



Enquête de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada sur les utilisateurs de cryptomonnaie stable (Canada) 2023

Compte rendu sommaire

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

Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos

Numéro de contrat : CW2329195 (5R000-23-1180)

Valeur du contrat : 172 895,65 \$

Date d'attribution : 5 septembre 2023

Date de livraison : 13 mars 2024

Numéro d'enregistrement : POR 041-23

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



Enquête de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada sur les utilisateurs de cryptomonnaie stable (Canada) 2023
Compte rendu sommaire

Préparé pour l'Agence de la consommation en matière financière du Canada
Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos
Mars 2024

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente le compte rendu sommaire dans le cadre d'une étude menée par Affaires publiques Ipsos pour le compte de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada dans le but de comprendre la connaissance et la compréhension qu'ont les Canadiens des cryptomonnaies stables et l'utilisation qu'ils en font. Deux sondages ont été menés : un sondage représentatif par panel en ligne auprès d'un échantillon de n = 2 410 Canadiens âgés de 18 ans et plus, dont n = 386 propriétaires de cryptomonnaies stables et un sondage à lien ouvert auprès d'un échantillon de n = 221 répondants, dont n = 114 propriétaires de cryptomonnaies stables, réalisé grâce à un sondage en ligne distribué par des organisations partenaires au moyen de liens uniques et ouverts. Le travail de terrain a été effectué entre le 12 décembre 2023 et le 19 janvier 2024.

This report is also available in English with the following title: *Financial Consumer Agency of Canada Survey of Stablecoin Users (Canada) 2023*

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite de l'Agence de la consommation financière du Canada doit être obtenue au préalable. Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada à information@fcac-acfc.gc.ca ou à :

Agence de la consommation en matière financière du Canada
427, avenue Laurier Ouest, 6^e étage
Ottawa (Ontario) K1R 7B7

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :
FC5-90/2024F-PDF

Numéro de catalogue : 978-0-660-72470-6



© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, 2024

DÉCLARATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne contiennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Brad Griffin".

Brad Griffin
Président
Affaires publiques Ipsos



Table des matières

Compte rendu sommaire.....	1
Contexte et objectifs.....	1
Méthodologie	1
Valeur du contrat.....	6

Compte rendu sommaire

Contexte et objectifs

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est un organisme gouvernemental fédéral indépendant chargé de veiller à ce que les entités financières sous réglementation fédérale se conforment aux mesures de protection des consommateurs énoncées dans les lois, les engagements publics et les codes de déontologie. Ayant pour mandat de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, l'ACFC fait également, auprès d'eux, la promotion de la littératie financière afin de renforcer leurs connaissances, leurs compétences et leur confiance et de les sensibiliser à leurs droits et responsabilités. L'ACFC a également pour mandat de surveiller les tendances et les enjeux qui pourraient avoir une incidence sur ces consommateurs.

Les technologies qui sous-tendent les systèmes monétaires et de paiement évoluent rapidement. L'émergence de dispositifs d'enregistrement électronique partagé (DEEP) et les progrès rapides des systèmes centralisés changent le paysage technologique de l'argent et des paiements. Ces tendances sont incarnées dans les « cryptomonnaies stables » privées. Parfois nommées cryptoactifs arrimés à une valeur, les cryptomonnaies stables sont un type de cryptoactif destiné à conserver une valeur stable.¹

L'ACFC a mené cette recherche sur l'opinion publique pour accroître ses connaissances sur l'expérience des consommateurs en matière de cryptomonnaies stables. Elle aidera l'ACFC à mieux comprendre, du point de vue des consommateurs, la connaissance, la compréhension et l'utilisation des cryptomonnaies stables par les Canadiens. Les données recueillies aideront également l'ACFC à renforcer les connaissances financières des Canadiens en contribuant à guider la diffusion en temps opportun de renseignements impartiaux destinés aux consommateurs au sujet des cryptomonnaies stables.

L'ACFC et Ipsos ont travaillé en collaboration pour élaborer les questions du sondage. Ipsos a programmé, hébergé et fourni des services de gestion de l'échantillon. Ipsos était responsable de la collecte et du stockage des données au Canada, ainsi que du traitement et de la pondération de celles-ci.

