

RAPPORT DE RECHERCHE

sur un nouvel Indice de littératie financière appliquée

ADĀJ
Accès au
Droit et
À la Justice

Par :

Pr. Maya Cachecho, UdeM

Pr. Pierre Noreau, UdeM

Pierre-Alain Cotnoir, Ph.D.



16 novembre 2022

TABLE DES MATIÈRES

1. Faits saillants	3
2. Présentation	4
3. Aperçu méthodologique	5
4. Les attitudes	10
5. La compétence	23
6. Les produits financiers	36
Les prêts et le crédit.....	37
Les placements.....	39
Les assurances	42
Le régime de retraite.....	44
Notoriété de l’Autorité des marchés financiers	46
Prévention de la fraude	47
7. L’indice de littératie financière appliquée	50
8. Conclusions et recommandations	64

- En matière de produits et services financiers, le niveau de littératie financière est fonction de trois dimensions : l'attitude, la compétence et l'expérience des consommateurs.
- Les attitudes de prudence financière et les compétences des consommateurs sont directement corrélées avec la possession de produits financiers.
- La littératie financière est par conséquent le produit d'une expérience concrète, sinon empirique.
- Le niveau de littératie financière appliquée mesuré dans le cadre de l'édition 2022 de l'Indice se situe à 54 sur une échelle de 0 à 100.
- Le niveau de littératie financière est moins élevé chez ceux qui possèdent peu de produits, notamment du fait de revenus plus faibles et d'une activité financière réduite.
- Le niveau de littératie financière est également plus faible chez les consommateurs moins scolarisés, ou dont la condition économique est fragile sur le plan salarial ou sur le plan de l'endettement, à cause de leur précarité d'emploi ou de leur situation personnelle ou familiale.
- En contrepartie, les consommateurs affichant un plus haut niveau de littératie financière possèdent généralement les produits les plus variés, cette diversité étant d'abord croissante puis décroissante avec l'âge.
- Sur le plan des habitudes courantes, les pratiques financières les plus prudentes accompagnent généralement un plus haut niveau de littératie.
- En contrepartie, la tenue d'un budget détaillé, qui est souvent considérée comme une pratique prudente a peu à voir avec le niveau de littératie financière. Elle est plus courante chez les consommateurs aux revenus moyens que chez les consommateurs aux revenus faibles ou élevés.
- Le niveau de littératie financière est plus élevé chez les détenteurs de produits de placement que chez les consommateurs passifs. Ici encore, le niveau de littératie financière est relié à l'intérêt des consommateurs pour les questions financières du fait qu'ils en possèdent.
- Ils sont de même plus avisés des conditions d'exercice et de rémunération des services offerts par les conseillers en placement et en assurance.*
- L'étude révèle par ailleurs que moins de 50 % des consommateurs sont avisés des recours qui s'offrent à eux en cas de fraude financière, bien que près de 75 % des consommateurs affirment connaître l'existence de l'Autorité des marchés financiers.

* Pour les fins de ce Rapport et afin d'en faciliter la lecture, l'équipe de recherche a utilisé le terme « conseiller financier » pour englober les différents statuts et diverses dénominations rencontrées sur le marché : conseiller en sécurité financière, agent ou courtier en assurance, représentant en épargne collective, etc.

L'Indice de littératie financière appliquée 2022

L'Indice de littératie financière appliquée 2022 (ci-après appelé « l'Indice 2022 ») est mesuré à l'aide de trois dimensions :

- l'attitude des consommateurs à l'égard de l'argent, selon qu'elle se fonde sur la prudence ou sur des tendances plus dépensières ou désinvoltes;
- la compétence financière des consommateurs, c'est-à-dire leur compréhension d'un certain nombre de raisonnements et de calculs d'ordre financier;
- la possession de produits financiers, fondée sur la mesure empirique de l'expérience des consommateurs en matière de produits financiers.

Combinées, ces trois composantes permettent de structurer et mesurer un indice capable de rendre compte du niveau de littératie financière des consommateurs.

Cette recherche démontre que ces dimensions sont associées à des comportements différenciés, voire divergents.

On constatera par exemple ici que l'attitude des consommateurs les plus prudents est fortement associée à la recherche d'informations de nature financière. Comparativement aux consommateurs dont les attitudes sont plus indifférentes ou désinvoltes, ils ont ainsi tendance à s'informer davantage de la valeur des produits qu'ils acquièrent de même que de la formation des conseillers qui leur offrent ces produits et ces services financiers. Il existe par ailleurs une forte corrélation entre ces attitudes et le degré de scolarisation des consommateurs, de même qu'avec leur niveau de revenus.

L'Indice 2022 est construit sur une mesure empirique des attitudes, des comportements et des compétences des consommateurs en matière financière. Cette mesure permet de dépasser les limites que comportaient les mesures antérieures, surtout fondées sur la mesure des perceptions et des prétentions des répondants. Il s'agit par conséquent ici d'un **Indice de littératie financière appliquée**.

En matière de littératie financière, l'*Organisation de coopération et de développement économiques* (OCDE) a développé une boîte à outils à partir de travaux de recherche¹ menés en 2009. Cette boîte à outils est largement utilisée depuis 2013 par plus d'une vingtaine de pays. La littératie financière y est mesurée² dans le cadre d'un sondage sous forme de questions s'appuyant sur toute une série de variables. Ces mesures portent sur les connaissances, les habilités, les attitudes ou les comportements des consommateurs interrogés.

La présente étude s'inspire de ce corpus de recherche et présente les paramètres d'un indice s'inspirant de mesures équivalentes, affinées par les travaux de l'équipe de recherche ADAJ. On s'assure ainsi de la validité externe de la mesure proposée.

Plusieurs des questions retenues par les concepteurs de l'Indice 2022 sont ainsi directement inspirées des énoncés proposés par les chercheurs de l'OCDE³. C'est notamment le cas des mesures d'attitude des consommateurs à l'égard des enjeux financiers⁴.

¹ Kempson, E. (2009), "Framework for the Development of Financial Literacy Baseline Surveys: A First International Comparative Analysis", OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 1, OECD Publishing. doi: https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/framework-for-the-development-of-financial-literacy-baseline-surveys_5kmdpz7m9zq-en

² Voir G20/OECD INFE report on adult financial literacy in G20 countries <http://www.oecd.org/finance/g20-oecd-infe-report-adult-financial-literacy-in-g20-countries.htm>

³ OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion (2018) <http://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>

⁴ Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/49319977.pdf>

On a également tiré avantage d'une analyse secondaire des données de l'Indice Autorité 2018. Cette relecture des données a permis à notre équipe de réaliser le potentiel d'une variable qui n'était pas prise en compte dans l'indice antérieur : la possession très inégale de produits financiers d'un consommateur à l'autre. Plus encore, cette analyse a permis de démontrer la corrélation entre le volume et la variété des produits possédés par les consommateurs et leurs compétences et attitudes en matière financière. Il en ressort que la littératie financière est essentiellement acquise de manière « empirique ». Elle ne se développe pas « dans les livres » mais plutôt au fur et à mesure des expériences financières. Aussi, l'Indice 2022 tient compte de la possession des produits financiers acquis par les consommateurs. En effet, il est apparu très clairement que cette mesure était de loin plus pertinente que l'estimation que font les répondants de leur propre compréhension financière.

L'Indice 2022 a ainsi tenu compte de trois variables :



La mesure d'attitude

L'attitude de prudence ou d'imprudence des consommateurs est mesurée en fonction d'une série d'énoncés qui permettent de tenir compte de ce que les consommateurs expriment à l'égard des enjeux de nature financière. Cette mesure d'attitude a été prise à l'aide de la question suivante :

Diriez-vous que les énoncés suivants décrivent très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal vos attitudes personnelles?

- *J'ai tendance à vivre au jour le jour. (A3a)*
- *J'ai plus tendance à épargner qu'à dépenser. (A3b)*
- *Je paie toujours mes factures à temps (A3c)*
- *L'argent est là pour être dépensé. (A3d)*

La mesure de compétence

Une autre mesure inspirée des études de l'OCDE et utilisée dans le cadre du sondage de l'Indice Autorité 2018 permet de jauger les compétences financières des consommateurs. Ces énoncés sont formulés comme suit :

- *Si vous avez 100 \$ placé à 2 % d'intérêt par année. Après cinq ans, aurez-vous plus de 102 \$, exactement 102 \$ ou moins de 102 \$? (L1)*
- *Si vous avez 200 \$ pour rembourser des retards de paiement. Devriez-vous payer en priorité votre carte de crédit ou votre hypothèque? (L3)*
- *Vrai ou faux : l'intérêt que vous aurez à payer sur un prêt bancaire payable sur 15 ans sera plus élevé que sur un prêt de 30 ans. (L4)*
- *Vrai ou faux : posséder des actions d'une seule entreprise offre un rendement plus sécuritaire que de posséder des placements couvrant plusieurs compagnies. (L5)*

La possession de produits

Finalement, on a tenu compte du volume et de la nature des produits financiers possédés par les consommateurs. Quatre catégories de consommateurs ont ainsi été établies. La définition simplifiée de ces profils propose la gradation suivante :

- *Les détenteurs d'un prêt hypothécaire et d'au moins un produit de chaque autre catégorie de produits financiers.*
- *Les détenteurs d'un prêt hypothécaire et d'une gamme partielle d'autres produits.*
- *Les consommateurs sans prêt hypothécaire mais détenteurs d'au moins un autre produit financier.*
- *Les consommateurs sans prêt hypothécaire et sans assurance automobile.*

L'Indice 2022 prend la forme d'une variable additive construite à partir des trois variables définies précédemment : mesures d'attitude, de compétence et de possession.

Ce rapport présente les résultats du sondage mené pour les fins de l'Indice 2022 conduit du 12 juillet au 5 août 2021 auprès de 1002 répondants⁵. Seules les figures générant des différences significatives sont présentées, sauf si la mention « N.S. » apparaît dans leur légende.

⁵ Le fichier de données reçu étant de format « .sav » a été analysé à l'aide de la version 22 du logiciel statistique SPSS de la firme IBM. Nous avons utilisé quatre algorithmes d'analyse : 1) L'analyse factorielle en composantes principales : pour la production des scores factoriels des échelles d'attitudes et de compétence financière; 2) L'analyse de variance (ANOVA) pour détecter les résultats significatifs pour un seuil de signification < 0,05 des moyennes des scores factoriels des échelles utilisées croisés à des variables nominatives ou ordinales; 3) L'analyse du chi carré pour les tableaux croisés des fréquences obtenues pour les variables nominales ou ordinales avec un seuil de signification < 0,05; 4) L'analyse des correspondances proposant une présentation multidimensionnelle de quelques variables significatives choisies afin de produire des profils résumant bien les constats de cette recherche.

LES ATTITUDES



Les attitudes

De manière à tirer avantage de la mesure d'attitude utilisée pour les fins de l'Indice, nous avons eu recours à une analyse de type factoriel. En matière d'attitude financière, elle permet de distinguer, sur une échelle graduée, la propension des consommateurs à adopter une attitude prudente (au-dessus de l'axe horizontal), ou une attitude plus indifférente ou risquée sur le plan financier (en-dessous de l'axe horizontal). Les figures proposées ici sont toutes significatives sur le plan statistique, ce qui signifie qu'elles correspondent à une tendance réelle observable dans la réalité. Ainsi les consommateurs affirmant tenir un budget personnel détaillé présentent des scores significativement plus élevés sur l'échelle d'attitude (au-dessus de l'axe horizontal) que ceux qui affirment au contraire ne pas tenir un tel budget et qu'on retrouve sous cet axe horizontal (Figure 1).

Figure 1
**Prudence financière
et tenue d'un
budget personnel**

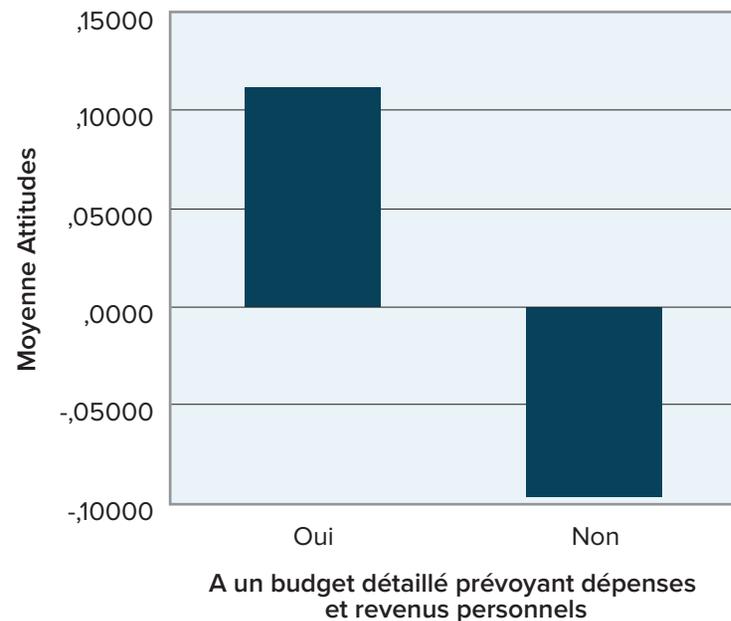


Figure 2

Prudence financière selon le niveau de scolarité

Des différences significatives apparaissent également selon le niveau de scolarité des répondants, de même que selon leur niveau de revenus (Figures 2 et 3) : plus les répondants sont scolarisés ou fortunés, plus ils font montre de prudence financière.

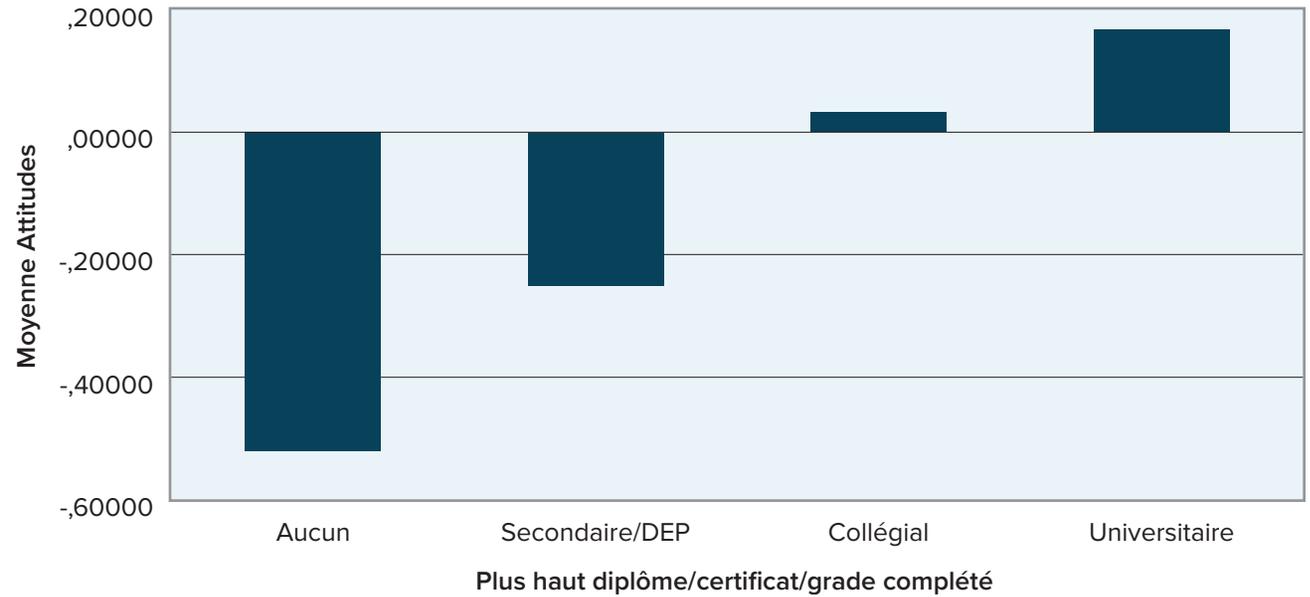
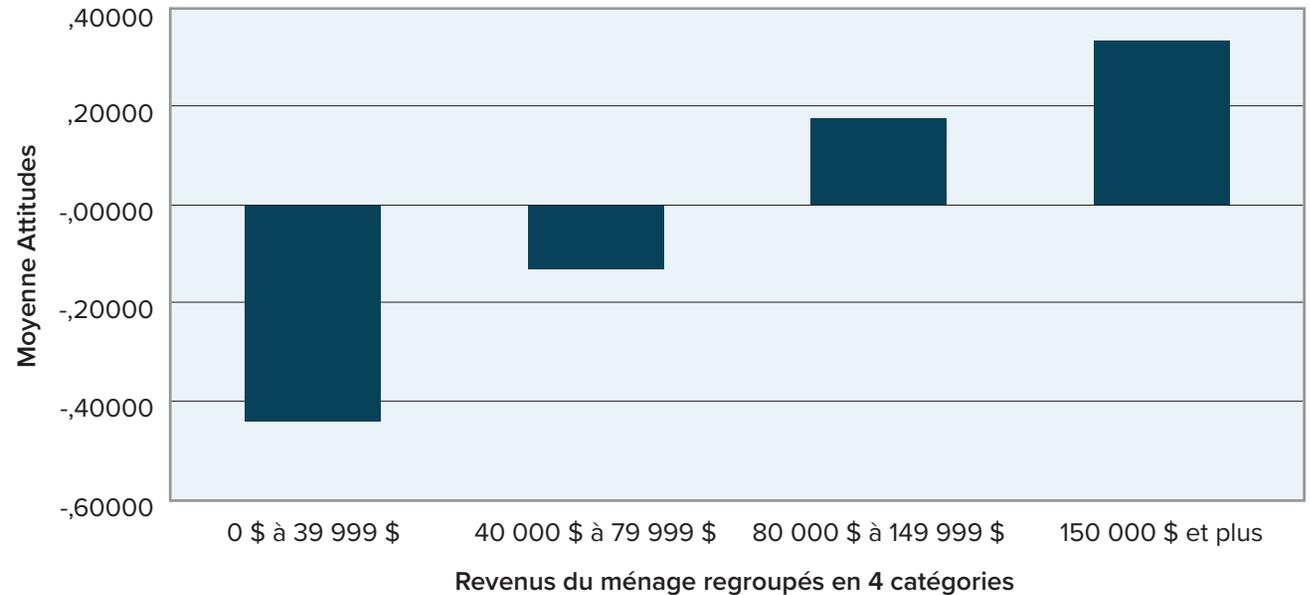


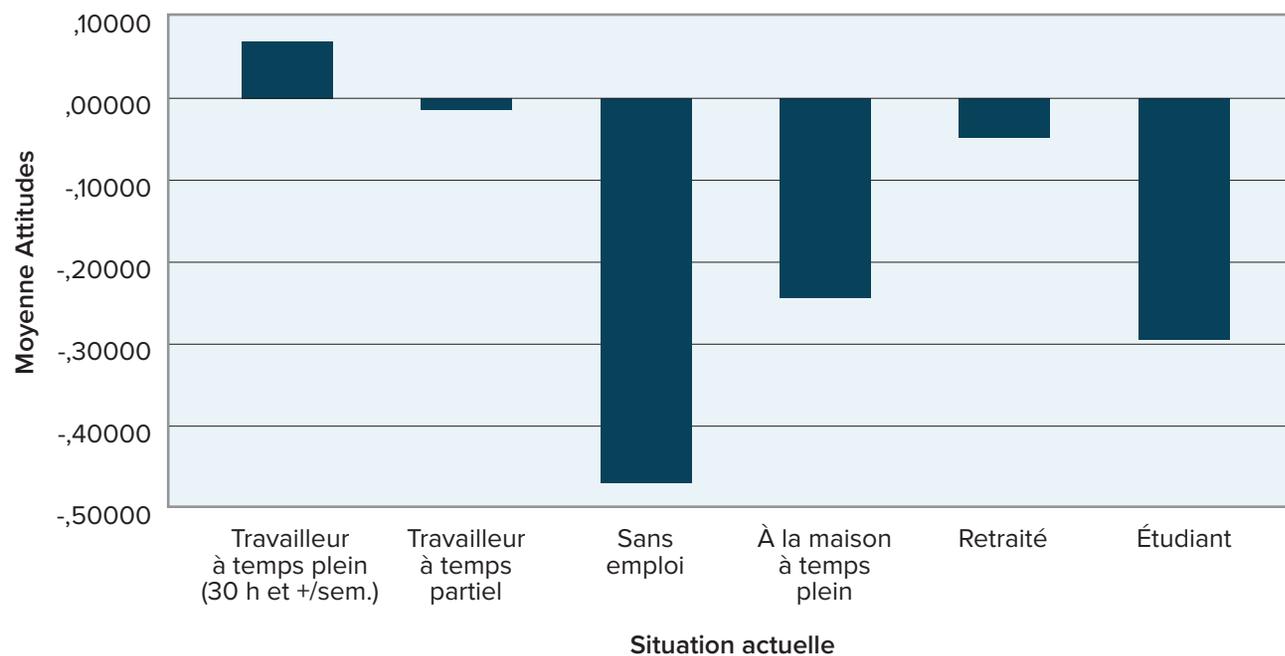
Figure 3

Prudence financière selon les revenus du ménage



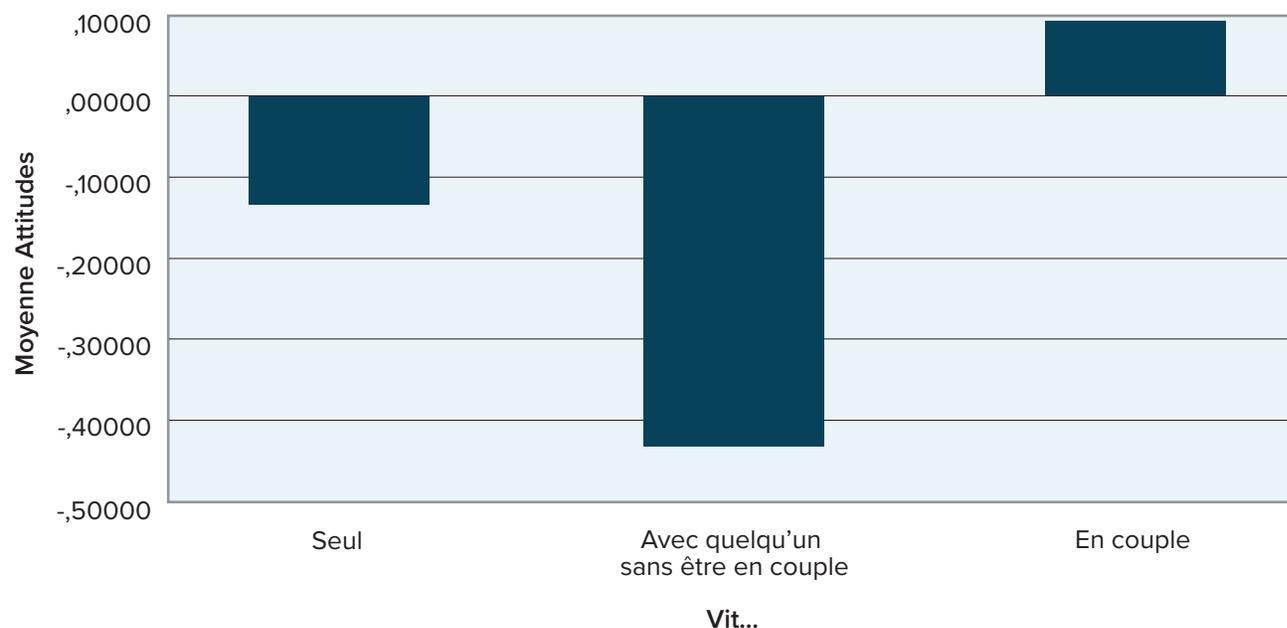
Ce sont les répondants sans emploi, à la maison à temps plein ainsi que les étudiants et, dans une moindre mesure, les retraités ou les travailleurs à temps partiel qui apparaissent les plus enclins à présenter des attitudes indifférentes ou désinvoltes à l'égard de la gestion de leurs biens financiers (Figure 4).

