



Sondage sur la sensibilisation des consommateurs à l'égard de leurs droits et responsabilités en matière financière

Résumé du rapport

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

Nom du fournisseur : Environics Research
Numéro de contrat : 5R000-182485/001/CY
Valeur du contrat : 79 576,63 \$ (TVH incluse)
Date d'attribution des services : 2019-02-08
Date de livraison des services : 2019-05-06

Numéro d'enregistrement : ROP 123-18

Pour de plus amples renseignements sur ce 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

Sondage sur la sensibilisation des consommateurs à l'égard de leurs droits et responsabilités en matière financière

Résumé du rapport

Préparé à l'intention de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada par Environics Research

Avril 2019

Permission de reproduire

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, à l'adresse : info@fcac-acfc.gc.ca.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre des Services publics et Approvisionnement Canada, 2019.

Cat. N° FC5-58/2019F-PDF

ISBN 978-0-660-31180-7

This publication is also available in English under the title *Survey of Consumers' Awareness of Their Financial Rights and Responsibilities*.

Résumé du rapport

1. Contexte et objectifs

Parmi les priorités de l'ACFC figure la promotion de la sensibilisation des consommateurs à l'égard de leurs droits et responsabilités en matière financière. Le présent rapport fournit des données quantitatives qui aideront l'ACFC à cerner les lacunes potentielles dans ces efforts de sensibilisation. Ses résultats présentent également des données sur l'atteinte, par l'Agence, d'un indicateur relatif aux droits et aux responsabilités, comme défini dans son plan d'activités actuel.

Les objectifs de cette étude étaient les suivants :

- Recueillir des données quantitatives sur les connaissances et la sensibilisation des consommateurs à l'égard de certains de leurs droits et responsabilités en matière financière;
- Souligner les lacunes potentielles dans la sensibilisation des consommateurs à l'égard de certains risques financiers mis en évidence dans l'examen des pratiques commerciales des banques récemment mené par l'ACFC;
- Évaluer les résultats obtenus en fonction de l'indicateur relatif aux droits et aux responsabilités, comme défini dans le plan d'activités actuel de l'ACFC.

2. Méthodologie

De 1^{er} au 23 mars 2019, Environics a effectué un sondage téléphonique à échantillon aléatoire auprès de 3 002 adultes résidant au Canada. Ce sondage était destiné à l'ensemble des Canadiens âgés de 18 ans et plus détenant un produit ou bénéficiant d'un service auprès d'une banque ou d'une caisse d'épargne et de crédit. L'échantillon utilisé était composé d'un mélange de répondants possédant un téléphone fixe (47 %) ou un téléphone cellulaire (53 %). Ce dernier échantillon a permis de générer 30 % des entrevues effectuées auprès de Canadiens utilisant exclusivement un téléphone cellulaire.

Les répondants, qui pouvaient remplir le sondage dans la langue officielle de leur choix, ont mis en moyenne cinq minutes pour y répondre. L'échantillon a été stratifié par région afin de permettre une couverture adéquate des zones moins habitées. Les résultats définitifs sont pondérés par région, sexe et âge, conformément aux données du recensement de 2016.

De plus amples renseignements quant à la méthodologie utilisée pour ce sondage se trouvent à l'annexe A.

3. Valeur du contrat

La valeur de ce contrat s'élève à 79 576,63 \$ (TVH incluse).

4. Constatations principales

Dans le but de mesurer leur niveau de sensibilisation à l'égard de leurs droits et responsabilités au moment de faire affaire avec les institutions financières, les consommateurs canadiens de produits ou de services bancaires ont été invités à indiquer si certains énoncés étaient, à leur avis, vrais ou faux. On observe que dans l'ensemble,

seulement quatre Canadiens sur dix (44 %) sont en mesure de répondre correctement à quatre des cinq questions factuelles de ce sondage.