Méthodologie

Échantillon en ligne

La recherche sur l'opinion publique se déroulait en deux étapes :

1. Sondage représentatif par panel en ligne : n = 2 410 sondages remplis auprès d'un échantillon représentatif d'adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus, dont n = 386 propriétaires de cryptomonnaies stables. L'échantillon comprend un suréchantillon de propriétaires de cryptomonnaies stables afin de garantir une taille d'échantillon suffisante pour l'analyse. Des quotas et une pondération ont été mis en œuvre pour faire en sorte que l'échantillon final corresponde à la population générale canadienne par genre, par âge et par région, selon les données du plus récent recensement. Le suréchantillon de propriétaires de cryptomonnaies stables a également été pondéré à la proportion présente dans l'échantillon de la population générale.

¹ [Cryptoactifs – Canada.ca](https://www.cryptoactifs-canada.ca)

2. Sondage à lien ouvert auprès de propriétaires de cryptomonnaie stable : n = 221 sondages en ligne distribués par des organisations partenaires au moyen de liens uniques et de liens ouverts, remplis parmi un échantillon non représentatif de répondants. Cet échantillon comprenait n = 114 propriétaires de cryptomonnaies stables.

Le travail de terrain a été effectué entre le 12 décembre 2023 et le 19 janvier 2024. Les sondages ont été menés en anglais et en français, ce qui a permis aux participants de répondre aux questions dans l'une ou l'autre des langues officielles de leur choix.

Les répondants au sondage représentatif par panel en ligne ont été sélectionnés à partir de sources de panel en ligne de Canadian Viewpoint inc., constituées de plus de 300 000 panélistes recrutés. Dans le cadre de la méthodologie d'échantillonnage pour le sondage représentatif par panel en ligne, le courrier électronique et la technologie des routeurs ont été mis à profit pour inviter les participants. Chaque participant a reçu un lien URL unique. Ce lien ne pouvait être utilisé qu'une seule fois. Toutefois, les répondants étaient autorisés à faire une pause pendant qu'ils répondaient aux questions et à y revenir pour terminer le sondage.

Pour mener le sondage à lien ouvert auprès des propriétaires de cryptomonnaies stables, l'ACFC a collaboré avec des plateformes d'échange en ligne, notamment Coinsquare, Bitbuy et Wealthsimple, qui ont distribué à leur clientèle soit des liens uniques, soit un lien ouvert.

Un prétest a été réalisé entre le 24 et le 28 novembre 2024 dans le cadre duquel 81 sondages ont été remplis (53 en anglais/28 en français), pour vérifier la longueur du sondage avant de déployer complètement le questionnaire et pour vérifier le bon fonctionnement des questions du sondage. Les résultats du prétest ont révélé que la longueur du sondage était conforme à l'objectif et que les questions ne posaient aucun problème.

Puisqu'un échantillon non probabiliste a été utilisé pour le sondage représentatif par panel en ligne, il est impossible de calculer le taux de réponse. Le taux de participation au sondage a été de 5 % et se calcule comme suit :

Disposition	Sondage
Unités non valides	0
Unités non résolues (UNR)	0
Unités admissibles non déclarantes (UND)	119 467
Unités déclarantes (UD)	6 804
Taux de participation = UD/(UD + UND + UNR)	5 %

Les cas de sondage en ligne peuvent être classés en quatre grandes catégories :

Unités non valides : Il peut s'agir uniquement d'unités manifestement non valides (par exemple, des invitations envoyées par erreur à des personnes qui n'étaient pas admissibles à l'étude ou des adresses électroniques incomplètes ou manquantes dans une liste fournie par le client).

Unités non résolues (UNR) : Il s'agit de tous les cas où il n'est pas possible de déterminer si l'invitation a été envoyée à un répondant ou à une unité admissible ou non admissible (par exemple, lorsque des invitations par courrier électronique ne peuvent être acheminées ou restent sans réponse avant que l'admissibilité du candidat puisse être établie).

Unités admissibles n'ayant pas répondu (UND) : Il s'agit de tous les refus, implicites ou explicites, de tous les échecs de prise de contact et de toutes les ruptures de contact précoces avec des unités admissibles connues et des absences de réponse d'autres non-répondants admissibles (pour cause de maladie, de congé, de vacances ou autre).

Unités déclarantes (UD) : Il s'agit notamment des unités qui ont participé à l'étude, mais qui ont été jugées non admissibles par la suite (par exemple, lorsque les quotas ont été atteints). Cette catégorie comprend également tous les sondages remplis ou partiellement remplis qui répondent aux critères fixés par le chercheur pour être inclus dans l'analyse des données.

