DEUXIÈME ÉDITION DU FORUM SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS :

UNE APPROCHE COLLABORATIVE À L'ÉGARD DES MENACES, POSSIBILITÉS ET PRATIQUES EXEMPLAIRES LIÉES À L'IA

ATELIER 4 – BIEN-ÊTRE FINANCIER ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS

DÉCEMBRE 2025

GLOBAL RISK INSTITUTE

Agence de la consommation en matière financière du Canada

Financial Consumer Agency of Canada

> Cet atelier est une façon de vérifier que l'innovation sur les marchés financiers est non seulement tournée vers l'avenir et efficace, mais aussi fondée sur l'équité, la transparence et un engagement ferme envers la protection des consommateurs.
>
> Shereen Benzvy Miller, commissaire
> Agence de la consommation en matière financière du Canada, novembre 2025

AVANT-PROPOS

Le 13 novembre 2025, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) et le Global Risk Institute (GRI) ont organisé le quatrième atelier de la deuxième édition du Forum de l'industrie financière sur l'intelligence artificielle (FIASSF II) : Une approche collaborative à l'égard des menaces, possibilités et pratiques exemplaires liées à l'IA. Cet événement consacré au bien-être financier, à la protection des consommateurs et à l'intelligence artificielle (IA) s'inscrivait dans le cadre d'une initiative de collaboration plus large, lancée en 2022, visant à examiner les possibilités et les risques liés à l'IA dans le secteur financier.

Le FIASSF II s'articulait autour de quatre ateliers. Le premier, qui a eu lieu en mai 2025, était présenté par le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF), le ministère des Finances Canada (Finances Canada) et le GRI. Il portait sur les possibilités, les menaces et les risques liés à l'IA en matière de sécurité et de cybersécurité. Le rapport présentant les différents points de vue des participants peut être consulté en cliquant ici. Les deux ateliers suivants ont eu lieu en octobre 2025 : le deuxième, organisé conjointement par le Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada (CANAFE) et le GRI, avait pour thème la criminalité financière optimisée par l'IA (rapport disponible ici), tandis que le troisième atelier, organisé conjointement par le BSIF, la Banque du Canada, Finances Canada et le GRI, portait sur l'IA et les risques pour la stabilité financière au Canada (rapport disponible ici).

Ce quatrième atelier a réuni plus de 55 experts canadiens et internationaux issus d'organisations de consommateurs, du secteur financier, d'organismes de surveillance et de réglementation fédéraux et provinciaux, ainsi que du milieu universitaire. L'objectif était de réfléchir aux conséquences de l'IA sur le bien-être financier et la résilience des consommateurs, en mettant l'accent sur la protection des consommateurs.

Pour déterminer dans quelle mesure les consommateurs sont protégés et conservent leur liberté de choix lorsque l'IA est utilisée de manière responsable dans les services financiers, le GRI et l'ACFC ont demandé aux participants à l'atelier de donner leur avis sur les points suivants :

- Utilisation de l'IA dans le secteur financier et ses répercussions sur les consommateurs
- Façons dont l'IA peut contribuer au bien-être et à la résilience des consommateurs (protection des consommateurs, finance inclusive, littératie financière, etc.)
- Risques liés à l'IA, mesures d'atténuation et pratiques exemplaires en matière de protection des consommateurs
- Occasions de collaboration entre les principaux partenaires et stratégies de protection des consommateurs connexes

Un rapport définitif présentant les conclusions et les leçons tirées des quatre ateliers du FIASSF II sera publié au printemps 2026. L'ACFC et le GRI remercient sincèrement tous les participants et conférenciers pour leur participation à ce dialogue collaboratif.

Institut du risque mondial

Agence de la consommation en matière financière du Canada

INCIDENCE DE L'ADOPTION DE L'IA SUR LE BIEN-ÊTRE FINANCIER ET LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

L'adoption de l'IA présente à la fois des avantages et des risques pour les consommateurs et le secteur financier. Les conférenciers et les participants à ce dernier atelier du FIASSF II se sont penchés sur la mesure dans laquelle l'adoption de l'IA par le secteur financier pourrait accentuer les risques existants pour les consommateurs. Ces risques englobent notamment la présence de biais contre certaines populations dans les algorithmes utilisés par l'IA, l'exclusion systémique due à des produits mal conçus ou à une connaissance limitée de l'IA, ainsi que les dommages financiers causés par les fraudes et les escroqueries en ligne de plus en plus fréquentes et efficaces.

