	52	46	52	44
Je ne garde pas d'argent ou très peu	28	35	27	25	41	18	27	20	34
Nsp/Nrp	7	1	8	6	4	2	2	7	8

Q4 Quel montant d'argent comptant gardez-vous habituellement sur vous ?

* Les non réponses ne sont pas présentées.



Les résultats du sondage révèlent également que plus des trois quarts des gens de 30 à 45 ans effectuent habituellement le paiement de leurs achats par carte (82 %) tandis que 12 % le font en argent comptant. Le paiement par carte s'avère plus répandu chez les gens ayant un revenu de 100 000 \$ et plus (93 %), les universitaires (90 %) et les propriétaires (87 %) tandis que le paiement en argent comptant apparaît plus présent chez les locataires (26 %) et les gens ayant une scolarité secondaire (19 %).

Au sein de la population payant généralement leurs achats par carte, l'utilisation de la carte débit, majoritaire (51 %), serait plus fréquente chez les gens ayant une scolarité secondaire (59 %) et chez les femmes (56 % d'entre elles) que chez les hommes (47 % d'entre eux) et les universitaires (47 %). Notons qu'on la retrouve moins souvent utilisée chez les gens parmi les plus riches (100 000 \$ et plus) (41 %) au profit de la carte de crédit (52 %).

Quant à la carte de crédit, utilisée comme mode habituel de paiement par 31 % des répondants, on observe le phénomène inverse. Son utilisation est plus fréquente chez les hommes (35 %), les universitaires (43 %) et les gens ayant un revenu de plus de 100 000 \$ (52 %) que chez les femmes (26 %), les gens ayant une scolarité secondaire (21 %) et les gens parmi les moins riches (15 000 \$ à 30 000 \$) (26 %). Mentionnons que les propriétaires utilisent également plus souvent la carte de crédit (35 %) que les locataires (19 %).

Tableau 5 Le mode de paiement habituel des achats

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	15 000 \$ 30 000 \$ (n : 37) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Homme (n : 287) (%)	Femme (n : 287) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Paiement par carte	82	80	90	84	93	82	82	87	72
Carte débit	51	59	47	58	41	47	56	52	53
Carte crédit	31	21	43	26	52	35	26	35	19
<i>En personne</i>	28	18	40	11	50	31	25	32	17
<i>À distance</i>	3	3	3	15	2	4	1	3	2
Comptant	12	19	6	13	3	13	11	8	26
Chèque	1	-	-	-	1	-	1	1	-
Autre	1	1	1	3	2	2	2	1	1
Nsp/Nrp	4	-	3	-	1	3	4	3	1

Q6 Comment réglez-vous le plus fréquemment vos achats ?



2.2 La relation entre les habitudes de paiement et d'information

L'analyse des résultats associés au mode de paiement habituel en fonction des différentes habitudes d'information révèle certains profils d'habitudes financières. Ainsi, on constate que :

- ▶ les gens de 30 à 45 ans qui effectuent leurs achats **par carte (débit et crédit)** connaissent mieux le solde de leur carte de crédit et de leur compte bancaire et obtiennent plus souvent leurs relevés d'opérations de façon numérique que les gens payant leurs achats comptant;
- ▶ les gens de 30 à 45 ans qui effectuent le paiement de leurs achats **par carte débit** s'informent plus souvent du solde de leur compte bancaire (1,13 fois par semaine) et de leur carte de crédit (3,6 fois par mois) que les gens payant leurs achats par carte de crédit;
- ▶ les gens qui effectuent leurs achats **par carte de crédit** s'informent moins souvent du solde de leur carte de crédit (3,3 fois par mois) que les gens payant leurs achats avec carte débit et s'informent moins souvent du solde de leur compte bancaire (0,98 fois par semaine) que les autres.

Tableau 6 La connaissance précise du solde actuel des cartes de crédit et des comptes bancaires selon le mode de paiement

	Ensemble (n : 574) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Carte de crédit (n : 175) (%)	Carte débit (n : 296) (%)
Taux de connaissance précise du solde actuel de la carte de crédit	58	41	65	60
Taux de connaissance précise du solde actuel du compte bancaire	54	46	59	54

Q1. Avez-vous une idée du solde actuel de ... ?

