



Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Financial Consumer
Agency of Canada



RAPPORT ANNUEL

2021–2022



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 nous à l'adresse suivante :

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

www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere

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

ISSN : 1706-0540

©Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, représenté par la ministre des Finances du Canada, octobre 2022.

Also available in English under the title: Annual Report 2021-2022

Table des matières

Message de la commissaire	1
À propos de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada	3
Environnement opérationnel pour 2021-2022	4
Rétrospective annuelle	6
Objectif stratégique : Être le chef de file national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers.....	6
Objectif stratégique : Renforcer la littératie financière des Canadiens afin de leur permettre de naviguer à travers un monde de plus en plus numérique	9
Objectif stratégique : Être la source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs canadiens de produits et services financiers.....	11
Objectif stratégique : Faciliter l'avenir du travail.....	13
Dépenses et ressources humaines	24
Contactez-nous	25
Annexe A : Résultats ministériels.....	A-1
Responsabilité essentielle n° 1 : Surveillance des entités financières sous réglementation fédérale	A-1
Responsabilité essentielle n° 2 : Amélioration de la littératie financière des Canadiens au moyen de la recherche et de l'éducation et de contributions à l'élaboration de politiques	A-2
Annexe B : Principaux résultats liés aux engagements pris dans le Plan d'activités.....	A-4

Message de la commissaire



Je suis ravie de vous présenter le Rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) pour 2021-2022. Malgré une deuxième année de bouleversements causés par la pandémie de COVID-19, l'ACFC a accompli des progrès importants au chapitre de la protection des consommateurs de produits et services financiers et du renforcement de la littératie financière des Canadiens.

L'ACFC a continué à travailler en étroite collaboration avec les intervenants de l'ensemble de l'écosystème financier afin de mettre en commun les connaissances et les idées, et fournir à la population canadienne des renseignements et outils adaptés au climat d'incertitude économique et à la probabilité plus importante de vivre des difficultés financières dans le contexte de la pandémie. Elle a également coopéré très efficacement avec d'autres organismes de réglementation au Canada et ailleurs dans le monde.

Un tel partage de connaissances est essentiel en cette époque où les consommateurs, le secteur financier et les organismes de réglementation doivent s'adapter à une multitude croissante de services financiers numériques. L'innovation numérique s'est accélérée durant la pandémie et transforme le paysage financier en simplifiant la vie des gens et en leur offrant de nouvelles possibilités, mais présente néanmoins des risques. Nous devons travailler de concert avec les intervenants afin de promouvoir les changements novateurs qui sont avantageux pour tous les Canadiens, y compris les personnes les plus vulnérables.

C'est pourquoi la nouvelle Stratégie nationale pour la littératie financière publiée en juillet 2021 me rend aussi fière. Il s'agit d'un plan quinquennal ambitieux visant à aider les Canadiens à renforcer leur résilience financière dans un monde de plus en plus numérique, notamment en réduisant les obstacles à l'accès aux technologies numériques et en augmentant le soutien à l'égard de la littératie financière. L'ACFC et ses collaborateurs de l'écosystème de partout au Canada vont mesurer les retombées de ces initiatives de littératie financière afin que nous puissions suivre les progrès accomplis, être un moteur de changement, et fixer des objectifs clairs pour l'avenir.

De plus, l'année qui vient de s'écouler a été marquée par les derniers préparatifs pour l'entrée en vigueur, en juin 2022, du nouveau Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers de la *Loi sur les banques*. Le Cadre change fondamentalement la façon dont nous réglementons la protection des consommateurs de produits et services financiers, en délaissant les règles prescriptives au profit d'une approche qui, tout comme la Stratégie nationale pour la littératie financière, est axée sur l'obtention de résultats avantageux pour les consommateurs. Le Cadre confère une plus grande part de responsabilité aux banques à l'égard de la protection des consommateurs, en reconnaissance du fait qu'il s'agit d'une responsabilité partagée qui nécessite un effort collectif.

Le Cadre et la Stratégie nationale mettent tous deux en lumière l'importance cruciale de tenir compte des besoins et des aptitudes des consommateurs dans le cadre de nos efforts visant à protéger les Canadiens et à renforcer leur résilience financière. Ce point de convergence est au cœur de la vision stratégique de l'ACFC d'utiliser l'ensemble de ses outils de réglementation, de recherche, d'éducation

et de littératie financière pour être un chef de file en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers.

Même si nous avons fait beaucoup de chemin, notre regard est résolument tourné vers l'avenir. Je tiens à remercier chaleureusement tous les employés de l'ACFC, qui continuent à s'investir pleinement dans la réalisation de notre mission. Je suis reconnaissante du dévouement dont ils font preuve en cette période de défis extraordinaires. Grâce à la résilience de ses employés ainsi qu'à leur engagement de servir la population canadienne, l'Agence est bien placée pour s'acquitter des responsabilités associées à son mandat, comme elle a promis de le faire.

Judith Robertson

À propos de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada

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 canadiens de produits et de services financiers.

Notre mandat

L'ACFC est un organisme du gouvernement fédéral qui tire son mandat de la [*Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*](#).

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 de services
financiers

Superviser
des entités
réglementées

Éduquer
les Canadiens et
renforcer leurs
connaissances
financières

Nos responsabilités essentielles

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. Elle permet de renforcer leur confiance à l'égard du système financier du Canada.

L'ACFC remplit son mandat en s'acquittant de deux responsabilités essentielles : surveiller les institutions financières et les autres entités financières sous réglementation fédérale (collectivement désignées sous le nom d'entités réglementées), et améliorer la littératie financière des Canadiens en menant des activités de recherche et d'éducation et en contribuant à l'élaboration des politiques. À cette fin, elle s'appuie sur une solide base de services internes. (Voir l'Annexe A pour obtenir de l'information sur les résultats obtenus en lien avec ces responsabilités essentielles.)

Les ressources budgétaires, les employés et les activités de l'Agence s'articulent autour de ces deux responsabilités essentielles. En 2022-2023, l'ACFC passera à une seule responsabilité essentielle — la protection des consommateurs de produits et services financiers — pour mieux rendre compte de son approche intégrée à l'égard de la réalisation de son mandat.

Environnement opérationnel pour 2021-2022

Plan stratégique de l'ACFC : Leadership et innovation au chapitre de la protection des consommateurs de produits et services financiers

L'ACFC a commencé à mettre en œuvre son [plan stratégique quinquennal](#) en 2021-2022. Cette feuille de route ambitieuse décrit la façon dont l'ACFC va réaliser sa vision d'être un chef de file et un innovateur en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers. Elle comprend les quatre objectifs stratégiques suivants, qui guident le travail de l'Agence et forment les pierres angulaires de son Plan d'activités annuel.

1. Être le chef de file national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers

L'ACFC assure un leadership national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers en surveillant efficacement les entités réglementées et en contribuant de manière constructive à l'élaboration des politiques.

2. Renforcer la littératie financière des Canadiens afin de leur permettre de naviguer à travers un monde de plus en plus numérique

À l'aide de ses ressources et outils éducatifs, de la recherche, de l'expérimentation, ainsi que des partenariats et de la collaboration avec les intervenants, l'ACFC renforce la littératie financière des Canadiens afin de les inciter à adopter des comportements financiers et prendre des décisions financières qui sont responsables.

3. Être la source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs canadiens de produits et services financiers

L'ACFC est reconnue par les Canadiens, les partenaires et les intervenants comme une source faisant autorité de renseignements objectifs et fondés sur des données probantes en ce qui concerne la protection des consommateurs de produits et services financiers.

4. Faciliter l'avenir du travail

L'ACFC investit dans son personnel et optimise son milieu de travail et ses processus pour veiller au maintien d'une culture inclusive d'innovation, de collaboration et d'excellence.

Soutien continu apporté aux Canadiens par l'ACFC lors de la pandémie de COVID-19

Tout au long de la pandémie, l'ACFC a surveillé les activités des entités réglementées afin de mieux comprendre les répercussions financières de la pandémie de COVID-19 sur la population canadienne. De plus, elle a régulièrement mis à jour ses ressources destinées aux consommateurs, notamment en créant une [page Web](#) pour les aider à gérer leur argent lors de périodes difficiles.

Cette période de bouleversements a mis en lumière l'importance de collaborer pour maintenir un système financier stable en lequel les Canadiens ont confiance. L'Agence a continué à activement participer à divers forums nationaux et internationaux, comme le [Comité de surveillance des institutions financières](#) et l'[International Financial Consumer Protection Organization](#), pour échanger des renseignements sur les tendances et les nouveaux enjeux et collaborer avec d'autres organismes

de surveillance afin d'améliorer la protection des consommateurs de produits et services financiers et de prôner des normes de surveillance efficaces.

De plus, l'ACFC a mené deux sondages d'opinion publique. L'information recueillie dans le cadre de ce travail de recherche nous a donné une vue d'ensemble de la façon dont les Canadiens ont géré leurs finances durant la pandémie et des répercussions de la pandémie sur leur bien-être financier en général. De plus, ces sondages ont permis à l'ACFC de comparer le bien-être financier des Canadiens pendant cette crise avec leur bien-être financier avant celle-ci au moyen de questions clés de sondages précédents, comme l'Enquête canadienne sur les capacités financières de 2019. Les résultats ont été publiés dans un [tableau de bord](#) en ligne qui a été lancé en avril 2021.

