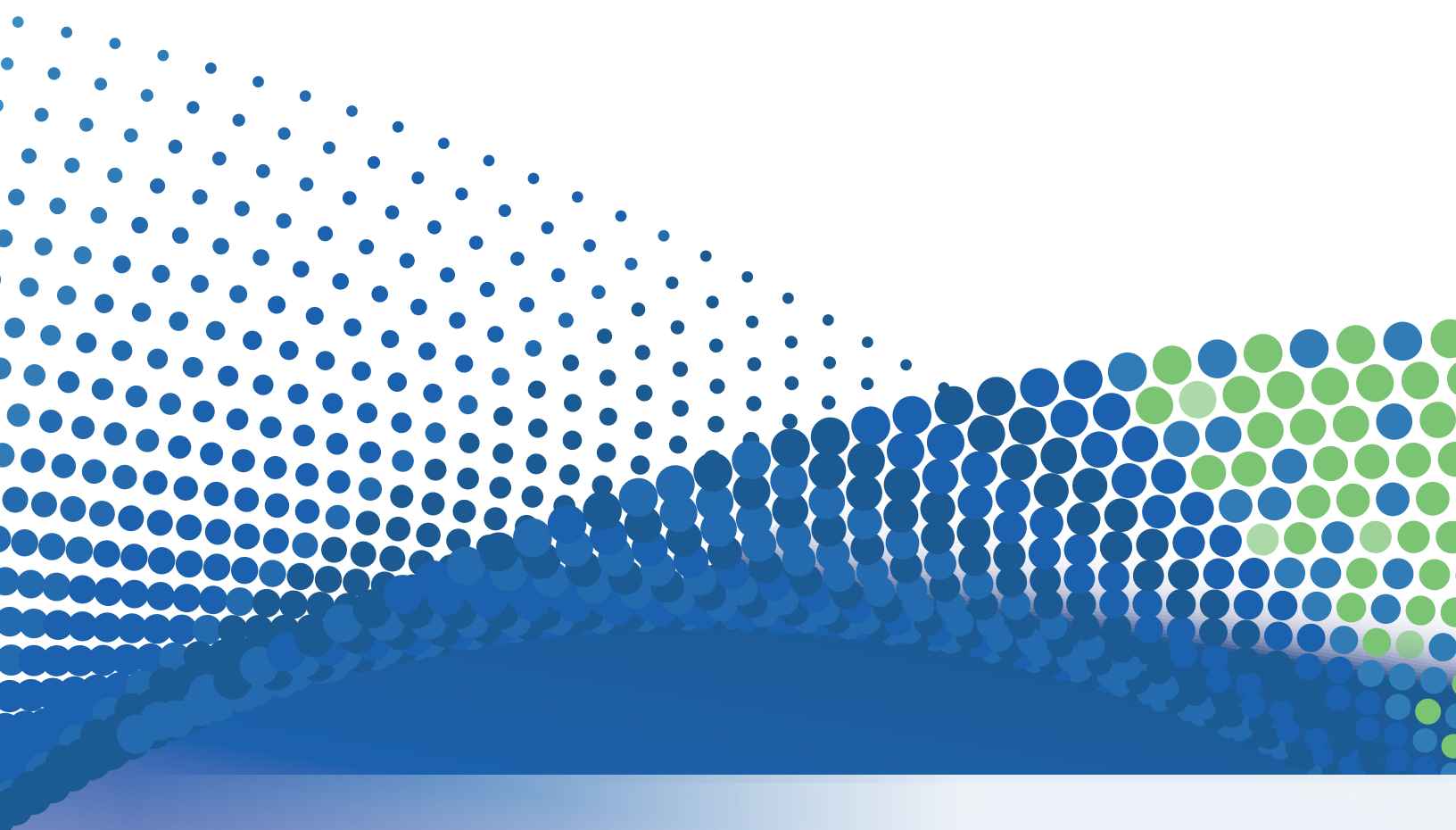




Promouvoir l'établissement d'un budget chez les personnes qui n'en ont pas

Projet pilote sur la littératie financière réalisé au moyen des technologies mobiles



Marcie McLean-McKay et Josh Leigh-Mossley

Division de l'éducation, de la recherche et des politiques, Agence de la consommation en matière financière du Canada

La Division de la recherche de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a la responsabilité de surveiller et d'évaluer les tendances et les nouveaux enjeux susceptibles d'avoir une incidence sur les consommateurs de produits et de services financiers. Les documents de recherche de l'ACFC sont des ouvrages théoriques ou empiriques en cours. Les opinions exprimées dans ce document sont celles des auteurs. La responsabilité de ces opinions ne devrait pas être attribuée à l'ACFC.

Avril 2017

Cat. No.: FCS-47/2017F-PDF

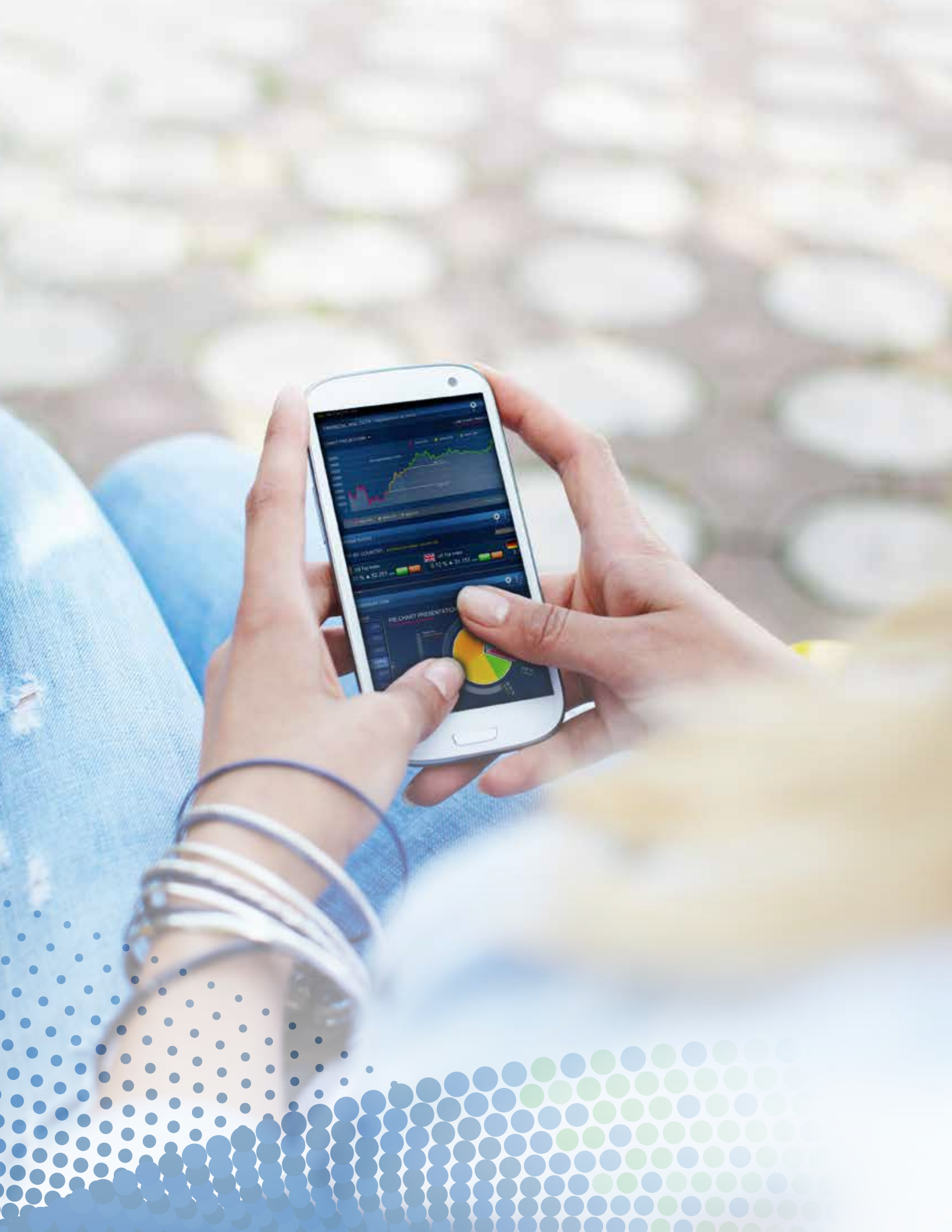
ISBN: 978-0-660-08302-5

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, 2017

This document is also available in English under the title *Initiating Budgeting Behaviour among Non-Budgeters*.

Table des matières

Sommaire	1
À propos du présent rapport	2
Introduction	4
Méthodologie	5
Profil démographique des utilisateurs	6
Principales constatations	8
Comportements liés à l'établissement d'un budget	8
Connaissance de l'établissement d'un budget	13
Confiance en la capacité de faire un budget	16
Conclusion	19
Annexe A : Messages d'éducation financière et résultats ciblés par l'entremise de l'application Carotte Points Santé	20
Annexe B : Méthodologie détaillée	28
Portée du projet	28
Approche	28
Population cible	29
Échantillonnage	30
Limites	31
Annexe C : Taux de mobilisation et consultation des pages Web de l'ACFC	32
Références	34



Sommaire

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est l'agence fédérale responsable de la promotion et de l'accroissement de la littératie financière chez les Canadiens. L'Agence a un double mandat, soit celui de protéger les consommateurs de produits et services financiers par l'application de la conformité aux lois, aux règlements et aux codes d'éthique des entités financières sous réglementation fédérale et celui de favoriser la compréhension des consommateurs quant aux questions financières. En 2013, le mandat de l'ACFC a été élargi pour inclure la collaboration ainsi que la coordination de ses activités afin d'appuyer des initiatives visant à améliorer la littératie financière des Canadiens. Le fait de s'assurer que les consommateurs reçoivent l'information appropriée afin de prendre des décisions financières responsables et participent activement au secteur financier est un volet important de ce mandat (Financial Consumer Agency of Canada, 2015).

Dans le but d'explorer des façons novatrices d'atteindre le public canadien et de le mobiliser, l'ACFC a offert ses documents d'éducation financière dans le cadre d'un projet pilote mené par l'entremise de l'application Carotte Points Santé. Cette application offre des points de programmes de fidélisation en échange de la participation à de courts jeux-questionnaires et de la lecture de messages sur l'éducation financière liés à l'établissement d'un budget. L'objectif global du projet pilote consistait à examiner l'incidence des documents d'éducation financière de l'ACFC sur les connaissances, la confiance et les comportements liés à l'établissement d'un budget.

Application Carotte Points Santé – Amélioration des connaissances, de la confiance et des comportements liés à l'établissement d'un budget

Le présent rapport contient les résultats du projet pilote de l'ACFC réalisé par l'entremise de l'application Carotte Points Santé. D'après les renseignements autodéclarés reçus, les résultats démontrent ce qui suit :

- Une amélioration des connaissances liées à l'établissement d'un budget chez les personnes n'ayant pas fait de budget, par 10 points de pourcentage.
- Une amélioration de la confiance en l'établissement d'un budget chez les personnes n'ayant pas fait de budget, par 15 points de pourcentage.
- Une augmentation de l'utilisation d'un budget chez les personnes n'ayant pas fait de budget, par 14 points de pourcentage.

Quelques points de départ clés pour la prise de mesures et la tenue d'enquêtes ultérieures

Les constatations découlant du projet pilote de l'ACFC réalisé par l'entremise de l'application Carotte Points Santé offrent une source riche de données et d'information. Elles renvoient à un nombre de messages généraux qui ont une incidence sur l'éducation en matière de littératie financière et bien au-delà. Les quelques données suivantes servent de point de départ pour la prise de mesures et la tenue d'enquêtes ultérieures :

- Trop peu de Canadiens ont fait un budget¹.
- Près de la moitié de ceux qui n'avaient pas fait de budget ont indiqué qu'ils ne savaient pas par où commencer.
- Près de la moitié de tous les participants ont indiqué avoir de la difficulté à saisir la différence entre leurs « besoins » et leurs « désirs », ce qui suggère une lacune en ce qui a trait aux compétences.
- La confiance semble être associée à un comportement de constance en matière d'établissement de budget.

À propos du présent rapport

Le présent rapport donne les résultats d'un projet pilote réalisé par l'ACFC par l'entremise de l'application Carotte Points Santé. Dans l'exécution de son mandat visant à accroître la littératie financière chez les Canadiens, l'ACFC a publié certains de ses documents d'éducation financière par l'entremise de l'application Carotte Points Santé. Cette application permet à l'ACFC d'explorer les occasions d'élargir ses efforts de sensibilisation des consommateurs et d'accroître la littératie financière au moyen de la technologie mobile. L'application Carotte Points Santé offre des points de programmes de fidélisation en échange de la participation à de courts jeux-questionnaires et de la lecture de messages sur l'éducation financière liés à l'établissement d'un budget.

L'ACFC explore actuellement des façons novatrices afin d'atteindre le public canadien et d'obtenir son engagement afin d'aider les gens à gérer leur argent et leurs dettes judicieusement, à planifier et à épargner pour l'avenir, et à se protéger contre la fraude et l'exploitation financière, conformément au document intitulé *Stratégie nationale pour la littératie financière – Compte sur moi, Canada*.

Un plan de recherche national sur la littératie financière a été mis au point pour concentrer les efforts et améliorer la coordination des chercheurs dans le but de générer les principaux éléments probants nécessaires à la mise en œuvre couronnée de succès de la stratégie nationale. L'établissement d'un budget a été cerné comme domaine d'attention privilégié dans le cadre du plan. Les résultats du projet pilote doivent donc renseigner la prestation des programmes de littératie financière, déterminer les occasions de mesurer les progrès réalisés et permettre de comprendre les répercussions globales des efforts d'éducation financière.

¹ Seulement 53 % des utilisateurs échantillonnés au départ par l'entremise de l'application Carotte Points Santé ont indiqué qu'ils avaient fait un budget. Nous savons également, grâce à l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014, que seulement 46 % des Canadiens ont indiqué qu'ils avaient fait un budget.