D'un autre côté, l'IA peut également être utilisée pour favoriser l'inclusion financière. Les participants ont noté que, même si les Canadiens et les Canadiennes mettent du temps à adopter l'IA (une source a indiqué que seuls un tiers d'entre eux l'utilisent actuellement), cette technologie promet de « démocratiser » l'accès aux services financiers en offrant des produits et des services de plus en plus personnalisés, des options « libre-service » et des conseils d'investissement plus complets.

Les effets d'une telle démocratisation permettraient de surmonter les obstacles liés à l'éducation, aux revenus et à la langue, qui limitent souvent l'inclusion financière. En rendant l'information plus claire et accessible, l'IA permet à un plus grand nombre de personnes d'y avoir accès. Cette technologie permet de faire des divulgations et de communiquer de l'information sur les produits dans un langage simple, de fournir une assistance au moyen de services de traduction axés sur la simplicité, de résumer des documents longs et complexes, et de proposer des outils permettant de comparer les produits et les prix.

Les participants ont retenu trois principes clés pour soutenir l'adoption de l'IA et protéger les consommateurs :

- *Inclusion dès la conception* - Les institutions financières devraient tenir compte d'emblée des intérêts et des droits des consommateurs dans la conception et le développement des produits et services basés sur l'IA.
- *Innovation et résilience* - Les consommateurs sont gagnants lorsque leur pays jouit d'un secteur financier innovateur et résilient.
- *Connaissances en matière d'IA* - Il est essentiel de tirer parti de l'écosystème financier pour améliorer les connaissances des consommateurs et du secteur financier en matière d'IA de manière à favoriser l'accès, l'inclusion et la protection des consommateurs, et, à terme, à soutenir le bien-être financier des Canadiens et des Canadiennes.

L'IA devrait permettre au secteur financier de réaliser des gains d'efficacité opérationnelle, ce qui pourrait réduire les coûts et, dans certains cas, faire baisser les prix pour les consommateurs. Au-delà des économies réalisées, l'IA a le potentiel de stimuler la concurrence, offrant ainsi des avantages supplémentaires aux consommateurs. Ces avancées seront probablement accélérées par l'adoption de modèles bancaires « ouverts » ou axés sur le consommateur. Par contre, une concurrence accrue dans le domaine

des technologies financières signifie que la protection des consommateurs, notamment en matière de respect de la vie privée et de sécurité des données, devra rester une priorité absolue pour conserver la confiance des consommateurs.

La possibilité d'un déséquilibre sur le marché était l'une des principales préoccupations exprimées dans le cadre de l'atelier. Les grandes organisations, celles qui disposent des ressources nécessaires pour investir dans l'IA ou qui sont déjà des chefs de file dans ce domaine, pourraient être nettement avantagées par rapport aux petites organisations. En effet, les petites organisations pourraient avoir du mal à rester compétitives, risquant ainsi de perdre des parts de marché, voire même de disparaître. Ce déséquilibre pourrait finalement réduire la concurrence sur le marché, limitant ainsi le choix des consommateurs et l'innovation.

À l'inverse, certains participants ont fait remarquer que l'accessibilité croissante de l'IA pourrait aider les petites organisations à surmonter les obstacles habituels. En étant facilement disponibles, les outils d'IA leur donneraient accès à des capacités avancées auparavant limitées aux grandes organisations, ce qui égaliserait potentiellement les chances en matière de concurrence.

Même si les questions de confidentialité ne figuraient pas au programme de l'atelier, les participants ont reconnu la nécessité de continuer à développer des cadres de protection de la vie privée dans un contexte de transformation continue du secteur financier par l'IA.

Risques et obstacles en matière de bien-être financier et de protection des consommateurs

Si l'adoption de l'IA par le secteur financier canadien promet d'apporter des avantages considérables aux consommateurs, elle pourrait également s'accompagner de risques et d'obstacles supplémentaires qui devront faire l'objet d'une gestion et de mesures d'atténuation rigoureuses.

1. Transparence, explicabilité et responsabilité

L'IA est de plus en plus présente dans les opérations internes de nombreuses institutions financières canadiennes. La prochaine étape devrait inclure un élargissement rapide de cette technologie aux produits et services destinés aux consommateurs. Les consommateurs utilisent de plus en plus les outils et systèmes d'IA pour obtenir des recommandations de produits et services, des conseils en matière d'investissement ou un soutien de base fourni par des robots conversationnels. Les institutions financières doivent donc fournir davantage d'informations aux consommateurs sur ces technologies et sur la manière de contester les décisions prises par l'IA en cas de désaccord. Les institutions tournées vers l'avenir devraient considérer la responsabilité d'informer les consommateurs non pas comme une obligation réglementaire, mais comme un avantage stratégique et un facteur clé de différenciation pour gagner leur confiance.

