

Faits saillants du mémoire de Desjardins sur la littératie financière

Desjardins, acteur clé de l'éducation financière au Canada

Depuis plus de 100 ans, les caisses Desjardins contribuent à l'éducation économique et financière de leurs membres. En raison de sa nature coopérative, Desjardins inscrit ses actions dans une logique de service qui donne la primauté à l'intérêt de ses membres et de ses clients. Or, dans un contexte économique difficile où l'endettement des ménages augmente, où l'épargne se complexifie, Desjardins ne pouvait rester muet à l'occasion de la consultation pancanadienne portant sur la littératie financière. En mai 2010, il a déposé un mémoire au Groupe de travail canadien sur la littératie financière. En voici les faits saillants.

NOS CONVICTIONS

La connaissance, la compétence et la confiance en soi sont les bases de la littératie financière et représentent les éléments clés pour la prise de décisions financières responsables.

Pour Desjardins, il est primordial de soutenir les consommateurs, et plus particulièrement les étudiants, les personnes et les familles à faible revenu ainsi que les immigrants, dans l'apprentissage de la gestion de leurs finances personnelles.

Apprendre à épargner, à établir un budget et à le suivre régulièrement, à connaître ses dépenses, à identifier les priorités et les projets à venir : c'est l'affaire de tous.

L'éducation financière doit faire partie du programme scolaire dès les premières années, mais doit aussi viser un plus large réseau que celui de l'éducation. En suscitant la participation de divers intervenants des milieux privés et communautaires, il sera possible de promouvoir l'éducation financière auprès d'un plus grand nombre de citoyens.

Avec le vieillissement de la population et l'arrivée massive de retraités, l'éducation financière devient primordiale. Mieux formés, les consommateurs pourront davantage tirer profit de leurs avoirs en vue de leur retraite.

Desjardins croit fermement qu'avec une bonne connaissance des questions financières, les personnes feront des choix plus éclairés en matière d'épargne et d'investissement et pourront ainsi éviter les fraudes.

Toute information produite par les institutions financières doit tenir compte des niveaux de littératie de la population. L'information financière doit être simple et accessible pour assurer une bonne compréhension chez les lecteurs.

Une population mieux formée à la finance fera des choix éclairés, exigera des produits financiers adaptés à ses besoins et sera plus en mesure d'épargner davantage. Cela contribuera à la croissance et à la prospérité durable de notre économie.



Desjardins

Coopérer pour créer l'avenir

Desjardins a toujours été associé à un grand nombre d'initiatives liées à l'éducation financière, comme en témoignent les actions suivantes :

SOUTENIR L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DANS LE RÉSEAU DE L'ENSEIGNEMENT

- La caisse scolaire éduque les enfants à l'épargne et aux rouages de base de l'autonomie financière. Cette initiative a été instaurée en 1907 par le fondateur du Mouvement, Alphonse Desjardins.
- Les caisses étudiantes sont des mini-caisses Desjardins au niveau secondaire, à caractères éducatif, économique et social, gérées et administrées uniquement par des élèves bénévoles.
- Une série de conférences visant à préparer les jeunes du niveau secondaire à la vie financière sont disponibles, en plus d'outils pour soutenir les enseignants et d'autres intervenants qui travaillent auprès des jeunes.
- Quatorze représentants jeunesse aux niveaux collégial et universitaire prononcent ou organisent des conférences, diffusent de l'information et dirigent vers les ressources compétentes les jeunes qui manifestent des besoins particuliers.
- Disnat, spécialisée dans le courtage en ligne, a conçu une approche innovatrice auprès des clientèles universitaires afin de les familiariser avec le vaste monde des valeurs mobilières.

Au 30 juin 2009, 340 caisses au Québec et en Ontario offraient ce service éducatif dans près de 1 100 écoles primaires.



SOUTENIR L'ÉDUCATION FINANCIÈRE DES JEUNES HORS DU RÉSEAU SCOLAIRE

- Le programme **Chrome** est une approche éducative pour les jeunes qui ont accès en ligne à des renseignements sur la finance, à un magazine électronique, à l'Épargne chromatique Desjardins.
- **L'École de l'argent** est une initiative qui résulte d'un partenariat entre Desjardins, le Carrefour jeunesse emploi de l'Outaouais, l'Autorité des marchés financiers et d'autres intervenants. Elle permet aux jeunes âgés de 16 à 30 ans de parler d'argent, de développer de bonnes habitudes de consommation, de trouver un emploi ou de retourner aux études.
- Le programme **Jeunes dirigeants stagiaires** donne accès gratuitement au programme de formation **Savoir-faire et gouvernance** destiné aux dirigeants du Mouvement.

AIDER LES CANADIENS À AMÉLIORER LEUR CONNAISSANCE DES PRODUITS FINANCIERS

- Trois magazines publiés depuis près de 50 ans :
 - *Espace D (Desjardins and Me)* traite des finances personnelles (400 000 exemplaires)
 - *Desjardins Entreprises* s'adresse aux petites, moyennes et grandes entreprises (65 000 exemplaires)
 - *Partenaires* vise la clientèle des milieux de l'agriculture et de l'agroalimentaire (23 000 exemplaires)
- Desjardins Sécurité financière mène depuis sept ans des sondages nationaux sur la santé et la retraite afin de recueillir les préoccupations des Canadiens pour mieux les renseigner sur les questions qui les préoccupent.



