



Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement

Pour la période du 1^{er} avril 2004 au 31 mars 2005

Ottawa, novembre 2005

Table des matières

Message du commissaire	1
Résumé du rendement de l'ACFC	3
Aperçu de l'ACFC	7
Mandat et liens avec les résultats visés à l'échelle du gouvernement	7
Énoncé de la mission de l'ACFC	8
Ressources financières globales de l'ACFC	9
Ressources humaines globales de l'ACFC	9
Institutions financières réglementées	12
Aperçu du rendement de l'ACFC	13
Cadre d'exploitation	13
Contexte opérationnel	13
Demande exprimée à l'égard des services de l'ACFC	18
Établissement et évaluation du risque	23
Cadre de responsabilisation de l'ACFC	27
Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats – Modèle logique	27
Résultats stratégiques de l'ACFC	28
Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC	29
Analyse du rendement pour 2004-2005	32
Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques liés au secteur de la protection des consommateurs de l'ACFC	34
Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques liés au secteur de l'information et de l'éducation des consommateurs de l'ACFC	51
Mesure des principaux résultats liés au rendement au regard des normes de service	57
Initiatives et résultats liés à la gestion moderne	61
Tableaux financiers	67
Comparaison entre les dépenses de programme réelles et les dépenses prévues	67
Cotisations de l'industrie	68

Annexes

Annexe 1 : Mesures correctives et modifications des procédures mises en oeuvre par les IFF pour donner suite aux décisions du commissaire en 2004-2005	69
Annexe 2 : Mesures correctives prises par les IFF relativement aux lettres de non-conformité liées aux codes de conduite et aux engagements publics pour 2004-2005	73
Annexe 3 : Modifications des procédures apportées par les IFF à la suite du constat de la non divulgation de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs, pendant l'examen annuel de l'ACFC	74
Annexe 4 : Mesures correctives adoptées par les IFF à la suite du constat effectué par l'ACFC dans le cadre de son examen des clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires	75
Annexe 5 : Autres résultats liés aux principaux extrants escomptés pour 2004-2005 dans le secteur stratégique de l'ACFC : la protection des consommateurs	76
Annexe 6 : Résultats liés aux principaux extrants escomptés pour 2004-2005 dans le secteur stratégique de l'ACFC : l'information et l'éducation des consommateurs	79
Annexe 7 : Dispositions et règlements visant les consommateurs	96
Annexe 8 : État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs et des règlements connexes au 31 mars 2005	99
Annexe 9 : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC	102

1. Message du commissaire

Je suis heureux de présenter le premier *Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement* annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). Le rapport fait état des résultats obtenus au cours de l'exercice 2004-2005. Comme il s'agit du premier rapport du genre de l'Agence, nous avons également fourni des données comparables pour les deux exercices précédents, lorsqu'il était utile et convenable de le faire.

Le *Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement* de l'Agence s'avère être un complément à notre *Rapport annuel* et notre *Plan d'activités* annuel, car il contient des renseignements additionnels sur les résultats et les réalisations de l'ACFC au regard de ses résultats stratégiques. Le rapport met en évidence la contribution de l'Agence au marché financier canadien ainsi que l'influence qu'elle exerce sur celui-ci, et les avantages qu'elle apporte aux Canadiens.

Le marché financier de plus en plus complexe présente des défis de taille aux consommateurs. Sur ce type de marché, pour être en mesure de faire des choix éclairés, les consommateurs doivent disposer de renseignements clairs et exacts. L'Agence de la consommation en matière financière a été créée par le Parlement pour protéger les consommateurs canadiens et pour s'assurer qu'ils possèdent l'information dont ils ont besoin pour participer activement au marché des services financiers et le renforcer. Étant donné notre double mandat de protection et d'information, nous exerçons une fonction importante qui est essentielle à l'existence d'un marché sain, concurrentiel et équitable.

Un bon mécanisme de divulgation est une composante essentielle d'un marché efficace. À titre d'organisme de réglementation du marché, l'ACFC veille au respect des obligations en matière de divulgation et des autres dispositions visant les consommateurs comprises dans les diverses lois qui régissent les institutions financières sous réglementation fédérale.

Les résultats que nous avons obtenus jusqu'à maintenant témoignent des progrès importants que nous avons réalisés au regard des résultats stratégiques de l'Agence et du résultat stratégique du gouvernement du Canada : « un marché sécurisé et équitable pour les Canadiens¹ ».

Je suis fier de ce que nous avons accompli en fournissant aux Canadiens des renseignements autrefois inaccessibles ou difficiles à obtenir. Notre Centre de communications avec les consommateurs et notre Unité de la correspondance sont les principaux intermédiaires grâce auxquels l'ACFC prend connaissance des questions et des préoccupations des consommateurs et y donne suite. L'Agence travaille également de concert avec les institutions financières sous réglementation fédérale, avec lesquelles elle a établi des relations de travail professionnelles, pour régler les questions de conformité de façon « transparente » et développer des solutions visant à pallier les faiblesses relevées envers les consommateurs. Nous travaillons toujours à la mise en place d'un réseau de partenaires compétents pour faire en sorte que l'information, les messages et les publications de l'Agence soient à la portée des consommateurs qui en ont le plus besoin.

¹ *Le rendement du Canada 2004*, Rapport annuel du gouvernement du Canada au Parlement, p. 46.

Conformément à notre engagement en matière de transparence et de responsabilisation, nous voulons démontrer, dans le présent rapport, les progrès accomplis au regard des résultats stratégiques de l'Agence, ainsi que les résultats obtenus relativement aux extraits énoncés dans notre Plan d'activités pour 2004-2005.

2. Résumé du rendement de l'ACFC

Comme le précise le commissaire dans son message, l'Agence a pour mandat de protéger les consommateurs de services financiers canadiens, de veiller à ce qu'ils aient les renseignements dont ils ont besoin pour participer activement au marché des services financiers, et de renforcer le marché. Dans notre Plan d'activités 2004-2005, nous énonçons plusieurs résultats stratégiques qui sont directement liés à notre mandat et qui contribuent aux résultats souhaités à l'échelle pangouvernementale.

Le tableau ci-dessous énumère les résultats et les réalisations clés pour chacun des résultats stratégiques pour l'exercice 2004-2005. Nous avons également fourni une évaluation globale « Attentes respectées » ou « Attentes non respectées » pour indiquer les progrès accomplis au regard de chacun des résultats stratégiques.

