



Notes pour une allocution de

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

Dans le cadre de la

Journée de la Chaire Groupe Investors en planification financière
organisée conjointement par la Chaire et la Faculté des sciences de
l'administration de l'Université Laval

Québec
Université Laval
Le mercredi 22 mai 2013

Seul le texte prononcé fait foi.

Merci Monsieur Gendron (Doyen de FSA ULaval),
Monsieur Stéphane Chrétien,
Mesdames et Messieurs,

Bonjour à tous,

C'est à mon tour de vous souhaiter la bienvenue à cette première Journée thématique qui permettra d'explorer l'univers de la littératie et de la planification financière.

Par une série de facteurs que vous connaissez déjà, ces deux sujets sont devenus pour ainsi dire « à la mode » au cours des dernières années.

Évidemment, à la suite de la crise financière de 2007, les marchés financiers demeurent très volatils et les investisseurs en subissent souvent les contrecoups.

Aussi, les bas taux d'intérêt sont une source d'inquiétude pour tous ceux qui planifient leur retraite ou qui gèrent les régimes et fonds de retraite...

J'ajouterais également que cette période est loin d'être facile pour les milliers de représentants qui doivent relever le défi de répondre aux clients souvent irrités par de faibles rendements.

En pareilles circonstances, les investisseurs essaient souvent d'augmenter artificiellement leur tolérance au risque.

C'est malheureusement dans ce type de conditions que les fraudeurs en profitent pour tendre des pièges à des investisseurs attirés par des offres trop belles pour être vraies.

Paradoxalement, alors que des rendements autour de 8 ou 10 % étaient possibles il n'y a pas si longtemps, de telles promesses doivent aujourd'hui être source de questionnement par les épargnants investisseurs.

Je vous dirais que ces préoccupations sont le quotidien de l'Autorité et des régulateurs à l'échelle internationale.

Les associations internationales de régulateurs en valeurs mobilières ou en assurances accordent une attention de plus en plus grande à la protection des investisseurs.

Une protection accrue qui mise évidemment sur la réglementation, mais aussi sur la qualité de l'information transmise aux clientèles et, de plus en plus, sur l'éducation financière.

L'Autorité participe activement à ces travaux ou les suit de très près dans certains cas.

Au Québec, l'Autorité intervient de plusieurs façons, avec des ressources qui font l'envie de plusieurs ailleurs dans le monde.

L'Autorité suscite également l'intérêt par sa structure « intégrée » qui la démarque de la très grande majorité des autres régulateurs.

En encadrant notamment les valeurs mobilières, les assurances et les institutions de dépôt à charte québécoise, l'Autorité joue un rôle central dans les marchés financiers québécois.

Son statut de régulateur intégré élargit aussi la portée de l'assistance qu'elle offre aux consommateurs.

Le principe de guichet unique est non seulement un élément qui nous démarque, mais il nous permet d'intervenir sur l'ensemble des questions relatives aux valeurs mobilières, aux assurances, à l'assurance-dépôts, bref sur tout un ensemble d'éléments inhérents à la planification financière.

Comme vous pouvez le constater, notre mandat est large et il importe d'établir des stratégies pour s'assurer que nos actions soient les plus efficaces possible.

À cet égard, notre plan stratégique 2012-2017, notre troisième depuis la création de l'Autorité en 2004, est sans aucun doute le plus ambitieux.

Ce plan vise notamment à faire de l'Autorité une organisation encore plus performante;

- il vise aussi à accroître notre influence auprès de nos partenaires et des intervenants du secteur financier;
- il mobilise d'importantes ressources pour accroître la vigilance des consommateurs de produits et services financiers.

C'est sur ce dernier point que j'aimerais insister aujourd'hui :

Accroître la vigilance des consommateurs

Comme plusieurs parmi nous, je suis persuadé que nous sommes en premier lieu protégés par les connaissances que nous avons et par les comportements prudents et avisés que nous adoptons.

D'où l'importance pour un régulateur et ses partenaires de bien informer, de bien communiquer et de bien éduquer.

