

COMMUNIQUÉ – POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

SONDAGE : LES SUCCURSALES BANCAIRES EN BAISSÉ DE POPULARITÉ

La migration vers les systèmes électroniques continue

TORONTO, le 31 janvier 2006 – Dans un monde multivoie, la succursale bancaire traditionnelle continue de perdre du terrain comme moyen d'effectuer ses opérations bancaires, selon l'étude de marché annuelle de TNS Canadian Facts.

Réalisée à l'automne 2005, l'étude de la firme sur les *Habitudes des Canadiens en matière d'opérations bancaires* a révélé que juste un peu plus de la moitié des Canadiens (54 %) ont affirmé qu'ils étaient allés à une succursale au cours du mois précédant le sondage, soit le niveau de fréquentation de succursales le plus bas depuis que l'étude de suivi a débuté en 1994. Non seulement moins de Canadiens se rendent dans une succursale, mais le nombre de visites mensuelles par ceux qui font leurs transactions bancaires dans une succursale va en déclinant.

«Au fur et à mesure que les gens s'habituent à faire leurs transactions courantes par voie électronique, soit à l'aide du service bancaire en ligne ou des guichets automatiques, il est moins nécessaire de se présenter à une succursale, mais cela reste quand même dans les habitudes de certains,», souligne Rhonda Grunier, une vice-présidente chez TNS Canadian Facts.

«Les Canadiens exigent d'avoir le choix de la façon dont ils veulent effectuer leurs transactions bancaires courantes, afin de pouvoir utiliser la voie qui répond le mieux à leurs besoins à un moment donné. Les achats de produits financiers, comme l'ouverture de comptes ou l'acquisition de prêts, continuent d'être faits principalement dans une succursale,» ajoute Madame Grunier.

Le service bancaire en ligne semble faire son chemin, même si on n'enregistre qu'une faible croissance depuis deux ans. L'automne dernier, 34 % des Canadiens ont affirmé avoir utilisé un service bancaire en ligne dans le mois précédant le sondage comparativement à 33 % en 2003. Plus de la moitié des Canadiens qui ont accès à Internet ont souscrit au service bancaire en ligne (55 %).

Les opérations bancaires par téléphone sont de moins en moins populaires depuis que les gens effectuent leurs transactions en ligne. À l'automne de 2005, 19 % des Canadiens avaient utilisé un service bancaire par téléphone le mois précédent, en baisse du sommet de 26 % enregistré en 2001.

Le service bancaire en ligne est utilisé principalement pour payer les factures (91 %), vérifier les soldes des comptes bancaires (92 %) et virer des fonds d'un compte à un autre (72 %). Le quart (24 %) des personnes qui font leurs transactions bancaires en ligne utilisent un service de facturation électronique pour recevoir leurs factures directement sur leur ordinateur.

«L'aspect pratique explique la popularité des opérations bancaires en ligne. La raison principale pour laquelle les non-utilisateurs ne sont pas intéressés à adopter le service bancaire en ligne est qu'ils ont à leur disposition d'autres voies qui répondent adéquatement à leurs besoins,» note Rhonda Grunier.

Pour cette étude, TNS Canadian Facts a sondé un échantillon national représentatif d'adultes canadiens de 18 ans et plus. Un total de 2 001 sondages postaux auto-administrés ont été complétés entre le 4 octobre et le 8 novembre 2005. Les résultats du sondage sont considérés comme étant exacts à 2,1 points de pourcentage près, 19 fois sur 20.

TNS Canadian Facts (www.tns-cf.com) est l'une des organisations les plus prestigieuses au Canada, offrant des services complets d'études de marché, de sondages d'opinion et de recherches sociales.

Au sujet de TNS

TNS est un groupe d'information marketing. Nous sommes la plus grosse firme de recherche *ad hoc* au monde et l'un des principaux fournisseurs d'enquêtes sociales et politiques. Nous sommes également un fournisseur majeur de panels de consommateurs, de mesures d'audience et de services de renseignements des médias.

TNS exploite un réseau international qui s'étend à 70 pays et emploie plus de 13 000 personnes. Nous offrons des études et évaluations de marché, des conseils et des points de vue aux organisations locales et multinationales.

Nous combinons nos connaissances des secteurs spécialisés avec notre expertise dans les domaines du développement de nouveaux produits, de la recherche motivationnelle, de la recherche sur les marques et la publicité et la gestion des intervenants, fournissant ainsi à nos clients les toutes dernières informations, applicables à l'échelle internationale.

Nous avons une vision différente qui aide nos clients à se bâtir un avantage concurrentiel, faisant de TNS le sixième sens des affaires (www.tns-global.com).

###

Contacts médias :

Rhonda Grunier

Vice-présidente

Tél.: (416) 924-5751

Courriel : Rhonda.Grunier@tns-cf.com

Web: www.tns-global.com

David Stark

Vice-président aux affaires publiques

Tél. : (416) 924-5751

Courriel : David.Stark@tns-cf.com

Web: www.tns-global.com