



Notes pour un discours
prononcé par

Monsieur Mario Albert
Président-directeur général
de l'Autorité des marchés financiers

Journée éducation organisée par
l'Autorité des marchés financiers

Éduquer plus, protéger mieux!

Le 5 avril 2011

Hôtel InterContinental, Montréal

Mesdames, Messieurs,

Tout d'abord, je tiens à vous remercier d'avoir accepté notre invitation à participer à l'événement d'aujourd'hui.

Votre présence démontre bien l'intérêt que vous portez à l'éducation financière. Cet intérêt est une très bonne nouvelle pour l'industrie, pour les investisseurs et aussi pour nous.

En 2009, nous avons organisé pour la première fois une telle rencontre.

Vu son succès, nous en faisons maintenant un rendez-vous annuel.

Ce type de rencontre est très utile pour un organisme comme le nôtre.

Elle nous permet :

- de partager vos préoccupations, vous qui êtes en contact direct avec les consommateurs;
- de vous faire part de nos priorités en matière d'éducation financière.

J'aimerais remercier le ministre délégué aux Finances, M. Alain Paquet, d'avoir accepté de venir vous rencontrer à cette deuxième Journée éducation.

Bien que M. Paquet n'ait été nommé que très récemment, on est à même de constater qu'il a un intérêt marqué pour l'éducation financière.

Cela augure bien pour l'avenir.

Cela étant dit, malgré tout le travail qui a été fait ces dernières années en matière d'éducation financière par l'Autorité et d'autres groupes, un constat s'impose.

Nos actions n'ont pas encore un impact significatif sur le terrain.

Les ressources consenties sont importantes, mais il faut faire encore plus et mieux.

Les résultats du sondage SOM que nous avons présentés en matinée parlent d'eux-mêmes. Ils concluent que :

- huit Québécois sur dix se disent à l'abri d'une fraude financière;
- 45 % des répondants se disent attirés par le « trop beau pour être vrai ».

Un Québécois sur deux!... est encore attiré par des espoirs de rendement hors du commun... ou n'a pas été en mesure de comprendre ce qu'est vraiment un rendement de 2 % par mois (presque 27 % sur une base annuelle).

Pour relever le défi de hausser le niveau d'éducation financière de la population québécoise, j'aimerais partager avec vous l'approche stratégique que nous avons développée à l'Autorité.

Cette approche repose sur 5 grands axes d'intervention.

Mais avant de présenter ces axes, j'aimerais dire quelques mots sur le contexte dans lequel cette approche a été développée.

CONTEXTE ET DÉVELOPPEMENT D'UNE NOUVELLE VISION

Le Québec, comme d'autres juridictions dans le monde, a été frappé de plein fouet par la crise financière et a connu un certain nombre de scandales financiers majeurs.

Ces événements ont eu un impact marqué sur les investisseurs et les consommateurs de services financiers. La vie de plusieurs personnes a été cruellement marquée à jamais.

Le côté positif de ces événements malheureux est qu'ils ont forcé une prise de conscience des consommateurs à l'égard de l'importance d'adopter un comportement prudent et éclairé lorsqu'ils investissent ou transigent sur les marchés financiers.

Un investisseur bien renseigné, capable de poser les bonnes questions et de mieux comprendre ce qui lui est offert :

- améliore sa propre santé financière;
- améliore sa capacité à détecter et à éviter la fraude.

Dans la foulée de la crise financière et des scandales financiers récents au Québec, beaucoup d'efforts ont été déployés à l'Autorité afin d'accroître l'éducation financière.

Ces actions, vous les connaissez. M. Paquet en a d'ailleurs rappelé plusieurs ce matin.

Ces actions ont donné quelques résultats encourageants. Par exemple :

- Le nombre d'appels accru au centre d'information de l'Autorité. En date du 31 mars 2011, on constate une augmentation des appels de 45 % comparativement à l'année financière 2008-2009.
- Des brochures comme : « Soyez à votre affaire pour ne pas perdre vos affaires » ont connu un bon succès. Nous avons distribué près de 40 000 brochures au cours des deux dernières années en plus des téléchargements.
- La participation des consommateurs à nos conférences publiques a augmenté.

Toutefois, un problème fondamental demeure : toutes ces actions ne rejoignent qu'une trop faible portion de la population québécoise.

On a beau développer les initiatives les plus pertinentes, si les consommateurs n'en sont pas informés ou n'y sont pas exposés, c'est comme donner un coup d'épée dans l'eau.

Notre plus important défi est donc de susciter un plus grand intérêt chez les consommateurs et de rejoindre davantage d'individus pour qu'ils améliorent leurs connaissances en matière financière.

LES AXES D'INTERVENTION

J'aimerais maintenant revenir sur les 5 axes stratégiques sur lesquels s'appuiera notre vision au cours des prochaines années.

Le premier axe, c'est d'accroître la portée et la visibilité de nos initiatives

L'expérience récente le démontre, les campagnes d'information grand public et le positionnement média ont un effet certain.

Il faut aller au-delà des publications déposées sur des présentoirs et des conférences dans les sous-sols d'églises, dans les clubs de l'âge d'or, ou en milieu de travail.