i) Divulgation et consentement

Les institutions financières ne sont généralement pas tenues de divulguer les différentes instances où les consommateurs interagissent avec un système ou un outil d'IA. Alors que l'adoption de l'IA se généralise dans le secteur financier, les consommateurs peuvent ignorer à quel point elle influence le soutien à la clientèle, les recommandations de produits ou de services ou les décisions en matière de crédit et de souscription. Ils peuvent avoir du mal à repérer la présence de systèmes optimisés par l'IA qui rendent des décisions en matière de crédit et de souscription ou qui fournissent des conseils en investissement. Il peut également être difficile pour eux de détecter quand des systèmes basés sur l'IA fournissent des conseils en matière d'investissement ou prennent des décisions de crédit, en particulier lorsqu'il n'y a pas de capacité d'intervention humaine dans le processus. En l'absence de mesures de responsabilisation strictes et de pratiques de divulgation claires, ces avancées représentent un risque émergent en matière de protection des consommateurs qui pourrait fragiliser la confiance du public.

L'intégration croissante de l'IA dans les systèmes des institutions s'accompagne aussi de préoccupations liées au consentement. Certains consommateurs pourraient être réticents à accepter l'utilisation d'un outil ou d'un système d'IA dans le cadre de la fourniture de produits ou services financiers. Cependant, l'adoption croissante de l'IA par les grandes institutions pourrait limiter considérablement la capacité de refus des consommateurs, soulevant ainsi d'importantes questions quant au consentement. Par ailleurs, ce « refus » peut avoir différentes significations selon les consommateurs. Si certains consommateurs souhaitent éviter toute intervention de l'IA, d'autres peuvent accepter qu'elle soit utilisée en arrière-plan, pourvu que les échanges directs se fassent toujours avec un être humain.

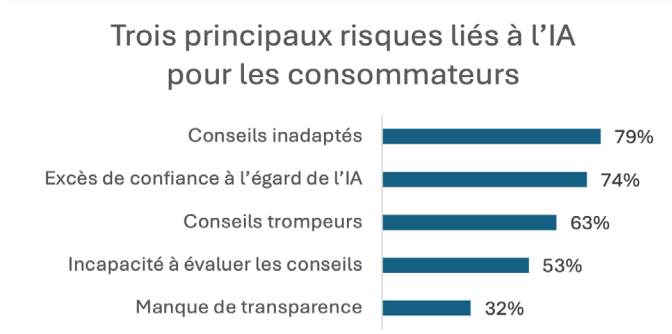
Certains participants à l'atelier ont remis en question l'efficacité d'une approche « universelle » en matière d'obligation de divulgation ou de consentement. Ils suggèrent d'adapter les règles de divulgation en fonction de la nature et des risques liés à une application donnée de l'IA. Les participants ont cité la norme britannique d'enregistrement de la transparence des algorithmes (Algorithmic Transparency Recording Standard) comme exemple de modèle de divulgation. Cette norme fixe des règles obligeant les organismes du secteur public à expliquer ouvertement comment et où l'IA est utilisée.

ii) Explicabilité

Interrogés lors de l'atelier, les participants ont relevé trois risques clés pour les consommateurs qui reçoivent des conseils financiers basés sur l'IA :

1. Conseils générés par l'IA qui ne correspondent pas aux intérêts des consommateurs
2. Excès de confiance à l'égard des conseils générés par l'IA
3. Mauvaise qualité ou caractère trompeur des conseils générés par l'IA

Figure 1 : Sondage auprès des participants, 13 novembre 2025. La somme des pourcentages n'atteint pas 100, car les répondants pouvaient sélectionner jusqu'à trois options.



Pour conserver la confiance des consommateurs, il est essentiel de pouvoir expliquer les décisions et les résultats générés par les systèmes d'IA. La nature opaque de certains processus décisionnels basés sur l'IA peut fragiliser cette confiance et créer des ambiguïtés en matière de responsabilité, notamment lorsque les décisions automatisées sont perçues comme ayant une incidence négative sur l'accès des consommateurs aux produits et services ou sur leur bien-être financier. Lorsque le secteur financier n'est pas en mesure d'expliquer de manière adéquate les décisions ou les résultats d'un système basé sur l'IA (qu'il s'agisse d'octroi de crédit, de souscription d'assurance ou de conseil en investissement) aux organismes de réglementation ou aux consommateurs, la confiance envers ce système s'effrite. Si l'explicabilité représente un enjeu dans le cas des applications d'IA générative, elle deviendra encore plus ardue à mesure de l'adoption par le secteur financier canadien d'outils et de systèmes d'IA agentive.