Tableau 7a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit selon le mode de paiement habituel

	Ensemble (n : 574) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Carte de crédit (n : 175) (%)	Carte débit (n : 296) (%)
Plusieurs fois par semaine	17	15	17	18
À chaque semaine	22	15	23	24
Quelques fois par mois	19	10	22	21
À chaque mois	29	24	34	28
Plus rarement	2	-	1	2
Jamais ou presque	3	9	2	2
Nsp/Nrp	8	27	1	5
Moyenne mensuelle	3,5 fois	3,7	3,3	3,6

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...



Tableau 7b La fréquence d'information sur le solde des comptes bancaires selon le mode de paiement habituel

	Ensemble (n : 574) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Carte de crédit (n : 175) (%)	Carte - débit (n : 296) (%)
Plusieurs fois par semaine	28	24	23	31
À chaque semaine	37	38	36	40
Quelques fois par mois	19	15	23	17
À chaque mois	11	15	14	10
Plus rarement	1	3	2	1
Jamais ou presque	1	1	1	2
Nsp/Nrp	3	4	1	-
Moyenne hebdo	1,08	1,01	0,98	1,13

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...

Tableau 8a Le mode d'information sur le solde des cartes de crédit selon le mode de paiement habituel

	Ensemble (n : 574) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Carte de crédit (n : 175) (%)	Carte débit (n : 296) (%)
Numérique	48	22	57	50
Je consulte mon dossier sur Internet	36	18	40	39
Par courriel (relevé numérique ou avis de disponibilité sur Internet)	12	4	17	11
Par la poste (relevé papier)	37	36	39	37
Au guichet automatique	3	4	2	4
Au comptoir de mon institution financière	1	4	1	-
Nrp	11	34	3	9

Q3. Par quel moyen obtenez-vous le relevé des opérations de...

Tableau 8b Le mode d'information sur le solde des comptes de banque selon le mode de paiement habituel

	Ensemble (n : 574) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Carte de crédit (n : 175) (%)	Carte débit (n : 296) (%)
Numérique	63	41	71	66
Je consulte mon dossier sur Internet	48	31	52	52
Par courriel (relevé numérique ou avis de disponibilité sur Internet)	15	10	19	14
Par la poste (relevé papier)	22	31	22	21
Au guichet automatique	7	18	3	7
Au comptoir de mon institution financière	3	5	1	2
Nrp	5	4	2	4

Q3. Par quel moyen obtenez-vous le relevé des opérations de...



3. LES ACHATS PAR INTERNET

Les résultats relatifs à la fréquence annuelle des achats sur Internet représente un second déterminant des habitudes de paiement virtuel.

3.1 La fréquence des achats sur Internet

Selon le sondage, 56 % des gens effectuent des achats sur Internet, dont 10 % le font au moins deux fois par mois, voire au moins 1 fois par semaine (3 %). L'achat Internet s'avère plus fréquent chez les hommes (62 %), les universitaires (68 %) et les gens ayant un revenu familial de 75 000 \$ et plus (66 % des gens ayant un revenu de 75 000 \$ à 100 000 \$ et 71 %, de 100 000 \$ et plus) et les propriétaires (59 %). Il serait particulièrement moins fréquent chez les gens vivant ailleurs qu'à Montréal ou à Québec (46 % d'entre eux).

	Ensemble (n : 574) (%)
Achats Internet mensuels	56
5 fois et +	3
Entre 2 et 4 fois	7
Moins de 2 fois	46
Aucun (Jamais)	41
Nsp/Nrp	3
Moyenne mensuelle chez les acheteurs	2,31

Q5 Au cours de la dernière année, avez-vous fait des achats sur Internet ... ?

La fréquence moyenne d'achat s'avère toutefois semblable chez les différentes catégories de répondants effectuant des achats sur Internet, soit de 2,2 à 2,4 fois par mois.

	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	15 000 \$ 30 000 \$ (n : 37) (%)	75 000 \$- 100 000 \$ (n : 100) (%)	100 000 \$ et plus (n : 108) (%)	Propriétaire (n : 434) (%)	Locataire (n : 126) (%)
Achats Internet mensuels	38	68	41	66	71	59	48
5 fois et +	1	4	3	3	3	3	3
Entre 2 et 4 fois	5	7	4	7	9	7	7
Moins de 2 fois	32	57	34	56	59	49	38
Aucun achat Internet	62	30	59	33	28	39	51
Nsp/Nrp	-	2	-	1	1	2	1
Moyenne mensuelle chez les acheteurs	2,24	2,29	2,34	2,24	2,27	2,28	2,37

Q5 Au cours de la dernière année, avez-vous fait des achats sur Internet ... ?

