

Finfluenceurs, conseillers financiers et confiance numérique

un paysage en transformation



Investisseurs canadiens abonnés aux finfluenceurs

54,5 %

sont âgés de 18 à 34 ans

13 %

sont âgés de 55 ans et plus

24,5 %

ont un diplôme d'études primaires ou secondaires

35 %

ont un diplôme d'études supérieures

29 %

ont un revenu familial inférieur à 150 000 \$

40 %

ont un revenu familial supérieur à 150 000 \$

La plupart des investisseurs affirment que le caractère abordable est la principale raison pour laquelle ils font appel à des finfluenceurs

Autres types d'aide qu'ils recherchent :

conseils en matière de gestion financière

46 %

recommandations d'investissement spécifiques

45 %

conseils en matière de stratégie d'investissement

41 %

Pistes d'action pour les conseillers :

- renforcer la culture financière et maintenir les mesures de protection appropriées
- mettre en place des stratégies d'engagement numérique, notamment du contenu éducatif sur les réseaux sociaux, des webinaires, des courtes vidéos et des outils interactifs
- mettre en valeur leur expertise en matière d'éducation et de vérification

