



Agence de la consommation  
en matière financière du Canada

Financial Consumer  
Agency of Canada



# RAPPORT ANNUEL

2020 - 2021





Sauf avis contraire, le contenu de ce document peut, sans frais ni autre permission, être reproduit en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit à des fins personnelles ou publiques, mais non à des fins commerciales. La reproduction et la distribution à des fins commerciales sont interdites sans la permission de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec :

Agence de la consommation en matière financière du Canada  
427, avenue Laurier Ouest,  
Ottawa ON  
K1R 1B9

[www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere](http://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere)

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre des Finances Canada, Septembre 2021.

N° de cat. FC1F-PDF (PDF électronique, français)

ISSN : 1706-0540

This document is also available in English under the title: **Annual Report 2020-2021**

# Table des matières

Message de la commissaire .....	1
À propos de l'ACFC.....	2
Solidification de la structure et de l'équipe de haute direction de l'ACFC .....	3
Pour nous joindre .....	4
Notre raison d'être .....	5
Notre mandat .....	5
Notre vision et notre mission .....	5
Nos responsabilités essentielles .....	5
Protéger, surveiller et éduquer : le bilan de l'année .....	6
Supervision et mise en application .....	7
Recherche, politiques et éducation .....	8
L'Agence.....	11
Exigences législatives en matière de rapports .....	13
Dépenses et ressources humaines .....	19
Annexe A : Les résultats en chiffres : renseignements sur le rendement en 2020-2021 .....	20

## Message de la commissaire



Je suis heureuse de vous présenter le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) pour 2020-2021. Malgré les défis sans précédent posés par la pandémie de COVID-19, l'ACFC a fait progresser la protection des consommateurs de produits et de services financiers en s'acquittant de ses principales responsabilités, soit la surveillance des entités financières sous réglementation fédérale et l'amélioration de la littératie financière des Canadiennes et des Canadiens.

Dès le début de la pandémie, l'ACFC a redéfini ses priorités et a réorienté ses ressources afin de répondre aux préoccupations immédiates des consommateurs de produits et de services financiers. Je suis extrêmement fière de la façon dont l'ACFC a su adapter ses activités et trouver des solutions novatrices pour respecter son important mandat pendant cette période de turbulence.

Nous avons :

- surveillé et suivi les mesures de soutien que les banques offrent aux consommateurs (p. ex. le report des paiements hypothécaires et d'autres produits de crédit);
- surveillé les plaintes et les problèmes de conformité liés à la COVID-19 et y avons répondu;
- effectué de la recherche pour suivre les changements dans le bien-être financier des Canadiens et surveiller leurs interactions avec les banques;
- créé une nouvelle page d'information et de ressources sur la COVID-19, [Gérer sa santé financière lors de périodes difficiles](#).

En 2020-2021, l'ACFC a salué l'entrée en vigueur de certaines dispositions du Cadre de protection du consommateur de produits et de services financiers (le Cadre) qui renforcent le mandat et les pouvoirs de l'Agence. Nous avons également poursuivi notre travail avec le ministère des Finances pour préparer la mise en œuvre des autres modifications qui entreront en vigueur le 30 juin 2022. Une fois pleinement mises en œuvre, ces mesures apporteront des améliorations significatives qui se traduiront par une norme plus élevée de protection des consommateurs de produits et de services financiers pour les Canadiens.

L'Agence a également souligné le dixième anniversaire du Mois de la littératie financière, qui a été particulièrement important cette année alors que nous avons collaboré avec d'autres organisations des secteurs public, privé et à but non lucratif pour sensibiliser les gens à l'importance de la littératie financière pour les personnes et les familles. L'ACFC s'est rapidement réorganisée pour créer du contenu virtuel (y compris quatre événements en ligne) et des programmes qui tenaient compte des défis financiers et de l'incertitude financière auxquels de nombreux Canadiens étaient confrontés en raison de la pandémie de COVID-19.

En plus de répondre efficacement aux défis en cours, l'Agence a effectué des investissements importants pour préparer l'avenir. L'équipe a élaboré un plan stratégique, a renouvelé sa Stratégie pour la littératie financière et a contribué aux discussions stratégiques concernant la création d'un cadre fédéral pour un système bancaire ouvert. L'Agence a réussi à attirer des personnes de talent et a terminé la dotation de son équipe de la haute direction et son réalignement organisationnel. L'ACFC a adopté un modèle de travail hybride et continue de chercher des occasions d'utiliser la technologie pour améliorer la diversité et l'efficacité des membres de son équipe. Ces investissements permettront à l'Agence de mieux relever les défis futurs.

Il ne fait aucun doute que les événements qui se sont déroulés en 2020-2021 ont vraiment mis l'Agence au défi. La souplesse et la réceptivité dont a fait preuve notre extraordinaire équipe, ainsi que les outils et systèmes modernisés que nous avons mis en place, nous ont permis de réagir rapidement aux nombreux défis et aux circonstances imprévues. De plus, ils nous ont permis d'honorer notre promesse en matière d'innovation et d'expérimentation et d'axer nos efforts sur des résultats mesurables. Nous avons démontré que l'Agence est bien placée pour remplir son mandat, même lorsque confrontée à des défis de taille. Je me sens privilégiée de travailler avec l'équipe professionnelle, dévouée et exemplaire de l'ACFC.

Judith Robertson

## À propos de l'ACFC



L'ACFC a été créée en 2001 pour protéger les consommateurs en supervisant les activités des entités financières sous réglementation fédérale et en renforçant la littératie financière des Canadiens.



Le [mandat](#) de l'ACFC est établi par la [Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada](#).



Chaque année, l'Agence rend compte au Parlement, par l'intermédiaire du ministre des Finances, de ses activités et du rendement des institutions financières à l'égard de leur respect des mesures relatives à la protection des consommateurs.



L'ACFC surveille les pratiques commerciales de **328** [entités sous réglementation fédérale](#).



L'ACFC employait environ **160** employés à temps plein au 31 mars 2021.



En 2020-2021, les dépenses de l'ACFC, qui s'élevèrent à **34,2** millions de dollars, ont été financées par des cotisations de 29,2 millions de dollars versées par les entités réglementées et par un financement de 5 millions de dollars du gouvernement fédéral.



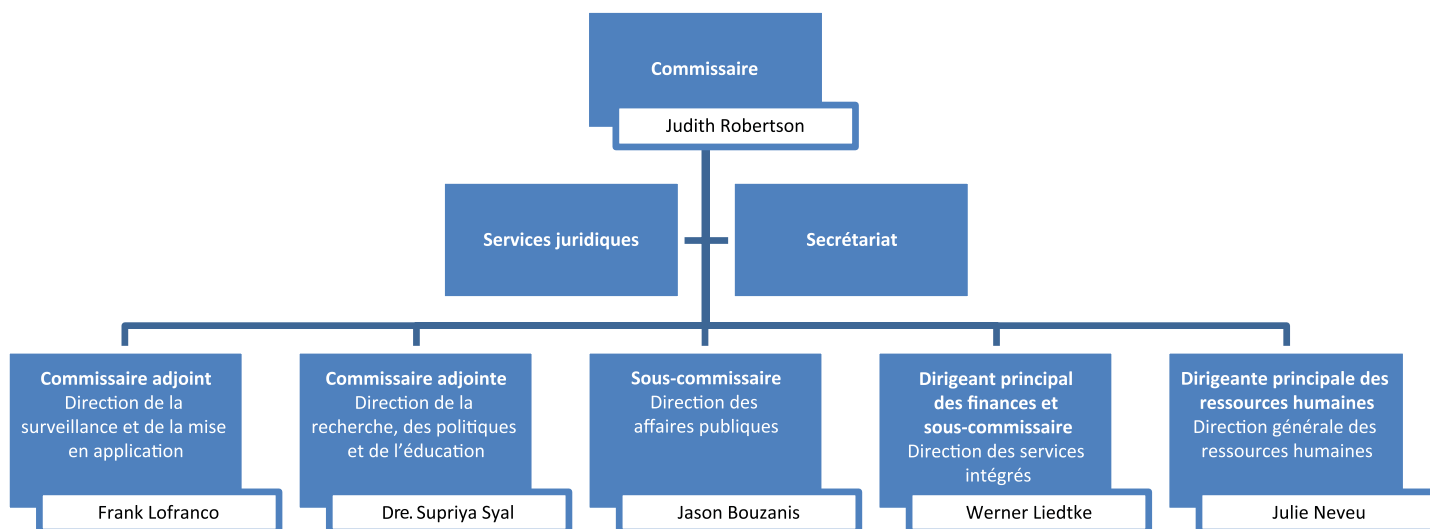
La commissaire de l'ACFC est nommée par le gouverneur en conseil pour un mandat de cinq ans. Elle est responsable de la gestion de l'Agence et l'autorité décisionnelle indépendante des procédures de mise en application.



