



DOCUMENT D'INFORMATION : OBJECTIFS PROPOSÉS

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) travaille au renouvellement de la stratégie canadienne pour la littératie financière. Nous avons identifié un certain nombre d'objectifs qui pourraient constituer des domaines d'action prioritaires pour la stratégie. Les données probantes disponibles à ce jour suggèrent que ces priorités devraient être établies en raison de leur influence sur le bien-être financier et de leur pertinence non seulement en période d'incertitude, mais aussi à toutes les étapes de la vie.

Objectif proposé :

« Rompre l'habitude de la dette »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- évitent d'emprunter pour payer leurs dépenses quotidiennes;
- accordent la priorité au remboursement de leur dette et font des choix éclairés en matière d'emprunt;
- demandent de l'aide avec assurance lorsqu'ils ont besoin d'un coup de main avec leurs problèmes d'endettement.

Quels sont les publics prioritaires?

Cet objectif est axé sur les personnes qui :

- comptent sur les dettes pour payer les produits de première nécessité;
- sont surendettés financièrement.

Pourquoi cet objectif est-il important?

La dette est un élément réaliste de la vie moderne. Les avantages sont importants. Les conséquences aussi. C'est pourquoi il est important de faire des choix éclairés sur l'emprunt d'argent et l'utilisation du crédit. La dette continue d'être un énorme problème pour de nombreux Canadiens. C'est un risque majeur pour leur sécurité financière; et une cause majeure de leur stress. Depuis des années, le niveau d'endettement des particuliers et des ménages est préoccupant. Avant même la pandémie, de nombreux Canadiens jonglaient avec des hypothèques, des soldes de cartes de crédit, des prêts étudiants et des marges de crédit énormes. Maintenant, la pandémie s'y est ajoutée.

Faits saillants et observations

- Un Canadien sur quatre dit emprunter pour acheter de la nourriture ou payer ses dépenses quotidiennes.
- 31 % des Canadiens estiment qu'ils sont trop endettés.
- Fin 2019, les Canadiens avaient une dette de 1,77 \$ pour chaque dollar de revenu. En 2007, ce chiffre était de 1,44 \$.
- 7 % des Canadiens ont recours aux prêts sur salaire.



Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

De nombreux groupes sont déjà actifs dans ce secteur. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de la manière dont les parties prenantes peuvent contribuer à faire progresser l'atteinte de l'objectif, et nous vous invitons à nous faire part d'autres idées que vous pourriez avoir :

Éduquer

- Fournir un accès gratuit à des ressources impartiales qui fournissent des conseils pertinents sur l'endettement, dans un langage simple.
- Enseigner aux Canadiens des stratégies de remboursement optimales (surtout si les gens ont plusieurs dettes), ce qui peut faire une grande différence sur le coût total.

Communiquer

- Créer une campagne nationale de sensibilisation du public sur la réduction de l'endettement, axée sur l'habitude de remboursement (susciter un changement de culture qui célèbre la gestion responsable de la dette).
- Rendre le remboursement des dettes moins accablant en favorisant la réalisation d'objectifs, car des études comportementales montrent que les personnes qui réussissent à rembourser leurs dettes se fixent des « sous-objectifs » et s'y attaquent un à la fois, ce qui leur donne un sentiment de progrès.

Soutenir

- Soutenir l'adoption précoce de conseils sur l'endettement par les Canadiens surendettés, en indiquant les possibilités d'intervenir plus rapidement pour appuyer ceux qui ont besoin d'aide.
- Donner la priorité à des activités comme l'encadrement (coaching) qui aide les individus à acquérir une confiance financière et à faire preuve d'attitudes responsables à l'égard de l'endettement et de l'utilisation du crédit.
- Concevoir des produits de crédit/d'emprunt de manière à réduire la probabilité de surendettement.

Collaborer

- Établir des partenariats pour élaborer ou renforcer les initiatives d'encadrement financier et de remboursement.
- Partager des ressources avec les organismes communautaires qui travaillent avec les Canadiens en difficulté financière.
- Apprendre des chercheurs et des praticiens pour voir comment les données se traduisent dans le monde réel.

Mener des recherches

- Mobiliser les Canadiens et entreprendre des recherches pour déterminer les moyens les plus efficaces de surmonter les attitudes et comportements actuels à l'égard de l'endettement.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.



