Agence de la consommation en matière financière du Canada
Financial Consumer Agency of Canada

La voie vers des initiatives de **littératie financière** mieux conçues, mieux ciblées et plus efficaces

Compte rendu du symposium

Mars 2017

Canada

Au sujet de l'évènement

En novembre 2016, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a tenu le **Symposium national sur la recherche en littératie financière** à Moncton au Nouveau-Brunswick. Environ 80 participants, des chercheurs et professionnels en exercice, provenant des secteurs public, privé et universitaire ont discuté des plus récents résultats empiriques du le domaine de la littératie financière.

Sous le thème *La voie vers des initiatives de littératie financière mieux conçues, mieux ciblées et plus efficaces*, les sujets traités durant le symposium étaient hautement actuels. Les intervenants, au Canada et ailleurs dans le monde, tentent de plus en plus d'utiliser la recherche et des évaluations rigoureuses pour transformer la façon dont l'éducation financière est dispensée, la façon dont elle est traitée dans les politiques publiques et la façon dont elle est jumelée aux approches comportementales dans le but de faciliter un changement de comportement positif et améliorer la littératie financière.

Désistement de responsabilité concernant l'information provenant de tiers
Une partie des informations dans ce rapport à été fournie par des sources externes. Le gouvernement du Canada n'assume aucune responsabilité concernant la précision, l'actualité ou la fiabilité des informations fournies par les sources externes. Les utilisateurs qui désirent employer cette information devraient consulter directement la source des informations. Le contenu fournit par les sources externes n'est pas assujetti aux exigences sur les langues officielles, la protection des renseignements personnels et l'accessibilité.

Table des matières

Introduction 1
Préface de Jane Rooney 1

Aperçu des tendances internationales : approche avant-gardiste en matière de littératie financière 3
Établissement d'un budget et décisions financières aux É.-U. 3
La fragilité financière des ménages aux É.-U. : éléments probants et implications 5
Le bien-être financier : l'objectif de l'éducation financière 8
Les répercussions de l'éducation financière sur les connaissances et les attitudes : une perspective axée sur le parcours de vie 10

Préparation d'un budget et planification pour parer aux imprévus 13
Coincé : faire face aux contraintes grâce à la planification efficace et l'établissement des priorités 13
L'application mobile Carotte Points Santé aide à bâtir la confiance parmi les personnes qui n'établissent pas de budget 16

Choix des produits et des services financiers et constitution d'un fonds d'épargne d'urgence 19
Trousse de littératie financière 19
Refund to Savings (initiative en matière de remboursement et d'épargne) : renforcer la sécurité financière dans la période des impôts 22

Accroître l'efficacité de l'évaluation 26
Améliorer l'évaluation des programmes en matière de littératie financière au Canada 26

Présentation des affiches 28

Participer 31
Tirer profit de la puissance de la recherche pour obtenir de meilleurs résultats financiers 31

Annexe 32
Ordre du jour du Symposium 32
Liste des organisations participantes 34

Le domaine de la recherche en littératie financière est relativement nouveau. Comme le Symposium de l'ACFC l'a démontré, nous sommes témoins de l'émergence d'un nombre croissant d'outils et de techniques sophistiqués qui propulsent la recherche en littératie financière à un autre niveau et contribuent à jeter les bases pour de nouvelles solutions.

Dans les pages qui suivent, nous mettons en lumière quelques-uns de ces projets de recherche fort intéressants, dont certains sont toujours en cours.

Introduction

Pour aider à souligner le sixième Mois de la littératie financière au Canada, l'ACFC accueillait, en novembre 2016, un symposium de recherche en littératie financière à Moncton au Nouveau Brunswick. Ce rassemblement a permis à des chercheurs éminents des secteurs public, privé et universitaire de partager leurs dernières avancées dans des domaines qui sont déterminants pour améliorer la littératie financière des Canadiens.

Ce compte rendu présente ces projets de recherche impressionnants dans le but d'alimenter les travaux de plusieurs autres intervenants à l'échelle nationale. Ceci cadre tout à fait avec le thème de notre symposium, *La voie vers des initiatives mieux conçues, mieux ciblées et plus efficaces*, et soutient le mandat de l'ACFC qui vise à collaborer avec les intervenants pour améliorer la littératie financière des Canadiens.

Des recherches de plus en plus nombreuses

Pour ceux qui n'ont pu participer à notre symposium, je peux vous affirmer que l'évènement a clairement démontré que de très nombreux projets de recherche sont en cours au Canada comme aux États-Unis dans le but de parfaire notre connaissance des constatations qui émanent du domaine en plein essor qu'est la littératie financière.

Nous avons pris connaissance d'études qui visent à comprendre l'état d'esprit des consommateurs ainsi que les réelles répercussions, et limites, de la littératie financière. De plus, nous avons découvert des utilisations prometteuses de l'architecture du choix qui permettent aux gens d'obtenir de meilleurs résultats. Une présentation fascinante a démontré comment des approches issues des sciences de l'étude du comportement et de la pensée de la conception sont utilisées pour faciliter une meilleure éducation et accroître l'épargne-retraite. Une autre présentation proposait un programme novateur et évolutif qui « encourage » les ménages à faible revenu à déposer leur remboursement d'impôt directement dans des comptes d'épargne à court et à long termes.

Le Symposium a également été l'occasion de générer de précieuses idées pour améliorer les données qui contribuent à la recherche en littératie financière. Prospérité Canada, par exemple, a dévoilé son outil en ligne unique qui aide les organisations à mesurer de façon plus efficace les impacts de leurs interventions en littératie financière. Il est clair qu'en nous dotant de nouvelles structures et en établissant de nouveaux partenariats, nous pourrons mettre en œuvre des projets de recherche de plus en plus sophistiqués qui cibleront les enjeux locaux et les défis changeants auxquels nous faisons face.

Un plan de recherche national

Afin d'atteindre l'objectif plus large qu'est celui de contribuer à la littératie financière au Canada, l'ACFC a coordonné, en collaboration avec le sous-comité de recherche du Comité directeur national sur la littératie financière, la création du Plan de recherche national pour la littératie financière 2016-2018. Notre plan de recherche cible quatre secteurs clés et propose des initiatives de recherche pour aider les consommateurs à parfaire leurs connaissances financières et à prendre des décisions relatives à l'endettement des ménages, l'établissement d'un budget, l'épargne et les produits et services financiers complexes.

Nous sommes convaincus que les faits, les observations et les conclusions que nous tirons de nos projets de recherche actuels mèneront à des améliorations tangibles dans la conception et la prestation des interventions en littératie financière. Ultimement, un accroissement de la recherche en littératie financière nous permettra d'intensifier nos efforts pour aider les consommateurs à acquérir les connaissances, les compétences et la confiance nécessaires pour gérer avec succès leurs finances. Ce faisant, le Canada peut être un modèle mondial en ce qui concerne l'utilisation des plus récentes données probantes dans le but d'améliorer le bien-être financier des Canadiens.

Jane Rooney
Chef du développement de la littératie financière, Agence de la consommation en matière financière du Canada

Aperçu des tendances internationales : approche avant-gardiste en matière de littératie financière

Au cours des dix dernières années, alors que plusieurs organisations et groupes redoublaient d'efforts pour s'attaquer au problème que constituent les faibles taux de littératie financière au sein de la population, des programmes de littératie financière ont vu le jour partout en Amérique du Nord. Alors, où en sommes-nous aujourd'hui en matière de littératie financière? L'éducation financière donne-t-elle les résultats escomptés? C'est-à-dire, permet-elle d'atteindre les objectifs souhaités, résoudre les bons problèmes et joindre les publics cibles?

Bien que les résultats soient mitigés, la recherche ouvre la voie à de nouvelles pistes d'action. D'importantes études sont en cours en Amérique du Nord et ces dernières contribuent grandement à accroître nos connaissances à l'égard des actions et du savoir-faire des consommateurs en matière de finances personnelles.

Établissement d'un budget et décisions financières aux É.-U.

Gary Mottola, Ph. D., directeur de recherche du **FINRA Investor Education Foundation** (« Fondation FINRA »), a partagé des constations tirées du *National Financial Capability Study* (NFCS), l'une des études sur la littératie financière et les comportements financiers les plus vastes et les plus complètes aux États-Unis.

À ce jour, trois vagues d'études s'échelonnant sur plusieurs années ont été menées : en 2009, 2012 et 2015. Pour chaque vague, l'équipe de recherche a recueilli des données au moyen d'un sondage en ligne mené auprès de 25 000 adultes américains (environ 500 par État). Ensemble, les trois vagues de recherche ont permis de recueillir plus de 75 000 réponses, et l'étude NFCS figure parmi les études les plus approfondies et les plus inclusives du pays et permet de représenter les questions financières selon l'âge, la race, l'éducation et le sexe. Les résultats permettent également de faire des comparaisons entre États, ce qui s'avère très utile pour les décideurs politiques désirant mieux comprendre le niveau de littératie financière dans leurs collectivités publiques.

L'étude NFCS mesure quatre composantes clés de la capacité financière : joindre les deux bouts, planifier, gérer les produits financiers et la littératie financière et évalue comment ces indicateurs varient selon les caractéristiques sous-jacentes comme la démographie, les comportements, l'attitude et la littératie financière.

> **« L'étude NFCS est une étude à grande échelle en cours aux États-Unis visant à suivre et mieux comprendre la capacité financière. »**
> *~Gary Mottola, Fondation FINRA*

Selon Dr Mottola, le dernier sondage a révélé des changements intéressants dans les mesures clés de la capacité financière au cours des six dernières années, c'est-à-dire depuis que l'étude de référence a été menée. Par exemple, l'étude démontre que les Américains considèrent qu'il est maintenant plus facile de payer leurs dépenses et qu'ils sont plus satisfaits de leur situation financière. Étant donné la reprise économique des dernières années, ces résultats ne sont pas surprenants.

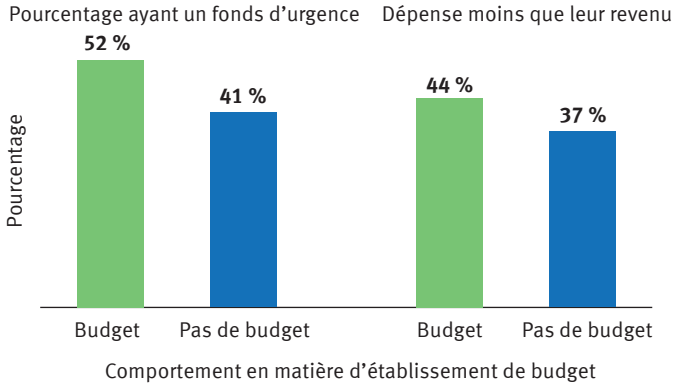
Bien que plusieurs Américains profitent de l'environnement économique positif, l'étude de 2015 démontre que de larges pans de la société continuent de faire face à des difficultés financières et peinent à gérer leur argent. Ceci s'avère le cas particulièrement au sein des populations minoritaires et parmi ceux qui ne possèdent pas d'éducation collégiale. Dr Mottola a présenté les résultats pour deux secteurs : i) l'établissement d'un budget et ii) les connaissances financières.

Comportement en matière d'établissement de budget

L'établissement d'un budget est un aspect fondamental de la littératie financière puisqu'il aide les consommateurs à gérer leurs dépenses, à planifier pour l'avenir et à prioriser leurs besoins en période de contraintes financières. Lorsque l'équipe menant l'étude a constaté un manque de données durant les deux premières vagues de la recherche, des questions sur l'établissement d'un budget ont été ajoutées à l'étude de 2015 dans le but de déterminer si les Américains se livraient à cet exercice de gestion financière de base. Parmi les constatations :

- 56 % des ménages américains ont dit avoir un budget;
- de ceux qui établissent un budget, il y a peu de variabilité entre le sexe, l'âge et le niveau de revenu;
- lorsqu'on leur a demandé quel était, pour eux, la période la plus importante pour laquelle faire un budget, seulement un quart (25 %) des répondants ont dit établir un budget pour les prochains mois;
- les personnes qui établissent un budget sont plus susceptibles d'avoir mis de côté un fonds d'urgence de trois mois : 52 % vs 41 %;
- l'établissement d'un budget a également un impact sur les dépenses : 44 % de ceux qui établissent un budget ont répondu dépenser moins que leur revenu, tandis que 37 % de ceux qui n'établissent pas de budget ont répondu dépenser moins que leur revenu.

