



PLAN STRATÉGIQUE 2021-2026 :

LEADERSHIP ET
INNOVATION DANS
LA PROTECTION DES
CONSOMMATEURS
DE PRODUITS ET DE
SERVICES FINANCIERS



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, sauf avec la permission écrite de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

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

<https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere.html>

No de catalogue: FC2-3F-PDF (PDF électronique, français)

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre des Finances du Canada, juin 2021.

This document is also available in English under the title:

2021-26 Strategic Plan: Leadership and innovation in financial consumer protection

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE LA COMMISSAIRE	4
À PROPOS DE L'ACFC.....	5
SURVOL DU PLAN.....	6
ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX	7
NOS PRINCIPES DE BASE.....	7
FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX ET RISQUES ÉMERGENTS	8
POSSIBILITÉS.....	11
OBJECTIFS ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES	12
1. ÊTRE LE CHEF DE FILE NATIONAL EN MATIÈRE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS	12
2. RENFORCER LA LITTÉRATIE FINANCIÈRE DES CANADIENS AFIN DE LEUR PERMETTRE DE NAVIGUER À TRAVERS UN MONDE DE PLUS EN PLUS NUMÉRIQUE.....	13
3. SERVIR DE SOURCE FAISANT AUTORITÉ POUR LES RENSEIGNEMENTS AUX CONSOMMATEURS CANADIENS DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS	14
4. FACILITER L'AVENIR DU TRAVAIL.....	15

MESSAGE DE LA COMMISSAIRE



Je suis heureuse de vous présenter le Plan stratégique 2021-2026 de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). Il est le fruit d'un examen exhaustif et décrit comment nous comptons concrétiser notre vision : être un chef de file et un innovateur au chapitre de la protection des consommateurs de produits et de services financiers.

L'Agence est bien placée pour s'acquitter de son mandat dans le contexte en rapide évolution que nous connaissons aujourd'hui. Nous devons cependant demeurer vigilants. Les récentes améliorations législatives, les changements dans le marché et les attentes accrues des consommateurs nous rendent la tâche plus difficile.

En 2021, l'ACFC célèbre son 20e anniversaire et lance une Stratégie nationale pour la littératie financière renouvelée. Il s'agit donc d'un moment emballant et important pour l'ACFC et son travail au nom de la population canadienne. C'est aussi un moment propice à la réflexion et à la réévaluation.

Nous miserons sur nos excellents résultats en nous concentrant sur nos quatre objectifs stratégiques, les priorités connexes et les éléments fondamentaux décrits dans le présent plan. Au cours des cinq années à venir, ces objectifs stratégiques orienteront nos actions et constitueront les pierres angulaires des plans d'activités annuels de l'Agence.

Je me réjouis de travailler avec les membres talentueux et dévoués de l'équipe de l'Agence pour atteindre les résultats que nous nous sommes fixés dans ce plan. Ils sont ambitieux et fournissent une orientation claire pour nous aider à apprendre, à nous améliorer et à réussir dans l'avenir.

Judith Robertson

À PROPOS DE L'ACFC

Notre raison d'être

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

Notre mandat

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

À titre d'organisme de réglementation, l'ACFC supervise les institutions financières, les organismes externes de traitement des plaintes et les exploitants de réseaux de cartes de paiement et veille à ce que ceux-ci se conforment aux mesures de protection des consommateurs énoncées dans les textes de loi, les engagements publics et les codes de conduite.

L'Agence a également pour mandat de :

- promouvoir la sensibilisation des Canadiens à l'égard de leurs droits et responsabilités lorsqu'ils font affaire avec des institutions financières;
- surveiller et évaluer les tendances et enjeux qui peuvent avoir des répercussions sur les consommateurs de produits et de services financiers, et promouvoir la sensibilisation à ce chapitre;
- élaborer et publier des recherches, du contenu, des outils et des programmes pour renforcer la littératie financière des Canadiens;
- favoriser une bonne compréhension des services financiers et des enjeux connexes en collaboration avec les intervenants, dont le gouvernement et les organismes de réglementation et communautaires.

Faits en bref

- L'ACFC est un organisme fédéral dont le mandat est tiré de la [Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada](#).
- L'ACFC rend compte chaque année au Parlement, par l'entremise du ministre des Finances, de ses activités et du rendement des entités financières en ce qui a trait au respect des mesures de protection des consommateurs.
- L'ACFC recouvre ses coûts principalement en imposant des cotisations aux entités financières qu'elle surveille¹.