Objectif proposé :

« Accroître l'habitude d'épargne »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- épargnent de l'argent activement et régulièrement;
- peuvent épargner davantage d'argent;
- disposent d'une épargne d'urgence pour faire face à un choc financier ou à des dépenses imprévues.

Quels sont les publics prioritaires?

L'épargne active est une bonne habitude financière pour tout le monde. La stratégie met particulièrement l'accent sur ceux qui n'épargnent pas régulièrement ou pas assez.

Pourquoi cet objectif est-il important?

Tous nos éléments montrent que **l'épargne active est un élément clé permettant d'améliorer le bien-être financier**. Quel que soit leur revenu, les Canadiens qui épargnent activement ont un niveau de bien-être financier plus élevé que ceux qui ne le font pas. Cela est vrai dans tous les pays, d'après des recherches internationales. Malheureusement, trop peu de Canadiens épargnent régulièrement, ou n'épargnent pas assez. En quelques décennies seulement, le Canada est passé du statut de « nation d'épargnants » à celui de « nation de dépensiers ». De nombreux Canadiens vivent au jour le jour et ne disposent pas de fonds supplémentaires pour faire face à une dépense imprévue, comme une perte soudaine d'emploi, ou à d'autres frais, comme les réparations d'une voiture ou d'une maison, les frais dentaires ou autres urgences.

Faits saillants et observations

- Moins de 50 % épargnent régulièrement en vue de dépenses imprévues.
- Le taux d'épargne des ménages canadiens (la part du revenu disponible qui est épargnée) est de 1,7 %, près de son point le plus bas depuis six décennies. En revanche, dans les cinq pays où le taux d'épargne est le plus élevé, les résidents épargnent 10 % ou plus de leurs revenus. Les Canadiens se situent dans la moitié inférieure des pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) en ce qui a trait à l'épargne.

Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de la manière dont les parties prenantes peuvent contribuer à faire progresser l'atteinte de l'objectif, et nous vous invitons à nous faire part d'autres idées que vous pourriez avoir :

Éduquer

- Fournir un accès gratuit à des ressources d'information impartiales qui fournissent des conseils pertinents et adaptés aux besoins des épargnants potentiels.
- Utilisation de vidéos, d'animations et d'autres outils attrayants pour enseigner la valeur de l'épargne.

Communiquer

- Défendre la cause de l'épargne en sensibilisant le public à la valeur et à la simplicité de l'épargne régulière, et la rendre plus attrayante (c'est-à-dire moins ennuyeuse) en favorisant la réalisation des objectifs.



- Création d'une campagne nationale coordonnée pour encourager les Canadiens à épargner activement et à constituer un fonds d'urgence (par exemple, « Mettre de côté 10 % de votre argent! ») « Chaque petite somme s'additionne », etc.).

Soutenir

- Offrir des comptes d'épargne motivés pour des usages tels que l'achat d'un ordinateur, d'une maison ou d'un appareil électroménager.
- Explorer les moyens dont disposent les employeurs pour faciliter l'épargne grâce à des solutions simples et innovantes telles que les options de dépôt des salaires par défaut qui rendent l'épargne « automatique » pour tous les employés, y compris les travailleurs permanents, temporaires et contractuels.
- Promouvoir et exploiter des outils que les gens utilisent quotidiennement avec un minimum d'efforts (par exemple, des applications/sites Web permettant d'économiser de l'argent).
- Encourager les personnes qui ont remboursé leurs dettes à réaffecter ces paiements sur un compte d'épargne d'urgence.

Collaborer

- Établir des partenariats pour élaborer ou renforcer les programmes d'épargne et les outils numériques.
- Créer des programmes de « compagnons d'épargne » et des défis communautaires en ligne qui incitent davantage de personnes à épargner.
- Établir des partenariats afin d'élaborer ou de renforcer les programmes d'épargne jumelée pour les personnes vulnérables.

Mener des recherches

- Entreprendre des recherches pour déterminer les moyens les plus efficaces pour motiver l'habitude d'épargner.
- Utilisation de l'expérimentation pour inciter les personnes qui n'épargnent pas actuellement à adopter un comportement d'épargne, actuellement mise à l'essai dans le cadre du projet pilote de l'ACFC sur le remboursement d'impôt et l'épargne.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.