Protection des consommateurs de produits et services financiers dans un secteur des services financiers en évolution

Les innovations technologiques continuent de bouleverser les modèles d'entreprise et d'influencer les habitudes financières des consommateurs, notamment lors de l'achat et de l'utilisation de produits et services financiers. Ces innovations comprennent le système bancaire ouvert, les services bancaires numériques et les initiatives de modernisation des paiements qui offrent aux consommateurs de produits et services financiers un plus grand éventail de choix, des niveaux de personnalisation plus élevés et un meilleur accès en temps réel à leurs finances grâce aux applications mobiles.

Bien que ces innovations aient apporté certains avantages aux consommateurs de produits et services financiers, elles ont aussi contribué à créer de nouveaux risques. Les institutions financières offrent aux consommateurs des produits et services nouveaux et plus complexes, comme les actifs financiers numériques (p. ex., les cryptoactifs) et les produits de financement « Achetez maintenant, payez plus tard », qui ne sont pas soumis au même niveau de surveillance réglementaire que les produits et services financiers traditionnels et dont les risques sont souvent mal compris. De surcroît, l'adoption rapide des innovations technologiques par les consommateurs de produits et services financiers a augmenté le risque de perte financière, de fraude et d'accès non autorisé aux données personnelles.

Dans cet environnement complexe pour les consommateurs, l'ACFC a continué à mener des recherches sur de nouveaux enjeux, et elle a formulé des commentaires sur les politiques et travaillé en étroite collaboration avec ses partenaires en matière de réglementation. Son travail à ce chapitre contribue à faire en sorte que les Canadiens bénéficient de mesures de protection des consommateurs et de normes en matière de pratiques commerciales qui sont efficaces et uniformes.

Rétrospective annuelle

Cette section met en lumière les progrès accomplis par l'ACFC à l'égard des engagements qu'elle a pris dans son [Plan d'activités 2021-2022](#) ainsi que d'autres réalisations.

Objectif stratégique : Être le chef de file national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers

Initiative habilitante : Mettre en œuvre le Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers

En 2018, le gouvernement du Canada a adopté une loi visant à accroître la protection des consommateurs et conférer à l'ACFC des pouvoirs supplémentaires pour renforcer son autorité en matière de surveillance. Cette loi a modifié la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et a établi un nouveau Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers dans la *Loi sur les banques*.

Le Cadre est une avancée importante pour la protection des consommateurs au Canada. À l'appui de sa mise en œuvre, le gouvernement a publié le [Règlement sur le régime de protection des consommateurs en matière financière](#) en août 2021. Les éléments finaux du Cadre sont entrés en vigueur le 30 juin 2022.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Publier des lignes directrices
- Réaliser un projet pilote de système de gestion de cas

Résultats atteints

Au début de 2022, l'ACFC a publié des lignes directrices afin d'aider les banques, les banques étrangères autorisées et les coopératives de crédit fédérales à se conformer à leurs nouvelles obligations en vertu du Cadre dans trois domaines pour lesquels elles devront établir des politiques et des procédures : l'[examen des plaintes](#), les [produits et services convenables](#) et la [dénonciation](#). Des consultations ont été tenues dans le cadre de l'élaboration de ces lignes directrices. De telles lignes directrices sont essentielles à la réalisation du mandat de l'ACFC. Elles établissent des principes et des normes que l'ACFC s'attend à ce que entités réglementées intègrent à leurs pratiques commerciales. Elles aident les entités réglementées à se conformer à leurs obligations en matière de pratiques commerciales qui sont énoncées dans les lois et règlements, codes de conduite et engagements publics dont l'ACFC surveille l'application.

Dans le cadre de ce travail, l'Agence a conçu un portail de données au moyen duquel les banques doivent soumettre les plaintes des consommateurs chaque trimestre, comme l'exige le Cadre. Le portail a été lancé en janvier 2022 dans le cadre d'un projet pilote auquel 27 institutions financières ont participé. De plus, l'ACFC a commencé à mettre au point une capacité d'analyse opérationnelle pour analyser les données, y compris les données sur les plaintes, ce qui améliorera sa compréhension des risques compromettant la protection des consommateurs, ainsi que sa capacité de détecter les cas de conformité et de prendre des mesures correctives à leur égard.

Initiative habilitante : Renforcer le programme de surveillance fondé sur les risques et axé sur les résultats

L'ACFC surveille et supervise les entités réglementées pour s'assurer qu'elles se conforment aux exigences législatives et réglementaires, aux engagements publics qu'elles ont pris et aux codes de conduite qu'elles ont adoptés. Dans le cadre de ses activités de surveillance, l'ACFC entretient des relations suivies avec les entités réglementées afin de les inciter à respecter leurs obligations en matière de pratiques commerciales, de surveiller la mise en application de celles-ci et de prendre des mesures pour les faire respecter. Le programme de surveillance de l'ACFC est conçu pour être fondé sur les risques et axé sur les résultats. Il vise à encourager les entités réglementées à se conformer et à leur permettre de le faire au moyen d'une communication proactive et de la détection rapide des problèmes.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Établir des profils des pratiques commerciales
- Réaliser des examens de l'industrie et des consultations ou y contribuer
- Mettre sur pied une équipe spécialisée dans les examens thématiques

Résultats atteints

L'ACFC a établi cinq profils des pratiques commerciales (PPC) afin de rassembler des renseignements commerciaux clés qui lui permettent d'évaluer les risques que présentent les entités réglementées de niveau 1. L'élaboration des PPC est une initiative pluriannuelle qui permet à l'Agence d'évaluer en continu les risques associés aux obligations en matière de pratiques commerciales, que ce soit ceux propres à chaque entité, ceux de nature systémique ou ceux touchant l'ensemble du secteur financier.

Vous trouverez des renseignements sur le classement des entités réglementées au paragraphe 3.1 du [Cadre de surveillance](#) de l'Agence.

L'ACFC a supervisé la réalisation de deux examens obligatoires en 2021-2022. Les résultats seront communiqués au cours du prochain exercice.

1. La *Loi sur les banques* exige que les organismes externes de traitement des plaintes (OETP) se soumettent, tous les cinq ans, à une évaluation indépendante de l'exercice de leurs fonctions et de la réalisation de leurs activités.
2. Le *Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit* (le Code) exige que les exploitants de réseaux de cartes de paiement (OETP) examinent les pratiques commerciales des « agents axés sur les commerçants » au moins une fois tous les trois ans. Cet examen est axé sur les politiques et procédures des acquéreurs pour déterminer dans quelle mesure ils se sont conformés à leurs obligations en matière de pratiques commerciales en vertu du Code.

Un acquéreur est une entité qui permet aux commerçants d'accepter les paiements par carte. Les acquéreurs donnent aux commerçants un accès à un réseau de cartes de paiement qui traite les paiements.

L'ACFC a apporté son soutien au ministère des Finances dans le cadre de sa consultation sur le renforcement du système externe de traitement des plaintes du Canada. Notamment, l'Agence a

apporté son expertise et fourni des conseils sur la protection des consommateurs. Les résultats de cette consultation, qui s'est déroulée de juillet à décembre 2021, ont été publiés sur le [site Web](#) du ministre des Finances. Au cours du prochain exercice (2022-2023), l'ACFC aidera le gouvernement fédéral à réaliser son engagement de désigner un seul OETP indépendant pour traiter les plaintes des consommateurs à l'égard des banques.

En 2018, l'ACFC a publié un [examen](#) des pratiques de vente au détail des six plus grandes banques canadiennes, dans le cadre duquel elle a constaté que la culture des services bancaires met l'accent sur la vente, ce qui augmente le risque que les banques vendent aux consommateurs des produits et services qui ne leur conviennent pas et manquent à leurs obligations en matière de pratiques commerciales. À la suite de cet examen, les banques ont mis au point des plans d'action afin de suivre la mise en œuvre d'améliorations pour mieux gérer ces risques. Toutes les banques ont achevé la mise en œuvre des mesures prévues dans leurs plans d'action liés à l'examen des pratiques de vente au détail des banques canadiennes à la satisfaction de l'ACFC au printemps 2021.

En 2021-2022, l'ACFC a établi les fondements d'une fonction permanente d'examens thématiques cycliques. Les examens thématiques sont des analyses en profondeur de questions particulières (p. ex., la vente de produits et services liés aux hypothèques) ou de thèmes plus généraux (p. ex., l'état de préparation des banques à la mise en œuvre de mesures de soutien) qui donnent des indications sur la fonction de conformité dans son ensemble et le risque de non-conformité des institutions financières.

[Initiative habilitante : Fournir de l'expertise pour contribuer à l'élaboration des politiques](#)

L'ACFC contribue à l'élaboration des politiques du gouvernement du Canada dans le domaine des finances, de la réglementation et de la protection des consommateurs en élaborant des analyses et des conseils opportuns et fondés sur des données probantes au sujet des nouveaux enjeux qui touchent les consommateurs.