Il existe tout un spectre d'explicabilité, et les participants ont noté que des techniques comme les méthodes de traçage du raisonnement (communément appelées « chaîne de pensée ») peuvent donner un aperçu des processus décisionnels des grands modèles de langage (GML). Les institutions financières devraient continuer à suivre les avancées de la recherche sur l'explicabilité afin d'identifier les approches qui répondent aux besoins en matière de réglementation, de gestion des risques et d'exploitation. Les participants ont souligné que les institutions financières se devaient de renforcer les connaissances et les compétences de leurs employés en matière d'IA, pour qu'ils soient en mesure d'expliquer clairement aux consommateurs le rôle de l'IA dans les produits et services et ainsi leur permettre de prendre des décisions éclairées.

iii) Responsabilité, traitement des plaintes et recours

Les institutions financières adoptent de plus en plus les outils et systèmes d'IA, mais leurs cadres existants en matière de responsabilité, de résolution des plaintes et de recours ne suivent pas nécessairement le rythme de l'évolution des risques auxquels sont exposés les consommateurs, ce qui crée des lacunes en matière de responsabilité et augmente le risque de conséquences négatives pour les consommateurs. La question de la responsabilité devient de plus en plus complexe lorsque les consommateurs choisissent des produits ou services financiers en libre-service assistés par l'IA, puisqu'ils sont alors plus susceptibles d'assumer le risque.

Mesures d'atténuation possibles

En ce qui a trait aux risques émergents liés à l'adoption de l'IA dans les services financiers, les participants ont discuté de plusieurs stratégies d'atténuation visant à renforcer la transparence et la responsabilité. Ces mesures seraient axées sur la divulgation claire de l'information, le maintien d'une surveillance humaine dans le cas de décisions importantes, une meilleure connaissance du sujet par les consommateurs et l'adaptation des mécanismes de recours à un environnement fondé sur l'IA.

1. Renforcer les cadres de divulgation « fondés sur des principes » et rédigés dans un langage simple, accessible et compréhensible pour le consommateur moyen de produits et services financiers.
2. Établir des lignes directrices claires en matière de responsabilité pour les questions ayant une incidence importante pour les consommateurs, de sorte que l'approche « avec intervention humaine » soit privilégiée pour résoudre les problèmes et clarifier les décisions plutôt que le recours exclusif à des outils basés sur l'IA.
3. Communiquer efficacement, expliquer et divulguer les limites du droit qu'ont les clients de refuser les produits, les services et le soutien à la clientèle fondés sur l'IA.
4. Exiger la formation continue et le perfectionnement des employés pour combler les lacunes potentielles en matière d'explicabilité.
5. Explorer la possibilité d'améliorer les mécanismes de recours et d'application dans le but de garantir leur efficacité face aux risques liés à l'IA pour les consommateurs.

2. *Adoption de l'IA - Risques associés à une amélioration des résultats pour les consommateurs*

La confiance est le fondement de la relation entre les consommateurs et les acteurs du secteur financier. Pour renforcer cette confiance, les institutions financières doivent garantir la qualité et l'intégrité des données, se prémunir contre les biais et atténuer les risques liés à une dépendance excessive à l'égard d'un petit nombre de fournisseurs de technologies (c'est-à-dire la concentration des tiers) qui peut créer des vulnérabilités systémiques. Par la prise de mesures visant à atténuer ces risques, les produits et services améliorés par l'IA peuvent donner de meilleurs résultats pour les consommateurs et renforcer la confiance envers le système financier.

i) Intégrité et qualité des données

Si les données utilisées pour entraîner ou exécuter des modèles à des fins d'évaluation de solvabilité, de souscription d'assurance ou de fourniture de produits et services sur mesure sont inexactes ou peu fiables, le recours à l'IA augmente les risques pour les consommateurs. Les cadres de gouvernance des données doivent suivre le rythme de l'adoption de l'IA, autrement l'intégrité des données d'une institution risque d'être compromise. Par ailleurs, le stockage des données des consommateurs à l'étranger vient intensifier les préoccupations en matière de souveraineté et les risques relatifs à la vie privée des consommateurs, et peut compliquer la surveillance réglementaire.

ii) Biais des modèles et exclusion algorithmique

L'adoption de l'IA présente des risques de biais potentiels dans les algorithmes utilisés pour les décisions de crédit, de souscription d'assurance et d'autres décisions prises à l'aide d'outils technologiques. Les modèles basés sur des données historiques risquent de désavantager systématiquement les consommateurs avec des antécédents financiers limités ou incomplets. Le manque de transparence ou la nature en boîte noire de ces modèles rend difficile de savoir comment et pourquoi les décisions sont prises. Les consommateurs pourraient alors douter de l'impartialité et de la responsabilité des institutions financières.