Objectif proposé :

« Inculquer l'habitude d'établir un budget »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- savent comment bien budgéter;
- suivent et gèrent activement leur argent au quotidien;
- examinent régulièrement leurs dépenses et savent où va leur argent.



Quels sont les publics prioritaires?

Tout le monde ne ressent pas forcément le besoin d'établir et de suivre un budget. Pourtant, nos données montrent qu'il existe des segments de la population qui pourraient bénéficier de la budgétisation et de la planification financière. Elle est particulièrement pertinente pour ceux qui ont des revenus limités ou irréguliers, qui ont des difficultés financières, qui essaient de rembourser leurs dettes, qui ne savent pas où va leur argent et qui se sentent dépassés par leurs finances.

Pourquoi cet objectif est-il important?

Les recherches montrent que le fait d'avoir un budget familial est un fondement du bien-être financier et la première étape permettant aux personnes de gérer leur avenir financier. Les personnes qui respectent un budget sont plus susceptibles de respecter leurs engagements financiers et de réduire leurs dépenses lorsqu'elles ont de la difficulté à joindre les deux bouts que les personnes n'ayant pas fait de budget. De nombreux Canadiens qui n'ont pas de budget ne peuvent pas prendre de décisions régulières et proactives pour s'assurer qu'ils ont suffisamment d'argent pour couvrir les dépenses ou les priorités de leur ménage. Incapables de joindre les deux bouts chaque mois, ils peuvent se tourner vers des prêts sur salaire, n'effectuer que les paiements minimums sur les factures de carte de crédit ou emprunter davantage pour faire face à leurs dépenses.

Faits saillants et observations

- La recherche souligne les avantages de l'établissement d'un budget : les personnes qui établissent un budget obtiennent de meilleurs résultats financiers. Elles s'en servent pour épargner, payer leurs dettes et se constituer un coussin d'urgence.
- Les faits montrent également que divers outils, mesures incitatives et soutiens peuvent être efficaces pour promouvoir les comportements budgétaires chez les personnes qui n'établissaient pas de budget auparavant.
- Environ 1 Canadien sur 6 (17 %) déclare que ses dépenses mensuelles dépassent ses revenus.

Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

De nombreux groupes sont déjà actifs dans ce secteur. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de la manière dont les parties prenantes peuvent contribuer à faire progresser l'atteinte de l'objectif, et nous vous invitons à nous faire part d'autres idées que vous pourriez avoir :

Éduquer

- Proposer des ateliers et des séminaires sur l'établissement des budgets, avec un contenu adapté aux différents publics.
- Veiller à ce que les outils budgétaires soient accessibles en les proposant sous divers formats numérique et papier à tous les Canadiens, y compris les personnes âgées, les nouveaux arrivants et les personnes à faible revenu.

Communiquer

- Promouvoir la budgétisation et son importance par des campagnes de sensibilisation (publicités, médias sociaux, etc.).
- Promouvoir les applications, logiciels et autres outils qui facilitent l'établissement de budgets.

Soutenir

- Créer ou élargir des programmes de « coaching budgétaire » qui peuvent être dispensés de différentes manières (par exemple, en personne, en mode virtuel ou en utilisant des techniques de réalité virtuelle).
- Offrir des mesures incitatives pour favoriser la participation à des initiatives de budgétisation durable.



Collaborer

- Créer des communautés de soutien comme des groupes où l'on « budgete avec ses pairs ou un mentor ».

Mener des recherches

- Entreprendre des recherches pour déterminer les moyens les plus efficaces de surmonter les attitudes et les comportements actuels en matière de budgétisation.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.
- Évaluation continue et améliorations novatrices pour accroître l'efficacité des outils de budgétisation (par exemple, le planificateur budgétaire de l'ACFC).
- Explorer d'autres projets pilotes de budgétisation et d'expérimentation (par exemple, semblable au projet pilote « Carottes points santé »).

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.