À propos de Carotte Points Santé

Contexte

Carotte Points Santé est une application qui encourage les Canadiens à adopter des styles de vie plus sains. Plus particulièrement, Carotte Points Santé offre aux consommateurs des points de programmes de fidélisation (par exemple des milles Aéroplan, des Petro-Points, des points Scène et des points More Rewards) en échange de tâches simples comme la lecture de courts textes, la participation à des jeux questionnaires faciles et le visionnement de courtes vidéos.

L'application a été développée par Carrot Insights, société fermée canadienne, grâce à une subvention de l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) et au soutien du Centre d'innovation du Bureau du conseil privé (BCP). Le projet s'inscrit dans l'approche multisectorielle du gouvernement du Canada en ce qui a trait à la promotion d'un mode de vie sain et à la prévention des maladies chroniques. L'ASPC et Carrot Insights travaillent avec les ministères provinciaux de la Santé pour offrir l'application Carotte Points Santé à l'échelle canadienne.

Comment la littératie financière s'intègre-t-elle à ce tableau?

L'ASPC, de même que Carrot Insights, partagent une vision globale du mieux-être qui comprend le bien-être financier. La tension liée aux difficultés financières peut nuire énormément à la santé d'une personne. C'est pourquoi il est important que les Canadiens soient dotés des connaissances, de la confiance et des compétences dont ils ont besoin pour gérer leurs finances personnelles et améliorer leur bien être financier. L'application Carotte Points Santé est un outil novateur qui peut être utilisé pour appuyer les efforts des Canadiens en vue de l'atteinte de cet objectif.

Pourquoi cibler l'établissement d'un budget par l'entremise de l'application Carotte Points Santé?

Des recherches récentes ont démontré que l'établissement d'un budget aide les gens à donner un ordre de priorité à leurs dépenses et que le budget est un outil particulièrement efficace pendant une période de tension financière. L'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014 révèle que seulement 46 % des Canadiens se sont dotés d'un budget et que, parmi ceux qui l'ont fait, 93 % d'entre eux indiquent qu'ils en respectent « habituellement » ou « toujours » les limites. Cette tendance s'applique à tous les groupes démographiques, à tous les niveaux d'éducation et à toutes les catégories de revenu ayant fait l'objet de l'étude. Les recherches ont également démontré que les messages reçus par les consommateurs par l'entremise d'appareils mobiles ainsi que les approches comportementales liées à l'économie contribuent ensemble à modifier les comportements. C'est pourquoi l'ACFC a voulu disposer d'un outil de communication de messages sur la littératie financière offerts directement aux consommateurs qui ne se sont pas dotés d'un budget, afin de leur permettre d'accroître les connaissances, la confiance et les compétences nécessaires à l'établissement d'un budget.

Pour de plus amples renseignements sur Carotte Points Santé, veuillez cliquer sur le lien ci-dessous :
<http://www.carrotinsights.com/fr/home-fr/>

Introduction

L'endettement des ménages au Canada est maintenant le plus élevé parmi les pays du G7 (Statistique Canada, 2016), et près de 40 % des travailleurs canadiens se sentent dépassés par l'ampleur de leurs dettes (Financière Sun Life et Le Conference Board du Canada, 2016).

L'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014 démontre que 30 % des consommateurs peinent à assumer leurs frais de subsistance. Environ la moitié d'entre eux recourent à une forme de crédit quelconque pour joindre les deux bouts (ACFC, 2015). Selon d'autres études récentes, la proportion de Canadiens faisant appel aux prêts sur salaire a doublé et représente maintenant plus de 4 % des ménages (ACFC, 2016). Par ailleurs, le taux d'épargne est à son plus bas depuis longtemps. Une étude récente montre que 47 % des Canadiens affirment être en mesure d'épargner 5 % ou moins de leurs revenus, ce qui les laissera démunis en cas de choc économique.

La littératie financière joue un rôle d'atténuation important en aidant les consommateurs à gérer judicieusement leur argent et leurs dettes et à planifier leur avenir financier ². Les recherches ont établi que les personnes ayant un degré élevé de littératie financière sont plus susceptibles de participer aux marchés financiers, de planifier et d'épargner en vue de leur retraite, d'accumuler de la richesse et d'éviter de recourir à des emprunts à coût élevé (Boisclair, Lusardi et Michaud, 2014; Projet de recherche sur les politiques et Agence de la consommation en matière financière du Canada, 2005). La capacité de prendre des décisions financières éclairées est essentielle dans le marché diversifié et en évolution rapide d'aujourd'hui.

Le budget est considéré comme l'outil fondamental pour la gestion judicieuse de l'argent et des dettes et pour l'épargne en vue d'atteindre des objectifs financiers. Selon des recherches américaines, l'établissement d'un budget aide les gens à donner un ordre de priorité à leurs dépenses, et le budget est un outil particulièrement efficace pendant une période de difficultés financières (Fernbach, Kan et Lynch, 2015). L'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014 révèle que seulement 46 % des Canadiens ont un budget et que 93 % de ceux-ci le respectent « habituellement » ou « toujours » (ACFC, 2015). Cette tendance s'applique à tous les groupes démographiques, à tous les niveaux d'éducation et à toutes les catégories de revenu ayant fait l'objet de l'étude. Aux fins du présent projet pilote, l'ACFC a concentré ses efforts de recherche sur la façon de permettre à plus de gens de commencer à faire un budget.

De nombreux programmes de littératie financière ont été critiqués parce qu'ils portaient principalement sur la diffusion de connaissances et négligeaient le besoin de mettre au point des compétences et une confiance financières. Un nombre croissant d'initiatives de recherche jettent un éclairage sur les facteurs qui ajoutent aux connaissances financières (Société de recherche sociale appliquée [SRSA], 2016). Par exemple, la confiance financière semble être un fort indicateur du comportement financier. En outre, les approches comportementales liées à l'économie tiennent désormais compte, en ce qui a trait aux décisions financières, des influences humaines (préjugés, présomption, etc.) et du rôle des facteurs environnementaux (par exemple, la façon dont les options sont présentées). Nouvelles et novatrices, ces approches visant l'influence sur la prise de décisions présentent des occasions d'aborder les lacunes des interventions plus traditionnelles. En outre, les technologies émergentes offrent des occasions de livrer des messages simplifiés qui intègrent les pratiques comportementales liées à l'économie afin de modifier

² La littératie financière est une expression signifiant qu'une personne possède les connaissances, les compétences et la confiance nécessaires à la prise de décisions financières éclairées.

efficacement le comportement des consommateurs. Par exemple, selon certaines recherches émergentes dans les pays en développement, les messages reçus par l'entremise d'appareils mobiles contribuent à modifier les comportements des consommateurs (par exemple, payer les factures à temps) (Institut de la Banque mondiale, 2012).

C'est pourquoi l'ACFC a voulu disposer d'un outil de communication de messages sur la littératie financière offerts directement aux consommateurs qui n'ont pas fait de budget, afin de leur permettre d'accroître les connaissances, la confiance et les compétences nécessaires à l'établissement d'un budget et d'atteindre leur but, soit de modifier les comportements liés à l'établissement d'un budget. L'hypothèse résidait dans le fait que si les messages d'éducation financière et les ressources liées à l'établissement d'un budget étaient mis à la disposition des personnes qui n'ont pas fait de budget, ces personnes accroîtraient le niveau de leurs connaissances et de leur confiance en matière d'établissement de budget et elles commenceraient d'elles-mêmes à se fier à un budget.

Méthodologie

Le projet pilote de l'ACFC réalisé par l'entremise de l'application Carotte Points Santé a été conçu pour mesurer les changements se rapportant aux connaissances, à la confiance et aux comportements liés à l'établissement d'un budget. Le projet pilote a été lancé le 5 juillet 2016 dans deux provinces canadiennes, la Colombie-Britannique et Terre-Neuve-et-Labrador. Pendant un mois, une série d'interventions³ contenant des messages d'éducation financière et des questions de fait ont été envoyées aux consommateurs par l'entremise de l'application Carotte Points Santé⁴. Les comportements ainsi que les réponses aux questions ont été examinés par l'entremise de l'application.

L'objectif du présent projet pilote consiste à examiner les effets des documents d'éducation financière que l'ACFC offre par l'entremise de l'application Carotte Points Santé. Pour ce faire, un concept précédant et suivant l'étude a été utilisé. Une première intervention a ciblé un vaste public ($n = 10\,716$) en vue de repérer les personnes qui n'ont pas fait de budget (46 %; $n = 4\,949$) et celles qui l'ont déjà fait (54 %; $n = 5\,767$). Les personnes n'ayant pas fait de budget ont été ciblées par deux autres interventions afin de les encourager à créer leur propre budget. Les modifications liées aux connaissances, à la confiance et aux comportements ont été mesurées pour ce groupe. Afin d'évaluer les effets des documents d'éducation financière de l'ACFC portant sur l'établissement d'un budget, les résultats du groupe étudié⁵ ont été comparés à ceux d'un groupe témoin.

Des analyses ont été effectuées sur les indicateurs des connaissances, de la confiance et des comportements liés à l'établissement d'un budget. Les résultats sont présentés sous forme groupée. Les données ont en outre été analysées selon l'âge, le sexe, la province et le revenu par ménage. Vous trouverez de plus amples renseignements sur la méthodologie utilisée à l'annexe B du présent rapport.

En plus de la mesure des modifications des connaissances, de la confiance et des comportements, l'ACFC a mesuré le taux de participation et de réponse et a vérifié le nombre de visites sur ses pages Web à partir de la plateforme mobile. Ces résultats sont présentés à l'annexe C du présent rapport.

3 Les « interventions » comprennent à la fois des messages d'éducation financière et des questions à ce sujet auxquelles répondent les participants. Toutes les interventions ont été faites sous la forme d'une notification poussée sur le téléphone mobile des participants.

4 L'annexe A offre un aperçu des messages d'éducation financière et des résultats visés.

5 Le groupe étudié était composé des personnes qui n'avaient pas fait de budget au début du projet pilote et qui ont répondu aux interventions 1, 2 et 3.

Profil démographique des utilisateurs

Des données démographiques de base, comme le sexe, l'âge, la province de résidence et le revenu personnel, ont été recueillies auprès des participants. Parmi les participants au projet pilote de l'ACFC, bon nombre étaient des femmes (67,2 %; $n = 7\,197$) âgées de 25 à 34 ans (36,9 %; $n = 3\,956$) et résidentes de la Colombie Britannique (76,2 %; $n = 8\,170$) ⁶. Aucune différence démographique notable n'a été relevée entre les personnes qui avaient fait un budget et celles qui n'en avaient pas au début du projet pilote. Le tableau 1 ci-dessous présente les caractéristiques descriptives selon que les répondants avaient fait un budget ou non au début du projet pilote.

⁶ Ces mesures reflètent à peu près les résultats d'ensemble de la base d'utilisateurs de Carotte Points Santé et demeurent constantes pour chacune des offres du projet pilote.

Tableau 1 : Caractéristiques des personnes avec budget et des personnes sans budget au début du projet pilote

	Personnes avec budget		Personnes sans budget	
Âge	13-17	2 %	13-17	3 %
	18-24	18 %	18-24	23 %
	25-34	38 %	25-34	36 %
	35-44	21 %	35-44	21 %
	45-54	12 %	45-54	12 %
	55-64	7 %	55-64	5 %
	65-79	2 %	65-79	1 %
Sexe	Hommes	32 %	Hommes	30 %
	Femmes	66 %	Femmes	68 %
	Préfèrent ne pas répondre	2 %	Préfèrent ne pas répondre	2 %
Province	Colombie-Britannique	78 %	Colombie-Britannique	74 %
	Terre-Neuve-et-Labrador	22 %	Terre-Neuve-et-Labrador	26 %
Revenu	Moins de 13 001 \$	16 %	Moins de 13 001 \$	19 %
	De 13 001 \$ à 24 999 \$	14 %	De 13 001 \$ à 24 999 \$	15 %
	De 25 000 \$ à 39 999 \$	16 %	De 25 000 \$ à 39 999 \$	16 %
	De 40 000 \$ à 62 999 \$	22 %	De 40 000 \$ à 62 999 \$	22 %
	63 000 \$ et plus	20 %	63 000 \$ et plus	17 %
	Préfèrent ne pas répondre	11 %	Préfèrent ne pas répondre	10 %
	Ne savent pas	1 %	Ne savent pas	1 %

Pour de plus amples renseignements sur le profil démographique des participants selon l'intervention, se reporter à l'annexe B.

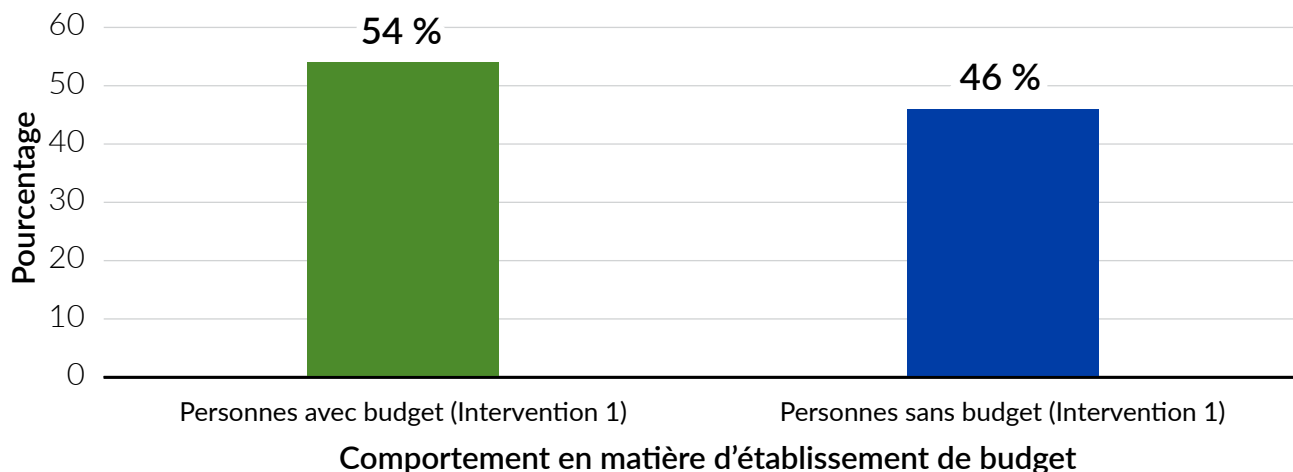
Principales constatations

Comportements liés à l'établissement d'un budget

L'objectif ultime du projet pilote consistait à vérifier si l'offre de documents d'éducation financière aux personnes n'ayant pas fait de budget par l'entremise d'une application pouvait mener à une modification des comportements lié à l'établissement d'un budget. L'établissement d'un budget personnel est fort probablement le meilleur moyen d'atteindre ses objectifs financiers. Une étude de Fernbach, Kan et Lynch (2015) a révélé que les personnes qui font un budget sont plus aptes à s'adapter aux fluctuations et à gérer les périodes de difficultés financières que celles qui n'ont pas fait de budget. « Les personnes qui établissent un budget planifient mieux leurs priorités lorsqu'elles font face à des contraintes que les personnes qui n'établissent pas de budget, et elles ont moins de comportements dysfonctionnels tels que les dépenses excessives et les achats compulsifs » (Fernbach, Kan et Lynch, 2015).