Dans le cadre de son mandat en matière de littératie financière, l'ACFC fournit aux consommateurs des renseignements, des outils et des ressources en ligne pour les aider à prendre des décisions financières éclairées. L'ACFC propose plus de 1 500 pages Web consacrées à la littératie financière et à l'éducation des consommateurs.

# Solidification de la structure et de l'équipe de haute direction de l'ACFC

En 2019-2020, l'ACFC a entamé le réalignement de sa structure organisationnelle. Aujourd'hui, deux directions (Surveillance et mise en application d'une part, et Recherche, politiques et éducation d'autre part) regroupent les fonctions essentielles de son mandat, tandis que trois directions (Affaires publiques, Services intégrés et Ressources humaines) rassemblent ses fonctions opérationnelles. En 2020-2021, on a réorganisé et consolidé les structures des directions Surveillance et mise en application, Affaires publiques et Ressources humaines. Pour compléter son équipe de direction, l'Agence a également pourvu deux nouveaux postes clés : commissaire adjoint – surveillance et mise en application, et commissaire adjointe – recherche, politiques et éducation.





## Pour nous joindre

<b>Site Web</b>	<a href="https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere.html">https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere.html</a>
<b>Téléphone (Centre des services aux consommateurs) sans frais À Ottawa ou à l'extérieur du Canada</b>	1-866-461-2232 613-960-4666
<b>Téléscripteur (pour les personnes malentendantes) sans frais À Ottawa ou à l'extérieur du Canada</b>	1-866-914-6097 613-947-7771
<b>Courriel</b>	<a href="mailto:info@fcac.gc.ca">info@fcac.gc.ca</a>
<b>Twitter</b>	<a href="https://twitter.com/ACFCan">@ACFCan</a>
<b>YouTube</b>	<a href="https://www.youtube.com/FCACan">FCACan</a>
<b>Facebook</b>	<a href="https://www.facebook.com/ACFCan">FB.com/ACFCan</a>
<b>Instagram</b>	<a href="https://www.instagram.com/acfc_can">acfc_can</a>
<b>Adresse postale</b>	Agence de la consommation en matière financière du Canada Édifice Entreprise 427, avenue Laurier Ouest Ottawa (Ontario) K1R 1B9

## Notre raison d'être

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a été créée en 2001 pour protéger les droits et les intérêts des consommateurs de produits et de services financiers.

## Notre mandat

L'ACFC a pour mandat de superviser les [entités financières sous réglementation fédérale](#) et de renforcer la littératie financière de la population canadienne.

En tant qu'organisme de réglementation, l'ACFC surveille et supervise la conformité des institutions financières, des organismes externes de traitement des plaintes (OETP) et des exploitants de réseaux de cartes de paiement aux mesures de protection des consommateurs énoncées dans les lois, les engagements publics et les codes de conduite.

L'Agence a également pour mandat de :

- sensibiliser les Canadiennes et les Canadiens à l'égard de leurs droits et responsabilités lorsqu'ils traitent avec des institutions financières;
- suivre et évaluer les tendances et les questions susceptibles de toucher les consommateurs de produits et de services financiers et les sensibiliser à leur égard;
- élaborer et publier des recherches, du contenu, des outils et des programmes pour renforcer la littératie financière des Canadiens;
- favoriser la compréhension des services financiers et des questions connexes en collaboration avec les intervenants, notamment les organisations gouvernementales, réglementaires et communautaires.

## Notre vision et notre mission

### Notre vision

Être un chef de file et un innovateur en matière de protection des consommateurs de produits et de services financiers

### Notre mission

**Protéger**  
les  
consommateurs  
de produits  
et services  
financiers

**Superviser**  
des entités  
réglementées

**Éduquer**  
Éduquer les  
Canadiens et  
renforcer leurs  
connaissances  
financières

## Nos responsabilités essentielles

L'ACFC remplit son mandat en s'acquittant de deux responsabilités essentielles :

- la supervision des entités financières sous réglementation fédérale;
- l'amélioration de la littératie financière des Canadiens grâce à la recherche et à l'éducation.

En sa qualité de voix faisant autorité en matière de protection des consommateurs, l'ACFC joue un rôle essentiel dans l'encadrement du secteur financier au Canada. La protection des consommateurs est importante pour les Canadiens et instaure la confiance dans le système financier canadien.

La solide base de services internes de l'ACFC lui permet de s'acquitter de ses responsabilités essentielles et de respecter ses priorités. (Voir l'annexe A pour obtenir des renseignements sur le rendement en matière de responsabilités essentielles et pour consulter les engagements de l'Agence exposés dans le [Plan d'activités 2020-2021](#). En 2022-2023, l'ACFC n'aura plus qu'une seule responsabilité principale, la protection des consommateurs, afin de mieux refléter l'approche intégrée avec laquelle elle remplit son mandat.



# Protéger, surveiller et éduquer : le bilan de l'année

## COVID-19 : aider les Canadiens à composer avec l'incertitude financière

La pandémie de COVID-19 a touché tous les aspects du mandat de l'ACFC, alors que celle-ci cherchait à protéger, superviser et éduquer les consommateurs de produits et de services financiers dans des circonstances sans précédent. Ce rapport annuel contient de nombreux exemples de la façon dont l'ACFC a adapté rapidement et efficacement son approche pour protéger les consommateurs de produits et de services financiers en cette période d'incertitude.

Au début de la pandémie, l'ACFC a publié [COVID-19 : Gérer sa santé financière lors de périodes difficiles](#) afin de fournir aux Canadiens des renseignements et des ressources pour les aider à prendre des décisions financières éclairées et à faire face aux difficultés financières causées par la pandémie. L'Agence a régulièrement mis à jour ce contenu au gré de l'évolution de l'environnement externe et de l'émergence de nouveaux renseignements. La page Web a reçu plus de 83 000 visites en 2020-2021. D'autres pages Web de l'ACFC qui fournissaient des renseignements pertinents pendant la pandémie ont reçu plus de 100 000 visites.

Le Centre des services aux consommateurs de l'ACFC est à la disposition des Canadiens pour les informer de leurs droits et de leurs responsabilités lorsqu'ils traitent avec des institutions financières, leur expliquer les procédures de traitement des plaintes dans les institutions financières et les orienter vers des renseignements et des ressources qui les aideront à prendre des décisions financières éclairées. Au cours de la pandémie de COVID-19, le Centre a fourni un soutien essentiel aux Canadiens, traitant plus de 16 500 demandes de renseignements en 2020-2021 (soit une hausse de 29 % par rapport à 2019-2020). Ces communications ont également fourni à l'ACFC des renseignements essentiels et opportuns sur les préoccupations des consommateurs et les tendances émergentes qui éclairent l'approche de l'Agence dans ses efforts en matière de supervision et d'éducation des consommateurs.

L'ACFC a également lancé deux sondages mensuels, l'un sur les impacts financiers de la COVID-19 sur les consommateurs et l'autre sur l'utilisation des produits et services bancaires par les consommateurs pendant la pandémie de COVID-19. L'ACFC a publié les résultats dans un [tableau de bord sur les enquêtes relatives à la COVID-19](#).

En réponse à la pandémie, l'ACFC a rapidement adapté ses activités de surveillance afin de dialoguer avec les banques au sujet des mesures d'aide financière proposées aux consommateurs. Tout au long de la période 2020-2021, l'ACFC a communiqué ses attentes à l'ensemble du secteur afin de soutenir les résultats positifs pour les consommateurs et elle a surveillé de près les approches des banques en matière de mesures d'aide.

L'ACFC s'est également engagée auprès d'autres membres du système fédéral de surveillance financière (notamment le ministère des Finances, la Banque du Canada, le Bureau du surintendant des institutions financières et la Société d'assurance-dépôts du Canada) dans le but de souligner d'importantes considérations en matière de protection des consommateurs et de soutenir les Canadiens pendant la pandémie.

Les sections suivantes du présent rapport offrent des renseignements additionnels au sujet de ces activités.

# Supervision et mise en application

L'ACFC protège les consommateurs de produits et de services financiers en surveillant les entités financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs obligations en matière de protection des consommateurs, telles qu'énoncées dans [les lois, les engagements publics et les codes de conduite](#).