¹ Grâce à ces cotisations, le fardeau du financement de la réglementation du secteur financier est porté directement par l'industrie. L'ACFC dispose également d'un pouvoir législatif de dépenser un maximum de 5 millions de dollars par année en soutien à la littératie financière de la population canadienne.

SURVOL DU PLAN

Le Plan stratégique de l'ACFC pour 2021-2026 énonce les éléments fondamentaux et les objectifs stratégiques à long terme qui permettront à l'Agence de réaliser sa vision et sa 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

Éléments fondamentaux

Principes
de base

Facteurs
environnementaux
et risques
émergents

Possibilités

Nos objectifs stratégiques

1

Être le chef de file national en matière de protection des consommateurs de produits et services financiers grâce à une surveillance efficace des banques et des autres entités réglementées et à une contribution 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 grâce à des ressources et outils éducatifs, à la recherche, à l'expérimentation, à la collaboration des intervenants et à des partenariats qui favorisent l'adoption de comportements financiers positifs et la prise de décisions éclairées.

3

Être la source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs canadiens de produits et services financiers grâce à l'élaboration d'information objective et fondée sur des faits.

4

Faciliter l'avenir du travail en renforçant les pratiques de gestion du personnel de l'Agence et en favorisant une culture d'innovation, de collaboration et d'excellence.



NOS PRINCIPES DE BASE

Les principes de base de l'ACFC visent à favoriser une culture organisationnelle qui accorde la priorité au bien-être des membres de son équipe et à la réalisation de son mandat de protection des consommateurs.



Un mandat, une équipe

Nous sommes résolus à travailler ensemble à l'échelle de l'Agence à l'atteinte de notre objectif fondamental de protéger les consommateurs de produits et services financiers.



Diversité, équité, inclusion et bilinguisme

Nous sommes déterminés à bâtir un effectif diversifié qui respecte les langues officielles du Canada, à favoriser un fort sentiment d'appartenance chez les membres de notre équipe et à répondre aux besoins changeants de la population canadienne dans un monde numérique en évolution rapide.



Approche fondée sur les données et axée sur les faits

Nous sommes déterminés à tirer parti des meilleures preuves, données et expertises disponibles pour prendre des décisions réglementaires éclairées et réaliser des interventions efficaces pour protéger les consommateurs de produits et services financiers.



Souplesse

Nous sommes déterminés à nous améliorer continuellement en échangeant de l'information et des connaissances, en tirant des leçons de l'environnement externe et en réagissant de façon proactive aux nouveaux enjeux qui touchent les consommateurs de produits et services financiers.



Collaboration

Nous sommes déterminés à protéger les consommateurs de produits et services financiers en collaboration avec les intervenants locaux, nationaux et internationaux. Nous renforcerons également les partenariats existants et en créerons de nouveaux pour accroître notre portée et nos retombées.



FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX ET RISQUES ÉMERGENTS

L'ACFC a cerné trois facteurs interreliés qui modifient considérablement l'environnement des consommateurs de produits et services financiers. Chaque facteur comporte des risques connexes pour les consommateurs de produits et services financiers dont l'Agence a tenu compte dans l'élaboration du présent plan stratégique.



Facteurs environnementaux

Technologie et données

La technologie et les données transforment la façon dont les produits et services financiers sont créés, distribués et vendus.



Risques émergents pour la protection des consommateurs

- **L'essor des services bancaires électroniques et mobiles** qui nuit à l'accès aux services et aux points de service traditionnels tout en en proposant de nouveaux qui sont moins familiers.
- **L'accès inégal à la technologie** qui touche particulièrement les populations vulnérables et menace d'accroître le fossé numérique.
- **Des types nouveaux et croissants de fraude et d'exploitation** qui misent sur le manque de connaissances et les craintes des consommateurs.
- **Le risque accru que des atteintes à la vie privée et à la protection des données** ne compromettent la sécurité des renseignements sur les consommateurs.
- **Le recours à l'intelligence artificielle et aux algorithmes** qui peut nuire à l'accès aux produits ou services appropriés (p. ex., profilage numérique qui désavantage certains groupes).
- **Les canaux et pratiques de vente émergents** qui peuvent nuire à la capacité des organismes de réglementation à s'adapter et à suivre le rythme des innovations de l'industrie.



FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX ET RISQUES ÉMERGENTS



Facteurs environnementaux

Évolution du marché

Le paysage concurrentiel évolue à un rythme accéléré en raison de nouveaux venus, d'acteurs mondiaux et de l'évolution des modèles d'affaires.