Les modèles basés principalement sur des données en anglais pourraient ne pas offrir des conseils adaptés ou produire des résultats qui répondent efficacement aux besoins diversifiés des consommateurs multilingues et multiculturels de services financiers au Canada.

iii) Tiers, concentration et pouvoir de marché

La concentration des capacités d'IA entre les mains d'un petit nombre de fournisseurs crée des vulnérabilités systémiques et augmente le risque de biais dans les modèles et les algorithmes utilisés par les consommateurs. Certains participants à l'atelier se sont dits préoccupés par la possibilité qu'une forte dépendance du secteur financier à l'égard d'un nombre limité de modèles, de sources de données et de prestataires de services d'IA puisse donner l'impression que les décisions financières clés sont prises par des tiers plutôt que par l'institution financière elle-même. Cela pourrait éroder la confiance des consommateurs et nuire à la réputation de l'institution, même si celle-ci reste imputable.

Mesures d'atténuation possibles

1. Assurer une surveillance adaptée aux risques et des mesures fiables de la qualité des données, notamment par des audits indépendants.
2. Mettre en place des cadres de contrôle pour corriger les biais des modèles et des algorithmes en faisant appel à des équipes de développement issues d'horizons divers.
3. Rendre obligatoires les tests et les audits de biais pour les systèmes d'IA destinés aux consommateurs, ce qui pourrait inclure la certification par un organisme tiers (ISO).
4. Établir des règles de transparence et des mécanismes de recours précis lorsque les résultats pour les consommateurs dépendent d'outils et de services d'IA tiers, y compris des sanctions ou des mécanismes de dédommagement en cas de non conformité ou de préjudice causé aux consommateurs.

3. Accès des consommateurs - L'IA peut exacerber les obstacles existants

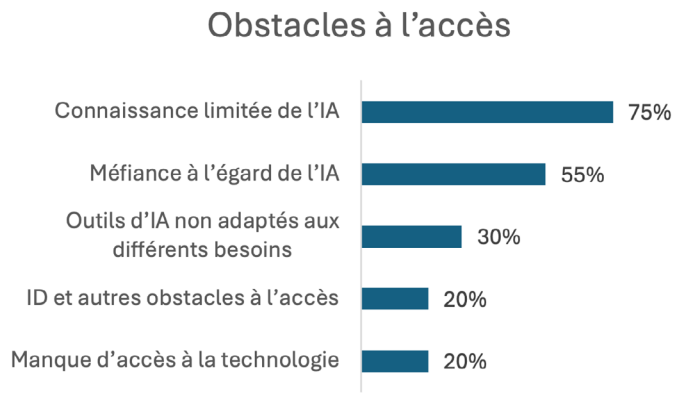
i) Lacunes en matière de connaissances sur l'IA

Lorsqu'ils ont été interrogés à ce sujet, les participants à l'atelier ont classé le faible niveau de connaissances en matière d'IA et la méfiance à l'égard de cette technologie comme les deux principaux obstacles à l'inclusion financière et à l'accès aux services financiers.

Un faible niveau de connaissance en matière d'IA peut considérablement limiter la compréhension des consommateurs et les empêcher de tirer parti des produits et services financiers améliorés par l'IA. Cela peut également augmenter le risque de préjudice financier grave lié à la fraude en ligne

et à d'autres crimes financiers. Le manque de connaissances sur le sujet pourrait creuser le fossé numérique pour les individus et les communautés qui n'ont pas accès aux technologies numériques appropriées.

Figure 2: Sondage auprès des participants, 13 novembre 2025. La somme des pourcentages n'atteint pas 100, car les répondants pouvaient sélectionner jusqu'à deux options.



À mesure que l'IA se répand au sein du secteur financier, il faut garder à l'esprit que les jeunes consommateurs de services financiers risquent d'être plus à l'aise avec cette technologie. Le faible niveau de connaissance de l'IA chez certains utilisateurs plus âgés pourrait créer des obstacles à l'accès. Il est donc essentiel de prendre des mesures proactives pour garantir un accès équitable.

ii) Fossé numérique

La marginalisation involontairement par l'IA de certains consommateurs demeure une possibilité lorsque les produits ou services exigent un niveau élevé de connectivité ou sont plus coûteux. Au Canada, les inégalités d'accès aux infrastructures numériques sont courantes dans les zones rurales et isolées. Les disparités sociales et financières influent sur la capacité de bon nombre de Canadiens et Canadienne (notamment les particuliers et les ménages à faible revenu, les nouveaux arrivants au Canada, les communautés autochtones et certaines personnes en situation de handicap) à accéder aux produits et services financiers. L'IA pourrait également nécessiter la maîtrise de flux de travail numériques avec lesquels les consommateurs sont peu familiers. Pour certains Canadiens et certaines Canadiennes, notamment les personnes âgées, les personnes en situation de handicap ou les personnes moins à l'aise avec la technologie, cela risque de créer des obstacles supplémentaires.