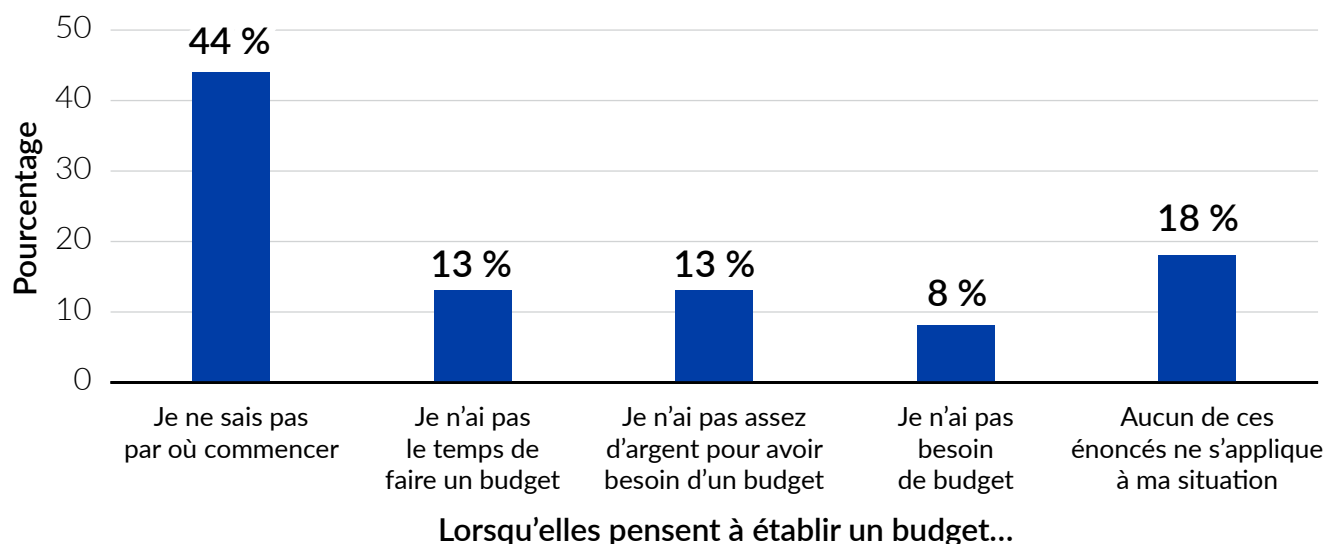
Au début du projet pilote de l'ACFC, on a demandé aux personnes si elles comptaient déjà sur un budget pour les aider à faire un suivi de leur argent. Parmi celles qui ont répondu, 46 % ($n = 4\,949$) ont indiqué qu'elles n'avaient pas fait de budget (figure 1). Cette information a ensuite été utilisée pour diffuser des messages ciblés d'éducation financière aux personnes sans budget (au moyen des interventions 2 et 3) et pour les inciter à faire elles-mêmes un budget. Les messages d'éducation financière contenaient des énoncés comme : « Faire un budget est une excellente première étape pour gérer votre argent et maintenir vos finances en bon ordre » et « Un budget est le moyen le plus simple de faire le suivi de votre argent tous les mois afin que vous ayez suffisamment d'argent pour les choses dont vous avez besoin ET celles que vous voulez ».

Figure 1 : Proportion de personnes avec budget et de personnes sans budget au début du projet pilote



Lorsqu'on examine les raisons pour lesquelles des personnes n'ont pas fait de budget, il s'avère que bon nombre d'entre elles (44 %) indiquent qu'elles ne savaient pas par où commencer (figure 2). Ce résultat suggère que l'envoi à ces personnes de messages d'éducation financière ciblés qui les réfèrent directement aux ressources de l'ACFC sur l'établissement d'un budget, comme la calculatrice budgétaire, les aiderait à faire elles-mêmes un budget.

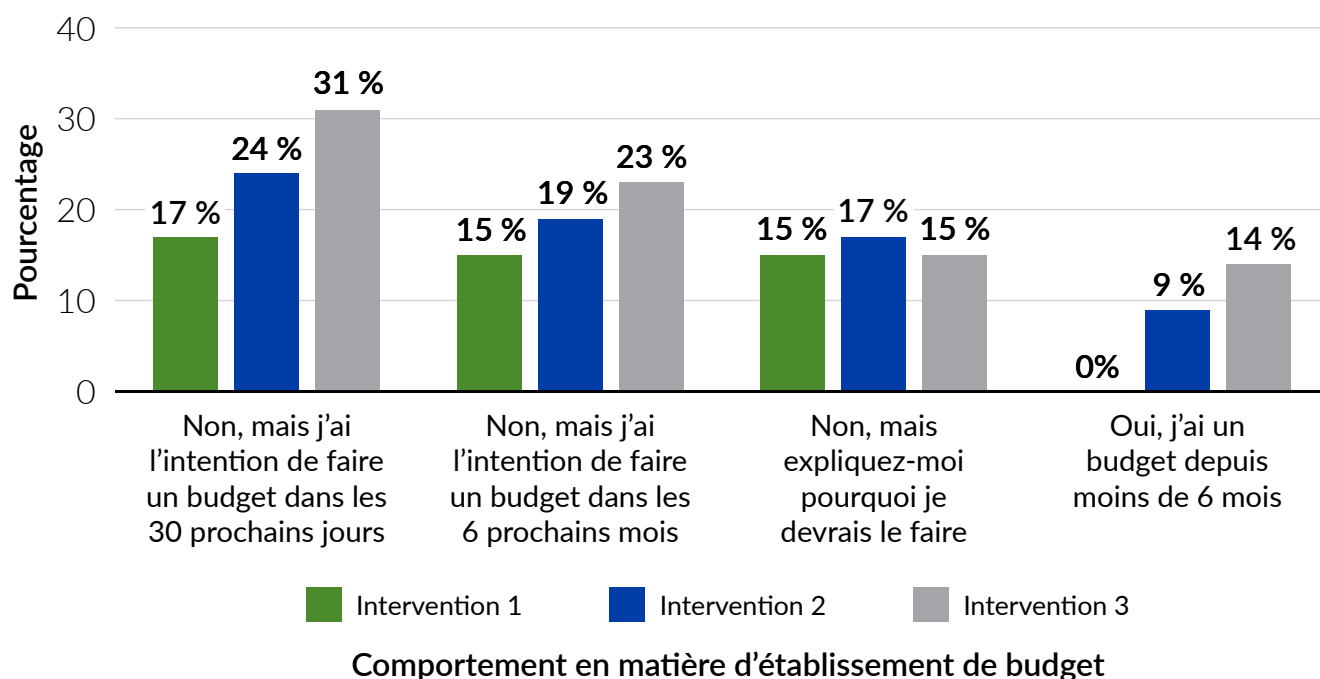
Figure 2 : Lorsqu'elles pensent à établir un budget, la majorité des personnes sans budget ne savent pas par où commencer⁷



Pour évaluer les effets qu'ont ces messages aux consommateurs sur les comportements des personnes sans budget, la même question a été posée chaque fois qu'une personne interagissait avec l'application. La figure 3 ci-dessus présente les réponses à la question portant sur l'établissement d'un budget : « Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent? », qui a été posée pendant le projet pilote aux personnes ayant indiqué lors de l'intervention 1 qu'elles n'avaient pas fait de budget. Les résultats ont démontré un accroissement de l'intention de se doter d'un budget, ainsi qu'une augmentation du nombre de personnes sans budget qui ont commencé à en faire un.

⁷ Veuillez noter qu'environ 5 % des personnes sans budget ont répondu à cette question par « J'ai déjà un budget » et ont été exclues de l'analyse. Cela est considéré comme étant une limitation des données autodéclarées et comme une faille de conception du questionnaire.

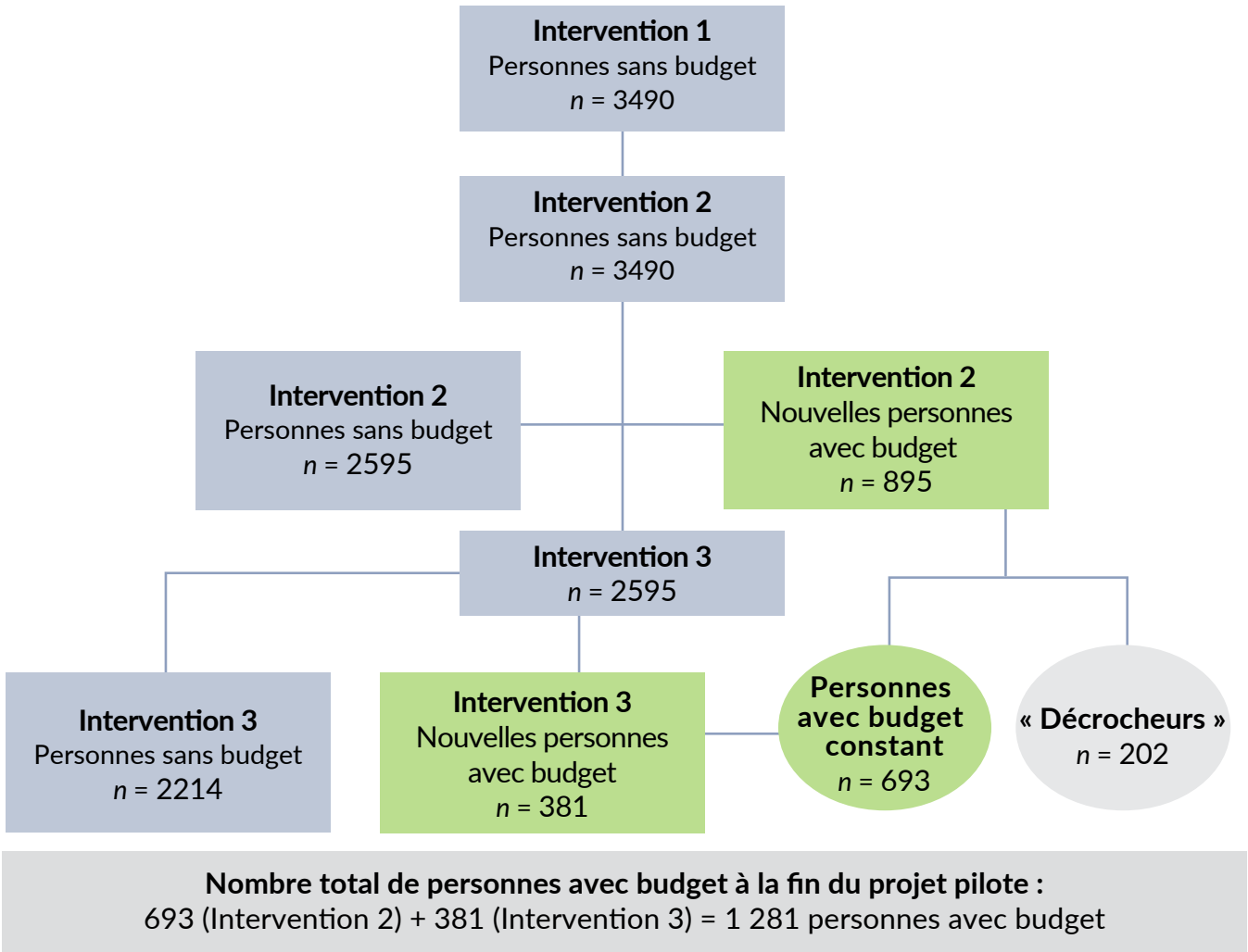
Figure 3 : Modifications des comportements liés à l'établissement d'un budget et intention de faire un budget pendant la durée du projet pilote chez les personnes sans budget⁸



Lorsqu'on examine les comportements liés à l'établissement d'un budget chez les personnes sans budget (celles qui n'avaient pas de budget lors de l'intervention 1 et qui ont répondu aux trois interventions), les résultats démontrent que 23 % ($n = 202$) des personnes qui ont commencé à faire un budget après l'intervention 2 ont indiqué, lors de l'intervention 3, qu'elles avaient laissé tomber ce budget. Les participants de ce groupe, les « décrocheurs », sont représentés par le cercle en rouge inclus dans la figure 4 ci-dessous.

⁸ Veuillez noter que la question originale comportait l'option de réponse suivante : « Oui, j'ai un budget depuis plus de six mois ». Les répondants aux interventions 2 et 3 ont déclaré avoir un budget depuis plus de six mois dans une proportion de 13 % et de 17 %, respectivement. Étant donné que le programme pilote n'a été offert que pendant un mois, et que ces personnes ont indiqué, dans le cas de l'intervention 1, ne pas avoir de budget, ces réponses ont été exclues. Cela est considéré comme étant une limitation des données autodéclarées.