Résultats stratégiques	Résultats et réalisations clés	Évaluation – Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques
1. Conformité accrue de la part des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) aux lois et aux règlements, ainsi qu'à leurs engagements publics et à leurs codes de conduite 2. Protection des intérêts des consommateurs de produits et de services financiers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dans 100 % des cas qui ont fait l'objet d'une décision, les institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) ont adopté des mesures correctives à la suite des décisions prises par le commissaire. ▪ Dans 75 % des cas ayant fait l'objet d'une décision, les IFF ont adopté des mesures correctives après avoir reçu une lettre de non-conformité à l'égard de codes de conduite et d'engagements publics. ▪ Dans 100 % des cas ayant fait l'objet d'une décision, les IFF ont adopté des mesures correctives après que l'ACFC eut fait le constat d'un manquement à l'obligation de communiquer de l'information, conformément aux dispositions visant les consommateurs, au cours de ses examens annuels. ▪ Les banques ont modifié les clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires après que l'Agence eut terminé son examen des documents hypothécaires comportant cette clause. 	Attentes respectées
3. Apport d'améliorations au cadre de protection des consommateurs en fournissant des conseils spécialisés au gouvernement à l'égard de modifications législatives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nous informons régulièrement le ministère des Finances des tendances et des habitudes constatées au chapitre des communications provenant des consommateurs et des questions nouvelles qui surgissent. Nous fournissons également de l'information à d'autres intervenants et partenaires importants, le cas échéant. 	Attentes respectées

Résultats stratégiques	Résultats et réalisations clés	Évaluation – Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques
<p>Apport d'améliorations au cadre de protection des consommateurs en fournissant des conseils spécialisés au gouvernement à propos des modifications législatives <i>(suite)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'ACFC a produit deux rapports qu'elle a présentés au ministre. Un rapport faisait état des résultats et des constatations découlant de l'examen annuel; le deuxième rapport donnait les points saillants de l'examen des clauses de pénalité pour remboursement anticipé contenues dans les documents hypothécaires utilisés au sein du secteur. ▪ L'ACFC a examiné le document de consultation de l'Association canadienne des paiements sur les exigences liées au paiement en ligne et le projet de règle E2, et elle a exprimé des commentaires connexes. Nous avons fait part de nos commentaires et de nos préoccupations au secteur, par l'intermédiaire de l'association compétente, l'Association des banquiers canadiens (ABC). En conséquence, au nom de ses membres, l'ABC a élaboré un engagement public pour tenir compte des préoccupations soulevées. ▪ L'ACFC a décelé, dans le milieu financier, des lacunes et des problèmes en ce qui touche les lois de protection des consommateurs afin que le ministère des Finances les considère dans le cadre de la revue législative. 	
<p>4. Sensibilisation accrue des Canadiens à leurs droits et aux obligations des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) et compréhension améliorée à cet égard</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Depuis sa création, l'ACFC a mis au point et adopté plusieurs mécanismes et initiatives pour sensibiliser davantage les consommateurs à leurs droits et aux obligations des IFF, notamment : <ul style="list-style-type: none"> ➤ un Centre de communications avec les consommateurs, accessible par téléphone sans frais. En 2004-2005, l'Agence a reçu 26 145 appels téléphoniques; ➤ une unité de la correspondance. En 2004-2005, l'Agence a reçu 2 057 lettres et courriels; ➤ un site Web exhaustif. En 2004-2005, le nombre de visites sur le site a dépassé 458 000; 	<p>Attentes respectées</p>

Résultats stratégiques	Résultats et réalisations clés	Évaluation – Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques
Sensibilisation accrue des Canadiens à leurs droits et aux obligations des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) et compréhension améliorée à cet égard <i>(suite)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ en 2004-2005, l'ACFC a créé un partenariat avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada pour mener une campagne d'information au moyen d'encarts joints aux chèques gouvernementaux, portant essentiellement sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec une banque et/ou une société de fiducie. Plus de 7 millions d'encarts ont été postés aux Canadiens partout au pays. Ce projet a été à l'origine de 9 191 appels téléphoniques. 	
5. Accessibilité accrue à de l'information crédible sur les produits et les services financiers, pour aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées au sujet de la sélection des produits, compte tenu des coûts et des risques financiers qui s'y rattachent	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le 31 mars 2005, l'ACFC avait mis à la disposition des consommateurs 21 publications et plusieurs outils interactifs portant sur divers sujets financiers, notamment les droits des consommateurs. ▪ L'ACFC a également créé l'une des bases de données « Questions et réponses » les plus complètes du Canada sur les produits et les services financiers, notamment les droits des consommateurs. 	Attentes respectées
6. Connaissance accrue des mécanismes de règlement des différends au sein du secteur des services financiers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La proportion de consommateurs ayant indiqué qu'ils « savaient très bien » que les institutions financières disposaient d'un service d'ombudsman pour faciliter le règlement des plaintes des consommateurs s'est accrue pour passer de 19 % en 1998 à 24 % en 2003. ▪ En 2004-2005, l'ACFC a mis en place une base de données sur les procédures de traitement des plaintes, sur son site Web. Cet outil Web aidera les consommateurs à s'informer sur les procédures de traitement des plaintes liées à des institutions financières spécifiques. 	Attentes respectées
7. Sensibilisation accrue aux services offerts aux consommateurs de produits et services financiers par le gouvernement du Canada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le pourcentage de consommateurs ayant déclaré « connaître » l'ACFC a augmenté pour passer de 0 % en octobre 2001 à 16 % en mai 2005. ▪ Le pourcentage des consommateurs qui voient l'ACFC comme une « agence de protection des consommateurs » s'est accru pour passer de 0 % en octobre 2001 à 12 % en mai 2005. 	Attentes respectées

Résultats stratégiques	Résultats et réalisations clés	Évaluation – Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques
Sensibilisation accrue aux services offerts aux consommateurs de produits et services financiers par le gouvernement du Canada <i>(suite)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En 2004-2005, l'ACFC a créé un partenariat avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada pour mener une campagne d'information au moyen d'encarts joints aux chèques gouvernementaux, portant essentiellement sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec une banque et/ou une société de fiducie. Plus de 7 millions d'encarts ont été postés aux Canadiens, partout au pays. ▪ L'ACFC a lancé un projet pilote consistant à « former le formateur ». Cette initiative donne lieu à des ateliers tenus précisément à l'intention des consommateurs aux capacités de lecture et d'écriture limitées, et portent sur diverses questions financières. Les premières séances ont essentiellement porté sur l'accès aux services bancaires de base. Vingt-neuf ateliers ont été tenus en 2004-2005, et environ 800 consommateurs y ont participé. 	

Le présent rapport fait également état des résultats obtenus au regard des principaux extraits escomptés de l'ACFC. Dans la grande majorité des cas, les résultats correspondaient aux attentes.