Il faut rejoindre les consommateurs de services financiers plus directement, dans le confort de leur foyer par le biais d'outils de communication traditionnels comme la télévision et la radio.

À l'Autorité, une première étape afin d'atteindre cet objectif a été de regrouper toutes les ressources en communication et en éducation à l'intérieur d'une même direction.

Cela a permis de créer une synergie importante entre les gens chargés de développer les messages éducatifs et ceux qui disposent d'une expertise en communication.

Cette approche a rapidement permis de lancer des initiatives importantes :

- La campagne : « Avant d'investir, investiguez! » avec Guy Mongrain.
- Le Groupe GESCA : 4 cahiers distribués dans plus de 440 000 foyers par le biais des journaux (La Presse et Le Soleil).
- Le Groupe TVA : on rejoint les consommateurs sur plusieurs fronts (12 émissions télé, Web, imprimés).
- The Gazette : Un cahier spécial portant sur le mandat de l'Autorité paraîtra en kiosques le 9 avril. The Gazette est le plus important quotidien pour la communauté anglophone de Montréal. Nous souhaitons d'ailleurs percer davantage le milieu anglophone.

Je suis convaincu que nous devons continuer dans cette voie. Dans l'avenir, d'autres initiatives de ce type seront développées.

Le deuxième axe, c'est de stimuler l'intérêt des consommateurs pour l'éducation financière

Malgré l'importance grandissante accordée à l'acquisition de nouvelles connaissances financières, encore trop peu de consommateurs passent à l'action, notamment à cause d'un manque d'intérêt.

Il faut mieux comprendre l'intérêt limité de la population envers les finances personnelles et trouver des moyens de susciter chez elle une nouvelle façon de voir les choses.

Des travaux de recherche doivent être réalisés sur cette question.

Il faut aussi miser sur le développement et l'offre d'outils conviviaux, attrayants et adaptés aux besoins spécifiques des clientèles.

En d'autres mots : il faut bien connaître la cible et viser juste.

Le troisième axe, c'est d'utiliser au mieux les ressources du Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance

Notre Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance dispose de sommes appréciables : quelque 45 millions de dollars.

Ce Fonds constitue donc un outil puissant afin de promouvoir des projets éducatifs.

Nous travaillons présentement à la modernisation des lignes directrices du Fonds. Notre objectif est triple :

- S'assurer que nous finançons les projets qui ont les retombées les plus importantes en matière d'éducation financière.
- Maximiser l'effet de levier que le Fonds peut avoir sur des initiatives développées par des groupes et des organismes sans but lucratif.
- Assurer un appui équilibré à un éventail de projets (communautaires, communications de masse, projets de recherche, etc.).

Malgré l'emphase que nous souhaitons donner aux projets éducatifs à plus grande échelle, il est clair que certaines clientèles ne peuvent être rejointes que par des initiatives locales.

Nous entendons poursuivre le financement de ce type de projets qui ont d'ailleurs donné des résultats intéressants au cours des dernières années.

Le quatrième axe, c'est de recourir aux nouveaux médias

Les médias sociaux sont maintenant incontournables dans toute stratégie de communication grand public.

On doit interagir de manière plus dynamique avec les internautes.

À l'Autorité, on a d'ailleurs entrepris une réflexion à ce sujet afin de voir comment on peut mieux intégrer les médias sociaux (WEB 2.0, Facebook, Twitter) à nos stratégies de communication et de sensibilisation des consommateurs de produits et services financiers.

L'utilisation de ces médias prendra certainement une place grandissante dans les stratégies de communication de l'Autorité.

Notre cinquième axe et non le moindre, c'est d'offrir aux intervenants de l'industrie des services financiers, la possibilité d'être des relayeurs de première ligne en matière d'information éducative.

Les dizaines de milliers de représentants et d'intervenants du secteur financier constituent autant des relayeurs potentiels pour nos outils éducatifs.

D'ailleurs, le sondage SOM indique clairement que les représentants sont la première source d'information des consommateurs.

Lorsqu'un consommateur de services financiers est en contact avec un représentant ou un employé, l'enjeu de l'intérêt pour la question financière évoqué précédemment ne se pose pas.

Il s'agit d'un moment privilégié qu'il faut exploiter.

Nous entendons examiner la possibilité de développer des partenariats avec les entreprises du secteur financier afin d'assurer la distribution de nos outils et de nos messages d'éducation financière.

COLLABORATION ET MISE EN COMMUN DES RESSOURCES

Il s'agissait donc, en résumé, des principaux éléments de la stratégie d'intervention en matière d'éducation financière que l'Autorité entend poursuivre dans les prochains mois.

Par ailleurs, il est clair que nous entendons continuer de collaborer avec vous et tous les groupes impliqués en éducation financière.

Cette collaboration est essentielle.

Comme vous le savez, les besoins sont énormes et les ressources limitées.

Nous devons nous assurer que nous arrimons nos efforts afin de maximiser les résultats.

Il s'agit d'un des objectifs de l'événement d'aujourd'hui.

Votre participation me confirme que nous sommes sur la bonne voie.

Merci de votre attention!