Risques émergents pour la protection des consommateurs

- **Protection inégale des consommateurs** en raison de normes et/ou règlements qui diffèrent d'un produit ou d'un fournisseur à l'autre.
- **Offres et communications trompeuses** qui peuvent entraîner une mauvaise utilisation des produits et services.
- **Utilisation de la ludification et de conceptions comportementales** qui encouragent la prise de décisions financières impulsives et l'accès à du crédit à court terme dont le coût est très élevé.
- **Formes actuelles de divulgation et de consentement** qui ne permettent peut-être pas aux consommateurs de prendre des décisions financières éclairées.
- **Changements rapides dans l'industrie** qui peuvent nuire à la capacité des organismes de réglementation à répondre de manière proactive aux problèmes émergents qui touchent les consommateurs.



FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX ET RISQUES ÉMERGENTS



Facteurs environnementaux

Capacités des consommateurs

Les consommateurs sont confrontés au défi de suivre le rythme du marché financier qui est de plus en plus complexe de nos jours.



Risques émergents pour la protection des consommateurs

- **Compétences insuffisantes en matière de littératie numérique et financière** qui peuvent empêcher les consommateurs d'utiliser efficacement les produits et services financiers.
- **Faible résilience financière** qui rend les consommateurs vulnérables aux difficultés financières et les expose à des pratiques de prêt abusives.
- **Lassitude et indécision des consommateurs** en raison de la complexité croissante du marché.
- **Accès insuffisant à des conseils abordables, objectifs et fiables** qui permettraient aux consommateurs de comprendre l'évolution du paysage financier et d'acquiescer la confiance nécessaire pour prendre des décisions financières éclairées.
- **Changements dans la façon dont l'information est consommée et l'endroit où elle est consommée** qui mettent les fournisseurs d'éducation financière au défi de maintenir des programmes ciblés et efficaces.



POSSIBILITÉS

L'ACFC a cerné quatre grandes possibilités de faire des progrès dans la réalisation de son mandat de protection des consommateurs. Chacune s'appuie sur les expériences passées, les leçons apprises et les tendances et risques émergents.



Tirer des leçons de la pandémie de COVID-19

- Continuer à explorer les possibilités de mieux comprendre et de suivre les répercussions de la pandémie de COVID-19 sur la situation financière des Canadiens et plus particulièrement de ceux qui sont les plus vulnérables.
- Tirer parti des données sur la situation financière des Canadiens et leur utilisation des produits et services bancaires afin d'éclairer les interventions et les programmes actuels et futurs.



Renforcer la coopération en matière de réglementation

- Chercher des possibilités d'améliorer la coopération avec les autorités fédérales, provinciales et internationales afin de protéger les consommateurs de produits et services financiers et de contribuer à la surveillance du système financier du Canada.
- Consulter les partenaires en matière de réglementation et d'autres intervenants afin de cerner et de corriger les possibles inégalités au chapitre de la protection des consommateurs à mesure que le marché évolue.



Accueillir la transformation numérique

- Tirer parti des technologies numériques pour améliorer la productivité du personnel et mieux positionner l'Agence afin de s'adapter à l'évolution de l'environnement des produits et services financiers.
- Soutenir les Canadiens en leur fournissant les outils et les ressources nécessaires pour prendre des décisions financières appropriées dans un secteur financier de plus en plus numérique et complexe, en mettant l'accent sur les besoins des groupes vulnérables touchés par le fossé numérique.



Accroître les retombées de l'ACFC

- Faire connaître le mandat de l'Agence, qui consiste à protéger les consommateurs de produits et services financiers, de même que son rôle à l'appui de la surveillance du système financier au Canada.
- Promouvoir l'ACFC et d'autres sources faisant autorité d'outils, de ressources, de programmes et de renseignements objectifs et fondés sur des preuves pour les consommateurs de produits et services financiers.



OBJECTIF 1

ÊTRE LE CHEF DE FILE NATIONAL EN MATIÈRE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS

En s'appuyant sur des bases solides, l'ACFC assurera un leadership national au chapitre de la protection des consommateurs de produits et services financiers. Pour ce faire, elle supervisera de manière proactive et transparente les entités financières sous réglementation fédérale, elle surveillera les pratiques commerciales afin de déceler et corriger les problèmes à ce chapitre, et elle contribuera à l'élaboration de politiques efficaces.