	Montréal (n : 319) (%)	Québec (n : 126) (%)	Ailleurs (n : 129) (%)	Homme (n : 287) (%)	Femme (n : 287) (%)
Achats Internet mensuels	58	60	46	62	50
5 fois et +	5	2	2	5	2
Entre 2 et 4 fois	7	6	6	8	5
Moins de 2 fois	46	52	38	49	43
Aucun achat Internet	38	37	54	36	47
Nsp/Nrp	4	3	-	2	3
Moyenne mensuelle chez les acheteurs	2,34	2,2	2,25	2,38	2,23

Q5 Au cours de la dernière année, avez-vous fait des achats sur Internet ... ?



3.2 La relation entre les achats sur Internet et les habitudes de paiement

L'analyse des données relatives aux achats Internet croisées aux données relatives au mode habituel de paiement permet de constater, sans surprise, qu'une proportion plus importante de gens de 30 à 45 ans effectuant généralement leurs achats par carte de crédit effectuent des achats sur Internet (72 %) par rapport aux gens payant par d'autres modes de paiement (débit ou comptant). Cependant, on constate que plus de la moitié des gens effectuant généralement leur paiement par carte débit (54 %), et près du tiers des gens ayant l'habitude de payer comptant (32 %) font également des achats sur Internet.

En moyenne, les gens de 30 à 45 ans effectuant des achats sur Internet en font de 2 à 3 par mois. Les achats Internet seraient un peu plus fréquents chez les gens utilisant la carte de crédit (en moyenne 2,38 fois par mois) que chez les autres (respectivement en moyenne 2,25 par mois pour les utilisateurs de la carte débit et 2,09 par mois pour ceux payant généralement comptant).

Tableau 10 La fréquence des achats sur Internet selon le mode de paiement habituel

	Comptant (n : 69) (%)	Débit (n : 296) (%)	Crédit (n : 175) (%)
Achats Internet mensuels	32	54	72
5 fois et +	-	3	5
Entre 2 et 4 fois	3	6	12
Moins de 2 fois	29	45	55
Aucun (Jamais)	65	46	28
Nsp/Nrp	3	-	-
Moyenne mensuelle chez les acheteurs	2,09	2,25	2,38

Q5 Au cours de la dernière année, avez-vous fait des achats sur Internet ... ?



3.3 La relation entre les achats sur Internet et les habitudes d'information

Selon l'analyse des habitudes d'information en fonction des achats Internet, on constate que les gens qui effectuent des achats Internet seraient davantage au courant des soldes de leur compte bancaire ou de leur carte de crédit. En effet, on constate un taux plus élevé de connaissance précise des soldes de comptes bancaires et de cartes de crédit chez les gens effectuant des achats Internet (respectivement 58% et 66 %) que chez ceux qui n'en font pas (50 %).

La fréquence d'information des soldes de compte bancaire et de la carte de crédit s'avère également plus élevée chez les gens effectuant des achats Internet. En effet, les gens effectuant des achats Internet s'informent en moyenne 1,3 fois par semaine du solde du compte bancaire par rapport à 0,97 fois chez les gens n'effectuant pas d'achat sur Internet, et en moyenne 3,7 fois par mois du solde de la carte de crédit par rapport à 3,2 fois par mois chez les gens n'achetant pas sur Internet.

Enfin, on constate plus souvent la réception du relevé des opérations de la carte de crédit en mode numérique chez les gens effectuant des achats sur Internet (59 %) que chez ceux n'en faisant pas (35 %), au profit des relevés postaux (45 %). Pour les comptes bancaires, la réception des relevés en mode numérique est plus fréquente, tant chez les gens effectuant des achats Internet (77 %) que ceux n'en effectuant pas (48 %).

Tableau 11 Le taux de connaissance précise du solde actuel des cartes de crédit et comptes bancaires selon l'achat Internet

	Achat Internet (n : 322) (%)	Aucun achat Internet (n : 238) (%)
Solde actuel de la carte de crédit	66	50
Solde actuel du compte bancaire	58	50

Q1. Avez-vous une idée du solde actuel de ... ?

Tableau 12a La fréquence d'information sur le solde des cartes de crédit selon l'achat Internet

	Achat Internet (n : 322) (%)	Aucun achat Internet (n : 238) (%)
Plusieurs fois par semaine	20	15
À chaque semaine	26	17
Quelques fois par mois	21	18
À chaque mois	27	32
Plus rarement	1	2
Jamais ou presque	2	5
Nsp/Nrp	3	11
Moyenne mensuelle	3,7	3,2

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...