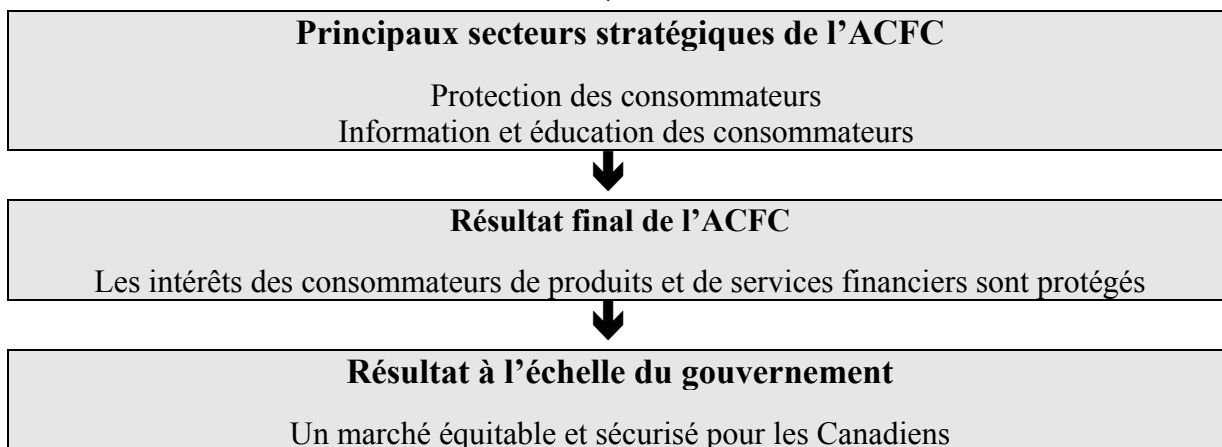
3. Aperçu de l'ACFC

3.1. Mandat et liens avec les résultats visés à l'échelle du gouvernement

À mesure que l'ACFC progresse dans l'établissement de ses résultats stratégiques, des activités sous-jacentes et des indicateurs de rendement, il est primordial qu'elle continue à respecter son mandat et les résultats visés par le gouvernement.

Les objectifs de l'Agence, énoncés au paragraphe 3(2) de la *Loi sur l'ACFC*, consistent en ce qui suit :

- a. **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b. **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c. **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public, qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients, ainsi que les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts des clients;
- d. **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;
- e. **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.



3.2. Énoncé de la mission de l'ACFC

L'ACFC a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :

- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
- fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Plus précisément, l'ACFC améliorera le secteur en :

- appliquant des procédures judiciaires en matière de conformité au moyen d'un cadre de réglementation souple qui rehaussera le niveau de conformité de l'industrie aux dispositions visant les consommateurs;
- suivant de près la conformité aux codes de conduite volontaires de l'industrie et aux engagements publics pris par les institutions financières, pour veiller à ce que les consommateurs tirent profit de ces engagements;
- élaborant des programmes d'éducation et des outils d'information à l'intention des consommateurs qui :
 - sensibiliseront davantage les consommateurs à leurs droits;
 - feront connaître aux consommateurs les mécanismes de recours qui sont à leur disposition;
 - renforceront la disponibilité et l'accessibilité de l'information sur le marché, ce qui permettra aux consommateurs de comprendre les coûts, les risques et les choix lorsqu'ils achètent des produits et des services financiers;
 - favoriseront une meilleure compréhension du secteur financier et de ses produits et services.

3.3. Ressources financières globales de l'ACFC

Exercice	Dépenses prévues	Dépenses réelles
2004-2005	7 752 000 \$	7 168 000 \$
2003-2004	7 358 000 \$	6 213 000 \$ ²

Pour de plus amples détails sur les dépenses définitives de l'ACFC pour l'exercice 2004-2005, se reporter à la page 67. Pour accéder aux états financiers complets de l'Agence, veuillez consulter notre *Rapport annuel*, qui est affiché sur le site Web de l'Agence à l'adresse : <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/default.asp#ar>.

3.4. Ressources humaines globales de l'ACFC

Exercice	Équivalents temps plein (ETP) prévus	Équivalents temps plein (ETP) réels
2004-2005	38	38
2003-2004	35	35

Ressources humaines par direction — Équivalents temps plein ³		
	Exercice 2004-2005	Exercice 2003-2004
Conformité et relations avec l'industrie	10	9
Éducation des consommateurs et affaires publiques	18	16
Services juridiques	1	1
Services administratifs	4	4
Haute direction	5	5
Total	38	35

² Le mandat intégral de l'ACFC prévu par la loi était en place à la fin de septembre 2003.

³ Exclue le personnel temporaire comme les étudiants et les employés occasionnels.

3.4.1. Structure organisationnelle

Au 31 mars 2005, l'ACFC comptait cinq secteurs fonctionnels :

- Conformité et Relations avec l'industrie
- Éducation des consommateurs et Affaires publiques
- Services administratifs
- Services juridiques
- Groupe de la direction

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie est chargée des activités de l'Agence liées à la conformité, notamment les examens annuels et spéciaux, et la gestion des cas au jour le jour. La Direction travaille avec le secteur financier afin de faciliter l'échange d'information sur les questions d'intérêt mutuel. À compter de l'exercice 2005-2006, l'ACFC regroupera les responsabilités en matière de relations avec l'industrie sous le volet Affaires publiques de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques.

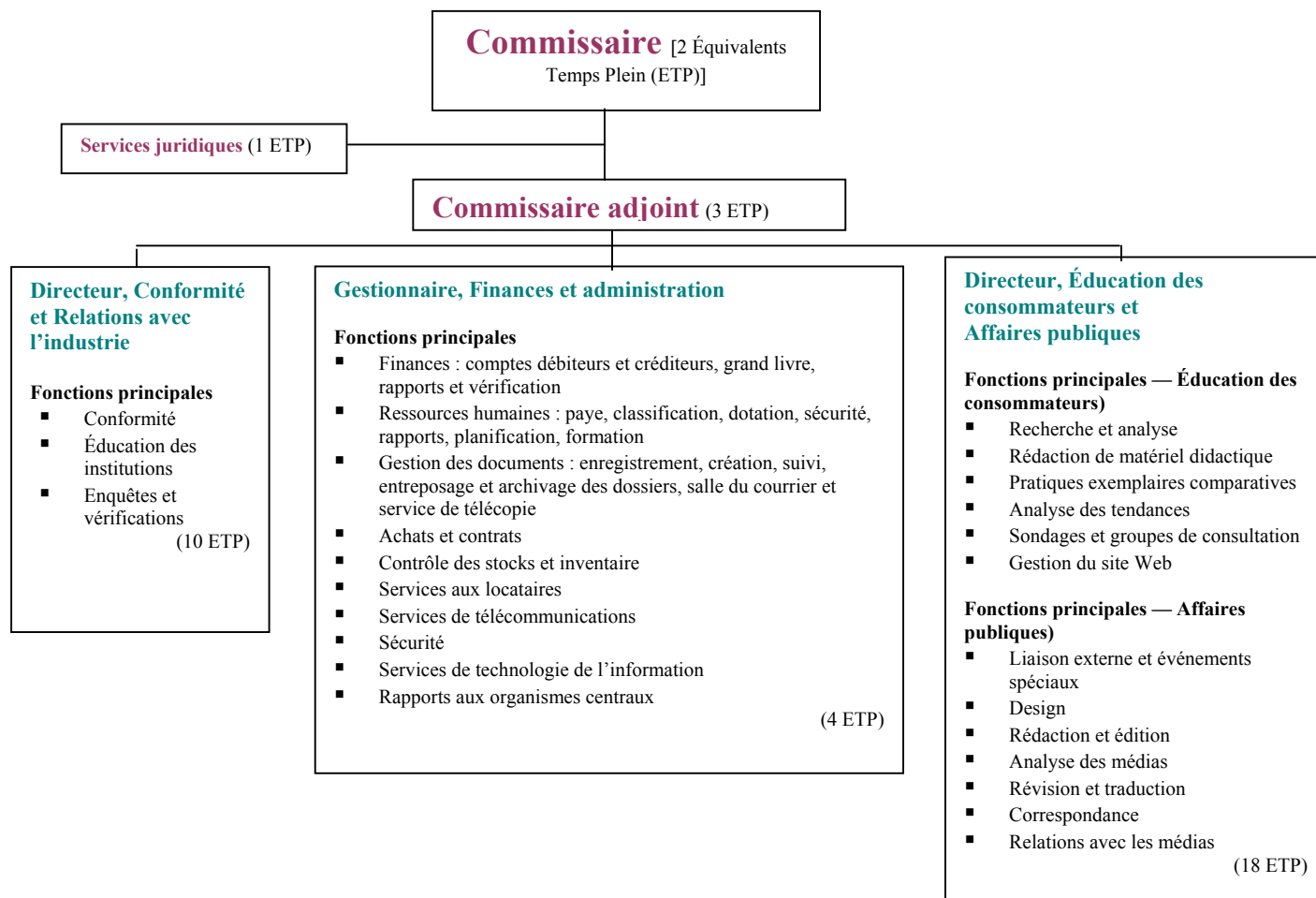
La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques est chargée du programme d'éducation des consommateurs, du programme de liaison externe, du Centre de communications avec les consommateurs, d'une unité de correspondance, des publications, des communications, ainsi que de la conception et de la gestion du site Web.