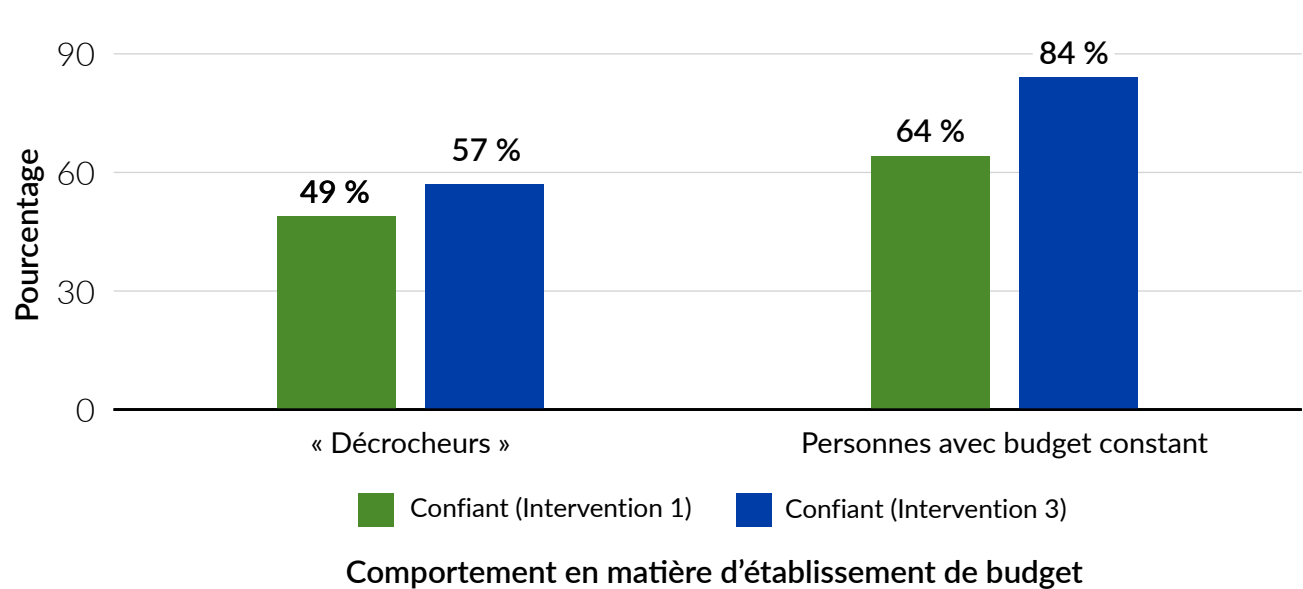
Figure 4 : Personnes ayant décidé de faire un budget pendant la durée du programme pilote



D'autres analyses ont été effectuées afin de déterminer ce qui différencie les « décrocheurs » des personnes qui continuent à suivre leur budget jusqu'à la fin du projet pilote. Les résultats démontrent que, au début du projet pilote, les niveaux de confiance des « décrocheurs » étaient comparables à ceux des personnes qui avaient respecté leur budget. Aucune différence importante n'a été notée entre ces groupes au début du projet pilote. Toutefois, à la fin du projet pilote, les « décrocheurs » étaient statistiquement moins confiants que ceux qui avaient continué à adopter des comportements liés à l'établissement d'un budget (confiance à 57 % comparativement à 84 %) (figure 5)⁹.

⁹ Ces différences se sont avérées statistiquement significatives pour une valeur p inférieure à 1 % ($p < 0,01$).

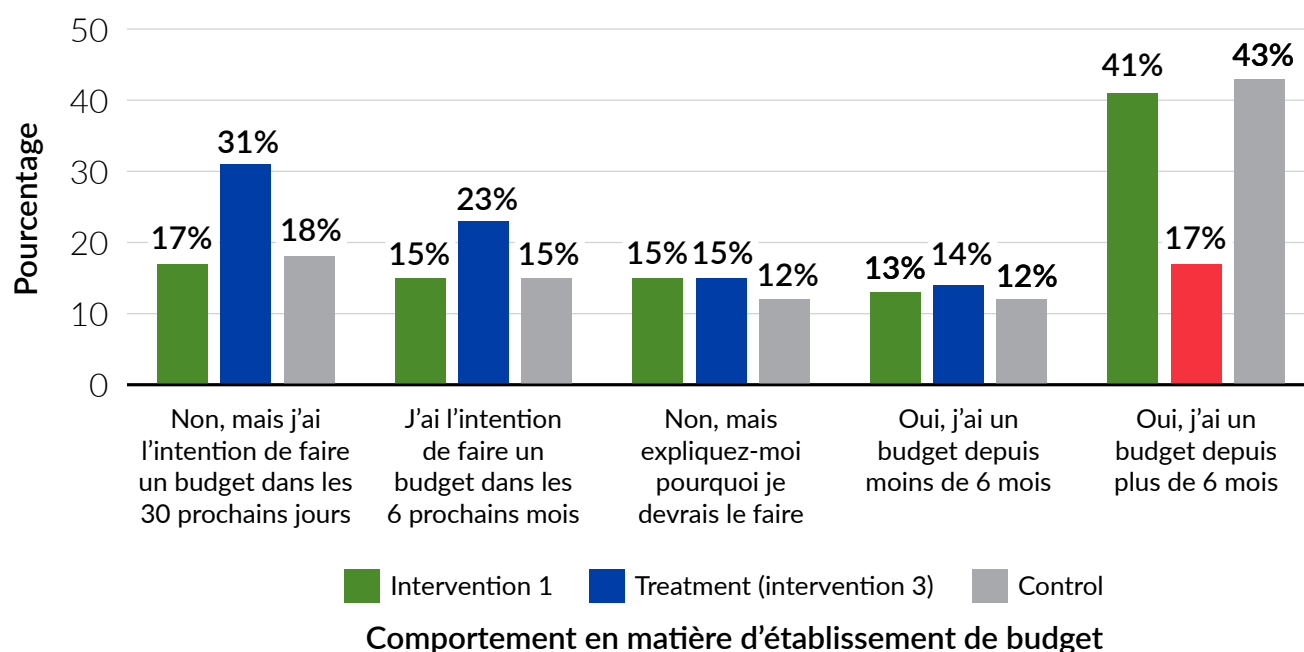
Figure 5 : Confiance des « décrocheurs » et des personnes qui continuent d'utiliser un budget pendant la durée du projet pilote



Ces différences se sont avérées statistiquement significatives pour une valeur p inférieure à 1 % ($p < 0,01$). Veuillez noter qu'aux fins de la présente analyse, les réponses « Confiant » et « Très confiant » ont été groupées.

En outre, la question sur l'établissement d'un budget a été posée à un groupe témoin afin d'évaluer les incidences du programme pilote de l'ACFC. Les personnes qui, au début, ont déclaré ne pas avoir fait un budget, et qui ont reçues des interventions de l'ACFC, ont indiqué avoir une intention plus marquée de faire un budget comparativement à celles qui n'ont pas consulté les documents de littératie financière offerts dans le cadre du projet pilote (figure 6).

Figure 6 : Comparaison, entre le groupe étudié et le groupe témoin, de l'intention des utilisateurs de faire et de respecter un budget¹⁰



En résumé, l'un des principaux objectifs du projet pilote consistait à favoriser des comportements liés à l'établissement d'un budget au moyen de la diffusion de messages d'éducation financière à des personnes sans budget. En consultant des documents et des ressources favorisant les connaissances et la confiance, les personnes sans budget ont rehaussé leur intention de faire un budget et amélioré leurs comportements actuels liés à l'établissement d'un budget.

Connaissance de l'établissement d'un budget

Savoir faire le suivi de ses dépenses et établir un budget efficace sont deux compétences essentielles qui permettent aux gens de vivre selon leurs moyens et de sentir qu'ils ont une bonne maîtrise de leur vie financière (ACFC, 2015). Cette partie du rapport offre une description des données provenant du projet pilote de l'ACFC et portant sur ces éléments de connaissance, c'est-à-dire les questions qui visent à évaluer le degré de compétence des participants pour ce qui est de faire la distinction entre les choses dont ils ont besoin et celles qu'ils désirent et entre le revenu et les dépenses.

¹⁰ Veuillez noter que la question originale comportait l'option de réponse suivante : « Oui, j'ai un budget depuis plus de six mois ». Les répondants à l'intervention 3 ont déclaré avoir un budget depuis plus de six mois dans une proportion de 17 %. Ces personnes sont représentées par la colonne en rouge ci-dessus. Étant donné que le programme pilote n'a été offert que pendant un mois, et que ces personnes ont indiqué, lors de l'intervention 1, ne pas avoir de budget, ces réponses ont été exclues. Cela est considéré comme étant une limitation des données autodéclarées ainsi que comme une faiblesse dans la conception du questionnaire.

Distinction entre les « besoins » et les « désirs »

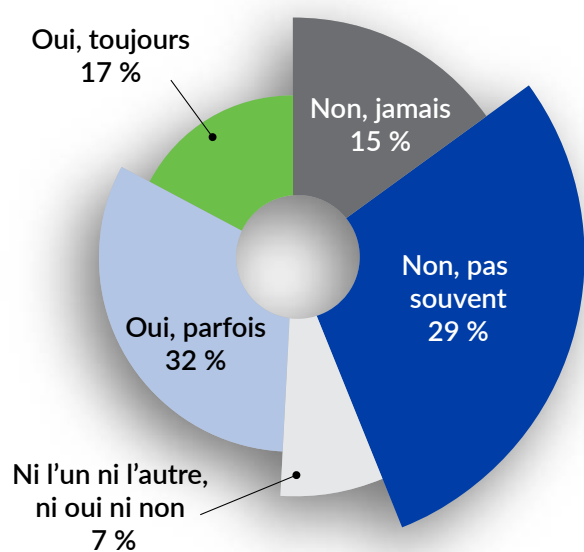
Le fait de connaître la différence entre les besoins et les désirs permet aux personnes de mieux établir leurs priorités en matière de dépenses (ACFC, 2015). Il est important qu'elles sachent faire la différence entre ce dont elles ont besoin et ce qu'elles désirent afin d'établir un équilibre dans leur vie¹¹. Bon nombre de facteurs ont une influence sur les dépenses d'une personne, dont les émotions, les habitudes, la pression par les pairs, etc.; toutefois, lorsqu'on connaît la différence entre les besoins et les désirs, il est possible ensuite de fixer des priorités pour les dépenses, ce qui est particulièrement important au cours des périodes de contraintes financières (ACFC, 2005, et Fernbach, Kan et Lynch, 2015).

Au début de l'étude pilote, il s'est avéré que près de la moitié des personnes interrogées (49 %; $n = 5\,942$) estiment qu'il est difficile de faire la distinction entre les choses dont elles ont besoin et les choses qu'elles désirent. Cette assertion est vraie tant pour les personnes qui ont fait un budget que pour celles qui ne l'ont pas fait. Une fois regroupés, les résultats démontrent que près de la moitié des personnes dotées d'un budget (49 %; $n = 2\,833$) ainsi que des personnes sans budget (49 %; $n = 2\,409$) ont indiqué qu'elles éprouvaient des difficultés à faire cette distinction (figure 7).

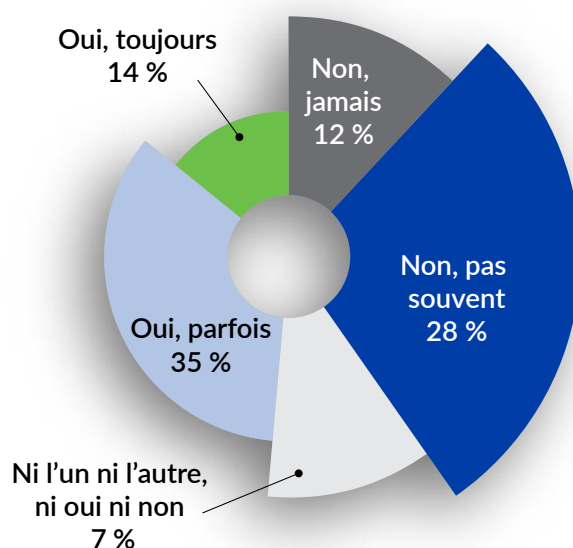
Après les questions portant sur la difficulté de distinguer les choses dont ils ont besoin et les choses qu'ils désirent, les consommateurs ont pris connaissance d'un message d'éducation financière qui leur a montré les divers types de dépenses et les a encouragés à établir des priorités pour leurs besoins dans les limites de leur budget.

Figure 7 : Similarités entre les personnes avec budget et les personnes sans budget pour ce qui est de la distinction entre les « besoins » et les « désirs »

Personnes avec un budget : Est-il difficile pour vous de faire la distinction entre les choses dont vous avez besoin et les choses que vous désirez?



Personnes sans budget : Est-il difficile pour vous de faire la distinction entre les choses dont vous avez besoin et les choses que vous désirez?



¹¹ Un besoin est une chose nécessaire comme la nourriture, l'eau, le logement. Un désir est quelque chose qu'on aimerait avoir, mais qui n'est pas essentiel.

