

Le 24 mai 2017

## **Étude internationale sur la confiance et la technologie : les Canadiens sont deux fois plus susceptibles de faire confiance à un robot pour pratiquer une chirurgie à cœur ouvert que pour ouvrir un compte bancaire**

- *Le Canada est le marché où l'on compte la plus faible proportion de personnes détenant un téléphone intelligent parmi les 11 marchés sondés*
- *Pourtant, 7 % des répondants canadiens croient qu'il sera possible de virer des fonds au moyen de signaux cérébraux au cours de la prochaine année*
- *On peut consulter le rapport complet pour le Canada sur le site [www.hsbc.ca/newsroom](http://www.hsbc.ca/newsroom)*

Les gens en Asie et au Moyen-Orient sont plus optimistes quant aux effets favorables de la technologie et, pour cette raison, sont davantage portés à faire confiance aux nouvelles technologies que les Occidentaux, selon une étude internationale de la HSBC. Ainsi, les Canadiens se classent à l'avant-dernier rang (56 %) lorsqu'on leur demande s'ils croient que les progrès technologiques contribueront à un monde meilleur, comparativement à 89 % des répondants en Chine, et à 85 % de ceux en Inde.

C'est ce que révèle le rapport de la HSBC intitulé *Faire confiance à la technologie*, une nouvelle étude internationale qui explore le niveau de confiance dans la biométrie comme mesure de sécurité, les attitudes relativement à des services financiers complètement nouveaux, et ce que nous pensons du fait de confier nos vies à une intelligence de robot.

« L'apparition d'une nouvelle technologie suscite chaque fois son lot de questions de fond comme : est-ce qu'on peut lui faire confiance? Le prix et la disponibilité sont importants, mais une technologie ne sera adoptée que si les utilisateurs à qui elle est destinée pensent qu'elle est fiable, **a déclaré Larry Tomei, vice-président à la direction et responsable en chef des services bancaires de détail et gestion de patrimoine, Banque HSBC Canada.** Malgré une résistance au changement plus grande au Canada que dans les pays orientaux, il existe dans notre pays un énorme potentiel de sensibilisation des gens aux technologies, actuelles et à venir. Les Canadiens interrogés sont parmi les gens les plus susceptibles de réagir favorablement à l'information sur la biométrie – comme la vérification de l'identité au moyen de l'empreinte digitale ou de la voix. »

*suite...*

## **Étude internationale sur la confiance et la technologie : les Canadiens sont deux fois plus susceptibles de faire confiance à un robot pour pratiquer une chirurgie à cœur ouvert que pour ouvrir un compte bancaire**

### **Faits saillants : Orient et Occident**

- 1) **Méfiance envers la technologie** : L'adoption rapide du lecteur d'empreinte digitale chez les consommateurs illustre les contrastes entre l'Orient et l'Occident. Ainsi, les Chinois, dans une proportion de 40 %, sont les plus nombreux à l'utiliser dans le monde, suivis des Indiens, à 31 %, et des habitants des Émirats arabes unis, à 25 %. À l'autre bout de l'échelle, on trouve les Canadiens. En fait, seulement 14 % des répondants canadiens emploient la technologie des empreintes digitales pour s'identifier – un chiffre qui figure parmi les plus bas constatés.
- 2) **Cligner des yeux une fois pour accéder à votre compte d'épargne, et deux fois pour votre compte chèques** : Dans l'ensemble, les deux tiers des répondants pensent qu'il sera possible de virer des fonds au moyen de signaux cérébraux dans le futur. En fait, 8 % des répondants en France, 7 % au Canada, 5 % en Allemagne pensent que cette technologie sera disponible l'année prochaine. En Asie, cette opinion est partagée par 20 % des répondants en Inde, 15 % en Chine et 13 % à Singapour.
- 3) **Technologie-shmeckmologie?** Le Canada est l'un des pays les moins favorables à l'innovation : 56 % seulement des répondants estiment que les technologies vont rendre le monde meilleur (contre 74 % en moyenne dans l'ensemble des répondants). Le taux de possession d'un téléphone intelligent, qui s'établit à 87 % seulement, y est le plus faible relevé par l'étude. Soixante-quatorze pour cent des répondants canadiens vont faire confiance à une personne tant qu'ils n'auront pas la preuve qu'on ne peut se fier à cette personne. Il existe également un niveau élevé de confiance en soi-même – 80 % des répondants se font confiance pour ce qui est de prendre les bonnes décisions.
- 4) **Siri, Alexa : quelle est ma tolérance au risque en matière de placement?** Les répondants en Chine (44 %) et en Inde (38 %) sont les plus susceptibles de faire confiance à des conseillers robots. Ces résultats contrastent avec les résultats obtenus au Canada, en Allemagne et au Royaume-Uni dont seulement 7 %, 6 % et 9 % des répondants, respectivement, feraient confiance à des recommandations formulées à partir d'algorithmes. En fait, 36 % des répondants en Chine utiliseraient un assistant virtuel pour obtenir des conseils financiers, comparativement à 8 % au Canada, 6 % en Allemagne et 8 % au Royaume-Uni.