Objectif proposé :

« Encourager la poursuite d'un objectif d'avenir »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- prévoient leurs besoins financiers (par exemple, l'achat d'une voiture ou d'un ordinateur) et font des plans pour les atteindre, notamment en se fixant des objectifs financiers.
- prennent des mesures (par exemple, disposer d'une épargne, d'une assurance ou d'investissements appropriés, ou accéder à des instruments d'épargne comme les comptes d'épargne libres d'impôt ou les régimes enregistrés d'épargne-études) pour s'assurer un avenir financier durable et être confiant dans ses choix.

Quels sont les publics prioritaires?

Un appel à l'action pour chaque Canadien est une priorité pour l'avenir. Dès le plus jeune âge, le fait d'acquérir une habitude tournée vers l'avenir et de planifier les prochaines étapes de sa vie peut réduire le stress financier.

Pourquoi cet objectif est-il important?

Comme les Canadiens vivent plus longtemps et en meilleure santé, ils constatent la nécessité de changer la façon dont ils planifient leur avenir financier. Une orientation vers l'avenir est utile pour gérer les événements de la vie (par exemple, avoir des enfants) et atteindre des priorités à court terme, comme l'achat d'un ordinateur, ainsi que des objectifs à long terme comme l'épargne-retraite. Certains Canadiens ne savent pas exactement combien ils doivent épargner et quels sont les produits et services appropriés disponibles pour les aider à atteindre leurs objectifs. Ceux qui ne planifient pas leur avenir manquent souvent de confiance quant à la manière de faire fructifier leurs économies et de gérer les risques en cours de route. En revanche, lorsque les personnes ont des objectifs clairs, savent comment y parvenir et sont conscients de leurs progrès, ils se sentent plus en contrôle, positifs et confiants dans leur avenir.



Faits saillants et observations

- 56 % des Canadiens sont convaincus qu'ils auront le niveau de vie qu'ils espèrent à la retraite.
- 19 % des Canadiens qui n'ont pas de plan d'épargne-retraite prévoient de devoir travailler plus longtemps pendant leur retraite.

Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

Nous encourageons les gouvernements, le secteur privé et les organisations à but non lucratif, ainsi que les prestataires de services financiers, à examiner comment ils peuvent mettre en place, améliorer ou renforcer leurs activités pour appuyer cet objectif. Les activités peuvent comprendre les suivantes :

Éduquer

- Garantir un langage simple et inclusif dans tous les documents d'apprentissage/d'information, afin qu'ils soient accessibles et faciles à comprendre pour des publics divers.
- Utiliser les événements de la vie comme des « moments d'apprentissage » pour acquérir de nouvelles connaissances, compétences ou confiance en matière financière.

Communiquer

- Promouvoir les avantages découlant de la planification financière sur le bien-être financier d'une personne. Par exemple, aider les gens à se faire une image mentale de leur avenir : les recherches montrent que lorsque les gens se concentrent davantage sur l'avenir, ils ont tendance à être moins impulsifs, quel que soit leur niveau de connaissances financières.
- Faire en sorte qu'il soit plus facile pour les gens de savoir s'ils ont droit à des prestations du gouvernement et, le cas échéant, comment ils peuvent y accéder.

Soutenir

- Créer des mesures de soutien, des vidéos et des outils simples et abordables qui permettent aux Canadiens de participer facilement à la planification financière et à l'épargne à long terme.
- Fournir des rappels aux gens aux étapes clés/points de décision.
- Établir ou élargir les plans d'inscription automatique (par exemple, les plans de retraite d'entreprise).

Collaborer

- Collaborer avec le secteur des services financiers pour mettre au point des programmes et évaluer leurs ressources existantes pour veiller à ce qu'ils fournissent des conseils financiers pertinents et adaptés aux besoins des différents publics.
- Consulter les employeurs, les spécialistes des ressources humaines, les fournisseurs de services de régime de retraite et les travailleurs qui participent à des programmes fédéraux d'apprentissage et de la stratégie emploi jeunesse afin de déterminer la meilleure façon de fournir de l'éducation financière en milieu de travail.

Mener des recherches

- Entreprendre des études de recherche pour déterminer les moyens les plus efficaces d'aider les gens à adopter une orientation tournée vers l'avenir pour leurs affaires financières.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.



