

Montréal, le 19 avril 2010

Monsieur Donald A. Stewart
Président
Groupe de travail sur la littératie financière
255, rue Albert, 11^e étage
Ottawa (Ontario)
K1A 0G5

Objet : Recommandations de l'Autorité des marchés financiers au Groupe de travail sur la littératie financière

Monsieur le président,

Je tiens tout d'abord à souligner le travail et l'implication des membres du Groupe de travail et je les remercie à l'avance de l'écoute qu'ils auront à l'égard de l'Autorité des marchés financiers et de tous les organismes et individus qui se présenteront aux séances de consultation. Je suis persuadé que la mise en commun de nos idées sur la question est un pas de plus dans la réalisation d'un grand défi, celui de hausser l'intérêt des consommateurs envers l'éducation financière.

D'entrée de jeu, quatre remarques générales s'imposent.

Premièrement, le défi d'améliorer la littératie financière est très important au Québec comme ailleurs au Canada. D'ailleurs, il ressort du récent sondage réalisé pour les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM) le manque d'intérêt évident de la population canadienne pour les questions financières. Par exemple, au Québec, malgré que 83 % de la population croit qu'il est de sa responsabilité d'acquérir les connaissances nécessaires pour faire des choix financiers éclairés, 78 % de la population n'a fait aucune forme de recherche sur l'épargne et l'investissement en 2009.

Deuxièmement, hausser le niveau de littératie financière d'une société, tout comme hausser son niveau de vie ou son niveau de santé, est un projet de longue haleine. Toute stratégie à cet égard doit se donner une vision et des actions à moyen et long terme. Elle doit prévoir des efforts soutenus de tous les intervenants concernés afin d'atteindre des résultats concrets.

Troisièmement, malgré tous les efforts que l'on souhaite déployer et les programmes que l'on pourrait mettre en place, l'amélioration de la littératie financière doit tabler sur une implication directe du système scolaire. Les transactions financières sont au cœur de la vie des citoyens. L'apprentissage des connaissances fondamentales dans ce domaine doit être traité au même niveau que l'apprentissage de celles dans d'autres domaines d'importance.

Jean St-Gelais
Président-directeur général

Québec
Place de la Cité, tour Cominar
2640, boulevard Laurier
8^e étage
Sainte-Foy (Québec)
G1V 5C1
tél. : 418.525.7571
télééc. : 418.528.2791

Montréal
800, square Victoria
22^e étage
C.P. 246, tour de la Bourse
Montréal (Québec)
H4Z 1G3
tél. : 418.525.7571
télééc. : 514.873.0711

Quatrièmement, au-delà des responsabilités qui incombent aux consommateurs, il s'avère essentiel de susciter leur intérêt pour la gestion de leurs finances personnelles. Il s'agit probablement là du principal défi que toute stratégie de rehaussement de la littératie financière doit relever en priorité. Nous aurons beau développer les initiatives les plus pertinentes en matière d'éducation financière, si les consommateurs n'y trouvent aucun intérêt, nos efforts seront vains.

L'Autorité et son mandat en éducation financière

La création de l'Autorité en 2004 marque un tournant important et novateur dans le rôle d'encadrement et de réglementation du secteur financier québécois. De fait, les consommateurs québécois ont désormais accès à un *guichet unique* où ils peuvent obtenir l'information et les services d'assistance dans les domaines des valeurs mobilières, de l'assurance, de l'indemnisation et des institutions de dépôt, excluant les banques.

Ce *guichet unique* regroupe le Centre d'information, le Service du traitement des plaintes, la Direction de l'indemnisation et le Service des programmes de sensibilisation. L'Autorité dispose également du Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance qui finance des projets de recherche et d'intervention en éducation financière.

Avec cette approche intégrée et l'ensemble des ressources consacrées à l'assistance, l'Autorité contribue activement à l'acquisition de connaissances et de compétences permettant aux consommateurs de prendre des décisions financières éclairées, tout en favorisant les retombées positives sur l'activité économique.

Dans la réalisation de son mandat en éducation financière, l'Autorité produit et diffuse une gamme variée d'outils d'information et d'activités publiques. À cet égard, elle profite avantageusement du mandat élargi qui lui est confié en tant que régulateur des marchés financiers québécois. Les données tirées du Centre d'information, celles du Service du traitement des plaintes et celles des services d'enquêtes permettent d'identifier des problématiques et des tendances pour lesquelles des initiatives de sensibilisation sont élaborées : mises en garde, feuillets d'information, brochures, Info-courriel ou encore ajout d'information sur le site Web. Ces initiatives peuvent ainsi inclure des notions en investissement, en produits d'assurance ou encore en gestion budgétaire et en planification financière pour la retraite.

Le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance de l'Autorité s'avère aussi un outil privilégié pour établir des partenariats et financer des initiatives. Depuis sa création en 2004, le Fonds a versé environ 7 millions de dollars pour le financement de plus de 60 projets.