Pour accroître la vigilance des consommateurs, il faut d'abord et avant tout savoir où en sont les Québécois; quelles sont leurs forces et leurs faiblesses en matière de connaissances financières et d'adoption de comportements avisés.

L'Indice Autorité

L'automne dernier, nous avons rendu public les premiers résultats de l'Indice Autorité. L'Indice Autorité est un sondage réalisé auprès de 1500 personnes, responsables de la gestion des finances dans le ménage.

Il porte principalement sur la connaissance et le taux d'adoption de 40 comportements financiers que nous jugeons « avisés ».

Entre autres, la connaissance et l'adoption de ces comportements sont vues comme un atout pour :

- choisir les produits financiers qui nous conviennent;
- créer une relation de confiance avec un représentant;
- nous aider à mieux planifier notre retraite
- ou encore à éviter la fraude.

C'est notre vision de la littératie financière. Promouvoir la connaissance des bons comportements financiers... et favoriser leur adoption!

Dès mon arrivée à l'Autorité, j'ai sensibilisé mes collègues à l'importance de se doter d'un tel outil de mesure.

Il importe que nous puissions avoir un juste portrait de la situation et que nous puissions aussi suivre, au fil des années, l'impact de nos efforts de sensibilisation et d'éducation financière.

Le rapport de l'Indice Autorité est disponible sur notre site Web. Je vous invite à le consulter.

Parmi la masse considérable de données que nous avons recueillies, retenons que la planification financière de la retraite figure parmi les principaux enjeux sur lesquels nous devons nous attarder au cours des prochaines années.

Sans vouloir vous défilier une liasse de données, et puisque la planification financière est à l'ordre du jour, j'aimerais attirer votre attention sur quelques résultats :

Moins de 50 % des Québécois de 55 ans et plus, responsables de la gestion des finances dans leur ménage, ont vérifié, seul ou avec leur représentant, s'ils épargnaient suffisamment pour la retraite.

... 55 ans et plus... On parle ici de préretraités ou retraités...

- À peine un Québécois sur 2, a déjà considéré l'inflation, l'espérance de vie ou encore l'imposition des sommes retirées d'un REER pour la planification de leur retraite...

... trois éléments essentiels pour la planification financière de la retraite.

Ce sont là de simples comportements, inspirés par un niveau de connaissance de base, accessible à tous, qui sont malheureusement négligés par la moitié des gens concernés.

On a beaucoup à faire...

...mais rassurons-nous sur au moins un point : des résultats similaires sont observés aux États-Unis¹ et fort probablement ailleurs dans le monde.

Vous comprenez donc que l'éducation financière peut jouer un rôle très important pour aider les Québécois à mieux planifier la gestion de leurs finances et mieux planifier le grand projet qu'est la retraite.

Je reviens maintenant sur notre plan stratégique 2012-2017, plus spécifiquement sur l'enjeu d'accroître la vigilance des consommateurs.

Pour y arriver, nous poursuivons actuellement la mise en œuvre d'une série d'initiatives qui visent à changer certains comportements des consommateurs.

Je tiens à vous faire part de certaines initiatives menées par l'Autorité et ses partenaires du milieu de l'éducation financière.

Maintenir le financement de campagnes et de projets

En premier lieu, comme dans tout grand chantier, l'accès au financement de projets est essentiel.

L'Autorité est dans une position fort enviable à cet égard.

Grâce au Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance, l'Autorité permet la réalisation de plusieurs dizaines de projets à chaque année.

¹Lusardi, Annamaria and Mitchell, Olivia. Financial Literacy and Retirement Planning in the United States. February 2011.

Des projets qu'elle entreprend elle-même, et des projets amorcés par une grande diversité d'organismes et de spécialistes.

Depuis sa création en 2004, plus de 20 millions de dollars ont été octroyés à plus d'une centaine de projets.

Au cours des prochaines années, c'est près de 4 millions de dollars que nous prévoyons dépenser annuellement.

Des projets de sensibilisation, d'éducation et de recherche reçoivent ainsi un appui financier de l'Autorité.

Le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance est principalement financé par les pénalités que nous collectons auprès de la très faible minorité de professionnels ou d'organismes qui contreviennent notamment à la réglementation.