OUTILLER NOS MEMBRES ET NOS CLIENTS

- Des simulateurs, des outils éducatifs et des capsules conseils
- Une série de courtes émissions intitulées « Tout savoir sur vos avoirs »
- Deux blogues, l'un destiné aux 18-30 ans et l'autre pour les plus de 30 ans
- Des capsules vidéo et des webémissions destinées au grand public, aux étudiants et aux jeunes travailleurs
- L'infolettre *ActiVie*



En 2009, à chaque mois, c'est plus de 2,4 millions de visiteurs uniques sur Desjardins.com qui ont eu accès aux capsules éducatives.

AIDER LES ÉTUDIANTS À FINANCER LEURS ÉTUDES

En 40 ans: 10 M \$ de bourses pour 8 700 jeunes.

- En 2008, les caisses ont versé 2 342 bourses, pour un total de 1 403 977 \$.
- La Fondation Desjardins a décerné 315 bourses et prix totalisant 642 000 \$. Plus de la moitié a été attribuée en bourses universitaires.

AIDER LES PERSONNES AUX PRISES AVEC DES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES

- Les **Fonds d'entraide Desjardins** (FED) ont été créés pour répondre aux besoins des membres en difficulté financière et en réaction à l'accroissement de l'endettement et de la vulnérabilité financière des personnes et des familles.
- **CRÉAVENIR** donne accès à du financement et à de l'accompagnement aux jeunes entrepreneurs de 18 à 35 ans qui ont des projets d'affaires prometteurs, mais qui ne répondent pas aux critères habituels de financement.

FED: depuis 2001 plus de 2 M\$ prêtés – 572 \$ par prêt
CRÉAVENIR: depuis 2005 plus de 1 M\$ prêtés – 11 300 \$ par prêt.

SOUTENIR LA PLANIFICATION À LA RETRAITE

- **Cap sur l'avenir** est un programme de vulgarisation sur la retraite qui a remporté plusieurs prix et que Desjardins Sécurité financière propose aux participants à ses régimes de retraite collectifs.

CONTRER LA FRAUDE

- Les sites Web de Desjardins et de ses filiales fournissent des outils pour tester le comportement à risque de l'utilisateur et des renseignements sur la façon de signaler une fraude.
- Le programme **Maître de sa vie et de ses biens** pour les aînés permet aux employés des caisses Desjardins de détecter des situations d'abus, tels le vol, le détournement de fonds, l'utilisation frauduleuse de cartes de guichet automatique, et d'orienter les aînés vers les ressources compétentes.

PRODUIRE DES DOCUMENTS FACILES À COMPRENDRE

- Desjardins Sécurité financière a mis en œuvre un programme de communication efficace, de concert avec ses secteurs d'affaires, dont le but est d'assurer l'utilisation d'un langage clair et accessible dans les documents destinés à sa clientèle.

Nos recommandations au Groupe de travail canadien sur la littératie financière



SENSIBILISER ET PROMOUVOIR

Concevoir et lancer une campagne de communication destinée à sensibiliser la population à la question de la littératie financière. Cette campagne devra pouvoir faire connaître cette problématique et les ressources disponibles pour y remédier.

À titre d'illustration et en référence à une expérience vécue dans le domaine de la santé, un programme de santé financière 0-10-300 pourrait se définir ainsi : 0 minute de retard dans le paiement de vos dettes, 10 minutes par mois pour suivre votre budget et 300 minutes par année pour concevoir et suivre votre plan de retraite.

RECONNAÎTRE ET COORDONNER

Identifier, reconnaître et soutenir, au besoin, les programmes existants au Canada et les contenus éducatifs de qualité. En créer de nouveaux apporterait davantage de confusion que de solutions. L'accent doit être mis sur l'arrimage entre les programmes et l'identification des lacunes et des façons de les combler. En ce sens, Desjardins a demandé au gouvernement de reconnaître et de soutenir son expertise en lien avec l'éducation financière qu'il diffuse dans le réseau scolaire, plus particulièrement par l'intermédiaire des caisses scolaires et des caisses étudiantes.

Le gouvernement doit articuler son plan d'action autour de la cohésion des différentes initiatives déjà existantes au Canada en littératie financière et identifier les zones qui requièrent de nouvelles interventions.

ÉDUIQUER ET ACCOMPAGNER

Inciter le réseau scolaire à inclure l'éducation financière dans son programme, que ce soit à même les programmes scolaires ou par le truchement d'activités complémentaires.

Concevoir, pour l'ensemble de la population, à chaque étape de la vie et dans certaines situations particulières, des programmes d'éducation offerts conjointement par les organismes publics, coopératifs, privés et sans but lucratif.

Soutenir financièrement la conception et l'offre à la population de courts ateliers ou autres stratégies d'accompagnement touchant divers aspects de la littératie financière, parrainés par les gouvernements, les institutions financières, Desjardins, les intermédiaires de marché, les associations coopératives d'économie familiale (ACEF) et d'autres organismes communautaires œuvrant dans ce secteur.

COMMUNIQUER EFFICACEMENT

Suggérer des mesures à l'industrie des services financiers pour que les documents destinés au grand public soient rédigés dans un langage clair et accessible, et selon les principes de lisibilité et d'intelligibilité reconnus.