Figure 1 : Budget selon le comportement



Évaluer les connaissances financières

Pour évaluer le niveau des connaissances financières[1], l'étude NFCS comprenait cinq questions de base sur les taux d'intérêt, l'inflation, le prix des obligations, les hypothèques et les risques. Selon l'étude, les niveaux absolus de connaissances financières sont faibles et légèrement en baisse depuis 2009. Dans l'étude de 2015, seulement 36 % des répondants étaient considérés comme possédant un niveau élevé de connaissances financières, ce qui veut dire qu'ils avaient

1 Il existe plusieurs définitions et façons d'opérationnaliser la littératie financière. L'ACFC définit la littératie financière comme étant le fait de disposer des connaissances, des compétences et de la confiance en soi nécessaires pour prendre des décisions financières responsables. Dans l'étude NFSC, la littératie financière est mesurée grâce à cinq questions portant sur les connaissances financières.

réussi à répondre à au moins quatre des cinq questions. Cet indicateur est en baisse par rapport à 2012 et 2009 où les taux étaient respectivement de 39 % et 42 %.

Dr Mottola a indiqué que les connaissances financières sont liées à plusieurs comportements financiers positifs. L'étude a démontré que les répondants ayant un niveau de connaissances financières plus élevé sont :

- Moins susceptibles d'accéder à une portion de l'argent de leur régime de retraite (401(k)[2]
- Plus susceptibles de comparer les offres des différents fournisseurs de cartes de crédit
- Moins susceptibles de ne pas faire exécuter une ordonnance en raison des coûts

Figure 2 : Résultats obtenus pour les questions sur les connaissances financières

	2009	2012	2015
Nombre moyen de bonnes réponses	2.99	2.88	2.82
Niveau élevé de connaissances financières	42 %	39 %	36 %

Une riche source de données

Avec trois vagues de sondage s'échelonnant sur une période de six ans, l'étude NFCS est une mine de données ayant le potentiel de fournir un éclairage très intéressant sur la littératie financière des Américains. Ces données contribuent au dialogue qui s'intensifie sur la façon dont les gens peuvent mieux gérer leurs finances et prendre de meilleures décisions en la matière.

Il n'est donc pas surprenant que ces données aient fortement attiré l'attention du milieu de la recherche. Selon Dr Mottola, des centaines d'articles spécialisés ont cité l'étude NFCS, la citation des publications de l'étude NFCS dans les médias grand public est courante et les chercheurs de haut niveau continuent d'exploiter ces données. Les chercheurs et décideurs politiques peuvent accéder à cette riche source de données, dont l'ensemble des données, la méthodologie et d'autres documents de recherche sur le site Web de la Fondation.

Pour en savoir plus : www.USFinancialCapability.org

La fragilité financière des ménages aux É.-U. : Éléments probants et implications

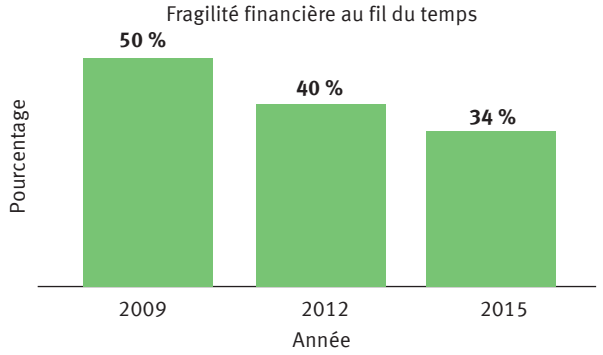
Carlo de Bassa Scheresberg, associé principal de la recherche au **Global Financial Literacy Excellence Centre** (GFLEC) de l'École de gestion de l'Université George Washington, a tracé le portrait de la résilience financière des familles américaines six ans après la crise financière.

En raison de la crise financière de 2008-2009, des millions de familles américaines ont éprouvé des difficultés financières de toute sorte. Chômage, hypothèque et crises du crédit, en plus d'un nombre record de saisies, ne sont que quelques uns des problèmes auxquels les Américains ont fait face durant une longue récession qui a érodé leurs actifs financiers et nuit à la stabilité globale de l'économie.

Comment les finances des familles américaines se portent-elles? L'amélioration récente des indicateurs macroéconomiques comme la croissance du PIB se traduit-elle par une amélioration de la situation quotidienne des familles? Quelle relation existe-t-il entre fragilité financière et littératie financière?

2 Aux États-Unis, un 401(k) est un régime d'épargne-retraite parrainé par un employeur.

Figure 3 : Fragilité financière aux É.-U.



Pour mesurer la résilience financière d'une famille, l'équipe du GFLEC a utilisé comme indicateur de la fragilité financière la question cruciale suivante : « Au cours du prochain mois, dans quelle mesure êtes-vous convaincus de pouvoir trouver 2000 $ en cas de besoin imprévu? » Le montant de 2000 $ représente un « choc moyen », par exemple, une réparation d'auto, des frais médicaux ou des dommages à la maison imprévus. Les réponses pouvaient refléter une fragilité financière réelle ou perçue durant les périodes de crise.

Voici les possibilités de réponses :

- Je suis convaincu de pouvoir trouver la somme complète de 2000 $
- Je pourrais probablement trouver la somme de 2000 $
- Je ne pourrais probablement pas trouver la somme de 2000 $
- Je suis convaincu de ne pas pouvoir trouver la somme de 2000 $

Les gens sont considérés comme étant fragiles sur le plan financier s'ils donnent l'une des deux dernières réponses. M. Scheresberg a expliqué que cette question est importante puisqu' « elle tient compte des deux côtés du bilan. D'une part, elle vise à vérifier si les familles possèdent de l'épargne de précaution et de l'argent dans leur compte bancaire et, d'autre part, elle vise à vérifier si les gens savent vers qui se tourner s'ils ont besoin d'argent. »

Fragilité financière au fil du temps

En collaboration avec d'autres organisations de recherche, le GFLEC collige les réponses à cette question sur la « fragilité financière » depuis 2009. La question a été ajoutée au TNS Global Economic Crisis Study mené en 2009, puis au National Financial Capability Study (l'étude NFCS, présentée dans la section précédente) en 2012 et 2015. Il convient de remarquer que le GFLEC est impliqué dans l'étude NFCS depuis sa création; le Centre contribue à la conception des outils de sondage et participe à la préparation des rapports à titre de coauteur.

Le GFLEC a constaté qu'un segment important de la population américaine est vulnérable aux chocs. Les nouvelles données, tirées de l'étude de 2015, démontrent qu'environ le tiers des Américains (34 %) sont fragiles sur le plan financier puisqu'ils ne pourraient probablement pas ou certainement pas trouver la somme de 2000 $ pour répondre à un besoin imprévu au cours des 30 prochains jours. Toutefois, sur une note positive, ce pourcentage a baissé au fil du temps de 40 % en 2012 et de 50 % en 2009.

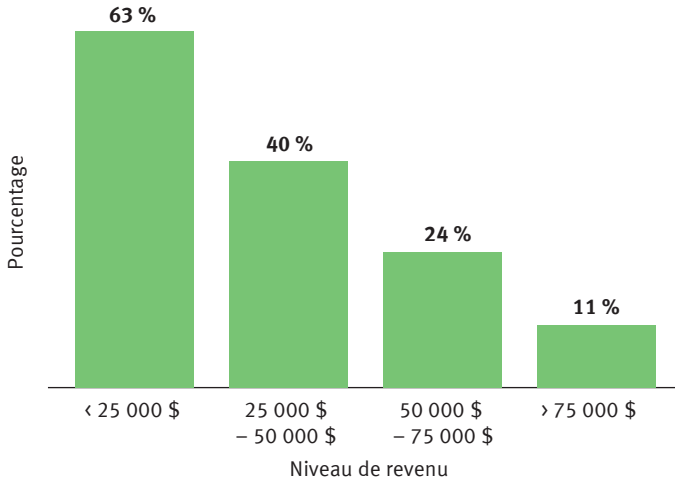
Or, comme M. Scheresberg l'a souligné, bien que les données agrégées démontrent certainement une amélioration quant à la capacité des gens à subvenir à leurs besoins en cas d'urgence, le portrait est différent lorsque l'on s'attarde aux données propres aux différents sous-groupes de population.

Qui sont les plus vulnérables? Parmi les constatations :

- Les Afro-américains et la génération Y, la génération d'Américains nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990, sont très vulnérables sur le plan financier, alors que respectivement 48 % et 42 % d'entre eux seraient incapables de trouver la somme de 2000 $ dans les 30 jours.

- Les minorités (particulièrement les Hispaniques), les femmes et ceux qui ne possèdent pas une éducation collégiale sont également des groupes de la population pour qui il est difficile de gérer une dépense imprévue à court terme.

Figure 4 : Fragilité financière aux É.-U. selon le revenu



Une autre constatation intéressante : un nombre important d'Américains apparemment de la classe moyenne sont fragiles sur le plan financier puisqu'ils ont répondu qu'ils ne pourraient probablement pas ou certainement pas gérer ne serait-ce qu'un choc moyen, possiblement en raison de leur niveau élevé d'endettement, de leurs cartes de crédit surchargées ainsi que d'autres engagements financiers.

Fragilité financière et connaissances financières

En évaluant le lien entre la fragilité financière et les connaissances financières, le GFLEC a constaté que 44 % des gens qui ne connaissent pas au moins un des trois concepts financiers de base (les intérêts, l'inflation et les risques) sont vulnérables sur le plan financier. La fragilité financière est beaucoup moins répandue parmi les personnes ayant un niveau de connaissances financières plus élevé, suggérant qu'une meilleure connaissance financière est associée à la résilience financière.

Sommairement, l'étude du GFLEC a permis d'explorer plus profondément un enjeu socio-économique majeur qui est très pertinent de nos jours. Plusieurs années après la crise financière, les finances de certaines familles ne se sont pas redressées. Ceci a des conséquences sérieuses, non seulement à l'égard de la prospérité individuelle, mais également à l'égard de la santé économique plus vaste, ce qui mène M. Scheresberg à poser deux questions clés : La résilience financière des ménages devrait-elle faire l'objet de politiques publiques? Et, quel rôle l'éducation financière peut-elle jouer pour donner aux consommateurs les outils nécessaires pour tempérer cette fragilité? Il a indiqué que le GFLEC, grâce à ses travaux de recherche, son éducation et ses recommandations en matière de politique, travaille d'arrache pied pour aider à trouver une solution à la fragilité financière.

Pour en savoir plus : www.gflec.org

« On observe une amélioration du niveau de résilience financière des Américains, mais plusieurs groupes importants demeurent fragiles sur le plan financier. Ceci a des conséquences sur l'économie puisque ces personnes auront de la difficulté à gérer des chocs imprévus. »

Carlo de Bassa Scheresberg, Global Financial Literacy Excellence Centre

Le bien-être financier : L'objectif de l'éducation financière

Il existe un consensus grandissant voulant que l'amélioration du bien-être financier soit le but ultime de l'éducation financière. Mais qu'est-ce que le bien-être financier? Comment peut-il être mesuré? Et, comment l'éducation financière peut-elle mieux le soutenir?

Jusqu'à récemment, il n'existait aucune définition normalisée du bien-être financier aux États-Unis ni un moyen uniforme de le mesurer. Le **U.S. Consumer Financial Protection Bureau** (CFPB) s'est donné comme mission de changer la situation.