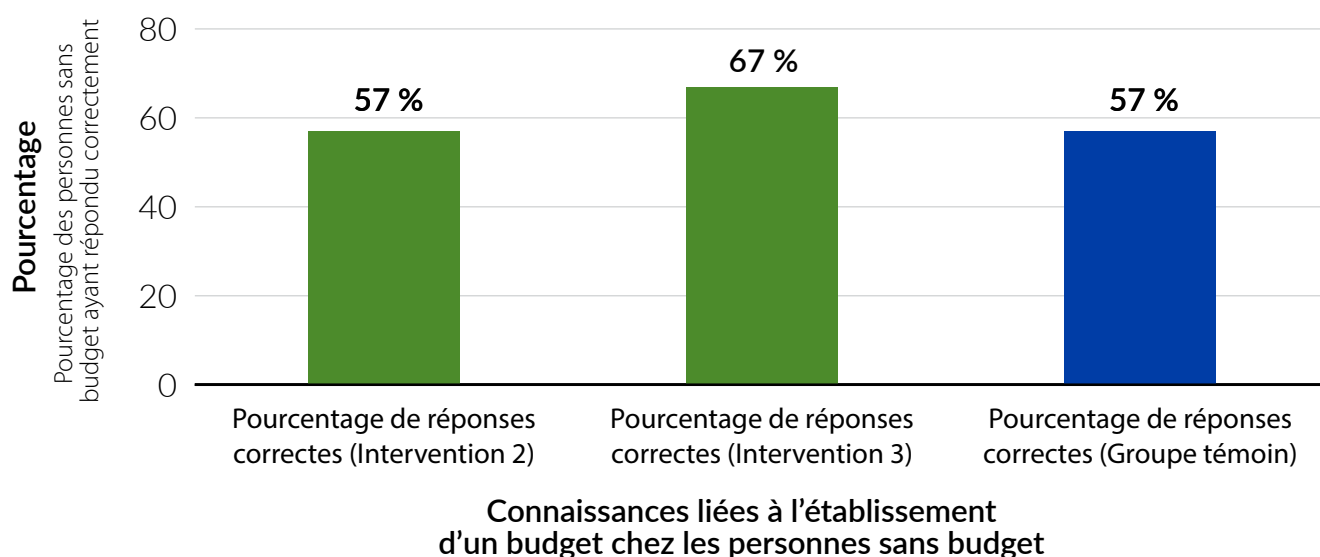
Distinction entre un revenu et des dépenses

Un budget est simplement une comparaison du revenu et des dépenses, une façon méthodique de gérer l'argent. Les dépenses peuvent être fixes (les mêmes tous les mois) ou variables (différentes d'un mois à l'autre). Les participants au projet pilote qui n'avaient pas fait de budget ont répondu à deux occasions différentes (interventions 2 et 3) à des questions portant sur les dépenses et le revenu dans un budget équilibré. Plus particulièrement, la question était la suivante : « Dans un budget équilibré, votre revenu ne devrait pas être » et les trois options suivantes leur étaient proposées : « ...inférieur à vos dépenses », « ...égal à vos dépenses » et « ...supérieur à vos dépenses ».

Parmi les personnes sans budget, 57 % ont répondu correctement à cette question la première fois ($n = 2\,298$) (« ...inférieur à vos dépenses »). Peu importe leur réponse, ces personnes sans budget ont pu prendre connaissance du message d'éducation financière suivant : « Idéalement, votre revenu devrait être supérieur à vos dépenses afin que vous puissiez économiser, planifier des achats importants et être prêt à faire face aux dépenses imprévues ». Dans l'intervention suivante, la proportion des mêmes personnes sans budget qui avaient répondu correctement s'est accrue à 67 % ($n = 2\,368$) (figure 8). Il s'agit là d'une augmentation statistiquement importante de 10 points de pourcentage en ce qui a trait aux connaissances sur l'établissement d'un budget.

Comparativement au groupe témoin de personnes qui n'avaient pas fait de budget, les participants qui ont reçu les messages aux consommateurs de l'ACFC par l'entremise du projet pilote ont fait preuve de connaissances accrues sur les comportements liés à l'établissement d'un budget¹². Ce résultat met clairement en lumière l'effet de ces documents d'éducation financière sur les connaissances liées à l'établissement d'un budget (figure 8).

Figure 8 : Application Carotte Points Santé – Amélioration des connaissances liées à l'établissement d'un budget chez les personnes sans budget



Ces différences se sont avérées statistiquement significatives pour une valeur p inférieure à 1 % ($p < 0,01$).

¹² Les chances que les personnes répondent correctement étaient de 1,49 fois plus élevées pour le groupe étudié que pour le groupe témoin.

En résumé, des messages d'éducation financière visant l'importance et la structure de l'établissement d'un budget et rehaussant les connaissances à cet égard ont été présentés à des personnes sans budget au moyen de l'application. Les résultats indiquent que les connaissances des personnes sans budget se sont accrues en raison de leur exposition à des messages d'éducation financière et que ces connaissances étaient plus vastes que celles des personnes du groupe témoin. Cela indique clairement que le fait de cibler les personnes sans budget en leur diffusant des messages d'éducation financière a une incidence positive sur leurs connaissances liées à l'établissement d'un budget.

Confiance en la capacité de faire un budget

De nombreuses personnes ont un niveau de littératie financière insuffisant pour prendre des décisions financières éclairées (SRSA, 2016¹³). Les connaissances sont évidemment importantes, mais de nouvelles données probantes du secteur de l'économie comportementale montrent qu'un éventail de facteurs psychologiques interreliés entraînent souvent des erreurs systématiques dans la prise de décisions financières et font en sorte que des personnes posent des gestes contraires à leurs connaissances et à leurs intentions. Ces gestes nuisibles peuvent ensuite diminuer la confiance qu'ont ces personnes en leur capacité de gérer leurs finances.

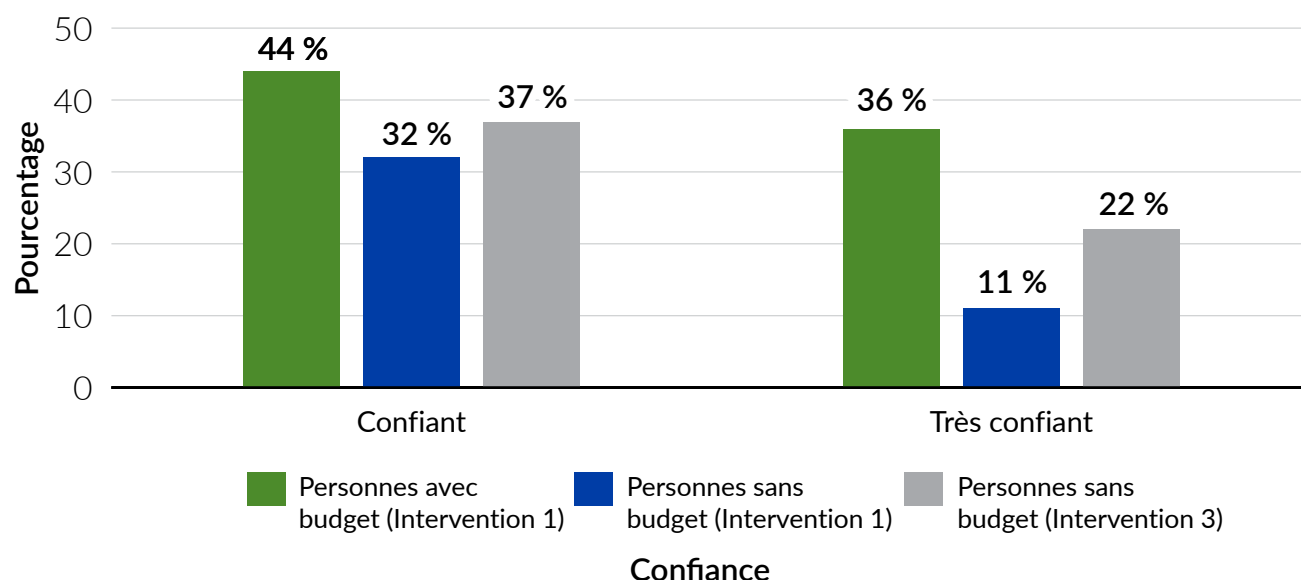
En ce qui a trait à la gestion quotidienne de l'argent et des dettes, la recherche démontre que la confiance en matière de finances est un meilleur indicateur des résultats que les connaissances financières (SRSA, 2016). Par exemple, les personnes ayant un degré élevé de connaissances, mais dont le degré de confiance financière est faible, sont susceptibles d'avoir de la difficulté à respecter leurs engagements financiers, à payer leurs factures, à faire un budget et à gérer leurs dettes. À l'inverse, les personnes ayant relativement peu de connaissances obtiennent de bons résultats dans ces domaines liés à la gestion quotidienne de l'argent si leur niveau de confiance financière est élevé. C'est pourquoi la confiance financière est considérée comme un indicateur de l'adoption de bonnes pratiques financières quotidiennes qui exigent le recours à des règles simples fondées sur la maîtrise de soi (par exemple, ne pas dépenser plus que ce que l'on gagne, rembourser ses dettes avant de dépenser davantage), plutôt que de recourir au traitement de renseignements complexes.

Au début du projet pilote, autant les personnes avec budget que les personnes sans budget ont dû répondre à des questions portant sur leur confiance en leur capacité à faire et à respecter un budget. Les résultats démontrent que les personnes ayant fait un budget étaient plus confiantes en leur capacité de faire et de respecter un budget (figure 9). Les messages d'éducation financière, par exemple : « Apprendre à faire un budget et à le respecter peut sembler difficile au début, mais plus vous l'utilisez, plus ça devient facile », ont été dirigés précisément vers les personnes sans budget pendant toute la durée du projet pilote afin d'accroître leur confiance en leur capacité à faire et à respecter un budget.

13 <https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/fra/ressources/recherchesondages/documents/lien-confiance-resultats.pdf>

Les résultats démontrent que, pendant la durée du projet pilote, les personnes sans budget ont accru leur confiance en ce qui a trait à l'établissement d'un budget¹⁴. Le nombre de personnes sans budget qui se sont dites « confiantes » en leur capacité de faire et de respecter un budget est passé de 32 % à 37 % à la fin du projet pilote, et le nombre de celles qui se sont dites « très confiantes » à ce sujet a doublé, passant à 22 %¹⁵. Bien que la confiance des personnes sans budget ait augmenté pendant la durée du projet pilote, la confiance des personnes avec un budget est encore plus élevée que celles des personnes sans budget (figure 9).

Figure 9 : Application Carotte Points Santé – Amélioration de la confiance liée à l'établissement d'un budget chez les personnes sans budget



Ces différences pour les personnes sans budget se sont avérées statistiquement significatives pour une valeur p inférieure à 1 % ($p < 0,01$).

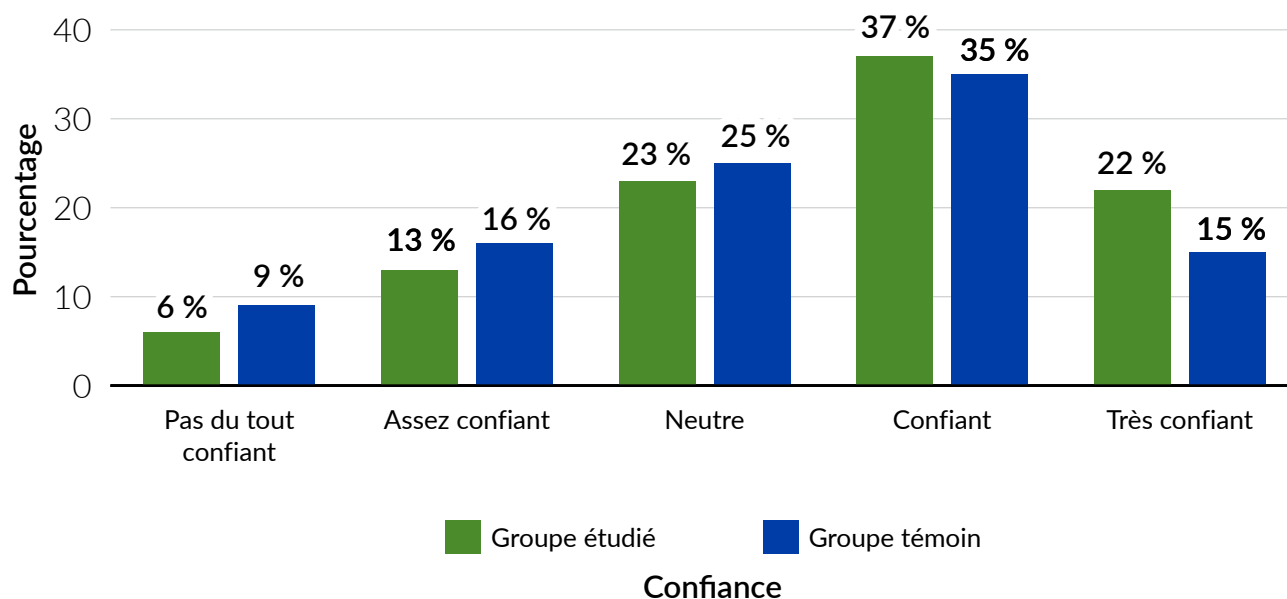
En outre, la même question sur la confiance a été posée à un groupe témoin afin d'évaluer l'effet du programme pilote de l'ACFC. Les personnes qui, au début, avaient déclaré ne pas avoir fait un budget et auprès de qui l'ACFC est intervenue ont indiqué avoir une confiance accrue en leur capacité de faire un budget après avoir répondu à chacune des trois interventions, comparativement aux personnes qui n'ont pas consulté les documents de littératie financière offerts dans le cadre du projet pilote (figure 10)¹⁶.

14 Dans l'ensemble, la confiance des utilisateurs à faire et à respecter un budget s'est accrue de façon importante depuis l'intervention 1 (moyenne = 3,18) jusqu'à la fin du projet pilote (moyenne = 3,56).

15 Les utilisateurs ont dû répondre à la question suivante : « À quel point avez-vous confiance en votre capacité à faire un budget et à le respecter? » Les réponses ont été évaluées sur une échelle de cinq points, allant de « Pas du tout confiant » à « Très confiant ».

16 Dans l'ensemble, la confiance des utilisateurs à faire et à respecter un budget s'est accrue de façon importante pour les participants au groupe d'étude (moyenne = 3,56) comparativement aux participants au groupe témoin (moyenne = 3,31).

Figure 10 : Comparaison, entre le groupe d'étude et le groupe témoin, de la confiance des utilisateurs en leur capacité de faire et de respecter un budget¹⁷



Le projet pilote de l'ACFC avait pour but de générer un accroissement de la confiance des personnes sans budget afin qu'elles s'engagent à faire un budget. Après que les personnes sans budget ont reçu des messages d'éducation financière, on a observé une augmentation des réponses « Confiant » et « Très confiant » quant à la capacité de ces personnes à faire et à respecter un budget. De plus, la confiance autodéclarée des personnes sans budget était plus élevée après les interventions que celle des personnes sans budget du groupe témoin.

¹⁷ La confiance du groupe étudié (les personnes qui ont répondu aux interventions 1, 2 et 3) a été mesurée lors de l'intervention 3, puis comparée à celle du groupe témoin, qui a répondu à l'intervention 4 seulement.