Mesures d'atténuation possibles

Les participants à l'atelier ont discuté de plusieurs stratégies possibles pour surmonter les obstacles à l'inclusion financière et à l'accès aux services financiers que l'adoption de l'IA pourrait venir intensifier. Ces idées sont axées sur la réduction des risques liés au faible niveau de connaissance en matière d'IA et au fossé numérique, ainsi que sur la promotion d'un accès équitable aux produits et services financiers améliorés par l'IA.

1. Intégrer dès le départ les principes d'inclusion dans le développement de produits et services améliorés par l'IA, en veillant à ce qu'ils répondent aux divers besoins des consommateurs (« inclusion dès la conception »).
2. Évaluer le rôle possible des services financiers « ouverts » ou « axés sur le consommateur », en prêtant attention aux risques liés à la confidentialité et à la sécurité.
3. Utiliser des outils d'IA pour simplifier les interfaces et réduire les obstacles technologiques, ainsi que pour surmonter les barrières linguistiques ou d'autre nature qui entravent l'accès aux services financiers.
4. Intégrer des notions d'IA aux curriculums scolaires.

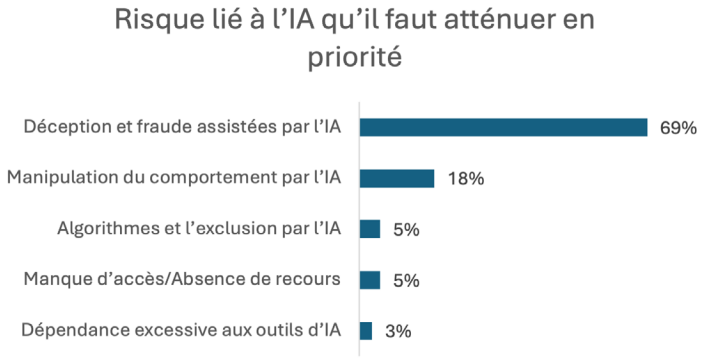
4. *Confiance des consommateurs et fraude optimisée par l'IA*

Les consommateurs canadiens font généralement preuve d'une grande confiance envers leurs institutions financières. Cependant, la prolifération des menaces en ligne liées à l'IA apporte son lot de nouveaux défis. Les consommateurs ont parfois du mal à faire la distinction entre les informations authentiques et frauduleuses, et certains peuvent avoir l'impression que les institutions financières cherchent à se soustraire à leurs responsabilités. Ces facteurs peuvent éroder la confiance envers le secteur financier.

L'adoption croissante de l'IA et l'utilisation à des fins frauduleuses des technologies optimisées par l'IA représentent un risque financier immédiat pour les consommateurs.

Lorsqu'ils ont été interrogés pendant l'atelier sur la meilleure façon d'améliorer la protection des consommateurs dans un écosystème financier optimisé par l'IA, près de 70 % des participants ont répondu que la priorité absolue était de réduire la fréquence et l'efficacité des fraudes en ligne. Ce constat met en évidence le besoin urgent de développer des stratégies ciblées pour lutter contre la fraude liée à l'IA et préserver la confiance des consommateurs.

Figure 3: Sondage auprès des participants, 13 novembre 2025.



Les premiers rapports des deux ateliers initiaux du FIASSF II, qui étaient consacrés à la sécurité et à la cybersécurité, ainsi qu'à la criminalité financière, traitent plus en profondeur les menaces en ligne liées à l'IA auxquelles sont confrontés les consommateurs (Cybersécurité et Crimes financiers).

Mesures d'atténuation possibles

1. « Combattre l'IA avec l'IA » en mettant en œuvre des outils de détection des fraudes en temps réel basés sur l'IA.
2. Établir des procédures de mise en commun de l'information pour l'écosystème financier et les organisations de cybersécurité, en vue de permettre la communication en temps réel de renseignements sur les nouvelles cybermenaces.
3. Mettre l'accent sur l'importance de mener et de financer des campagnes de sensibilisation des consommateurs à l'IA et aux risques connexes.