Fondé en 2010 en réponse à la crise financière, le CFPB a le mandat de protéger et de renforcer l'autonomie des consommateurs. Peu de temps après sa création, le CFPB a lancé un projet de recherche comportant plusieurs phases dans le but de définir le bien-être financier du point de vue du consommateur, de déterminer une façon fiable de le mesurer et d'étudier comment l'éducation financière peut aider les gens à améliorer leur bien-être.

Genevieve Melford, analyste principale de la recherche au CFPB, a offert aux participants du Symposium un « aperçu de haut niveau » de ce projet qui représente quatre ans de recherche et d'activités fondamentales. Comme elle l'a expliqué, le CFPB devait savoir « comment concevoir une éducation financière qui donne les résultats escomptés » et c'est pourquoi leurs travaux de recherche ont été axés sur l'amélioration de la compréhension du CFPB dans ce domaine.

Une définition du bien-être financier axée sur le consommateur

Dans une première étape, le CFPB a demandé aux Américains ce que signifiait pour eux le bien-être financier. L'équipe de recherche a mené des entrevues individuelles ouvertes avec des consommateurs des quatre coins des É.-U. Ces entrevues ont généré 1600 pages de transcription à coder et à analyser selon des thèmes courants. De ces observations, le CFPB a appris que le bien-être financier comprend les quatre éléments suivants :

1. Avoir le contrôle de ses finances (sur une base quotidienne, mensuelle)
2. Avoir la capacité de faire face à un choc financier
3. Être sur la bonne voie pour réaliser ses objectifs financiers
4. Avoir la liberté financière de faire des choix qui permettent à un individu de profiter de la vie

Traduire la recherche en approches pratiques

L'étape suivante du projet visait à étudier les facteurs, tant personnels que situationnels, qui soutiennent de plus hauts niveaux de bien-être financier. L'équipe de recherche a constaté que le bien-être financier est influencé par plusieurs facteurs, allant des décisions que prennent les gens, aux options, ressources et possibilités qui s'offrent à eux, en passant par leur contexte socio-économique.

Qu'en est-il de la place de la prestation de l'éducation financière dans un tel contexte? Les travaux de recherche du CFPB durant cette phase ont mené à la conception d'approches d'éducation financière qui tenaient compte de ces « facteurs d'influence ». En intégrant ses propres résultats de recherche à ceux d'importantes recherches externes, le CFPB a établi cinq principes sur la façon dont les éducateurs financiers peuvent aider les consommateurs à faire des choix financiers qui améliorent leur bien-être financier :

Principe 1 : Connaître les individus et les familles ciblés pour que les interventions soient personnalisées
Principe 2 : Fournir, en temps opportun, des informations pertinentes que les consommateurs peuvent utiliser
Principe 3 : Améliorer les compétences clés et favoriser l'adoption de nouvelles habitudes
Principe 4 : Utiliser la motivation et dresser des plans de mise en œuvre pour que les gens atteignent leurs objectifs
Principe 5 : Faire en sorte qu'il soit facile pour les gens de prendre de bonnes décisions et de réaliser les décisions qu'ils souhaitent prendre

De plus, le CFPB a travaillé avec des experts en la matière et des experts en conception d'échelles pour créer et tester une échelle de dix questions (l'échelle du bien-être financier du CFPB) permettant de mesurer le bien-être financier et qui tient compte des différences dans les circonstances des consommateurs, les étapes de la vie et les préférences. Cet instrument de sondage et outil de mesure, gratuit et offert au public, permet aux praticiens ainsi qu'aux chercheurs de mesurer l'état actuel de bien-être financier d'un individu ainsi que de suivre les progrès d'une personne au fil du temps.

Créer une base financière pour les enfants et les jeunes

Après avoir défini le bien-être financier et déterminé les compétences, les habitudes et les attitudes qui le soutiennent, le CFPB a tourné son attention vers les enfants et les jeunes afin de comprendre quand et de quelle façon ils peuvent acquérir ces caractéristiques. Comme Mme Melford l'a mentionné, « Nous voulions comprendre les origines développementales de la capacité financière et du bien-être financier adultes : quels éléments de base pouvons-nous acquérir tôt dans la vie pour nous mettre sur la voie du bien-être financier à l'âge adulte? »

Le CFPB a travaillé avec une équipe d'experts en psychologie développementale et en sciences de la consommation pour créer un modèle de développement de la capacité financière. Le modèle comprend trois éléments de base qui sont considérés comme étant des « précurseurs de la capacité financière adulte. »

a) **Fonction exécutive** (un ensemble général de processus cognitifs qui soutient le contrôle de soi, la direction future et la capacité à effectuer une recherche et une planification ciblées)
b) **Normes et habitudes financières**

Figure 5 : Éléments de base de la capacité financière chez les enfants et les jeunes

	1. Fonction exécutive *Contrôle de soi, mémoire de travail, résolution de problèmes*	**2. Normes et habitudes financières** *Habitudes, normes, règles financières saines*	**3. Connaissances financières et capacité de prendre des décisions** *Connaissances factuelles, capacité d'analyse et de recherche*
Petite enfance (3 à 5 ans)	✓	Premières valeurs et normes	Numératie de base
Enfance (6 à 12 ans)	✓	✓	Gestion financière de base
Adolescence et début de l'âge adulte (13 à 21 ans)	Le développement se poursuit	Le développement se poursuit	✓

c) **Connaissances financières factuelles et capacité de prendre des décisions**

Ces éléments de base apparaissent généralement au cours des trois stades de développement : la petite enfance (3 à 5 ans), l'enfance (6 à 12 ans) et l'adolescence et le début de l'âge adulte (13 à 21 ans). Mme Melford a noté que l'éducation financière des enfants était normalement axée sur le dernier élément de base, mais sans une solide fonction exécutive et des normes et habitudes financières efficaces, il est beaucoup moins probable qu'une jeune personne soit capable d'agir en fonction des nouvelles connaissances financières acquises.

À partir de ce modèle, le CFPB a recommandé les stratégies suivantes que peuvent mettre en œuvre les éducateurs financiers, les écoles, les experts en politique et autres intervenants pour aider les jeunes à acquérir une capacité financière et jeter les bases pour assurer leur bien-être financier une fois qu'ils ont atteint l'âge adulte :

1. Pour les enfants de 3 à 5 ans, il faut miser sur le développement de leur « fonction exécutive »
2. Aider les parents et les aidants à favoriser plus activement la socialisation financière de l'enfant
3. Offrir aux enfants et aux jeunes des occasions d'apprentissage par l'expérience
4. Enseigner les compétences en recherche financière (comme le magasinage comparé)

Pour en savoir plus : www.consumerfinance.gov

Les répercussions de l'éducation financière sur les attitudes : Une perspective axée sur le parcours de vie

Inspirés par les résultats nuancés de certaines interventions en littératie financière effectuées dans le passé – et par la conviction que les gens acquièrent des connaissances financières de plusieurs sources, notamment des expériences de vie, de l'autoapprentissage et des études formelles – **David W. Rothwell**, Ph. D., du **Collège de santé publique et de sciences humaines** de l' et ses collègues ont examiné les répercussions mesurables de l'éducation financière sur la capacité financière et l'inclusion financière en analysant les données obtenues lors de l'Enquête canadienne sur les capacités financières.

Les travaux de recherche visaient à comprendre les répercussions de l'éducation financière sur les connaissances et les attitudes avec la conviction sous-jacente qu'accroître les connaissances était la première étape pour changer les comportements. De possibles parallèles ont été tracés avec des études dans le secteur de la santé qui examinaient la relation entre les connaissances sur la santé et l'amélioration de la santé. L'équipe cherchait également à mettre en lumière les répercussions des efforts déployés en littératie financière aux différentes étapes de la vie, compte tenu de la vulnérabilité financière observée dans certains segments d'âge.

Examiner les résultats de l'éducation financière au Canada

Puisant dans les données nationales regroupées provenant des 22 204 participants et obtenues lors des deux vagues de l'Enquête canadienne sur les capacités financières, soit en 2009 et

en 2014, l'étude cherchait à déterminer dans quelle mesure l'éducation financière antérieure favorise une connaissance financière objective et l'autoefficacité financière au cours de la vie des participants.

Les chercheurs ont examiné les réponses aux 14 questions objectives sur les connaissances financières et aux cinq questions relatives à l'autoefficacité financière qui mesuraient la capacité des participants à suivre leurs finances, à joindre les deux bouts, à magasiner pour trouver la meilleure offre et à demeurer informés. Une question demandant aux participants s'ils avaient, au cours des cinq dernières années, suivi un cours ou un programme d'étude pour parfaire leurs connaissances et leur compréhension de l'économie ou des questions financières servait de variable pour mesurer les répercussions de l'éducation financière. Dix pour cent, pondérés, des participants regroupés ont indiqué avoir suivi une telle formation.

Il y avait une distribution adéquate de participants dans tous les groupes d'âge pour permettre une analyse en fonction du parcours de vie avec des contrôles en place pour le sexe, l'éducation, l'emploi et le revenu, et les chercheurs ont effectué un appariement sur le score de propension afin que les deux groupes (ceux qui avaient reçu une éducation financière et ceux qui n'avaient pas reçu une telle éducation) puissent être comparés plus précisément selon les variables observables de l'enquête.

Constatations clés de l'étude

Parmi les conclusions relativement aux connaissances financières, les chercheurs ont noté des différences statistiquement significatives à l'égard des connaissances financières objectives entre ceux ayant reçu une éducation financière et ceux n'ayant pas reçu une telle éducation. Plus particulièrement, ceux qui avaient reçu une certaine éducation

Figure 6 : Connaissances objectives selon l'âge

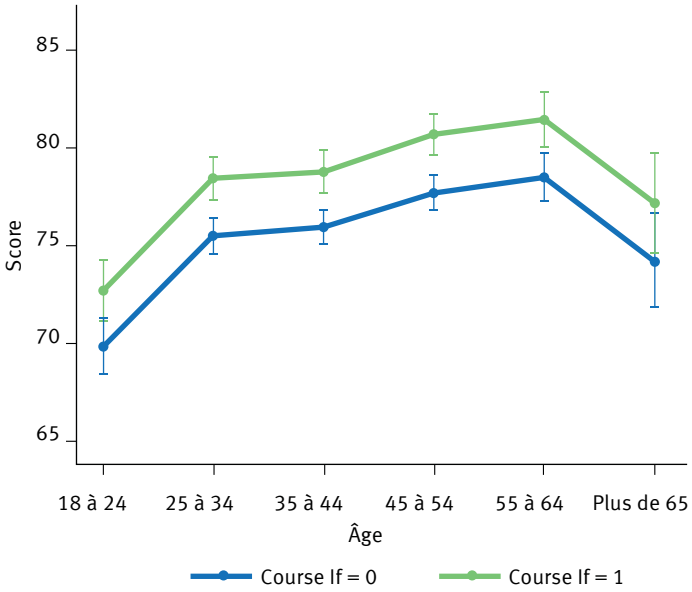
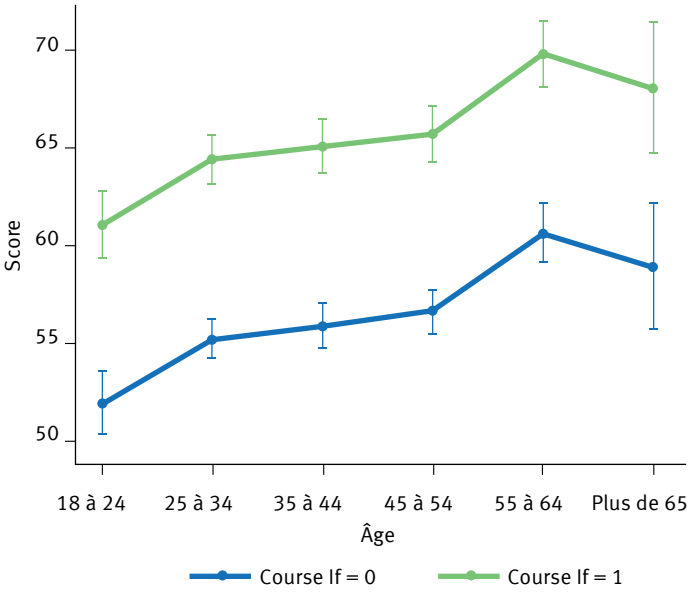


Figure 7 : Autoefficacité financière selon l'âge



Dans les deux graphiques, la ligne bleue correspond aux personnes de tous les âges n'ayant reçu aucune éducation financière, tandis que la ligne rouge correspond aux personnes ayant reçu une éducation financière.

financière ont obtenu un score de près de quatre points supérieur sur une échelle de 100 points. Une variation a été observée parmi les groupes d'âge, les répercussions étant plus importantes chez le groupe de personnes d'âge moyen, comprenant les gens approchant la retraite, soit les 55 à 64 ans.