Résultats que nous voulons atteindre pour 2021-2026

- La capacité de l'ACFC d'utiliser les données, d'évaluer le risque de non-conformité et de cerner les problèmes importants relatifs aux pratiques commerciales et les répercussions que ceux-ci pourraient avoir sur les consommateurs de produits et services financiers est renforcée.
- La capacité de l'ACFC d'affecter des ressources et de déployer des interventions ciblées dans les domaines prioritaires est renforcée.
- L'ACFC fournit un soutien et des conseils efficaces pour promouvoir le respect par les entités réglementées de leurs obligations en matière de pratiques commerciales.
- L'ACFC apporte son expertise pour éclairer l'élaboration des politiques.

Priorités

1.1 - Renforcer le programme de surveillance de l'ACFC, qui est fondé sur les risques et axé sur les résultats

L'ACFC continuera de renforcer son programme de surveillance afin de prévenir et de détecter rapidement les risques liés à la conformité et de remédier en temps opportun à d'importants problèmes relatifs aux pratiques commerciales. L'Agence accordera la priorité aux risques et aux problèmes qui pourraient porter le plus grand préjudice aux consommateurs.

1.2 - Mettre en œuvre le Cadre de protection des consommateurs de produits et de services financiers

L'ACFC appuiera la mise en œuvre de modifications législatives à la *Loi sur les banques* faisant avancer les droits et les intérêts des consommateurs qui font affaire avec les banques. L'Agence travaillera en étroite collaboration avec le secteur bancaire pour communiquer ses attentes concernant les dispositions visant les consommateurs nouvelles ou améliorées au fur et à mesure que celles-ci entreront en vigueur.

1.3 - Fournir une expertise pour contribuer à l'élaboration des politiques

L'ACFC tirera parti de son expérience et de son expertise au chapitre de la détermination et de l'évaluation des possibilités et des risques qui se profilent dans le paysage financier, et de la prise de mesures connexes, afin de faciliter l'élaboration d'approches stratégiques efficaces.



OBJECTIF 2

RENFORCER LA LITTÉRATIE FINANCIÈRE DES CANADIENS AFIN DE LEUR PERMETTRE DE NAVIGUER À TRAVERS UN MONDE DE PLUS EN PLUS NUMÉRIQUE

Les efforts déployés par l'ACFC pour renforcer la littératie financière de la population canadienne refléteront la complexité croissante et la nature numérique du marché financier d'aujourd'hui. L'Agence créera un cadre pour déterminer les changements souhaités dans l'écosystème de la littératie financière afin d'aider les Canadiens à renforcer leurs compétences, leurs capacités et leurs comportements pour obtenir de meilleurs résultats financiers.

Résultats que nous voulons atteindre pour 2021-2026

- L'ACFC soutient l'évolution de l'écosystème financier pour réduire les obstacles et susciter la prise de mesures afin de favoriser des résultats financiers positifs pour la population canadienne.
- L'ACFC fournit des ressources et des programmes novateurs et efficaces et apporte son soutien aux tiers qui en fournissent également afin d'améliorer la résilience financière de la population canadienne.
- L'ACFC assure un leadership national en mettant en contact et en réunissant les intervenants, de même qu'en collaborant avec eux, afin de faire progresser la recherche et les pratiques exemplaires au chapitre de la littératie et de l'éducation en matière financière.

Priorités

2.1 - Renouveler la Stratégie nationale pour la littératie financière

L'ACFC mettra en œuvre une stratégie renouvelée en collaboration avec les intervenants, les partenaires et les chercheurs. Cette stratégie visera principalement à aider les Canadiens à acquérir la résilience financière dont ils ont besoin pour prospérer dans un monde de plus en plus numérique.

2.2 - Fournir des outils et des ressources novateurs pour améliorer la prise de décisions financières

L'ACFC continuera d'élaborer du contenu et des outils éducatifs opportuns, accessibles et objectifs. Ce travail sera réalisé grâce à l'expérimentation et à des approches fondées sur les données, et tiendra compte des modifications législatives et réglementaires, des nouvelles tendances, des rétroactions des consommateurs et des lacunes en matière d'information.

2.3 - Collaborer de façon constructive avec les intervenants et favoriser les partenariats stratégiques

L'ACFC jouera un rôle de premier plan dans la mobilisation et la mise en contact des organismes locaux, nationaux et internationaux afin d'améliorer les résultats pour les consommateurs de produits et services financiers. Conjugués à ses activités de sensibilisation, les efforts à ce chapitre augmenteront la portée de l'ACFC et lui permettront de soutenir plus efficacement les consommateurs de produits et services financiers et de mobiliser les collectivités.