### **Demandes des médias :**

Aurora Bonin

(604) 641-1905

[aurora.f.bonin@hsbc.ca](mailto:aurora.f.bonin@hsbc.ca)

Sharon Wilks

(416) 868-3878

[sharon\\_wilks@hsbc.ca](mailto:sharon_wilks@hsbc.ca)

*suite...*

# **Étude internationale sur la confiance et la technologie : les Canadiens sont deux fois plus susceptibles de faire confiance à un robot pour pratiquer une chirurgie à cœur ouvert que pour ouvrir un compte bancaire**

## **Notes aux rédacteurs :**

1. L'étude *Faire confiance à la technologie* porte sur les perceptions et les habitudes en matière de technologie à l'échelle internationale. Menée par une firme indépendante pour le compte de la HSBC, elle fournit des renseignements sur la façon dont on perçoit la technologie, sur l'utilisation que les gens en font et sur leurs attentes quant aux développements futurs des services numériques dans le monde.

L'étude représente le point de vue de 12 019 personnes de 11 pays et territoires : Allemagne, Canada (1 001), Chine, Émirats arabes unis, États-Unis, France, Hong Kong, Inde, Mexique, Singapour et Royaume-Uni.

La firme Populus a effectué la recherche qualitative en mars et avril auprès de 66 membres d'une communauté en ligne, dont six membres pour chacun des 11 marchés sondés dans l'étude. Tous les répondants ont répondu à toutes les questions et les résultats ont été mis à la disposition des médias séparément. Populus a également consulté à deux occasions un panel d'experts, menant avec eux des entretiens en profondeur.

L'enquête quantitative a été réalisée en ligne par Ipsos MORI qui a interrogé un échantillon de plus de 12 000 personnes adultes d'un âge variant entre 18 et 65 ans, sélectionnées parmi des groupes en ligne représentatifs des populations de 11 pays. Un peu plus de 1 000 personnes ont été interrogées dans chacun des pays, mis à part au Royaume-Uni, où 2 000 personnes ont été interrogées, du 24 mars au 10 avril 2017.

2. La Banque HSBC Canada, filiale de la société HSBC Holdings plc, est le chef de file des banques internationales au pays. Nous aidons des entreprises et des particuliers partout au Canada à faire des affaires et à gérer leurs finances à l'échelle mondiale par l'entremise de trois secteurs d'activité mondiaux, soit les services aux entreprises, les services bancaires internationaux et marchés, et les services bancaires de détail et gestion de patrimoine. HSBC Holdings plc, dont le siège social est situé à Londres, est la société mère du Groupe HSBC. Le Groupe HSBC sert des clients du monde entier à partir d'environ 4 000 bureaux répartis dans 70 pays et territoires en Europe, en Asie, dans les Amériques, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Avec des actifs de 2 375 milliards de dollars US au 31 décembre 2016, la HSBC est l'un des plus importants établissements de services bancaires et financiers au monde. Pour en savoir plus, consultez le site [www.hsbc.ca](http://www.hsbc.ca) ou suivez-nous sur Twitter à @hsbc\_ca ou sur Facebook à @HSBCCanada.