- Les Canadiens s'avèrent plus au courant de leurs droits lorsqu'il est question de recevoir de l'information facile à comprendre sur le coût des produits et services financiers (81 %), ou de l'impossibilité pour une banque d'émettre une carte de crédit (78 %) ou d'en augmenter la limite (60 %) sans autorisation préalable. Le niveau de connaissance en ce qui concerne les produits d'assurance solde de crédit n'est toutefois pas aussi élevé, les deux tiers des répondants sachant qu'ils ne sont pas obligés de les accepter lorsqu'ils font une demande de carte de crédit (69 %), mais seulement un tiers d'entre eux (34 %) se montrant en mesure de dire si ces produits couvrent toujours le solde impayé d'une carte.
- Seule une faible majorité (54 %) de Canadiens répondent « vrai » à l'énoncé indiquant qu'ils lisent presque toujours le texte en petits caractères avant d'accepter un produit ou un service financier. Il est à noter, cependant, que ceux qui le font ne sont pas nécessairement plus susceptibles de répondre correctement aux questions factuelles du sondage.

Le niveau de connaissance et de sensibilisation démontré par les consommateurs en ce qui a trait à leurs droits dépend de nombreux facteurs :

- **Éducation et revenu** : Les répondants ayant déclaré de plus faibles niveaux de revenu du ménage (de 40 000 \$ ou moins) et d'éducation (études secondaires ou moins) sont plus susceptibles de démontrer, lorsqu'il est question de leurs droits en matière financière, certaines lacunes par rapport aux personnes dont les niveaux de revenu et d'éducation sont plus élevés. Cette constatation se vérifie en ce qui concerne leur niveau de sensibilisation à l'égard de la plupart de leurs droits pris individuellement, mais également en ce qui a trait à leur *connaissance* globale de leurs droits en matière financière (le nombre total de bonnes réponses).
- **Âge** : Les citoyens âgés de 65 ans et plus sont ceux chez qui un plus grand nombre de lacunes sont relevées en matière de sensibilisation et de connaissance en ce qui a trait à leurs droits financiers; ils se montrent en effet moins au courant que les personnes d'autres groupes d'âge de la plupart des droits évalués dans le cadre de cette étude. Les personnes âgées de 50 à 64 ans et les répondants plus jeunes, âgés de 18 à 24 ans, sont plus susceptibles de connaître leurs droits que les citoyens appartenant au groupe d'âge le plus vieux. On observe toutefois que les personnes ayant de 25 à 49 ans sont celles démontrant les connaissances les plus approfondies.
- **Région** : Les résidents de la Colombie-Britannique, du Canada atlantique et de la Saskatchewan démontrent le plus faible niveau de connaissance de leurs droits financiers, alors que ceux du Québec s'avèrent systématiquement plus au courant de ces droits que les habitants des autres régions, sauf lorsqu'il s'agit de savoir ce qui est couvert par l'assurance solde de crédit. Les résidents du Québec sont les moins susceptibles de répondre correctement à cette question de l'étude.
- **Langue parlée à la maison** : Les personnes parlant anglais ou une autre langue (non officielle) à la maison se montrent invariablement moins susceptibles de connaître leurs droits financiers que celles s'exprimant en français à la maison. Les francophones, qu'ils vivent au Québec ou à l'extérieur du Québec, obtiennent systématiquement de meilleurs résultats dans le cadre de cette étude. Bien qu'ils soient plus susceptibles de connaître la plupart de leurs droits financiers, ils se montrent également les moins susceptibles de dire qu'ils lisent presque toujours le texte en petits caractères avant d'accepter un produit ou un service financier.

- **Limitations** : Un Canadien sur cinq (21 %) rapporte une maladie physique ou mentale limitant ce qu'il peut faire, et environ une personne de ce groupe sur cinq (22 %) affirme que cette limitation fait en sorte qu'il lui est difficile de faire affaire avec sa banque. Dans l'ensemble, environ cinq pour cent des répondants affirment souffrir d'une maladie qui vient compliquer le fait de faire affaire avec leur banque.

5. Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieur d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies 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 livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.



Tony Coulson
Vice-président, groupe Affaires générales et publiques
Environics Research Group
tony.coulson@environics.ca
613 699-6882

Nom du fournisseur : Environics Research Group
Numéro de contrat de TPSGC : 5R000-182485/001/CY
Date du contrat : 2019-02-08
Pour de plus amples renseignements, veuillez écrire à info@fcac-acfc.gc.ca