Enfin, l'apport en information et en expertise de nos partenaires constitue également une source d'information qui guide l'élaboration et la mise en œuvre d'initiatives en éducation financière.

Un mandat éducatif axé sur la collaboration

L'Autorité mise beaucoup sur la collaboration comme effet de levier dans l'élaboration et la diffusion d'initiatives en éducation financière. Avec ses partenaires des réseaux de l'éducation, des organismes communautaires et des associations vouées à la protection des consommateurs, l'Autorité encourage les échanges sur les réussites et les problématiques recensées au Québec.

À l'automne dernier, l'Autorité a lancé la première édition de la *Journée Éducation* qui regroupait une quarantaine d'organismes et de spécialistes. Cette rencontre a notamment pour objectifs de favoriser et d'optimiser la collaboration, d'éliminer les doublons et de combler les besoins les plus évidents ainsi que de créer un lieu commun de diffusion des meilleurs outils et programmes éducatifs.

L'Autorité participe également à plusieurs projets pancanadiens comme ceux des Autorités canadiennes en valeurs mobilières ou du Forum conjoint des autorités de réglementation du marché financier. L'Autorité contribue entre autres à l'élaboration du contenu et à la traduction d'outils ou de programmes, les rendant ainsi rapidement accessibles aux francophones canadiens.

Par ailleurs, pour assurer que certaines initiatives pancanadiennes puissent être accessibles aux consommateurs québécois, des organismes comme l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) ont recours à l'expertise de l'Autorité. Ce type de collaboration permet d'adapter le contenu pour tenir compte des spécificités qui distinguent les marchés financiers et les programmes sociaux au Québec.

L'Autorité suit aussi de près les travaux en éducation financière de regroupements internationaux comme la North American Securities Administrators Association (NASAA), l'International Forum for Investor Education (IFIE) et aussi ceux de l'International Gateway for Financial Education (rattaché à l'OCDE).

La collaboration est donc une priorité pour l'Autorité et se traduit par de nombreux projets concrets, aussi bien au Québec qu'au Canada et au-delà de ses frontières.

Une stratégie canadienne respectueuse des compétences provinciales

Dans le rapport qu'il a produit pour la consultation, le Groupe de travail identifie quelques pays qui se sont dotés d'une politique nationale en éducation financière comme l'Angleterre (Royaume-Uni) ou la Nouvelle-Zélande. Ces pays ont toutefois un programme national en éducation primaire et secondaire, contrairement au Canada où l'éducation est confiée aux provinces et territoires.

Bien que cela soit mentionné à plus d'une reprise dans le rapport du Groupe de travail, il est important de réitérer que la stratégie qu'entend éventuellement proposer le Groupe de travail doit respecter les compétences provinciales et territoriales en matière d'éducation. Cela s'avère particulièrement important dans la mesure où les ressources sont rares et les défis à relever sont importants. La stratégie fédérale doit éviter des doublons de programmes aussi coûteux qu'improductifs.

Une stratégie canadienne consacrée à susciter l'intérêt des consommateurs

Tel que je l'ai indiqué précédemment, susciter l'intérêt des consommateurs représente vraisemblablement le défi le plus important que doit relever toute stratégie visant à rehausser la littératie financière.

Dans la mesure où le gouvernement canadien dispose de ressources financières afin de mettre en œuvre sa stratégie, celles-ci devraient en premier lieu être consacrées à promouvoir les avantages de l'éducation financière et les services et programmes déjà disponibles dans chacun des territoires et chacune des provinces. Comme l'indiquent les résultats du sondage des ACVM, la nécessité d'augmenter l'intérêt des citoyens pour la littératie financière est présente d'un océan à l'autre. En s'attaquant prioritairement à cet enjeu, la stratégie fédérale ferait œuvre utile sans créer de chevauchements et de doublons avec les programmes administrés par les provinces.

Une stratégie canadienne favorisant les échanges entre les acteurs en éducation financière sans imposer un cadre formel

La stratégie canadienne devrait favoriser les échanges sur les pratiques, les problématiques et les succès, sans toutefois imposer un cadre de collaboration formel.

La grandeur du territoire canadien, la multiplicité des clientèles et des problématiques, le bilinguisme officiel et surtout les différences majeures dans l'environnement financier et social, notamment au Québec par rapport au reste du Canada, constituent des éléments qui militent en faveur d'une approche très décentralisée. L'autonomie et l'unicité des organismes canadiens et québécois d'aide aux consommateurs limitent également la portée d'une stratégie canadienne de collaboration.

Au Québec, ces organismes, le plus souvent connus sous le vocable d'ACEF (Association coopérative d'économie familiale), ont depuis 40 ans élaboré des outils précisément adaptés à leurs clientèles locales. Des réseaux québécois permettent d'échanger et de mettre en commun les ressources, ce qui optimise les résultats pour des organisations disposant de moyens très limités. Ce dernier aspect est important au moment de considérer l'encadrement de la collaboration. Comment les inclure à l'échelle nationale? Comment donner une voix de même portée aux petits et grands joueurs? Comment financer l'accessibilité de tous les outils dans les deux langues, en termes de coûts et de délais?