Figure 4
**Prudence financière
selon l'occupation**



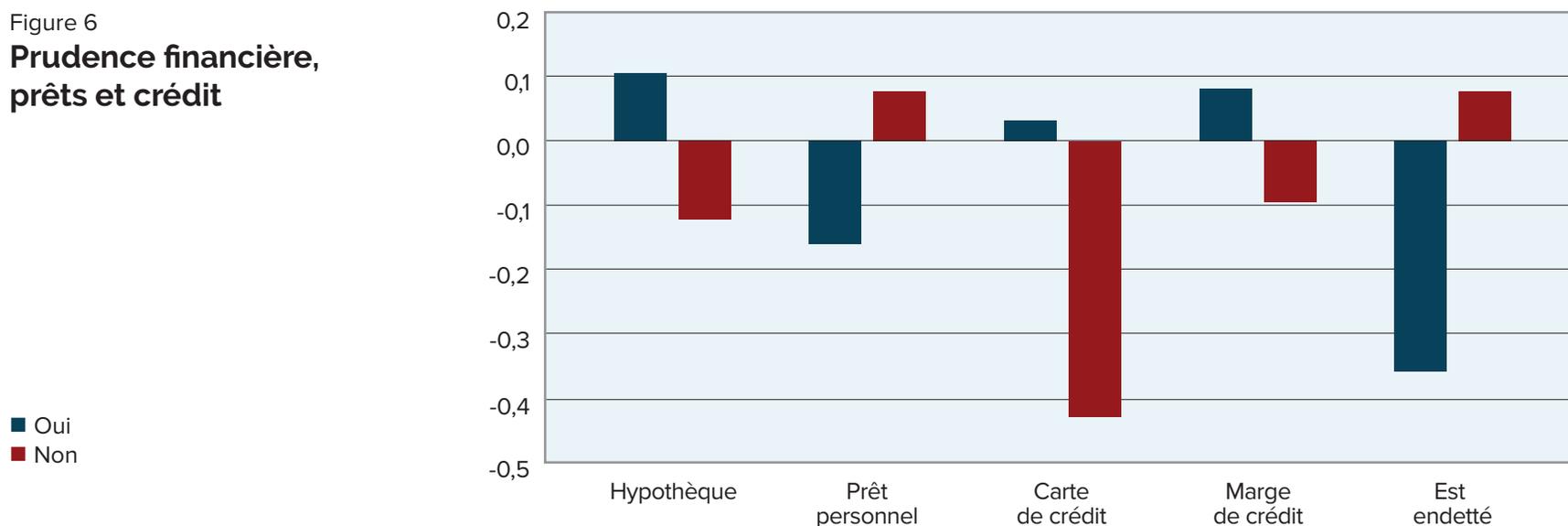
Les répondants vivants en couple affichent, en moyenne, des attitudes financières plutôt prudentes, alors que les célibataires, et plus encore les répondants vivants avec quelqu'un d'autre sans être en couple, présentent une attitude de prudence financière faible (Figure 5). On peut envisager dans ce contexte que la stabilité des relations personnelles favorise le développement d'une plus grande prudence financière : soit parce que les choix de nature financière font l'objet d'une appréciation extérieure ou impliquent une autre personne (le conjoint ou la conjointe), soit parce qu'ils sont pris conjointement, ou parce qu'ils sont la condition d'un mode de vie exigeant une plus grande planification des ressources financières disponibles.

Figure 5
**Prudence financière
selon la composition
du ménage**



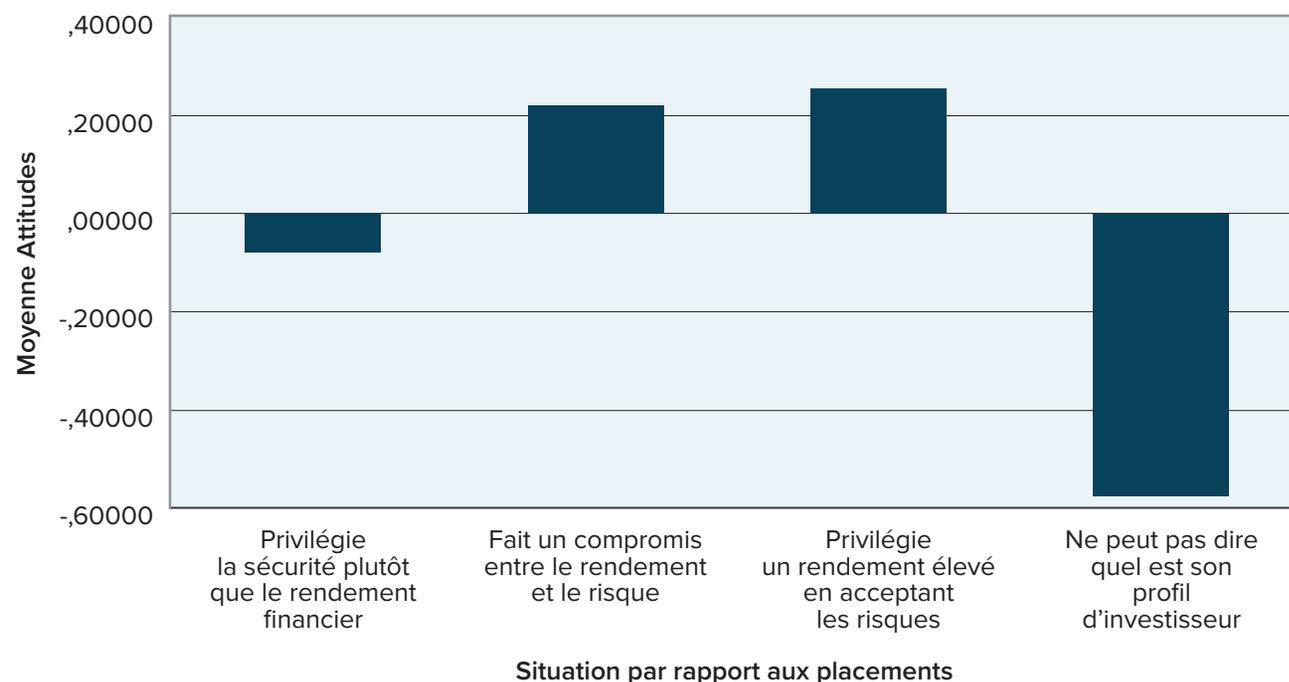
Toujours en matière de prudence financière, une des conclusions les plus importantes de l'analyse concerne la relation entre les habitudes de consommation et la prudence financière des consommateurs. Ainsi, en matière de prudence financière, les répondants se distinguent les uns des autres. Ceux qui détiennent des produits courants sur le marché (hypothèque, carte ou une marge de crédit) affichent une prudence financière généralement plus élevée que ceux qui possèdent des produits moins typiques et plus risqués (prêts personnels) ou se disent endettés (Figure 6). En contrepartie on constate que les consommateurs qui disent ne pas posséder de produits courants (hypothèques, etc.) affichent une plus grande désinvolture à l'égard de la gestion de leurs biens financiers. Comme on le verra également plus loin, tout cela démontre que les attitudes de prudence évoluent avec les habitudes de consommation et que la littératie financière est directement associée à l'expérience financière elle-même et **n'est pas le produit d'une simple curiosité théorique**. Il faut donc aborder la littératie financière en tant qu'expérience, et non seulement en tant que compétence abstraite.

Figure 6
**Prudence financière,
 prêts et crédit**



Les consommateurs capables de définir leur profil financier et de pondérer pour eux-mêmes les enjeux liés au *rendement* et à la *gestion du risque* présentent également une attitude financière plus prudente que ceux qui ne se disent pas en mesure de définir leur profil d'investisseur (Figure 7). La prédisposition à la prudence financière est ainsi directement corrélée avec la capacité de se définir en tant qu'investisseur, ce qui n'est évidemment envisageable que dans la mesure où on bénéficie (ou on croit un jour bénéficier) des moyens de le devenir. La prudence financière n'est donc pas une qualité abstraite. Elle apparaît encore ici ancrée dans l'expérience du consommateur. Il apparaît raisonnable de prétendre qu'elle est le produit d'une situation concrète.

Figure 7
**Prudence financière
 et situation relative
 aux placements**

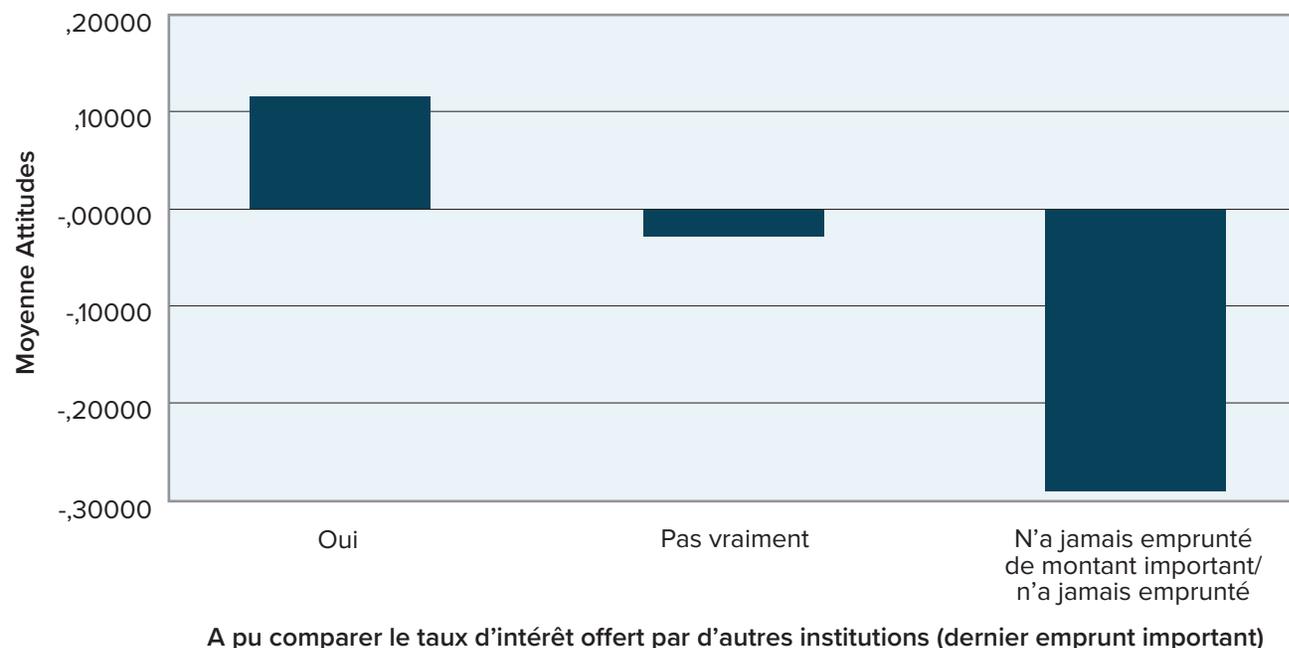


De même, concernant les emprunts personnels qu'ils ont pu contracter, les répondants qui disent avoir comparé les taux d'intérêt offerts par différentes institutions financières affichent en moyenne, sur toutes les autres dimensions, une attitude financière plus prudente que les répondants qui disent n'avoir jamais contracté de prêt personnel. Ceux-ci affichent plutôt une attitude indifférente sinon désinvolte à l'égard de la gestion de leur situation financière (Figure 8).

Cette constatation permet de confirmer le caractère essentiellement « empirique » de la prudence financière. Elle apparaît encore comme le produit d'une expérience réelle plutôt que d'une connaissance théorique.

Figure 8

**Prudence financière
et prise d'information
quant aux taux
d'intérêt offerts par
les institutions
prêteuses**



De même, tous les répondants possédant des placements, que ce soit sous forme de fonds communs, d'actions en bourse, de fonds de travailleurs (Figure 9.1) ou de placements dans des régimes enregistrés (Figure 9.2) affichent des attitudes de prudence financière, et ce, à l'opposé des consommateurs qui ne possèdent aucun placement et obtiennent un score négatif sur l'échelle d'attitude financière.

Figure 9.1

Attitudes et placements

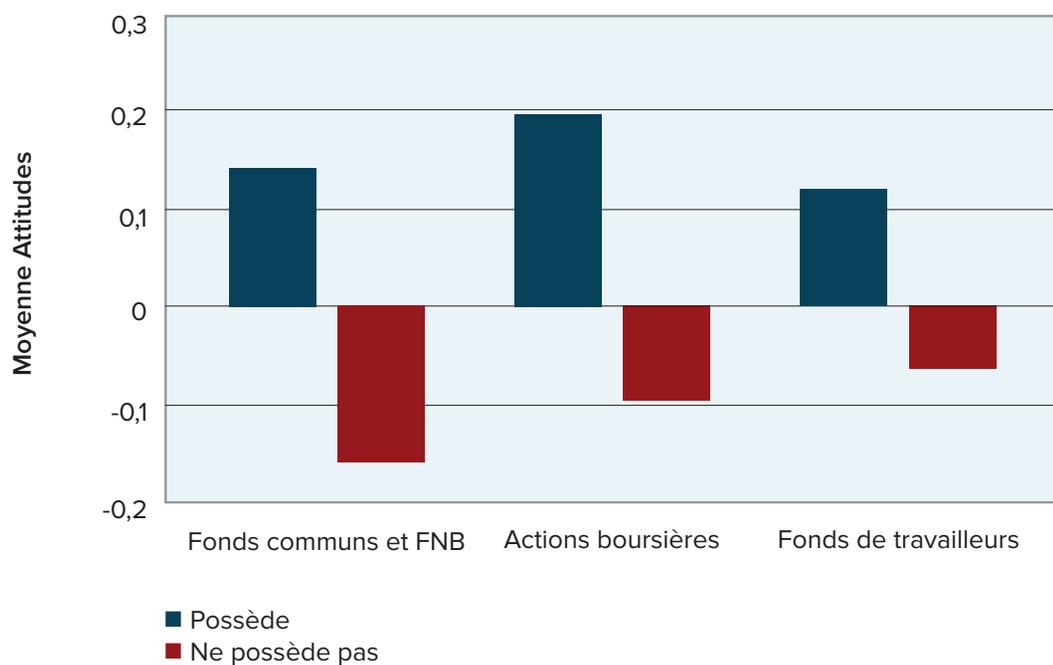
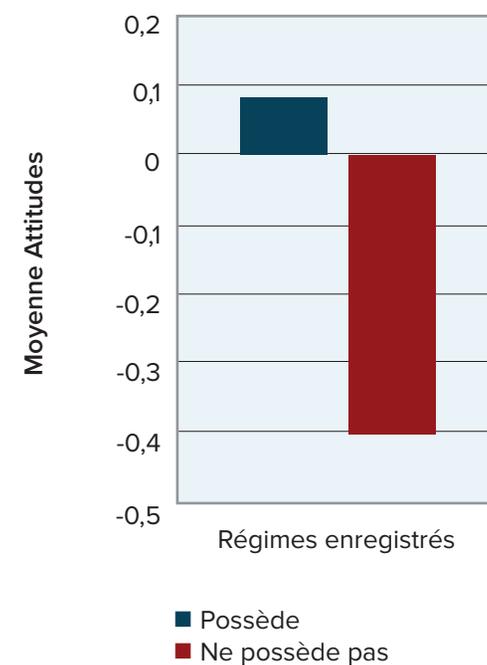


Figure 9.2

Attitudes et régimes enregistrés

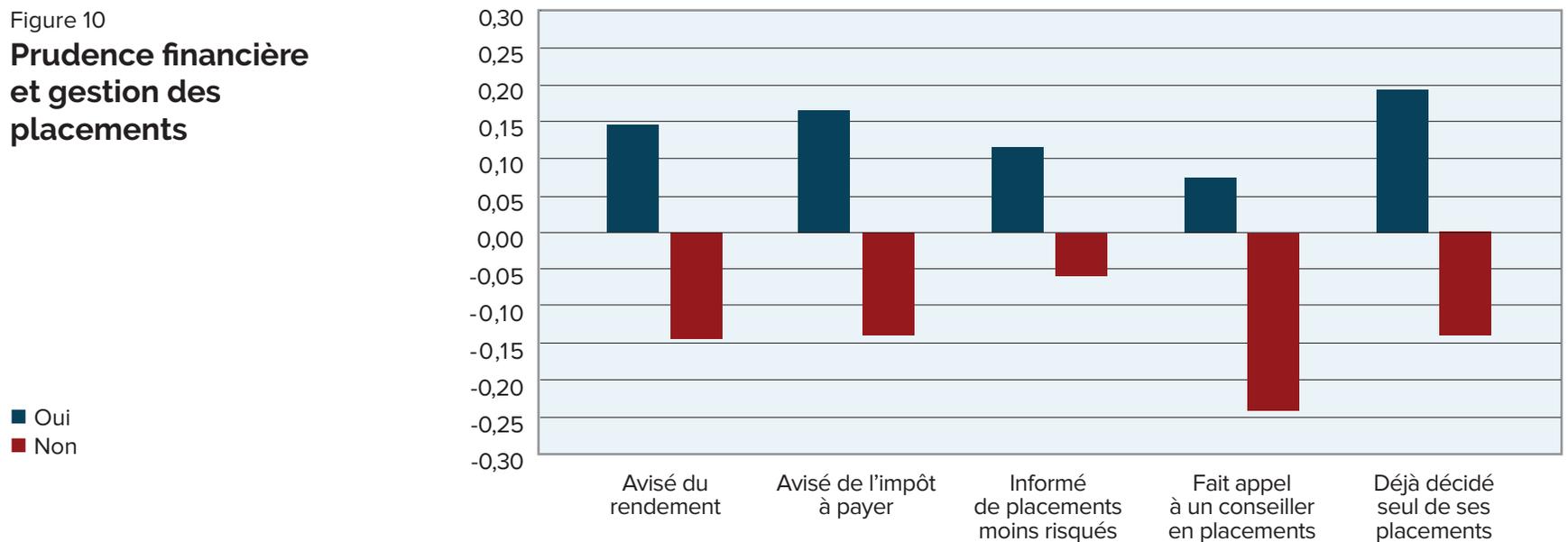


Les constatations antérieures sont confirmées par d'autres corrélations. Ainsi, la Figure 10 démontre que les consommateurs qui affichent une plus grande connaissance des produits financiers possèdent également une grande prudence. Encore ici, les attitudes de compétence côtoient les pratiques financières de telle sorte qu'elles apparaissent comme le produit l'une de l'autre.