En investissant une bonne partie de ces sommes en éducation pour les consommateurs, nous croyons assurer un juste retour des choses.

Quelques initiatives grand public de l'Autorité

L'Autorité a également recours à ce fonds pour réaliser ses campagnes grand public. Nous sommes persuadés que pour changer les comportements à une échelle aussi large que celle du Québec, il importe d'investir dans des campagnes de marketing social.

C'est ce que nous avons amorcé, il y a près de quatre ans, avec la publicité choc mettant en vedette l'animateur Guy Mongrain.

C'était notre première campagne, il fallait réagir aux cas de fraude médiatisés en rappelant un message clair et simple « avant d'investir, investiguez! ».

C'était un peu comme un « Wake-up call », un réveil collectif que nous voulions communiquer à la population.

L'an dernier, nous avons lancé notre deuxième campagne télé.

- La campagne **5 bonnes questions.ca**

Cette campagne a sensibilisé les Québécois à l'importance de poser un minimum de questions avant de se procurer des produits et services financiers.

Se poser les bonnes questions est assurément le point de départ, la prise de conscience essentielle, pour prendre des décisions éclairées et devenir ainsi plus avisé.

Poser des questions nécessite qu'une seule chose, accessible à tous : la volonté de bien s'occuper de ses affaires.

Sensibiliser la population à cet aspect est la première étape d'une stratégie qui évoluera avec les années.

Le fait de poser des questions à son planificateur financier ou à son représentant est sans aucun doute le meilleur moyen d'établir un lien de confiance avec le professionnel.

C'est à la fois formateur et profitable pour le consommateur et stimulant pour le professionnel.

La campagne **5 bonnes questions** avait un volet télé, un volet Web et un volet Facebook.

www.tesaffaires.com pour les jeunes

Une deuxième campagne vient tout juste de prendre fin. Celle-ci s'adressait aux jeunes qui en sont à leurs premières expériences financières (premier emploi, première automobile, premier appartement, etc.).

La campagne Tesaffaires.com est la première campagne majeure de l'Autorité visant les jeunes. Tesaffaires.com est le site jeunesse de l'Autorité.

Pour une clientèle jeunesse, il fallait nous assurer d'une formule gagnante pour susciter l'intérêt.

Cette campagne alliait donc quelques ingrédients à succès : un humoriste connu et apprécié des jeunes, Philippe Laprise, un concours stimulant avec des prix intéressants, une page Facebook et un réseau de diffusion jeunesse bien établi (Astral).

Nous avons mesuré les résultats de cette campagne et sommes agréablement surpris par la réponse des jeunes adultes pour un sujet qui peut, a priori, sembler un peu aride.

Il appert que lorsqu'il est enrobé d'humour, de concours et de moyens modernes de communication, il peut devenir attrayant sans pour autant éloigner de l'objectif de sensibiliser, d'amener les jeunes à passer à l'acte et à s'occuper de leurs affaires, leurs finances personnelles...

Les prochaines campagnes

Les prochaines campagnes suivront une logique de progression dans les messages. Elles reposeront sur d'autres comportements financiers qu'un plus grand nombre de Québécois auraient avantage à adopter.

Nous pourrions par exemple insister sur les conséquences d'adopter – ou de ne pas adopter – un comportement financier avisé.

L'Indice Autorité est bien sûr la principale référence dans le choix des thèmes et la mise en œuvre de nos stratégies.

À titre d'exemples, la prévention de la fraude, la planification de la retraite et la relation avec un représentant sont des thématiques sur lesquelles nous nous attarderons.

Nos partenaires

L'Autorité finance ses propres campagnes par le biais du Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance. Mais, comme je l'ai mentionné plus tôt, ce fonds finance aussi plusieurs autres projets de partenaires.

Des organismes communautaires, publics, des réseaux d'associations de consommateurs, d'aînés et des chercheurs universitaires sont au nombre de nos partenaires qui ont accès à ce fonds.

Mine de rien, le Fonds contribue ainsi à créer et maintenir des activités au sein d'organismes qui doivent continuellement se débattre pour du financement.