La Direction des services administratifs est chargée des achats, des marchés et des fournitures, de la gestion des installations, des rapports aux organismes centraux, de la sécurité, des télécommunications, de la gestion des documents, du service du courrier et de la messagerie, et de l'informatique. Elle conclut des marchés de services lorsqu'elle juge cette démarche efficace et efficiente.

La Direction des services juridiques compte un avocat-conseil de Justice Canada, qui offre un service de recherche juridique et fournit des avis et un soutien à l'Agence.

Le Groupe de la direction compte le commissaire, le commissaire adjoint et du personnel de soutien. Il gère l'Agence et rend des décisions sur les questions de conformité.

Organigramme au 31 mars 2005



3.5. Institutions financières réglementées

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) surveille les institutions financières réglementées à l'échelle fédérale. Ces institutions comprennent toutes les banques et les sociétés d'assurances, de fiducie et de prêt ainsi que les associations coopératives de crédit constituées ou enregistrées sous le régime d'une loi fédérale.

Nombre d'organisations par catégorie d'institutions financières sous réglementation fédérale, au 31 mars 2005

	Banques (nationales et étrangères)	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurance-vie (nationales et étrangères)	Sociétés d'assurances multirisques (nationales et étrangères)	Associations coopératives de crédit et de détail	Total
Nombre d'organisations	73	66	92	187	8	426

4. Aperçu du rendement de l'ACFC

4.1. Cadre d'exploitation

4.1.1. Contexte opérationnel

4.1.1.1. Nature du secteur des services financiers canadien

Le secteur des services financiers canadien, un pilier essentiel de l'économie à la grandeur du pays, a la réputation d'être l'un des plus stables et des plus sains du monde. Il offre un système de financement, d'assurance et de facilitation des transactions, qui soutient les activités commerciales s'opérant chaque jour au sein de l'économie canadienne et de l'économie mondiale. En 2003, le secteur :

- employait plus de 600 000 Canadiens;
- avait une masse salariale annuelle supérieure à 35 milliards de dollars;
- comptait pour 6 % du produit intérieur brut du Canada;
- rapportait plus de 13 milliards de dollars de recettes fiscales à tous les ordres de gouvernement⁴.

Le secteur réunit les institutions financières sous réglementation provinciale et fédérale. Par exemple, les coopératives de crédit et les sociétés de financement relèvent de la compétence des provinces, alors que toutes les banques sont sous régie fédérale. Pour les sociétés d'assurances, de fiducie et de prêt, la compétence est partagée entre le gouvernement fédéral et les provinces selon les activités menées par chacune d'elles. Au 31 mars 2005, le secteur des services financiers canadiens, sous réglementation fédérale, comptait :

- 19 banques nationales;
- 27 banques étrangères;
- 17 succursales de banques étrangères (service complet);
- 5 succursales de banques étrangères (service de prêt);
- 44 sociétés de fiducie;
- 22 sociétés de prêt;
- 97 sociétés d'assurances de personnes;
- 187 sociétés d'assurances multirisques.

Les banques sous réglementation fédérale représentent plus de 70 p. 100 de l'actif global du secteur des services financiers canadien.⁵

⁴ Chiffres affichés dans le site Web du ministère des Finances (<http://www.fin.gc.ca>), consulté le 9 septembre 2005.

⁵ Site Web du ministère des Finances (<http://www.fin.gc.ca>), consulté le 9 septembre 2005.

Outre les institutions sous réglementation fédérale, on dénombre, sous régie provinciale :⁶

- 1 298 coopératives de crédit et caisses populaires (en date de 2003);
- 207 courtiers en valeurs mobilières (en date de 2003);
- 270 sociétés de fonds commun de placement (en date de 2003).

4.1.1.2. Responsabilité pour un marché juste et concurrentiel

Comme dans les autres secteurs de l'économie, les responsabilités sont assumées conjointement par les consommateurs, le secteur et les gouvernements pour veiller à ce que le secteur fonctionne bien et soit concurrentiel.

Consommateurs

Pour qu'un marché concurrentiel fonctionne bien, on s'attend à ce que les consommateurs acceptent de faire un effort raisonnable pour s'informer sur la nature des services et des produits qu'ils désirent acheter. Ils doivent également accepter de faire des comparaisons en ce qui touche les prix, la qualité et le service. L'expression «magasiner» est devenue un thème important dans les messages que l'ACFC livre aux consommateurs.

Secteur

Le public s'attend à ce que le secteur financier offre différents produits et services à des prix concurrentiels, et à ce qu'il fasse en sorte que l'information les concernant soit facilement accessible, simple à comprendre et propice aux comparaisons avec des produits ou des services semblables. Même si la concurrence favorise l'innovation, la diversité et la baisse des prix, elle ne fait pas nécessairement la promotion des pratiques souhaitables au sein de l'industrie.

⁶ Chiffres affichés dans le site Web du ministère des Finances (<http://www.fin.gc.ca>, consulté le 9 septembre 2005).

Gouvernements

Les gouvernements s'assurent que le secteur des services financiers canadien adopte et maintienne des pratiques prudentes qui bénéficieront à la stabilité et à la sécurité dudit secteur, tout en reconnaissant le besoin pour les institutions financières de concurrencer efficacement. Plus précisément, les gouvernements s'attendent à ce que le secteur des services financiers offre un marché stable et sécurisé pour y effectuer des opérations financières.

On s'attend aussi à ce que les gouvernements agissent dans l'intérêt public, lorsque le système concurrentiel ne fonctionne pas de façon aussi harmonieuse ou équitable qu'il le devrait. Il arrive que l'équilibre des forces bascule et qu'il devienne évident que certaines normes de base ou règles du jeu doivent être établies pour l'industrie dans son ensemble, afin de maintenir l'équité du marché dans l'intérêt des consommateurs. En fait, tous les pays du G-7 et de nombreux autres pays importants à économie de marché disposent d'organismes qui réglementent les pratiques au sein du secteur des services financiers.

