



# DOCUMENT D'INFORMATION : CHEMINEMENT VERS UNE NOUVELLE STRATÉGIE NATIONALE

---

Lancé en 2015, la première [Stratégie nationale pour la littératie financière – Compte sur moi, Canada](#) a marqué une étape importante dans nos efforts pour créer un pays où les connaissances, les compétences et la confiance en matière financière sont renforcées, valorisées et appuyées. Depuis lors, bien des réalisations ont vu le jour et beaucoup de connaissances ont été acquises. Aujourd'hui, nous explorons les moyens de faire évoluer et d'améliorer la stratégie.

## Ce que nous avons appris, ce qui a changé

### Résultats positifs

La première [stratégie nationale](#) a suscité des changements positifs pour de nombreux Canadiens et leurs communautés.

Au cours des dernières années, cette stratégie historique a rallié les secteurs public, privé et à but non lucratif, ainsi que des milliers de personnes. Elle a inspiré de nombreuses initiatives réussies qui ont permis aux Canadiens d'acquérir ou d'affiner leurs compétences et leurs comportements en matière d'argent. En fait, comme le souligne notre [rapport d'avancement](#), il existe d'innombrables exemples de collaboration et de communication de renseignements efficaces, de création de programmes adaptés à de nombreux Canadiens et de mobilisation considérable de la communauté.

Aujourd'hui, l'éducation financière est intégrée dans les écoles d'un bout à l'autre du pays, atteignant ainsi de nombreux niveaux scolaires. Elle est adoptée dans un plus grand nombre de lieux de travail, de communautés et de foyers. Les Canadiens ont à leur disposition un nombre croissant d'outils, de ressources et de soutiens pour améliorer leurs compétences et connaissances en matière de finances. Il existe un plus grand esprit de collaboration entre les organisations, les chercheurs, les secteurs et les praticiens, ce qui permet de rapprocher les membres d'une communauté de la littératie financière, autrefois fragmentée, qui ont à cœur d'aider les Canadiens à prendre des décisions financières éclairées.

Ce sont d'importantes réalisations qui ont propulsé le mouvement de la littératie financière d'il y a cinq ans.

### Défis

Parallèlement, nous avons découvert certaines lacunes dans la mise en œuvre de la stratégie nationale initiale. En voici quelques-unes :

- **Fragilité et stress financiers croissants** : Alors que les efforts pour améliorer les connaissances financières se sont multipliés, il reste un certain nombre de besoins non satisfaits et de lacunes non comblées. Les compétences de base en matière de gestion financière de certains segments de la population canadienne restent insuffisantes, comme en témoigne la récente [Enquête canadienne sur les capacités financières](#) (ECCF). Trop peu de Canadiens ont suffisamment d'économies pour faire face à des événements financiers inattendus et la situation s'est aggravée ces derniers mois. [Statistique Canada](#)<sup>1</sup> a constaté qu'environ un travailleur canadien sur dix travaillait dans l'économie à la demande

---

<sup>1</sup> Statistique Canada, [Les répercussions de la COVID-19 sur l'économie à la demande : préoccupations à court et à long termes](#), publié le 20 mai 2020.



avant la COVID, et que pour la moitié d'entre eux, les gains provenant du travail à la demande étaient leur seule source de revenus. Selon la [recherche](#)<sup>2</sup> de la Banque du Canada, les travailleurs à temps partiel, les jeunes et les personnes vivant dans des provinces où le taux de chômage est historiquement élevé sont les plus susceptibles d'exercer ce type de travail. Un tiers des Canadiens disent avoir trop de dettes et 27 % disent emprunter pour acheter de la nourriture ou payer leurs dépenses quotidiennes. En outre, les recherches continuent de montrer que le stress financier reste le principal facteur de stress pour les Canadiens, avant le travail, la santé personnelle et les relations.