Objectif proposé :

« Aider les Canadiens à se protéger »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- comprennent leurs droits et responsabilités liés aux produits et services financiers tels que les prêts, les régimes de retraite, les assurances, etc.;
- sont conscients de leur droit à la vie privée et à la communication de renseignements;
- reconnaissent et prennent des mesures pour se protéger contre la fraude et l'exploitation financière;
- se sentent en confiance pour déposer une plainte s'ils ont un problème avec leur fournisseur de services financiers.

Quels sont les publics prioritaires?

La protection des consommateurs de produits financiers concerne chaque Canadien. Il est particulièrement pertinent pour les jeunes, qui doivent apprendre très tôt des habitudes financières sécuritaires, et pour les personnes âgées, qui peuvent être la cible de fraudes et d'exploitation financière. La connaissance de ses droits financiers, de ses responsabilités et des mesures mises en place pour protéger les consommateurs, est également importante pour tous ceux qui se sentent mal desservis par le secteur des services financiers.

Pourquoi cet objectif est-il important?

Les services financiers canadiens sont disponibles par l'intermédiaire d'institutions traditionnelles et en ligne. Cela a entraîné un risque croissant de fraude, notamment de cybercriminalité et de vol d'identité. D'autres types de fraude et d'exploitation financière se poursuivent également, car les personnes âgées ou d'autres personnes vulnérables sont victimes de personnes à qui elles confient leurs affaires financières. Les victimes peuvent perdre confiance dans leur capacité à gérer leurs propres affaires financières et à atteindre leurs objectifs.

Les recherches montrent que de nombreux Canadiens ne savent pas comment se protéger. Et nombreux sont ceux qui ne signalent pas les incidents aux autorités, par confusion, peur ou gêne. En raison des règlements de protection des consommateurs mis en place à différents niveaux de gouvernement, il peut être difficile pour les Canadiens de savoir vers qui se tourner. Certains fournisseurs de services financiers plus récents ne sont pas réglementés. Les organisations publiques, privées et à but non lucratif peuvent toutes jouer un rôle en aidant les Canadiens à comprendre comment ils sont protégés et comment réduire au minimum leurs risques.

Faits saillants et observations

- Plus d'un Canadien sur cinq (22 %) déclare avoir été victime d'une fraude ou d'une escroquerie financière au cours des deux dernières années.
- Une récente enquête sur les activités bancaires au Canada a révélé que de nombreuses personnes âgées ne connaissent pas – ou ne savent pas où trouver – les informations nécessaires pour se protéger contre les fraudes et les escroqueries financières. Cela était particulièrement vrai pour les personnes âgées de 75 ans et plus ([ACFC, 2019](#)).

Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

Les Canadiens et les intervenants de tous les secteurs peuvent travailler à la réalisation de cet objectif. En particulier, les gouvernements, les organismes d'application de la loi, les fournisseurs de services financiers et les médias ont un rôle important à jouer. Voici quelques activités possibles :



Éduquer

- Fournir un accès gratuit à des informations impartiales qui enseignent aux Canadiens comment prévenir la fraude et les abus financiers, avec un contenu adapté pour leur fournir davantage d'informations sur les endroits où ils peuvent déposer une plainte et les modalités qui les régissent, ainsi que sur leurs droits et responsabilités en matière de produits et services financiers.

Communiquer

- Élaborer des messages simples pour encourager les consommateurs à protéger leur argent et leurs intérêts.
- Mener des campagnes nationales et régionales de sensibilisation du public pour promouvoir les droits et les responsabilités des consommateurs de produits financiers.

Soutenir

- Créer un défi pour la communauté en ligne qui peut inciter davantage de personnes à se protéger.
- Fournir des moyens faciles d'accès pour rechercher des informations impartiales et précises et des moyens transparents et efficaces de porter plainte ou de signaler un traitement médiocre ou injuste.

Collaborer

- Maintenir ou renforcer les partenariats qui visent à prévenir la fraude financière.
- Travailler dans plusieurs secteurs pour élaborer et mettre à l'essai des interventions qui aident les personnes et les organisations à mieux prévenir la fraude financière.

Mener des recherches

- Entreprendre des études de recherche pour déterminer les moyens les plus efficaces d'aider les Canadiens à protéger leurs intérêts.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.