4.1.1.3. Comment nous supportons les priorités du gouvernement

4.1.1.3.1. Initiatives pangouvernementales – Rehausser les intérêts des consommateurs

Dans le livre blanc paru en 1999, on peut lire ce qui suit :

La prospérité économique du Canada dépend d'institutions financières solides, efficaces et rentables⁷

Le Canada est aussi reconnu partout pour avoir l'un des secteurs financiers les plus sûrs et les plus solides au monde. C'est là un précieux atout dans une économie mondiale en rapide évolution.

Même si ce n'est pas au gouvernement d'instaurer des changements à l'intérieur du secteur, il doit mettre en place un cadre stratégique qui permette au secteur d'évoluer, tout en préservant sa solidité et en veillant à ce que cette évolution favorise les consommateurs.⁸

Les institutions financières et le gouvernement doivent tous deux œuvrer à la mise en place des conditions qui permettront d'instaurer un marché composé de consommateurs avertis et un nombre suffisant de fournisseurs concurrentiels.

⁷ *La réforme du secteur des services financiers canadien*, p. 10.

⁸ *Ibid.*, p. 10.

Une information suffisante et une gamme de choix appropriée, étayées par une supervision réglementaire rigoureuse et un processus de recours efficace, garantiront un équilibre des forces entre les consommateurs et les fournisseurs et justifieront la confiance des consommateurs envers leurs institutions financières. En bout de ligne, cela permettra d'optimiser les résultats pour les consommateurs, les entreprises et l'économie dans son ensemble.⁹

Dans sa législation du secteur des services financiers, le gouvernement a énoncé sa responsabilité quant à la surveillance du secteur des services financiers canadien sous réglementation fédérale. Le Bureau du surintendant des institutions financières s'occupe des questions qui touchent la sécurité et la stabilité; la Société d'assurance-dépôts du Canada traite pour sa part des questions concernant l'assurance-dépôts; et l'ACFC veille à l'éducation et à la protection des consommateurs.

L'engagement du gouvernement à promouvoir les intérêts des consommateurs est énoncé de nouveau dans le *Plan budgétaire* de 2005. On peut lire :

Le gouvernement est déterminé à mettre en place un cadre équitable et équilibré qui préserve la santé et la vitalité du secteur tout en lui permettant d'évoluer au profit de tous les Canadiens. Pour établir cet équilibre, il importe d'assurer une protection adéquate des droits des consommateurs. Le Plan budgétaire donne des exemples de propositions de modifications possibles du cadre législatif qui feraient en sorte que le secteur des services financiers continue de profiter aux consommateurs canadiens¹⁰.

Certaines des propositions examinées dont il est question dans le Plan budgétaire consistent en un examen général des dispositions sur la divulgation de renseignements et l'établissement d'une période maximale de retenue de chèques.

Le mandat, la mission et les résultats stratégiques de l'ACFC sont directement liés au but ultime pangouvernemental du gouvernement du Canada, à savoir l'obtention « d'un marché sécurisé et équitable »¹¹. Dans son *Rapport annuel*, l'Agence met à la disposition des parlementaires des renseignements essentiels sur des sujets financiers ainsi que sur les questions et les préoccupations des consommateurs canadiens.

⁹ *Ibid.*, p. 46.

¹⁰ *Le Plan budgétaire de 2005*, gouvernement du Canada, p. 383.

¹¹ *Le rendement du Canada*, Rapport annuel au Parlement 2004, p. 46.

En outre, elle fournit, dans une forme globale, des données sur la conformité des institutions financières qu'elle réglemente à l'égard des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables et aux codes de conduite et engagements publics adoptés par ces dernières pour protéger les intérêts de leurs clients.

L'ACFC soutient également la conduite des revues législatives du gouvernement en fournissant de l'information sur les tendances et les enjeux qui surgissent liées aux questions principales qu'elle réglemente afin de faire en sorte que le secteur des services financiers continue d'évoluer dans l'intérêt de tous les Canadiens.

4.1.1.3.2. Initiatives pangouvernementales — Gestion moderne

Le Cadre de responsabilisation de gestion (CRG) du gouvernement donne aux ministères et aux organismes un ensemble de dix énoncés qui résument les attentes du gouvernement en ce qui touche la gestion moderne du secteur public, pour obtenir un rendement organisationnel élevé. Le CRG comprend tous les éléments de la fonction moderne de contrôleur et s'appuie sur les bases de celle-ci. La fonction moderne de contrôleur consiste à mettre en place des fondements solides, qui s'appuient sur quatre piliers (information intégrée sur le rendement en matière financière et non financière; saine gestion du risque; contrôle suffisant; valeurs et éthique).

À l'appui de cette initiative pangouvernementale, l'ACFC est occupée à mettre en œuvre un plan d'action qui a été dressé après la conduite d'une évaluation indépendante de la capacité de la fonction de contrôleur en octobre 2003. Pour en savoir plus sur les résultats et les progrès de l'ACFC à l'égard de la mise en œuvre des initiatives de gestion moderne, se reporter à la page 61.

4.1.2. Demande exprimée à l'égard des services de l'ACFC

4.1.2.1. Activités en matière de conformité

La partie qui suit contient des données statistiques générales sur la charge de travail de l'ACFC liée à la conformité.

Communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

	Avril 2004 – mars 2005	Changement en % 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Avril 2003 – mars 2004	Changement en % 2003-2004 par rapport à 2002-2003	Avril 2002 – mars 2003
Dispositions visant les consommateurs	953	11 ↑	857	117 ↑	395
➤ Plaintes	517		490		334
➤ Demandes de renseignements	18		33		21
➤ Plaintes signalées directement	418		334		40 ¹²
Codes de conduite et engagements publics	240	23 ↓	312	8 ↑	290
➤ Plaintes	220		268		242
➤ Demandes de renseignements	9		44		48
➤ Plaintes signalées directement ¹³	11		–		–
Dépôts de documents ¹⁴	176	55 ↓	395	5 ↑	375
Total	1 369	12 ↓	1 564	48 ↑	1 060

¹² Le cadre de conformité est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2002.

¹³ Pour le moment, les IFF ne sont pas obligées de signaler les plaintes liées aux codes de conduite et aux engagements publics.

¹⁴ Le nombre de documents déposés a diminué au cours de l'exercice 2004-2005, car cette année-là les fermetures de succursales ont été moins nombreuses.

Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents

	Avril 2004 – mars 2005	Changement en % 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Avril 2003 – mars 2004	Changement en % 2003-2004 par rapport à 2002-2003	Avril 2002 – mars 2003
Dossiers ouverts (ne comprend pas les demandes de renseignements)	1 342	7 ↓	1 437	45 ↑	991
Dossiers fermés (peut comprendre les cas en instance de l'année précédente)	1 142	14 ↓	1 322	50 ↑	882
Dossiers en suspens à la fin de l'exercice (31 mars)	457	80 ↑	254	63 ↑	155

Même si le nombre global de dossiers de conformité ouverts a baissé en 2004-2005 — principalement en raison de la baisse marquée du nombre de documents qui, en vertu de la loi, doivent être déposés relativement aux fermetures de succursales — la charge de travail de l'ACFC liée aux cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs ne cesse d'augmenter. C'est un constat auquel il faut s'attendre pour une agence relativement nouvelle. Il est difficile de prévoir quand et à quel niveau la charge de travail de l'ACFC se stabilisera, puisque l'Agence a pour objectif constant de mieux faire connaître ses services aux consommateurs, ce qui pourrait se traduire par un alourdissement de la charge de travail.