[Engagements du Plan d'activités 2021-2022](#)

- [Participer à l'élaboration d'un cadre canadien de système bancaire ouvert](#)
- [Contribuer à la formulation de recommandations en ce qui concerne les produits et services bancaires](#)
- [Renforcer les pratiques de protection des données des consommateurs](#)

[Résultats atteints](#)

L'ACFC a participé aux consultations du gouvernement du Canada sur l'élaboration d'un cadre pour le système bancaire ouvert, qui prévoit des mesures de protection uniformes pour les consommateurs de produits et services financiers. L'Agence a également contribué à des discussions stratégiques sur des initiatives de modernisation du secteur financier qui peuvent avoir une incidence sur la protection des consommateurs dans le contexte d'un système bancaire ouvert, notamment l'identification numérique, la protection des données, la responsabilité légale et le traitement des plaintes. En outre, l'Agence a sensibilisé les intervenants aux enjeux relatifs au système bancaire ouvert.

En novembre 2021, l'ACFC a publié un [rapport](#) sur les services « Achetez maintenant, payez plus tard », que les consommateurs utilisent pour acheter un éventail croissant de biens et services. Le rapport a cerné les risques associés au surendettement et au recours excessif à l'emprunt. L'ACFC continuera à surveiller l'évolution du marché des services « Achetez maintenant, payez plus tard » au Canada et à

l'étranger, en effectuant des recherches de suivi ciblées et en donnant accès aux consommateurs à des renseignements éducatifs efficaces et objectifs en temps opportun pour les inciter à utiliser ces services de façon responsable.

Dans le cadre d'un groupe de travail inter organisationnel sur les pratiques relatives aux données sur les consommateurs, l'ACFC a procédé à un examen des pratiques des banques et des règles d'Interac en ce qui a trait à la fraude relative aux virements électroniques. Même si les incidents de fraude sont peu nombreux par rapport au nombre total de virements électroniques, l'ACFC va continuer à surveiller la situation.

De plus, l'Agence a collaboré avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) afin de comprendre les répercussions sur le secteur financier de la nouvelle loi canadienne sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé.

Autres réalisations

Adopté en 2019, le [Code de conduite pour la prestation de services bancaires aux aînés](#) énonce des principes pour guider les banques dans la prestation de produits et services aux aînés. Le Code exige que les banques publient chaque année sur leur site Web un rapport sur les mesures qu'elles ont prises pour mettre en application les principes du Code et améliorer les services bancaires aux aînés. L'ACFC a évalué les rapports que les banques ont publiés pour l'année 2021 et a communiqué ses attentes aux banques à l'égard des domaines dans lesquels des améliorations doivent être apportées. De plus, l'ACFC a [publié les rapports des banques](#) sur son site Web afin de sensibiliser les consommateurs aux mesures prises par les banques pour s'acquitter de leurs obligations en vertu du Code.

En juillet 2021, l'Agence a mis à jour et publié son [Cadre des sanctions administratives pécuniaires \(SAP\)](#) dans le cadre de la mise en œuvre du Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers. Le Cadre des SAP décrit comment l'ACFC détermine le montant proposé des pénalités imposées dans le contexte des procédures de mise en application.

L'Agence a mis en place une fonction de triage pour simplifier son processus d'enquête et optimiser l'utilisation de ses ressources. Cette nouvelle approche renforce le programme de surveillance de l'ACFC, qui est fondé sur les risques et axé sur les résultats. L'équipe qui a conceptualisé et mis au point cette fonction de triage a remporté le Prix d'excellence du commissaire en 2021.

Objectif stratégique : Renforcer la littératie financière des Canadiens afin de leur permettre de naviguer à travers un monde de plus en plus numérique

Initiative habilitante : Renouveler la Stratégie nationale pour la littératie financière

Le maintien d'une stratégie nationale de littératie financière est reconnu à l'échelle internationale comme une pratique exemplaire permettant d'améliorer la santé financière des citoyens d'un pays.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Publier la Stratégie nationale pour la littératie financière
- Élaborer un plan de mesure

Résultats atteints

En juillet 2021, l'ACFC a publié [Faisons des changements qui comptent : Stratégie nationale pour la](#)

[littératie financière 2021-2026](#). Cette stratégie renouvelée présente une vision d'un Canada où chacun peut accroître sa résilience financière dans un monde de plus en plus numérique. L'ACFC a consulté plus de 90 organisations de partout au pays pour élaborer une stratégie qui prend appui sur les leçons que nous avons apprises à la suite de la publication de la première version de la stratégie en 2015. La Stratégie nationale rend compte des répercussions économiques de la pandémie de COVID-19, prend en considération l'évolution du marché financier et se base notamment sur de nouvelles connaissances acquises dans le cadre de la recherche. Elle met l'accent sur les mesures que les intervenants peuvent prendre pour améliorer l'écosystème financier et aider les Canadiens à accroître leur résilience financière.

L'ACFC a tenu des discussions ciblées avec les intervenants en vue de l'élaboration d'un plan de mesure pour évaluer l'efficacité des initiatives prévues dans la Stratégie nationale pour la littératie financière. Ce plan sera publié en 2022.

[Initiative habilitante : Fournir des ressources et des outils novateurs aux consommateurs pour les aider à prendre de meilleures décisions financières](#)

L'ACFC met au point des outils et des ressources à l'intention des consommateurs canadiens. De plus, elle agit à titre de point d'accès centralisé à des renseignements objectifs et fondés sur des données probantes que d'autres organisations offrent aux consommateurs.

[Engagements du Plan d'activités 2021-2022](#)

- [Élaborer et mettre à jour le contenu Web éducatif](#)
- [Procéder à la refonte de la Base de données canadienne sur la littératie financière](#)
- [Effectuer de la recherche pour trouver la meilleure façon pour l'ACFC d'offrir du contenu éducatif et des interventions comportementales](#)

[Résultats atteints](#)

Dans le cadre de son initiative de modernisation du Web, l'ACFC a trouvé de nouvelles solutions pour fournir ses ressources et outils d'éducation des consommateurs. Par exemple, l'Agence a élaboré et mis à jour des contenus Web éducatifs sur des sujets comme le système bancaire ouvert, les technologies financières, l'assurance-dépôts, les dossiers de crédit, la fraude, les plans de gestion des dettes et les marges de crédit pour étudiants.

En outre, l'Agence a commencé à remanier la Base de données canadienne sur la littératie financière, où les utilisateurs peuvent trouver des ressources, des événements, des outils et des renseignements sur l'établissement d'un budget, la gestion de l'argent, les assurances, l'épargne, les placements et les impôts provenant de diverses organisations canadiennes. Cette base de données fera partie d'un nouveau portail pour les consommateurs de l'Agence, qui vise à fournir aux Canadiens une interface améliorée, conviviale et attrayante pouvant être utilisée plus facilement et plus efficacement. Le nouveau portail devrait être lancé en 2022-2023.

L'Agence a également commencé à explorer les options qui s'offrent à elles pour la création d'une application mobile où diffuser son contenu éducatif, ses outils, ses programmes et ses interventions comportementales pour fournir aux Canadiens des renseignements ciblés et objectifs en temps opportun.

Initiative habilitante : Mobiliser de façon constructive les intervenants et favoriser l'établissement de partenariats stratégiques

L'ACFC joue un rôle de premier plan dans la mobilisation et la mise en relation des organisations aux niveaux local, national et international en vue d'améliorer les résultats pour les consommateurs de produits et services financiers. Ce travail accroît le rayonnement de l'ACFC et lui permet de communiquer plus efficacement avec différentes collectivités de consommateurs de produits et services financiers.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Dresser un plan de mobilisation proactive et de sensibilisation pour les intervenants
- Organiser des événements et des activités pour mobiliser les intervenants et présenter les activités de l'ACFC
- Tirer parti de la mobilisation provinciale, nationale et internationale

Résultats atteints

L'ACFC a élaboré une stratégie d'engagement et de diffusion pour développer des relations mutuellement bénéfiques avec les intervenants et établir de nouveaux partenariats. Cette stratégie comprend des activités de diffusion qui ont permis à l'Agence de rejoindre des publics clés. Vous trouverez des renseignements sur les activités entreprises en 2021-2022 dans la section « Exigences législatives en matière de rapports » du présent rapport.

Objectif stratégique : Être la source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs canadiens de produits et services financiers

Initiative habilitante : Tirer parti de la recherche pour améliorer la prise de décisions fondées sur des données probantes

La recherche fondée sur les données probantes à propos des résultats obtenus par les consommateurs peut donner lieu à des améliorations tangibles dans la conception et la mise en œuvre des interventions en matière de littératie financière.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Examiner différentes options pour le lancement d'une plateforme de recherche, de partage de données et de collaboration
- Élaborer des interventions ciblées
- Accroître la fréquence de la collecte de données primaires

Résultats atteints

L'ACFC a étudié les options qui s'offrent à elle pour la création d'une plateforme de recherche et de données visant à accroître la collaboration entre les chercheurs, l'industrie et les partenaires communautaires. La plateforme nous aidera à diffuser et à mettre en commun l'information sur les recherches, initiatives et programmes fondés sur des données probantes qui se rapportent à la protection des consommateurs et à la littératie financière. L'élaboration de cette plateforme commencera en 2022-2023.