C'est également le cas des consommateurs qui affirment faire appel aux services d'un conseiller en placement. La présence d'un conseiller favorise-t-elle dès lors le développement d'une certaine prudence financière? Encore ici, c'est plus globalement l'expérience financière personnelle qui semble expliquer cette propension à la prudence.

Ainsi, les consommateurs amenés à investir par eux-mêmes affichent également une certaine prudence financière (Figure 10). Il s'ensuit que les consommateurs qui prennent eux-mêmes l'initiative de certains investissements ne sont pas toujours pour autant des consommateurs imprudents ou téméraires.

Figure 10
**Prudence financière
et gestion des
placements**

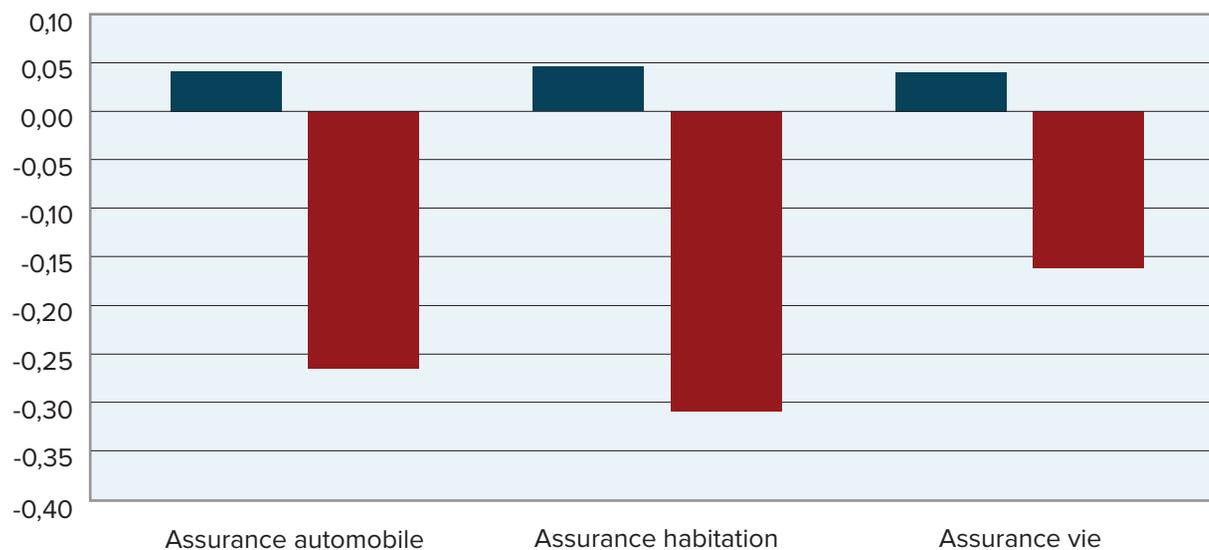


Les mêmes tendances sont observables auprès des consommateurs de produits d'assurance. Les consommateurs les plus prudents se retrouvent chez les détenteurs d'assurances plutôt que chez les consommateurs sans assurances. En matière de gestion financière, ces derniers manifestent des attitudes globalement plus désinvoltes ou indifférentes (Figure 11).

Figure 11

Prudence financière et détention de produits d'assurance

■ Possède
■ Ne possède pas

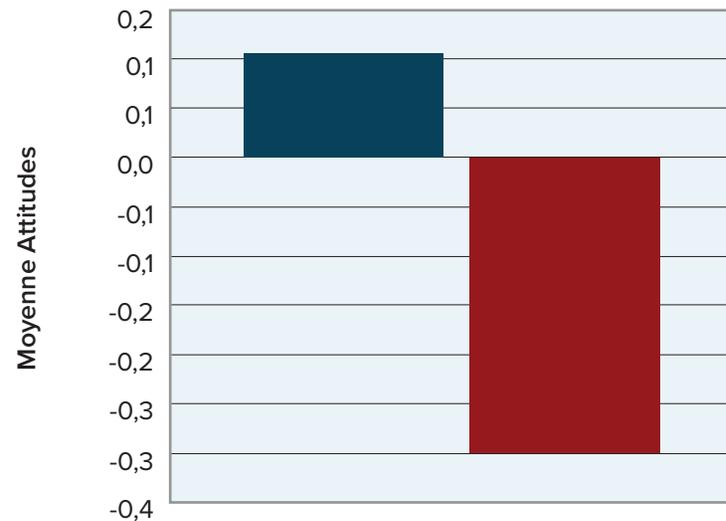


Il en va de même de la relation entre la prudence financière et le niveau de connaissance de l'Autorité des marchés financiers. Les consommateurs qui affirment connaître l'existence de l'AMF affichent des scores de prudence financière plus élevés que les consommateurs qui affirment ne pas la connaître (Figure 12). Par extension, on peut supposer qu'ils sont plus susceptibles d'y recourir en cas de difficulté ou de fraude.

Figure 12

Prudence financière et notoriété de l'AMF

■ Connait
■ Ne connaît pas

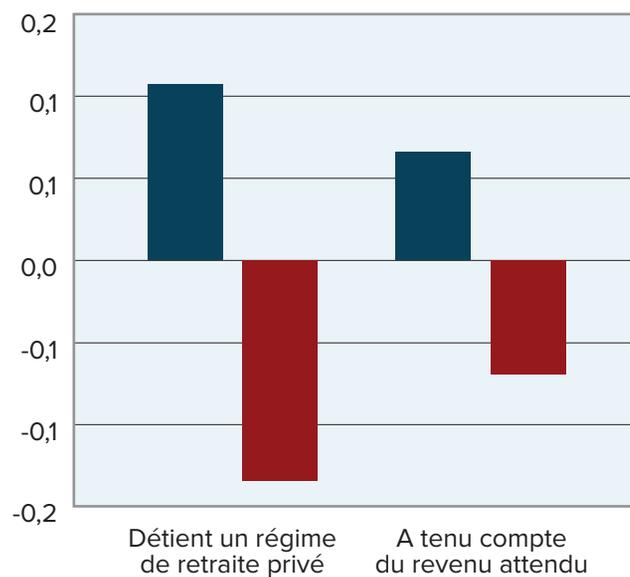


Enfin, on rencontre des différences significatives de prudence financière chez les répondants détenant un régime privé de retraite en sus du régime public. C'est également le cas de ceux qui se disent en mesure d'évaluer leur niveau de revenu à la retraite, et ce, contrairement aux répondants qui ne détiennent pas de tels régimes ou se disent incapables d'établir leurs revenus à la retraite (Figure 13).

Figure 13

**Prudence financière,
régime privé
de retraite et
planification**

■ Oui
■ Non



LA COMPÉTENCE

ADAJJ
Accès au
Droit et
À la Justice



La compétence

Une mesure de compétence des répondants a été établie à l'aide d'une série de questions sous forme de jeu-questionnaire (voir plus haut). Ici encore, l'analyse factorielle permet d'attribuer à chaque répondant un score rendant compte de sa « compétence » dans la résolution des problèmes soumis par le questionnaire. Les répondants qui ont fourni des réponses généralement justes aux questions posées obtiennent ainsi un score positif et se situent au-dessus de l'axe horizontal de la figure. Au contraire, ceux qui ne parviennent pas à répondre correctement à ces questions enregistrent des valeurs négatives sur la même échelle et se retrouvent donc en-dessous de l'axe horizontal. Cette mesure permet de distinguer graphiquement le profil des répondants en fonction de leurs compétences financières.

Tout comme en matière d'attitude financière (de prudence ou d'imprudence), on constatera que les compétences financières varient en fonction du profil des consommateurs.

Ces compétences sont largement associées au niveau de scolarité et aux revenus des consommateurs. Ainsi, les répondants les plus scolarisés (Figure 14) ou bénéficiant de revenus plus élevés (Figure 15) présentent des compétences financières globalement plus élevées que les répondants moins scolarisés ou ayant un plus bas revenu.

Figure 14
Scolarité et compétences financières

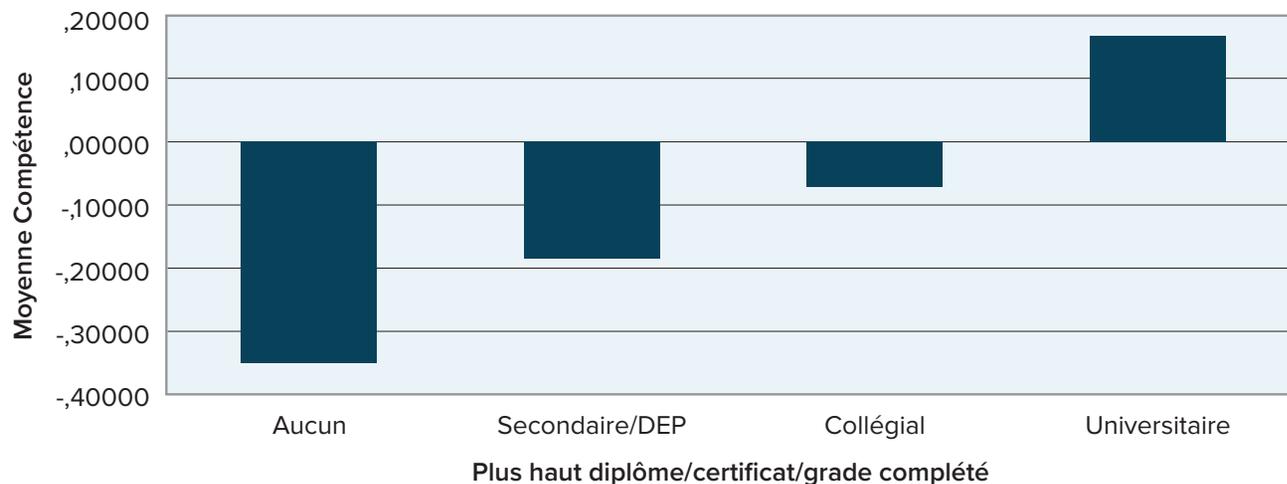
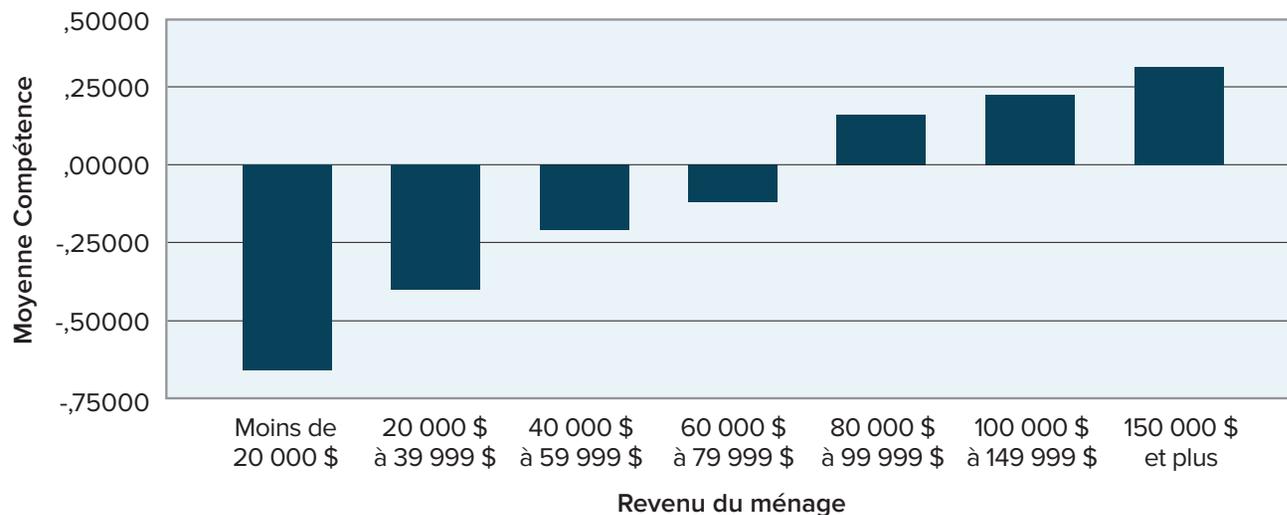
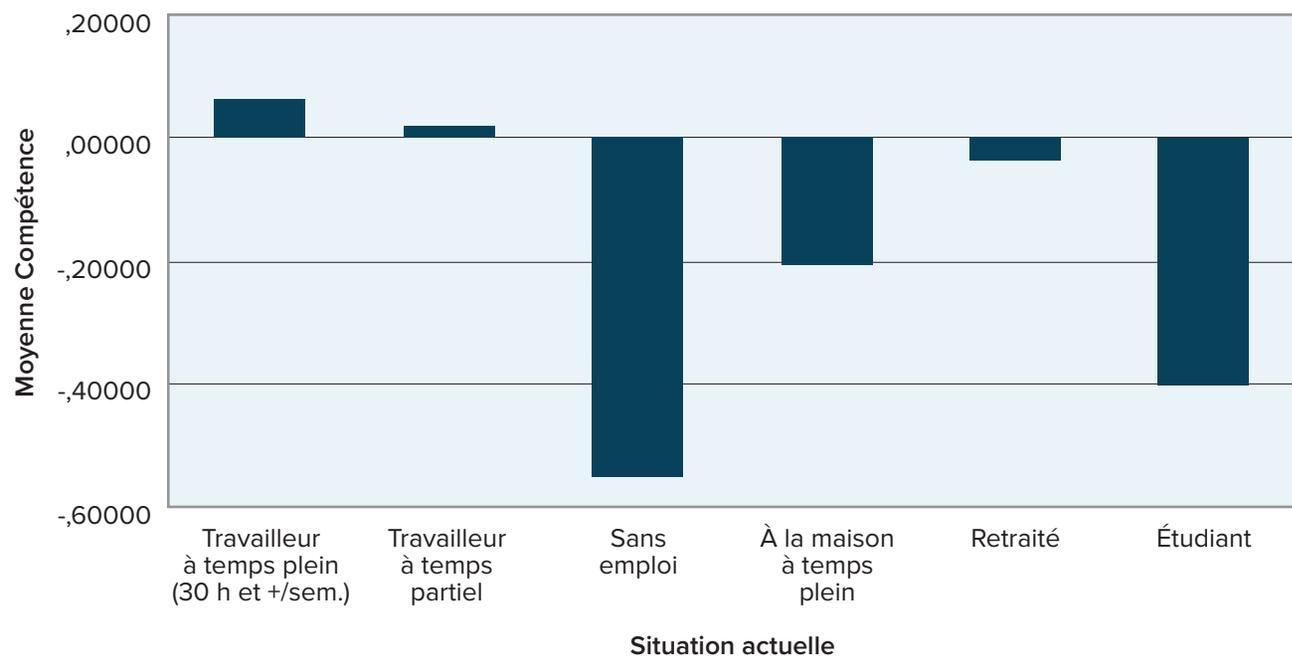


Figure 15
Revenus et compétences financières



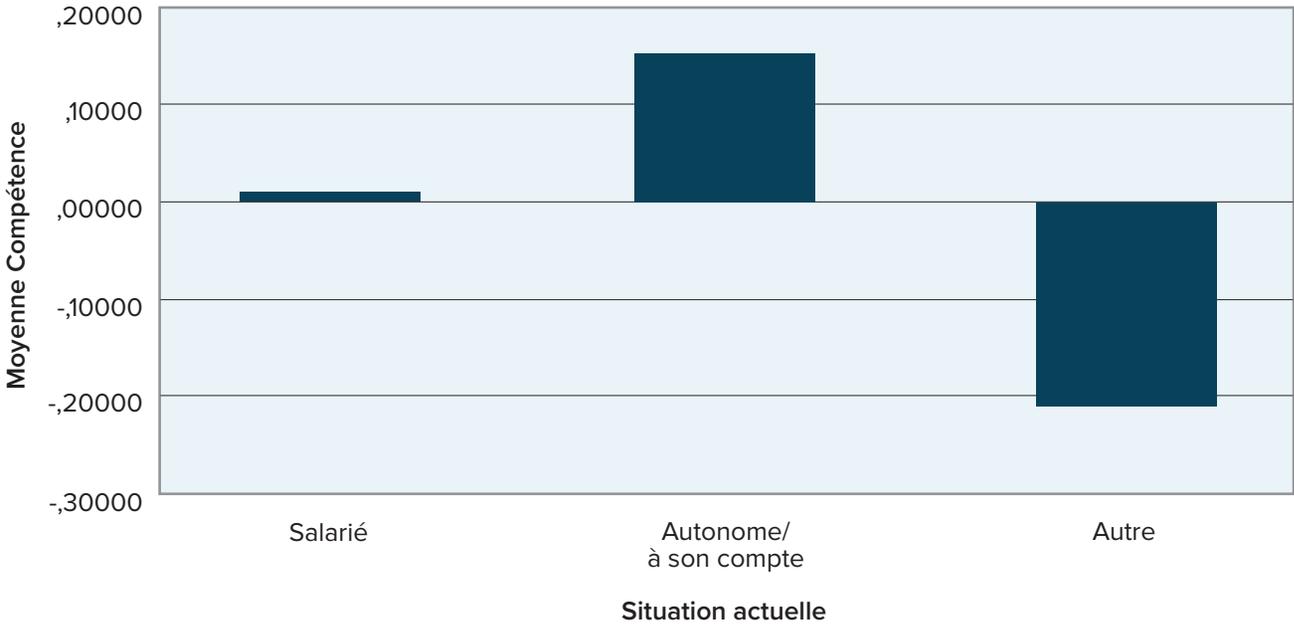
De même, le profil professionnel des consommateurs joue un rôle dans l'acquisition d'une compétence particulière en matière financière. On peut facilement constater dans les figures suivantes que, si les compétences financières sont généralement faibles au sein de la population, elles sont néanmoins plus élevées chez les travailleurs bénéficiant d'un statut professionnel stable et qui disposent donc de revenus susceptibles de favoriser une certaine activité financière (Figure 16).

Figure 16
Compétences financières et occupation



Cette compétence financière est cependant plus courante chez les travailleurs autonomes dont la condition même exige une planification à long terme tenant compte de l'absence de régime privé de retraite relié à l'emploi et à moyen terme de la nécessité d'une gestion des revenus fondée sur des entrées irrégulières (Figure 17).

Figure 17
**Compétences
financières, salariés
et contractuels**



La stabilité des conditions de vie personnelle et familiale est susceptible d'influer directement sur les projections financières des ménages, à court, à moyen ou à long terme. Elle est par conséquent inévitablement corrélée avec l'acquisition de compétences courantes, et ces compétences sont donc susceptibles de varier au sein de la population. Cette hypothèse est validée par les Figures 18 et 19 qui révèlent que les consommateurs qui se disent propriétaires de leur résidence témoignent de compétences financières globalement plus élevées que les locataires. De même, le fait d'avoir ou non la charge d'enfants mineurs détermine à la fois des exigences de planification et de gestion courante particulière. Par extension, elles sont associées à la nécessité d'un certain nombre de compétences financières courantes : taux d'intérêt, fardeau fiscal, inflation, etc. On a de même constaté que les personnes vivant en couple tendaient à démontrer une plus grande prudence financière (budget, épargne, etc.) que celles qui vivent seules ou avec d'autres individus sans former pour autant un ménage. Ces répondants (en couple) démontrent par ailleurs une plus grande compétence financière globale. Dans tous les cas, la stabilité des conditions de vie personnelle (que ce soit sur le plan de l'habitation, sur le plan de relation familiale ou sur le plan financier) sert de creuset à l'acquisition de compétences financières courantes. Cela tend à démontrer que la littératie financière est une question directement reliée à l'expérience financière elle-même plutôt qu'à une compétence abstraite acquise sur le plan théorique.

