



Sondage sur les opérations bancaires des Canadiens

Rapport final

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

Nom du fournisseur: Phoenix SPI
Numéro du contrat: 5R000-182334-001-CY
Valeur du contrat: 202 640,58 \$ (incluant la TVH)
Date de l'attribution des services: 2019-01-25
Date de livraison des services: 2019-07-12

Numéro d'enregistrement: POR 114-18

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

This report is also available in English.

Sondage sur les opérations bancaires des Canadiens

Rapport

Préparé pour l'Agence de la consommation en matière financière du Canada
Nom du fournisseur: Phoenix Strategic Perspectives Inc.
Juillet 2019

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage par téléphone mené auprès de 3 007 Canadiens du 8 février au 14 mars 2019. Le sondage était d'une durée moyenne de 15 minutes.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut obtenir une permission écrite au préalable de l'ACFC. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'ACFC à l'adresse :

Agence de la consommation en matière financière du Canada
427, Avenue Laurier Ouest,
Ottawa ON
K1R 1B9

Numéro de catalogue:
FC5-62/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN):
978-0-660-31829-5

Publications connexes (numéro d'enregistrement: POR 114-18):
Numéro de catalogue FC5-62/2019E-PDF (Rapport final, anglais)
ISBN 978-0-660-31828-8

Sommaire

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est un organisme du gouvernement fédéral qui protège et éduque les consommateurs au sujet des produits et des services financiers. À l'automne 2018, le ministre des Finances a chargé l'ACFC de négocier un code de conduite pour guider les banques sur la prestation de leurs services aux aînés du Canada.

L'ACFC a retenu les services de Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) pour réaliser un sondage téléphonique d'une durée de 15 minutes auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus. Un total de 3 007 entrevues ont été réalisées par l'entremise d'un sondage téléphonique à composition aléatoire réalisé à partir d'une base d'échantillonnage double (ligne téléphonique terrestre et téléphone cellulaire) : on a réalisé 2 254 entrevues auprès de Canadiens âgés de 55 ans et plus¹, et on a réalisé 753 entrevues auprès de Canadiens âgés de moins de 55 ans. Le travail de terrain d'est déroulé du 8 février au 10 mars 2019. La marge d'erreur pour un échantillon de 2 254 Canadiens âgés de 55 ans et plus est de $\pm 2.1\%$ à un niveau de confiance de 95%. La marge d'erreur pour un échantillon de 753 Canadiens âgés de moins de 55 est de $\pm 3.6\%$ à un niveau de confiance de 95%. La marge d'erreur de l'échantillon total de 3 007 Canadiens âgés de 18 ans et plus est de $\pm 1.8\%$ à un niveau de confiance de 95%.

L'objectif de cette recherche était d'évaluer les expériences bancaires des aînés canadiens et de cerner les défis et les solutions possibles.

Voici les principales conclusions du sondage:

Communication et divulgation

- Au cours des 12 derniers mois, les aînés (les Canadiens âgés de 55 ans et plus) ont effectué la majorité de leurs opérations bancaires d'une de deux manières : en ligne ou en utilisant le site Web de leur banque (42%) ou en personne dans une succursale (32%). Les aînés âgés de 75 ans et plus étaient plus susceptibles que tout autre groupe d'âge de faire leurs opérations bancaires à une succursale (54%), comparativement à 11% des Canadiens âgés de moins de 55 ans.
- Les aînés âgés de 75 ans et plus étaient moins susceptibles d'indiquer qu'ils utilisent les services bancaires en ligne (23%) que les aînés plus jeunes (45% des aînés âgés de 65 à 74 ans et 50% de ceux âgés de 55 à 64 ans) et aux non-aînés (les Canadiens âgés de moins de 55 ans; 45%). Les aînés qui n'utilisent pas les services bancaires en ligne ont souligné leurs inquiétudes relativement à la sécurité comme étant le principal obstacle. (32%)
- Près du tiers des aînés ont parlé à un employé d'une succursale bancaire au moins plusieurs fois par mois au cours des 12 derniers mois. Parmi les personnes âgées de 75 ans ou plus, des proportions similaires ont dit qu'elles le font au moins une fois par mois (27%) ou une fois tous les quelques mois (26%). Plus des deux tiers (68%) des aînés âgés de 75 ans et plus ont effectué leurs opérations bancaires

¹ Au Canada, le terme « aînés » est généralement ambigu; il désigne parfois des personnes de 55 ans et plus, d'autres fois, des personnes de 65 ans et plus. Pour les fins de la présente recherche, les aînés sont définis comme des Canadiens de 55 ans et plus. Nous désirons ainsi comprendre les expériences bancaires particulières et les défis des Canadiens plus âgés et veiller à ce que le code de conduite continue de demeurer pertinent pour les Canadiens plus âgés.

dans une succursale en parlant à un employé de la banque au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois.