Les résultats ont également révélé qu'il existait des différences en matière de connaissances financières selon le sexe. Les données ont indiqué que, tout au long de leur vie, les hommes ayant reçu une certaine éducation financière obtenaient de meilleurs scores relativement aux connaissances financières que les femmes. En fait, pour ce qui est des femmes, les données ventilées ont montré qu'il n'existait pas un lien notable entre l'éducation financière et les connaissances objectives.

En ce qui a trait à l'autoefficacité, les données ont démontré que les répercussions de l'éducation financière sur l'autoefficacité financière étaient plus importantes que sur les connaissances financières d'environ sept points sur une échelle de 100 points. Ceci était vrai tout au long du parcours de vie et les données étaient cohérentes parmi tous les groupes d'âge. Lorsque les données sont ventilées par sexe, les chercheurs ont observé une tendance plutôt constante vers une plus grande autoefficacité financière parmi les hommes et les femmes ayant reçu une certaine éducation financière.

Prochaines étapes pour susciter une discussion

Bien que les chercheurs aient noté des limites potentielles dans leurs travaux, notamment l'absence d'information quant à la nature précise de l'éducation financière qu'on reçut les participants, ils affirment que leur étude offre des pistes pour guider la communauté de la littératie financière. Par exemple, cette étude devrait susciter des discussions concernant l'efficacité de l'éducation financière auprès des femmes et l'importance d'adapter les interventions en littératie financière au parcours de vie et au groupe d'âge.

Dr Rothwell a conclu que, « Dans un contexte où certains ouvrages et discours préconisent l'abandon de l'éducation financière, je crois que nos travaux démontrent qu'une telle éducation a des répercussions appréciables sur la littératie et l'autoefficacité financières et nous avons observé certains effets prometteurs associés aux connaissances et aux perceptions. »

Pour en savoir plus : Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Dr David Rothwell.

Une étude qui a démontré une plus grande autoefficacité financière et de meilleures connaissances financières parmi les Canadiens ayant reçu une éducation financière suggère que des interventions adaptées peuvent avoir des répercussions positives sur la littératie financière.
David W. Rothwell, Collège de santé publique et de sciences humaines de l'Université d'État de l'Oregon

Préparation d'un budget et planification pour parer aux imprévus

Que l'on soit jeune ou moins jeune, établir un budget et dresser un plan pour parer aux imprévus est la pierre angulaire d'une gestion financière proactive. Or, les recherches exhaustives sur le sujet nous démontrent que plusieurs personnes sont quotidiennement préoccupées et aux prises avec des difficultés financières et ne possèdent pas une vision à moyen et à long termes de leurs affaires financières, ce qui les empêche de planifier pour l'avenir. Plusieurs Canadiens considèrent les finances comme un sujet très difficile et, souvent, prennent d'importantes décisions impulsivement, en raison de leur aspect pratique ou en fonction de ce que leur famille ou leurs amis font.

Durant le Symposium, deux présentations ont révélé des éléments intéressants à l'égard du comportement des consommateurs dans ce domaine, et ces résultats ont mené à l'établissement de deux voies prometteuses pour aider les gens à mieux maîtriser leurs finances.

Coincé : Faire face aux contraintes grâce à la planification efficace et à l'établissement des priorités

Comment les consommateurs font-ils face aux contraintes? Cette question sous-tend les travaux de recherche exhaustifs qu'a menés **Christina Kan**, Ph. D., professeure adjointe en marketing à l'**École de gestion Mays de l'Université Texas A&M**. Ses travaux, un effort conjoint avec Phil Fernbach et John Lynch de l'Université du Colorado à Boulder, portent sur la psychologie du processus entourant la prise de décisions financières des consommateurs, y compris comment les gens prennent des décisions dans un contexte de pénurie de ressources et l'impact de l'établissement d'un budget sur leurs choix.

Durant le symposium, Dre Kan a expliqué le contexte et partagé les constatations de cette recherche. Les chercheurs se sont concentrés sur les deux stratégies courantes auxquelles les consommateurs ont recours pour les aider à faire face à une pénurie de ressources : la « **planification efficace** » et l'« **établissement des priorités** ».

Elle a expliqué que la planification efficace permet d'économiser en étirant les ressources afin d'atteindre le même objectif. En utilisant les bons de réduction, en magasinant pour obtenir le meilleur prix, en combinant plusieurs commandes afin de profiter d'un rabais en raison de la quantité achetée et en utilisant d'autres techniques, les consommateurs utilisent la planification efficace pour les aider à tirer le maximum des ressources disponibles sans tenir compte des coûts des occasions perdues relativement à leurs autres objectifs et sans faire de compromis. Contrairement à l'établissement des priorités, la planification efficace permet aux gens de bien se sentir et elle est souvent perçue comme étant moins coûteuse.

D'autre part, dans un contexte de pénurie de ressources, l'établissement des priorités permet d'économiser en faisant des compromis entre les objectifs que s'est fixés un individu. Au

moment de choisir quelle dépense effectuée, par exemple, les consommateurs qui optent pour ce type de planification tiendront compte des coûts des occasions perdues et sacrifieront leurs objectifs les moins importants (p. ex., choisir de ne pas acheter un iPad afin d'épargner pour se procurer un meilleur ordinateur portable). Cette façon de faire est perçue comme étant douloureuse ou plus coûteuse puisque les consommateurs doivent renoncer à quelque chose.

Au cours des dernières années, Dre Kan et ses collègues ont mené des études pour déterminer en quoi ces deux types de planification sont différents, comment ils varient selon les contraintes et quelle est la relation entre eux.

Première étude : Existe-t-il une réalité psychologique à cette distinction?

L'objectif de leur première étude était de valider si la planification efficace et l'établissement des priorités étaient réellement des réactions d'adaptation distinctes, chacune possédant des caractéristiques uniques.

L'équipe de recherche a divisé les participants à l'étude en deux groupes : un groupe formé de ceux qui utilisaient la planification efficace et un groupe formé de ceux qui optaient plutôt pour l'établissement des priorités. Les chercheurs ont demandé aux participants du premier groupe de décrire une situation récente durant laquelle ils avaient économisé de l'argent en étant plus efficaces, c'est-à-dire lorsqu'ils s'étaient procuré ce qu'ils voulaient, mais en dépensant moins d'argent. Les participants du second groupe ont, quant à eux, eu à décrire une situation récente durant laquelle ils ont dû prioriser une dépense par rapport à une autre, c'est-à-dire qu'ils ont dû renoncer à une chose qu'ils souhaitaient afin d'avoir suffisamment d'argent pour se procurer une autre chose. Les deux groupes ont donné leurs propres exemples concrets des deux types de planification.

Une fois cet exercice terminé, l'équipe de recherche a recruté un autre groupe de participants à qui l'on a fourni les exemples cités par les deux premiers groupes et à qui on a demandé de déterminer s'il s'agissait d'une planification efficace ou d'établissement des priorités. Dans l'ensemble, les résultats de l'étude ont démontré que les gens font la distinction entre les deux types de planification, qu'ils utilisent ces deux stratégies et qu'une certaine réalité psychologique sous-tend cette distinction.

Deuxième étude : Quel est l'effet d'un « choc » financier sur la combinaison des types de planification

Les chercheurs ont ensuite tenté de répondre à la question : « Si ces deux types de planification existent, comment la combinaison des types de planification qu'utilisent les gens varie-t-elle selon les contraintes? Pour y répondre, ils ont proposé un scénario hypothétique aux participants de l'étude et leur ont demandé de planifier leur magasinage du temps des Fêtes et, ensuite, de modifier leurs plans en raison d'un « choc financier » comme une facture imprévue qui doit être payée immédiatement. Le montant de la facture variait; il pouvait être peu élevé (100 $), moyennement élevé (500 $) ou élevé (1000 $). Les participants devaient donc proposer un plan qui tenait compte de la facture imprévue.

Les résultats ont démontré que plus la contrainte financière est élevée, plus la « combinaison de types de planification » tend vers l'établissement des priorités. Les chercheurs ont également analysé les temps de réaction afin de déterminer la relation entre les deux types de planification et ont découvert que

les participants qui avaient commencé l'exercice en adhérant à un type de planification (p. ex., la planification efficace) prenaient plus de temps et étaient plus réticents à passer à l'autre type de planification (p. ex., l'établissement des priorités). Pour diverses raisons, il y a une tendance à continuer sur la même voie.

Selon Dre Kan, l'une des plus importantes leçons à tirer de cette étude en général est que, même si les gens utilisent davantage l'établissement des priorités lorsque les contraintes augmentent, ce changement est souvent insuffisant. Plusieurs personnes sont réticentes à s'éloigner de la planification efficace et à se tourner vers l'établissement des priorités, et ceci peut parfois exacerber une situation financière difficile et mener à des comportements dysfonctionnels (p. ex., les consommateurs peuvent agir de façon impulsive ou erratique). En raison de ces constatations, les chercheurs ont souhaité « voir comment nous pouvions faire en sorte qu'il soit un peu plus facile pour les gens de passer à une combinaison de types de planification qui favorise davantage les priorités que l'efficacité et si ce changement les aidait à atténuer ces comportements dysfonctionnels ». Pour y arriver, ils se sont tournés vers l'établissement d'un budget – l'élément principal de leur troisième étude.

Troisième étude : Établir un budget pour la semaine de relâche

Dre Kan a expliqué que l'établissement d'un budget est important puisqu'il peut réduire l'ambiguïté relative à la situation financière d'une personne. Un budget aide les gens à savoir exactement combien d'argent ils peuvent dépenser dans différentes catégories de dépenses.

L'équipe a recruté des étudiants universitaires qui préparaient un voyage durant la semaine de relâche pour participer à une étude en deux volets. Le premier volet a été mené avant la semaine de relâche et a permis d'établir une mesure de référence en matière de planification efficace et d'établissement des priorités. Le deuxième volet, quant à lui, a été mené la semaine suivant la semaine de relâche et les étudiants devaient alors relater leurs comportements en matière de dépenses durant leur voyage, plus particulièrement, leur tendance à utiliser la planification efficace et l'établissement des priorités ainsi que leurs comportements dysfonctionnels.

Parmi les constatations clés :

- Ceux qui établissent un budget s'adaptent aux contraintes en utilisant davantage l'établissement des priorités que ceux qui n'établissent pas un budget
- L'établissement d'un budget fait une plus grande différence pour ceux qui font face aux contraintes financières les plus importantes
- Ceux qui établissent un budget manifestent moins de comportements dysfonctionnels comme dépenser excessivement ou faire des achats impulsivement

Sommaire

De leurs études explorant comment les consommateurs planifient pour pallier la pénurie de ressources, Dre Kan a souligné les leçons apprises suivantes :

1. 1. L'efficacité et la priorisation sont deux stratégies de planification que les gens utilisent pour faire face aux contraintes et qui se distinguent par la manière de pallier les contraintes et le sentiment qui s'en dégage.
2. Au fur et à mesure que les contraintes augmentent, les gens optent pour une combinaison de types de planification

qui favorise davantage les priorités que l'efficacité. Ceci est important puisque l'établissement des priorités a tendance à permettre une plus grande économie de ressources en une seule occasion que la planification efficace. Toutefois, ce changement est souvent insuffisant étant donné l'ampleur des contraintes, ce qui mène éventuellement à un déficit plus important, ce qui, à son tour, entraîne des comportements dysfonctionnels comme abandonner complètement.