Figure 18

Compétences financières et statut résidentiel

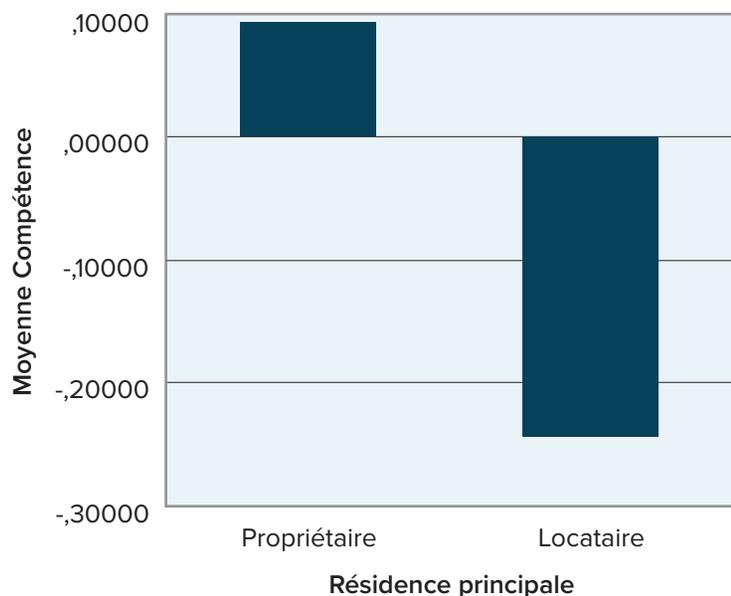
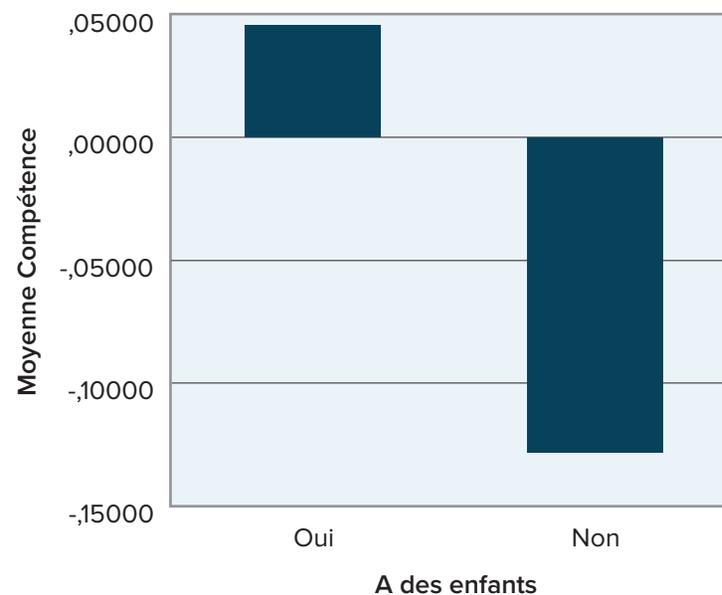


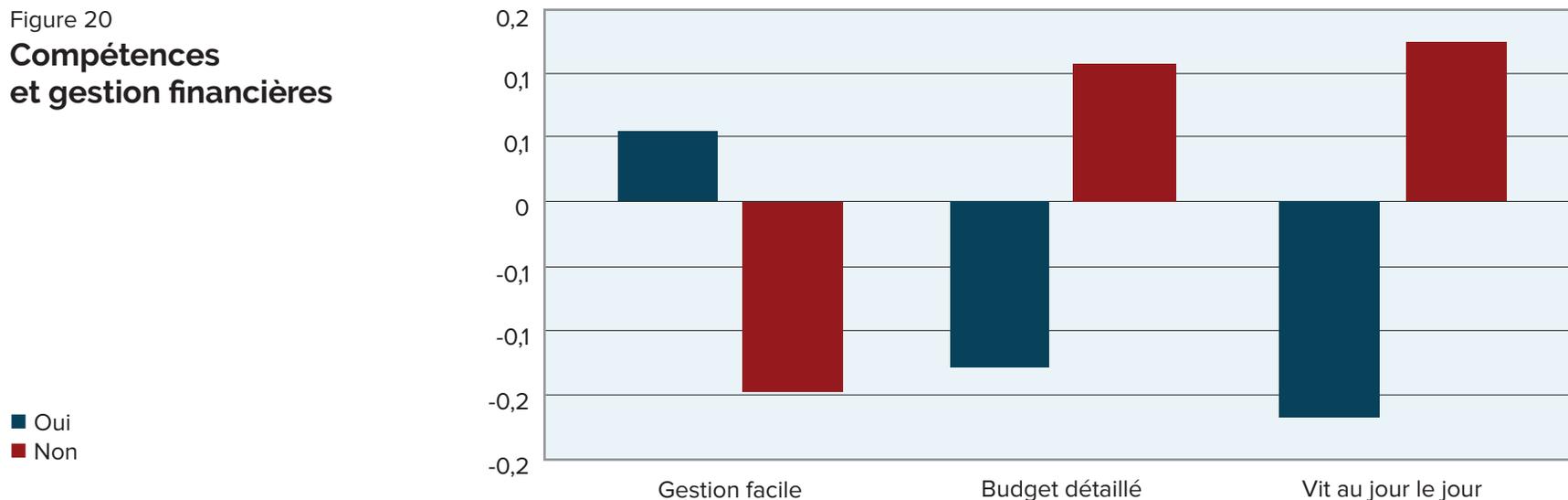
Figure 19

Compétences financières et parentalité



Les répondants qui disent administrer facilement leurs actifs démontrent également une plus grande compétence financière globale que ceux qui considèrent cette gestion difficile (Figure 20). Les répondants affirmant vivre « au jour le jour » s'avèrent également les moins compétents sur le plan financier. De façon générale, les énoncés des variables d'attitude (section précédente) et de compétence sont corrélés. Bien que cela puisse sembler paradoxal et contradictoire à première vue, les répondants déclarant tenir un budget détaillé ne sont pas ceux qui manifestent le plus de compétence en ce qui a trait aux questions financières. On peut tout de même signaler que les ménages les plus portés à la planification budgétaire sont ceux dont les revenus sont les moins élevés (53 % des ménages dont le revenu annuel est inférieur à 40 000 \$ et 50 % des ménages dont les revenus sont de 40 000 \$ à 79 999 \$), alors que cette proportion est plus basse dans les ménages dont les revenus annuels sont supérieurs (40 % des ménages dont les revenus sont de 80 000 \$ à 149 000 \$). Il s'ensuit que la tenue d'un budget renvoie plutôt à une nécessité pratique qu'à une mesure de nature « cognitive » (d'attitude ou de compétence), ce qui explique l'absence de corrélation entre budgétisation et compétences financières globales.

Figure 20
**Compétences
 et gestion financières**

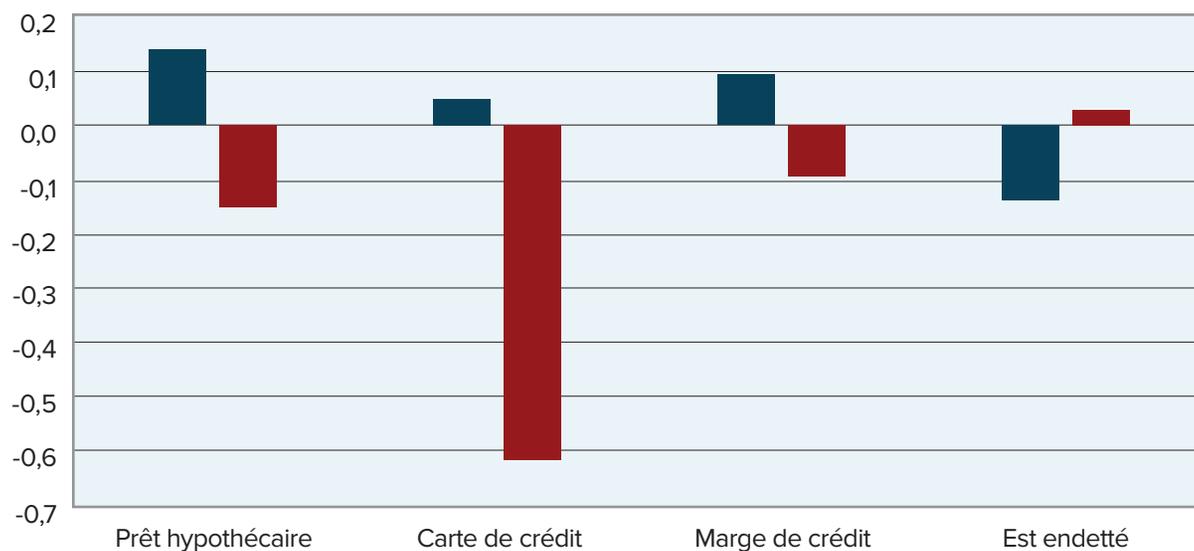


La Figure 21 permet de confirmer les observations antérieures. Si les titulaires de produits courants (hypothèque, carte de crédit, marge de crédit) démontrent généralement une certaine prudence financière, ils sont également plus compétents sur le plan financier. À l'inverse, les personnes qui se disent endettées font preuve de compétences et de prudence financières moindres (Figure 6).

Figure 21

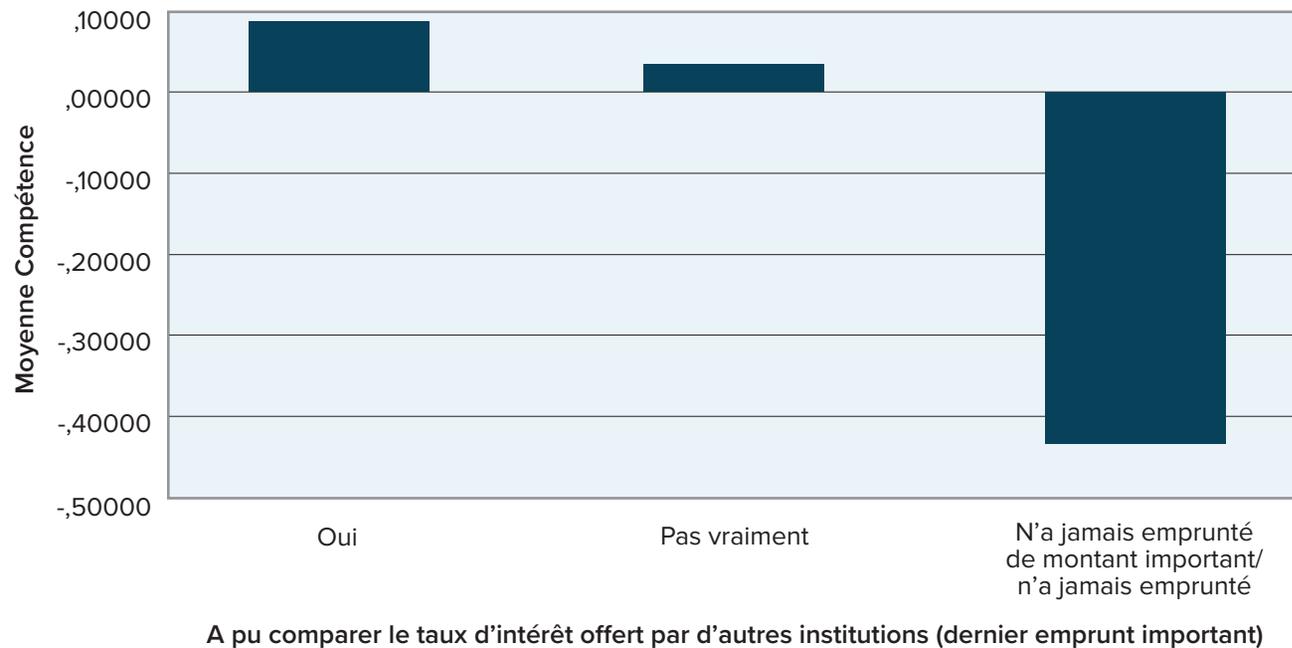
Compétences et possession de produits financiers

■ Oui
■ Non



La compétence financière des consommateurs est par ailleurs corrélée avec leur tendance à comparer ou non les taux d'intérêt rattachés à des emprunts récents (Figure 22). On constate par ailleurs que les consommateurs les moins compétents se retrouvent chez les répondants les moins actifs sur le marché de l'emprunt, c'est-à-dire chez ceux qui n'avaient pas récemment contracté d'emprunts importants. Cette donnée tend à confirmer que la compétence et la littératie financière – bien que variables au sein de la population – sont directement associées aux expériences financières personnelles courantes des consommateurs.

Figure 22
**Compétences,
emprunt et
comparaison
des taux d'intérêt**



La corrélation enregistrée entre la compétence des consommateurs et leur activité financière est également confirmée dans le cadre de leurs activités de placements, que ce soit sous forme de fonds communs, d'actions en bourse, de fonds de travailleurs (Figure 23.1) ou de placements dans des régimes enregistrés (Figure 23.2).

Il apparaît encore ici que l'apprentissage des rudiments de la compétence financière suit directement l'expérience financière des consommateurs, et que les plus compétents se trouvent chez ceux qui exercent une véritable activité financière.

En contrepartie, les consommateurs qui ne témoignent pas d'une expérience financière courante (et dont l'attitude à l'égard des questions financières est soit indifférente, soit insouciante, Figures 7 et 8) sont également moins compétents, dans l'ensemble, sur le plan de la gestion financière ou de la protection de leurs avoirs.

Figure 23.1
Compétences et placements financiers

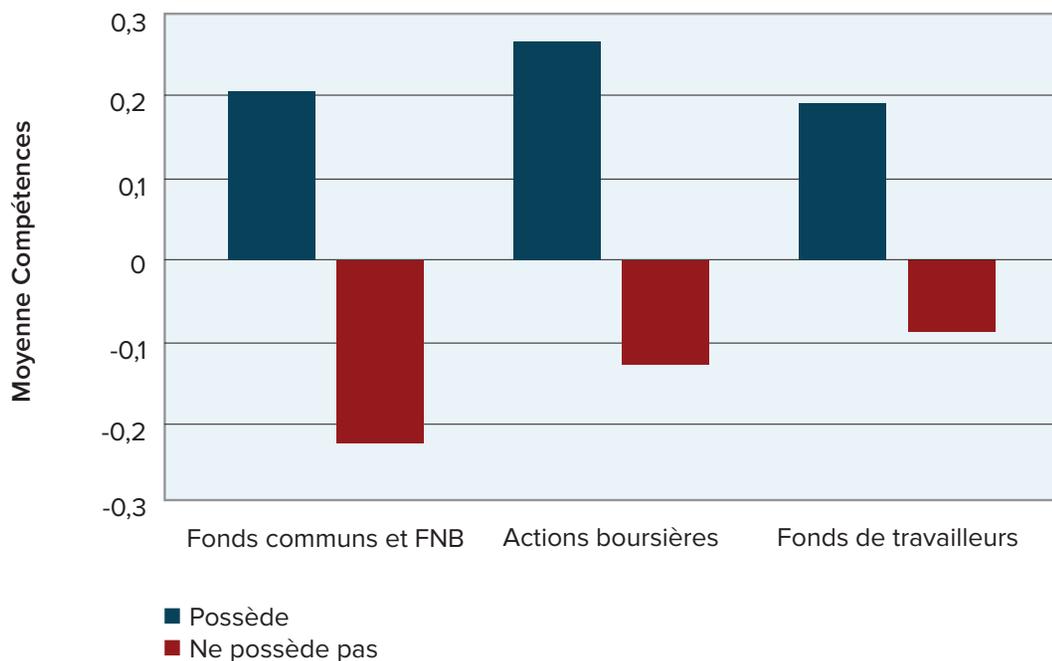
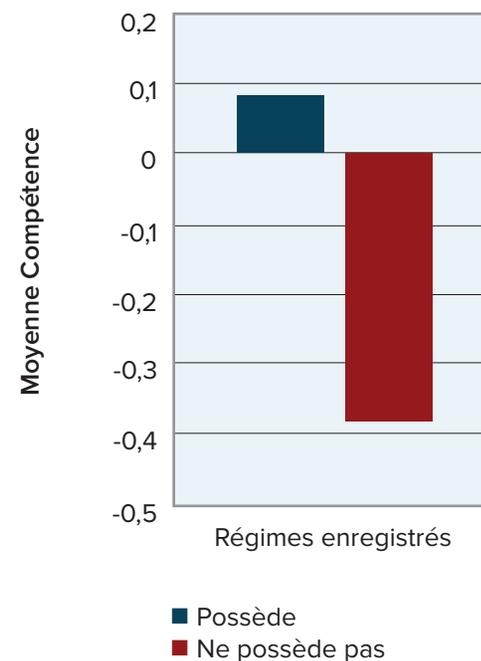
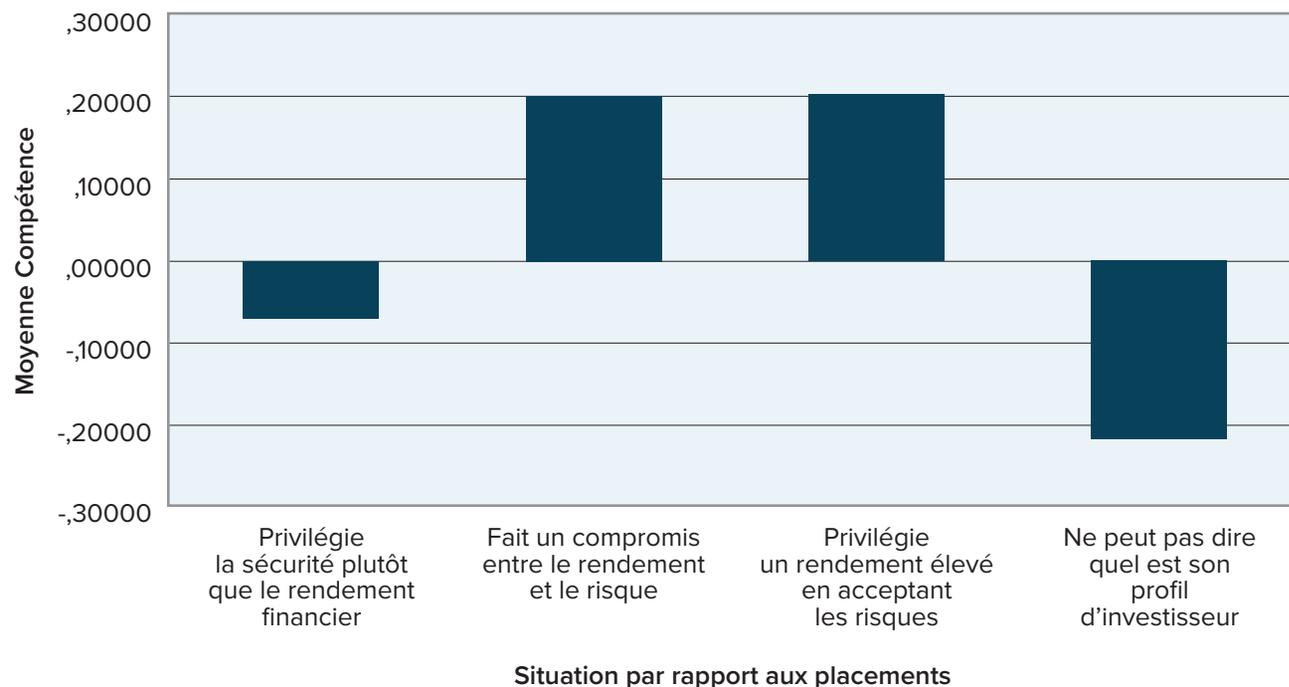


Figure 23.2
Compétences et régimes enregistrés



Ces compétences diverses sont elles-mêmes corrélées avec la capacité des consommateurs à établir leur propre profil d'investissement. On constatera d'abord que les consommateurs qui se disent incapables de définir ce profil ou privilégient la sécurité sur le rendement sont, en théorie du moins, les plus à risque sur le marché des investissements du fait de leur compétence restreinte en matière financière (Figure 24). En contrepartie, **les analyses complémentaires réalisées dans le cadre des travaux sur l'Indice révèlent que les consommateurs les moins rompus aux raisonnements financiers sont également significativement moins actifs sur le marché des investissements** et que, par extension, ils y courent moins de risques. Ces données confirment surtout que la compétence suit de près l'expérience financière des consommateurs et que les attitudes et les compétences dans ces domaines sont directement associées à des expériences réelles plutôt qu'à des situations hypothétiques fictives.