Pour une ventilation des décisions prises relativement aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics, se reporter à la page 34.

4.1.2.2. Activités de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC mène un certain nombre d'activités pour aider l'Agence à remplir son mandat. Ses principales activités sont les suivantes :

- la production et la distribution de documents d'information destinés aux consommateurs;
- la recherche et l'analyse;
- les relations avec les médias et les relations publiques;
- la gestion du site Web;
- les activités de liaison externes;
- la gestion du Centre de communications avec les consommateurs;
- la correspondance;
- l'élaboration d'une stratégie de communication/la planification.

Il fait également partie des activités de la Direction de donner suite aux demandes de renseignements et aux plaintes, sur une base individuelle, par l'intermédiaire du Centre de communications avec les consommateurs et de l'Unité de la correspondance de l'ACFC.

	Avril 2004 – mars 2005	Changement en % 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Avril 2003 – mars 2004	Changement en % 2003-2004 par rapport à 2002-2003	Avril 2002 – mars 2003
Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité	20 621	123 ↑	9 267	35 ↑	6 882
Plaintes reçues à l'exception de celles relatives aux questions de conformité	5 059	17 ↓	6 070	2 ↓	6 200
Total	25 680	67 ↑	15 337	17 ↑	13 082

Le nombre total de communications reçues par l'ACFC a augmenté de 67 %, en 2004-2005. Cette augmentation tient partiellement à deux projets d'annexe de documents aux chèques gouvernementaux menés par l'ACFC, qui ont consisté en l'envoi par la poste de plus de 7 millions d'encarts aux Canadiens partout au pays.

La campagne d'information menée par l'ACFC a essentiellement porté sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les banques et/ou les sociétés de fiducie. En l'espace de deux mois, le projet a suscité 9 191 appels. L'ACFC a entrepris cette initiative en collaboration avec l'Agence de revenu du Canada et Développement social Canada.

La répartition géographique des communications reçues par l'ACFC reflète habituellement la répartition provinciale de la population canadienne.

La demande exprimée à l'égard des publications de l'ACFC s'est elle aussi considérablement accrue — en particulier depuis que les organisations intéressées veulent se procurer des exemplaires additionnels pour que leurs bureaux ou d'autres emplacements les distribuent, partout au Canada.

Nos documents d'information ont continué d'être très prisés aux salons professionnels auxquels l'ACFC a participé à Toronto et à Vancouver.

En 2004-2005, le nombre de visites du site Web de l'ACFC a également considérablement augmenté, et le téléchargement de publications de l'Agence a pris de l'ampleur.

	Avril 2004 – mars 2005	Changement en % 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Avril 2003 – mars 2004	Changement/ en % 2003-2004 par rapport à 2002-2003	Avril 2002 – mars 2003
Total des publications imprimées et distribuées	173 541	90 ↑	91 381	82 ↑	50 115
Total des publications téléchargées	342 810	55 ↑	221 682	386 ↑	45 616
Total des visites sur le site Web	458 253	80 ↑	254 854	93 ↑	132 197
Nombre moyen des visites sur le site Web par mois	38 188	même que ci-dessus	21 238	même que ci-dessus	11 016

4.1.3. Établissement et évaluation du risque

En 2004-2005, l'ACFC a dressé un profil de risque préliminaire de l'organisation, en définissant et en évaluant les principaux risques auxquels l'Agence est exposée. L'ACFC a réparti les principaux risques en catégories selon leur priorité, et elle a donné un aperçu des stratégies visant à atténuer les risques, dans son plan d'activités pour 2005-2007. Les principaux risques définis comprennent ceux qui suivent :

Risque	Incidence	Stratégies d'atténuation du risque
<p>Perte de la masse critique d'employés en raison du taux de roulement</p>	<p>Étant donné que l'ACFC est un petit organisme — 38 ETP en 2004-2005 — la perte de plusieurs membres importants du personnel peut :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ avoir une incidence négative sur la capacité de l'ACFC à atteindre ses objectifs stratégiques à court terme, et à fournir des services de qualité aux consommateurs, conformément à ses normes de service; ➤ avoir des répercussions sur les enquêtes et le règlement des cas de conformité, conformément à ses normes de service et aux exigences de la loi. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Offrir un régime de rémunération concurrentiel pour recruter et maintenir en poste un personnel qualifié, y compris des membres du secteur des services financiers. ➤ Offrir en temps opportun des cours de perfectionnement professionnels efficaces, y compris une formation axée sur les compétences à l'échelle de l'Agence, et ce, pour tous les postes, ainsi que des programmes de formation en gestion de carrière. L'ACFC a conclu un protocole d'entente avec le Seneca College pour mettre au point un cours axé sur la conformité qui répondra aux intérêts et aux besoins en matière de formation des agents de conformité qui travaillent dans le secteur des services financiers et à l'ACFC. ➤ La conduite d'un sondage annuel auprès des employés pour suivre de près les questions qui pourraient avoir des répercussions sur le milieu de travail, et assurer le règlement des questions décelées en temps opportun. ➤ Définir les activités et/les domaines importants pour lesquels des politiques, des procédures et des procédés doivent être mis en place, et combler les lacunes. <p>Ce processus s'accompagnera d'un calendrier pour l'examen proactif des politiques, des procédures et des procédés liés aux activités essentielles.</p>

Risque	Incidence	Stratégies d'atténuation du risque
Budget limité et peu d'espoir que le budget soit considérablement accru, mais attentes à la hausse de la part des intervenants et des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'ACFC pourrait ne pas être en mesure de répondre aux besoins des consommateurs en temps opportun. ➤ L'ACFC pourrait ne pas être en mesure de donner suite aux besoins et/aux préoccupations de ses partenaires et intervenants, y compris les parlementaires. ➤ L'ACFC pourrait ne pas être en mesure d'évaluer sous tous les angles et de régler les questions nouvelles qui surgissent dans le milieu et qui pourraient avoir des conséquences négatives pour les consommateurs, ce qui pourrait retarder la résolution des problèmes concernant le marché et la réparation du tort causé aux consommateurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'ACFC a fait de certains groupes et partenaires une priorité. Il en est question dans son plan d'activités. ➤ Le processus de consultation à propos du plan d'activités donne aux partenaires de l'ACFC et aux intervenants un aperçu des principaux objectifs et activités de l'Agence pour une période donnée. Ils ont donc la possibilité d'exprimer leurs suggestions et leurs préoccupations au sujet de l'orientation que l'ACFC entend prendre. Le plan d'activités est un document public, qu'il est possible de consulter sur le site Web de l'ACFC. ➤ L'ACFC mène des sondages auprès des consommateurs pour évaluer et analyser les questions de consommation, et pour déterminer la satisfaction des consommateurs à l'égard des services qu'elle leur offre. ➤ Au sein des unités de la conformité et de la correspondance, l'ACFC a renforcé son approche axée sur le risque pour donner suite aux communications provenant des consommateurs et régler les cas de conformité afin de faire la meilleure utilisation possible des ressources existantes. ➤ L'ACFC examine régulièrement les coûts et les avantages des PE signés par l'Agence, pour s'assurer qu'ils constituent toujours un bon arrangement et permettent toujours de faire une bonne utilisation des ressources. ➤ L'ACFC continue de mettre en place un solide réseau de partenaires, pour obtenir leur contribution à l'appui de son mandat.