Les unités non résolues (UNR), les unités admissibles n'ayant pas répondu (UND) et les unités ayant répondu (UD) font toutes partie de la grande catégorie des unités « potentiellement admissibles ». Toutefois, les unités non valides ne sont pas comprises dans le calcul des taux des résultats.

Le taux de réponse pour le sondage à lien ouvert ne peut pas être calculé étant donné les limites méthodologiques de l'approche.

Des quotas ont été fixés pour le sondage mené auprès de la population générale afin de garantir une représentation par région, par âge et par genre, selon les données du plus récent recensement.

Le sondage représentatif en ligne durait environ 7 minutes (7,4 minutes) et le sondage à lien ouvert, environ 19 minutes (18,8 minutes).

Recrutement des participants

Source de l'échantillon

Ipsos s'est associé au sous-traitant Canadian Viewpoint inc. pour l'administration du sondage représentatif en ligne et du sondage à lien ouvert auprès des clients.

Canadian Viewpoint possède l'un des plus grands panels de consommateurs, soit environ 300 000 panélistes actifs. À l'instar d'Ipsos, Canadian Viewpoint utilise des stratégies mixtes (téléphone/en ligne/en personne) pour constituer son panel afin d'obtenir des échantillons plus représentatifs. Le panel de consommateurs en ligne de Canadian Viewpoint est également recruté à l'aide de questionnaires postrecrutement lors de sondages téléphoniques, par Facebook et à l'aide de listes vérifiées en ligne et d'études faites en personne. Les rétributions n'étaient pas utilisées aux fins du recrutement pour garantir la qualité, mais pour encourager les participants à répondre à l'intégralité du sondage en fonction du temps imparti et la rétribution est comparable à celle offerte dans le cadre d'autres études en ligne.

Les données complètes de profilage des antécédents ont été recueillies lorsque les répondants ont rejoint le panel au moyen de questions de recrutement, ce qui a permis de cibler les répondants en fonction de critères clés, tels que la région, l'âge, le genre, la scolarité, le revenu, la profession et d'autres caractéristiques.

Le sondage en ligne a été mené à l'aide d'un système d'entrevues en ligne assistées par ordinateur. Chaque panéliste a accepté ou choisi de participer à des sondages de recherche. Les panélistes répondant aux critères que nous recherchions ont été sélectionnés au hasard et ont reçu une invitation par courriel à répondre au sondage. Les participants avaient le choix de répondre au sondage en anglais ou en français.

La plateforme de sondage était conforme à la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* (LAPHO), conformément aux *Règles pour l'accessibilité des contenus Web* (WCAG 2.0AA).

Mesures incitatives et de contrôle de la qualité

Canadian Viewpoint adopte une approche à multiples facettes en matière de qualité, intégrant des contrôles et des pratiques exemplaires à chaque étape du processus. Les membres du panel proviennent de diverses sources entièrement certifiées. Une équipe est spécialement chargée de surveiller les performances par source à l'aide de boucles de rétroaction et de rapports continus visant à prévenir la fraude. Une équipe est spécialement chargée de surveiller les panels pour repérer tout comportement possiblement frauduleux et empêcher ces personnes de répondre à un sondage grâce à des mesures de protection qui comprennent :

- Un processus double d'authentification
- Un examen immédiat des adresses courriel suspectes, des comportements suspects ou un achèvement irréaliste
- L'élimination rapide et définitive des contrevenants
- Des contrôles sur mesure de la qualité des données dans le cas des sondages programmés
- En limitant les invitations à trois par semaine; le répondant moyen reçoit d'Ipsos 1,38 sondage par mois et répond à 5 ou 6 sondages par année
- En conservant l'historique de participation, la date d'adhésion et la source du répondant dans le dossier; nous pouvons mettre l'analyse du projet de ces données à disposition de nos clients
- En utilisant notre méthode exclusive de vérification, soit une série de procédures de contrôle de qualité, y compris les empreintes digitales, la vérification des adresses par rapport aux bases de données USPS (la norme aux États-Unis et au Canada) et la vérification par un tiers sur demande.