Tableau 12b La fréquence d'information sur le solde des comptes bancaires selon l'achat Internet

	Achat Internet (n : 322) (%)	Aucun achat Internet (n : 238) (%)
Plusieurs fois par semaine	31	24
À chaque semaine	41	33
Quelques fois par mois	18	22
À chaque mois	8	16
Plus rarement	1	3
Jamais ou presque	1	2
Nsp/Nrp	1	1
Moyenne hebdo	1,15	0,97

Q2 À quelle fréquence vous informez-vous du solde de...

Tableau 13 Le mode de réception des relevés d'opération selon l'achat Internet

	Relevé carte de crédit		Relevé compte bancaire	
	Achat Internet (n : 322) (%)	Aucun achat Internet (n : 238) (%)	Achat Internet (n : 322) (%)	Aucun achat Internet (n : 238) (%)
Numérique	59	35	77	48
Je consulte mon dossier sur Internet	47	23	61	34
Par courriel (relevé numérique ou avis de disponibilité sur Internet)	12	12	16	14
Par la poste (relevé papier)	34	43	15	33
Au guichet automatique	2	5	3	12
Au comptoir de mon institution financière	-	1	2	3
Nrp	6	16	4	4

Q3. Par quel moyen obtenez-vous le relevé des opérations de...



4. LES ACHATS PAR MODE DE VERSEMENTS ÉGAUX

Les résultats relatifs à la fréquence annuelle des achats par mode de versements égaux, excluant l'achat ou la location automobile, représente un troisième et dernier déterminant des habitudes de paiement virtuel.

4.1 Le taux d'achat par mode de versements égaux

Les résultats du sondage indiquent que 21 % des consommateurs âgés de 30 à 45 ans ont fait l'achat d'un bien par mode de versements égaux ou ont profité d'une promotion « achetez maintenant, payez plus tard » au cours de la dernière année. Pour la plupart d'entre eux (17 %), il a s'agi d'un à deux achats selon ce mode de financement.

L'analyse des variables socioéconomiques permet de constater que le recours à ce type de financement serait plus fréquent chez les consommateurs effectuant des achats Internet (23 %), ayant un revenu de 75 000 \$ à 100 000 \$ (29 %) et chez ceux ayant une scolarité secondaire (24 %). Notons qu'auprès des gens ayant fait l'achat d'un bien par mode de versements égaux ou ayant profité d'une promotion « achetez maintenant, payez plus tard » chez l'ensemble des gens ayant un revenu de 30 000 \$ à 50 000 \$ (soit 25 % d'entre eux), le nombre moyen d'achat de ce type par acheteur s'avère plus élevé (2,1 achats) que chez les répondants ayant fait le même type d'achat et ayant des revenus de 75 000 \$ à 100 000 \$ (1,7 achats).

Mentionnons également que bien que le taux d'achat par mode de versements égaux soit moins élevé auprès des gens de la région de Québec (12 %) que des gens de la région de Montréal (25 %) et d'ailleurs au Québec (21 %), on constate un nombre moyen d'achat plus élevé par consommateur, soit 2,6 chez les gens de Québec par rapport à 1,9 dans la région de Montréal et de 1,6 ailleurs au Québec.

Tableau 14 La fréquence d'achat par mode de versements égaux

	Ensemble (n : 574) (%)	Secondaire (n : 138) (%)	Universitaire (n : 220) (%)	30 000 \$ 50 000 \$ (n : 86) (%)	75 000 \$- 100 000 \$ (n : 100) (%)	Montréal (n : 319) (%)	Québec (n : 126) (%)	Ailleurs (n : 129) (%)
Achat	21	24	17	25	29	23	12	21
1-2	17	20	14	18	26	20	7	20
3-4	3	4	2	7	3	2	3	1
5 et +	1	-	1	-	-	1	2	-
Aucun	77	75	82	74	68	73	86	79
Nsp/Nrp	2	1	1	1	3	4	2	-
Moyenne	1,9 achats	1,8	1,9	2,1	1,7	1,9	2,6	1,6

Q7 Outre l'achat ou la location d'une automobile, avez-vous fait l'achat d'un bien par mode de versements égaux ou profité d'une promotion « achetez maintenant, payez plus tard » au cours de la dernière année (exemple : financement pour des meubles ou électroménagers...)?