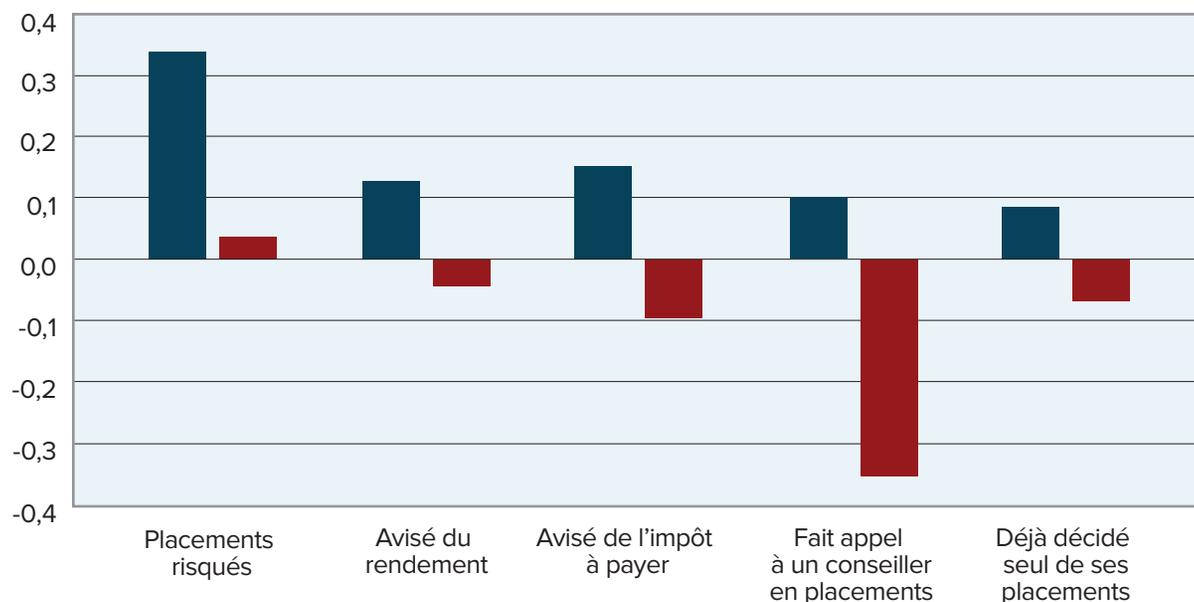
Figure 24
**Compétences
 et profil
 d'investissement**



Les activités d'investissement étant elles-mêmes associées à tout un ensemble de pratiques financières, on constate (de façon prévisible) que les compétences financières des consommateurs sont reliées à certaines autres connaissances pratiques : capacité d'apprécier des rendements et des conséquences fiscales associés à un investissement, etc. (Figure 25). **De manière complémentaire à ce qui a pu être observé au chapitre des attitudes, les consommateurs les plus susceptibles de réaliser des investissements à risque sont également les plus compétents sur le plan du calcul financier. En contrepartie, ils font plus systématiquement appel aux services d'un conseiller, même s'ils sont plus susceptibles que les autres consommateurs de décider seuls des placements de certains de leurs actifs.**

Figure 25
Compétences, informations et pratiques financières

■ Oui
■ Non



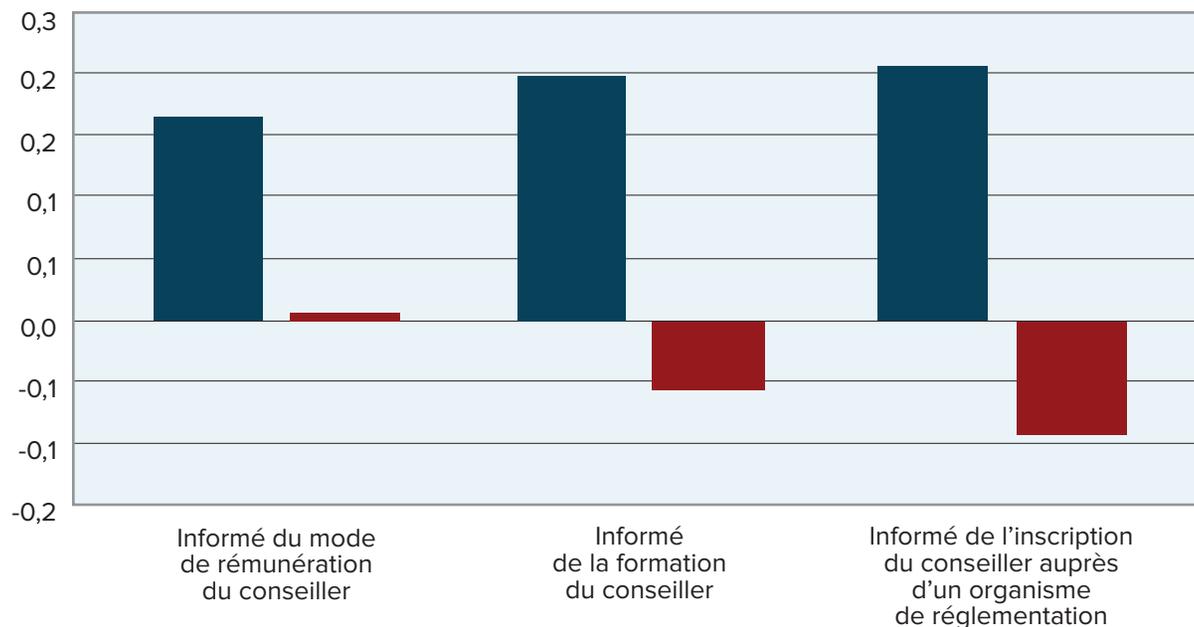
Lorsqu'ils font appel à un conseiller financier, les consommateurs dont les compétences financières sont avérées sont globalement plus avisés de la formation de ces conseillers, de leur mode de rémunération et de leur inscription auprès d'un organisme de réglementation. Il en va de même des consommateurs de produits d'assurance (Figure 26).

Finalement, la connaissance des organismes de réglementation susceptibles d'intervenir en cas de difficulté est également largement associée à la mesure de compétences des consommateurs; une mesure qui concorde avec ce qui avait pu être constaté en regard des attitudes financières des consommateurs (Figure 12).

La question de la littératie financière doit par conséquent être abordée dans ces diverses dimensions, sinon comme un tout, comme le révèle la mesure plus globale proposée par l'Indice 2022.

Figure 26
**Compétences
et connaissances
des conditions
d'exercice des
fonctions conseil**

■ Oui
■ Non



LES PRODUITS FINANCIERS



Le sondage porte également sur les différents produits financiers détenus par les répondants. Il s'agit des emprunts effectués ou des services de crédit utilisés, des placements réalisés sous diverses formes : actions boursières, placements dans des régimes enregistrés, régimes de retraite, couvertures d'assurances variées, etc.

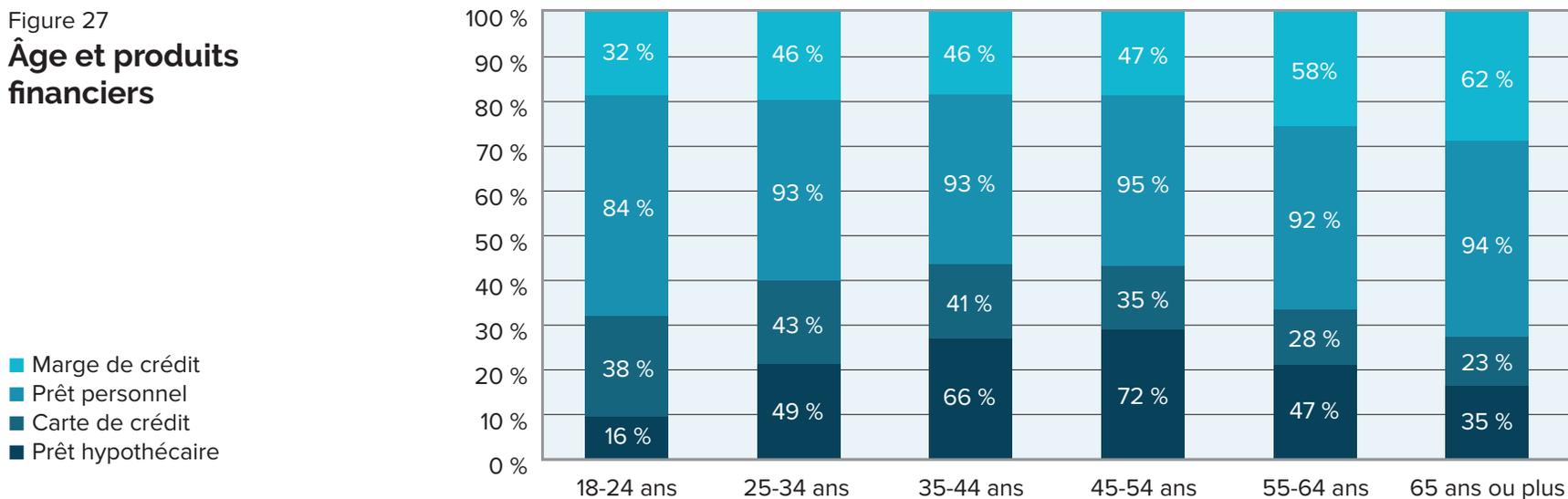


Les prêts et le crédit

Près de la moitié des consommateurs rejoints dans le cadre du sondage sur l'Indice (52,5 %) affirmaient détenir un prêt hypothécaire. Ces données correspondent aux statistiques relatives à la propriété résidentielle enregistrées auprès des résidents québécois.

Toutefois, ce sont surtout les répondants situés dans la fourchette d'âge de 35 à 54 ans qui apparaissent titulaires d'une hypothèque, alors que la proportion des détenteurs de prêts personnels apparaît plus élevée chez ceux de 25 à 34 ans, avant de décroître chez les consommateurs plus âgés (Figure 27). La détention d'une carte de crédit est assez universellement répartie, et ne génère pas de différences significatives en fonction de la cohorte d'âge des consommateurs. La carte de crédit apparaît ainsi bien établie en tant que mode de paiement, tandis que l'obtention d'une marge de crédit croît en fonction de l'âge.

Figure 27
Âge et produits financiers



Pris globalement, le tiers des répondants déclarent n'avoir jamais comparé les taux d'intérêt obtenus sur leurs emprunts importants (Figure 28). Si un sixième des répondants se déclare endetté, ce sentiment d'endettement varie en fonction de l'âge et touche plus particulièrement ceux de 25 à 54 ans, dont près de 25 % se plaignent de leur endettement (Figure 29).

Figure 28

A pu comparer le taux d'intérêt offert par d'autres institutions (dernier emprunt important)

- Oui
- Pas vraiment
- N'a jamais emprunté de montant important/n'a jamais emprunté

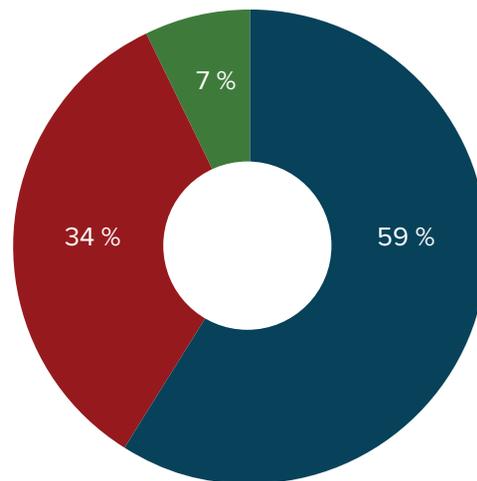
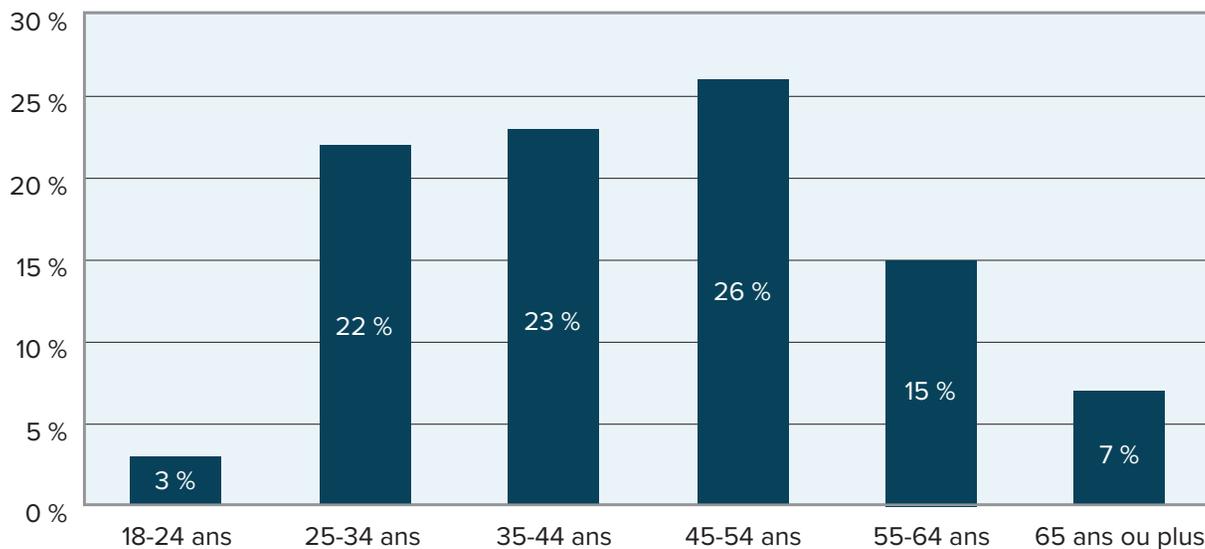


Figure 29

Âge et sentiment d'endettement



Les placements

Les placements détenus dans des régimes enregistrés représentent les produits que les consommateurs possèdent le plus couramment (81 %). Par ailleurs, les actions boursières (31 %) et les actions proposées par les fonds de travailleurs (34 %) ne sont détenues que par le tiers des consommateurs.

La moitié des consommateurs disent posséder des parts dans des fonds communs de placement (51 %). 16 % affirment avoir déjà investi dans des placements risqués. 42 % des consommateurs indiquent avoir déjà acquis des placements sans avoir recours à un conseiller.

Sur le plan de la littératie financière, la majorité des répondants se disent avisés des conditions liées à leurs placements (Figure 30), et plus de la moitié déclarent avoir une bonne connaissance du rôle et des services offerts par leur conseiller en placements (Figure 31).

Figure 30
Placements et informations

■ Oui
■ Non

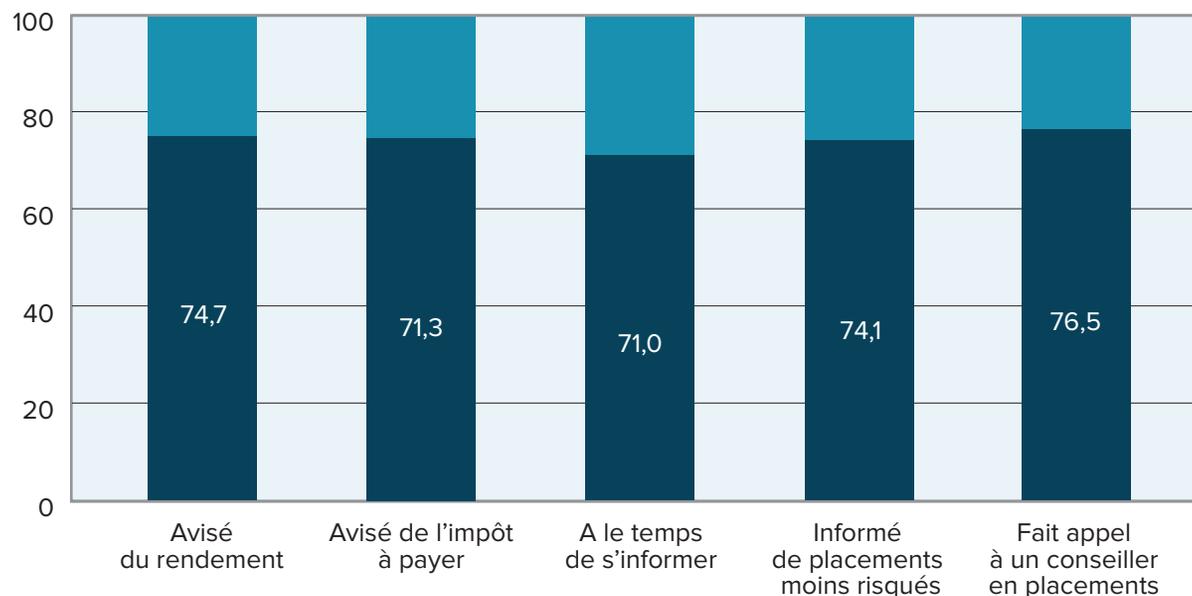
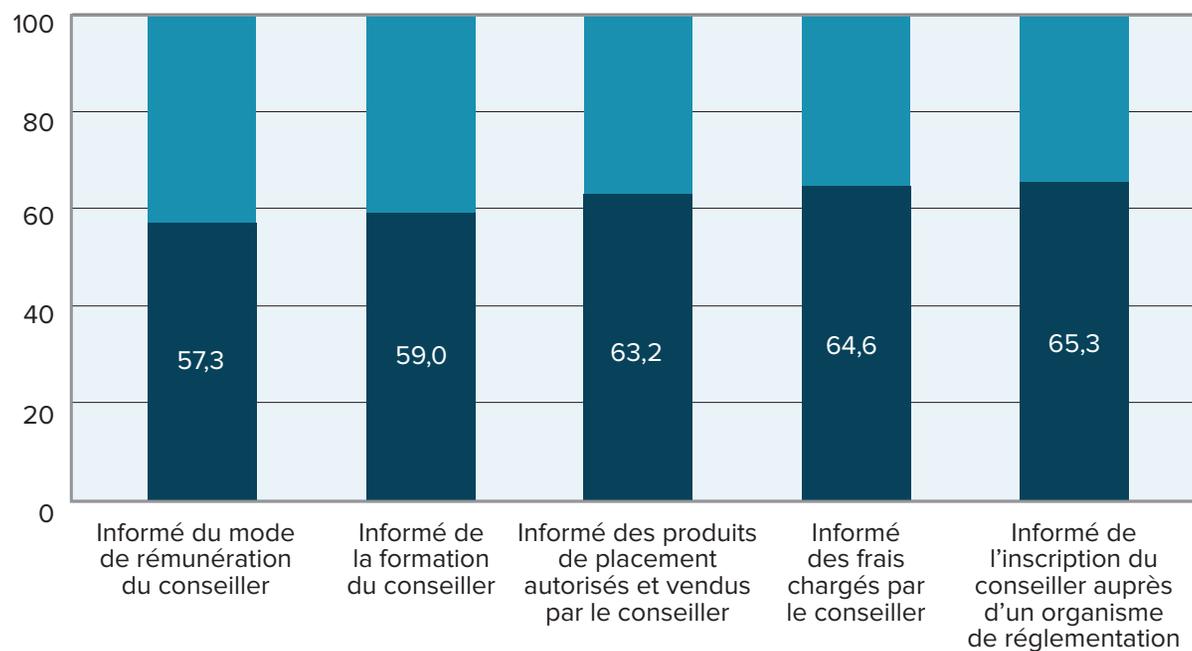


Figure 31
Placements et information sur l'activité des conseillers

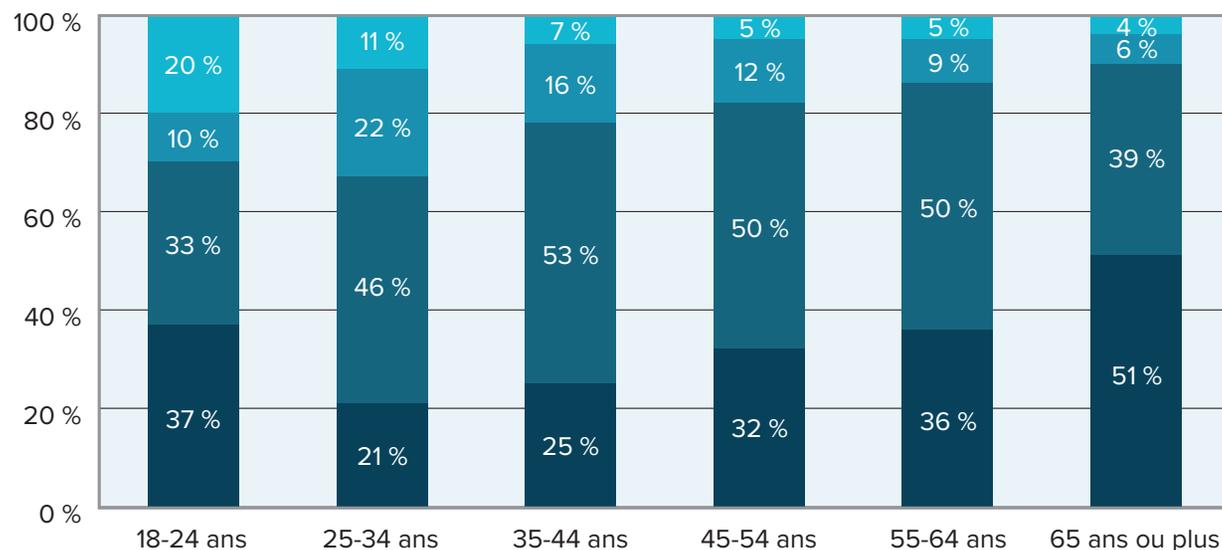
■ Oui
■ Non



Près de la moitié des consommateurs (47 %) déclare faire des compromis entre le rendement et le risque, alors que le tiers des consommateurs (34 %) privilégie clairement la sécurité financière. Ce sont surtout les répondants de 25 à 34 ans qui sont attirés par des placements risqués et à rendement élevé; 22 % souscrivent à cette éventualité (Figure 32). Toutefois cette proportion diminue alors que l'âge des répondants s'accroît. D'ailleurs, plus les consommateurs sont âgés, plus ils entendent privilégier la sécurité sur le rendement financier, ce qui fait d'eux des investisseurs particulièrement prudents.