Pondération de l'échantillon

Le tableau ci-dessous montre les répartitions non pondérées et pondérées de l'échantillon pour le sondage représentatif auprès de la population générale. Nous avons appliqué une pondération à l'échantillon afin que les données finales reflètent la population adulte dans son ensemble par région, par âge et par genre, selon les données du recensement de 2021. Une technique de méthode itérative aléatoire a été appliquée pour la pondération.

Échantillons en ligne pondéré et non pondéré (sondage auprès de la population générale)

	Sondage auprès de la population générale	
	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré
Canada	2 410	2 410
Région		
Territoires	1	1
Colombie-Britannique	301	336
Alberta	257	265
Prairies (Man., Sask.)	174	145
Ontario	865	940
Québec	625	554
Canada atlantique	187	169
Genre		
Masculin	1 239	1 175
Féminin	1 160	1 224

Divers/Je préfère ne pas répondre	11	11
Âge		
18 à 34 ans	562	638
35 à 54 ans	841	780
55 ans et plus	1 007	993

Les chiffres présentés dans le tableau ci-dessus montrent des différences minimales entre les échantillons non pondéré et pondéré.

Compte tenu du suréchantillon d'utilisateurs de cryptomonnaies stables dans le cadre du sondage auprès de la population générale, la stratégie suivante a été utilisée pour calculer le schéma de pondération précis pour ce groupe :

1. L'échantillon de la population générale dans son ensemble a été pondéré selon l'âge, le genre et la région, en fonction des paramètres du plus récent recensement.
2. La proportion d'utilisateurs de cryptomonnaies stables dérivée de cette pondération initiale a été utilisée pour calculer l'incidence dans la population canadienne et a donc indiqué quel serait le poids le plus précis pour ce groupe.
3. Le suréchantillon d'utilisateurs de cryptomonnaies stables a été pondéré en fonction de ces caractéristiques.

L'échantillon du sondage à lien ouvert n'a pas été pondéré.

Statistiques sur les courriels

Un routeur d'échantillonnage a été utilisé pour mener le sondage représentatif en ligne auprès de la population générale. Le taux de participation au sondage auprès de la population générale était de 96 %. Le taux de participation est calculé comme suit : $([\text{sondages remplis par une unité admissible} + \text{quota excédentaire} + \text{répondants non admissibles}]/\text{nombre de clics})$.

Sondages remplis	Sondage auprès de la population générale
Nombre de clics	21 336
– Sondages partiellement remplis	958
– Répondants non admissibles	12 755
– Quota excédentaire	4 992
Sondages remplis par une unité admissible	2 631
Taux de participation	96 %

Étant donné les limites méthodologiques de l'approche de recherche pour le sondage à lien ouvert, il est impossible de calculer le taux de participation.

Analyse du biais de non-réponse

Le tableau ci-dessous compare l'échantillon non pondéré du sondage auprès de la population générale aux données du recensement de 2021 par région, par âge et par genre.

Sondage auprès de la population générale			
	Taille de l'échantillon non pondéré	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021
Région*			
Territoires	1	< 1 %	< 1 %
Colombie-Britannique	301	12 %	14 %
Alberta	257	11 %	11 %
Prairies (Man., Sask.)	174	7 %	6 %
Ontario	865	36 %	39 %
Québec	625	26 %	23 %
Canada atlantique	187	8 %	7 %
Genre*			
Masculin	1 239	51 %	49 %
Féminin	1 160	48 %	51 %
Divers/Je préfère ne pas répondre	11	< 1 %	< 1 %
Âge*			
18 à 34 ans	562	23 %	27 %
35 à 54 ans	841	35 %	32 %
55 ans et plus	1 007	42 %	41 %

* Désigne les variables incluses dans le schéma de pondération.

En l'absence de biais systématique dans les réponses au sondage, le profil non pondéré des participants au sondage serait très semblable au profil de la population canadienne, selon le recensement de 2021 de Statistique Canada (dans les limites de l'erreur d'échantillonnage). Le tableau ci-dessus montre que, dans la plupart des cas, l'échantillon du sondage était très semblable à la répartition représentative de la population canadienne sur le plan de l'âge, du genre et de la région.

Comme la population des personnes qui ont eu accès au sondage par lien ouvert n'est pas connue, l'analyse du biais de non-réponse n'est pas possible.

Valeur du contrat

La valeur du contrat relatif à la recherche s'élève à 172 895,65 \$, TVH comprise.