Risque	Incidence	Stratégies d'atténuation du risque
<p>Saisie des données et contrôle de la qualité — les données utilisées pour la prise de décision et la préparation de rapports pourraient être incomplètes, erronées ou insuffisantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La qualité des données pourrait être compromise par un manque de pertinence, d'exactitude, d'à-propos, etc. ➤ L'ACFC pourrait prendre des décisions non éclairées, qui nuiraient à sa capacité d'atteindre ses objectifs. ➤ L'ACFC pourrait ne pas être en mesure de suivre de près ses activités et ses programmes de façon efficace, ou encore de communiquer avec assurance les résultats et les constatations qui en découlent à ses partenaires et aux intervenants. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un employé du secteur Éducation des consommateurs et un employé du secteur Conformité déterminent l'intégrité des données saisies et reclassifient l'information, s'il y a lieu. ➤ Des rapports bimensuels sont préparés et présentés à la haute direction. Les rapports permettent de déceler toutes incohérences et erreurs potentielles, par rapport aux périodes de déclaration précédentes. L'ACFC a acquis des logiciels pour faciliter l'analyse des données. ➤ L'ACFC a terminé la première étape de son projet de reconfiguration du système Webcims, qui consistait notamment en la réorganisation de la structure des « mots clés » pour saisir les données, et en l'établissement de données pertinentes aux fins de suivi et de rapport. ➤ L'ACFC a l'intention d'apporter des améliorations à son système de saisie et de pistage des données, dans la foulée du récent projet de reconfiguration, afin de produire des rapports sur l'intégrité des données qui feront ressortir les données incomplètes sur les cas, s'il y a lieu. ➤ Les représentants de la technologie de l'information (TI) procèdent à une sauvegarde quotidienne du système de pistage Webcims. ➤ La nouvelle version du système Webcims (2005 à 2007) s'accompagnera d'un fichier historique.
<p>Aboutissement favorable des contestations judiciaires des décisions de l'ACFC</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cela pourrait nuire à la réputation de l'Agence et aboutir à la remise en question de la compétence de l'Agence à titre d'organisme de réglementation. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Récemment, l'ACFC a révisé son Cadre de conformité, de concert avec ses partenaires et les intervenants. Les Services juridiques ont également participé à la révision du document. ➤ Les Services juridiques participent à l'examen des principales politiques et procédures de l'ACFC en matière de conformité.

Risque	Incidence	Stratégies d'atténuation du risque
<p>Aboutissement favorable des contestations judiciaires des décisions de l'ACFC (suite)</p>		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les réunions tenues sur la gestion des cas sont l'occasion rêvée d'évaluer et d'analyser objectivement tous les dossiers de conformité ouverts par l'ACFC, et d'examiner les conclusions et les recommandations des agents de conformité. ➤ Le secteur de la conformité a amélioré sa méthode d'évaluation et d'enquête pour les cas de conformité, en élaborant un formulaire « d'évaluation du risque ». Ce formulaire permettra à tous les agents d'établir la priorité des cas de façon uniforme et de consacrer davantage de temps aux cas plus importants. Le secteur de la conformité songe à intégrer cette nouvelle méthode d'établissement des priorités au système de suivi des cas de l'ACFC en 2005-2006 (comme on l'indique dans le plan d'activités 2005-2007). ➤ L'ACFC définira les activités, les processus courants et les lacunes sur lesquels doivent se pencher les diverses directions, et elle établira, dans les grandes lignes, les processus et procédures clés (dans le plan d'activités pour 2005-2007). ➤ Dans son plan de vérification interne ciblé¹⁵, l'ACFC a prévu un examen des services en fait de conformité et de surveillance (CS) en 2005-2006 (dans le plan d'activités pour 2005-2007).

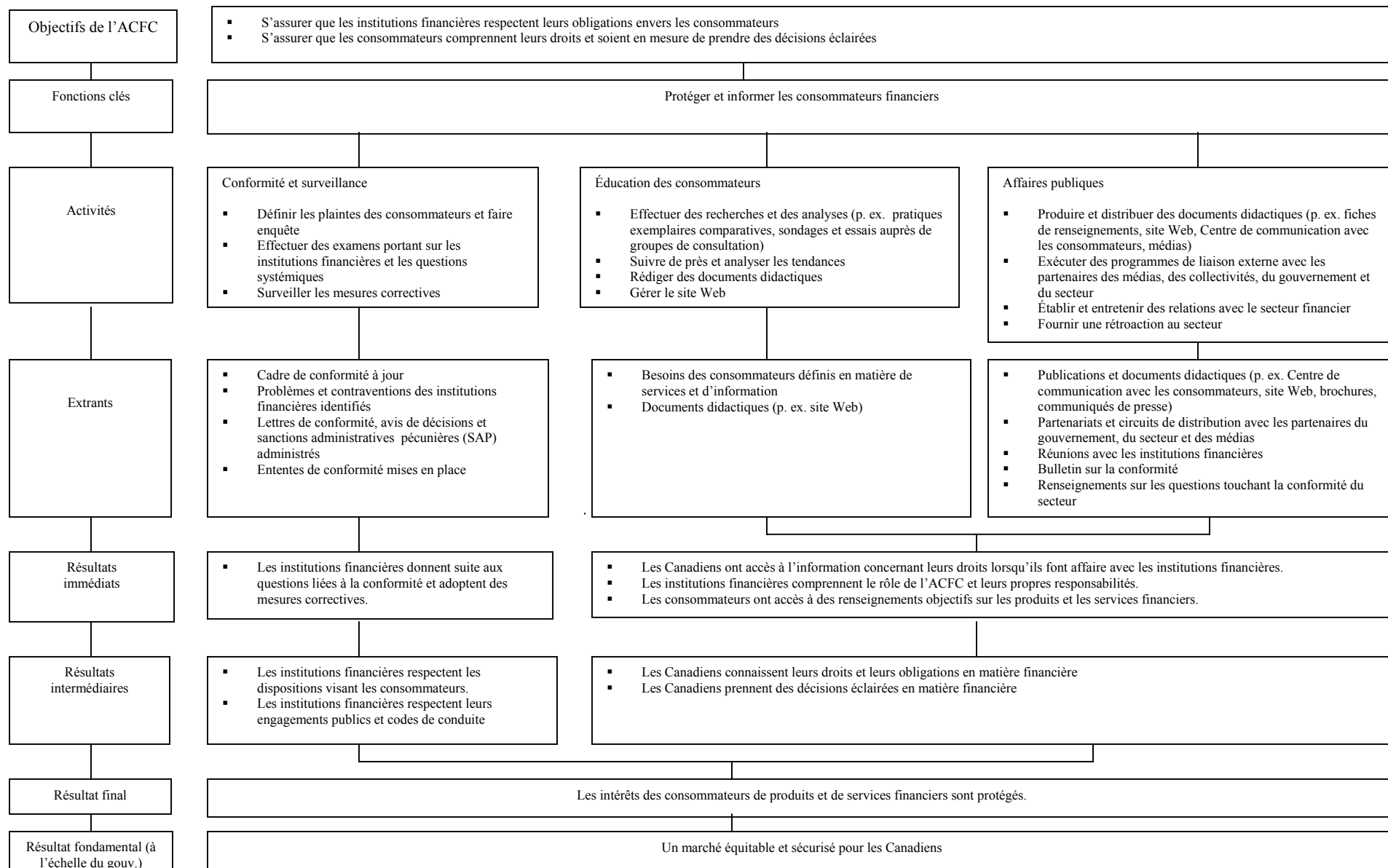
¹⁵ Il s'agit d'un plan de vérification interne qui porte sur *un* exercice.