Le [Cadre de surveillance de l'ACFC](#) – entré en vigueur en 2018 et mis à jour en août 2020 – établit l'approche utilisée par l'Agence pour appliquer de manière efficace sa surveillance des banques et des autres entités sous réglementation fédérale. Cette approche est fondée sur le risque et axée vers les résultats. À la suite de la mise à jour de ce cadre, l'ACFC a continué à moderniser ses processus opérationnels. La phase II de ce travail a commencé durant la période 2020-2021 et se poursuit.

## Suivi des mesures d'aide financière liées à la COVID-19

Outre ses autres activités de surveillance, entre avril et octobre 2020, l'ACFC a assuré le [suivi des mesures d'aide](#) aux consommateurs que les banques ont mis en place en réponse à la pandémie. L'Agence a reçu des rapports hebdomadaires sur les reports de paiement approuvés par les banques en lien avec des hypothèques et d'autres produits de crédit et a surveillé l'accès aux succursales. Au terme des différentes périodes de report, les banques avaient collectivement reçu plus de 2,1 millions de demandes d'aide.

L'ACFC a partagé de façon régulière les renseignements recueillis sur les mesures d'aide avec les autres membres du système fédéral de surveillance financière, afin de leur permettre de comprendre et de surveiller les répercussions de la pandémie de COVID-19 sur les consommateurs et le secteur financier et d'y réagir.

### Mesures d'aide des banques (avril-octobre 2020)

	Secteur d'activité	Demandes reçues	Demandes approuvées	Demandes rejetées
Toutes les entités réglementées	Hypothèque	792 114	787 699	3 691
	Prêt	131 680	130 713	842
	Marge de crédit	122 047	127 659*	344
	Carte de crédit	659 312	631 334	18 827
	Financement automobile	311 982	311 704	270

\*Certaines approbations représentent des reports offerts de façon proactive par les banques.

Au cours de l'année, l'ACFC a répondu aux plaintes des consommateurs liées à la COVID-19 et aux questions de conformité et continue à évaluer l'impact de la COVID-19 sur les consommateurs de produits et services financiers et sur d'autres entités financières sous réglementation fédérale (EFF).

Plaintes de consommateurs liées à la COVID-19 signalées par les banques	Enquêtes ouvertes par l'ACFC sur des questions de conformité
597	17

## Mise en œuvre du Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers

Malgré les défis permanents de la pandémie de COVID-19, l'ACFC a poursuivi son important travail pour mettre en œuvre le nouveau Cadre. Le Cadre a été conçu pour renforcer les protections dont bénéficient les consommateurs en vertu de modifications législatives apportées à la [Loi sur les banques](#) et à la [Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada](#), qui ont été adoptées en 2018. Le Cadre entrera en vigueur par étapes.

Tout au long de 2020-2021, l'ACFC a travaillé en étroite collaboration avec le secteur bancaire pour lui communiquer ses attentes liées aux dispositions introduites ou améliorées par le Cadre, tout en développant la capacité interne, les politiques, les procédures et les systèmes pour implanter les différents amendements au fur et à mesure de leur entrée en vigueur.

## Recherche, politiques et éducation

L'ACFC protège les consommateurs de produits et de services financiers grâce à son travail en matière de recherche, de politiques et d'éducation. L'ACFC mène des recherches fondées sur des données probantes et mesurables et elle s'appuie sur les sciences du comportement afin d'améliorer la prise de décision des consommateurs en matière financière. Ces résultats servent à soutenir l'élaboration d'outils et de ressources pédagogiques qui contribuent à renforcer la littératie financière et les résultats financiers des Canadiens. L'ACFC protège également les consommateurs en contribuant à l'élaboration de politiques efficaces qui profitent aux Canadiennes et Canadiens.

### Recherches de l'ACFC liées à la COVID-19

Au début de la pandémie, l'ACFC a lancé deux sondages mensuels consacrés aux répercussions financières de la COVID-19 sur les Canadiennes et les Canadiens. Pris dans leur ensemble, ces sondages offrent un éclairage important quant à l'évolution des conséquences de la pandémie sur la situation financière des Canadiennes et des Canadiens.

#### Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19

► Le sondage étudie l'impact de la pandémie sur le bien-être financier des Canadiennes et des Canadiens



**75 %**

des Canadiens signalent que leur stress a augmenté depuis le début de la pandémie



**36 %**

des ménages canadiens qui ont des dettes affirment qu'elles ont augmenté



**54 %**

des ménages ont eu recours à un budget pendant la COVID-19, comparativement à 49 % en 2019

#### Enquête sur l'utilisation, par les Canadiens, des produits et services bancaires

► L'enquête suit l'utilisation, par les Canadiens, des produits financiers et des programmes d'aide financière liés à la COVID-19 offerts par les banques



un consommateur sur dix a contacté sa banque à propos des programmes d'aide financière



près de trois consommateurs sur dix signalent avoir payé des frais bancaires supplémentaires à cause de la pandémie, comme des frais de découvert, des frais de retard et des frais de retrait d'un guichet automatique bancaire



près d'un consommateur sur cinq indique avoir été touché par la fermeture de sa succursale bancaire locale

## Les autres initiatives de recherche notables comprennent :

1. une intervention pilote « initiative en matière de remboursement et d'épargne » visant à aider les Canadiens à économiser de l'argent grâce à leur remboursement d'impôt;
2. un [concours national pour les étudiants](#) afin de promouvoir la recherche sur la littératie financière;
3. un examen de l'outil [Planificateur budgétaire](#) de l'ACFC pour rechercher les points à améliorer.

## Contributions à l'élaboration d'un cadre pour un système bancaire ouvert au Canada

Le système bancaire ouvert offre aux consommateurs un moyen sûr de communiquer leurs données financières aux entités commerciales (comme les banques et les sociétés de technologie financière qui proposent des produits et services en ligne ou basés sur une application). L'ACFC [a publié](#) son mémoire à l'intention du Comité consultatif sur un système bancaire ouvert du gouvernement fédéral. Ce mémoire soutient l'élaboration d'un cadre fédéral pour un système bancaire ouvert et fournit des recommandations pour l'uniformité des protections offertes aux consommateurs et des normes de conduite pour l'industrie. L'ACFC a également élaboré et publié du nouveau contenu éducatif à l'intention des consommateurs au sujet du [système bancaire ouvert](#).

## Renouvellement de la Stratégie nationale pour la littératie financière

Au cours de l'exercice 2020-2021, l'ACFC a élaboré une nouvelle [Stratégie nationale pour la littératie financière](#) pour tenir compte de l'évolution des besoins et des attentes des Canadiens dans un marché financier de plus en plus numérique, ainsi que des répercussions de la pandémie.

En plus de s'inspirer de la recherche fondée sur des données probantes et des perspectives internationales, l'ACFC a recueilli pendant 3 mois (de novembre 2020 à janvier 2021) les commentaires de groupes et de personnes de tout le pays; ces commentaires ont orienté le renouvellement de la stratégie nationale. Ces échanges ont inclus notamment 8 tables rondes virtuelles qui ont réuni un total de 90 organisations partenaires qui représentaient des groupes de populations clés, notamment des aînés, des femmes, de nouveaux arrivants au Canada, des personnes de couleur, des francophones, des personnes à faible revenu et des organisations représentant des intérêts intersectoriels (associations industrielles et organisations sans but lucratif).

En outre, l'ACFC a reçu 670 réponses à son questionnaire public en ligne et 29 observations écrites de la part d'organisations et d'individus.

Ces consultations ont permis d'établir une nouvelle orientation pour la stratégie nationale, en mettant l'accent sur ce que les intervenants peuvent faire pour modifier l'écosystème financier afin d'aider les Canadiens à acquérir une résilience financière. Un [résumé](#) de ce que l'ACFC a entendu lors des consultations a été publié en juin 2021. La nouvelle Stratégie nationale pour la littératie financière, [Faisons des changements qui comptent](#), a été publiée en juillet 2021.

## Mois de la littératie financière 2020

Pour le 10<sup>e</sup> anniversaire du Mois de la littératie financière en novembre 2020, l'ACFC a changé sa façon de faire et créé un contenu et des programmes virtuels qui tiennent compte des défis financiers et de l'incertitude qu'affrontent de nombreux Canadiens en raison de la pandémie de COVID-19.

Au cours du mois, l'ACFC a lancé une campagne de publicité nationale et a organisé quatre événements virtuels réussis destinés aux Canadiens et aux intervenants, y compris :

- Un événement de lancement au cours duquel l'honorable Mona Fortier, ministre associée des Finances et ministre de la Prospérité de la classe moyenne a prononcé une allocution.
- Un webinaire gratuit pour les Canadiens portant sur l'établissement d'un budget et la gestion de l'argent et des dettes.
- Un webinaire gratuit sur la gestion de l'argent destiné aux étudiants de niveau postsecondaire et aux nouveaux diplômés (en collaboration avec l'Association des banquiers canadiens).
- Un événement destiné aux intervenants de la littératie financière, axé sur les approches innovantes et fondées sur la recherche en matière de littératie financière.