Au printemps 2021, l'ACFC a lancé un programme de planification budgétaire axé sur l'action sur Optimity, une application mobile déjà établie qui aide les utilisateurs à atteindre des objectifs en

matière de santé et de bien-être. Le programme offre notamment des points de fidélité pour inciter les utilisateurs à répondre à une série de courts questionnaires sur le bien-être financier et à utiliser le [Planificateur budgétaire](#) de l'ACFC. Jusqu'à maintenant, les résultats du programme indiquent que cet outil a su encourager les personnes qui ne font pas de budget à adopter de saines habitudes budgétaires pour gérer leurs finances.

En février 2022, l'ACFC s'est associée à ChatterHigh, une plateforme d'apprentissage par le jeu s'adressant aux jeunes adultes et aux élèves, pour accroître la confiance financière des élèves des écoles intermédiaires et secondaires, en particulier celle des filles et des jeunes femmes. L'Agence a ajouté deux modules d'apprentissage proposant des activités de recherche en ligne sur la littératie financière visant à aider les utilisateurs à renforcer leurs connaissances et leur confiance à l'égard de la gestion de l'argent, de la planification budgétaire et d'autres aspects de la littératie financière. Le succès de ces modules sera mesuré en évaluant la confiance financière des étudiants avant et après leur utilisation.

L'Agence a reporté son projet de convertir le cycle quinquennal de l'Enquête canadienne sur les capacités financières (ECCF) en cycle annuel. Cette décision a été prise afin de permettre à l'ACFC de poursuivre son enquête mensuelle sur le bien-être financier lié à la COVID-19 jusqu'en août 2022. L'ECCF sera effectuée chaque année à compter de l'exercice 2022-2023.

Initiative habilitante : Sensibiliser les gens à l'égard du mandat de l'ACFC et promouvoir ses ressources

L'ACFC continuera à accroître son rayonnement grâce au marketing, à la publicité et aux communications numériques afin de mieux faire connaître son mandat et ses ressources en matière de protection des consommateurs.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Élaborer des stratégies de marketing pour atteindre les publics cibles
- Préparer et mettre en œuvre un plan d'action pour optimiser la présence de l'ACFC en ligne
- Lancer une campagne de publicité ciblée pour mieux faire connaître l'ACFC et ses outils et ressources

Résultats atteints

Novembre 2021 a marqué le 11^e Mois de la littératie financière au Canada. Le thème, « Faisons des changements qui comptent! », cadrait avec les priorités de la Stratégie nationale pour la littératie financière de l'ACFC, lancée à l'été 2021. L'ACFC a travaillé en collaboration avec des intervenants de partout au pays pour accroître la sensibilisation à la Stratégie nationale pour la littératie financière et promouvoir des outils et ressources visant à aider les Canadiens à accroître leur résilience financière. Plus de 900 participants ont assisté à trois événements virtuels tenus par l'ACFC au cours de ce mois.

L'Agence a élaboré un plan d'action visant à optimiser sa présence en ligne afin de mieux faire connaître son mandat et ses ressources. Dans le cadre de cette initiative, elle a lancé une nouvelle [page d'accueil](#) conçue à l'image des trois piliers de la mission de l'ACFC : protéger, surveiller et éduquer.

En février 2022, l'ACFC a lancé une campagne de publicité nationale sur le thème « Avec un budget, c'est possible ». La campagne a atteint plus de 11,4 millions de Canadiens, dont plus de 200 000 qui ont

visité le [Planificateur budgétaire](#) de l'ACFC. Grâce à cette initiative, plus de 16 000 Canadiens ont créé un budget au moyen du Planificateur budgétaire.

Autres réalisations

En 2021, l'ACFC a mené une recherche sur l'opinion publique concernant la sensibilisation des consommateurs à l'égard de leurs droits et responsabilités en matière financière en tant que clients des institutions financières. Les [résultats du sondage](#) montrent que le niveau de sensibilisation des consommateurs est élevé dans certains domaines. Cependant, il y a eu une baisse du niveau global de sensibilisation par rapport à un sondage comparable mené en 2019, ce qui indique que les initiatives d'éducation des consommateurs sont toujours nécessaires.

L'ACFC a lancé son premier concours national de rédaction destiné aux étudiants, le [Défi Bâtir de meilleurs avenir financiers 2021](#). L'ACFC a demandé aux étudiants de niveau postsecondaire de cerner un obstacle auquel sont confrontés les consommateurs vulnérables et de recommander une solution réalisable, fondée sur des données probantes et pouvant être mise à l'essai. Au total, 75 rapports ont été soumis par des étudiants. Ceux-ci devaient utiliser les ressources, les outils et les résultats de recherche de l'ACFC pour orienter leur travail. L'ACFC a publié les quatre meilleurs rapports sur son [site Web](#) et les a présentés lors du Mois de la littératie financière.

Objectif stratégique : Faciliter l'avenir du travail

Initiative habilitante : Renforcer et soutenir l'effectif

L'ACFC renforce continuellement ses programmes et initiatives de ressources humaines afin d'attirer et de maintenir en poste les employés talentueux dont elle a besoin pour s'acquitter de ses obligations législatives.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Se concentrer sur le mieux-être des employés
- Se concentrer sur l'équité, la diversité et l'inclusion
- Préparer un plan stratégique de ressources humaines

Résultats atteints

L'ACFC s'engage à créer une culture de travail sûre, respectueuse et inclusive. Au moyen de son Plan d'action sur la santé mentale et le mieux-être, l'ACFC a accru la sensibilisation aux enjeux liés à la santé mentale et a fait la promotion de ressources et d'activités visant à maintenir un milieu de travail sain. Notamment, l'Agence a offert des possibilités de formation en santé mentale aux employés de tous les échelons. Les résultats du [Sondage auprès des fonctionnaires fédéraux](#) montrent que 86 % des employés de l'ACFC croient que leur employeur fait un bon travail de sensibilisation en ce qui concerne la santé mentale en milieu de travail.

En mars 2022, l'Agence a publié son premier Plan d'action sur l'équité, la diversité et l'inclusion. Le plan est une feuille de route visant à favoriser le maintien d'une culture prônant l'équité, la diversité et l'inclusion (EDI), créant un milieu de travail plus inclusif et diversifié, et enchâssant l'équité, la diversité et l'inclusion dans les programmes de base de l'Agence.

L'ACFC a également commencé à travailler sur son premier Plan d'action sur les langues officielles, qui sera lancé en 2022-2023.

Renseignements sur l'équité en matière d'emploi et les langues officielles

L'ACFC accorde une grande importance à la diversité et à l'inclusion et cherche à attirer et maintenir en poste une main-d'œuvre représentative de l'ensemble des Canadiens. Au moyen d'efforts soutenus, l'Agence a réussi à accroître la représentation des groupes visés par l'équité en matière d'emploi et à assurer une meilleure concordance entre leur représentation et leur disponibilité au sein de la population active.

Représentation des groupes visés par l'équité en matière d'emploi en pourcentage				
	Femmes	Minorités visibles	Personnes en situation de handicap	Autochtones
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2020	56,4	14,1	6,7	S
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2021	56,4	16,6	9,8	S
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2022	56,6	20,6	11,6	S
Disponibilité au sein de la population active	48,2	21,3	9,1	4,0

Remarques :

1. En anglais, on utilise le terme « Indigenous peoples », qui est conforme à l'usage international et remplace le terme « Aboriginal peoples » prévu par la loi, que l'on trouve dans la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*. Aucun changement n'est nécessaire dans la version française étant donné que le terme « Autochtones » est conforme.
2. Le pourcentage d'employés de l'ACFC est le pourcentage d'employés nommés pour une durée indéterminée et d'employés embauchés pour une durée d'au moins trois mois qui ont indiqué appartenir au groupe visé par l'équité en matière d'emploi en question.
3. Les données sur la disponibilité au sein de la population active sont adaptées des données du Recensement de 2016 et de l'Enquête canadienne sur l'incapacité de 2017 de Statistique Canada.
4. La mention « S » signifie que la donnée sur la représentation en pourcentage d'un groupe visé par l'EE est supprimée parce que le nombre de membres de ce groupe est de cinq ou moins.

L'ACFC s'engage à s'acquitter de ses obligations en tant qu'employeur aux termes de la *Loi sur les langues officielles* et à maintenir une solide capacité de fournir des services dans les deux langues officielles. Au 31 mars 2022, tous les employés respectaient les exigences linguistiques de leur poste.

Représentation des Canadiens d'expression anglaise et d'expression française en pourcentage		
	Canadiens d'expression anglaise	Canadiens d'expression française
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2020	59,7	40,3
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2021	61,3	38,7
Employés de l'ACFC en date du 21 mars 2022	63,0	37,0
Population canadienne	75,4	22,8

Remarques :

1. Le pourcentage d'employés de l'ACFC est le pourcentage d'employés nommés pour une durée indéterminée et d'employés embauchés pour une durée d'au moins trois mois qui ont déclaré que leur première langue officielle est soit l'anglais, soit le français.
2. La source de données pour la population canadienne est le document intitulé « Chiffres en bref sur les langues officielles du Canada (2016) » du Commissariat aux langues officielles, qui est basé sur les données du Recensement de 2016.

Le travail d'élaboration du premier plan stratégique de ressources humaines de l'ACFC, qui sera achevé et mis en œuvre en 2022-2023, a commencé en 2021-2022. Cette feuille de route fondamentale nous permet de faire des progrès dans la réalisation de programmes et initiatives clés de ressources humaines, à l'appui du Cadre de gestion des personnes de l'Agence.