5. *Harmonisation de la réglementation entre les administrations*

La surveillance du respect des droits des consommateurs au Canada est actuellement assurée conjointement par 14 administrations (le gouvernement fédéral, dix provinces et trois territoires). Le manque d'uniformité des règles entre ces administrations peut réduire l'efficacité de la réglementation, créer des disparités en matière de protection des consommateurs et freiner l'innovation dans le secteur financier. Une telle fragmentation pourrait décourager les institutions financières qui souhaitent proposer certains services basés sur l'IA. Cela pourrait limiter l'accès des consommateurs aux produits et services financiers, augmentant ainsi leur vulnérabilité à mesure que l'adoption de l'IA s'accélère dans le secteur financier.

Les obligations réglementaires, y compris les exigences en matière de protection des consommateurs, peuvent parfois être perçues comme des freins à l'innovation. Les institutions financières pourraient être frileuses à l'idée d'investir dans l'IA ou d'en faire usage si des incertitudes subsistent quant aux obligations en matière de conformité ou aux mesures réglementaires potentielles. Bien que la prudence en matière d'adoption de l'IA puisse aider à gérer les risques, elle retarde également les avantages que les services financiers basés sur l'IA peuvent apporter aux consommateurs. Il est donc nécessaire de mettre en place des cadres réglementaires qui soutiennent l'innovation responsable.

Le risque pour les consommateurs peut également augmenter lorsque de nouveaux prestataires financiers non réglementés font leur entrée sur le marché sans être soumis aux normes existantes en matière de protection des consommateurs ou à d'autres normes réglementaires.

Mesures d'atténuation possibles

1. Faire avancer les efforts d'harmonisation de la surveillance de l'IA au sein des différentes administrations du pays.
2. Renforcer la collaboration et créer des occasions réglementaires favorisant l'innovation, y compris les environnements de bac à sable, en vue de permettre la détection précoce des risques et la mise en place de mesures d'atténuation.
3. Trouver des moyens d'étendre le cadre de surveillance de la protection des consommateurs aux entités qui ne sont actuellement pas couvertes, comme les nouveaux venus sur le marché et, le cas échéant, les prestataires de services tiers utilisés par les institutions financières.

Occasions d'améliorer le bien-être financier et la protection des consommateurs

> Voilà le genre d'innovation responsable que nous souhaitons : de l'innovation qui responsabilise les consommateurs, sans les exclure ni leur nuire.
>
> Shereen Benzvy Miller, commissaire
> Agence de la consommation en matière financière du Canada, novembre 2025

L'innovation en matière d'IA dans le secteur financier a le potentiel d'améliorer le bien-être financier des consommateurs et d'élargir l'accès à des produits et services financiers adaptés, à condition que les intérêts des consommateurs soient prioritaires et que des mesures de protection efficaces soient mises en place pour gérer les risques. Les participants à l'atelier ont cerné plusieurs façons de favoriser l'adoption accélérée de l'IA et l'innovation, tout en assurant la protection des consommateurs.

Priorité aux obligations fondamentales

Les institutions financières doivent continuer d'accorder une attention particulière à leurs obligations fondamentales en matière de protection des consommateurs, notamment par rapport à la divulgation, au consentement et à la transparence. Il est essentiel de disposer de cadres solides de gestion des risques et de gouvernance pour préserver le bien-être financier et la confiance des consommateurs. Dans le même ordre d'idées, les équipes de direction et les conseils d'administration devraient être tenus de veiller à ce que les cadres de gouvernance évoluent pour tenir compte des risques nouveaux ou émergents liés à l'adoption de l'IA.

Inclusion dès la conception

Les institutions financières canadiennes peuvent viser une responsabilisation accrue en intégrant le principe de l'inclusion dès la conception dans le développement de produits et services améliorés par l'IA. Dans le contexte de la prolifération de l'IA générative et de l'émergence des services d'IA agentive, cette approche revêt une importance particulière. Prioriser d'emblée l'accessibilité et l'équité aidera à répondre aux attentes en matière de responsabilité et à renforcer la confiance.

Initiative nationale de littératie en IA

Tous les participants à l'atelier ont convenu de la nécessité de combler les lacunes en matière de connaissances sur l'IA des consommateurs canadiens et au sein des institutions financières. À cette fin, ils ont réclamé la mise en place d'un programme national de littératie en IA. L'importance d'intégrer des notions d'IA aux curriculums scolaires a également été soulignée. En ayant une meilleure connaissance de l'IA, le personnel des institutions financières sera plus à même de fournir aux consommateurs des informations précises, appropriées et opportunes sur les produits et services financiers, y compris sur le rôle que l'IA peut jouer.