Conclusion

Les résultats du projet pilote de l'ACFC réalisé par l'entremise de l'application Carotte Points Santé sont extraordinairement positifs. Les personnes qui n'ont pas fait de budget et qui ont franchi les étapes du programme pilote ont démontré des améliorations mesurables dans les trois mesures suivies (confiance, connaissances et comportements).

En outre, les participants qui ont reçu des documents d'éducation financière dans le cadre du projet pilote ont eu, pour toutes les mesures, un meilleur pointage que ceux du groupe témoin, ce qui montre que la diffusion de messages d'éducation financière ciblant directement les consommateurs a le potentiel de générer des résultats positifs en ce qui a trait aux modifications des comportements et à l'amélioration du bien-être financier pour bon nombre de Canadiens.

La technologie mobile peut être efficace pour toucher les consommateurs et les encourager à adopter des comportements souhaitables, mais certains obstacles demeurent, y compris les suivants.

- Faire en sorte que l'application soit accessible au plus grand nombre possible de Canadiens dans l'ensemble du pays, et à ce que ceux-ci l'utilisent.
- Cibler les populations les plus vulnérables.

Les sujets à approfondir dans le cadre d'études futures comprennent les suivants.

- a) Examiner les préférences ou les réactions de certains groupes démographiques en ce qui a trait aux types d'outils éducationnels (p. ex. questions portant sur des scénarios, vidéos, calculatrices financières).
- b) Examiner la relation entre les connaissances et les comportements, de même qu'entre la confiance et les comportements, afin de favoriser les changements souhaités chez les utilisateurs.
- c) Examiner les caractéristiques des personnes qui continuent d'utiliser un budget par rapport à celles qui abandonnent leur budget, de même que les raisons motivant le « décrochage ».
- d) Améliorer la mobilisation au moyen de la personnalisation, en créant des campagnes ciblant des groupes particuliers (p. ex. les personnes qui veulent épargner en vue d'un objectif précis).
- e) Élargir la population ciblée en vue de tester l'évolutivité.
- f) Comparer les données recueillies sur les plateformes mobiles aux statistiques nationales (p. ex. ventilation selon le code postal, l'état matrimonial, le revenu, le statut d'emploi, la scolarité).

Annexe A : Messages d'éducation financière et résultats ciblés par l'entremise de l'application Carotte Points Santé

GROUPEMENT DE POPULATION A

L'intervention 1 ciblera un échantillonnage des utilisateurs de l'application Carotte Points Santé.

INTERVENTION 1 – PRÉCONFIGURATION/CONFIGURATION DU SUJET

(Attitudes face à l'établissement d'un budget/faire le suivi de votre argent et planifier au moyen d'un budget)

CRÉEZ VOTRE FEUILLE DE ROUTE FINANCIÈRE

ÉNONCÉ GÉNÉRAL D'INTRODUCTION

Voulez-vous apaiser vos inquiétudes financières et améliorer votre bien-être? Un budget est comme une feuille de route, il vous aide à vous montrer où vous êtes, où vous allez et comment contourner les obstacles en chemin.

QUESTION	CHOIX DE RÉPONSES	ÉNONCÉ DES RÉSULTATS
Quelle catégorie parmi les suivantes représente le mieux votre revenu personnel?	☐ Moins de 13 001 \$ ☐ Entre 13 001 \$ et 24 999 \$ ☐ Entre 25 000 \$ et 39 999 \$ ☐ Entre 40 000 \$ et 62 999 \$ ☐ Plus de 63 000 \$ ☐ Je préfère ne pas répondre ☐ Je ne sais pas	(aucun énoncé des résultats)
De quelle façon un budget peut-il vous aider à améliorer votre situation financière? Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.	☐ En vous indiquant combien d'argent vous dépensez par rapport à l'argent que vous gagnez* ☐ En vous aidant à déterminer les paiements à effectuer et leur échéance, puis à les classer par ordre de priorité* ☐ En vous aidant à déterminer les dépenses que vous pouvez réduire ou éliminer* ☐ En vous aidant à fixer des objectifs financiers et à constituer votre épargne*	Un budget énumère toutes vos sources de revenus et vos dépenses. Il peut contribuer à réduire vos dépenses et à constituer votre épargne.

Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent?	☐ Oui, j'ai un budget depuis PLUS de 6 mois. ☐ Oui, j'ai un budget depuis MOINS de 6 mois. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 30 prochains jours. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 6 prochains mois. ☐ Non, mais expliquez-moi pourquoi je devrais le faire.	Faire un budget est une excellente première étape pour gérer votre argent et maintenir vos finances en bon ordre!
Lorsque vous songez à faire un budget, quel énoncé s'applique à votre situation?	☐ J'ai déjà un budget. ☐ Je n'ai pas le temps de faire un budget. ☐ Je ne sais pas par où commencer. ☐ Je n'ai pas assez d'argent pour avoir besoin d'un budget. ☐ Je n'ai pas besoin de budget. ☐ Aucun de ces énoncés ne s'applique à ma situation.	Peu importe le revenu, il est facile de dépenser plus qu'il ne le faudrait. Des outils gratuits d'établissement de budget peuvent vous aider à créer et à gérer facilement votre budget.
Lorsque vous pensez à la façon dont vous dépensez votre argent, vous est-il difficile de faire la différence entre les choses dont vous avez besoin et celles que vous désirez?	☐ Oui, toujours ☐ Oui, parfois ☐ Ni oui ni non ☐ Non, pas souvent ☐ Non, jamais	Certaines dépenses, comme la nourriture, le logement, les vêtements et le transport, sont nécessaires afin de répondre à vos besoins de tous les jours. Elles devraient avoir priorité sur vos désirs, c'est-à-dire les choses que vous voulez et qui ne sont pas essentielles.
À quel point avez-vous confiance en votre capacité à faire un budget et à le respecter?	☐ Très confiant ☐ Confiant ☐ Neutre ☐ Assez confiant ☐ Pas du tout confiant	Apprendre à faire un budget et à le respecter peut sembler difficile au début, mais plus vous l'utilisez, plus ça devient facile!

MESSAGE GÉNÉRAL POUR LA CONCLUSION

Un budget peut vous aider à faire le suivi de votre argent et à ajuster vos dépenses afin que vous puissiez répondre à vos besoins et à vos désirs.

Écran avec le nombre de points accumulés

Pour en apprendre davantage et accumuler plus de points, jetez un coup d'œil à cette fiche de conseils sur l'établissement de budget. Fiche de conseils de l'ACFC : [Comment faire un budget et le respecter](#).

SOUS-ÉCHANTILLON 1

Vise seulement les personnes qui ont indiqué ne pas avoir de budget lors de la première intervention.

INTERVENTION 2 – PRÉDÉVELOPPEMENT/DÉVELOPPEMENT DU SUJET

(Contrôler vos dépenses/constituer votre épargne/vous préparer à l'imprévu)

MODIFIEZ VOTRE FAÇON DE DÉPENSER, CONSTITUEZ VOTRE ÉPARGNE!

ÉNONCÉ GÉNÉRAL D'INTRODUCTION

Un budget est un outil pratique servant à fixer vos priorités financières et à vivre selon vos moyens.

QUESTION	CHOIX DE RÉPONSES	ÉNONCÉ DES RÉSULTATS
Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent?	☐ Oui, j'ai un budget depuis PLUS de 6 mois. ☐ Oui, j'ai un budget depuis MOINS de 6 mois. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 30 prochains jours. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 6 prochains mois. ☐ Non, mais expliquez-moi pourquoi je devrais le faire.	Un budget est le moyen le plus simple de faire le suivi de votre argent tous les mois afin que vous ayez suffisamment d'argent pour les choses dont vous avez besoin ET celles que vous voulez.
En pensant à la façon dont vous dépensez votre argent, dans quelles catégories serait-il le plus facile pour vous de réduire vos dépenses? Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.	☐ Restaurants/mets à emporter ☐ Forfaits de câble, d'Internet et/ou de téléphonie cellulaire ☐ Produits de soins personnels et de beauté ☐ Vêtements, chaussures et accessoires ☐ Divertissement et loisirs ☐ Aucune de ces réponses	Pensez à vos habitudes de dépenses et trouvez où vous pouvez apporter de petits ajustements qui vous feront économiser.
Manger au restaurant plus de trois fois par semaine peut coûter jusqu'à 2 300 \$ par année.	☐ Vrai* ☐ Faux	À environ 15 \$ par repas, manger au restaurant plus de trois fois par semaine peut coûter jusqu'à 2 300 \$ par année! De petits changements à vos habitudes de dépenses peuvent se traduire par de grandes économies.

Dans un budget équilibré, votre revenu ne doit pas être...	☐ ...inférieur à vos dépenses.* ☐ ...égal à vos dépenses. ☐ ...supérieur à vos dépenses.	Idéalement, votre revenu devrait être supérieur à vos dépenses afin que vous puissiez économiser, planifier des achats importants et être prêt à faire face aux dépenses imprévues.
L'épargne doit être intégrée à votre budget, comme tous vos autres paiements réguliers.	☐ Vrai* ☐ Faux	Les économies sont un élément essentiel de l'établissement d'un budget. Assurez-vous de vous payer en premier en mettant de l'argent de côté, puis regardez vos économies croître!
Vous devriez mettre de côté au moins trois mois de salaire pour...	☐ ...payer les choses dont vous avez besoin ☐ ...bâtir un fonds d'urgence* ☐ ...acheter les choses que vous voulez	En plus de vos économies normales, les experts financiers recommandent de mettre de côté au moins trois mois de salaire pour faire face aux dépenses imprévues ou à la perte de revenus.

MESSAGE GÉNÉRAL POUR LA CONCLUSION

Il est normal que vous vous gâtiez, pourvu que vous puissiez vous le permettre ou que vous ayez économisé l'argent à l'avance.

Souvenez-vous de ne pas perdre de vue vos priorités et de vous préparer à faire face à l'imprévu.

Écran avec le nombre de points accumulés

Jetez un coup d'œil à cette calculatrice budgétaire et prenez le contrôle de vos finances!

[Calculatrice budgétaire de l'ACFC](#)

SOUS-ÉCHANTILLON 2

Vise seulement les personnes qui ont indiqué ne pas avoir de budget lors de l'intervention 1 et qui ont répondu à l'intervention 2. Nous répétons certaines des questions posées lors des interventions 1 et 2 pour vérifier si les utilisateurs ont changé leurs perceptions envers le fait d'avoir un budget, s'ils font le suivi de leurs dépenses et s'ils ont plus confiance en leur capacité à faire et à respecter un budget.

INTERVENTION 3 – AFFICHAGE ET APPEL À L'ACTION

(Attitudes envers l'établissement d'un budget/suivi des dépenses/confiance en la capacité d'établir un budget et de le respecter)

FAITES UN BUDGET POUR AMÉLIORER VOTRE BIEN-ÊTRE FINANCIER!

ÉNONCÉ GÉNÉRAL D'INTRODUCTION

Un budget peut vous aider à gérer efficacement vos finances.

QUESTION	CHOIX DE RÉPONSES	ÉNONCÉ DES RÉSULTATS
Il est important pour tout le monde d'avoir suffisamment d'argent pour les choses dont on a besoin et celles qu'on désire. Croyez-vous qu'un budget peut vous aider à réaliser cet objectif?	☐ Oui ☐ Non	Un budget est le moyen le plus simple de faire le suivi de votre argent tous les mois afin que vous ayez suffisamment d'argent pour les choses dont vous avez besoin ET celles que vous voulez.
Dans un budget équilibré, votre revenu ne doit pas être...	☐ ...inférieur à vos dépenses.* ☐ ...égal à vos dépenses. ☐ ...supérieur à vos dépenses.	Idéalement, votre revenu devrait être supérieur à vos dépenses afin que vous puissiez économiser, planifier des achats importants et être prêt à faire face aux dépenses imprévues.
Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent?	☐ Oui, j'ai un budget depuis PLUS de 6 mois. ☐ Oui, j'ai un budget depuis MOINS de 6 mois. ☐ Non, mais j'ai l'intention d'établir un budget dans les 30 prochains jours. ☐ Non, mais j'ai l'intention d'établir un budget dans les 6 prochains mois. ☐ Non, mais expliquez-moi pourquoi je devrais le faire.	Un budget peut vous aider à mieux cerner les dépenses nécessaires et les dépenses superflues. Une fois que vous savez combien vous dépensez, vous pouvez fixer des priorités financières.

Un budget peut vous aider à améliorer votre situation financière et votre bien être.	☐ Oui ☐ Non	Un budget s'apparente à une carte routière, vous menant à votre destination. Parfois, vous prendrez peut être un détour, mais demeurez positif et vous y arriverez!
À quel point avez-vous confiance en votre capacité à faire un budget et à le respecter?	☐ Très confiant ☐ Confiant ☐ Neutre ☐ Assez confiant ☐ Pas du tout confiant	Apprendre à faire un budget et à le respecter peut prendre du temps au début, mais plus vous l'utilisez et vous l'ajustez, plus ça devient facile!

MESSAGE GÉNÉRAL DE CONCLUSION

Un budget est comme une carte routière qui vous aide à planifier vos dépenses, à réduire vos dépenses et à augmenter vos économies. Avec un budget, vous pouvez réduire vos inquiétudes financières et améliorer votre bien-être!

Nombre de points accumulés

Accumulez plus de points! Faites ou passez en revue votre budget actuel à l'aide de cette calculatrice budgétaire! [Calculatrice budgétaire de l'ACFC](#)

GROUPEMENT DE POPULATION 2

Vise un groupe ne faisant pas partie d'un échantillon (choisi au hasard) pour établir une référence aux fins de comparaison.

INTERVENTION 4 – AFFICHAGE ET APPEL À L'ACTION

(identique à l'intervention 3 ci-dessus)

FAITES UN BUDGET POUR VOTRE BIEN-ÊTRE FINANCIER!

ÉNONCÉ GÉNÉRAL D'INTRODUCTION

Un budget peut vous aider à gérer efficacement vos finances.