Figure 32
Âge et profil d'investissement

- Ne peut pas dire quel est son profil d'investisseur
- Privilégie un rendement élevé en acceptant les risques
- Fait un compromis entre le rendement et le risque
- Privilégie la sécurité plutôt que le rendement financier

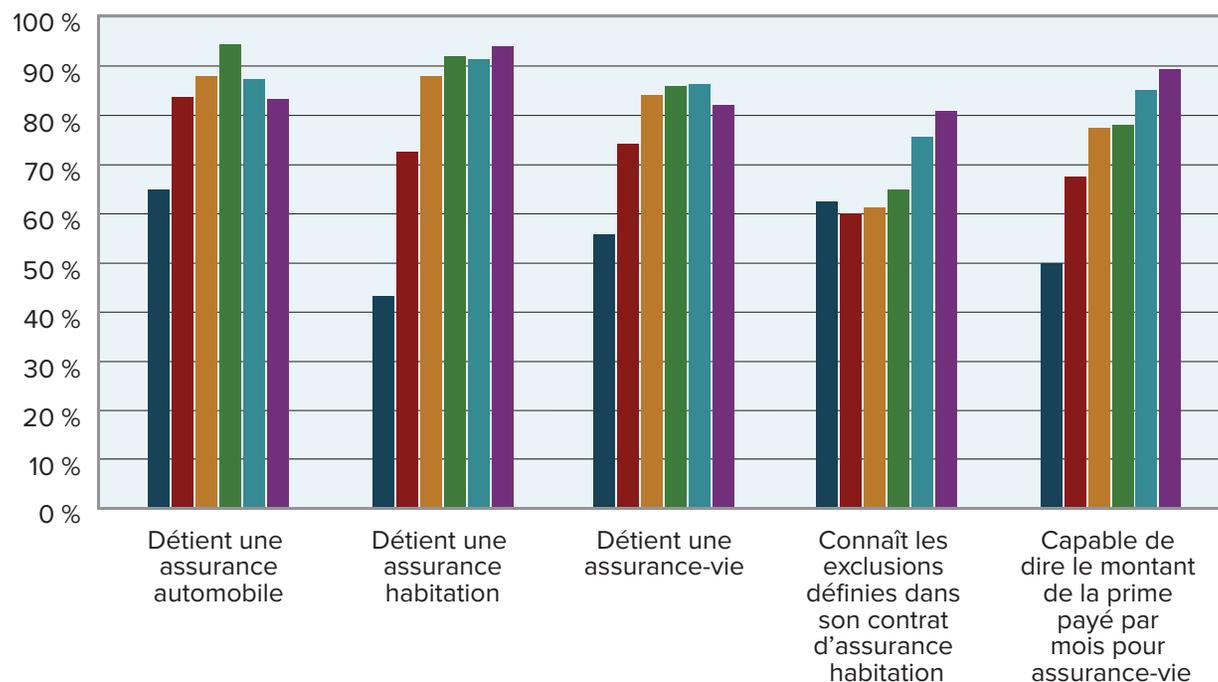


Les assurances

Plus de 80 % des consommateurs déclarent détenir au moins une police d'assurance d'une nature ou d'une autre. Ce sont les répondants âgés entre 45 et 54 ans qui sont en proportion les plus nombreux à détenir une police d'assurance automobile et ce sont les répondants de 35 ans et plus qui sont en proportion les plus nombreux à détenir à la fois une assurance habitation et une assurance-vie. La consommation des produits d'assurance suit par conséquent très directement l'évolution des cycles de vie : consommation courante, acquisition résidentielle et vie familiale, etc. Cela étant, plus les répondants sont âgés, plus ils sont nombreux à connaître les conditions liées à leurs polices d'assurance habitation ou d'assurance-vie. Ici encore, il apparaît que le niveau de littératie financière suit l'expérience de consommation et constitue le produit d'une série d'expériences concrètes : dommages, pertes, réclamations, etc.

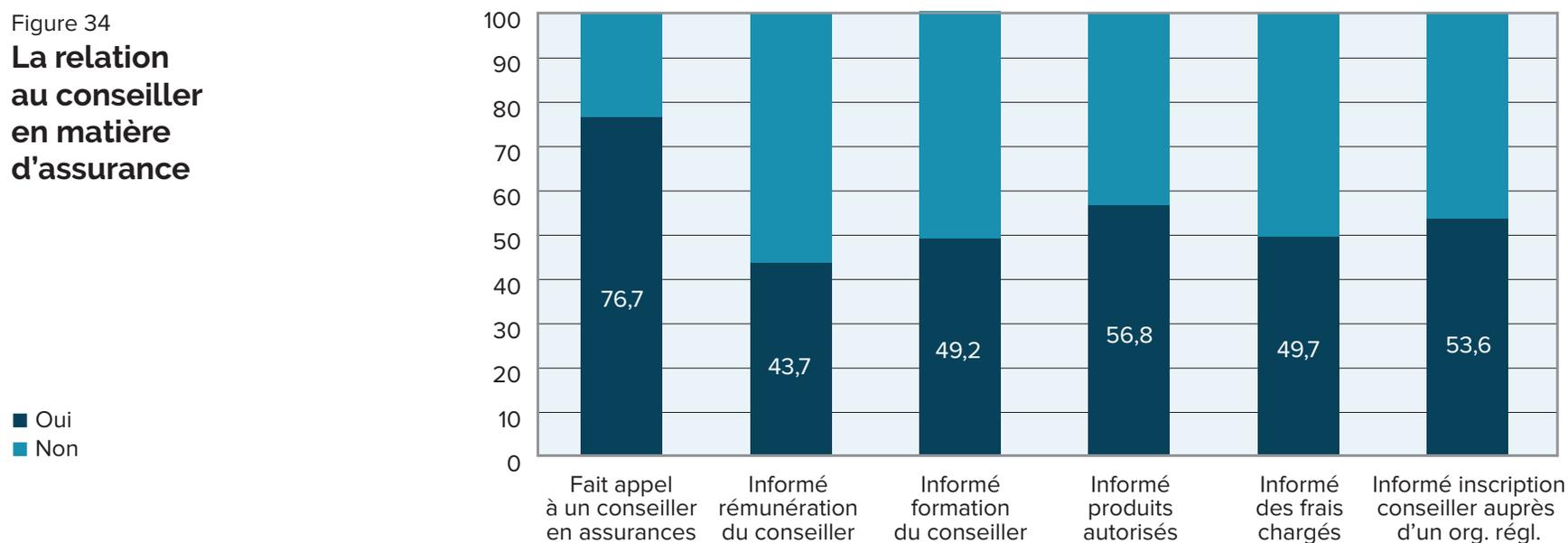
Figure 33

Polices d'assurances par cohortes d'âge



La connaissance des services et conditions d'application des contrats d'assurance détenus par les consommateurs assurés varie de 88 % pour la couverture offerte par leur assurance-vie à 61 % pour celle offerte par leur assurance habitation. Toutes proportions gardées cependant, les consommateurs de produits d'assurance sont beaucoup moins nombreux que les consommateurs de produits de placement à connaître la nature des activités, le niveau de formation ou le mode de rémunération de leurs conseillers en assurances, même si 77 % d'entre eux disent avoir fait affaire avec un conseiller (Figure 34). Cette mesure distingue les consommateurs de produits d'investissement (composés d'un groupe plus restreint et ciblé de répondants) des consommateurs de produits d'assurance (qui constituent la presque totalité des citoyens québécois adultes) dont les attitudes ou les compétences financières sont soumises à une plus grande variation. En contrepartie, les titulaires de produits de placement apparaissent plus informés que les simples consommateurs d'assurance sur la nature des services et produits financiers proposés par leur conseiller.

Figure 34
**La relation
 au conseiller
 en matière
 d'assurance**



Le régime de retraite

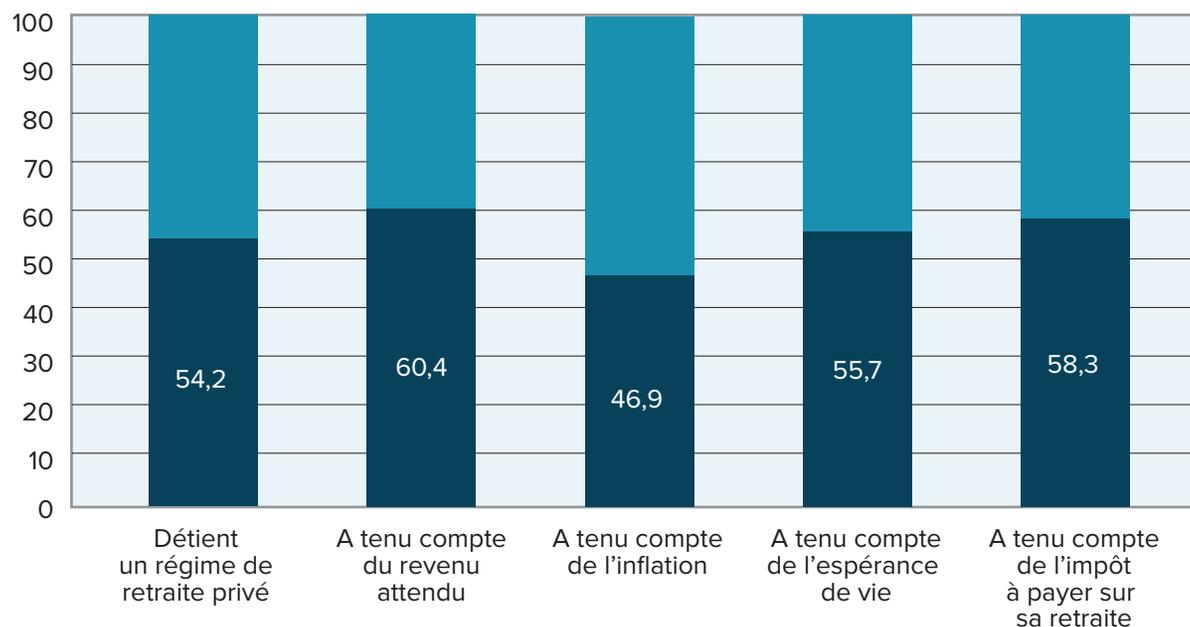
Si près du quart (24 %) des participants au sondage affirment être aujourd'hui à la retraite, seulement 54 % d'entre eux ont souscrit à un autre régime de retraite que le régime public proposé par l'État québécois ou canadien. Au sein des répondants souscrivant (ou ayant souscrit) à un tel régime privé de retraite, 88 % bénéficient d'un régime relié à leur emploi et à peine 12 % d'un régime de retraite personnel. Plus les répondants sont âgés, plus ils sont nombreux proportionnellement à détenir un tel régime complémentaire. Sur un tout autre plan, la capacité des répondants à tenir compte de l'évolution des conditions économiques ambiantes, de l'inflation ou de l'espérance de vie est cependant très variable et dépasse rarement les 60 %.

(Figure 35).

Figure 35

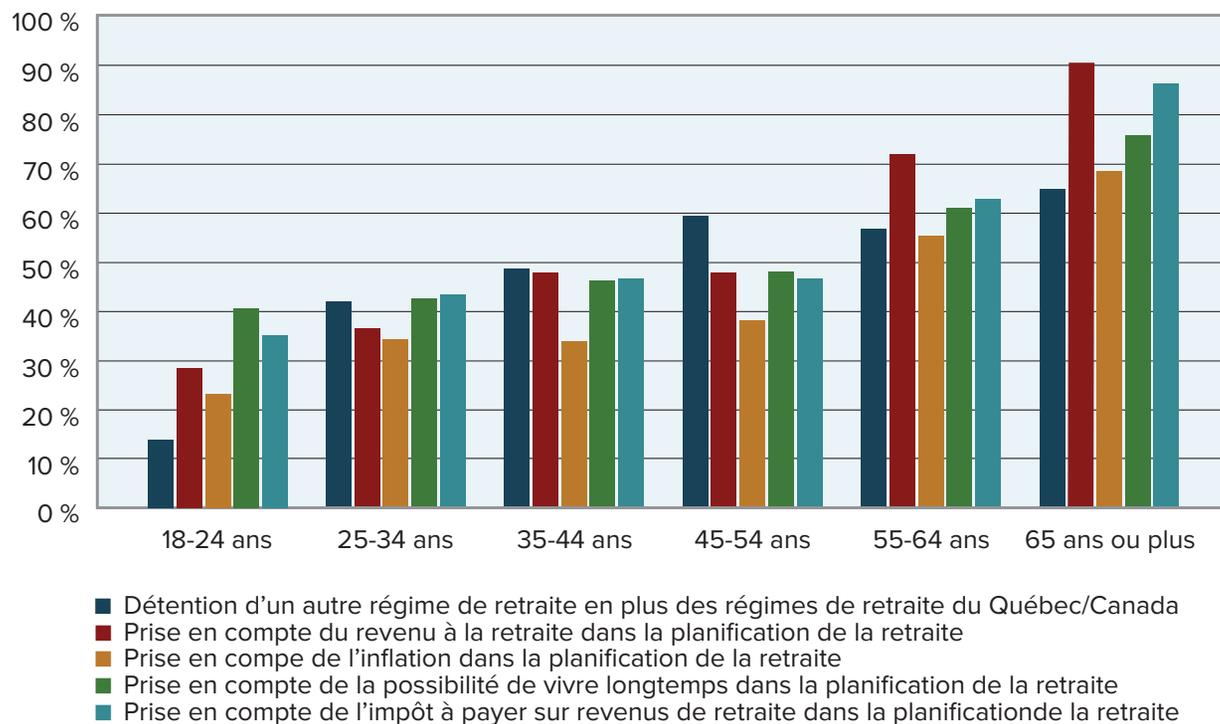
Capacités de prise en compte de l'évolution des conditions de retraite

■ Oui
■ Non



Cette capacité est par ailleurs très variable, encore que, pour des raisons liées à l'évolution même de la trajectoire personnelle (qu'on appelle *effet cycle de vie*), cette capacité projective évolue avec l'âge des consommateurs (Figure 36).

Figure 36
**Âge et capacités
 de prise en compte
 de l'évolution
 des conditions
 de retraite**



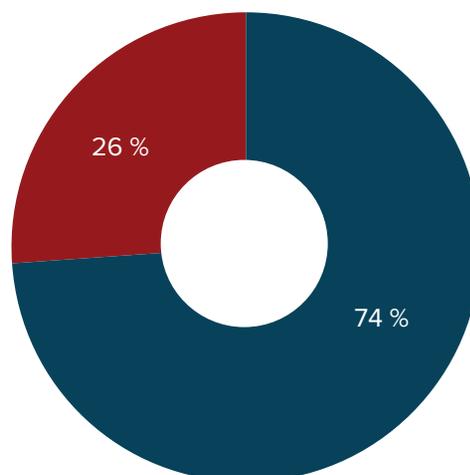
Notoriété de l'Autorité des marchés financiers

L'Autorité des marchés financiers demeure l'organisme réglementaire le mieux connu des consommateurs de produits et services financiers (Figure 37). 74 % d'entre eux affirment connaître l'existence de l'AMF en tant qu'organisme réglementaire. Cette notoriété augmente avec l'âge des consommateurs. Si moins de 50 % des répondants de 18 à 24 ans affirment connaître l'existence de l'AMF, cette proportion passe au-delà de 75 % chez les consommateurs de 45 ans et plus.

Figure 37

Notoriété de l'Autorité des marchés financiers

- Connait
- Ne connaît pas

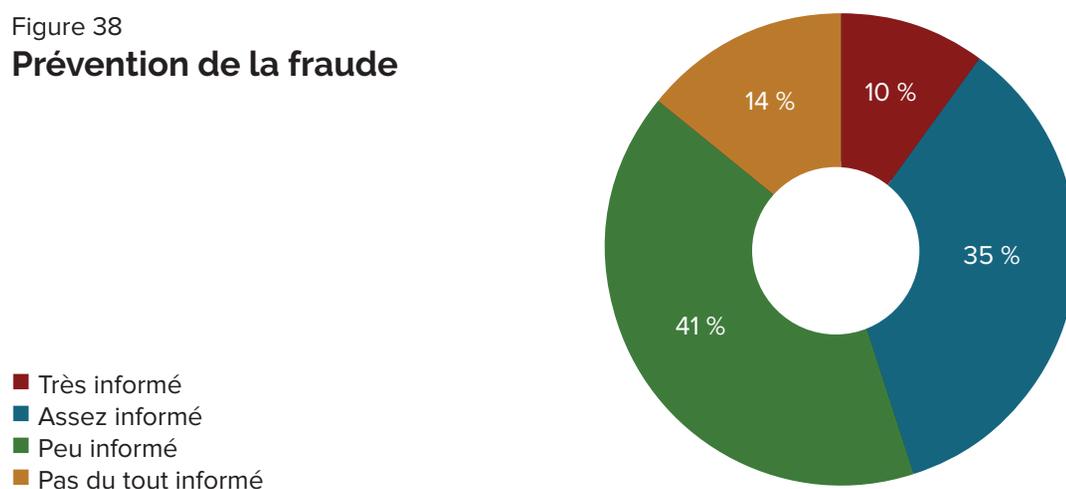


Prévention de la fraude

Seulement 45 % des consommateurs se disent « très informés » ou « assez informés » de ce qu'il convient de faire en contexte de fraude financière (Figure 38). Le sondage sur l'Indice révèle que cette compétence augmente graduellement avec l'âge des consommateurs. Plus les consommateurs sont âgés, plus ils prétendent être informés des moyens de se prémunir d'une éventuelle fraude financière.

Figure 38

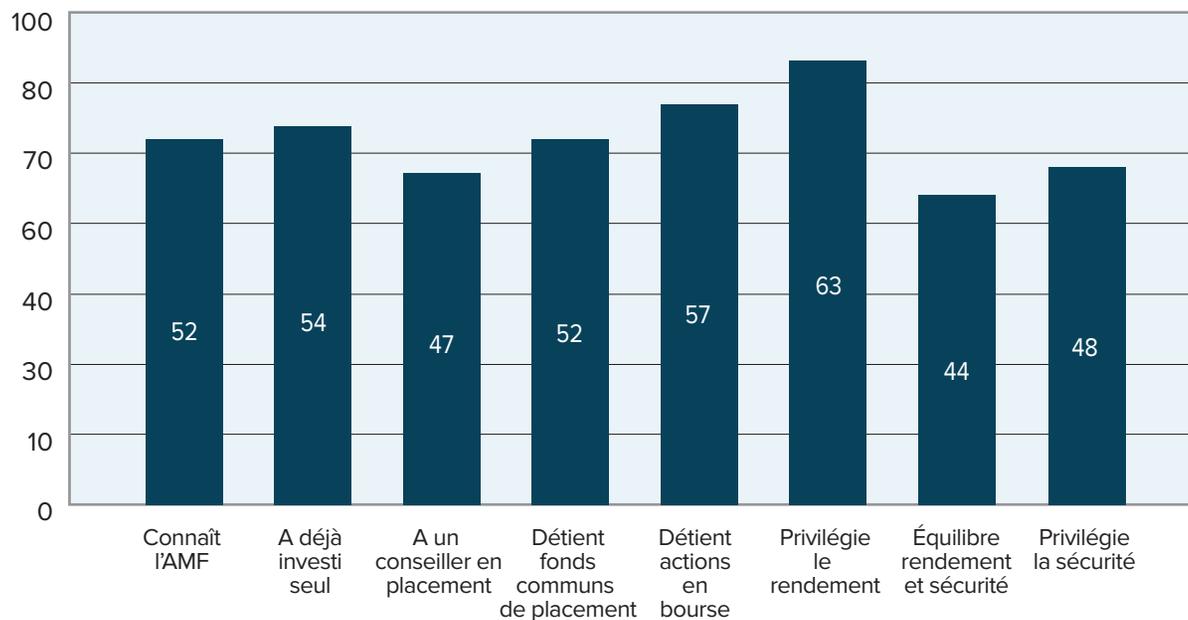
Prévention de la fraude



La Figure 39 permet par ailleurs de mettre en évidence le fait que les consommateurs plus actifs sur le marché financier se considèrent généralement mieux informés des mesures de prévention de la fraude que les consommateurs moins actifs.

Figure 39

Expérience financière et connaissance des mécanismes de prévention de la fraude





L'indice de littératie financière appliquée

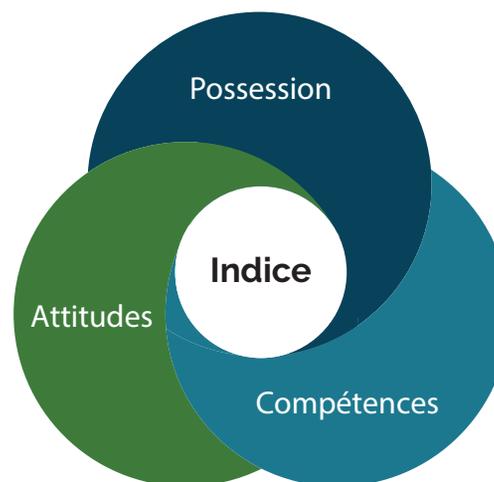
Les analyses diverses entourant la mesure de l'Indice ont rapidement démontré que l'attitude (plus prudente ou indifférente) des consommateurs à l'égard de la gestion de leurs avoirs et de leur compétence financière sont fortement corrélées avec la possession (ou non) de produits financiers. Cette constatation a conduit à la construction d'un Indice combinant ces trois variables de **Possession**, d'**Attitudes** et de **Compétences** (PAC).

Cette perspective permet d'aborder la mesure de la littératie financière comme le produit d'une expérience globale combinant non seulement la mesure des attitudes de prudence et des compétences acquises, nécessaires à l'exercice de choix financiers éclairés, mais également sur l'expérience financière réelle des consommateurs (Figure 40). Cette combinaison de dimensions permet d'éviter que la mesure du niveau de littératie financière des consommateurs ne soit fondée que sur une seule variable ou sur la mesure de prétention de prudences théoriques.