Objectif proposé :

« Stimuler la compréhension des produits et services financiers »

Résultats en matière de littératie financière d'ici 2026 :

L'objectif global de la stratégie dans ce domaine est d'augmenter le nombre de Canadiens qui :

- recherchent les produits et services financiers qui répondent le mieux à leurs besoins;
- se familiarisent avec les produits et services financiers avant de les acheter ou de les utiliser;
- comprennent les prestations et les régimes de retraite offerts par les gouvernements, les employeurs, les syndicats ou d'autres prestataires.

Qui sont les publics cibles?

Nous pensons que tous les Canadiens devraient avoir une connaissance de base des produits et services financiers disponibles pour les aider à atteindre leurs objectifs aux différentes étapes de leur vie.



Pourquoi cet objectif est-il important?

Les produits et services financiers sont des outils essentiels pour aider les Canadiens à assurer leur bien-être financier. Il est avantageux pour les consommateurs d'examiner toutes les caractéristiques, les frais, les règles, les restrictions et les options lors de l'achat de produits et de services financiers afin de s'assurer qu'ils répondent bien à leurs besoins. Le nombre et la complexité des services et produits financiers ne cessent de se multiplier, offrant ainsi un choix immense aux consommateurs. Des études révèlent que certains Canadiens ne possèdent pas une compréhension de base des différents produits financiers et de leurs avantages. Par conséquent, ils pourraient ne pas profiter de produits potentiellement utiles comme les comptes d'épargne sans frais, à faible coût ou libre d'impôts, ou ne pas souscrire à des prestations qui soutiennent l'éducation et l'épargne-retraite.

Faits saillants et observations

- 14 % des Canadiens ont indiqué avoir reçu de leur banque des renseignements difficiles à comprendre au cours des 12 derniers mois (Enquête sur les activités bancaires des Canadiens, 2019).

Quelles mesures peuvent contribuer à l'atteinte de cet objectif?

Tous les intervenants qui offrent des produits, des services et des programmes financiers peuvent travailler à la réalisation de cet objectif de diverses manières. Nous vous invitons à nous transmettre vos idées. Une liste d'activités possibles comprend ce qui suit :

Éduquer

- Apprendre aux Canadiens à être des consommateurs de produits et services financiers avisés, en recherchant des produits et services, en posant les bonnes questions, en faisant des comparaisons et en faisant des choix éclairés.
- Offrir des possibilités d'apprentissage par l'expérience qui permettent aux consommateurs d'acquérir une expérience directe des produits financiers et des compétences adaptées à leur propre situation de vie, ce qui renforcera la confiance en soi en matière financière.

Communiquer

- Utiliser un langage clair et simple dans toutes les informations relatives au marketing et aux produits et former le personnel de première ligne pour qu'il fasse de même lorsqu'il explique les produits et services financiers aux consommateurs.
- Veiller à ce que les produits soient vendus d'une manière qui inclut une communication et des conseils équilibrés.

Soutenir

- Veiller à ce que les produits et services financiers soient aussi faciles à utiliser que possible.
- Fournir un soutien et une assistance pratiques pour aider les gens à faire leurs achats et à obtenir le meilleur prix.

Collaborer

- Appuyer des initiatives de renforcement des capacités qui améliorent la capacité des organisations communautaires travaillant avec les Canadiens à faible revenu, les nouveaux arrivants et les personnes confrontées à des obstacles aux services financiers, pour offrir une éducation financière, et investir dans celles-ci.
- Travailler dans l'ensemble du secteur des services financiers pour indiquer où et comment améliorer l'information sur les produits et services pour tous les consommateurs de services financiers, et élaborer un guide de « pratiques exemplaires ».



- Travailler dans l'ensemble du secteur des services financiers pour créer des produits simples pour les consommateurs qui n'ont besoin que de produits et services de base, peu coûteux et faciles à comprendre.

Mener des recherches

- Entreprendre des études de recherche afin de déterminer les moyens les plus efficaces pour atteindre cet objectif.
- Réaliser des études d'impact à court et à long terme des activités de vos organisations et utiliser les données pour promouvoir et améliorer vos services.

Rendre des comptes

- Rendre publics les résultats des efforts de votre organisation afin que les autres apprennent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et que nous puissions assurer le suivi de notre succès collectif.