La reconnaissance de la spécificité du Québec et de l'expertise de l'Autorité

L'élaboration et le contenu d'un programme éducatif doivent assurer des points de repère aux publics ciblés. Ces aspects reconnus par tous les spécialistes sont encore plus évidents pour le Québec dans le cadre d'une approche pancanadienne. L'environnement financier et social québécois se démarque, pour ne citer que quelques exemples, par l'existence d'un programme

universel d'assurance de responsabilité civile pour les automobilistes, par un système scolaire incluant le secondaire et le collégial (cégep), par la forte présence des coopératives financières, par un régime distinct d'assurance-dépôts et d'indemnisation et aussi par la présence du régulateur « intégré » qu'est l'Autorité.

Aucun programme éducatif complet ne peut être offert au Québec s'il n'est pas adapté afin de prendre en compte les particularités de la société québécoise. En effet, la réalisation d'un budget comporte des considérations différentes s'il est préparé au Québec plutôt qu'en Ontario, l'achat d'une police d'assurance automobile au Québec ne réfère pas aux mêmes caractéristiques au Québec qu'ailleurs au pays, les recours d'un consommateur québécois ne sont pas les mêmes que ceux des autres provinces et la formule du *guichet unique* pour assister les consommateurs de produits et services financiers n'existe qu'au Québec. Ces quelques éléments distinctifs sont donc un obstacle à l'uniformisation « canadienne » des programmes. Un programme typiquement canadien n'offre donc pas les bons repères aux publics cibles québécois et, à l'inverse, un programme québécois ne peut être repris intégralement ailleurs au Canada.

D'ailleurs, les principaux acteurs canadiens reconnaissent cet obstacle à l'uniformisation. Récemment, l'ACFC a sollicité l'expertise de l'Autorité pour adapter le contenu du programme *La Zone* offert aux jeunes en milieu scolaire. La version canadienne en langue française sera bonifiée d'un ajout d'une vingtaine de pages uniquement pour fournir aux enseignants toutes les précisions devant être prises en compte pour le Québec. L'Autorité a aussi été retenue pour adapter le contenu d'un autre programme éducatif pour les adultes amorcé cette fois par l'ACFC et l'Investor Education Fund de Toronto. À chacune de ces occasions, la collaboration se fait dans le respect des compétences et du mandat des parties impliquées.

Recommandations

L'Autorité salue la contribution du Groupe de travail sur la littératie financière et celle de tous les organismes et spécialistes qui s'efforcent d'intéresser et d'outiller les consommateurs pour leur permettre de faire des choix financiers éclairés et ainsi contribuer à leur mieux-être.

À la lumière de l'analyse que nous avons faite dans le cadre de cette consultation et étant donné le rôle que joue l'Autorité dans l'élaboration et l'offre de programmes éducatifs, nous croyons que le Groupe de travail pourrait trouver avantage à poursuivre sa réflexion en considérant les recommandations suivantes :

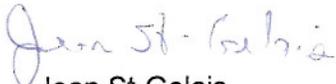
- La stratégie devrait s'attaquer en priorité au plus important défi, celui de hausser l'intérêt des consommateurs pour l'éducation financière à l'échelle canadienne
- La stratégie devrait être élaborée et mise en œuvre dans le respect des responsabilités des provinces et territoires, tout particulièrement en matière d'éducation;
- La stratégie devrait être élaborée à partir de ce que font déjà les provinces et divers organismes afin d'éviter les chevauchements improductifs et coûteux;

- La stratégie devrait limiter la portée du cadre de collaboration souhaité et respecter ainsi la diversité des ressources et l'autonomie chère à plusieurs organismes et experts dans le domaine;
- La stratégie devrait aller au-delà de la simple promotion de programmes uniformes bilingues pour l'ensemble des Canadiens afin d'assurer l'accès à de l'information appropriée et adaptée, surtout pour les consommateurs québécois.

Le projet d'accroître les connaissances et les compétences financières des consommateurs est entrepris depuis déjà plusieurs années au Québec et, tout particulièrement à l'Autorité des marchés financiers. Ce projet s'inscrit pour nous dans une perspective de long terme et de collaboration des divers intervenants. L'initiative menée par le Groupe de travail peut toutefois marquer un tournant si les efforts concertés sont consacrés au premier grand défi, celui de hausser l'intérêt des consommateurs envers les questions financières.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous saurez porter à nos recommandations et vous assurons de notre volonté à contribuer au succès de cette initiative.

Veillez agréer, Mesdames, Messieurs, l'expression de nos sentiments les meilleurs.


Jean St-Gelais