Harmonisation de la surveillance de l'IA

L'une des solutions proposées pour renforcer la protection des consommateurs et limiter les risques liés à l'adoption de l'IA consiste à harmoniser la surveillance de l'IA au sein des 14 administrations canadiennes. Les participants estiment également que les consommateurs pourraient être mieux servis si les lois sur la protection de la vie privée étaient mises à jour pour refléter les changements induits par l'économie numérique. Ils se sont déclarés très favorables à ce que le champ d'application de la surveillance en matière de protection des consommateurs soit étendu aux nouveaux acteurs non réglementés du marché des services financiers.

Faisabilité de différents niveaux de divulgation

De nombreux participants à l'atelier ont fait remarquer que les exigences actuelles en matière de divulgation sont souvent considérées comme « rédigées par des avocats, pour des avocats ». Selon eux, des divulgations adaptées et propres au contexte seraient plus efficaces que des méthodes génériques et uniformisées. Beaucoup étaient favorables à un système de niveaux de divulgation qui proposerait différents degrés de détail (allant d'un simple résumé général à des données exhaustives similaires à celles actuellement fournies) en fonction des besoins particuliers de chaque consommateur en matière d'information. Les participants ont insisté sur l'importance d'utiliser un langage clair dans toutes les divulgations.

Collaboration accrue entre les différents piliers

Les participants ont souligné que la mise en commun coordonnée de l'information au sein de l'écosystème financier et avec le secteur technologique (y compris les organisations de cybersécurité) soutient les efforts déployés pour améliorer le bien être financier des consommateurs. Ils reconnaissent la valeur d'initiatives comme le FIASSF, qui permettent de mettre les connaissances en commun et de sensibiliser les acteurs du secteur et les autres intervenants aux risques et aux obstacles auxquels sont confrontés les consommateurs de produits et de services financiers. L'accent continu mis sur la collaboration permet une coordination continue entre les organisations de réglementation, les institutions financières, le milieu universitaire et les chercheurs, les entreprises technologiques concernées et les groupes de protection du consommateur. Les discussions futures pourraient porter sur l'élaboration de normes, la mise en commun d'informations et de données, et la promotion de connaissances sur l'IA.

Vérification numérique de l'identité

Les participants à l'atelier décrivent la vérification numérique de l'identité comme un outil essentiel pour réduire les risques financiers liés à la fraude en ligne et aux crimes financiers ciblant les consommateurs. Elle ajouterait une couche de protection de la sécurité de l'information dans le système actuel.

Mise en œuvre : coûts et modèles de financement

Des investissements considérables seront nécessaires pour mener à bien l'ambitieux programme présenté dans ce rapport (programmes nationaux de littératie en IA, harmonisation de la réglementation, renforcement des capacités de surveillance et transformation du secteur). Les participants à l'atelier considèrent que l'absence de modèles de financement clairs constitue un obstacle majeur à la mise en œuvre. En l'absence d'engagements financiers explicites, les possibilités soulevées risquent de demeurer théoriques plutôt que concrètes. Les participants à l'atelier ont fait valoir que le coût de l'inaction (pertes dues à la fraude, coûts d'exclusion et érosion de la confiance) dépasse largement l'investissement nécessaire pour assurer une protection proactive des consommateurs.

PROCHAINES ÉTAPES

Ce quatrième atelier sur le bien-être financier et la protection des consommateurs vient conclure la deuxième édition du FIASSF. Les quelque 150 participants à l'atelier se sont penchés sur divers thèmes, à savoir la sécurité et la cybersécurité, les crimes financiers, les défis rencontrés par les consommateurs et la stabilité financière dans le contexte de l'adoption de l'IA, et sont parvenus à cerner les principaux risques, des stratégies d'atténuation efficaces de même que des occasions de promouvoir une innovation responsable en matière d'IA et une gestion saine des risques au sein du secteur financier canadien.

Un rapport résumant les points de vue exprimés lors des quatre ateliers du forum sera publié au printemps 2026.

Les responsables des quatre ateliers tiennent à remercier sincèrement les conférenciers, les membres des groupes spéciaux et les participants pour leur participation active.

Avis :

Le présent rapport reflète les opinions et les idées des conférenciers et des participants du FIASSF.

Son contenu ne doit pas être interprété comme des directives de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) ou d'un autre organisme de réglementation, et il ne reflète pas nécessairement leurs points de vue actuel ou futur.

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, 2025

Deuxième édition du Forum sur l'intelligence artificielle dans le secteur des services financiers : Une approche collaborative à l'égard des menaces, possibilités et pratiques exemplaires liées à l'IA Atelier 4 - Bien-être financier et protection des consommateurs.
IN4-35/4-2025F-PDF
ISBN 978-0-660-97759-1