Le Fonds contribue également à créer une expertise bénéfique pour plusieurs clientèles, dans plusieurs régions du Québec. Il dynamise un réseau croissant de spécialistes en éducation financière au Québec.

Accroître l'influence de l'Autorité

En plus des campagnes qu'elle propose ou des projets qu'elle finance, l'Autorité veut accroître son influence au sein du réseau de spécialistes en éducation financière qu'elle a mis sur pied il y a environ 5 ans.

Cette plus grande influence ne vise pas à tout contrôler. Elle vise à limiter l'impact négatif d'une trop grande multiplication d'initiatives non coordonnées.

Par le mandat qu'elle a reçu du gouvernement, par les ressources dont elle dispose et par l'obligation de neutralité de ses initiatives, l'Autorité peut et doit jouer un rôle d'influence.

En favorisant l'échange d'information et les rencontres annuelles entre spécialistes, nous voulons que tous ces efforts soient davantage concertés et, au bout du compte, que nous puissions optimiser les retombées de nos efforts collectifs.

Ce rôle d'influence est un autre enjeu inscrit dans notre plan stratégique.

Saisir les meilleures occasions d'éduquer

La liste de nos initiatives ne s'arrête pas là. Nous voulons aussi saisir les meilleures occasions pour éduquer, informer et sensibiliser.

Nous voulons que l'éducation se fasse au bon moment, au moment jugé le plus opportun par les consommateurs; soit au moment de l'achat d'un produit ou service financier.

Encore une fois, l'Indice Autorité nous rappelle que le représentant ou l'institution financière demeure la première source d'information des consommateurs.

Il faut donc nous assurer que les occasions de rencontres ou de discussions avec un représentant soient aussi une opportunité pour éduquer, ce que plusieurs représentants font déjà.

Encore faut-il qu'ils aient une bonne connaissance de tous les outils et programmes offerts aux consommateurs.

À ce sujet, un projet pilote de formation continue visant spécifiquement les représentants de l'industrie financière verra le jour dès cette année.

Sous forme d'un Webinaire, nous allons former les représentants sur les outils et les ressources disponibles en éducation financière.

Ceux de l'Autorité, mais aussi ceux de nos partenaires et spécialistes en éducation financière.

Il est essentiel que les représentants puissent référer au bon outil ou à la bonne adresse un client en difficulté, un client qui veut en apprendre davantage, un client qui veut être plus avisé.

Il apparaît pertinent d'aller au-delà des brochures promotionnelles de l'industrie, assurer un complément objectif à l'approche conseil des représentants. C'est toute une armée de dizaines de milliers de professionnels que nous voulons former au fil des prochaines années.

Suivre les nouvelles tendances de communication

L'Autorité veut également exploiter le filon des médias sociaux et du canal électronique de diffusion de l'information. En plus de l'information fournie par les brochures, les sites Web traditionnels, les cours, etc., l'information doit être accessible, mobile, simplifiée, moderne et adaptée à plusieurs niveaux de connaissances.

Un de nos grands défis demeure celui d'intéresser les gens à passer à l'action. Toujours selon nos sondages, les gens se disent intéressés à acquérir de nouvelles connaissances, mais encore un trop faible nombre passe réellement à l'action.

Il faut donc exploiter les canaux qui suscitent l'intérêt de passer à l'action.

Facebook est un de ces moyens misant sur la participation volontaire, l'interaction et la modernité. Nos premières expériences démontrent que les plus jeunes publics semblent tout naturellement avoir adopté ce média social.

L'encadrement des marchés, allié de l'éducation financière

Par ailleurs, les campagnes, les concours, les partenariats et tous les outils que nous développons tous ne pourront jamais tout faire et tout résoudre à eux seuls...

L'éducation financière est un enjeu de premier plan, mais il y en a d'autres tout aussi importants.

L'encadrement des marchés figure très haut dans cette liste. La façon dont nous réglementons les marchés financiers a évidemment des conséquences directes sur la protection des consommateurs et des investisseurs.

En ce sens, l'encadrement peut devenir un allié de l'éducation financière et avoir un impact sur la vigilance financière des consommateurs.

Je veux brièvement vous parler d'un exemple récent et concret sur lequel nous avons travaillé avec les autres régulateurs canadiens.