3. L'établissement d'un budget avant la consommation des ressources rend plus probable une priorisation opportune et atténue les comportements dysfonctionnels.

Pour en savoir plus : Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Dre Christina Kan [lien vers la page Web de l'université]

L'application mobile Carotte Points Santé aide à bâtir la confiance parmi les personnes qui n'établissent pas de budget

Le projet pilote de l'équipe de recherche de l'ACFC sur l'utilisation d'une application mobile pour aider les gens qui ne font pas de budget à adopter des comportements positifs relativement à l'établissement d'un budget a donné des résultats encourageants et **Marcie McLean-McKay**, agente de recherche et des politiques à l'**ACFC**, a profité du Symposium pour présenter les résultats préliminaires.

L'ACFC a commencé le projet pilote pour étudier comment donner à un plus grand nombre de Canadiens les outils nécessaires pour établir un budget puisque l'établissement d'un budget est considéré comme l'une des meilleures façons d'atteindre ses objectifs financiers. Selon les données de l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014, bien que seulement 46 % des Canadiens établissent un budget pour leur ménage, 93 % de ceux qui en établissent un disent qu'il le respecte habituellement ou toujours.

On a reproché à plusieurs programmes de littératie financière de se concentrer principalement sur la diffusion de connaissances et de négliger le besoin d'acquérir des compétences et de la confiance. Les approches d'économie comportementale considèrent dorénavant les influences humaines (p. ex., parti pris ou confiance excessive) et le rôle des facteurs environnementaux (p. ex., la façon dont sont présentées les options) dans le processus de prise de décision individuelle. Ces approches novatrices pour influencer la prise de décision constituent des occasions pour pallier les lacunes des interventions plus traditionnelles.

De plus, les technologies émergentes fournissent des occasions de diffuser des messages simplifiés qui intègrent des pratiques d'économie comportementale afin de modifier efficacement les comportements. Par exemple, des recherches récentes ont démontré que les messages que reçoivent les consommateurs au moyen de leurs appareils mobiles sont efficaces pour changer les comportements. Sachant cela, l'ACFC était à la recherche d'un mécanisme lui permettant de diffuser des messages de littératie financière directement aux consommateurs qui n'établissent pas de budget afin de leur donner la possibilité d'acquérir des connaissances et la confiance nécessaires pour qu'ils établissent un budget pour eux-mêmes.

Utiliser l'application mobile Carotte Points Santé

L'application mobile Carotte Points Santé a été conçue par Carotte Perspectives, une société privée canadienne, grâce à une subvention de l'Agence de santé publique du Canada (ASPC) dans le cadre de l'approche multisectorielle préconisée par le gouvernement canadien pour promouvoir un mode de vie sain et prévenir les maladies chroniques. Le stress financier peut être très nuisible sur la santé d'un individu. Il est donc important que les Canadiens possèdent les connaissances, la confiance et les compétences dont ils ont besoin pour gérer leurs finances personnelles et améliorer leur bien-être financier. L'application mobile Carotte Points Santé était considérée comme un outil novateur pouvant être utilisé pour aider les Canadiens à atteindre cet objectif.

Plus particulièrement, l'application Carotte Points Santé offre aux consommateurs des points de récompense (notamment des points Aéroplan, des Pétro-Points, des points Scène et des points More) lorsqu'ils effectuent certaines tâches simples comme lire de brefs textes, participer à un jeu-questionnaire ou visionner de courtes vidéos. Lorsque le projet pilote était en cours, l'application était offerte aux consommateurs de la Colombie-Britannique et de Terre-Neuve.

L'équipe de l'ACFC a conclu un contrat avec Carotte Perspectives pour diffuser durant un mois, entre juillet et août 2016, une série de messages et de jeux-questionnaires d'éducation à l'intention des consommateurs au moyen de l'application. Pour examiner l'impact du matériel d'éducation financière à l'intention des consommateurs de l'ACFC, une conception avant-après a été utilisée et un groupe de référence a été créé. Une première intervention[3] a été diffusée auprès d'un large public dans le but de déterminer qui n'avait pas de budget. Les individus n'ayant pas de budget ont reçu deux autres jeux-questionnaires et du matériel d'éducation à l'intention des consommateurs les encourageant à établir un budget pour eux-mêmes. Les changements relativement aux connaissances, à la confiance et aux comportements furent mesurés dans ce groupe et comparés au groupe de référence afin d'évaluer l'impact du matériel d'éducation en matière d'établissement de budget diffusé par l'ACFC.

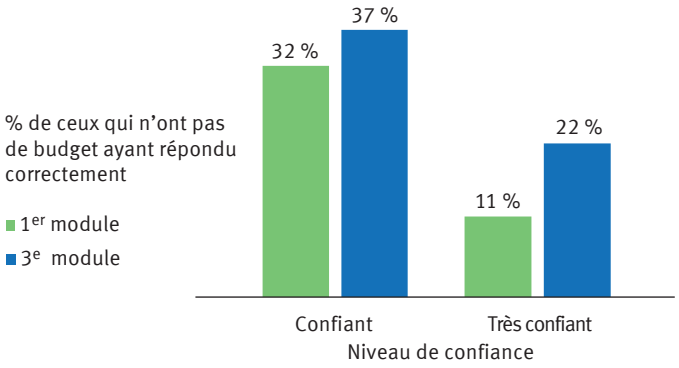
Constatations clés découlant du projet pilote

Après le projet pilote d'une durée d'un mois et avec la participation de plus de 29 000 utilisateurs de Carotte Points Santé, les chercheurs ont obtenu des résultats préliminaires probants :

- En ce qui concerne les connaissances financières, après l'intervention, 67 % de ceux qui n'avaient pas de budget ont répondu avec succès à une question de connaissance, ce qui représente une augmentation de 10 % comparativement au début du projet pilote.
- En ce qui concerne la confiance financière, le nombre de personnes n'ayant pas de budget et se sentant confiantes à l'égard de l'établissement d'un budget a augmenté de 5 %, passant de 32 % à 37 %, tandis que le nombre de personnes n'ayant pas de budget et se sentant très confiantes à l'égard de l'établissement d'un budget a doublé, passant de 11 % à 22 %.

3 Une intervention est une combinaison de messages et de questions d'éducation à l'intention des consommateurs auxquels les participants répondaient pour obtenir des points de récompense.

Figure 8 : Application Carotte Points Santé – Résultats préliminaires



Après avoir terminé les trois modules offerts sur l'application Carotte Points Santé, ceux qui n'avaient pas de budget ont démontré avoir plus de confiance dans leur capacité à établir un budget.

« Les budgets aident les individus à prioriser leurs dépenses en période de contraintes financières. Il est donc important d'aider les consommateurs à améliorer leurs connaissances, leurs compétences et leur confiance relativement à l'établissement d'un budget pour les aider à gérer leur argent. »
Marcie McLean-McKay, ACFC

- Finalement, l'application Carotte Points Santé a incité ceux qui n'avaient pas de budget à en établir un puisqu'à la fin du mois 14 % des participants qui n'avaient pas de budget avaient commencé à utiliser un budget.

Essentiellement, le programme a démontré des améliorations statistiquement significatives des trois indicateurs suivis (connaissances, confiance et comportements). En résumé, les interventions d'éducation financière faites au moyen d'une application mobile ont augmenté les connaissances et la confiance envers l'établissement d'un budget parmi ceux qui n'avaient pas de budget. Ces interventions ont également permis à ceux qui n'avaient pas de budget d'en établir un, ce qui mérite d'être mentionné dans un contexte où 44 % de ceux qui n'avaient pas de budget avaient déclaré « ne pas savoir par où commencer ». Les résultats du projet pilote suggèrent que cibler directement les messages et les ressources de littératie financière aux consommateurs a le potentiel de mener à des changements de comportements positifs et d'améliorer le bien-être financier d'un grand nombre de Canadiens.

Prochaines étapes du programme

Alors qu'une analyse plus en profondeur des données sera effectuée pour examiner comment le groupe ayant participé aux deux derniers modules se distinguait du groupe de référence, l'équipe de chercheurs considèrera également retourner vers l'échantillon pour voir si les participants au projet pilote continuent d'établir un budget six à douze mois plus tard. Ils exploreront aussi l'utilisation d'applications mobiles comme moyen pour enseigner comment établir un budget partout au Canada.

Pour en savoir plus : Pour de plus amples renseignements, communiquez avec ResearchandPolicy-RechercheetPolitique@fcac-acfc.gc.ca

Choix des produits et services financiers et constitution d'un fonds d'épargne

Le nombre de produits, services et canaux financiers ne cesse de croître et ces derniers sont de plus en plus sophistiqués. On demande aux consommateurs d'assumer plus de responsabilités et de risques pour planifier et épargner en vue leur avenir. L'innovation numérique favorise une plus grande accessibilité financière ainsi qu'une plus grande inclusion financière, mais expose du même coup les consommateurs à une panoplie de nouveaux défis. Les consommateurs doivent donc assumer de plus en plus le fardeau de trouver de l'information et d'obtenir des conseils pour les aider à naviguer dans le monde des finances d'aujourd'hui, d'explorer les différentes options avant de prendre des décisions financières et de faire plus que jamais preuve de diligence pour sauvegarder leurs intérêts.

En raison des preuves de plus en plus grandes voulant que l'éducation à elle seule soit parfois insuffisante pour encourager les gens à prendre de meilleures décisions concernant leurs finances, ce qui améliore leur bien-être financier, des projets de recherche s'inspirant de l'économie comportementale sont en cours pour aider les consommateurs dans leur choix de produits et services dans un marché complexe.

Trousse de littératie financière (TLF)

Avni Shah, Ph. D., professeure adjointe en marketing à l'**Université de Toronto à Scarborough** et chercheure universitaire au Behavioural Economics in Action Research (BEAR) Cluster, a présenté les travaux très intéressants que mènent actuellement son équipe dans le domaine de l'économie comportementale qui visent à favoriser les comportements financiers souhaités. Ils mettent au point et testent des outils potentiels dans le cadre d'une initiative en cours nommée la **Trousse de littératie financière** (TLF) qui se veut une nouvelle approche très prometteuse.

Qu'est-ce que la TLF et pourquoi est-elle une solution possible?

La TLF a été conçue pour offrir un ensemble de mesures complémentaires à l'éducation financière qui reposent sur l'architecture du choix. Selon Mme Shah, l'éducation financière peut, par exemple, s'effriter avec le temps ou être trop abstraite lorsqu'elle est présentée sans contexte. La TLF est donc conçue pour combler l'écart entre l'éducation financière et une prise de décision efficace, en partie en soulignant et en rappelant aux gens, au moment où ils effectuent un choix financier, ce qu'ils ont déjà appris grâce à l'éducation financière.

Dre Shah a noté que la TLF n'est pas un substitut à la littératie financière, mais « elle offre plutôt un arrimage de la littératie elle-même avec des informations offertes en temps opportun – des outils propres au contexte qui aident les gens à prendre des décisions ». L'objectif est de donner aux gens « quelque chose qu'ils conserveront », mais qui peut se présenter sous différentes formes comme du matériel imprimé, des vidéos en ligne ou même des applications pour téléphone intelligent et qui remplit plusieurs fonctions :

- Une mise à jour sur différents sujets, y compris des règles empiriques qui les aideront à prendre des décisions
- Des directives pour les décisions importantes et les types de questions à poser à leur fournisseur de produits et services financiers
- Une liste de choses à faire – ce sur quoi ils devraient faire un suivi après avoir effectué leur achat

L'équipe de Dre Shah, composée d'étudiants de premier cycle, d'étudiants à la maîtrise en administration des affaires et de professeurs au BEAR, a commencé à travailler sur la TLF durant l'été 2016, en portant d'abord une attention particulière à trois sujets essentiels relatifs aux finances personnelles : les intérêts composés, l'épargne-études et les prestations de retraite. Pour chaque sujet, l'approche préconisée par l'équipe est de comprendre les besoins du public cible, de trouver les obstacles qui pourraient être abordés dans la conception de la trousse, de créer une solution possible (c.-à-d. l'outil TLF) et, ensuite, de se tourner vers les utilisateurs pour effectuer des tests exhaustifs qui permettront de peaufiner l'outil.