4.2 La relation entre l'achat par mode de versements égaux et les habitudes d'achat et de paiement virtuel

Selon l'analyse des données en fonction de l'habitude d'achat Internet et du mode habituel de paiement, on constate un taux d'achat par mode de versements égaux plus élevé chez les gens effectuant également des achats sur Internet (23 %) que chez ceux qui n'en font pas (17 %) ainsi que chez les gens qui ont l'habitude de payer leurs achats par carte (23 %) par rapport à ceux qui paient généralement comptant (12 %).

Tableau 15 La fréquence d'achat par mode de versements égaux selon les habitudes de paiement

	Achat Internet		Mode habituel de paiement		
	Oui (n : 322) (%)	Non (n : 238) (%)	Comptant (n : 69) (%)	Débit (n : 296) (%)	Crédit (n : 175) (%)
Achat	23	17	12	23	23
1-2	20	14	9	19	20
3-4	2	3	3	3	2
5 et +	1	-	-	1	1
Aucun	76	83	87	76	77
Nsp/Nrp	1	-	1	1	-
Moyenne	1,86	1,95	2,0	1,92	1,85

Q7 Outre l'achat ou la location d'une automobile, avez-vous fait l'achat d'un bien par mode de versements égaux ou profité d'une promotion « achetez maintenant, payez plus tard » au cours de la dernière année (exemple : financement pour des meubles ou électroménagers...)?



5. L'IMPACT DU PAIEMENT VIRTUEL SUR LA CONSOMMATION

Après les habitudes d'information, de paiement et d'achat, le sondage s'attardait sur la perception des répondants à l'égard de l'effet du paiement virtuel sur l'accroissement de leur propre consommation, soit la tendance à dépasser son budget lors des achats sur Internet et la tendance à acheter plus lors des achats par carte et sur Internet.

L'étude révèle que l'achat virtuel, par Internet ou par carte de crédit ou débit, aurait une influence avouée d'accroissement de la consommation pour 1 utilisateur du paiement virtuel âgé de 30 à 45 ans sur 5. En effet, 22 % des gens de 30 à 45 ans effectuant des achats sur Internet considèrent faire des achats non prévus au budget, dont 5 % estiment en faire souvent. Par ailleurs, 20 % des répondants affirment avoir tendance à acheter plus lorsqu'ils achètent par Internet ou par carte que lorsqu'ils paient en argent comptant.

L'analyse des variables démographiques et socioéconomiques indique que le dépassement du budget sur Internet serait plus fréquent chez les hommes de 30 à 45 ans (60 % d'entre eux) que chez les femmes (49 % d'entre elles). Mentionnons aussi que le dépassement du budget sur Internet serait moins fréquent chez les gens ayant un revenu de 50 000 \$ à 75 000 \$ (63 %) que chez les autres catégories de revenu.

Tableau 16 La fréquence d'achats non prévus par Internet

	Ensemble (n : 322) (%)	30 000 \$ 50 000 \$ (n : 46) (%)	50 000 \$- 75 000 \$ (n : 59) (%)	75 000 \$- 100 000 \$ (n : 67) (%)	100 000 \$ et plus (n : 80) (%)	Homme (n : 178) (%)	Femme (n : 144) (%)
Souvent	5	5	3	3	8	7	4
Parfois	17	27	8	15	15	18	16
Rarement	33	28	26	39	36	35	29
Jamais	45	40	63	43	41	40	51

Q8 Vous arrive-t-il de faire des achats non prévus à votre budget par Internet ?

Quant à la tendance avouée à dépenser plus d'argent lorsque le paiement est par carte plutôt que comptant, elle s'avère plus importante chez les femmes (24 %) que chez les hommes (16 %).

Tableau 17 La tendance à acheter plus par Internet ou par carte que comptant

	Ensemble (n : 509) (%)	Homme (n : 259) (%)	Femme (n : 250) (%)
Oui, j'ai tendance à acheter plus via Internet ou par carte	20	16	24
Non	71	77	65
Je n'achète pas sur Internet ou par carte	8	6	10
Nsp/Nrp	1	1	1

Q9 Quand vous achetez par Internet ou par carte (guichet, crédit ou prépayée) avez-vous tendance à acheter plus que lorsque vous payez comptant ?