- Au cours des 12 derniers mois, moins d'un aîné sur 10 a connu des problèmes lorsqu'il utilisait leurs produits et services bancaires. Les problèmes auxquels les aînés font souvent face étaient une erreur de la part de la banque (24%) et des problèmes de sécurité ou de fraude (20%).
- Les aînés préfèrent les méthodes plus traditionnelles pour obtenir des informations sur leurs produits et services bancaires, notamment par la poste (37% comparativement à 18% des non-aînés) et en personne, à la succursale (25% comparativement à 12% des non-aînés), alors que les non-aînés étaient plus susceptibles de préférer recevoir cette information de façon numérique par l'entremise d'un courriel ou d'un message texte (37% comparativement à 17% des aînés) ou par l'entremise de comptes de banque en ligne ou d'un site Web (29% comparativement à 18% des aînés). Les Canadiens âgés de 75 ans et plus étaient plus susceptibles que tout autre groupe d'âge de préférer obtenir des informations sur les produits et services bancaires en personne, à la succursale.
- Relativement peu d'aînés (12%) ont rapporté que les informations obtenues de leur banque au cours des 12 derniers mois étaient difficiles à comprendre. Les aînés étaient plus susceptibles que les non-aînés de faire rapport de difficulté de compréhension.

Relations avec les banques

- Les aînés ont rapporté une relation positive avec leur banque. Dans l'ensemble, les aînés ont indiqué que les employés de la Banque :
 - Les traitent avec respect (93%);
 - Font un effort pour comprendre leurs besoins (82%);
 - S'assurent de comprendre leurs produits et services bancaires (81%) et
 - Savent comment répondre à leurs besoins bancaires (79%).
- Les aînés âgés de 75 ans et plus étaient plus susceptibles que tout autre groupe d'âge d'indiquer qu'ils se fient aux conseils de leur banque lorsqu'ils prennent des décisions sur leurs produits et services bancaires (64%).

La fraude et l'exploitation financière

- Les aînés canadiens étaient plus susceptibles que les non-aînés d'être d'accord que les employés des banques ont les connaissances et les compétences nécessaires pour les aider à déterminer la nature des indices d'exploitation financière, de fraude et d'arnaques (68% et 62% respectivement). Cependant, les aînés étaient moins susceptibles de rapporter que leurs banques leur ont offert des informations sur la manière de se protéger de l'exploitation financière, de la fraude et des arnaques (57% et 64% respectivement).
- Les aînés suggèrent que les banques pourraient utiliser des alertes aux consommateurs (16%) ou entrer directement en contact avec les consommateurs si la banque détecte des transactions douteuses dans leurs comptes (11%) pour protéger les Canadiens de l'exploitation financière, de la fraude ou des arnaques.

Technologie et l'accessibilité

- Quatre aînés canadiens sur 10 (39%) effectuent des opérations bancaires en ligne au moins une fois par semaine. Près de trois quarts des aînés qui effectuent leurs opérations bancaires en ligne ont rapporté qu'ils n'avaient pas éprouvé de problèmes avec leurs services bancaires en ligne au cours de 12 derniers mois.
 - Les aînés âgés de 75 ans et plus étaient moins susceptibles d'utiliser les services bancaires en lignes que ceux de tout autre groupe d'âge.
 - Les principaux obstacles aux services bancaires en ligne pour les aînés étaient les inquiétudes relativement à la sécurité (32%), une préférence pour des transactions en personne ou par services télébancaires (20%, et qu'ils n'utilisent pas l'internet (20%).
- Une petite proportion d'aînés (5%) ont rapporté qu'ils avaient des problèmes de santé rendant difficile l'accès aux produits et services de leurs banques. Parmi ces aînés qui ont rapporté avoir des problèmes de santé, les questions de mobilité (53%) étaient celles qui étaient le plus souvent citées.
- Au cours des cinq dernières années, 13% des aînés ont été affectés par la fermeture de succursale bancaire locale (comparativement à 10% des non-aînés). Cependant, de ces aînés, 39% ont été « beaucoup » affectés parce qu'il y a peu ou pas d'autres succursales ou de banques tout près auxquels ils pourraient facilement avoir accès.

La valeur du contrat était de 202 640,58 \$ (comprenant la TVH).

Je certifie, par la présente, à titre d'agente principale de Phoenix Strategic Perspectives 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 et les procédures pour la planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. 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 de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix SPI