Initiative habilitante : Moderniser la façon dont nous travaillons

L'ACFC améliore son efficacité et atténue ses risques opérationnels en modernisant son lieu de travail, ses systèmes et ses processus.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Faire progresser la stratégie organisationnelle pour les données et l'analyse, et la gouvernance des données
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie numérique organisationnelle
- Procéder à la migration de l'ensemble des outils et technologies de gestion de l'information et technologie de l'information (GI-TI) vers le nuage
- Moderniser le bureau d'Ottawa et effectuer les travaux de construction pour l'établissement du bureau de Toronto

Résultats atteints

L'ACFC a procédé à la migration de ses outils et technologies de GI/TI vers un système infonuagique au printemps 2021. Cette transition a permis de renforcer les mesures de sécurité de l'Agence, son échelonnabilité et son agilité, de même que la fiabilité de ses réseaux. De plus, l'Agence a accompli des progrès dans la réalisation de sa stratégie pour les données et l'analyse et a commencé à élaborer une stratégie numérique pour l'ensemble de l'organisation, qui sera achevée en 2022-2023.

L'initiative de modernisation du lieu de travail de l'Agence prévoit des investissements dans les bureaux d'Ottawa et de Toronto. Le projet de modernisation du bureau d'Ottawa a progressé en 2021-2022. Notamment, le concept du design des locaux à bureaux a été achevé, l'entreprise de construction a été sélectionnée et les locaux à bureaux ont été préparés en prévision des rénovations. Le nouveau bureau d'Ottawa de l'ACFC sera prêt en 2022-2023 et sera propice à un mode de travail hybride. Pour ce qui est du bureau de Toronto, l'emplacement plus grand a été confirmé et le concept du design des locaux à bureaux a été approuvé. Le bureau de l'ACFC à Toronto sera prêt à accueillir des employés en 2022-2023.

Initiative habilitante : Améliorer les processus habilitants

L'ACFC s'engage à s'améliorer constamment et examine régulièrement ses fonctions internes pour optimiser son rendement, suivre les pratiques exemplaires et améliorer ses processus opérationnels.

Engagements du Plan d'activités 2021-2022

- Évaluer officiellement la cybersécurité
- Examiner informellement les processus internes

Résultats atteints

L'Agence a achevé une évaluation officielle de sa fonction de cybersécurité en décembre 2021. Cette évaluation a permis de déterminer que, dans l'ensemble, les processus et les mesures de protection de l'ACFC en matière de cybersécurité sont conformes aux pratiques exemplaires du gouvernement du Canada et de l'industrie.

L'Agence a procédé à un examen de ses processus de gestion des demandes d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels. En fonction des résultats de cet examen, l'ACFC va renforcer ses processus de gouvernance et de documentation et accroître la formation qu'elle offre dans ce domaine important.

En 2021-2022, l'ACFC a entrepris un examen de son Centre des services aux consommateurs (CSC), dont la mission est de répondre aux questions des consommateurs et de faire rapport sur les plaintes des consommateurs. Le CSC joue un rôle essentiel à la réalisation du mandat de protection des consommateurs de l'Agence en fournissant des renseignements directement aux consommateurs de produits et services financiers, aux commerçants et aux intervenants. L'information que recueille le CSC à propos des tendances, des problèmes et des sujets de préoccupation des consommateurs guide les activités de surveillance de l'Agence. En prenant appui sur le travail de base effectué jusqu'à maintenant, l'Agence procédera à une évaluation plus approfondie du CSC à l'exercice 2022-2023 afin d'évaluer le rôle et les fonctions du Centre, et de cerner les possibilités de maximiser la capacité du Centre à apporter un soutien aux consommateurs et à contribuer à la réalisation des objectifs stratégiques de l'ACFC.

Exigences législatives en matière de rapports

Les exigences législatives en matière de rapports de l'ACFC sont prescrites dans la [Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada](#) et d'autres lois connexes.¹

Loi sur l'ACFC

34 a) Chaque année, le ministre fait déposer devant chaque chambre du Parlement le rapport faisant état des activités de l'Agence pour l'exercice précédent ainsi que des conclusions d'ordre général de celle-ci sur la situation en ce qui a trait, pour cet exercice, au respect, par les institutions financières et les organismes externes de traitement des plaintes, des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables.

L'ACFC supervise les entités financières sous réglementation fédérale (EFRF) et les organismes externes de traitement des plaintes (OETP) pour s'assurer que ceux-ci se conforment aux mesures de protection des consommateurs énoncées dans les lois et règlements, les engagements publics et les codes de conduite dont elle surveille l'application. Le programme de surveillance de l'ACFC est conçu pour être fondé sur les risques et axé sur les résultats. Il vise à encourager les entités réglementées à se conformer et à leur permettre de le faire en interagissant avec elles de manière proactive et en détectant rapidement les problèmes qui se présentent.

Dans le cadre de ses activités de surveillance, l'ACFC a des interactions régulières avec les entités réglementées pour les inciter à se conformer à leurs obligations en matière de pratiques commerciales, les superviser afin de veiller à ce qu'elles se conforment et prendre des mesures de mise en application en cas de non-conformité. Au cours de l'exercice 2021-2022, aucun secteur de risque élevé de non-conformité aux dispositions visant les consommateurs n'a été constaté dans le cadre de ces interactions.

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

Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC :

- a participé à 307 points de contact de supervision officiels;
- a tenu des réunions mensuelles du Groupe de travail sur le Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers afin de discuter de questions relatives à la mise en œuvre et de fournir des conseils pour assurer une bonne préparation des parties concernées;
- a tenu sa séance annuelle de l'industrie en mode virtuel en mars 2022 (celle-ci mettait également l'accent sur le Cadre et a attiré près de 371 participants de plus de 100 institutions);
- a surveillé la mise en œuvre du Cadre par les banques;

¹ [Loi sur les banques](#), [Loi sur les sociétés d'assurances](#), [Loi sur les associations coopératives de crédit](#), [Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt](#) et [Loi sur les réseaux de cartes de paiement](#)

- a ouvert quatre plans d'action pour assurer la conformité aux obligations en matière de pratiques commerciales;
- a fermé trois plans d'action parce que la mise en œuvre des mesures correctives était terminée;
- est intervenue dans 229 cas de conformité à signaler transmis par les entités réglementées;
- a délivré 273 avis de manquement à la suite d'enquêtes (dont 174 étaient de niveau 1, 87 de niveau 2, et 12 de niveau 3);
- a délivré trois **décisions** de la commissaire, concluant que quatre violations avaient été commises et imposant des pénalités totalisant 650 000 \$;
- a continué son travail de supervision de l'examen quinquennal des OETP et a contribué à la consultation du ministère des Finances sur le renforcement du système externe de traitement des plaintes du Canada;
- a continué à être un membre actif du conseil de gouvernance de FinCoNet, une organisation internationale d'autorités de surveillance ayant des responsabilités à l'égard de la protection des consommateurs de produits et services financiers.

34 b) Chaque année, le ministre fait déposer devant chaque chambre du Parlement le rapport faisant état des activités de l'Agence pour l'exercice précédent ainsi que des conclusions d'ordre général de celle-ci sur la situation en ce qui a trait, pour cet exercice, 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 supervise les exploitants de réseaux de cartes de paiements (ERPC) pour s'assurer que ceux-ci se conforment au [Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit](#) (Code). Dans le cadre de ses activités de surveillance, l'Agence a des interactions régulières avec les ERCP pour les inciter à se conformer à leurs obligations en matière de pratiques commerciales, les superviser afin de veiller à ce qu'elles se conforment et prendre des mesures de mise en application en cas de non-conformité. Au cours de l'exercice 2021-2022, aucun secteur de risque élevé de non-conformité n'a été constaté dans le cadre de ces interactions.

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

Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC :

- a participé à 66 points de contact de supervision officiels;
- a reçu 157 plaintes à signaler sous forme agrégée;
- a délivré deux avis de manquement de niveau 2 à la suite d'enquêtes;
- a joué un rôle consultatif spécial au sein du comité consultatif sur le Code de conduite, qui a été lancé par le ministère des Finances à l'appui de la conformité au Code;
- a commencé son travail de supervision de l'examen des pratiques commerciales des ERCP.

34 c) Chaque année, le ministre fait déposer devant chaque chambre du Parlement le rapport faisant état des activités de l'Agence pour l'exercice précédent ainsi que des conclusions d'ordre général de celle-ci sur la situation en ce qui a trait, pour cet exercice, 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.

Comme il est indiqué dans la section « Rétrospective annuelle » du présent rapport, en 2021-2022, l'Agence a mené de vastes consultations ciblées afin d'apporter son soutien et de fournir des renseignements à l'appui du renouvellement de la [Stratégie nationale pour la littératie financière](#).

L'ACFC a travaillé en proche collaboration avec des intervenants en matière de littératie financière qui interagissent directement avec les consommateurs afin de mieux comprendre les obstacles financiers auxquels les Canadiens sont confrontés en raison de la pandémie de COVID-19 et de cerner les tendances et les enjeux connexes. De plus, l'ACFC a publié un [tableau de bord interactif](#) présentant les conclusions qu'elle a tirées sur les répercussions financières de la pandémie de COVID-19 selon les résultats de ses sondages mensuels, et a mis à jour ces conclusions en continu afin de communiquer des renseignements en temps utile aux intervenants afin que leurs collectivités et circonscriptions respectives puissent en bénéficier.

Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC :

- a collaboré avec 18 réseaux de littératie financière de partout au Canada, représentant environ 600 organisations;
- a régulièrement mis en contact des intervenants les uns avec les autres afin qu'ils puissent élargir leurs propres réseaux, échanger des pratiques exemplaires et/ou travailler en partenariat sur des initiatives;
- a dirigé de multiples réunions d'intervenants et comités nationaux en assurant la présidence ou la coprésidence, ce qui comprend 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 du gouvernement du Canada;
- a tenu trois réunions du Comité consultatif sur la protection des consommateurs de l'ACFC afin de discuter de ses priorités et objectifs stratégiques, des recherches en cours, des tendances et enjeux qui se profilent ainsi que d'autres questions relatives aux consommateurs de produits et services financiers et aux efforts de renforcement de la littératie financière au Canada;
- a tenu trois événements virtuels pour les Canadiens et les intervenants dans le cadre du 11^e anniversaire du Mois de la littératie financière en novembre 2021;
- a participé à des réunions du Comité des mesures en matière de consommation (un forum fédéral-provincial-territorial) et du Forum fédéral pour la sensibilisation et la protection des consommateurs afin de renforcer la coordination et la collaboration sur le plan horizontal et d'échanger en temps opportun des données de recherche ainsi que des renseignements sur la protection des consommateurs;

- a apporté son soutien dans le cadre de l'élaboration du Carrefour des consommateurs, la nouvelle ressource du gouvernement fédéral permettant d'obtenir de l'information sur les plaintes des consommateurs;
- a organisé sept tables rondes qui ont réuni 93 intervenants afin d'obtenir des commentaires et des suggestions en ce qui concerne l'élaboration d'un plan de mesure de l'efficacité de la Stratégie nationale pour la littératie financière;
- a publié un bulletin trimestriel sur la littératie financière et a transmis sept bulletins aux intervenants afin de diffuser des renseignements importants, des ressources clés ainsi que d'autres contenus pertinents pour les consommateurs de produits et services financiers et la collectivité des intervenants de l'ACFC;
- a travaillé sur des initiatives de protection des consommateurs et de littératie financière en collaboration avec d'autres institutions et organismes de réglementation du gouvernement fédéral, des organisations non gouvernementales et des membres de l'industrie, y compris :
 - Emploi et Développement social Canada (Programme canadien de prêts aux étudiants);
 - l'Agence du revenu du Canada (dans le cadre du Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt);
 - l'Affiliation of Multicultural Societies and Service Agencies de la Colombie-Britannique;
 - le Bureau du surintendant des faillites;
 - l'Association canadienne des coopératives de crédit;
 - la Fondation canadienne d'éducation économique;
 - Anciens Combattants Canada;
 - Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada;
 - Innovation, Sciences et Développement économique Canada;
 - le Service numérique canadien;
 - Emploi et Développement social Canada;
 - le Carrefour jeunesse-emploi;
 - Finances Canada;
 - Statistique Canada.

En 2021-2022, l'ACFC a également participé à des réunions du [Réseau international sur l'éducation financière](#) (lien en anglais seulement) de l'Organisation de coopération et de développement économiques, ce qui comprend des réunions de groupes de travail et de volets de travail sur la littératie financière numérique, l'éducation financière dans le contexte du vieillissement de la population, l'éducation financière en milieu de travail, les normes, la mise en œuvre et l'évaluation, ainsi que la résilience financière. De plus, l'ACFC a communiqué des renseignements sur ses initiatives relatives à la pandémie et a contribué à l'élaboration de divers livrables, comme des manuels de politiques, des notes sur les enjeux, des rapports ainsi que des définitions de travail conjointes pour des concepts clés.

De concert avec le ministère des Finances, l'ACFC a représenté le Canada au sein du [Groupe de travail sur la protection des consommateurs de produits et services financiers du G20 et de l'OCDE](#) (lien en anglais seulement). L'ACFC a communiqué de l'information sur les enjeux et tendances du marché qui sont susceptibles d'avoir des répercussions sur les consommateurs de produits et services financiers.

En outre, l'ACFC a contribué à l'examen et la mise à jour en continu des principes généraux de protection des consommateurs de produits et services financiers de ce groupe de travail.

L'ACFC a participé à la communauté internationale de pratique sur la prise de décisions financières par les consommateurs, une initiative organisée par la Securities and Investments Commission de l'Australie dans le but de favoriser l'échange des pratiques exemplaires et les discussions sur les recherches et expériences en cours qui visent à renforcer la littératie financière ainsi que la protection des consommateurs.

Procédures de traitement des plaintes

Lorsque les EFRF donnent aux consommateurs accès à un processus équitable et efficace pour résoudre les plaintes, la confiance à l'égard des institutions financières est renforcée. Toutes les EFRF doivent avoir en place une procédure de traitement des plaintes qui prévoit notamment l'accès à un OETP, et s'assurer de déposer une copie de leur procédure auprès de l'ACFC et de la mettre à la disposition des consommateurs de produits et services financiers.

En 2021-2022, l'ACFC :

- a continué à superviser la mise en œuvre des recommandations adressées aux banques qui ont participé à [l'examen de l'industrie sur les procédures de traitement des plaintes mené par l'Agence en 2020](#);
- a continué à superviser la mise en œuvre de recommandations adressées aux OETP à la suite de l'examen de l'industrie sur le fonctionnement des organismes externes de traitement des plaintes mené par l'Agence en 2020;
- a apporté son soutien au ministère des Finances dans le cadre de la préparation des consultations sur le renforcement des OETP au Canada;
- a travaillé avec des groupes de travail de l'industrie pour établir des spécifications techniques et des classifications normalisées pour le signalement plus détaillé des plaintes aux termes du Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers;
- a achevé les consultations qu'elle a menées auprès de l'industrie aux fins de l'élaboration d'une [ligne directrice sur les procédures d'examen des plaintes](#) en lien avec le Cadre.

Plaintes signalées à l'ACFC

Les plaintes des consommateurs jouent un rôle important en permettant de cerner les préoccupations à l'égard des pratiques commerciales des entités financières sous réglementation fédérale et de recueillir de l'information sur les tendances et les enjeux qui se profilent.

Plaintes des consommateurs signalées par les entités financières sous réglementation fédérale à l'ACFC en 2021-2022

Les entités réglementées sont tenues de signaler les plaintes des consommateurs qui ont été traitées au-delà du premier niveau et qui concernent une obligation en matière de pratiques commerciales dont l'ACFC surveille l'application. En 2021-2022, 9 952 plaintes ont été signalées au total à l'ACFC sous forme agrégée. Les cinq principales catégories et les pourcentages associés sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

Classement cette année	Catégorie	%	Changement en points de pourcentage	Classement l'année dernière
1	Communication des frais de compte	11.0	+ 3.5%	2
2	Fraude par carte de crédit	6.9	+ 1.7%	3
3	Procédures de traitement de plaintes	5.2	+ 2.9%	14
4	Communication de renseignements sur le remboursement et le remboursement anticipé des prêts hypothécaires	4.3	-0.5%	4
5	Relevés de cartes de crédit	4.1	+ 0.6%	9

Plaintes des consommateurs signalées directement à l'ACFC en 2021-2022

L'ACFC examine les plaintes qu'elle reçoit directement dans le but d'obtenir de l'information sur la conformité des entités réglementées aux mesures de protection des consommateurs. Lorsqu'une plainte n'est pas liée à une mesure de protection des consommateurs dont l'ACFC surveille l'application, l'Agence aiguille le plaignant vers l'organisme de réglementation ou l'organisme de protection des consommateurs compétent, lorsque c'est possible.

En 2021-2022, l'ACFC a reçu 4 745 plaintes de consommateurs directement. De ce nombre, 295 se rapportaient à des mesures de protection des consommateurs dont l'ACFC surveille l'application. Les cinq principales catégories et pourcentages associés sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

Classement cette année	Catégorie	%	Changement en points de pourcentage	Classement l'année dernière
1	Procédures de traitement des plaintes	29.9	+ 7.4%	1
2	Cartes de crédit non demandées	9.2	+ 1.0%	2
3	Fraude par carte de crédit	3.4	-2.1%	4
4	Relevés de carte de crédit	3.2	-0.3%	6
5	Refus d'ouvrir un compte	2.9	+ 0.4%	7
5	Pénalités imposées aux commerçants	2.9	-2.8%	3
5	Transfert de fonds d'un REER	2.9	+ 1.7%	13
5	Recouvrement de dette de carte de crédit	2.9	+ 1.3%	11

Dépenses et ressources humaines

En tant qu'organisme de réglementation du secteur financier, l'ACFC offre des programmes et services de haute qualité qui répondent aux besoins des Canadiens tout en assurant une bonne discipline financière et l'emploi de pratiques de gestion financière prudentes.

En 2021-2022, l'ACFC a examiné et révisé sa méthodologie d'évaluation afin de veiller à ce que celle-ci soit transparente, équitable, cohérente et simple. La méthodologie d'évaluation révisée sera mise en œuvre à l'automne 2022.