6. PROFIL DES RÉPONDANTS

Tableau 18 Profil des répondants

	Ensemble n : 574 (%)	Habitue de paiement virtuel			
		Par carte débit (n : 296) (%)	Par carte crédit (n : 161) (%)	Par Internet (n : 322) (%)	Par MVE (n : 117) (%)
↻ Scolarité					
Primaire	1	-	1	1	2
Secondaire	25	28	17	17	30
Collégial	35	37	30	36	37
Universitaire	38	34	52	46	32
↻ Logement					
Propriétaire	76	76	86	79	80
Locataire	22	22	13	19	18
Habite chez ses parents	1	-	-	1	1
↻ Sexe					
Homme	50	46	57	55	50
Femme	50	54	43	45	50
↻ Revenu familial annuel					
Moins de 15 K\$	3	2	-	1	3
15 à 30 K\$	6	7	6	5	6
30 à 50 K\$	15	15	12	14	18
50 à 75 K\$	19	21	15	18	20
75 à 100 K \$	18	20	18	21	25
100 K \$ et plus	20	16	34	25	16
Refus de répondre	20	19	15	16	12
↻ Langue d'entrevue					
Français	89	93	87	88	88
Anglais	11	7	13	12	12
↻ Lieu de résidence					
Montréal	56	53	61	58	63
Québec	22	22	23	24	13
Ailleurs au Québec	23	26	16	19	24

* Exclut les réponses Nsp/Nrp, lesquelles permettent d'obtenir 100 % des mentions



CONCLUSION

La conclusion présente les principaux constats tirés de l'analyse des résultats du sondage téléphonique réalisé au cours des mois de juillet, août et septembre 2011 auprès de 574 personnes âgées de 30 à 45 ans.

L'étude a permis une description précise des habitudes d'information quant aux finances personnelles courantes des gens âgés de 30 à 45 ans, de leur mode de paiement habituel ainsi que de leurs habitudes d'achat Internet et par mode de versements égaux.

Le portrait global de la génération X : une population de consommateurs...

▶ **au fait de leurs finances personnelles courantes**

L'étude permet de constater que généralement, les personnes issues de la génération X prétendent être généralement au courant de leurs finances personnelles. Ainsi, elles s'informent de leur solde régulièrement en consultant leur dossier ou leur relevé d'opérations sur Internet, soit au moins une fois par semaine pour leur compte bancaire et plusieurs fois par mois pour leur carte de crédit.

▶ **branchés sur les nouvelles technologies d'information et de transactions**

Si la plupart des personnes de 30 à 45 ans ont l'habitude de garder peu d'argent sur eux, en moyenne 48 \$, le mode de paiement privilégié pour leurs achats s'avère le paiement par carte (82 %), notamment la carte débit (51 %).

▶ **divisés quant aux achats sur Internet et hésitants quant aux achats en mode de versements égaux**

Quant aux achats sur Internet, ils s'avèrent le fait d'une personne de 30 à 45 ans sur deux (56 %) au cours de la dernière année.

Beaucoup moins populaires, les achats par mode de versements égaux concerneraient une personne âgée de 30 à 45 ans sur cinq (21 %).

Les habitudes de paiement, les habitudes d'information et les conditions socioéconomiques

L'analyse des relations entre les habitudes de paiement, les habitudes d'information et les conditions socioéconomiques permet de constater des associations de comportements et de conditions socioéconomiques. Ainsi, on constate que :

- ▶ **l'usage du paiement virtuel s'accompagne d'un niveau d'information élevé des finances personnelles courantes alimenté en mode numérique** : les utilisateurs du paiement par carte qui font des achats Internet représentent ceux qui connaissent le mieux leurs finances personnelles et s'en informent plus souvent;
- ▶ **l'utilisateur de la carte de crédit et l'acheteur sur Internet partagent un profil socioéconomique semblable** : il possède un niveau de scolarité élevé (niveau collégial ou universitaire), il a accédé à la propriété et il bénéficie de revenus élevés (75 000 \$ et plus);



- ▶ **l'utilisateur de la carte débit et l'acheteur par mode de versements égaux partagent un profil socioéconomique :** de toute scolarité où la scolarité secondaire est bien représentée et ayant des revenus moyens (de 50 000 \$ à 100 000 \$).

L'étude a également permis d'apprécier l'opinion que les 30 à 45 ans entretiennent sur l'effet du paiement virtuel sur l'augmentation de leur consommation.

Le paiement virtuel : 20 % des utilisateurs âgés de 30 à 45 ans avouent qu'il a un effet d'accroissement sur leur consommation

- ▶ Un utilisateur du paiement virtuel sur cinq fait des achats non prévus au budget par Internet (22 %) et a tendance à acheter plus que lorsqu'il paie comptant (20 %).
- ▶ L'augmentation de la consommation lors des paiements par carte serait plus fréquente chez les femmes tandis que l'augmentation de la consommation lors des achats sur Internet serait plus fréquente chez les hommes.