Les analyses secondaires réalisées à partir des indices antérieurs avaient déjà démontré une forte corrélation entre expérience, compétence et prudence financière. On a rapidement constaté que les consommateurs les moins bien notés sur le plan de leur niveau de littératie financière étaient généralement ceux dont l'expérience financière était la plus faible et qu'ils possédaient en général très peu de produits financiers. Ainsi, la littératie financière est apparue comme la conséquence d'une expérience empirique dont les dimensions sont mesurables en fonction de la prudence, de la compétence et de la pratique financière des consommateurs.

Figure 40

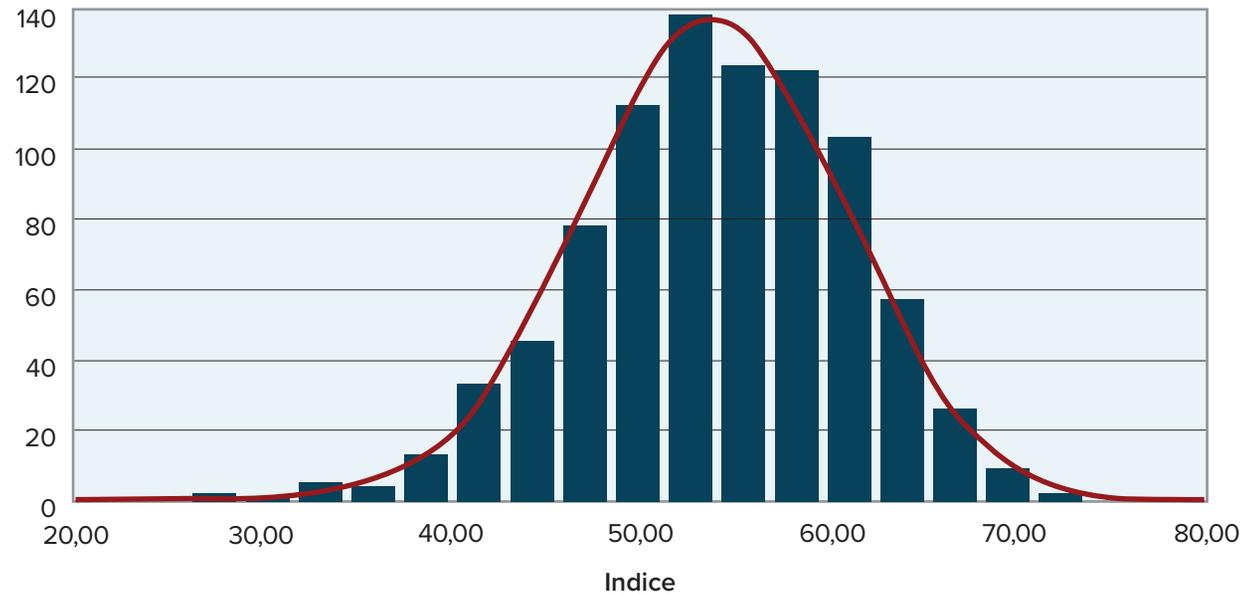
Modélisation de l'indice



L'Indice de littératie financière appliquée qui en résulte permet d'attribuer une note à chaque répondant. Situées sur une échelle de 0 à 100, ces notes varient d'un minimum de 27,78 à un maximum de 72,22, la moyenne se situant à 54,10. La distribution statistique de cette variable additive construite est donc la suivante (Figure 41). Cette mesure rend compte du niveau de littératie moyen mesuré en tenant compte des réponses fournies par tous les consommateurs interrogés. Du fait de sa robustesse, un tel indice est peu susceptible de connaître une variation importante d'une édition à l'autre. Il doit être abordé comme un outil de comparaison à long terme. Il s'ensuit qu'une variation, même faible, entre le profil d'un consommateur et un autre, est souvent significative. Ainsi, même la différence d'un seul niveau sur l'échelle proposée par l'Indice est susceptible d'être significative dans le cadre d'une comparaison entre les consommateurs de profils différents, comme on le verra :

Figure 41

Mesure et distribution de l'indice



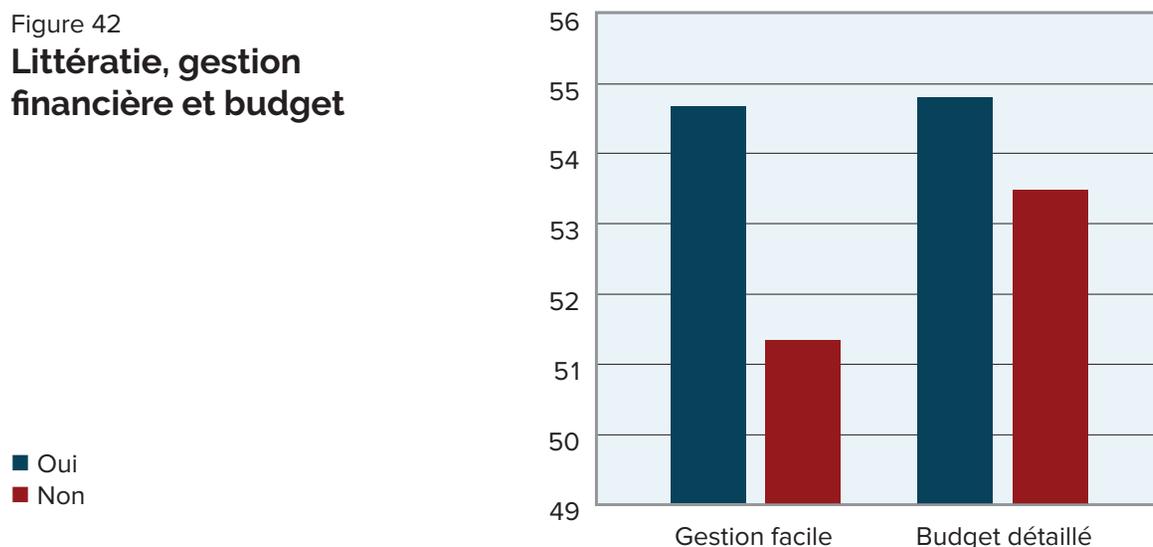
	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart type	Skewness		Kurtosis	
	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Erreur std.	Statistiques	Erreur std.
Indice	873	27,78	72,22	54,1046	7,05180	,350	,083	,200	,165
N valide (liste)	873								

L'Indice propose une mesure globale de la littératie financière. Il peut, par conséquent, servir à toute une série de comparaisons entre des consommateurs de profils différents. Cette perspective favorise une intervention à la fois mieux ciblée et plus proactive en matière d'éducation financière et de protection du public. En tant qu'outil, l'Indice favorise une analyse des contrastes entre ces divers profils de consommateurs. On constatera que l'Indice permet de valider un certain nombre d'hypothèses sur le niveau de littératie financière des consommateurs et met en évidence les liens entre le niveau de littératie et l'expérience financière des consommateurs.

L'Indice permet la prise en compte de distinctions significatives entre certains profils de consommateurs. Ainsi la facilité que rencontrent les consommateurs à gérer leur activité financière ou leur tendance à s'appuyer sur un budget personnel correspondent à des niveaux de littératie moyens (54 sur l'échelle de l'Indice). Ce niveau coïncide en effet avec celui de la population dans son ensemble (Figure 42). Ici, c'est le faible niveau de littératie financière des consommateurs qui disent rencontrer des difficultés à gérer leurs avoirs ou disent ne pas s'appuyer sur un budget détaillé qui doit être pris en compte en matière d'éducation financière.

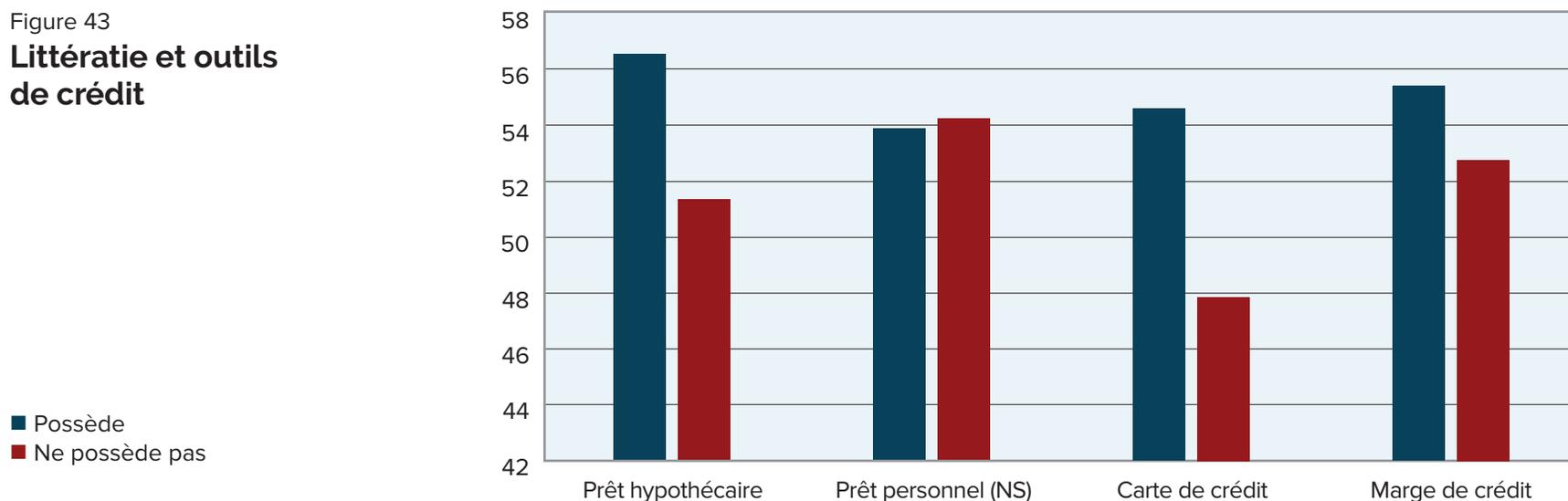
Figure 42

Littératie, gestion financière et budget



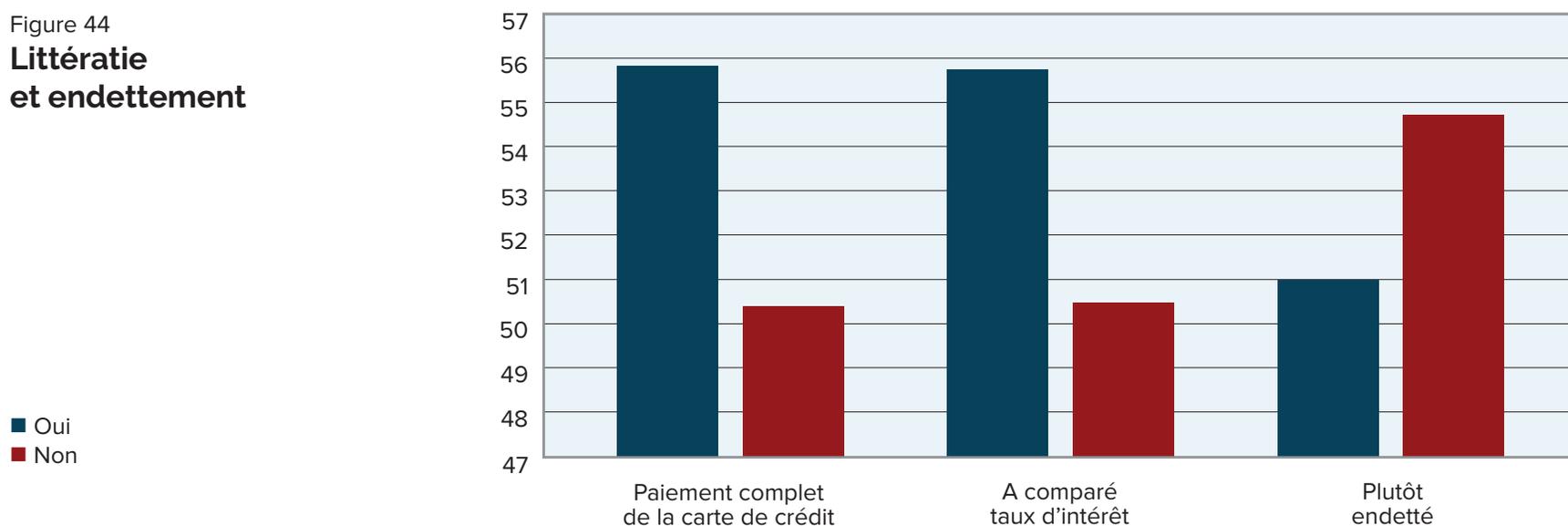
Par contre le niveau de littératie des détenteurs d'emprunts se situe légèrement au-dessus de la moyenne. Cette mesure est concordante avec les analyses antérieures qui révèlent que la compétence et la prudence des consommateurs se croisent avec leur expérience financière. Comme on l'a indiqué, ces variations (même mineures) sont significatives sur le plan statistique et rendent compte d'un niveau de littératie variable en fonction du profil des consommateurs (Figure 43). En contrepartie, la variation observée entre titulaires (ou non) d'emprunts personnels n'est pas significative.

Figure 43
**Littératie et outils
de crédit**



Ces variations sont également observables sur tout un ensemble de variables complémentaires, en matière de gestion des emprunts comme en matière d'investissements. Il en va de même pour la gestion que font les consommateurs de leurs dépenses courantes ou de leur endettement (Figure 44). Le niveau de littératie financière mesuré chez les consommateurs apparaît ainsi significativement plus élevé chez les répondants qui parviennent à payer régulièrement leur carte de crédit que chez ceux qui n'y parviennent pas. Il en va de même de la tendance des consommateurs à comparer, ou non, les taux d'intérêts au moment d'un emprunt. On constate globalement que le niveau de littératie des consommateurs dont la gestion financière est plus systématique est au-dessus du niveau de littératie moyen (plutôt près de 56 que de 54). En contrepartie, il est nettement plus faible chez les consommateurs moins soucieux de leur gestion financière courante (au-dessous de 51). C'est le contraste de ces deux mesures qui sert ici d'indicateur principal.

Figure 44
**Littératie
et endettement**



L'activité financière des consommateurs est également corrélée avec la mesure de l'Indice. On constate ainsi que le niveau de littératie financière des consommateurs titulaires de produits d'investissement (situé entre 55 et 56 sur l'Indice) est significativement supérieur à celui des consommateurs qui n'en possèdent pas (entre 50 et 54). Un contraste peut donc encore être observé entre les consommateurs qui possèdent ou ne possèdent pas de tels produits, que ce soit sous forme de fonds communs, d'actions en bourse, de fonds de travailleurs (Figure 45.1), ou de placements dans des régimes enregistrés (Figure 45.2)

Figure 45.1

Indice et placements

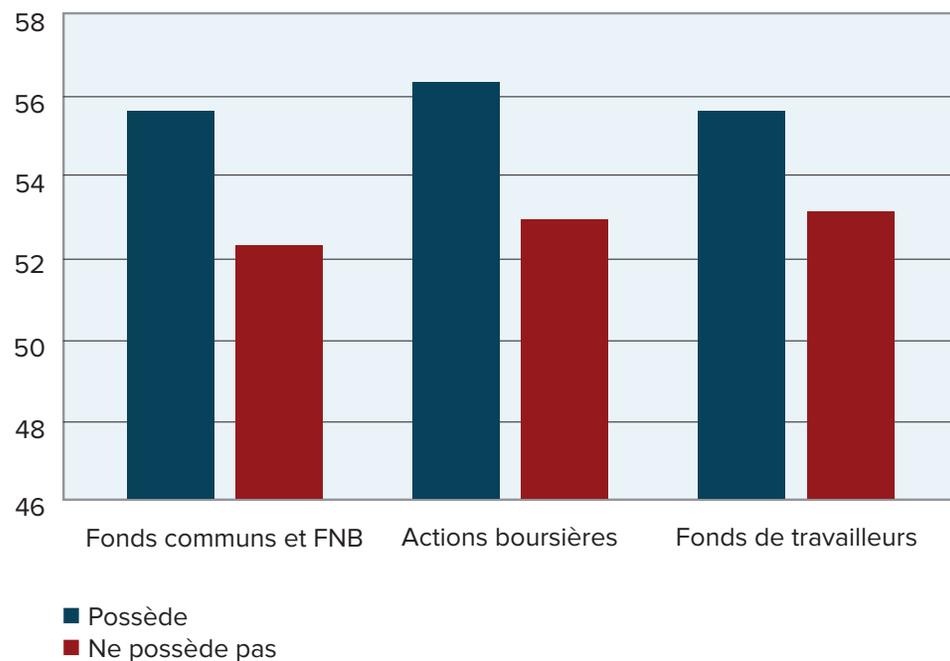
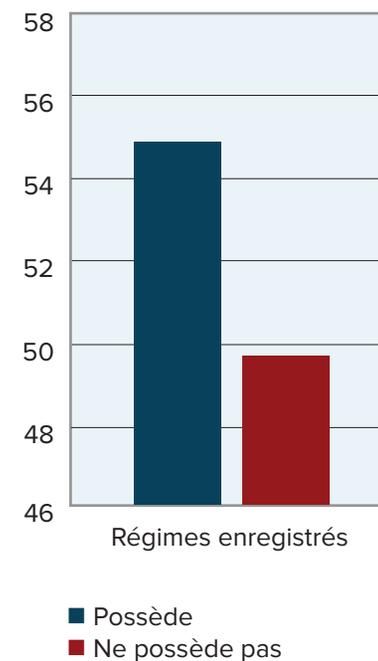


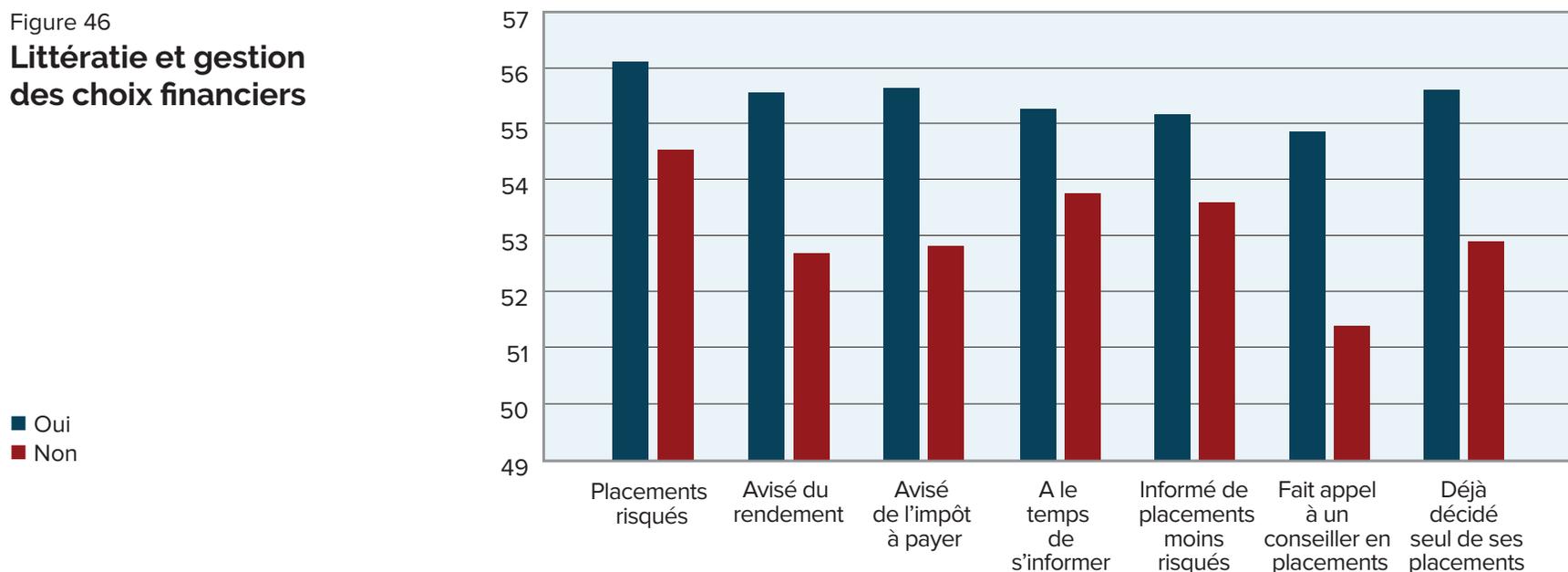
Figure 45.2

Indice et régimes enregistrés



Il en va de même de la gestion que font les consommateurs de leurs placements. On constate en effet que le niveau de littératie financière est plus élevé chez les consommateurs qui affirment avoir l'information nécessaire pour gérer ces investissements que chez les autres (Figure 46). Se trouve ainsi confirmée l'idée que les compétences et les attitudes des consommateurs suivent essentiellement leur expérience financière réelle et influent directement sur la gestion de leurs choix. La littératie financière doit encore ici être abordée comme une disposition globale, acquise empiriquement. En contrepartie, si les consommateurs susceptibles d'acquiescer des placements à risque ou de décider seuls de certains de leurs propres investissements présentent un niveau de littératie financière plus élevé que la moyenne, la question est de savoir s'il est suffisant.