Intérêts composés

Que sont les intérêts composés? L'idée qui sous-tend le concept peut sembler simple (des intérêts qui vous permettent d'accumuler des intérêts), mais plusieurs personnes ont de la difficulté à comprendre le potentiel des intérêts composés. L'équipe de recherche de Dre Shah a découvert qu'il arrive souvent que les gens ne comprennent pas comment l'argent se multiplie avec le temps ou ils s'y prennent trop tard pour optimiser cet effet.

Pour aider les gens à comprendre la puissance des intérêts composés, l'équipe de recherche s'est donné comme mission de décrire le concept de façon simple et concise. Ils ont déterminé qu'une approche visuelle attrayante était nécessaire et ont créé et testé une vidéo animée de quatre minutes. Conçue pour tous les groupes d'âge, la vidéo explique, étape par étape, le concept complexe au moyen d'exemples clairs décrivant des situations financières et des produits financiers courants et illustre comment les intérêts composés peuvent être avantageux ou désavantageux pour une personne. La vidéo finale est disponible en ligne sur YouTube.

Épargne-études

Le second projet portait sur les régimes enregistrés d'épargne-études (REEE). Les individus et les familles qui contribuent à un REEE en vue de l'éducation postsecondaire de leur enfant sont admissibles à une subvention du gouvernement fédéral. Or, plusieurs Canadiens ne participent pas à un REEE.

Pour ce projet, l'équipe a collaboré avec SmartSaver, le Toronto District School Board (TDSB) et Woodgreen Community Services. Il faut savoir que SmartSaver avait auparavant distribué quelque 250 000 dépliants sur les REEE à des enfants de la première à la douzième année contenant des messages soulignant qu'en contribuant à l'épargne-études au moyen d'un REEE les gens obtenaient gratuitement de l'argent. Malgré de bien bonnes intentions, cette campagne n'a pas mené aux résultats escomptés.

Pourquoi les familles n'y participaient-elles pas? C'est pour répondre à cette question que l'organisme s'est tourné vers l'équipe de Dre Shah. Après avoir mené un sondage, ils ont découvert que plusieurs raisons expliquaient le peu de participation des parents/tuteurs : certains pensaient que le mot « gratuit » était un

piège, d'autres disaient déjà déposer de l'argent dans un compte d'épargne ordinaire, tandis que d'autres encore disaient ne pas épargner parce que selon eux l'université coûtait tout simplement trop cher. De plus, plusieurs enfants n'apportaient même pas le dépliant à la maison.

Tenant compte des commentaires des utilisateurs, l'équipe a revu la conception du dépliant afin de mettre l'accent sur les principaux avantages d'ouvrir un REEE et de guider les parents et membres de la famille afin qu'ils puissent facilement en ouvrir un pour leur enfant. Le nouveau dépliant était plus attrayant tant pour les parents que pour les enfants et proposait des éléments intéressants comme un jeu-questionnaire, un aide-mémoire et une carte détachable. Plus important encore, de grands efforts ont été déployés pour inciter les gens à agir et, pour cela, des renseignements clairs sur la façon de procéder pour s'inscrire étaient fournis.

Pour en tester l'efficacité, différentes versions du nouveau dépliant ont été distribuées dans les écoles à l'automne 2017.

Épargne-retraite

Pour le troisième outil de la TLF, l'équipe de recherche a délaissé l'épargne-études pour plutôt porter son attention sur une autre étape de la vie, la retraite, et s'est intéressée à l'épargne-retraite. Dans ce projet en cours, l'équipe de recherche tente d'inciter les gens à réfléchir à l'épargne-retraite de façon plus stratégique. À quel moment est-il optimal de commencer à recevoir un revenu du Régime de pensions du Canada (RPC)? Des études démontrent que plusieurs Canadiens ne considèrent pas la question du RPC comme étant une question importante à laquelle réfléchir. Les gens ont tendance à retirer des fonds dès que cela est possible, mais cette façon de faire, selon le moment choisi pour commencer à toucher des fonds du RPC, peut avoir de lourdes conséquences sur le revenu qu'ils recevront du RPC pour le reste de leur vie.

L'équipe de Dre Shah travaille actuellement sur un projet en collaboration avec Services Canada et Emploi et Développement social Canada (EDSC) pour encourager les Canadiens à réfléchir davantage au moment qu'ils choisissent pour toucher leurs fonds afin de leur permettre de profiter au maximum des intérêts composés. Les objectifs principaux comprennent :

- Aider les gens à comprendre quelles sont les conséquences de toucher à une pension à différents moments et déterminer quels facteurs influencent cette décision.
- Diminuer le sentiment d'urgence que ressentent les Canadiens lorsque vient le temps de décider quand commencer à recevoir un revenu du RPC; par exemple, en posant des questions précises comme « Avez-vous besoin de cet argent à 65 ans? » et en présentant des informations clés comme des comparaisons chiffrées afin de rendre le plus concret possible les gains et les pertes pour que les gens comprennent exactement ce qu'ils perdent en commençant tôt à toucher leurs fonds.

Une fois que les partenaires auront mieux cerné les obstacles et les possibilités, des solutions possibles seront mises au point et testées.

Prochaines étapes

En tant qu'initiative à long terme, le but ultime de la TLF est de veiller à ce que l'éducation financière mène à de meilleures décisions financières. Dre Shah prévoit que la TLF se

diversifiera au fil du temps pour inclure une panoplie d'outils sur divers sujets financiers qui offriront aux consommateurs des conseils de base sur les types de décisions financières qu'ils devraient prendre aux différentes étapes de leur vie. L'équipe de recherche prévoit continuer d'ajouter de nouveaux outils qui pourront être distribués dans les centres communautaires, les bibliothèques publiques, les YMCA et d'autres endroits visités par les membres de la communauté, en plus des canaux numériques.

Refund to savings (initiative en matière de remboursement et d'épargne) : Renforcer sa sécurité financière dans la période des impôts

Stephen Roll, Ph. D., professeur adjoint à la recherche au Centre pour le développement social de l'**Université de Washington** à **Saint-Louis** a présenté l'initiative Refund to Savings (R2S) qui a été créée pour renforcer la sécurité financière des Américains durant la période des impôts.

Cette initiative de recherche qui s'échelonne sur plusieurs années, la plus vaste expérience sur l'épargne menée aux É.-U. à ce jour, a été réalisée par une équipe de chercheurs de l'Université de Washington à Saint-Louis, de l'Université Duke et d'Intuit, le fabricant du logiciel Turbo Tax. Le projet a utilisé des concepts d'économie comportementale pour inciter les déclarants à agir de façon financièrement avantageuse, ce qui a mené à une hausse du taux auquel les Américains choisissent d'épargner plutôt que de dépenser leur remboursement d'impôt annuel.

« Nous savons que la littératie financière seule ne suffit pas; il est donc important d'adopter une approche ponctuelle qui tire profit des moments décisifs précis pour améliorer les comportements. Cette façon de faire est beaucoup plus productive pour l'individu. »
Avni Shah, Université de Toronto à Scarborough

Convaincre les contribuables à convertir leur remboursement d'impôt en épargne

Selon Dr Roll, aux É.-U., 79 % des 147 millions de déclarations de revenus mènent à un remboursement dont la valeur moyenne est de 2719 $ US. Puisque chaque année cette somme représente pour de nombreuses familles la plus importante injection de fonds, l'équipe de R2S reconnaît que la période des impôts est un moment très propice pour améliorer leur taux d'épargne.

Les chercheurs ont fondé leurs travaux sur l'économie comportementale et sur la prémisse qui veut que ce n'est pas uniquement les coûts et les avantages d'une décision qui comptent, mais plutôt la structure décisionnelle qui incite un individu à agir. Par exemple, lorsque les gens font la file à la caisse de l'épicerie, ils sont plus susceptibles d'acheter impulsivement les biens qui leur sont présentés. L'initiative R2S s'appuie sur une logique semblable en tentant de mettre les options d'épargne le plus en évidence possible et en les simplifiant le plus possible.

Pour explorer cette approche, les chercheurs du R2S ont décidé d'intervenir auprès des déclarants au moment où ils étaient informés de leur remboursement et de structurer l'environnement décisionnel de sorte à les encourager à épargner immédiatement leur remboursement.

Mettre l'économie comportementale à l'épreuve auprès des déclarants à faible revenu

Au cours des dernières années, l'équipe du R2S a expérimenté différentes interventions d'économie comportementale auprès des déclarants américains en utilisant comme plateforme le logiciel Turbo Tax d'Intuit. Chaque année, la version Turbo Tax Freedom est offerte gratuitement à près d'un demi-million de déclarants à faible revenu. Au fil des années, ceci a permis aux chercheurs d'exposer cette population à différentes interventions, notamment à des messages d'incitation à l'épargne, à des courriels incitant les déclarants à penser à l'épargne, à l'architecture du choix pour favoriser la décision d'épargner et à des biais d'ancrage par lesquels le logiciel suggère un montant précis (p. ex., 50 %, 100 %, etc.) qu'un déclarant pourrait consacrer à l'épargne.

En 2015, les chercheurs ont testé des interventions relatives à l'architecture du choix. Au moment où les déclarants prenaient connaissance du montant de leur remboursent d'impôt, on proposait au groupe de référence les options habituelles que sont déposer leur remboursement dans un compte bancaire, recevoir un chèque ou séparer les fonds dans divers comptes. En revanche, l'option d'épargne consistant à déposer le remboursement dans un compte d'épargne était grandement encouragée auprès des groupes de traitement. Les chercheurs ont également envoyé au hasard un des trois messages aux groupes de traitement soulignant les avantages d'épargner en vue d'une d'urgence, de la retraite ou d'autres objectifs à long terme.