Responsabilité essentielle	Dépenses pour 2021-2022		Équivalents temps plein pour 2021-2022	
	Dépenses prévues	Dépenses réelles	ETP prévus	ETP réels
Supervision des entités financières sous réglementation fédérale	10 130 991 \$	7 736 346 \$	64	53
Littératie financière	7 534 789 \$	6 610 931 \$	37	35
Services internes	28 266 264 \$	22 754 524 \$	108	94
Total	45 932 044 \$	37 101 801 \$	209	182

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué. Les dépenses sont présentées selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

Au total, les dépenses réelles de l'ACFC se sont élevées à 8,8 millions de moins que les dépenses prévues. Cette situation s'explique principalement par des retards dans la mise en œuvre du projet de modernisation du lieu de travail.

Vous pouvez obtenir de plus amples renseignements sur les dépenses dans les états financiers de 2020-2021.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les ressources financières et humaines de l'ACFC, veuillez consulter l'[InfoBase du GC](#).

Contactez-nous

Site web	canada.ca
Numéro de téléphone sans frais (Centre des services aux consommateurs) à Ottawa ou à l'extérieur du Canada	1-866-461-3222 613-960-4666
Numéro d'ATS (pour les personnes sourdes ou malentendantes) sans frais à Ottawa ou à l'extérieur du Canada	1-866-914-6097 613-947-7771
Courriel	Contactez-nous
Numéro de télécopieur sans frais à Ottawa ou à l'extérieur du Canada	1-866-814-2224 613-941-1436
Twitter	@ACFCan
YouTube	ACFCan
Facebook	FB.com/ACFCan
Instagram	acfc_can
Adresse postale	Agence de la consommation en matière financière du Canada Édifice Enterprise 427, avenue Laurier Ouest Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Annexe A : Résultats ministériels

Le mandat de l'ACFC est de protéger les consommateurs de produits et services financiers, ce qu'elle fait de deux principales façons : en surveillant les institutions financières et les autres entités financières sous réglementation fédérale, et en renforçant la littératie financière des Canadiens au moyen de la recherche, de l'éducation et de sa contribution à l'élaboration de politiques. En 2021-2022, les ressources budgétaires, les employés et les activités de l'ACFC s'articulaient autour de ces deux responsabilités essentielles ainsi que des services internes.

Responsabilité essentielle n° 1 : Surveillance des entités financières sous réglementation fédérale

L'ACFC supervise les entités réglementées pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de produits et services financiers des lois et règlements fédéraux, des codes de conduite et des engagements publics dont elle surveille l'application. De plus, l'Agence incite celles-ci à adopter un comportement commercial responsable en communiquant ses attentes, en menant des recherches sur les tendances et les nouveaux enjeux qui ont des répercussions sur les consommateurs de produits et services financiers, en contribuant à la prise de décisions en ce qui concerne les politiques et en faisant la promotion des droits et responsabilités des consommateurs.

Dépenses pour 2021-2022		Équivalents temps plein (ETP) pour 2021-2022	
Dépenses prévues	Dépenses réelles	ETP prévus	ETP réels
10 130 991 \$	7 736 346 \$	64	53

Résultat ministériel	Indicateur de résultat ministériel	Résultats pour 2020-2021	Cible pour 2021-2022	Résultats pour 2021-2022
Les entités financières sous réglementation fédérale respectent les lois sur la protection des consommateurs, 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 comprennent la nature de ces activités et qui sont au courant de leurs résultats	98 %	Au moins 80 %	95 %
	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 font affaire avec des institutions financières.	Pourcentage des consommateurs qui connaissent leurs droits et leurs responsabilités	72 %	67 %	72 %
	Nombres de Canadiens atteints par l'information sur les droits et les responsabilités des consommateurs	162 652	170 785	163 865

Responsabilité essentielle n° 2 : Amélioration de la littératie financière des Canadiens au moyen de la recherche et de l'éducation et de contributions à l'élaboration de politiques

L'ACFC cherche à renforcer les connaissances, les compétences et la confiance en soi des Canadiens à l'égard de leurs finances afin que ceux-ci soient en mesure de prendre des décisions financières responsables. De plus, l'ACFC travaille avec les intervenants et les réseaux de littératie financière de partout au Canada dans le but d'élaborer et de réaliser des initiatives dans le cadre de la mise en application de la Stratégie nationale pour la littératie financière.

Dépenses pour 2021-2022		Équivalents temps plein (ETP) pour 2021-2022	
Dépenses prévues	Dépenses réelles	ETP prévus	ETP réels
\$7,534,789	\$6,610,931	37	35

Résultat ministériel	Indicateur de résultat ministériel	Résultats pour 2020-2021	Cible pour 2021-2022 Note 1	Résultats pour 2021-2022
Les Canadiens renforcent leurs connaissances, leurs compétences et leur confiance à l'égard des questions financières.	Pourcentage des Canadiens qui renforcent leurs connaissances financières	Note 2	72 %	Selon un questionnaire objectif comprenant trois éléments, le niveau de connaissances financières des Canadiens a baissé, passant de 68,3 % en 2020-2021 à 57,3 % en 2021-2022. Note 3
	Pourcentage des Canadiens qui renforcent leur confiance à l'égard des questions financières	Note 2	44 %	Le pourcentage de Canadiens qui évaluent qu'ils ont une bonne connaissance ou une très bonne connaissance à l'égard des questions financières a baissé, passant de 49 % en 2020-2021 à 45 % en 2021-2022. Note 3
	Pourcentage des Canadiens qui adoptent des comportements financiers souhaités	Note 2	53 %	En 2021-2022, 54 % des Canadiens ont déclaré avoir un budget. Ce pourcentage est le même qu'en 2020-2021. Note 3
	Pourcentage des personnes sans budget qui ont confiance en leur capacité d'établir un budget et de le respecter	Note 4	12 %	Note 4
	Pourcentage des personnes sans budget qui commencent à suivre un budget	Note 4	17 %	Note 4
	Nombres de Canadiens atteints par des initiatives venant à l'appui de la Stratégie nationale pour la littératie financière	10 243 558	10 755 736	9 830 975

Notes :

1. L'ACFC a fixé les cibles en fonction d'une augmentation de 5 % par année par rapport aux données de référence établies à l'exercice 2018-2019.
2. Les indicateurs de résultats ministériels sont normalement tirés de l'Enquête canadienne sur les capacités financières (ECCF), qui est menée tous les cinq ans. Cette enquête a eu lieu pour la dernière fois en 2019. Les données de l'ECCF pour cet indicateur ne sont pas disponibles pour l'exercice 2020-2021. L'ECCF sera menée sur une base annuelle lorsque le Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19 prendra fin définitivement.
3. Aucun indicateur de résultats ministériels n'est disponible. Même si les données de l'ECCF pour cet indicateur ne sont pas disponibles pour l'exercice 2021-2022, des données qui ont été obtenues pour d'autres indicateurs connexes dans le cadre du Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19 sont fournies dans ce tableau.
4. Le fournisseur de services qui a recueilli les renseignements en question a fait faillite en 2019. Par conséquent, nous n'avons pas de résultat pour l'exercice.

Services internes

Les programmes de l'ACFC reposent sur une solide gestion financière et sur les conseils et services spécialisés fournis par ses équipes de marketing, de communication, de relations avec les intervenants, de services juridiques, de ressources humaines, de technologie de l'information et d'administration.

Dépenses pour 2021-2022		Équivalents temps plein (ETP) 2021-2022	
Dépenses prévues	Dépenses réelles	ETP prévus	ETP réels
28 266 264 \$	22 754 524 \$	108	94

Vous pouvez trouver de plus amples renseignements à propos des ressources financières et humaines de l'ACFC dans l'[InfoBase du GC](#).

Annexe B : Principaux résultats liés aux engagements pris dans le Plan d'activités

Objectif stratégique : Être le chef de file national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers	
Initiative habilitante : Mettre en œuvre le Cadre de protection des consommateurs de produits et services financiers	
Engagement	Résultats
Publier des lignes directrices	Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC : • a publié le Règlement sur le régime de protection des consommateurs en matière financière; • a publié trois lignes directrices (traitement des plaintes, produits et services convenables, et dénonciation) pour les banques et les banques étrangères autorisées;
Réaliser un projet pilote de système de gestion de cas	• a mis à l'essai un site Web de signalement des plaintes dans le cadre d'un projet pilote auquel 100 représentants de 27 institutions financières ont participé;
Initiative habilitante : Renforcer le programme de surveillance fondé sur les risques et axé sur les résultats	
Établir des profils des pratiques commerciales	• a réalisé cinq profils des pratiques commerciales évaluant les risques des entités réglementées visées et les a communiqués à celles-ci;
Réaliser des examens de l'industrie et des consultations ou y contribuer ¹	• a surveillé l'examen quinquennal obligatoire des organismes externes de traitement des plaintes; • a surveillé l'examen triennal obligatoire des exploitants de réseaux de cartes de paiement; • a contribué à la consultation du ministère des Finances sur le renforcement du système externe de traitement des plaintes dans le secteur bancaire; • a fermé les plans d'action des banques qui avaient été créés en réponse à l'examen des pratiques de vente au détail des six plus grandes banques canadiennes;
Mettre sur pied une équipe spécialisée dans les examens thématiques ¹	• a établi le mandat et la structure de l'unité de travail des examens thématiques et a doté les postes de cette équipe;
Initiative habilitante : Fournir de l'expertise pour contribuer à l'élaboration des politiques	
Participer à l'élaboration d'un cadre canadien de système bancaire ouvert ¹	• a contribué aux consultations du gouvernement du Canada sur l'élaboration d'un cadre canadien de système bancaire ouvert offrant des mesures de protection uniformes pour les consommateurs de produits et services financiers; • a participé à des discussions stratégiques à propos d'initiatives de modernisation du secteur financier; • a accru la sensibilisation à la question du système bancaire ouvert et à des enjeux connexes en ce qui a trait à la protection et l'éducation des consommateurs lors d'événements publics;