Une initiative réalisée conjointement avec les autorités en valeurs mobilières des autres provinces et territoires (ACVM).

Ce projet vise à accroître concrètement la qualité de l'information transmise aux investisseurs.

Une véritable innovation qui conjugue PROTECTION ET ÉDUCATION.

Aperçu du fonds

Ce projet vise spécifiquement les fonds communs de placement. L'un des produits financiers les plus populaires.

Les régulateurs en valeurs mobilières et les régulateurs en assurance ont développé un nouveau document, destiné aux investisseurs, qui leur donne l'Aperçu du fonds dans lequel ils s'appêtent à investir.

Ce nouvel outil de quatre pages remplacera progressivement le fameux prospectus dont tellement d'investisseurs ignorent même l'existence ou ont toujours mis de côté le projet de le lire.

Plusieurs travaux de recherche ont démontré que les investisseurs préfèrent recevoir un résumé des renseignements essentiels plutôt qu'un prospectus de plusieurs dizaines de pages.

L'Aperçu du fonds résume de manière concise les caractéristiques du fonds qui est offert aux investisseurs.

Il renseigne – en langage clair et simple, graphiques à l'appui – sur les éléments essentiels d'un fonds.

L'Aperçu du fonds permet également la comparaison entre différents fonds, ce qui est un facteur important dans le choix de l'investisseur.

Il permet enfin de faciliter le dialogue et l'échange entre un investisseur et son représentant. Si l'investisseur comprend mieux le produit offert, il peut être davantage à l'aise de poser les questions à son représentant.

Il aide à « poser les bonnes questions »... notamment sur la composition du portefeuille, la performance passée, le risque associé au fonds, les frais et la rémunération du courtier.

Avec l'Aperçu du fonds, les investisseurs, peu importe leur niveau de connaissances, seront mieux outillés pour choisir les fonds qui leur conviennent... pour mieux planifier leurs projets financiers.

Il va sans dire que ce sera également un atout pour les représentants dans leur approche conseil.

Plusieurs familles de fonds offrent déjà l'aperçu de fonds aux investisseurs. Sa remise en lieu et place du prospectus deviendra par ailleurs obligatoire au cours de l'année prochaine avec l'entrée en vigueur de modifications apportées au Règlement sur le régime de prospectus des organismes de placements.

C'est un exemple on ne peut plus parlant, je crois, de l'impact que peut avoir la réglementation sur l'éducation financière.

Il n'est pas le seul projet du genre. D'autres projets similaires sont en chantier, encore une fois en collaboration avec les autres commissions en valeurs mobilières des provinces et territoires...

De tels projets réglementaires sont également le résultat d'une prise de conscience accrue, à la fois des régulateurs, mais aussi de l'industrie, de l'importance de mieux informer les investisseurs.

De telles initiatives contribuent à améliorer l'éducation financière des épargnants investisseurs.

Elles démontrent que les régulateurs participent, de plus d'une façon, à l'éducation financière.

Je suis persuadé que tous ces travaux liés à la réglementation et que tous ces efforts concertés en éducation financière pourront accroître la vigilance des consommateurs.

Une vigilance accrue qui passe inévitablement par le respect des droits des consommateurs, mais aussi par la prise de conscience de leurs responsabilités.

Les enjeux de la planification financière, notamment pour la retraite, sont immenses pour les consommateurs... mais ils sont surtout immédiats en raison du vieillissement de la population québécoise.

À cet égard, je suis fier que l'Autorité et ses équipes de spécialistes aient consacré beaucoup d'efforts à l'élaboration de notre plan stratégique 2012-2017.

Je suis encore plus fier que nous soyons déjà véritablement engagés pour la mise en œuvre de ce plan.

Bien que le travail ne sera jamais entièrement complété évidemment, d'ici 2017, aussi bien l'industrie que les consommateurs pourront tirer profit d'une vigilance financière accrue.

Plus les consommateurs seront vigilants, plus l'industrie sera performante et compétitive, plus la confiance des consommateurs sera élevée.

Sur ce, je vous remercie de votre attention et vous souhaite une journée très profitable.