Voici des points saillants du Mois de la littératie financière :

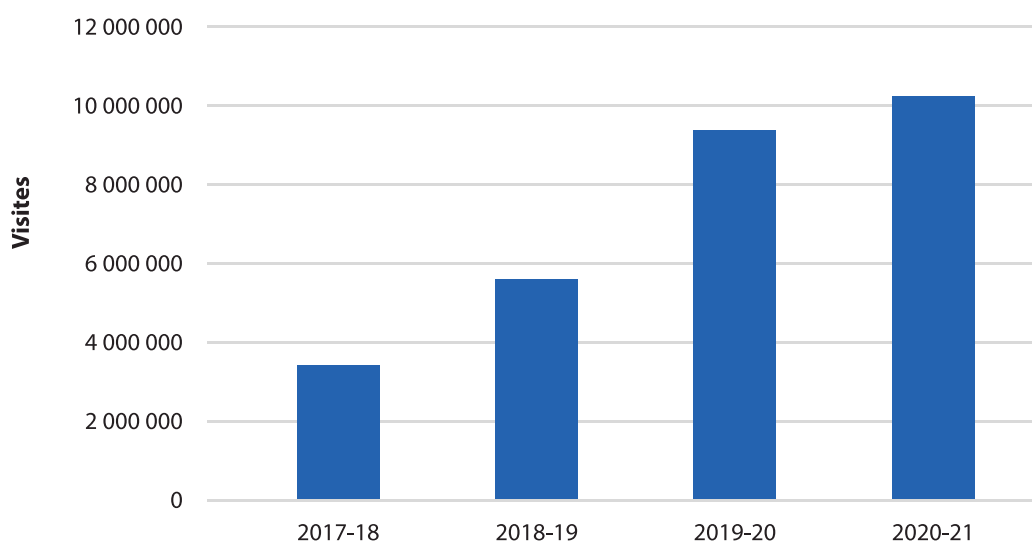
- ▶ plus de 93 000 visites sur le site Web de l'ACFC pour le Mois de la littératie financière
- ▶ plus de 12 000 utilisations des mots-clés #MLF2020 et #FLM2020 sur les médias sociaux

## Contenu numérique pour les consommateurs, les intervenants et l'industrie

L'ACFC offre un large éventail de renseignements, d'outils et de ressources en ligne pour aider les Canadiens à prendre des décisions financières et appuyer les efforts des intervenants en littératie financière, en plus de fournir à l'industrie des renseignements importants sur les fonctions de l'ACFC en matière de réglementation. L'ACFC propose plus de 1 500 pages Web consacrées à la littératie financière et à l'éducation des consommateurs. Parmi celles-ci, 178 (12 %) ont été mises à jour au cours de l'exercice financier 2020-2021.

L'an dernier, plus de Canadiens ont visité les pages Web de l'ACFC qu'au cours de tout exercice financier précédent.

### Visites sur le Web du contenu de l'ACFC, y compris Canada.ca, des outils et des calculatrices



Les médias sociaux que l'ACFC utilise ont joué un rôle particulièrement important pour le partage des renseignements et des ressources en vue d'aider les consommateurs à gérer leurs finances pendant la pandémie et d'informer les Canadiens des programmes de soutien gouvernementaux et des mesures de soutien des banques.

Quelques chiffres :

	2020-2021	
	Nombre total d'impressions <sup>1</sup>	% de changement par rapport à 2019-2020
Twitter	2 678 153	51%
Facebook	1 531 522	14%
LinkedIn	67 969	49%

# L'Agence

## Innovation en milieu de travail

### Servir les Canadiens ensemble, à distance

Au cours de l'exercice financier 2020-2021, l'ACFC a fourni à ses employés le soutien dont ils avaient besoin pour continuer à servir les Canadiens malgré les défis posés par la pandémie de COVID-19. Les employés disposaient de la technologie et des ressources nécessaires pour effectuer efficacement leur travail dans un contexte de travail à distance. Les régimes de travail flexibles ont également permis aux employés de mieux équilibrer leurs responsabilités professionnelles et personnelles. Pour se préparer à un éventuel retour au bureau, l'Agence a élaboré une stratégie en quatre phases pour garantir la santé et la sécurité de ses employés, ainsi que des protocoles et des procédures de bureau conformes aux directives de la santé publique.

#### Innovation en action

Le prix de l'excellence de la commissaire de 2020 a été décerné à un membre de l'équipe des services d'infrastructure des TI, en reconnaissance de son initiative, de son leadership et de son innovation dans la transition de l'Agence vers des technologies infonuagiques de pointe et de nouveaux outils de travail à distance dans un environnement sécurisé. Lorsque le personnel a dû soudainement passer au travail à distance en raison de la COVID-19, l'Agence était prête et capable de rester pleinement opérationnelle grâce aux possibilités qui avaient été relevées pour accélérer la transition prévue.

### Stratégie pour les données et l'analyse

L'ACFC a commencé à mettre en œuvre une stratégie pour les données et l'analyse qui lui permet de tirer pleinement parti des données dont elle dispose. Par exemple, elle a mis en place un cadre de gouvernance pour soutenir la stratégie, a mis en œuvre un projet pilote de renseignements opérationnels et a établi un processus pour améliorer la qualité des données à sa disposition.

### L'ACFC : un endroit où il fait bon travailler

L'ACFC a élaboré des plans pour moderniser son bureau d'Ottawa afin de répondre aux besoins changeants de ses employés, notamment en intégrant un modèle de travail hybride. La construction aura lieu par étapes au cours des deux prochains exercices financiers. Le bureau modernisé favorisera la productivité des employés en offrant une plus grande variété d'espaces de travail, notamment davantage de zones et d'outils de collaboration. L'ACFC a également établi un bureau à Toronto pour renforcer sa capacité de supervision et permettre le recrutement d'un bassin de talents diversifié et spécialisé.

Les membres de l'équipe de l'ACFC sont très motivés et déterminés à protéger les consommateurs de produits et services financiers et à les aider à améliorer leur littératie financière. Les employés de l'ACFC sont engagés : 89 % des employés ont répondu au Sondage auprès des fonctionnaires fédéraux 2020.

Les résultats du Sondage auprès des fonctionnaires fédéraux 2020 montrent que 85 % des répondants de l'ACFC se disent fiers du travail qu'ils font et 84 % recommanderaient l'Agence comme un endroit où il fait bon travailler. Dans l'ensemble, les résultats aux questions liées à l'engagement et à la responsabilisation étaient élevés, tout comme la confiance dans le leadership.

En 2020, la commissaire est devenue la première championne de l'ACFC pour la diversité, l'inclusion et le bilinguisme, et un nouveau champion de la santé mentale et du mieux-être, le commissaire adjoint, services intégrés a été nommé. Dans le cadre du plan d'action pour la santé mentale et le mieux-être approuvé en 2020-2021, diverses activités et ressources ont été promues pour sensibiliser, renforcer les compétences et encourager les conversations sur la santé mentale au travail. Les taux d'utilisation de notre programme d'aide aux employés ont montré qu'un plus grand nombre d'employés ainsi que leurs familles avaient recours à ces précieuses ressources.

En 2020-2021, l'ACFC a lancé un grand nombre d'occasions, d'événements et de séances de formation pour reconnaître et célébrer la diversité de sa main-d'œuvre et mieux comprendre celle-ci. L'Agence a augmenté la représentation des employés qui s'identifient comme membres de minorités visibles, de personnes handicapées et d'Autochtones. Le pourcentage de représentation dépasse maintenant la disponibilité de la main-d'œuvre pour deux groupes visés par l'équité en matière d'emploi, et l'Agence poursuivra ses efforts pour améliorer la représentation et tirer parti de la richesse de la diversité canadienne au cours de l'année à venir.

#### Pourcentage de représentation des groupes visés par l'équité en matière d'emploi

	Disponibilité au sein de la main-d'œuvre <sup>1</sup>	Employés de l'ACFC 2019-2020	Employés de l'ACFC 2020-2021
Femmes	48,2%	56,4%	56,4%
Minorités visibles	21,3%	14,1%	16,6%
Personnes handicapées	9,1%	6,7%	9,8%
Peuples autochtones	4,0%	o <sup>2</sup>	o <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Adapté de Statistique Canada, du Recensement de 2016 et de l'Enquête canadienne sur l'incapacité de 2017.  
<sup>2</sup> Les données sont omises (o) pour protéger la confidentialité lorsque le nombre de représentants est égal ou inférieur à 5.