# La confiance dans les technologies

## Introduction

Les technologies progressent à un rythme effréné entraînant avec elles une transformation radicale des services financiers. Les applications permettent d'envoyer de l'argent et de vérifier un compte rapidement. Le service de conseil en ligne, baptisé *robot-conseil*, fournit à un plus large public des conseils spécialisés sur les placements et l'épargne retraite. Chaque nouveauté technologique suscite la même question fondamentale : peut-on s'y fier? Le prix et la disponibilité comptent, mais si l'utilisateur cible n'a pas le sentiment qu'il peut s'y fier, il ne l'adoptera pas. Quels sont les facteurs qui font que nous avons confiance dans une chose ou que nous la rejetons?

Le présent rapport s'intéresse à la confiance dans les technologies. La HSBC a réalisé un sondage d'opinion international exclusif sur la confiance auprès de plus de 12 000 consommateurs répartis dans 11 grandes économies. Ce sondage révèle le niveau de confiance dans la sécurité biométrique, les attitudes à l'égard des nouveaux services financiers et ce que nous pensons du fait de confier nos vies à une intelligence de robot. L'étude qualitative examine plus en profondeur les attitudes individuelles.

Plus les technologies prennent de la place dans nos vies, plus la question de la confiance revêt une importance cruciale. Une jeune entreprise de technologie financière ne peut pas se faire une clientèle si elle ne suscite pas la confiance. Une banque ne peut pas garder sa clientèle si elle n'inspire pas confiance. Pour pouvoir offrir de nouveaux produits qui améliorent la vie des gens, il faut savoir ce qu'est la confiance et comment la gagner. Le présent rapport contient des suggestions sur la manière de développer la confiance dans les technologies.

## Aperçu général des résultats pour le pays

Les répondants au Canada ont une attitude plutôt conservatrice en matière de confiance dans les technologies. Le Canada est l'un des pays les moins favorables à l'innovation : 56 % seulement des répondants estiment que les technologies vont rendre le monde meilleur. Le taux de possession d'un téléphone intelligent, qui s'établit à 87 % seulement, y est le plus faible relevé par l'étude.

Inversement, les répondants au Canada sont parmi les plus enclins à placer leur confiance dans les relations de personne à personne. Soixante-quatorze pour cent des répondants vont faire confiance à une personne tant qu'ils n'auront pas la preuve qu'on ne peut se fier à cette personne. Il existe également un niveau élevé de confiance en soi-même – 80 % des répondants se font confiance pour ce qui est de prendre les bonnes décisions.

L'étude donne à penser qu'il existe un lien au Canada entre activité bancaire et manque d'innovation – seulement 51 % des répondants au Canada font confiance à leur banque pour ce qui est d'innover en vue d'améliorer les services. Cependant, cela n'altère pas leur confiance dans le système, puisque, parmi les répondants, ce sont ceux qui craignent le moins que leur compte soit piraté (37 %).

Malgré une résistance au changement plus grande que dans certains autres des marchés sondés, il existe au Canada un énorme potentiel de sensibilisation des gens aux technologies, actuelles et à venir. Les Canadiens interrogés sont parmi les gens les plus susceptibles de réagir favorablement à l'information sur la biométrie – un petit paragraphe explicatif a vu le nombre de personnes disposées à faire confiance à la biométrie pour la vérification d'identité augmenter de 10 points de pourcentage.

Le présent rapport cerne les principales attitudes des gens au Canada relativement à la confiance dans les technologies, à la fois dans leur vie de tous les jours et pour ce qui est de la gestion de leur argent.

**56 %**  
des répondants  
estiment que le progrès  
technologique rendra le  
monde meilleur.

**87 %**  
possèdent un  
téléphone  
intelligent.



**80 %**  
se font confiance  
pour ce qui est de  
prendre les  
bonnes  
décisions.

**51 %**  
font confiance à leur  
banque pour ce qui  
est d'innover en vue  
d'améliorer les  
services.

Pour obtenir d'autres renseignements, n'hésitez pas à consulter le site [hsbc.com/tag/digital-and-innovation](https://www.hsbc.com/tag/digital-and-innovation)

## Importance de l'élément humain

- Les répondants au Canada continuent d'apprécier grandement l'élément humain dans les services bancaires traditionnels et de faire confiance à l'humain dans ce cas.
- Les répondants au Canada ne pensent pas que plusieurs des nouvelles formes de technologie sont utiles dans le cadre des activités bancaires.
- Cependant, ils réagissent comparativement bien aux nouvelles technologies comme la biométrie après que celles-ci leur ont été expliquées de manière appropriée.