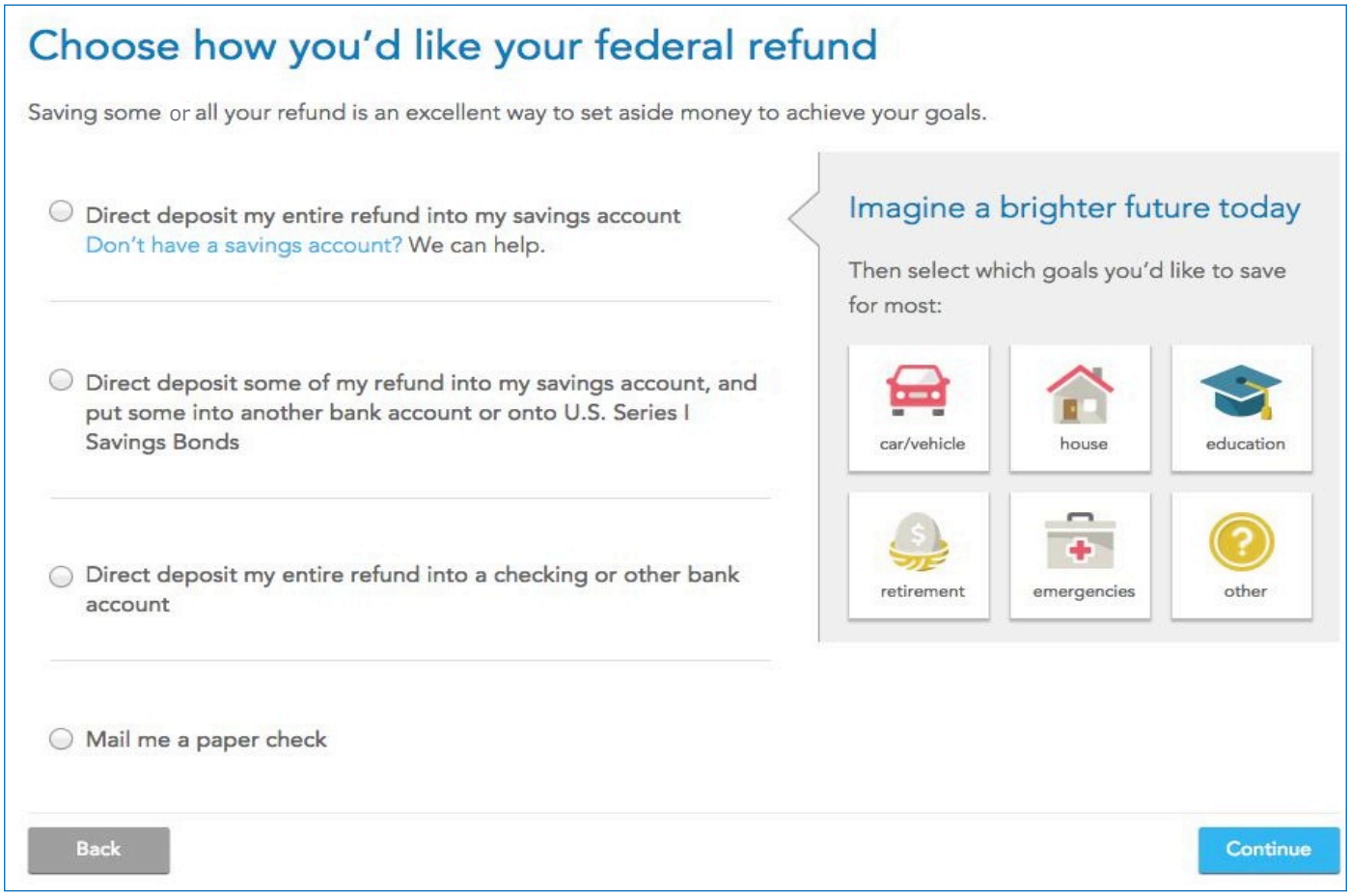
R2S augmente le taux d'épargne durant la période des impôts

Comme résultat aux interventions de 2015, les chercheurs ont observé que les groupes de traitement choisissaient d'épargner leur remboursement d'impôt à un taux de 12 à 14 % comparativement au groupe de référence qui déposait leurs fonds dans un compte d'épargne à un taux de 8 %. Ils ont également noté que le message concernant l'épargne en vue d'une urgence conjointement à l'architecture du choix était celui à l'origine du plus grand nombre de décisions menant à l'épargne.

De plus, bien que les membres du groupe de référence aient déposé en moyenne 150 $ dans un compte d'épargne, les membres des groupes de traitement choisissaient de déposer en moyenne un montant largement supérieur, soit entre 225 et 250 $ US. Ces interventions ont incité 21 012 déclarants de plus à faible et moyen revenu épargner, de sorte que 35,6 millions $ US ont été déposés dans des instruments d'épargne.

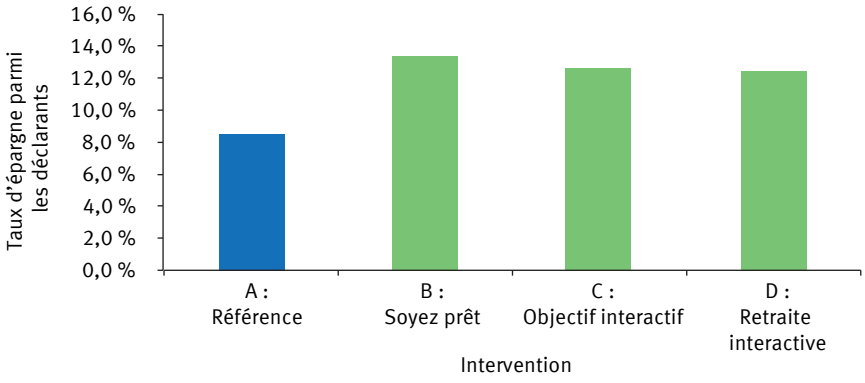
Il est important de noter que, bien que les initiatives d'éducation financière nécessitent souvent que les participants y consacrent du temps et que les fournisseurs de services y consacrent des ressources considérables, l'utilisation d'un logiciel de préparation des déclarations de revenus pour joindre des millions de déclarants permet à l'initiative R2S d'effectuer « une intervention peu coûteuse, très évolutive et nécessitant peu d'interaction entre les intervenants et les participants » grâce à laquelle un participant peut prendre une décision financière positive en quelques secondes.

Figure 9 : Choix d'objectifs



Des options d'épargne pratiques et interactives pour leur remboursement d'impôt ont été proposées aux déclarants participant au projet de recherche R2S.

Figure 10 : Épargner le remboursement d'impôt en vue d'objectifs futurs



Parmi les déclarants qui ont été fortement encouragés à épargner leur remboursement d'impôt en vue d'une urgence, de la retraite ou d'autres objectifs à long terme, le taux d'épargne a augmenté significativement par rapport au groupe de référence.

Dr Roll a également souligné que les interventions effectuées durant la période des impôts peuvent fournir des données de recherche extrêmement précieuses pour les décideurs politiques. Les participants au programme R2S sont invités à participer au sondage Household Financial Survey au moment de soumettre leurs déclarations de revenus, ainsi que six mois plus tard. Les chercheurs ont recueilli des données inédites sur des enjeux comme la propension qu'ont les déclarants à utiliser d'autres services financiers, comme les services de prêt sur salaire ou les services d'encaissement de chèque, et ils ont été en mesure d'examiner le lien entre plusieurs résultats et comportements financiers et des facteurs démographiques importants, comme la race/l'ethnicité, l'éducation et le revenu.

Bien qu'on doive reconnaître qu'il existe des différences entre les régimes fiscaux canadien et américain, Dr Roll a indiqué qu'il serait très prometteur d'appliquer les leçons apprises de l'initiative R2S au système fiscal canadien. Par exemple, parmi les 26 millions de déclarations de revenus soumises au Canada, 76 % d'entre elles sont complétées électroniquement, ce qui ouvre la voie à des interventions en ligne. De plus, au Canada, le remboursement moyen s'élève à 1641 $ CA, ce qui représente une hausse potentielle importante du taux d'épargne annuel des Canadiens.

Pour en savoir plus : Refund to Savings Initiative

« Ce programme a très bien fonctionné aux É.-U. et, après avoir considéré vos propres possibilités et défis, je crois qu'il pourrait être adapté au système fiscal canadien. Nous avons démontré que des interventions peu coûteuses et n'exigeant que peu d'interaction entre les intervenants et les participants peuvent mener à des changements de comportement si vous communiquez avec les bonnes personnes aux bons moments et de la bonne manière. »
Stephen Roll, Université de Washington à Saint-Louis

Accroître l'efficacité de l'évaluation

Les fournisseurs d'outils de littératie financière sont souvent aux prises avec un processus de conception d'outils d'évaluation pour leurs initiatives d'éducation financière qui est long, complexe et coûteux.

Pour remédier à cette situation, **Prospérité Canada**, un organisme de bienfaisance national qui se consacre à élargir les possibilités économiques des Canadiens vivant dans la pauvreté, a reçu du financement de l'Association des banquiers canadiens pour construire un outil d'évaluation des résultats en ligne convivial. L'ACFC a contribué à la mise au point de cet outil en offrant une expertise en la matière, des conseils et une orientation pour qu'il soit harmonisé à la Stratégie nationale pour la littératie financière et qu'il l'appuie. Un groupe consultatif, composé d'experts internationaux, a également contribué à la mise au point de cet outil important.

Améliorer l'évaluation des programmes en matière de littératie financière au Canada

Lilian Knorr, Ph. D., directrice de recherche, et **Salima Shariff**, chercheure et agente d'évaluation, à Prospérité Canada ont présenté leur nouvel outil d'évaluation des résultats en matière de littératie financière qui héberge des questions et des échelles éprouvées en un seul endroit pour aider les organisations à évaluer les résultats de leurs programmes de littératie financière et de responsabilisation financière.

En se lançant dans ce projet, l'équipe de recherche a reconnu que, bien que d'excellentes trousses d'évaluation soient disponibles pour aider les utilisateurs à concevoir des évaluations, ainsi qu'un modèle logique et des méthodologies de collecte de données, ces outils sont rarement propres à un domaine. C'est donc pour cette raison qu'ils ne peuvent pas aider les utilisateurs à choisir de bonnes

Figure 11 : Nouvel outil d'évaluation de Prospérité Canada

L'outil d'évaluation des résultats en matière de littératie financière, conçu par Prospérité Canada, aide à surmonter les obstacles difficiles qui nuisent à l'efficacité de l'évaluation des résultats des programmes de littératie financière et de responsabilisation financière en créant un outil de conception et une base de données d'évaluation en ligne conviviaux.

questions éprouvées pour obtenir des données probantes qui mesurent efficacement leurs résultats.

Par conséquent, l'équipe de recherche a décidé de bâtir un outil en ligne pour aider les intervenants à choisir des questions qui peuvent être utilisées pour concevoir des sondages à mener avant et après leur programme et recueillir des données pour mesurer l'impact de leur programme.

Mettre au point l'outil d'évaluation optimal

Pour mettre au point l'outil, les chercheurs ont étudié des questions et des échelles éprouvées dans le domaine de la littératie et la responsabilisation financières. Ils ont également procédé à une révision rigoureuse des indicateurs afin de trouver les meilleures questions à inclure et les métadonnées conformes aux normes internationales, en plus de consulter des experts, des praticiens et des intervenants du domaine de la littératie financière.

Les questions et échelles d'évaluation ont été obtenues d'institutions internationales réputées et de la communauté canadienne d'organismes à but non lucratif et touchaient des sujets allant de la préparation d'un budget à la réduction de l'endettement, en passant par l'accès aux services financiers et l'atteinte des objectifs financiers.

Fournir aux utilisateurs des options de conception

L'outil d'évaluation des résultats propose deux options aux utilisateurs pour trouver des questions et des échelles pouvant être utilisées pour évaluer le ou les résultats d'un programme d'éducation, d'aide ou d'accompagnement dans le domaine financier.

- Les utilisateurs peuvent suivre un processus de sélection guidé au cours duquel l'outil propose certaines questions et échelles en fonction de critères de sélection. L'utilisateur peut alors choisir les questions et échelles les plus appropriées à son programme et aux participants et les télécharger en format Word ou Excel.
- Les utilisateurs peuvent accéder aux questions et échelles en utilisant l'option « Parcourir ». Cette approche, particulièrement intéressante pour les évaluateurs aguerris, leur permet de chercher des questions liées spécifiquement à un domaine de résultats ou à un instrument qui les intéressent. Ils peuvent ensuite exporter les questions choisies en format Word ou Excel.

L'outil offre un mécanisme de rétroaction pour que les utilisateurs puissent commenter son efficacité et une page de ressources qui dirige les utilisateurs vers de l'information utile au sujet de l'évaluation de programme.

Un outil précieux pour toute organisation

L'outil en ligne, qui a été officiellement lancé au début de 2017, est accessible à www.outcomeeval.org. Offert en français et en anglais, cette plateforme gratuite et conviviale est une ressource indispensable à tout évaluateur aguerri ou à toute organisation possédant la capacité d'effectuer une évaluation de son programme.

Pour en savoir plus : http://outcomeeval.org/

Présentation des affiches

Dans le cadre du Symposium, les délégués ont pu voir des présentations d'affiches. Ces affiches présentaient des résultats de recherche et les représentants des organisations concernées étaient présents pour discuter de leurs projets de recherche et répondre aux questions. Un résumé des affiches est fourni ci-dessous et les lecteurs peuvent avoir accès à toutes les présentations en communiquant directement avec les auteurs.