À la suite de l'entrée en vigueur des modifications à la partie II du Code canadien du travail et du Règlement sur la prévention du harcèlement et de la violence dans le lieu de travail, l'Agence et son Comité de santé et de sécurité au travail (CSST) ont évalué le lieu de travail afin de déterminer les risques et les mesures préventives en se fondant sur la Norme nationale du Canada sur la santé et la sécurité psychologiques en milieu de travail. L'évaluation a confirmé que la santé et la sécurité psychologiques sont traitées de manière efficace au sein de l'Agence.

# Exigences législatives en matière de rapports

Les exigences de l'ACFC en matière de rapports sont énoncées dans la [Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada](#) et les lois connexes<sup>1</sup>.

## Loi sur l'ACFC

### **34a) au respect, par les entités financières et les organismes externes de traitement des plaintes, des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;**

L'ACFC surveille et supervise la conformité des entités financières sous réglementation fédérale (EFF) et des organismes de traitement des plaintes externes (OETP) aux mesures de protection des consommateurs énoncées dans les lois, les engagements publics et les codes de conduite. Le programme de surveillance de l'ACFC est conçu pour être fondé sur le risque et axé sur les résultats. Il vise à promouvoir et à favoriser la conformité des entités réglementées grâce à un engagement proactif et à la détection précoce des questions émergentes.

Dans le cadre de ses activités de surveillance, l'ACFC collabore régulièrement avec les entités réglementées afin de promouvoir, contrôler et assurer le respect de leurs obligations en matière de pratiques commerciales. Au cours de cette période de référence, ces engagements n'ont pas permis de cerner des domaines présentant un risque élevé de non-conformité aux dispositions relatives aux consommateurs.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur la façon dont l'ACFC s'acquitte de son mandat de surveillance, veuillez consulter le [Cadre de surveillance de l'ACFC](#).

En 2020-2021, l'ACFC :

- a participé à 399 points de contact de supervision officiels;
- a tenu sa séance d'information annuelle sur l'industrie et deux réunions du groupe de travail de l'industrie;
- a supervisé les efforts des banques pour établir des politiques et des procédures visant à favoriser le respect de la conformité au Code de conduite pour la prestation de services bancaires aux aînés;
- a ouvert 12 plans d'action relatifs au respect des obligations en matière de pratiques commerciales (dont la plupart sont attribuables aux examens de l'industrie pour les [procédures de traitement des plaintes des banques](#) et le [fonctionnement des organismes externes de traitement des plaintes](#) de l'Agence réalisés durant l'exercice 2019-2020);
- a fermé quatre plans d'action au fur et à mesure que les mesures correctives avaient été achevées;
- a fermé trois ententes de conformité au fur et à mesure que les mesures correctives avaient été achevées, ce qui a permis de restituer aux clients un montant de 4,6 millions de dollars et de verser à des organismes de bienfaisance un montant de 445 700 \$ lorsque les renseignements relatifs aux clients ne pouvaient pas être confirmés;
- a gardé le nombre de nouvelles ententes de conformité à zéro;
- a répondu à 244 problèmes de conformité à signaler soumis par des entités réglementées;
- a émis 255 avis d'infraction à la suite d'enquêtes, dont 219 de niveau 1, 35 de niveau 2 et 1 de niveau 3;
- n'a émis aucun avis de non-conformité;
- a rendu six [décisions](#) de la commissaire, aboutissant à la constatation de 15 infractions et l'imposition de pénalités d'un montant total de 2 725 000 \$;
- a commencé son travail de supervision de l'examen quinquennal des OETP et a soutenu la planification par le ministère des Finances des consultations sur la structure de ces organismes au Canada;
- a continué d'être un membre actif du conseil d'administration de FinCoNet, une organisation internationale d'organismes de supervision responsables de la protection des consommateurs de produits et de services financiers.

Presque toutes les entités sous réglementation qui ont offert des mesures d'allègement aux consommateurs en réponse à la pandémie ont répondu rapidement et de façon exhaustive aux exigences de l'ACFC en matière de production de rapports sur ces programmes d'aide en cas de difficultés et sur l'accès des consommateurs aux succursales. Les entités sous réglementation se sont montrées tout aussi disposées à répondre aux demandes de l'Agence concernant les plaintes des consommateurs liées à la COVID.

<sup>2</sup> La [Loi sur les banques](#), la [Loi sur les sociétés d'assurances](#), la [Loi sur les associations coopératives de crédit](#), la [Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt](#) et la [Loi sur les réseaux de cartes de paiement](#).



### **34b) au respect, par les exploitants de réseaux de cartes de paiement, des dispositions de la Loi sur les réseaux de cartes de paiement et de ses règlements;**

L'ACFC surveille et supervise la conformité des exploitants de réseaux de cartes de paiement (ERCP) avec le [Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit \(Code\)](#). L'Agence, par l'entremise de ses activités de surveillance, collabore régulièrement auprès des ERCP pour promouvoir, surveiller et assurer la conformité à leurs obligations en matière de pratiques commerciales. Au cours de la période de référence, ces engagements n'ont pas permis de cerner des domaines présentant un risque élevé de non-conformité.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur la façon dont l'Agence s'acquitte de son mandat de surveillance, veuillez consulter le [Cadre de surveillance](#) de l'ACFC.

En 2020-2021, l'ACFC :

- a participé à 80 points de contact officiels de supervision;
- a reçu 68 plaintes à déclarer sous forme agrégée du 1er octobre 2019 au 31 mars 2021 (remarque : la période de référence a été ajustée en raison de la COVID-19);
- a émis cinq avis d'infraction à la suite d'enquêtes;
- n'a émis aucun avis de non-conformité;
- s'est engagée de manière périodique auprès des ERCP pour surveiller leurs réponses à l'augmentation des transactions sans carte liée à la pandémie (notamment en facilitant l'augmentation des limites de transaction pour les paiements sans contact et en déployant la capacité sans contact auprès des entreprises);
- a suivi les mesures prises par les ERCP et les acquéreurs pour répondre aux difficultés des commerçants (notamment en renonçant aux pénalités de résiliation anticipée, en donnant aux commerçants l'accès à des services de cybersécurité gratuits et de soutien à la prévention de la fraude);
- a joué un rôle consultatif spécial au sein du Comité consultatif sur le code de conduite qui a été mis sur pied par le ministère des Finances afin de favoriser la conformité au code;
- a mis à jour le [Bulletin sur la conformité B-7](#), afin d'établir les attentes concernant les mesures et les outils de contrôle que les ERCP doivent utiliser pour promouvoir la conformité lorsqu'ils font appel à des tiers. Au 31 janvier 2021, les ERCP avaient recueilli les attestations de conformité requises de tous les participants au Code;
- a tenu sa séance annuelle de l'industrie pour les ERCP et les participants du secteur des paiements.

### **34c) à sa collaboration avec les intéressés quant au développement et au soutien d'initiatives visant à renforcer la littératie financière des Canadiens, et à la coordination, à cette fin, de ses activités avec les leurs.**

Afin d'appuyer le renforcement de la littératie financière des Canadiens, l'ACFC a mené un [examen](#) complet des projets de recherche actuels et prévus sur la littératie financière au Canada afin de synthétiser les éléments de preuve existants et de cerner les lacunes actuelles. Les résultats de l'examen ont contribué au renouvellement de la [Stratégie nationale pour la littératie financière](#) et du Plan de recherche intégré. Ils permettront également d'éclairer et d'orienter le travail de l'ACFC et des intervenants à l'avenir. Comme le souligne la page 9 du présent rapport annuel, l'Agence a mené des consultations approfondies et ciblées pour appuyer le renouvellement de la [Stratégie nationale pour la littératie financière](#).

L'ACFC a travaillé en étroite collaboration avec les intervenants en littératie financière qui interagissent directement avec les consommateurs, afin de mieux comprendre les défis financiers auxquels les Canadiens étaient confrontés en raison de la COVID-19 et de cerner les tendances et les problèmes connexes. De plus, l'ACFC a communiqué aux intervenants des renseignements opportuns qui seraient avantageux pour leurs collectivités et leurs clientèles.