S'agissant de choisir entre l'humain et la machine, les répondants au Canada forment un bloc homogène. En matière d'argent, ils ont davantage confiance quand ils font affaire avec une personne. La grande majorité (71 %) pense que, en matière de gestion financière, les gens sont plus susceptibles d'accepter le conseil d'une personne que celui d'un robot. De même, les répondants au Canada emploient des méthodes traditionnelles pour la vérification d'identité : 36 % répondent à des questions d'ordre personnel, et 14 % seulement emploient la technologie des empreintes digitales – un chiffre qui figure parmi les plus bas constatés. Fait intéressant, ils sont plus réceptifs à l'idée de la biométrie après qu'on leur a expliqué la technologie de manière humaine.

Les répondants au Canada s'attendent de la part de leur banque à un niveau d'empathie supérieur à la moyenne, particulièrement dans les moments difficiles. Beaucoup moins préoccupés par les fuites de données et les actes de piratage, ils sont plus susceptibles de changer de banque s'ils ne sont pas indemnisés en cas de vol de fonds.

 47 %

ne veulent pas que leur banque offre un service de conseil en placements faisant intervenir des signaux cérébraux.

 18 %

croient que le service de conseil fourni par les programmes informatiques est plus juste que celui fourni par des conseillers

 63 %

changeraient de banque s'ils n'étaient pas indemnisés après s'être fait voler de l'argent.

 71 %

pensent que les gens sont plus susceptibles, en matière de gestion financière, d'accepter le conseil provenant d'une personne que le conseil provenant d'un robot.

*«La technologie peut susciter une forme de confiance. Si vous créez quelque chose qui est utile, qui est harmonieux, qui fait bien les choses et qui vous inspire confiance, c'est brillant. L'autre forme de confiance est la relation humaine, qui est une forme de confiance différente.» – Will Highams, spécialiste des tendances culturelles*

## Satisfaits de ce que nous avons : contents et pas inquiets

- Les répondants au Canada sont parmi les plus satisfaits des technologies utilisées par leur banque.
- Parmi les répondants, ce sont ceux qui craignent le moins que leur compte bancaire soit piraté et que leurs données personnelles fassent l'objet d'une fuite.
- C'est peut-être la raison pour laquelle les répondants au Canada semblent n'avoir aucun intérêt pour le moindre changement important par rapport à l'état actuel des technologies bancaires.

Les répondants au Canada sont les moins susceptibles de trouver les technologies offertes par leur banque «peu fiables», «obsolètes» ou «complexes». Les répondants sont satisfaits : 81 % d'entre eux estiment que les technologies employées par leur banque suffisent à leurs besoins.

Cette satisfaction influe sur les niveaux d'inquiétude concernant le risque que leur compte soit piraté (37 %) et le risque qu'une fuite de données personnelles se produise (42 %), qui sont parmi les plus faibles. Cette attitude se reflète dans le peu d'ambition manifestée sur le plan technologique. Un peu plus de trois personnes sur cinq (64 %) n'accepteraient pas de communiquer des renseignements personnels (tels que nom et adresse) à des entreprises technologiques, même s'ils pouvaient de la sorte obtenir de meilleurs services bancaires.

 8 %

des répondants au Canada jugent que leur banque n'a pas évolué.

 5 %

jugent que leur banque est peu fiable.

 7 %

jugent que leur banque est complexe.