QUESTION	CHOIX DE RÉPONSES	ÉNONCÉ DES RÉSULTATS
Quelle catégorie parmi les suivantes représente le mieux votre revenu personnel?	☐ Moins de 13 001 \$ ☐ De 13 001 \$ à 24 999 \$ ☐ De 25 000 \$ à 39 999 \$ ☐ De 40 000 \$ à 62 999 \$ ☐ Plus de 63 000 \$ ☐ Je préfère ne pas répondre ☐ Je ne sais pas	(aucun énoncé des résultats)
Il est important pour tout le monde d'avoir suffisamment d'argent pour les choses dont on a besoin et celles qu'on désire. Croyez-vous qu'un budget peut vous aider à réaliser cet objectif?	☐ Oui ☐ Non	Un budget est le moyen le plus simple de faire le suivi de votre argent tous les mois afin que vous ayez suffisamment d'argent pour les choses dont vous avez besoin ET pour celles que vous voulez.
Dans un budget équilibré, votre revenu ne doit pas être...	☐ ...inférieur à vos dépenses.* ☐ ...égal à vos dépenses. ☐ ...supérieur à vos dépenses.	Idéalement, votre revenu devrait être supérieur à vos dépenses afin que vous puissiez économiser, planifier des achats importants et être prêt à faire face aux dépenses imprévues.

Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent?	☐ Oui, j'ai un budget depuis PLUS de 6 mois. ☐ Oui, j'ai un budget depuis MOINS de 6 mois. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 30 prochains jours. ☐ Non, mais j'ai l'intention de faire un budget dans les 6 prochains mois. ☐ Non, mais expliquez-moi pourquoi je devrais le faire.	Un budget peut vous aider à mieux cerner les dépenses nécessaires et les dépenses superflues. Une fois que vous savez combien vous dépensez, vous pouvez fixer des priorités financières.
Un budget peut vous aider à améliorer votre situation financière et votre bien-être.	☐ Oui ☐ Non	Un budget est une comme une carte routière, vous menant à votre destination. Parfois, vous prendrez peut-être un détour, mais demeurez positif et vous y arriverez!
À quel point avez-vous confiance en votre capacité à faire un budget et à le respecter?	☐ Très confiant ☐ Confiant ☐ Neutre ☐ Assez confiant ☐ Pas du tout confiant	Apprendre à faire un budget et à le respecter peut prendre du temps au début, mais plus vous l'utilisez et vous l'ajustez, plus ça devient facile!

MESSAGE GÉNÉRAL DE CONCLUSION

Un budget est comme une carte routière qui vous aide à planifier vos dépenses, à réduire vos dépenses et à augmenter vos économies. Avec un budget, vous pouvez réduire vos inquiétudes financières et améliorer votre bien-être!

Nombre de points accumulés

Accumulez plus de points! Faites ou révisez votre budget actuel à l'aide de cette calculatrice budgétaire!
[Calculatrice budgétaire de l'ACFC](#)

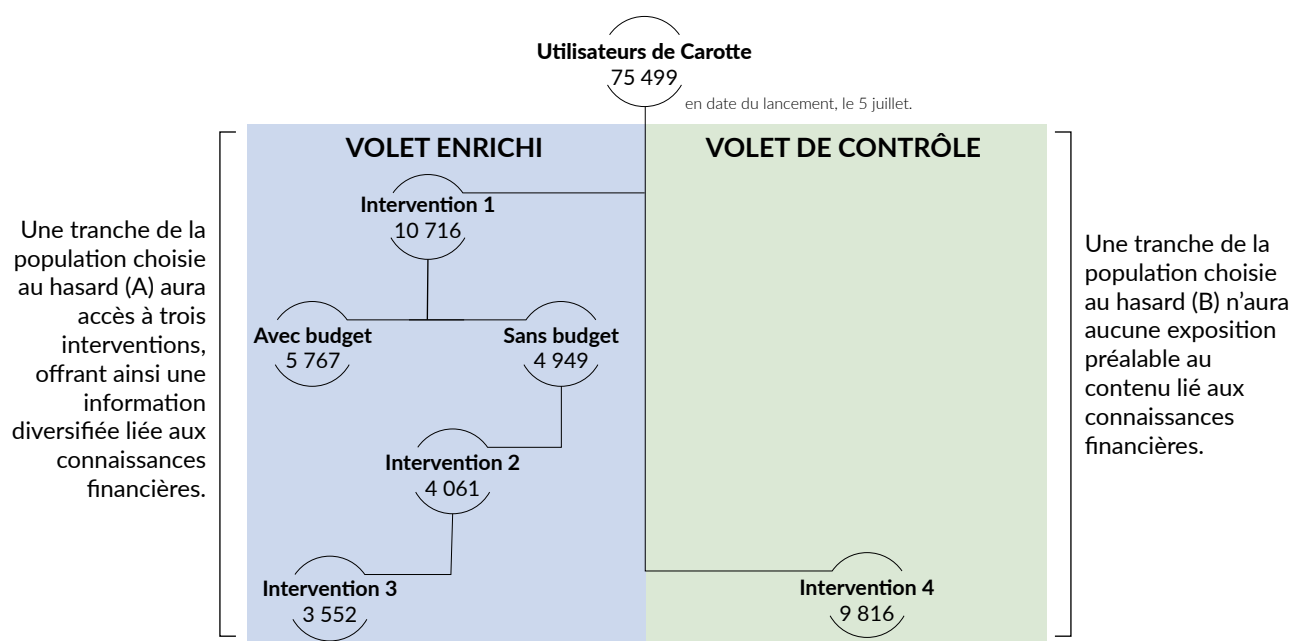
Annexe B : Méthodologie détaillée

Portée du projet

Le projet pilote consistait à vérifier l'incidence des messages et des documents d'éducation financière sur l'établissement d'un budget de l'ACFC, notamment en ce qui a trait à l'augmentation des connaissances, des compétences et de la confiance liées à l'établissement d'un budget dans une tranche précise de la population.

Approche

Un concept précédant et suivant l'étude a été utilisé pour mesurer les effets du projet pilote. Pendant un mois, les utilisateurs ont reçu une série de messages et de questions d'éducation financière, et leurs réponses ont été recueillies. L'intervention 1 a servi à identifier les personnes ayant fait un budget. Ensuite, les interventions 2 et 3 ont visé les utilisateurs ayant indiqué qu'ils n'avaient pas fait de budget. L'intervention 4, même si elle contenait les mêmes questions que la troisième, a visé un nouveau groupe de gens choisis au hasard. Les données découlant des réponses du groupe étudié (les utilisateurs ayant répondu aux questions des trois premières interventions) ont été comparées aux réponses du groupe témoin (les utilisateurs qui ont répondu à l'intervention 4 seulement) afin de permettre une comparaison des mesures de référence. En outre, les taux de mobilisation, les visites des pages Web et l'utilisation des outils de l'ACFC à partir de l'application ont été examinés afin de mesurer le succès de l'application Carotte Points Santé.



Population cible

Les interventions de l'ACFC ont été faites dans deux provinces canadiennes, soit la Colombie-Britannique et Terre-Neuve-et-Labrador, auprès des Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le projet pilote a été lancé le 5 juillet 2016.

Au total, l'ACFC a joint 58 000 Canadiens par l'entremise de l'application Carotte Points Santé, et plus de 29 000 personnes ont répondu aux quatre interventions. Les réponses à l'intervention 1 ont été fournies par 10 716 utilisateurs choisis au hasard, dont 46 % ($n = 4\,949$) n'avaient pas fait de budget. Pour cette première intervention, les femmes représentaient 67 % des répondants et les hommes, 31 %; d'autres répondants (1 %) ont choisi de ne pas divulguer ce renseignement dans leur profil démographique. Les utilisateurs, à hauteur de 37 %, étaient âgés de 25 à 34 ans, et 76 % des utilisateurs étaient de la Colombie-Britannique. Ces résultats ont été largement constants pour toutes les interventions et en ce qui a trait au nombre d'utilisateurs de l'application Carotte Points Santé.

Figure 11 : Répartition des sexes pour chaque intervention

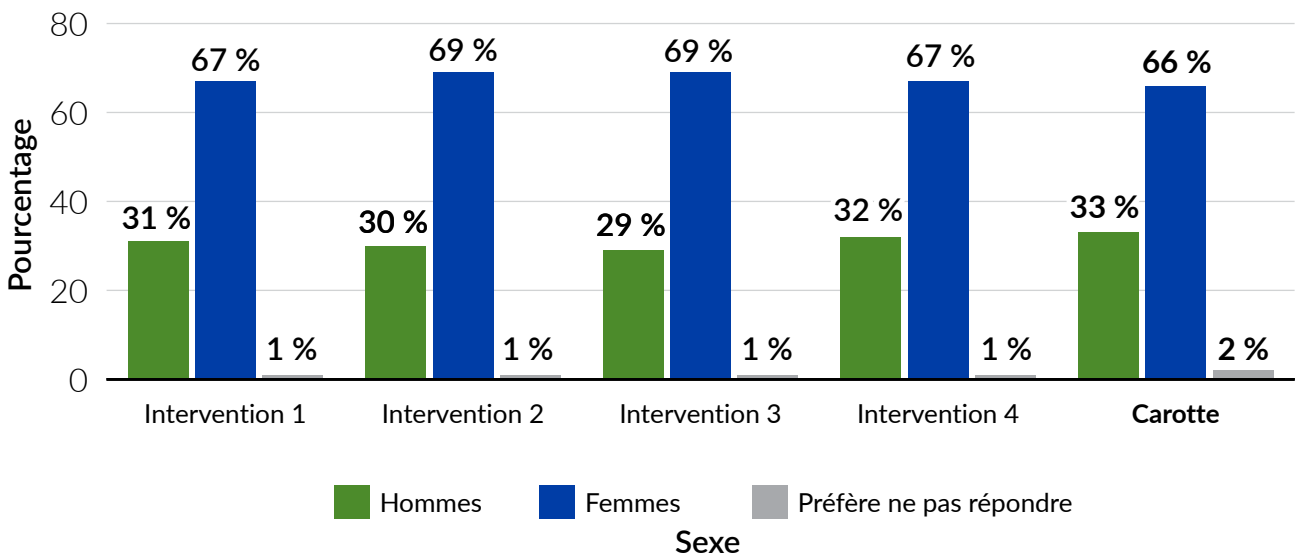


Figure 12 : Répartition de l'âge pour chaque intervention

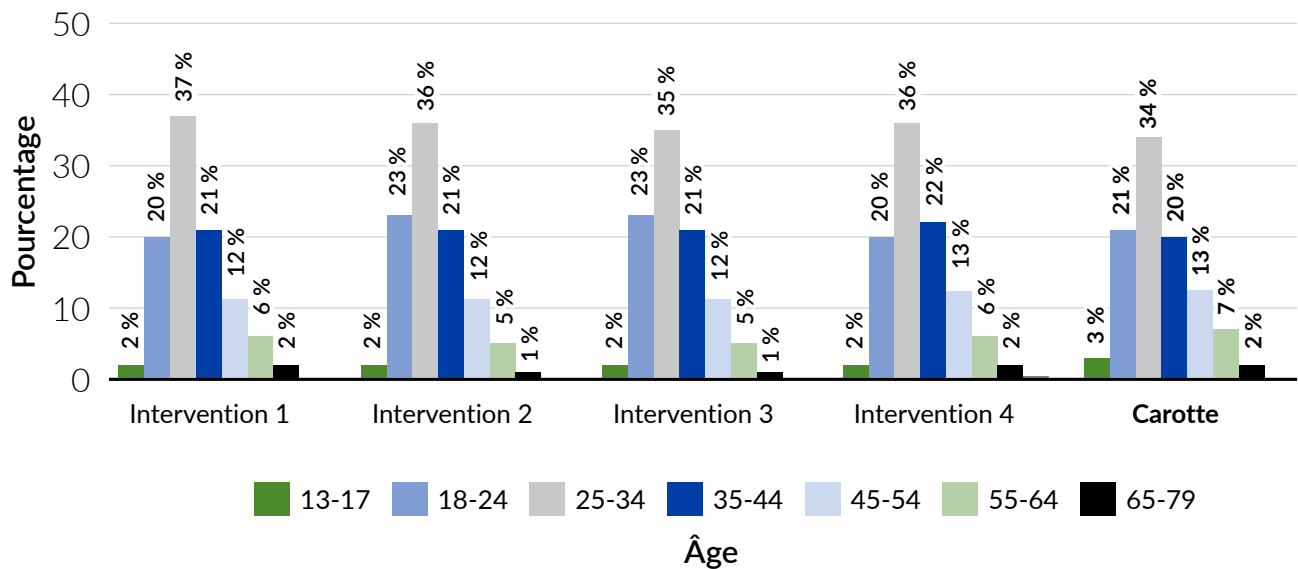
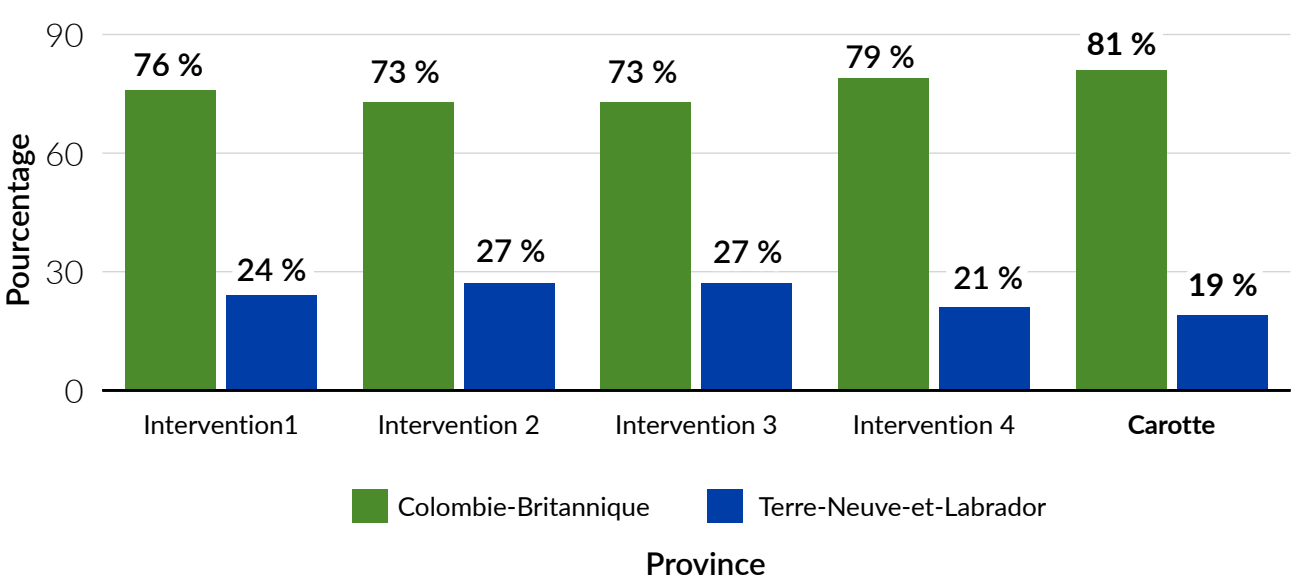


Figure 13 : Répartition des provinces pour chaque intervention



Échantillonnage

L'envergure de la population cible utilisant l'application Carotte Points Santé a été fixée à 60 000 personnes. Une fois ce nombre fixé, les utilisateurs ont été répartis en deux groupes : le groupe A, c'est-à-dire le groupe étudié, et le groupe B, c'est-à-dire le groupe témoin. Ces échantillons ont été générés au hasard dans le système, et les données à cet égard ont été tirées de la base d'utilisateurs de Carotte Points Santé pour la Colombie-Britannique et Terre-Neuve-Labrador.