Renforcer les pratiques de protection des données des consommateurs ¹	• a mené des recherches sur les pratiques des banques et les règles d'Interac en ce qui concerne la fraude par virement électronique; • a collaboré avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada pour recueillir des informations sur l'élaboration d'une loi révisée en matière de protection des renseignements personnels.
Objectif stratégique : Renforcer la littératie financière des Canadiens afin de leur permettre de naviguer à travers un monde de plus en plus numérique	
Initiative habilitante : Renouveler la Stratégie nationale pour la littératie financière	
Engagement	Résultats
Publier la Stratégie nationale pour la littératie financière	Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC : • a assuré la coordination des contributions de 90 organisations de partout au pays à l'élaboration de la Stratégie nationale pour la littératie financière renouvelée; • a publié « Faisons des changements qui comptent : Stratégie nationale pour la littératie financière 2021-2026 »;
Élaborer un plan de mesure ¹	• a commencé à élaborer une feuille de route pour la mise en œuvre de la Stratégie et à consulter les intervenants aux fins de l'élaboration d'un plan de mesure de l'efficacité de la Stratégie nationale pour la littératie financière;
Initiative habilitante : Fournir des ressources et des outils novateurs aux consommateurs pour les aider à prendre de meilleures décisions financières	
Élaborer et mettre à jour le contenu Web éducatif ¹	• a mis à jour le contenu Web éducatif sur des sujets comme le système bancaire ouvert, les technologies financières, l'assurance-dépôts, les dossiers de crédit, la fraude, les plans de gestion des dettes, la COVID-19 et les marges de crédit pour étudiants;
Procéder à la refonte de la Base de données canadienne sur la littératie financière ¹	• a commencé la refonte de la Base de données canadienne sur la littératie financière dans le cadre de l'élaboration d'un nouveau portail pour les consommateurs;
Effectuer de la recherche pour trouver la meilleure façon pour l'ACFC d'offrir du contenu éducatif et des interventions comportementales ¹	• a commencé à explorer les options pour élaborer un nouvel outil, comme une application mobile ou une solution Web accessible au moyen d'un appareil mobile, pour offrir du contenu, des outils et des programmes éducatifs ainsi que des interventions comportementales;
Initiative habilitante : Mobiliser de façon constructive les intervenants et favoriser l'établissement de partenariats stratégiques	
Dresser un plan proactif d'engagement et de diffusion visant les intervenants	• a dressé et mis en œuvre une stratégie d'engagement et de diffusion visant les intervenants afin de faire avancer le travail sur des priorités de l'Agence;
Organiser des événements et des activités pour mobiliser les intervenants et présenter les activités de l'ACFC ¹	• a organisé plusieurs événements et activités (les détails sur les activités d'engagement et de diffusion entreprises en 2021-2022 se trouvent dans la section « Exigences législatives en matière de rapports » du présent rapport);

Tirer parti de la mobilisation provinciale, nationale et internationale ¹	a mobilisé des intervenants nationaux et internationaux (les détails sur les activités d'engagement et de diffusion entreprises en 2021-2022 se trouvent dans la section « Exigences législatives en matière de rapports » du présent rapport);
Objectif stratégique : Être la source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs canadiens de produits et services financiers	
Initiative habilitante : Tirer parti de la recherche pour améliorer la prise de décisions fondées sur des données probantes	
Engagement	Résultats
Examiner différentes options pour le lancement d'une plateforme de recherche, de partage de données et de collaboration ¹	Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC : a commencé à analyser les options pour une plateforme de recherche, de partage de données et de collaboration;
Accroître la fréquence de la collecte de données primaires ¹	- a continué à mener le Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19 tous les mois et a mis à jour régulièrement le tableau de bord en ligne; - a reporté l'Enquête canadienne sur les capacités financières en raison de la prolongation du Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19 jusqu'en août 2022;
Élaborer des interventions ciblées ¹	- a conclu un projet pilote visant à inciter les gens à épargner le montant de leur remboursement d'impôt, la plus grande expérience menée à ce jour par l'ACFC; - a lancé un programme d'intervention en matière de planification budgétaire et d'endettement orienté vers l'action sur Optimity, une application mobile existante faisant la promotion d'un mode de vie sain; - s'est préparée à lancer un programme d'intervention en matière d'endettement orienté vers l'action sur Optimity; - a lancé une intervention visant à accroître la confiance en matière financière des élèves des écoles intermédiaires et secondaires, plus particulièrement celle des filles et des jeunes femmes, sur ChatterHigh;
Initiative habilitante : Sensibiliser les gens à l'égard du mandat de l'ACFC et promouvoir ses ressources	
Élaborer des stratégies de marketing pour atteindre les publics cibles ¹	a mis au point une campagne intitulée « Faisons des changements qui comptent » aux fins de la réalisation des objectifs de la Stratégie nationale pour la littératie financière, ce qui a permis d'atteindre 12,9 millions de Canadiens par l'entremise des médias d'information et plus de trois millions de Canadiens par l'entremise des médias locaux de partout au pays;
Préparer et mettre en œuvre un plan d'action pour optimiser la présence de l'ACFC en ligne ¹	- a créé une nouvelle page Web institutionnelle mettant l'accent sur la protection des consommateurs afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs; - a passé en revue ses ressources éducatives (225 pages Web, neuf outils et quatre programmes) afin de cerner les lacunes et les possibilités d'amélioration;

Lancer une campagne de publicité ciblée pour mieux faire connaître l'ACFC et ses outils et ressources ¹	a lancé une campagne intitulée « Avec un budget, c'est possible » pour encourager les Canadiens à gérer leur argent en utilisant le Planificateur budgétaire de l'ACFC et a sensibilisé les gens à la Stratégie nationale pour la littératie financière, ce qui nous a aidés à atteindre plus de 11,4 millions de Canadiens (plus de 200 000 Canadiens ont consulté le Planificateur budgétaire, et près de huit pour cent des visiteurs ont créé un budget au moyen de cet outil).
--	---

Objectif stratégique : Faciliter l'avenir du travail

Initiative habilitante : Renforcer et soutenir l'effectif

Engagement	Résultats
Se concentrer sur le mieux-être des employés ¹	Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ACFC : a commencé la mise en œuvre d'un plan d'action triennal sur la santé mentale et le mieux-être;
Se concentrer sur l'équité, la diversité et l'inclusion ¹	- a mis au point et publié son premier Plan d'action sur l'équité, la diversité et l'inclusion; - a commencé le travail sur son premier Plan d'action sur les langues officielles;
Préparer un plan stratégique de ressources humaines ¹	a commencé à élaborer son premier plan stratégique de ressources humaines aux fins de la réalisation de programmes et initiatives clés et ce, à l'appui de son Cadre de gestion des personnes;

Initiative habilitante : Moderniser la façon dont nous travaillons

Faire progresser la stratégie organisationnelle pour les données et l'analyse, et la gouvernance des données ¹	- a mené à bien des processus de résolution des problèmes de données et a créé un glossaire organisationnel; - a élargi ses services internes de renseignements opérationnels;
Élaborer et mettre en œuvre une stratégie numérique organisationnelle ¹	a commencé à élaborer une stratégie numérique;
Procéder à la migration de l'ensemble des outils et technologies de gestion de l'information et technologie de l'information (GI-TI) vers le nuage	a procédé à la migration des outils et technologies de l'Agence vers un système infonuagique;
Moderniser le bureau d'Ottawa et effectuer les travaux de construction pour le bureau de Toronto ¹	- a achevé le concept du design des locaux à bureaux d'Ottawa, sélectionné la compagnie de construction et préparé les locaux à bureau pour la rénovation; - a confirmé l'emplacement pour le nouveau bureau de Toronto et a approuvé le concept du design des locaux à bureaux;

Initiative habilitante : Améliorer les processus habilitants

Évaluer officiellement la cybersécurité	a achevé l'évaluation de la fonction de cybersécurité de l'Agence, confirmant que les mesures de protection et processus de cybersécurité respectent les pratiques exemplaires du gouvernement du Canada et de l'industrie;
---	---

Examiner informellement les processus internes ¹	• a examiné les processus d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels et a cerné des possibilités d'amélioration; • a entrepris un examen du Centre des services aux consommateurs de l'Agence.
---	---

Note 1 : Il s'agit d'une activité pluriannuelle. Les travaux ont progressé comme prévu et se poursuivront au cours de l'exercice 2022-2023.