Titre de l'affiche	Présentateur	Résumé
Financer une auto : Tendances du marché	Agence de la consommation en matière financière du Canada Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : ResearchandPolicy-RechercheetPolitique@fcac-acfc.gc.ca	Les voitures sont l'actif non financier que possèdent le plus grand nombre de Canadiens. L'ACFC a récemment procédé à un examen ciblé du marché du financement des voitures dans le but d'en dégager les tendances, les pratiques de l'industrie et les enjeux pour les consommateurs. Cette affiche présente quelques-uns des résultats de cette recherche.
La littératie financière et le bien-être financier à la retraite au Canada	Agence de la consommation en matière financière du Canada Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : ResearchandPolicy-RechercheetPolitique@fcac-acfc.gc.ca	Comparativement aux Canadiens plus jeunes, les ainés obtiennent les scores les plus bas lors d'évaluations des connaissances financières, alors qu'ils évaluent leur confiance financière de façon plus élevée que tout autre groupe d'âge. À partir d'une analyse de l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014, l'équipe de recherche de l'ACFC a examiné le lien entre la littératie financière et la capacité des ainés à répondre à leurs besoins financiers durant la retraite. Cette affiche présente les résultats de cette étude.
Fraud in Canada : Incidence and Levels of Awareness and Prevention (Fraude au Canada : incidence et niveaux de sensibilisation et de prévention)	Cairine Wilson et Paul Long Comptables professionnels agréés du Canada Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : PLong@cpacanada.ca	Selon le Centre antifraude du Canada, seulement 5 % des fraudes commises au Canada sont signalées. Cette affiche présente les résultats de l'Enquête de CPA Canada sur la fraude 2016 qui examinait plus en profondeur la sensibilisation à la fraude et la prévention de celle-ci : ▪ À quel point la fraude est-elle répandue au Canada? ▪ Dans quelle mesure les Canadiens sont-ils sensibilisés à la fraude et à quel point se protègent ils? ▪ Ceci a-t-il une incidence sur leurs comportements?

Titre de l'affiche	Présentateur	Résumé
Millennials in Crisis: Myth Busting Millennial Debt Narratives (La génération Y en crise : déboulonner les mythes concernant le niveau d'endettement de la génération Y)	Stephanie Ben-Ishai École de droit Osgoode Hall Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : SBenIshai@osgoode.yorku.ca	Les médias montrent souvent la génération Y comme étant la génération la plus endettée et la plus en difficulté. Cette affiche présente les résultats d'une étude examinant l'exactitude de ce commentaire et le rôle que jouent les initiatives récentes en littératie financière ainsi que l'évolution des mesures législatives pour protéger les personnes de cette génération.
Prêts sur salaire : Tendances du marché	Agence de la consommation en matière financière du Canada Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : ResearchandPolicy-RechercheetPolitique@fcac-acfc.gc.ca	Cette affiche présente les résultats d'une enquête de l'ACFC menée en 2016 sur les utilisateurs de prêts sur salaire au Canada. Les questions de recherche clés visaient à savoir qui sont les gens qui utilisent les prêts sur salaire et pourquoi les utilisent-ils, quel est le lien entre la littératie financière et l'utilisation de prêts sur salaire et si les consommateurs sont bien informés quant aux coûts associés à ce type de prêts comparativement à d'autres formes de crédit.
Self-Confidence, Self Efficacy, Financial Knowledge and their Association with Financial Behaviour: A Canadian Study (Confiance en soi, autoefficacité et connaissances financières et leur lien avec les comportements financiers : une étude canadienne)	Tania Morris and Vivi Koffi Université de Moncton Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : tania.morris@umoncton.ca ou vivi.koffi@umoncton.ca	Cette affiche présente les résultats et les leçons apprises d'une étude visant à mieux comprendre les interactions entre diverses composantes qui influencent les comportements financiers des étudiants universitaires canadiens.
Enquête internationale de l'OCDE et du RIEF sur la littératie financière des adultes canadiens – Du point de vue du Canada	Agence de la consommation en matière financière du Canada Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : ResearchandPolicy-RechercheetPolitique@fcac-acfc.gc.ca	L'Organisation de coopération et de développement économiques et le Réseau international sur l'éducation financière (OCDE/RIEF) ont conçu une mesure internationale de la littératie financière et de l'inclusion financière. Les résultats démontrent que les Canadiens ont obtenu de bons scores sur les mesures globales de littératie financière comparativement aux habitants d'autres pays. L'ACFC a analysé plus en profondeur les résultats afin de trouver les lacunes dans les connaissances et les compétences financières des Canadiens et cette affiche présente les résultats de cette analyse.

Titre de l'affiche	Présentateur	Résumé
Understanding the Financial Knowledge Gap across the Life Course (Comprendre les lacunes dans les connaissances financières tout au long du parcours de vie)	Mohammad N. Khan, David W. Rothwell, et Katrina Cherney, Université McGill, Centre de recherche sur l'enfance et la famille, Montréal (Québec) et Collège pour la santé publique de l'Université d'État de l'Oregon, Corvallis, OR, É.-U. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : contact:mohammad.khan7@mail.mcgill.ca ou david.rothwell@oregonstate.edu	En analysant les données de 2009 et de 2014 de l'Enquête canadienne sur les capacités financières, cette équipe de recherche a exploré les « lacunes dans les connaissances financières » – l'écart entre les connaissances financières objectives et subjectives. Cette affiche présente leurs résultats, notamment en quoi le parcours de vie est lié aux lacunes dans les connaissances financières.

Participer

Tirer profit de la puissance de la recherche pour obtenir de meilleurs résultats financiers

Le Symposium a clairement démontré que le sujet suscite beaucoup d'intérêt et que beaucoup de travaux sont en cours au Canada et ailleurs dans le monde pour enrichir des vies au moyen de la recherche en littératie financière. D'éminents chercheurs explorent et innovent pour mieux comprendre les comportements financiers des consommateurs et la complexité des facteurs qui influencent la prise de décisions financières.

Bien que les types d'études varient, plusieurs travaux de recherche mènent vers des thèmes semblables, et ce que nous en tirons est une profonde connaissance qui nous donne un aperçu des lacunes dans les connaissances et des groupes de la population qui sont les plus vulnérables. Parallèlement, les plus récents résultats ouvrent la voie à de grandes possibilités : se servir de ce que nous avons appris pour améliorer la conception et la prestation de l'éducation financière et pour faire connaître le rôle émergeant des approches de changement de comportement.

Le **Plan de recherche national sur la littératie financière** du Canada se veut un moyen de concentrer les efforts et améliorer la coordination parmi les chercheurs dans le but de générer des données probantes empiriques clés qui contribueront à la réussite de la mise en œuvre de la Stratégie nationale pour la littératie financière – *Compte sur moi, Canada*. Le plan décrit les possibilités de recherche clés et les principaux domaines qui sont d'intérêt prioritaire aux objectifs de la Stratégie nationale.

Au fur et à mesure que le domaine de la littératie financière gagne en maturité, la recherche sera indispensable pour mettre en œuvre des initiatives mieux conçues, mieux ciblées et plus efficaces dans les prochaines années alors que nous travaillons collectivement à améliorer le bien-être financier des Canadiens.

PARTICIPER

Lisez et participez au Plan de recherche national sur la littératie financière.

L'ACFC est à la recherche de partenaires de recherche et de bailleurs de fonds pour des projets à venir.

PARTAGER

Inspiré?
Partagez ce rapport et toutes les recherches futures sur Twitter en utilisant le mot-clic :

#RechercheFinLit

UTILISER

Proposez une ressource à inclure dans la base de données canadienne sur la littératie financière de l'ACFC.

Annexe

ORDRE DU JOUR DU SYMPOSIUM – 6 NOVEMBRE 2016

9 h **Mot de bienvenue et présentation**
Bruno Levesque, directeur, Éducation des consommateurs, Recherche et politique, ACFC

9 h 15 **Conférencière principale**
Jane Rooney, chef du développement de la littératie financière, ACFC

9 h 30 **Discussion de groupe**
Thème : Aperçu des tendances internationales : approche avant-gardiste en matière de littératie financière
Animateur : David Rothwell, Université d'État de l'Oregon

1. *Établissement d'un budget et décisions financières aux É.-U.*
   Gary Mottola, FINRA Investor Education Foundation
2. *La fragilité financière des ménages aux États-Unis : éléments probants et implications*
   Carlo del Bassa Scheresberg, Global Financial Literacy Excellence Center
3. *Les répercussions de l'éducation financière sur les attitudes : une perspective axée sur le parcours de vie*
   David Rothwell, Université d'État de l'Oregon
4. *Le bien-être financier : l'objectif de l'éducation financière*
   Genevieve Melford, Consumer Financial Protection Bureau

10 h 45 **Pause santé et présentation des affiches**

11 h **Thème : Préparation d'un budget et planification pour parer aux imprévus**
Animateur : Karen Duncan, Université du Manitoba

1. *Coincé : faire face aux contraintes grâce à la planification efficace et à l'établissement des priorités*
   Christina Kan, Université Texas A&M
2. *L'application mobile Carotte Points Santé aide à bâtir la confiance parmi les personnes qui n'établissent pas de budget*
   Marcie McLean-McKay, Agence de la consommation en matière financière du Canada

12 h **Pause santé et présentation des affiches**

13 h 15 **Conférencier**
Thème : La complexité du choix des produits financiers
Andrew Nicholson
Commission des services financiers et des services aux consommateurs du Nouveau-Brunswick

13 h 30 **Thème : Choix des produits et des services financiers et constitution d'un fonds d'épargne d'urgence**
Animateur : Pierre-Carl Michaud, HEC Montréal
1. *Trousse de littératie financière*
   Avni Shah, Université de Toronto
2. *Refund to Savings (initiative en matière de remboursement et d'épargne) : renforcer la sécurité financière dans la période des impôts*
   Stephen Roll, Université de Washington à Saint-Louis

14 h 30 **Pause santé et présentation des affiches**

14 h 45 **Thème : Accroître l'efficacité de l'évaluation des programmes en matière de littératie financière**
Animateur : Maura Drew-Lytle, Association des banquiers canadiens
Améliorer l'évaluation des programmes en matière de littératie financière au Canada
Lillian Knorr et Salima Shariff, Prospérité Canada

15 h 45 **Mot de la fin**
Jane Rooney, chef du développement de la littératie financière, ACFC

Liste des organisations participantes

- ABC Life Literacy Canada
- British Columbia Institute of Technology
- Société canadienne d'hypothèques et de logement
- Association canadienne des responsables de l'aide financière aux étudiants
- Association des banquiers canadiens
- Canadian Centre for Elder Law
- Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes
- Université Concordia d'Edmonton
- Consumer Financial Protection Bureau (É.-U.)
- CPA Canada
- CPA Nouveau-Brunswick
- Conseil en crédit du Canada
- Services crédit conseil du Canada atlantique
- Université Dalhousie
- Société d'inclusion économique et sociale
- Emploi et Développement social Canada
- Commission des services financiers et des services aux consommateurs du Nouveau-Brunswick
- Agence de la consommation en matière financière du Canada
- Fondation pour la planification financière
- Commission des services financiers de l'Ontario
- FINRA Foundation
- Global Financial Literacy Excellence Center
- Gouvernement de l'Î.-P.-É., Main-d'œuvre et Études supérieures
- HEC Montréal
- HigherEdPoints.com
- Affaires autochtones et du Nord Canada
- Institut des fonds d'investissement du Canada
- Université Kingswood
- École de travail social de l'Université McGill
- Ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance
- Université Mount Royal
- Banque Nationale
- NBTA Credit Union
- Université OCAD
- Université d'État de l'Oregon
- Prospérité Canada
- Saint John Community Loan Fund Inc.
- Université Saint Mary's
- Banque Scotia
- Université Simon Fraser
- Groupe financier Banque TD
- Université Texas A&M
- UNI Coopération financière
- Université King's College
- Université du Manitoba
- Université de Moncton
- Université de Toronto
- Université du Nouveau-Brunswick
- Université de Winnipeg
- Université de Washington à Saint-Louis
- Université York

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