 16 %

sont extrêmement préoccupés par le risque de fuite de données - la moyenne mondiale est de 27 %

*«Ce type de technologie semble porter atteinte à la vie privée et semble également très contraignant. Je n'ai pas envie de donner ou d'utiliser mes données d'empreinte digitale; j'aurais une opinion beaucoup plus négative à l'égard de ma banque, une opinion fondée sur la peur et l'inquiétude.» – Conrad Kiezlo, participant, Canada*

Pour obtenir d'autres renseignements, n'hésitez pas à consulter le site [hsbc.com/tag/digital-and-innovation](https://www.hsbc.com/tag/digital-and-innovation)

## Il vaut mieux procéder de façon lente et progressive.

- Il y a un écart entre l'Orient et l'Occident sur le plan des attitudes à l'égard des technologies.
- Le Canada a de plus en plus la possibilité d'apprendre d'autres marchés.
- Il n'y a pas d'impulsion manifeste pour améliorer les technologies bancaires au Canada, mais il existe de formidables possibilités pour ce qui est d'utiliser les nouvelles technologies après qu'elles ont fait l'objet d'essais et de tests.

L'adoption des nouvelles technologies semble ne s'opérer que lentement au Canada, où le taux de possession d'un téléphone intelligent est le moins élevé parmi les marchés visés par le sondage (87 % comparé à 99 % pour l'ensemble de ces marchés). De plus, seulement des 14 % des Canadiens ont utilisé la technologie de l'empreinte digitale pour s'identifier.

Une évolution des perceptions est nécessaire pour renseigner les gens au Canada sur ce qui pourrait être utile en matière de technologies bancaires. Seulement 16 % des répondants au Canada utilisent un assistant virtuel pour des conseils financiers, et la proportion des répondants estimant que les banques qui offrent plus de services technologiques auront un meilleur service à la clientèle est l'une des plus faibles (35 %).

Les possibilités sont immenses en matière de sensibilisation des gens aux avantages des technologies bancaires, dans le but d'accroître l'intérêt, l'utilisation et la confiance.

## Observations finales

Il sera intéressant d'observer l'évolution à venir au Canada. Pour que l'adoption de nouvelles technologies s'accélère et que la confiance dans les technologies augmente, les attitudes à cet égard vont devoir évoluer. Une situation générale de manque de confiance et d'opinion peu favorable envers les nouvelles technologies, dans le secteur bancaire comme ailleurs, freinerait probablement le progrès au Canada comparativement à ce qu'on pourra observer dans les pays orientaux qui progressent rapidement et qui ont une grande confiance.

La question est de savoir comment renseigner le marché sur les technologies d'une manière qui rendra le marché réceptif. Ironie de la situation, une telle démarche nécessitera au départ une intervention humaine. Ce qui ressort de la présente enquête, c'est que le moyen le plus efficace de communiquer avec les gens au Canada pourrait bien être le contact de personne à personne et même la rencontre individuelle.

Ce qui est de bon augure toutefois, c'est le peu d'inquiétude et de scepticisme chez les répondants au Canada au sujet de la sécurité des données. Les nouvelles technologies doivent contribuer au maintien de cet état d'esprit. Une façon de réussir l'intégration pourrait être d'introduire d'abord des technologies qui n'éliminent pas l'intervention humaine, p. ex la biométrie pour ce qui est de la sécurité, dans le cadre d'un programme de sensibilisation et d'information.

Quand cette étape préparatoire aura été franchie, il est probable que les Canadiens seront réceptifs à des outils plus avancés et plus futuristes, susceptibles de rendre l'utilisation des services bancaires plus simple, plus efficace et plus rapide.

87 % possèdent un téléphone intelligent.

16 % utilisent des assistants virtuels pour le service à la clientèle ou le service de conseil.

45 % ne veulent pas que leur banque offre des cartes à puce avec lecteur d'empreinte digitale.

«*Quand on pense aux technologies d'aujourd'hui, à des appareils comme les machines à laver, les micro-ondes, les machines à café, la plupart des gens comprennent comment cela fonctionne, ce qui élimine un des principaux obstacles à la confiance. Quand il est question de choses comme les robots et les voitures sans conducteur, la personne moyenne ne va pas comprendre toutes ces choses, ce qui va rendre la confiance très difficile.*» – Tom Bailey, spécialiste des technologies

7 % pensent qu'il sera possible de virer des fonds au moyen de signaux cérébraux au cours de la prochaine année.

30 % pensent qu'ils sont habituellement les premiers à faire l'essai des nouveautés.

49 % préfèrent effectuer une chose avec une nouvelle technologie quand ils le peuvent.