Figure 46
**Littératie et gestion
 des choix financiers**

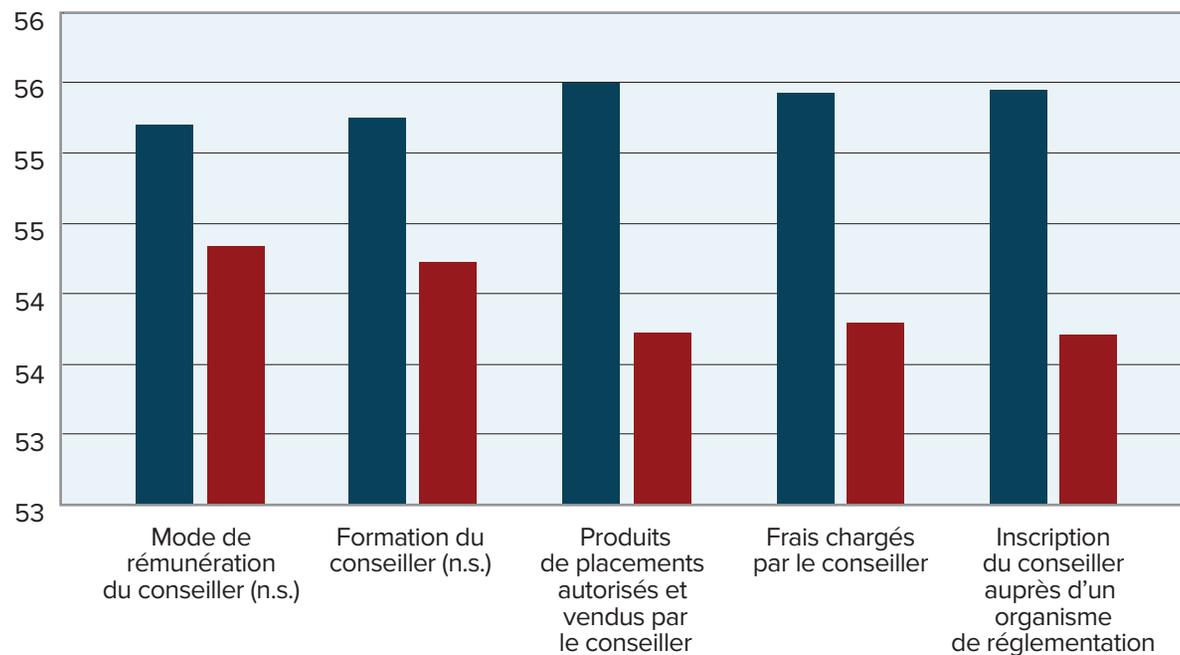


Il est aussi particulièrement intéressant de constater que le niveau de littératie financière des consommateurs est partiellement corrélé avec une connaissance plus grande des services offerts par les conseillers en placement qu'ils consultent. Cette variation n'est pas significative en ce qui a trait au mode de rémunération ou à la formation des conseillers. Elle est cependant plus contrastée concernant la nature des produits proposés, les frais facturés par ces conseillers ou leur inscription auprès d'un organisme de réglementation (Figure 47).

Figure 47

Littéracie et modalité du service conseil (placements)

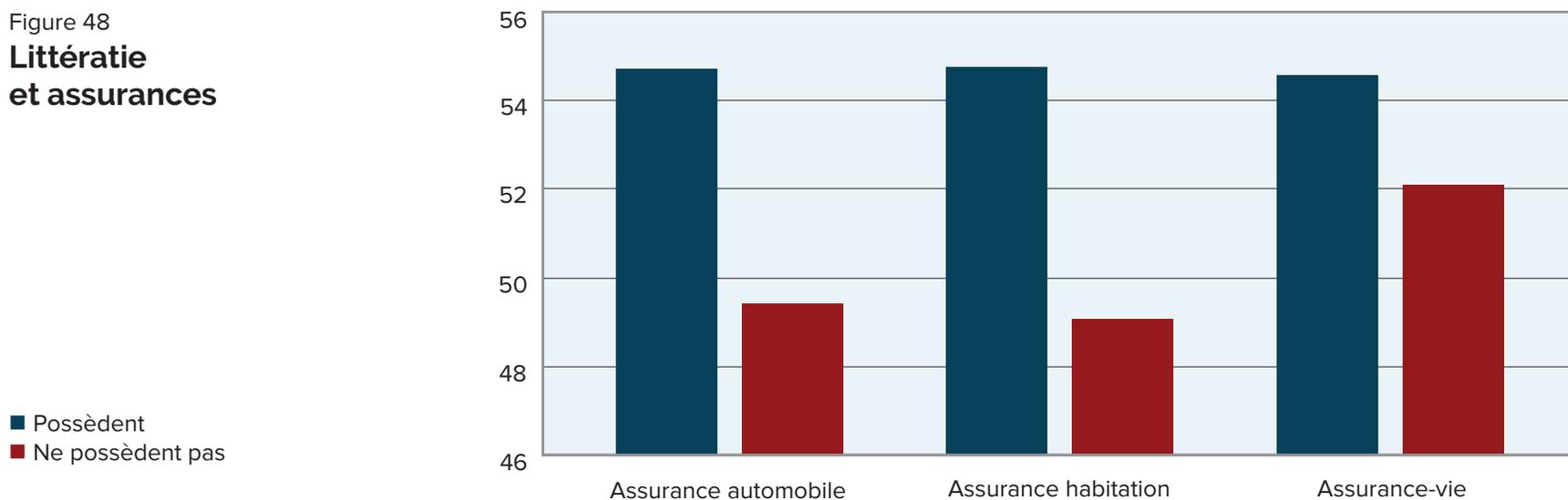
■ Informé
■ Non informé



En matière de protection financière, les détenteurs de polices d'assurance témoignent d'un niveau de littératie financière supérieur à celui des autres consommateurs. Ce contraste est particulièrement mesurable chez les détenteurs d'assurances automobile et d'assurances habitation par rapport aux consommateurs qui ne détiennent pas de telles protections (Figure 48).

S'agissant de produits très courants, il est raisonnable de prétendre que les consommateurs qui ne possèdent pas de produits d'assurance usuels sont particulièrement inactifs sur le marché financier, ce qui, par extension, explique leur faible niveau de littératie.

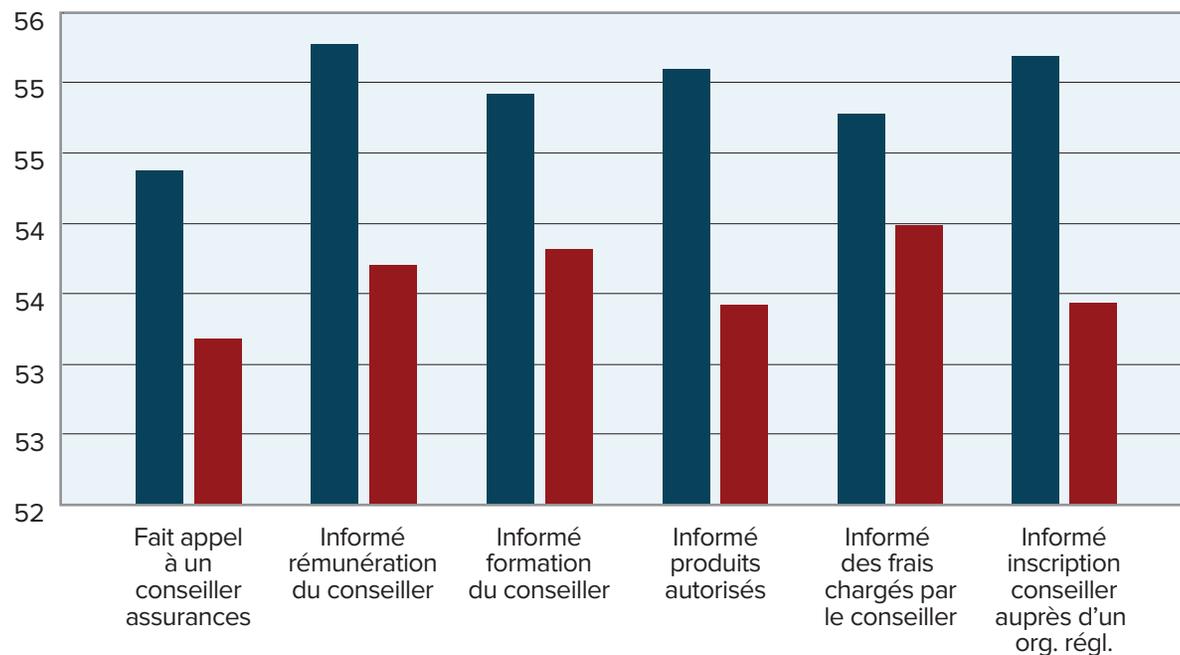
Figure 48
**Littératie
et assurances**



De manière concordante, la Figure 49 démontre par ailleurs qu'un contraste significatif existe entre le niveau de littératie des consommateurs qui font appel à un conseiller en assurance, en comparaison de ceux qui n'en ont pas. On constate également un niveau de littératie plus élevé chez les assurés qui affirment être informés des modalités de rémunération et de formation de ces conseillers, de leur inscription auprès d'un organisme de réglementation de même que des produits qu'ils sont autorisés à offrir.

Figure 49
**Littératie
et conseillers
en assurance**

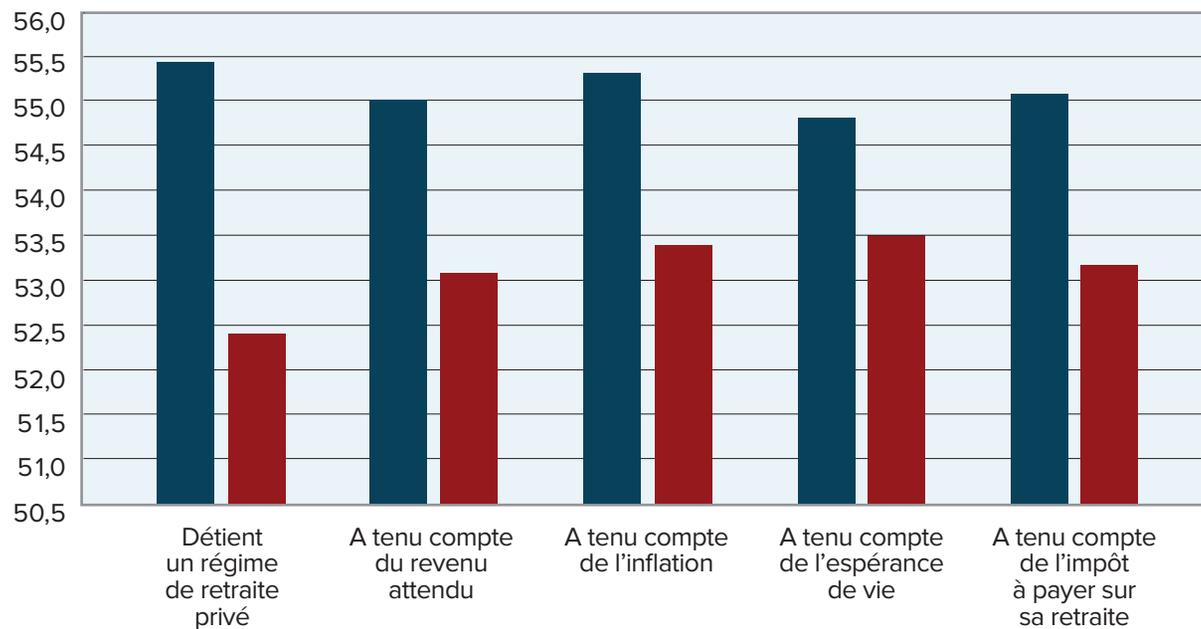
■ Informé
■ Non informé



La planification de la retraite est aussi associée directement à un niveau de littératie supérieur à la moyenne. Ces niveaux de littératie sont particulièrement contrastés si on compare les consommateurs possédant un régime privé de retraite (près de 55,5 sur l'Indice) et ceux qui n'en bénéficient pas (près 52,5). C'est également le cas entre les consommateurs qui témoignent d'une plus grande capacité de projection des conditions financières de leur retraite et ceux qui ne sont pas en mesure de le faire et qui, globalement, ont un niveau de littératie au-dessous de la moyenne (Figure 50).

Figure 50
**Littéracie
et planification
de la retraite**

■ Oui
■ Non



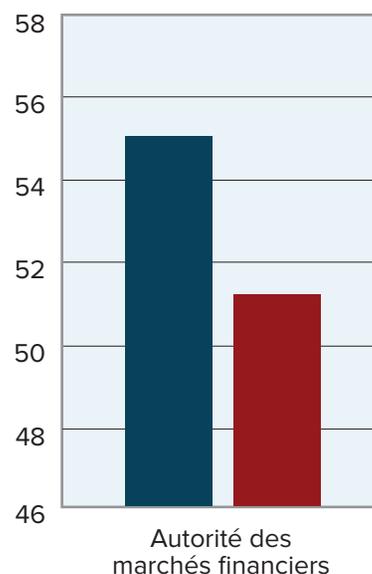
Enfin, la notoriété de l'Autorité des marchés financiers est elle-même associée au niveau de littératie financière mesuré dans le cadre de l'Indice 2022 (Figure 51). Ainsi le niveau de littératie des consommateurs qui disent connaître l'Autorité des marchés financiers est nettement supérieur à celui des consommateurs qui ignorent son existence.

L'Indice 2022 enregistre également une variation quant au niveau de connaissance par les consommateurs des moyens qui leur permettraient de se prémunir d'une éventuelle fraude financière. La littératie apparaît encore ici comme le produit combiné de connaissances, d'attitudes et de pratiques complémentaires. C'est-à-dire en tant que disposition globale et expérientielle.

Figure 51

Notoriété de l'Autorité des marchés financiers

■ Connait
■ Ne connaît pas



Indice 2022 de littératie financière et profil socio-économique des consommateurs

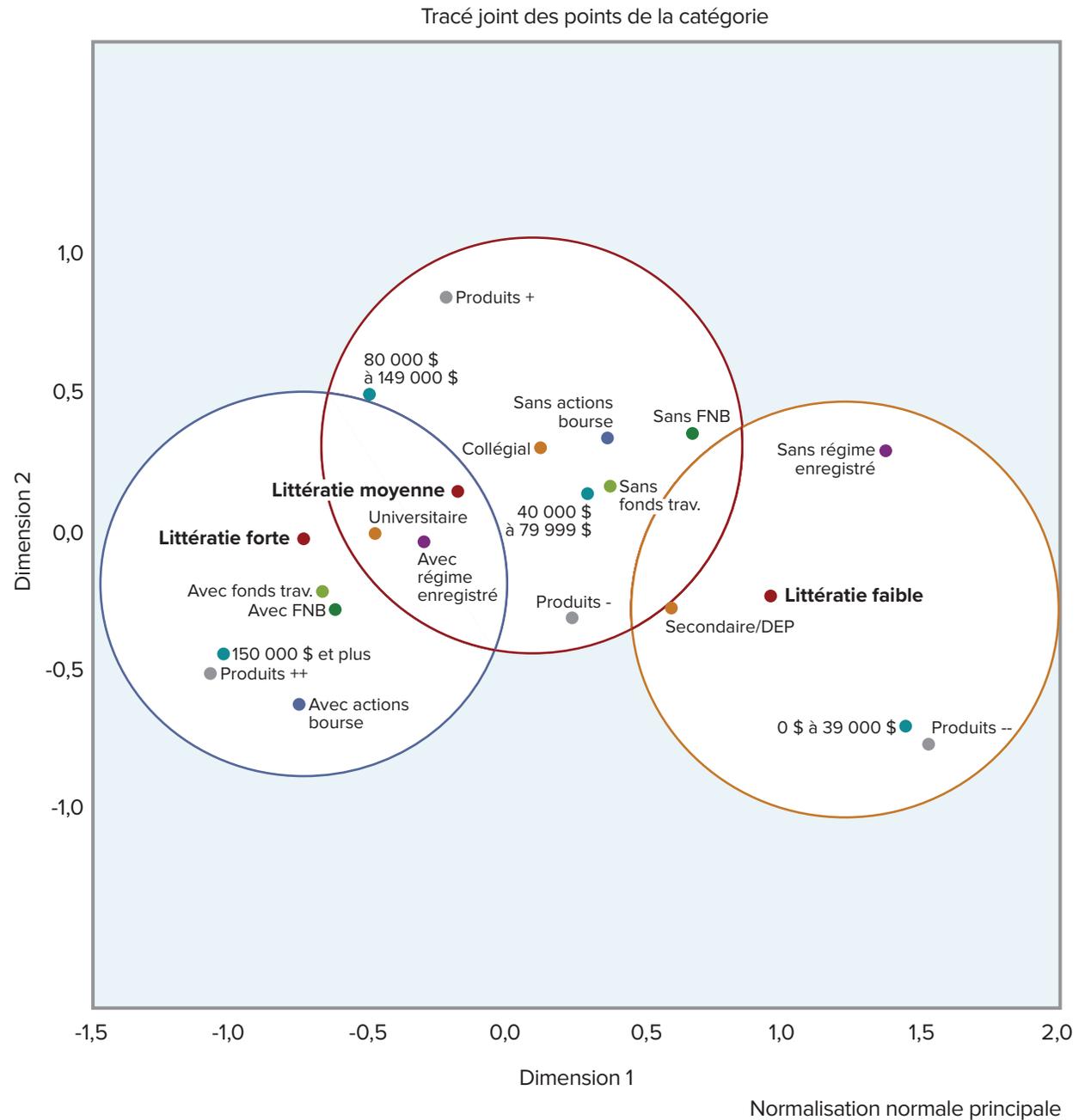
L'Indice 2022 permet finalement d'établir dans quelle mesure le niveau de littératie financière varie au sein de la population. Elle fait voir la proximité d'un ensemble de variables en relations. Ici, l'analyse de correspondances réalisée à l'aide des données du sondage sur l'Indice 2022 fait nettement apparaître les relations entre le niveau de littératie financière des consommateurs, leur niveau de scolarité, leurs revenus et leurs produits financiers (Figure 52).

L'analyse fait ressortir trois configurations centrées sur des niveaux de littératie *fort*, *moyen* ou *faible*. Ces niveaux sont établis en fonction des mesures prises pour les fins de l'Indice. On constate ici encore que le niveau de littératie est directement associé à la capacité financière des consommateurs d'acquérir des produits financiers plus ou moins diversifiés. Les compétences et les attitudes de prudence suivent l'expérience concrète des consommateurs. Pour les fins de l'analyse, on a spécifiquement retenu les produits de placement que possèdent la vaste majorité des consommateurs parce qu'ils sont plus « discriminants » que les produits d'assurance. Les placements dans des régimes enregistrés d'épargne y sont situés plutôt au centre du plan. Ils correspondent en effet aux produits financiers largement privilégiés par le consommateur moyen.

On constatera finalement que le taux de littératie le plus faible est associé à une frange particulièrement démunie sur le plan économique, dont les activités financières sont réduites par le fait même de cette condition. Si cette constatation est cohérente avec les constats faits antérieurement, elle doit conduire à une réflexion nuancée sur les cibles et les stratégies de communication privilégiées en matière d'éducation financière destinée au public.

Figure 52
Indice de littératie financière appliquée 2022 et profil socio-économique des consommateurs

- Détention d'actions boursières
- Détention de fonds communs de placement et FNB
- Détention de fonds de travailleurs/ autres placements offrant avantages fiscaux
- Détention de placements dans des régimes enregistrés
- Plus haut diplôme/certificat/grade complété
- Profil financier (3)
- Revenus du ménage regroupés en 4 catégories
- Stratification de la détention de produits financiers



Le niveau de littératie financière des consommateurs étant directement corrélé avec leur expérience des services et produits financiers :

Il apparaît raisonnable de prétendre que les premières expériences financières acquises par les consommateurs sont déterminantes. On pense par exemple à l'acquisition d'une hypothèque.

Il en va de même de l'acquisition de tous nouveaux produits d'investissement.

Puisqu'une relation directe existe entre les compétences déjà acquises par les consommateurs et leur quête d'informations complémentaires, l'enjeu est d'en savoir assez... pour vouloir en connaître davantage...

Dans cette perspective, la question de l'ordre (et du volume) dans lequel les informations « premières » sont transmises au consommateur, concernant un produit ou un service qui est nouveau pour lui, apparaît centrale.

De même, quel que soit leur profil, il est difficile (sinon impossible) pour les consommateurs de planifier leur avenir financier en fonction d'événements lointains ou totalement aléatoires. Là encore, l'éducation financière doit faire appel aux dimensions les plus concrètes et les plus immédiatement utiles.

En conséquence de quoi, les données de base fournies en matière d'information financière doivent surtout proposer des informations susceptibles d'être réellement prises en compte par les consommateurs, et répondre à une fonctionnalité plutôt immédiate et facilement identifiable.

Une relation existe entre le triptyque *compétence-prudence-possession* et la relation du consommateur avec un conseiller financier. Il faut donc également concevoir une stratégie spécifiquement destinée à éclairer le consommateur sur la nature de sa relation avec les conseillers dont il recourt les services.



Accès au Droit et À la Justice

Université de Montréal

Faculté de droit
Pavillon Maximilien-Caron
3101, chemin de la Tour
Montréal (Québec) H3T 1J7

Téléphone : (+1) 514 343-7533
Courriel : maya.cachecho@umontreal.ca

adaj.ca