En 2020-2021, l'ACFC :

- a collaboré avec 18 réseaux de littératie financière partout au Canada, représentant plus de 575 organismes ou personnes dans ce domaine;
- a périodiquement mis les intervenants en relation les uns avec les autres, afin qu'ils puissent élargir leurs propres réseaux, diffuser les pratiques exemplaires ou s'associer dans le cadre d'initiatives;
- a dirigé plusieurs réunions et des [comités nationaux](#) d'intervenants à titre de président ou de coprésident, notamment le Groupe de travail sur la littératie financière pour les Autochtones, le Comité de recherche sur la littératie financière de l'ACFC et le Comité interministériel sur la littératie financière;
- a lancé une campagne de publicité nationale et organisé quatre événements virtuels pour les Canadiens et les intervenants à l'occasion du dixième anniversaire du Mois de la littératie financière en novembre 2020 (voir page 9);
- a participé à plusieurs réunions du Comité des mesures en matière de consommation (forum fédéral-provincial-territorial) et du Forum fédéral interministériel pour la sensibilisation et la protection des consommateurs, afin d'améliorer la collaboration et la coordination horizontales et de communiquer des résultats de recherche opportuns ainsi que des renseignements et des approches en matière de protection des consommateurs;
  - a soutenu l'élaboration du site [Carrefour des consommateurs](#), la nouvelle ressource du gouvernement en matière de renseignements sur les plaintes des consommateurs;
- a tenu quatre réunions du Comité consultatif sur la protection des consommateurs de l'ACFC, pour tenir des discussions sur les priorités et les objectifs, les tendances émergentes, les enjeux et la recherche, ainsi que d'autres questions relatives aux consommateurs de produits et services financiers et à l'amélioration de la littératie financière;
- a élaboré des bulletins trimestriels sur les ressources en matière de littératie financière distribués dans l'ensemble des réseaux de littératie financière;
- a collaboré avec d'autres ministères et organismes de réglementation, des organisations non gouvernementales et l'industrie, notamment :
  - Emploi et Développement social Canada (Programme canadien des prêts aux étudiants);
  - l'Agence du revenu du Canada dans le cadre du Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt;
  - l'Association des banquiers canadiens sur un webinaire destiné aux jeunes;
  - les membres d'Affiliation of Multicultural Societies and Service Agencies en Colombie-Britannique;
  - le Bureau du surintendant des faillites;
  - les Forces armées canadiennes;
  - l'Association canadienne des coopératives financières;
  - la Fondation canadienne d'éducation économique;
  - le Carrefour jeunesse-emploi.

En 2020-2021, l'ACFC a également participé à des réunions avec le [Réseau international sur l'éducation financière](#) de l'Organisation de coopération et de développement économiques, qui comprenait des groupes de travail sur la littératie financière numérique, la littératie financière dans le contexte d'une population vieillissante, la littératie financière en milieu de travail, les normes, la mise en œuvre et l'évaluation, et la résilience financière. L'ACFC a également diffusé de l'information sur l'approche qu'elle a adoptée pour aider les consommateurs à gérer leurs finances pendant la pandémie, a contribué aux discussions des groupes de travail et a participé à l'élaboration d'une série de documents, comme des manuels de politiques, des notes d'enjeux, des rapports et des définitions pratiques conjointes pour les concepts clés.

L'ACFC a représenté le Canada, avec le ministère des Finances, au sein du [Groupe de travail de l'OCDE et du G20 sur la protection des consommateurs de produits et services financiers](#). L'ACFC a diffusé de l'information sur les approches efficaces pour atténuer les risques que la pandémie de COVID-19 fait peser sur les consommateurs de produits et services financiers et sur les stratégies de littératie financière numérique. Elle a également contribué à un examen et à une mise à jour en cours des Principes de haut niveau pour la protection des consommateurs de produits et services financiers du Groupe de travail.

---

## Procédures de traitement des plaintes

---

Lorsque les entités financières sous réglementation fédérale (EFF) offrent aux consommateurs l'accès à un processus équitable et efficace de résolution des plaintes, cela favorise la confiance dans les institutions financières. Toutes les EFF doivent avoir des procédures de traitement des plaintes en place, y compris l'accès à un organisme externe de traitement des plaintes (OETP).

L'examen de l'industrie 2020 de l'ACFC sur les procédures de traitement des plaintes des banques a permis de relever un certain nombre de lacunes dans les politiques et procédures de traitement des plaintes des banques, ainsi que des possibilités d'améliorer l'efficacité, l'accessibilité et la rapidité du traitement des plaintes.

L'examen de l'industrie sur le fonctionnement des organismes externes de traitement des plaintes 2020 de l'ACFC a défini un certain nombre de domaines dans lesquels les OETP pourraient améliorer leurs politiques, leurs procédures et leurs pratiques.

En 2020-2021, l'ACFC :

- a émis des recommandations précises à l'intention des banques concernées par l'examen et établi des plans d'action avec les banques pour mettre en œuvre ces recommandations;
- a émis des recommandations précises à l'intention des OETP et établi des plans d'action pour y donner suite;
- a appuyé l'élaboration des consultations du ministère des Finances concernant la structure des OETP au Canada;
- a collaboré avec des groupes de travail de l'industrie afin d'établir des spécifications techniques et des classifications normalisées pour le rapport plus complet sur les plaintes exigé par le Cadre;
- a poursuivi sa consultation avec l'industrie en vue de l'élaboration d'une ligne directrice pour les procédures de traitement des plaintes liées au cadre.

## Plaintes déclarées à l'ACFC

Les plaintes des consommateurs jouent un grand rôle dans la détermination des préoccupations en matière de pratiques commerciales des entités financières sous réglementation fédérale et recueillent des données sur les tendances et les questions émergentes.

### Plaintes des consommateurs déclarées à l'ACFC par les entités financières sous réglementation fédérale en 2020-2021

Les entités sous réglementation sont tenues de déclarer les plaintes des consommateurs qui ont été transmises à un échelon supérieur au premier niveau et qui concernent une obligation en matière de pratiques commerciales supervisée par l'ACFC. En 2020-2021, 10 487 plaintes au total ont été déclarées à l'ACFC. Le tableau qui suit présente les cinq principales catégories et les pourcentages associés.

Classement cette année	Catégorie	%	Changement de point en %	Classement l'année dernière
1	COVID-19	7,5%	s. o.	s. o.
2	Divulgence des frais de comptes	7,4%	s. o.	3
3	Fraude par carte de crédit	5,3%	-1%	3
4	Divulgence des renseignements liés au remboursement et au remboursement anticipé des hypothèques	5,1%	+2%	9
5	Cartes de crédit non demandées	4,3%	-2%	2

### Plaintes des consommateurs déclarées directement à l'ACFC en 2020-2021

Les plaintes reçues directement par l'ACFC sont examinées pour obtenir des renseignements relatifs à la conformité des entités sous réglementation avec les mesures de protection des consommateurs. Pour les plaintes qui ne sont pas liées aux mesures de protection des consommateurs supervisées par l'ACFC, les plaignants sont dirigés vers l'organisme de réglementation ou l'organisation de protection des consommateurs approprié(e), dans la mesure du possible.

En 2020-2021, l'ACFC a reçu 6 861 plaintes directes de consommateurs. Sur ces plaintes, 376 étaient liées à la conformité avec les mesures de protection des consommateurs que l'ACFC supervise. Les cinq principales catégories et les pourcentages associés sont les suivants :

Classement cette année	Catégorie	%	Changement de point en %	Classement l'année dernière
1	Procédures de traitement des plaintes	22,5%	+4%	1
2	Cartes de crédit non demandées	8,2%	s. o.	3
3	Pénalités imposées aux commerçants	5,7%	+2%	4
4	Fraude par carte de crédit	5,5%	-4%	2
5	COVID-19	4,7%	s. o.	s. o.
5 (ex aequo)	Divulgaration de l'entente du commerçant	4,7%	+1%	6

## Dépenses et ressources humaines

En tant qu'organisme de réglementation du secteur financier, l'ACFC offre des programmes et des services de première qualité adaptés aux besoins des Canadiens et assure une saine intendance des ressources.

Responsabilité essentielle	Dépenses pour 2020-2021		Équivalents temps plein pour 2020-2021	
	Prévues	Réelles	Prévues	Réelles
<b>Supervision des entités financières sous réglementation fédérale</b>	9 061 627 \$	6 997 985 \$	58	46
<b>Littératie financière, recherche et éducation</b>	6 844 238 \$	4 707 711 \$	38	29
<b>Services internes</b>	22 506 882 \$	22 458 908 \$	109	85
<b>Total</b>	38 412 747 \$	34 164 604 \$	205	160

Les dépenses totales de l'ACFC ont été inférieures de 4,2 millions de dollars au budget, principalement en raison de retards dans la dotation en personnel, ainsi que de frais de déplacement moins élevés.

Des renseignements supplémentaires figurent dans les états financiers de 2020-2021.

