



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Agence de la consommation en matière financière du Canada

Étude d'opinion publique sur les utilisateurs de crédit à coût élevé 2023 - Résumé exécutif

Sommaire exécutif

Préparé à l'attention de :

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada

- **Fournisseur** : Léger Marketing Inc.
- **Numéro de contrat** : CW2241314
- **Valeur du contrat** : 95 356,18 \$ (TVH incluse)
- **Date d'octroi** : 3 octobre 2022
- **Date de remise** : 17 juillet 2023
- **Numéro d'enregistrement** : POR# 056-22

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

This report is also available in English.

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

Fournisseur : Léger

Juillet 2023

Ce rapport présente le résumé du sondage de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada auprès des utilisateurs de crédit à coût élevé, réalisé par Léger au nom de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). L'enquête a été menée auprès de 2 307 Canadiens entre le 2 décembre 2022 et le 17 janvier 2023.

This report is also available in English under the title: Financial Consumer Agency of Canada, Public opinion research study: High-Cost Credit Users 2023 – Executive Summary.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence de la consommation en matière financière du

Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer par courriel avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, à l'adresse : information@fcac-acfc.gc.ca.

427, avenue Laurier Ouest, 6^e étage
Ottawa ON Canada
K1R 1B9

- **Numéro de catalogue** : FC5-88/2023F-PDF
- **Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-49402-9
- **Publications connexes (numéro d'enregistrement)** : POR# 056-22
Numéro de catalogue : FC5-88/2023E-PDF (Sommaire exécutif, anglais)
Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-49401-2 (anglais)

© Sa Majesté le Roi du Canada, représenté par la commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, 2023

Table des matières

- [1. Résumé exécutif](#)
 - [1.1 Contexte et objectifs](#)
 - [1.2 Méthodologie](#)
 - [1.3 Valeur du contrat](#)
 - [1.4 Exigence en matière de neutralité politique](#)

1. Résumé exécutif

1.1 Contexte et objectifs

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est une agence indépendante du gouvernement fédéral qui a pour mandat de superviser les entités financières sous réglementation fédérale en veillant à ce qu'elles respectent les mesures de protection des consommateurs prévues dans les lois, les engagements publics et les codes de conduite. Dans le cadre de son mandat de protéger les consommateurs canadiens de produits financiers, l'ACFC favorise également l'éducation financière afin de renforcer les connaissances, les compétences et la confiance des Canadiens et de les sensibiliser aux droits et aux responsabilités des consommateurs. L'ACFC a aussi pour mission de suivre les tendances et les sujets de préoccupation affectant les consommateurs de produits et services financiers.

De nombreux Canadiens qui n'ont pas accès aux services bancaires traditionnels, désignés par le terme « sous-bancarisés », n'ont souvent d'autre choix que d'avoir recours à des prêts à coût élevé souscrits auprès de prestataires de services financiers alternatifs. Ces fournisseurs proposent généralement des produits ou des services assortis de taux d'intérêt plus élevés que ceux offerts par les banques de détail ou les institutions financières traditionnelles et par conséquent, les

Canadiens qui ont recours à ces produits finissent par payer des coûts d'emprunt beaucoup plus élevés.

L'objectif de cette recherche est d'appuyer le mandat de l'ACFC en lui fournissant une compréhension en profondeur du point de vue des consommateurs en ce qui a trait à l'utilisation, la connaissance, la compréhension et la perception à l'égard de certains produits de crédit à coût élevé. Les participants à l'étude ont été recrutés parmi les Canadiens qui ont obtenu les types de produits suivants au cours des trois dernières années, notamment : (1) des prêts sur salaire; (2) des marges de crédit à coût élevé; et (3) des prêts à tempérament à coût élevé.

Les résultats de l'enquête serviront à orienter les décisions de l'ACFC dans ses fonctions de protection, d'éducation et de sensibilisation des consommateurs, y compris pour le développement d'analyses et de conseils fondés sur des données probantes et récentes concernant tous enjeux émergents susceptibles d'avoir une incidence sur les consommateurs de produits et de services financiers. Les données recueillies aideront également l'Agence à améliorer les connaissances financières des Canadiens en contribuant à l'élaboration d'informations actualisées et impartiales sur le crédit à coût élevé destinées aux consommateurs.

1.2 Méthodologie

Une recherche quantitative a été menée par le biais de sondages en ligne sous forme d'entrevues assistées par ordinateur (technologie CAWI). Léger Marketing Inc. a programmé l'outil de sondage élaboré par l'ACFC et a assuré la collecte des données.

Le public cible de cette étude comprenait un échantillon pancanadien reflétant les personnes ayant eu recours à l'un des trois types de prêts à taux d'intérêt élevé, à savoir les souscripteurs de prêts sur salaire, de prêts à tempérament et de prêts sous forme de marge de crédit.

En ce qui concerne les personnes ayant souscrit une marge de crédit ou un prêt à tempérament, seules celles qui ont obtenu un prêt auprès d'un fournisseur financier accordant uniquement des prêts à coût élevé ou celles déclarant avoir souscrit un prêt assorti d'un taux d'intérêt supérieur à 20 % ont été incluses dans l'enquête. Le sondage a été réalisé auprès d'un échantillon total de 2 307 adultes canadiens et les répondants ont été recrutés au sein du panel web de Léger par sélection aléatoire stratifiée par région.

Un prétest composé de 38 entrevues a été réalisé avant le lancement de la collecte des données officielle afin de valider la programmation du questionnaire en français et en anglais. Il a fallu en moyenne treize minutes et quarante-deux secondes aux personnes interrogées pour répondre à l'enquête.

Léger adhère aux directives les plus strictes en matière de recherche quantitative. L'instrument d'enquête était conforme aux normes de conduite du gouvernement du Canada en matière de recherche sur l'opinion publique.

1.3 Valeur du contrat

La valeur totale du mandat pour cette étude était de 95 356.18 \$ (TVH incluse).

1.4 Exigence en matière de neutralité politique

Déclaration de neutralité politique

J'atteste par les présentes, à titre de représentant autorisé de Léger, l'entière conformité des produits livrables relativement aux exigences en matière de neutralité de la Politique sur les communications et l'image de marque et de la Directive sur la gestion des communications.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :



Andrew Enns
Vice-président exécutif, Léger