



L'Enquête sur l'utilisation, par les Canadiens, des produits et services bancaires

Sommaire

Préparé pour l'Agence de la consommation en matière financière du Canada

Nom du fournisseur : Phoenix SPI
Numéro de contrat : 5R000-200258-001-CY
Date d'attribution du contrat : 2020-07-15
Valeur du contrat : 229 990,46 \$ (incluant les taxes)
Date de présentation du rapport : 2021-09-27

Numéro d'enregistrement : POR 014-20

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada à l'adresse : info@fcac-acfc.gc.ca

This report is also available in English.

L'Enquête sur l'utilisation, par les Canadiens, des produits et services bancaires

Sommaire

Préparé pour l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.

Septembre 2021

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de sondages en ligne menés par Phoenix SPI pour le compte de l'Agence de la consommation financière du Canada. Les sondages visaient des Canadiens âgés de 18 ans et plus qui ont obtenu un produit ou un service auprès d'une banque. Sur une période de 10 mois, 12 183 sondages ont été administrés entre le 31 juillet 2020 et le 19 avril 2021. Un sondage de suivi a été mené du 7 au 16 avril 2021 auprès de 1 599 personnes qui ont répondu au sondage au cours des vagues 1 à 6.

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'ACFC. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière de communiquer avec l'ACFC à l'adresse :

Agence de la consommation en matière financière du Canada
427, avenue Laurier Ouest, 6^e étage
Ottawa (Ontario)
K1R 1B9

Numéro de catalogue : FC5-72/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-40478-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement de la ROP : POR 038-20) :

Numéro de catalogue (rapport final, version anglaise) FC5-72/2021E-PDF

ISBN : 978-0-660-40477-6

Also available in English under the title: Survey of Canadians' Use of Banking Products and Services.

Sommaire

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a chargé l'entreprise Phoenix Strategic Perspectives Inc. (Phoenix SPI) de mener une étude quantitative sur les expériences des consommateurs avec leurs banques pendant la crise de la COVID-19.

1. But et objectifs de l'étude

En mars 2020, les banques ont commencé à mettre en œuvre leurs plans de continuité des activités en réponse à la crise mondiale de la COVID-19. Afin de mieux comprendre l'impact de ces mesures sur les consommateurs canadiens, l'ACFC a commandé un sondage mensuel visant à recueillir des données quantitatives sur les expériences des consommateurs avec leur banque pendant la crise de la COVID-19. Le principal objectif de la recherche était de comprendre comment les réponses des banques à la pandémie ont affecté les Canadiens.

2. Méthodologie

Cette recherche comprenait à la fois un sondage mensuel et un sondage de suivi à l'intention d'un sous-groupe de répondants au sondage mensuel. Le sondage mensuel en ligne a été administré à 12 183 Canadiens, âgés de 18 ans et plus, qui avaient obtenu un produit ou un service auprès d'une banque au moment de la recherche. L'échantillon a été tiré de l'échantillon populationnel aléatoire d'Advanis, une méthode de recrutement qui s'appuie sur la probabilité. Avec un échantillon de cette taille, les résultats globaux peuvent être considérés comme précis à $\pm 0,89\%$, 19 fois sur 20. Le travail sur le terrain a été mené du 31 juillet 2020 au 1^{er} avril 2021. En tout, 1 599 personnes ont répondu au sondage de suivi, qui a été mené du 7 au 16 avril 2021. Aucune marge d'erreur ne peut être fournie pour le sondage de suivi parce qu'il s'agissait d'un échantillon non probabiliste.

3. Principaux constats

La moitié des Canadiens savent que le gouvernement a un ministère voué à la protection des consommateurs de produits et services financiers.

- 55 % des Canadiens sondés savent que le gouvernement du Canada a un ministère ou un organisme voué à la protection des consommateurs de produits et services financiers.
- Un quart (25 %) des répondants savent que le gouvernement a un ministère ou un organisme dédié à l'éducation financière des consommateurs.

La majorité des Canadiens effectuaient des opérations bancaires sans contact avant mars 2020.

- La moitié (51 %) des répondants ont déclaré qu'ils utilisaient le plus souvent le site Web de leur banque avant mars 2020 pour effectuer des opérations bancaires courantes, tandis qu'un quart (24 %) des personnes sondées se servaient de l'application mobile de leur banque à cette fin.

La plupart des Canadiens préfèrent les cartes de débit ou de crédit pour les achats courants.

- 45 % des Canadiens préfèrent effectuer leurs achats courants avec une carte de débit et 43 % préfèrent se servir d'une carte de crédit.

Un peu plus de la moitié des Canadiens se servent des modes de paiement sans contact plus souvent qu'il y a un an.

- 56 % des Canadiens sondés utilisent les modes de paiement sans contact plus souvent qu'il y a un an, et la plupart des autres (36 %) y ont recours à peu près à la même fréquence que l'an dernier. La moitié (51 %) des répondants ont également utilisé le paiement sans contact pour effectuer des achats courants supérieurs à 100 \$.

La plupart des répondants n'ont pas été touchés par le refus des commerçants d'accepter de l'argent comptant.

- 57 % des répondants ont déclaré qu'ils n'avaient pas du tout été affectés par la décision de certains détaillants de ne plus accepter d'argent comptant. Pour ce qui est des personnes touchées, la plupart d'entre elles ont indiqué avoir été un peu affectées (31 %).
- Lorsqu'ils magasinent chez un détaillant qui n'accepte plus d'argent comptant, 38 % des répondants utilisent le plus souvent une carte de débit et 33 %, une carte de crédit.

La plupart des Canadiens sondés n'ont pas eu de problèmes liés à la fermeture de succursales.