De plus amples renseignements sur les ressources financières et humaines de l'ACFC sont également disponibles dans l'[InfoBase du GC](#).

# Annexe A : Les résultats en chiffres : renseignements sur le rendement en 2020-2021

## Résultats des responsabilités essentielles

### Responsabilité essentielle no 1 : Surveillance des entités financières sous réglementation fédérale

Le Programme de surveillance et de promotion de l'ACFC supervise la conformité des entités financières sous réglementation fédérale avec les dispositions fédérales sur la protection des consommateurs de produits et services financiers, les engagements publics et les codes de conduite. Il favorise également l'établissement de pratiques commerciales responsables par la communication des attentes de l'ACFC, la réalisation de recherches sur les tendances et les questions émergentes qui touchent les consommateurs de produits et de services financiers, la participation à l'orientation stratégique et la sensibilisation aux droits et aux responsabilités des consommateurs.

Ressources financières pour 2020-2021		Ressources humaines (équivalents temps plein) pour 2020-2021	
Dépenses prévues	Dépenses réelles	Prévues	Réelles
9 061 627 \$	6 997 985 \$	58	46

Résultats ministériels	Indicateurs des résultats ministériels	Résultats 2019-2020	Cible	Résultats 2020-2021
Les entités financières sous réglementation fédérale respectent les lois sur la protection des consommateurs de produits et services financiers, leurs engagements publics et leurs codes de conduite.	Pourcentage des institutions financières qui connaissent les raisons pour lesquelles l'ACFC mène ses activités de surveillance, qui en comprennent la nature et qui sont au courant de leurs résultats.	L'événement où les informations relatives au rendement sont recueillies a été annulé en raison de la COVID-19.	Au moins 80 %	98 %
	Pourcentage des cas de non-conformité à l'égard desquels l'ACFC prend des mesures correctives (proportionnelles au niveau de non-conformité).	100 %	100 %	100 %
Les consommateurs canadiens connaissent leurs droits et leurs responsabilités lorsqu'ils traitent avec des institutions financières.	Pourcentage de consommateurs qui connaissent leurs droits et responsabilités en matière de protection des consommateurs	78 %	82 % (augmentation de 5 %)	72 %
	Nombre de Canadiens ayant reçu des informations sur les droits et les responsabilités des consommateurs.	156 846 visites	164 688 visites (augmentation de 5 %)	162 652 visites

## Responsabilité essentielle no 2 : Amélioration de la littératie financière des Canadiens par la recherche et l'éducation

Les programmes de recherche, d'éducation et de littératie financière de l'ACFC renforcent les connaissances et les compétences financières des Canadiens ainsi que leur confiance en eux pour prendre des décisions financières responsables. L'ACFC travaille avec des intervenants et des réseaux de littératie financière partout au Canada pour élaborer et mettre en œuvre des initiatives qui aident à orienter les décisions financières des Canadiens. Plus particulièrement, l'ACFC s'efforce d'encourager les Canadiens à établir un budget, à épargner, à rembourser leurs dettes et à bien choisir leurs produits et leurs services financiers.

Ressources financières pour 2020-2021		Ressources humaines (équivalents temps plein) pour 2020-2021	
Dépenses prévues	Dépenses réelles	Prévues	Réelles
6 844 238 \$	4 707 711 \$	38	29

Résultats ministériels	Indicateurs des résultats ministériels	Résultats 2019-2020	Objectifs 2020-2021	Résultats 2020-2021
Les Canadiens renforcent leurs connaissances, leurs compétences et leur confiance à l'égard des questions financières.	Pourcentage de Canadiens qui renforcent leurs connaissances à l'égard des questions financières.	62 %	65 % (5% increase)	S. O. <sup>1</sup> Les notes des Canadiens en matière de connaissances financières (basées sur un questionnaire objectif à trois questions) restent pratiquement inchangées, ils ont obtenu en moyenne une note de <b>68,3 % de réponses correctes en 2021</b> , contre <b>66,6 % de réponses correctes en 2019</b> .
	Pourcentage de Canadiens qui renforcent leur confiance à l'égard des questions financières.	40 %	42 % (5% increase)	S. O. <sup>1</sup> Le nombre de Canadiens qui se décrivent comme étant bien ou très bien informés en matière de finances a augmenté pour atteindre <b>49 % en 2020-2021</b> , contre <b>40 % en 2019</b> .
	Pourcentage de Canadiens qui adoptent des comportements financiers souhaitables.	49 %	51 % (5% increase)	S. O. <sup>1</sup> <b>54 %</b> des Canadiens ont déclaré avoir un budget familial en 2020-2021, contre <b>49 % en 2019</b> .
	Pourcentage de personnes sans budget qui ont confiance en leur capacité d'établir et de suivre un budget.	18 %	19 % (5% increase)	S. O. (Remarque : le prestataire de services qui a recueilli ces informations a cessé ses opérations en 2019. De nouveaux indicateurs sont en cours d'élaboration.)
	Pourcentage de personnes sans budget qui ont commencé à suivre un budget.	23 %	24 % (5% increase)	S. O. (Remarque : le prestataire de services qui a collecté ces informations a cessé ses opérations en 2019. De nouveaux indicateurs sont en cours d'élaboration.)
	Nombre de Canadiens ayant reçu des informations grâce à des initiatives appuyant la Stratégie nationale en matière de littératie financière.	9 273 426	9 737 097 (augmentation de 5 %)	10 243 558

Remarque : 1. Les résultats sont issus de l'Enquête canadienne sur les capacités financières (ECCF) qui est menée tous les cinq ans. La version la plus récente de l'enquête datait de 2019. Cette enquête sera menée tous les ans à partir de janvier 2022. Même si les données de l'ECCF permettant de rendre compte de cet indicateur ne sont pas disponibles pour 2020-2021, des données connexes sont disponibles grâce à notre Enquête sur le bien-être financier lié à la COVID-19. Elles sont présentées ici.

## Engagements du plan d'activités 2020-2021

<b>Priorité no 1 : Renforcer l'efficacité de l'ACFC en matière de réglementation</b>	
<b>Objectifs stratégiques</b>	<b>Résultats</b>
Mettre en œuvre le nouveau Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers dans la <i>Loi sur les banques</i> .	<p>Au cours de l'exercice 2020-2021, l'ACFC a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboré avec les banques et le ministère des Finances pour élaborer des orientations, des règlements, des politiques et des procédures ainsi que des spécifications techniques afin de mettre en œuvre le Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers.</li> <li>• Certaines dispositions sont entrées en vigueur le 30 avril 2020 (voir page 8).</li> </ul>
Mettre en place et moderniser les outils de gestion de l'information et de technologie de l'information pour améliorer les activités de surveillance et de contrôle de l'ACFC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débuté la mise en place de l'infrastructure informatique de base pour permettre le développement d'applications futures pour la gestion des relations avec la clientèle, les données et l'analyse et les outils d'intelligence artificielle.</li> </ul>
Effectuer une surveillance proactive et fondée sur le risque des EFRF. Établir les priorités dans l'affectation des ressources afin de prévoir les risques liés aux pratiques commerciales et devenir un organisme de réglementation plus proactif.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioré la qualité des données et des analyses grâce à l'établissement de profils de pratiques commerciales pour permettre une planification de la surveillance fondée sur le risque.</li> <li>• Réaffecté des ressources consacrées à l'examen prévu de l'industrie vers l'établissement de rapports liés à la COVID (voir page 6).</li> <li>• Renforcé la capacité d'exécution et réduit la charge réglementaire grâce au développement et à l'introduction rapides d'un processus rationalisé de demandes d'admission.</li> </ul>
Créer un secrétariat au sein du Bureau de la commissaire qui renforce la transparence et favorise une collaboration et un engagement efficaces.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créé et doté en personnel un secrétariat pour formaliser le processus juridictionnel.</li> <li>• Élaboré une stratégie d'engagement à l'échelle de l'Agence pour l'engagement et la coordination intergouvernementaux.</li> </ul>