OBJECTIF 3

ÊTRE LA SOURCE FAISANT AUTORITÉ EN MATIÈRE D'INFORMATION DESTINÉE AUX CONSOMMATEURS CANADIENS DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS

L'ACFC entreprendra des initiatives pour renforcer son rôle et sa réputation en tant que source faisant autorité en matière d'information destinée aux consommateurs de produits et services financiers. L'Agence y parviendra grâce à des recherches fondées sur des données probantes et au lancement de stratégies de marketing créatives visant à promouvoir des ressources et outils efficaces élaborés par l'ACFC et d'autres intervenants, en mettant l'accent sur des initiatives clés comme le Mois de la littératie financière. Les partenariats stratégiques et la collaboration avec les intervenants joueront un rôle important dans le cadre de ces activités.

Résultats que nous voulons atteindre pour 2021-2026

- Le rôle de l'ACFC en tant que source d'information objective et faisant autorité pour les consommateurs de produits et services financiers est renforcé.
- La capacité de l'ACFC à répondre aux préoccupations des consommateurs de produits et services financiers et à mieux comprendre et combler les lacunes dans leurs connaissances financières est renforcée.
- Les consommateurs de produits et services financiers bénéficient d'outils et d'interventions de meilleure qualité dans des domaines tels que la gestion des dettes, l'établissement d'un budget et l'épargne.
- L'enthousiasme suscité par le Mois de la littératie financière continue de grandir grâce à un important soutien et à une vaste sensibilisation.

Priorités

3.1 - Tirer parti de la recherche pour accroître la prise de décisions fondées sur des données probantes

L'ACFC s'appuiera sur les données et la science du comportement pour créer des outils et des interventions, en mettant l'accent sur les populations vulnérables. Ce travail sera accompli en reconnaissant l'existence des obstacles systémiques et structurels qui peuvent empêcher les Canadiens d'accéder à des services financiers qui répondent à leurs besoins et en tenant compte de ces obstacles.

3.2 - Faire connaître les ressources de l'ACFC et promouvoir les outils et les programmes de littératie financière

L'ACFC renforcera sa présence numérique et mettra en œuvre une stratégie de communication et de marketing pluriannuelle afin de promouvoir des outils et des ressources de littératie financière en collaboration avec d'autres organismes du gouvernement fédéral, des intervenants et des partenaires stratégiques.



OBJECTIF 4

FACILITER L'AVENIR DU TRAVAIL

L'ACFC favorisera une culture d'innovation, de collaboration et d'excellence en milieu de travail en renforçant ses pratiques de gestion du personnel, en modernisant ses processus internes et en tirant parti des nouvelles technologies. Il s'agira notamment de maintenir un environnement de travail sain et respectueux pour les membres de l'équipe et de leur fournir les ressources et la souplesse dont ils ont besoin pour réaliser le mandat de l'ACFC dans un environnement en évolution rapide.

Résultats que nous voulons atteindre pour 2021-2026

- Les employés adhèrent aux principes fondamentaux de l'ACFC et travaillent en équipe à la réalisation de son mandat de protection des consommateurs de produits et services financiers.
- L'ACFC attire, forme et maintient en poste un effectif hautement qualifié et diversifié qui bénéficie d'un milieu de travail sain, respectueux et stimulant.
- Les processus internes, les systèmes en milieu de travail et les solutions de données et d'analyse permettent de répondre efficacement aux besoins opérationnels actuels et futurs.

Priorités

4.1 - Renforcer et soutenir l'effectif

L'ACFC continuera de renforcer ses programmes et initiatives en matière de ressources humaines pour attirer et conserver les talents dont elle a besoin pour réaliser sa vision et s'acquitter de ses obligations législatives. Il s'agira notamment de mettre l'accent sur l'équité, la diversité, l'inclusion et le bilinguisme.

4.2 - Moderniser le milieu de travail

L'ACFC modernisera son milieu de travail afin de favoriser un rendement élevé par un effectif qui adopte de nouvelles méthodes de travail. L'Agence réoutillera et modernisera ses bureaux d'Ottawa et de Toronto afin de stimuler la productivité des employés et d'être mieux adaptée aux modalités de travail flexibles, y compris le travail à distance. En outre, l'ACFC améliorera ses processus opérationnels en exploitant les données et les meilleures technologies disponibles.

4.3 - Améliorer les processus habilitants

L'ACFC examinera ses fonctions internes afin d'optimiser son rendement, de suivre les pratiques exemplaires et d'apporter des améliorations continues.