- Sept personnes sur 10 (70 %) n'ont eu aucun problème lié à la fermeture d'une succursale. Les répondants qui se sont heurtés à des embûches ont indiqué avoir eu de la difficulté à communiquer avec leur banque ou à déposer un chèque dans un guichet automatique, ou ils ont dû payer des frais pour utiliser le guichet automatique d'une autre banque.

La plupart des répondants ne se sont pas vu imposer de frais ou d'intérêts en raison de la COVID-19.

- Six répondants sur 10 (61 %) ont déclaré ne pas avoir dû payer des frais ou des intérêts relativement à leurs produits bancaires en raison de la COVID-19. Pour ce qui est des autres répondants, les frais les plus courants étaient des frais relatifs au découvert, des frais pour le retrait d'un guichet automatique et des frais de retard de paiement ou pour cause de fonds insuffisants.
- La plupart des Canadiens qui se sont vu imposer des frais et qui ont communiqué avec leur banque à ce sujet ont déclaré ne pas avoir reçu de remboursement pour ces frais ou intérêts.

La majorité des Canadiens sondés ont indiqué que leur banque avait fourni des renseignements au sujet de la COVID-19.

- 61 % des Canadiens sondés ont déclaré avoir reçu de l'information de leur banque au sujet de la COVID-19. Les principales communications fournies par les banques concernant la COVID-19 comprenaient ce qui suit :
 - les mesures prises par les banques pour fournir des services;
 - de l'information sur les moyens d'effectuer des opérations bancaires pendant la pandémie;
 - les façons de communiquer avec la banque pour obtenir une aide financière.

- Selon la majorité des personnes ayant obtenu des communications de leur banque concernant la COVID-19, l'information était facile à comprendre et a été reçue dans leur format préféré.

La moitié des répondants sont satisfaits de la réponse de leur banque à la COVID-19 et connaissent leurs options s'ils avaient eu besoin d'une aide financière.

- 55 % des répondants sont satisfaits de la façon dont leur banque a répondu à la crise de la COVID-19 et 51 % des personnes sondées connaissent les options offertes par leur banque si elles avaient eu besoin d'une aide financière.

La majorité des Canadiens sondés n'ont pas eu de problème avec leur banque pendant la pandémie; ceux qui ont indiqué le contraire ont fait mention d'un mauvais service à la clientèle.

- Neuf personnes sur 10 (89 %) n'ont pas eu de problème avec leur banque depuis mars 2020. Parmi les répondants ayant indiqué le contraire, près de trois sur 10 (28 %) ont fait mention du comportement d'un employé de la banque ou du mauvais service à la clientèle en général.
- La plupart des personnes s'étant plaintes (78 %) ont déclaré avoir communiqué avec leur banque au sujet du problème.

La moitié des répondants ayant communiqué avec leur banque pour obtenir du soutien financier ont reçu une aide.

- 52 % des personnes qui ont communiqué avec leur banque ont reçu une aide financière, tandis qu'une personne sur cinq (21 %) s'est vu refuser un tel soutien. La moitié (52 %) des répondants ayant reçu une aide financière ont pu reporter des remboursements hypothécaires.
- La majorité des personnes participant à un programme d'aide en ont bénéficié pendant moins de six mois, et huit personnes sur 10 (80 %) ayant pris part à un tel programme se sont dites satisfaites de la réponse de leur banque.

Une faible proportion de répondants ont demandé ou obtenu un nouveau produit financier en utilisant des services bancaires en ligne depuis mars 2020.

- Environ une personne sur cinq (18 %) a demandé ou obtenu un nouveau produit ou service financier en utilisant des services bancaires en ligne ou mobiles depuis le début de la pandémie de COVID-19 en mars 2020.
 - 47 % des répondants ayant obtenu un nouveau produit financier grâce à des services bancaires en ligne ont eu recours à ce moyen parce qu'ils le trouvaient pratique, et 30 % ont dit que c'était plus rapide que de le faire en personne.
- Une faible proportion (16 %) des répondants ont reporté la demande de nouveaux produits financiers en raison de la pandémie.
 - 35 % de ces répondants attribuent cette situation au fait que leur revenu a diminué par rapport à l'an dernier.

Près d'un quart des répondants ont découvert que leur numéro de carte de débit ou de crédit avait été utilisé sans autorisation.

- Près du quart (23 %) des répondants ont découvert qu'une personne avait utilisé sans leur autorisation leur numéro de carte de débit ou de crédit pour payer des marchandises au cours des deux dernières années. Dix-huit pour cent (18 %) d'entre eux ont déclaré que c'était leur carte de crédit qui avait servi à cette fin.
- Pour les trois quarts (77 %) des répondants ayant découvert des transactions non autorisées, la carte de débit était en cause. Les deux tiers (66 %) des répondants ayant découvert des transactions non autorisées sur une carte de crédit ont déclaré que cela ne s'était produit qu'une seule fois.

La grande majorité des répondants ont communiqué avec leur institution financière au sujet de transactions non autorisées.

- Près de neuf personnes sur 10 (88 %) ayant eu des problèmes avec des transactions non autorisées ont communiqué avec leur institution financière au sujet de ces transactions.

4. Limites de la recherche et utilisation des résultats

Les résultats du sondage mensuel peuvent être généralisés à la population de Canadiens âgés de 18 ans et plus qui ont obtenu un produit ou un service auprès d'une banque. Les résultats du sondage de suivi ne sont pas représentatifs de la population parce que les répondants font partie des personnes ayant répondu au sondage mensuel en ligne pendant les vagues 1 à 6. Les résultats de la présente recherche orienteront le travail de supervision et de littératie financière de l'ACFC et de ses intervenants.

5. Déclaration de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.

Signature :



Alethea Woods, présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

6. Valeur du contrat

La valeur du contrat s'élevait à 229 990,46 \$ (incluant la TVH).