<b>Priorité 2 : Veiller à ce que l'ACFC soit une autorité éclairée et efficace en matière d'éducation financière</b>	
<b>Objectifs stratégiques</b>	<b>Résultats</b>
Renouveler la Stratégie nationale pour la littératie financière du Canada afin de mobiliser et d'engager les secteurs public, privé et à but non lucratif pour renforcer la littératie financière des Canadiennes et de Canadiens.	<p>Au cours de l'exercice 2020-2021, l'ACFC a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participé à des consultations actives avec les intervenants pour informer et développer la stratégie d'éducation financière 2021-2026 (voir page 9).</li> </ul>
Fournir des ressources éducatives novatrices et efficaces pour aider les consommateurs à prendre des décisions financières éclairées et à sélectionner les produits et les services qui leur conviennent le mieux.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaboré une liste et évalué des ressources éducatives internes et externes (contenu Web, outils, programmes) pour trouver les informations efficaces et utiles pour les consommateurs de produits et de services financiers</li> <li>• Collaboré avec d'éminents chercheurs de l'Université de Toronto pour évaluer l'outil de planification budgétaire et définir des idées d'amélioration.</li> <li>• établi un partenariat avec le Social Policy Institute et Intuit mettre en place le projet pilote « Refund to Savings », une intervention visant à inciter les contribuables à adopter un comportement d'épargne.</li> </ul>



<p>Étendre la portée des outils et des programmes éducatifs de l'ACFC en travaillant avec les intervenants afin de s'assurer que les ressources de l'Agence sont largement accessibles aux Canadiennes et aux Canadiens.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisé la communauté des intervenants en littératie financière pour diffuser des informations et des ressources pédagogiques.</li> <li>• Collaboré avec l'Agence du revenu du Canada dans le cadre du Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt sur le revenu.</li> <li>• Collaboré avec l'Association des banquiers canadiens pour créer un webinaire pour les jeunes.</li> <li>• Collaboré avec les membres d'Affiliation of Multicultural Societies and Service Agencies en Colombie-Britannique.</li> <li>• Collaboré avec d'autres ministères et organismes de réglementation, des organisations non gouvernementales et des secteurs de l'industrie, notamment : Emploi et Développement social Canada (programme canadien de prêts aux étudiants), le Bureau du surintendant des faillites, les Forces armées canadiennes, l'Association canadienne des coopératives financières, la Fondation canadienne d'éducation économique et le Carrefour jeunesse-emploi.</li> </ul>
--	--

<b>Priorité no 3 : Investir dans l'avenir</b>	
<b>Objectifs stratégiques</b>	<b>Résultats</b>
<p>Renforcer l'expertise et la capacité à réagir aux nouveaux développements et aux nouvelles tendances et à les anticiper, pour que l'ACFC puisse intervenir rapidement pour protéger les consommateurs, favoriser une saine conduite sur le marché et éclairer les discussions sur la politique en matière de consommation de produits et de services financiers.</p>	<p>Au cours de l'exercice 2020-2021, l'ACFC a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créé de nouvelles directions générales dotées d'une expertise spécifique en matière de politique stratégique et de recherche.</li> <li>• Contribué aux consultations du gouvernement du Canada sur l'élaboration d'un système bancaire ouvert pour le Canada qui comprend une protection uniforme des consommateurs (pour plus de détails, voir la <a href="#">présentation de l'ACFC au Comité consultatif sur un système bancaire ouvert</a>).</li> <li>• Publié du <a href="#">contenu Web</a> sur les systèmes bancaires ouverts et les applications financières afin de contribuer à l'éducation et à la protection des consommateurs.</li> <li>• Contribué à l'avancement de la protection des données des consommateurs, y compris la cyberprotection, grâce à l'étude des politiques adoptées par les entités sous réglementation et à la réalisation d'une étude comparative internationale sur les pratiques exemplaires.</li> <li>• Soutenu le développement de la nouvelle ressource gouvernementale d'information sur les plaintes des consommateurs (<a href="#">Carrefour des consommateurs</a>).</li> </ul>
<p>Établir une approche globale et intégrée de la fonction de recherche et d'établissement de politiques de l'ACFC afin de s'assurer que l'Agence dispose d'un processus normalisé pour cerner et prioriser la recherche dans tous les secteurs de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créé un plan de recherche intégré, qui propose une feuille de route stratégique pour moderniser les fonctions de recherche et d'établissement de politiques de l'ACFC.</li> <li>• Renouvelé le comité de recherche de l'ACFC et organisé trois réunions.</li> <li>• Élaboré et lancé un concours national pour les étudiants (Bâtir de meilleurs avenir financiers) en collaboration avec le comité de recherche.</li> <li>• Lancé deux enquêtes pour évaluer l'incidence de la COVID-19 sur les consommateurs de produits et de services financiers (voir page 8).</li> </ul>
<p>Mettre en place une approche de communication, de sensibilisation et de mobilisation à l'échelle de l'Agence afin de garantir que nos activités sont bien coordonnées, claires et adaptées aux divers besoins des publics cibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaboré et mis en œuvre un plan d'affaires publiques qui appuie des activités clés.</li> <li>• Revu la présence de l'ACFC sur le Web pour améliorer sa visibilité et l'expérience utilisateur.</li> <li>• Lancé une campagne publicitaire et sur les médias sociaux pour soutenir le mois de la littératie financière (voir page 9).</li> <li>• Contribué à l'élaboration d'un plan de communication de crise pour le secteur financier.</li> </ul>

<p>Établir les bases pour devenir un organisme moderne afin de s'assurer que l'ACFC peut connaître le succès dans l'avenir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminé le réalignement de l'organisation et la dotation en personnel de direction (voir page 3).</li> <li>• Établi et mis en œuvre une stratégie de données et d'analyse qui inclut un cadre de gouvernance.</li> <li>• Formalisé une fonction d'évaluation interne pour s'assurer que les programmes et les processus sont toujours pertinents, efficaces et efficaces.</li> <li>• Planifié un projet de modernisation du lieu de travail comprenant le réaménagement des locaux de l'Agence à Ottawa et l'ouverture d'un bureau à Toronto.</li> <li>• Développé un modèle de travail hybride comprenant un régime de travail flexible et à distance.</li> <li>• Élaboré un plan stratégique quinquennal pour soutenir la planification des activités et la hiérarchisation des ressources (ses quatre objectifs stratégiques ont été publiés avec le plan d'activités 2021-2022 et le rapport complet sera publié en 2021).</li> <li>• Mis à jour l'intranet de l'Agence pour améliorer la communication et l'échange d'informations entre les employés.</li> </ul>
---	---

<b>Priorité no 4 : Tirer parti de la diversité des talents de l'ACFC</b>	
<b>Objectifs stratégiques</b>	<b>Résultats</b>
<p>Attirer et maintenir en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, diversifiée et engagée et veiller à son perfectionnement en élaborant et en fournissant des programmes et des services de ressources humaines qui visent à maximiser les contributions et le potentiel des employés.</p>	<p>Au cours de l'exercice 2020-2021, l'ACFC a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivi la mise en œuvre du plan d'action triennal en réponse aux résultats du Sondage auprès des fonctionnaires fédéraux, qui vise à renforcer le leadership, à maximiser le rendement et le perfectionnement, à ancrer les valeurs et l'éthique et à maintenir l'engagement des employés.</li> <li>• Amélioré les communications internes et l'engagement grâce à la fréquence accrue des séances de discussion ouverte à l'échelle de l'Agence, au lancement d'un nouvel intranet, à la publication régulière de bulletins à l'intention des employés, à une nouvelle série d'apprentissage ACFC 101 et à la création de nouveaux outils et ressources de socialisation organisationnelle.</li> <li>• Renforcé les pratiques de gestion des talents par l'analyse des plans d'apprentissage des employés afin de déterminer les besoins de formation à l'échelle de l'Agence et par la mise à la disposition des employés de plus d'options en matière de perfectionnement professionnel et de formation.</li> </ul>
<p>Renforcer les éléments fondamentaux d'un lieu de travail sain, respectueux et favorisant l'autonomie qui tire parti de la richesse du bilinguisme et de la diversité et qui améliore le rendement de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créé un poste de champion pour la diversité, l'inclusion et le bilinguisme, occupé par la commissaire, afin de souligner l'importance et le leadership concernant ces questions.</li> <li>• Créé un calendrier de conférenciers invités, d'activités, d'engagements et de possibilités de reconnaissance et d'apprentissage pour les questions liées à la diversité, à l'inclusion et au bilinguisme.</li> <li>• Lancé un plan d'action pour la santé mentale et le mieux-être (les principales activités comprennent la promotion de la santé mentale et du mieux-être dans le cadre de la Semaine de la santé mentale, de la Semaine de sensibilisation aux maladies mentales, de Bell Cause pour la cause et des campagnes trimestrielles LifeSpeak).</li> <li>• Donné à des gestionnaires et des employés accès à une formation assurée par la Commission de la santé mentale du Canada</li> <li>• Transmis des ressources supplémentaires pour renforcer la sensibilisation, les compétences et la confiance dans la promotion de la santé mentale, ainsi que dans la détermination et la résolution des problèmes connexes, en particulier ceux associés à la pandémie de COVID-19.</li> </ul>