L'intervention 1 a été envoyée au groupe A; l'intervention 2 a ensuite été envoyée aux personnes qui avaient déclaré ne pas avoir fait de budget et l'intervention 3, aux personnes qui avaient répondu à l'intervention 2. L'intervention 4, qui ne devait viser qu'un échantillon d'utilisateurs qui n'avaient jamais consulté le contenu sur la littératie financière de l'application, a été envoyée aux utilisateurs du groupe B.

Limites

Le projet pilote a donné des résultats positifs quant à l'incidence des messages éducationnels ciblés, mais les limites suivantes devraient être prises en considération avant de généraliser à l'ensemble de la population.

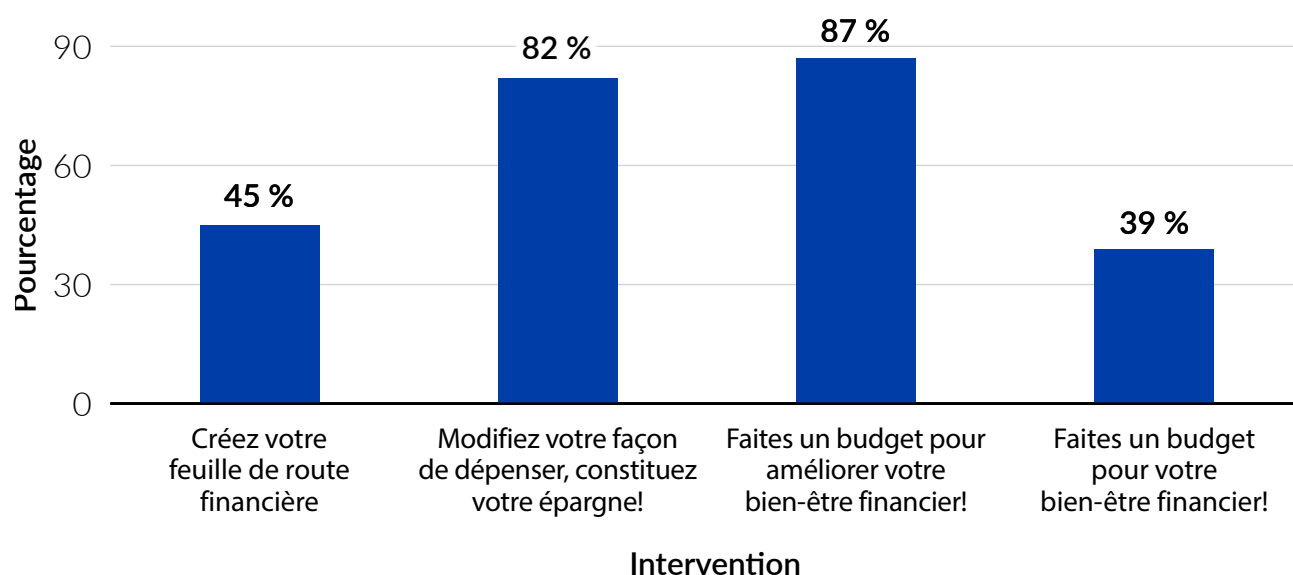
- g) Dans le cadre du projet pilote, l'application n'était disponible que dans deux provinces canadiennes, la Colombie-Britannique et Terre-Neuve-et-Labrador. De plus, les trois quarts des participants au projet pilote étaient britanno colombiens. Les recherches subséquentes devraient cibler un public plus diversifié pour que les résultats soient mieux généralisables à l'ensemble de la population canadienne.
- h) Le projet pilote reposait sur des données autodéclarées recueillies au moyen de l'application. Les personnes n'ayant pas fait de budget ont été identifiées au début du projet, puis ont reçu des interventions ciblées sur une période d'un mois. L'étude a utilisé un concept « avant-après » pour mesurer l'évolution des trois variables mesurées (les connaissances, la confiance et le comportement). Cependant, la précision des données est limitée par leur nature autodéclarée. Par exemple, il n'a pas été vérifié que les participants au projet pilote avaient utilisé les outils d'établissement de budget de l'ACFC; les données reposent sur la réponse des utilisateurs à la question : « Avez-vous présentement un budget pour vous aider à faire le suivi de votre argent? » Les recherches subséquentes devraient envisager d'utiliser un mécanisme de mesure de l'utilisation des outils d'établissement de budget de l'ACFC (p. ex. le temps passé sur la page, le téléchargement de l'outil).
- i) Le projet pilote s'est déroulé sur une période d'un mois, ce qui est insuffisant pour déterminer la durabilité des changements de comportement. Par exemple, certaines personnes ont cessé d'utiliser un budget après l'intervention 2, mais les données récoltées sur les raisons de ces abandons sont limitées. La confiance semble être un indicateur de la permanence de l'utilisation d'un budget, mais des recherches additionnelles seraient nécessaires pour approfondir la question. Les recherches subséquentes devraient porter sur une période prolongée pour examiner la durabilité des comportements, les motifs d'abandon de l'utilisation d'un budget et l'effet global sur les indicateurs objectifs et subjectifs de bien-être financier à court, moyen et long termes.

Annexe C : Taux de mobilisation et consultation des pages Web de l'ACFC

En plus de mesurer les modifications dans les connaissances, la confiance et les comportements, l'ACFC a mesuré le taux de participation et de réponse et a vérifié le nombre de visites sur les pages Web à partir de la plateforme mobile.

Premièrement, en ce qui a trait aux taux de mobilisation et de réponse¹⁸, la moyenne des réponses au projet pilote de l'ACFC a été de 50 % ($n = 29\,190$) pour toutes les interventions. Les taux de mobilisation se sont accrus pendant la durée du projet pilote. Par exemple, les utilisateurs qui ont répondu à l'intervention 2 étaient plus mobilisés que les utilisateurs ayant répondu à l'intervention 1, soit 82 % ($n = 4\,072$), ainsi que ceux ayant répondu ensuite à l'intervention 3, soit 87 % ($n = 3\,561$) (figure 14 ci-dessous). Ces taux de réponse sont élevés, compte tenu du fait que la norme dans ce domaine indique des taux de réponse typiques entre 1 % et 2 %.

Figure 14 : Taux mesurés de réponses pour chaque intervention

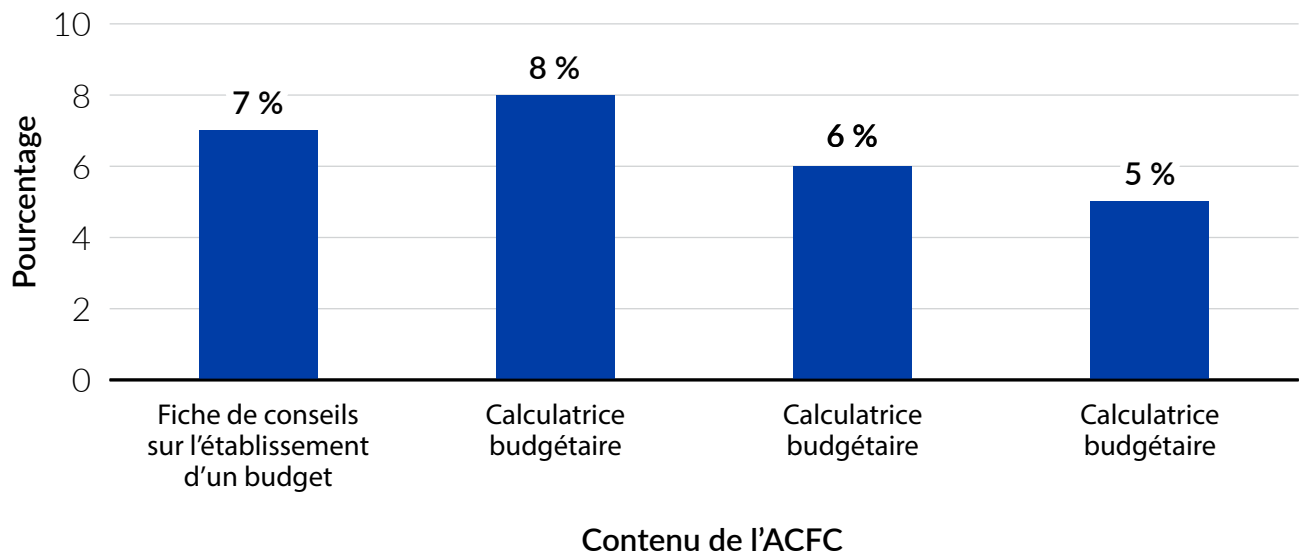


Un lien vers le contenu Web de l'ACFC figurait à la fin de chaque intervention, avec des énoncés d'appels à l'action, par exemple : « Jetez un coup d'œil à cette calculatrice budgétaire et prenez le contrôle de vos finances » et « Créez ou passez en revue votre budget actuel à l'aide de cette calculatrice budgétaire ». Les interventions faites par l'entremise de l'application contenaient des liens vers la fiche de conseils sur l'établissement d'un budget ainsi que vers la calculatrice budgétaire de l'ACFC. Le taux de clics était de 5 % à 7 % pour chaque intervention. Encore une fois, ce résultat est impressionnant, car la norme dans ce

¹⁸ Les taux de réponse ont été calculés selon la proportion des utilisateurs qui ont reçu chaque intervention et y ont répondu. Les taux de mobilisation ont été calculés selon la proportion d'utilisateurs qui ont cliqué sur l'hyperlien vers le matériel de l'ACFC.

domaine pour des mesures semblables est de 0,9 % et la norme pour l'application Carotte Points Santé est de 5 %. Le lien qui a généré le plus grand nombre de clics est celui de la fiche de conseils sur l'établissement d'un budget de l'ACFC, avec un taux de clics de 7 % ($n = 749$) (figure 15 ci-dessous).

Figure 15 : Taux mesurés de mobilisation pour le contenu Web de l'ACFC



Références

- Boisclair, D., A. Lusardi et P. C. Michaud (2014). « *Financial Literacy and Retirement Planning in Canada* ». *Journal of Pension Economics and Finance*, 1-20
- Agence de la consommation en matière financière du Canada. (2015). *Vos outils financiers*. Document récupéré à partir de <https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere/services/vos-outils-financiers.html>
- Agence de la consommation en matière financière du Canada. (2015). *Gérer son argent et planifier pour l'avenir : principales constatations de l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2014*. Ottawa. Document récupéré à partir de <https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/fra/ressources/recherchesondages/documents/gerer-argent-principales-constatations.pdf>
- Agence de la consommation en matière financière du Canada. (2016). *Prêts sur salaire : tendances du marché*. Ottawa. Document récupéré à partir de <https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere/programmes/recherche/prets-salaire-tendances-marche.html>
- Fernbach, P. M., C. Kan et J. G. Lynch (2015). *Squeezed: Coping with Constraint Through Efficiency and Prioritization*. *Journal of Consumer Research*, 41(5), 1204-1227
- Projet de recherche sur les politiques et Agence de la consommation en matière financière du Canada. (2005). *Pourquoi la capacité financière est-elle importante? Rapport de synthèse sur les Canadiens et l'argent*. Document récupéré à partir de https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/fra/ressources/recherchesondages/documents/sedi-fcac_fincapability-fra.pdf
- Société de recherche sociale appliquée. (2016). *Le lien entre la confiance en matière de finances et les résultats au plan financier chez les Canadiens en âge de travailler*. Document récupéré à partir de <https://www.canada.ca/content/dam/canada/financial-consumer-agency/migration/fra/ressources/recherchesondages/documents/lien-confiance-resultats.pdf>
- Statistique Canada. (2016). *Comptes du bilan national, indicateurs financiers, ménages et institutions sans but lucratif au service des ménages*. Document récupéré à partir de <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=eng&retrLang=eng&id=3780123&&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=31&tabMode=dataTable&csid=>
- Financière Sun Life et Le Conference Board of Canada. (2016). *Empowering Employees to Manage and Improve their Financial Health*. Document récupéré à partir de http://www.conferenceboard.ca/Libraries/CONF_PRES_PUBLIC/17_0096_p2_parent.sflb
- Institut de la Banque mondiale. (2012). *Behavioral Change Using Technology*. Document récupéré à partir de <http://web.archive.org/web/20150227104141/http://wbi.worldbank.org/wbi/content/behavioral-change-using-technology>

Contactez-nous

Canada.ca/Argent



Site Web
Canada.ca/Argent



Sans frais
1-866-461-2232



Téléscripteur
613-947-7771 or 1-866-914-6097



facebook.com/ACFCan



[twitter.com/@ACFCan](https://twitter.com/ACFCan)



Joignez-nous sur LinkedIn



youtube.com/ACFCan