- **Objectifs généraux** : La stratégie nationale elle-même comportait trois objectifs assez généraux. Si cela a permis de lancer la cause et d'amorcer la conversation entre les parties prenantes, un plan d'action comportant des initiatives ciblées pour des publics spécifiques aurait pu susciter une plus large participation à la réalisation des objectifs.
- **Modification des comportements** : Nous avons appris les limites de l'éducation financière. Bien qu'il soit important, le savoir n'est qu'un des facteurs qui façonnent les décisions et le bien-être financiers. L'économie comportementale nous dit que d'autres facteurs – notamment les revenus, le milieu socioéconomique, les traits de personnalité et les opinions sur l'argent – jouent tous un rôle. Les émotions comptent aussi. Les décisions financières peuvent être à la fois émotionnelles et rationnelles. Cela explique pourquoi un changement de comportement peut nécessiter des efforts et un désir important. Pour aller de l'avant, il est important que nous reconnaissons ces complexités.
- **Mesure** : Les méthodes et les ensembles de données utilisés pour mesurer les progrès des Canadiens dans le perfectionnement de leurs connaissances financières peuvent manquer d'actualité et ne pas relier clairement les résultats à des initiatives ou interventions particulières. L'[Enquête canadienne sur les capacités financières](#) (ECCF) est menée tous les 5 ans pour laisser le temps au changement de se produire, mais ce délai est trop long pour garantir que les programmes répondent aux besoins des Canadiens. L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) mène actuellement des enquêtes mensuelles pour déterminer l'incidence de la pandémie sur le bien-être financier des Canadiens. Une mesure continue et permanente permettrait à l'ACFC de mieux comprendre les besoins des Canadiens. Il est également important que tous ceux qui proposent des programmes soient en mesure de les évaluer pour s'assurer que leurs programmes répondent aux besoins des participants. Cependant, nous avons entendu que certaines organisations n'ont pas l'expertise ni le financement nécessaires pour entreprendre de manière cohérente l'évaluation des programmes. Il serait également utile d'établir des mesures pour évaluer les progrès réalisés.
- **Obstacles** : Il existe un certain nombre d'obstacles individuels et systémiques qui peuvent empêcher ou gêner certains Canadiens à faible revenu, nouveaux arrivants, personnes âgées, peuples autochtones et autres d'accéder aux produits, services et programmes financiers courants.

### Principaux changements

D'autres changements nous ont amenés à réfléchir à la manière dont la stratégie peut évoluer. Le plus évident est la pandémie de COVID-19, qui a transformé la vie des gens et l'économie. La complexité des finances personnelles peut constituer un défi en temps normal. Avec la pandémie, c'est encore plus difficile. Cette crise met en lumière des questions importantes en matière de finances personnelles, notamment l'intérêt de disposer d'une épargne d'urgence et d'anticiper les besoins futurs.

---

<sup>2</sup> Banque du Canada, note analytique du personnel [The Size and Characteristics of Informal \("Gig"\) Work in Canada](#), publiée en juin 2019.



De nouvelles tendances et questions liées aux finances personnelles ont également émergé, alimentées par les dernières recherches et innovations, notamment l'expansion des services financiers numériques. Les approches à l'égard de l'éducation financière et de l'amélioration du bien-être financier continuent d'évoluer, ancrées par de nouvelles preuves sur la meilleure façon de motiver le changement de comportement. Enfin, des recherches ont montré qu'un endettement excessif ou coûteux peut créer un stress financier, qui est comme un « impôt mental » : il réduit les capacités cognitives et conduit à de mauvaises décisions financières. En fin de compte, les personnes dépassées par les dettes et les problèmes d'argent peuvent tomber dans un cercle vicieux.

## L'occasion : Comment écoutons et utilisons-nous les données probantes pour renouveler la Stratégie?

L'ACFC s'engage à tirer parti de tous les apprentissages, expériences et travaux réalisés depuis 2015 pour mettre à jour la stratégie. Nous disposons désormais de beaucoup plus de données probantes sur la meilleure façon d'atteindre et d'encourager les gens à utiliser les outils et les ressources qui peuvent les aider à renforcer et à façonner des comportements positifs pour améliorer leurs connaissances financières. C'est l'occasion de tirer parti des connaissances acquises et d'accélérer les progrès.

Dans le cadre de notre processus de renouvellement de la stratégie, nous avons notamment pris les mesures suivantes jusqu'à présent :

- Identifier les segments de la population canadienne les plus démunis et les principaux défis financiers auxquels ils sont confrontés, comme le révèle [l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2019](#), les données de Statistique Canada et d'autres sources de recherche<sup>3</sup>.
- Faire la synthèse des apprentissages de la stratégie précédente, de [l'Évaluation sommative du Programme de littératie financière \(2020\)](#) et de la communauté internationale, y compris l'efficacité des divers programmes d'éducation financière au Canada et à l'étranger.
- Utiliser les plus récentes idées pour fournir de l'éducation financière et inspirer des changements de comportement durables. La recherche montre comment le changement de comportement des personnes se résume à trois facteurs : la prise de conscience, la motivation positive et la confiance dans la capacité d'exécuter le comportement.
- Communiquer avec les principaux partenaires et intervenants pour nous aider à cerner les domaines prioritaires et les groupes cibles.

Tout au long du mois de novembre 2020, à l'occasion du 10<sup>e</sup> anniversaire du Mois de la littératie financière, nous menons des consultations en ligne. Nous voulons recueillir les points de vue de chaque Canadien ainsi que des intervenants des secteurs public, privé et à but non lucratif.

Guidés par ces données, nous établirons la version finale de la nouvelle stratégie et la publierons au printemps 2021.

---

<sup>3</sup>Le bien-être financier au Canada : Résultats de l'enquête <https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere/programmes/recherche/bien-etre-financier-resultats-enquete.html>