Risque	Incidence	Stratégies d'atténuation du risque
<p>Perception de la part des consommateurs qu'on ne répond pas à leurs besoins</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il se pourrait que la satisfaction des consommateurs à l'égard des services de l'ACFC diminue si les consommateurs ont l'impression que l'ACFC ne répond pas à leurs attentes, ce qui pourrait nuire à la réputation de l'ACFC. ➤ L'ACFC aurait du mal à atteindre ses résultats stratégiques et à remplir son mandat et, par conséquent, à contribuer au résultat pangouvernemental, ce qui porterait atteinte à sa compétence. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'ACFC a un Centre de communications avec les consommateurs (auquel les consommateurs peuvent téléphoner sans frais) qui permet aux consommateurs de s'entretenir avec une personne. Les préposés du Centre sont des employés bien informés, qui sont formés pour répondre aux questions des consommateurs de la façon la plus exacte et efficace possible. ➤ L'ACFC effectue des recherches sur les questions soulevées par les consommateurs dans le cadre des sondages menés auprès d'eux et par d'autres moyens, afin de mieux comprendre leurs besoins et leurs préoccupations, et de leur fournir de l'information sur des produits et des services précis. ➤ L'ACFC prépare des documents qui s'adressent à divers publics, qu'elle rédige en utilisant un langage adapté à chaque public, y compris les consommateurs dont le niveau d'alphabétisation ou de scolarité est moins élevé. ➤ L'ACFC remet des formulaires de rétroaction aux consommateurs, afin qu'ils puissent évaluer ses publications (imprimées et électroniques) et exprimer leurs commentaires et leurs suggestions en vue de les améliorer. ➤ L'ACFC effectue régulièrement des sondages via son Centre de communications avec les consommateurs afin d'obtenir de l'information sur la satisfaction des consommateurs à l'égard des services qu'elle leur offre.

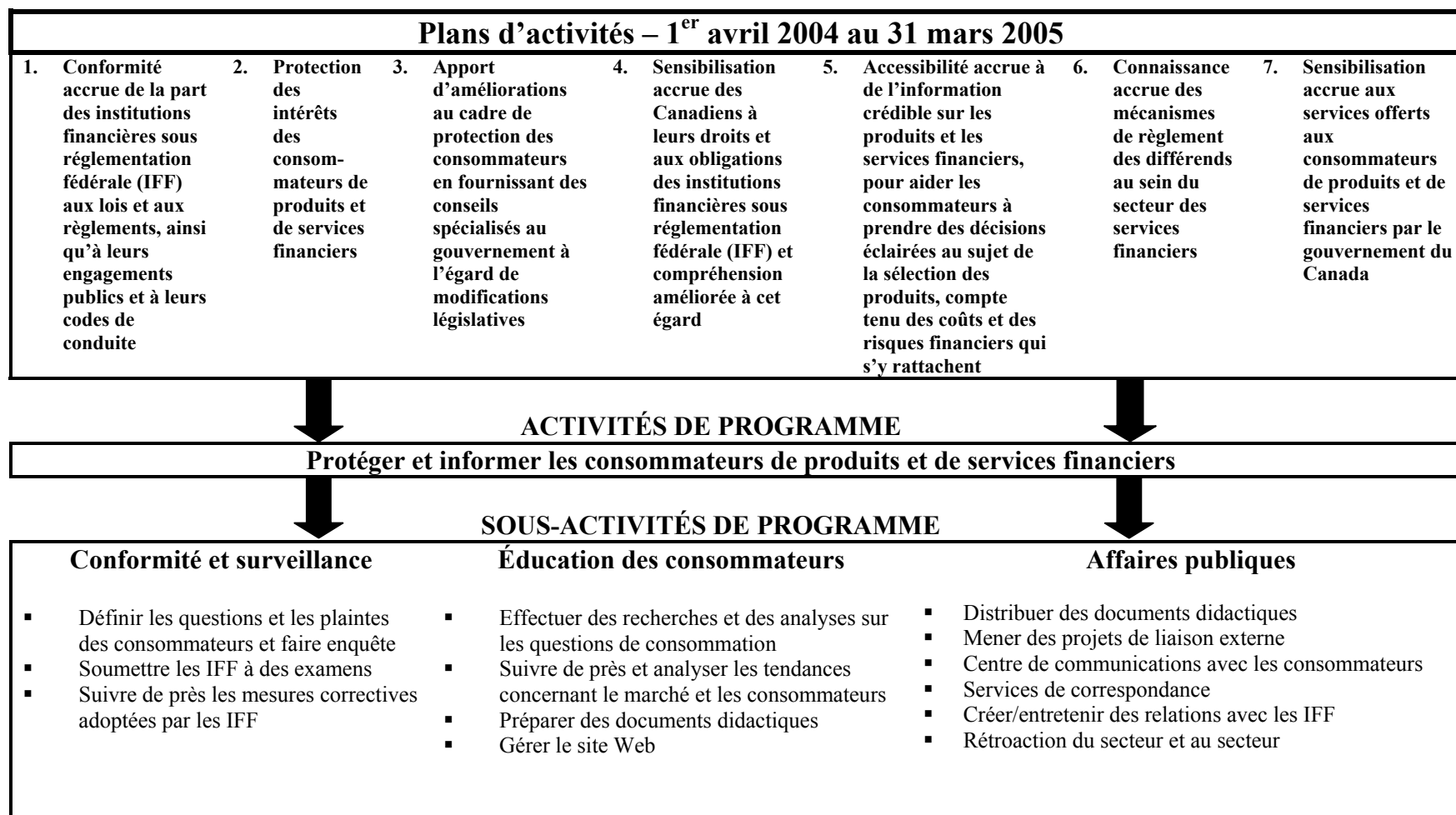
L'ACFC continuera de suivre de près et de mettre en œuvre ses stratégies d'atténuation du risque et elle veillera à tenir compte de ces risques et d'autres risques pertinents et à les intégrer à ses processus de planification stratégique et opérationnelle.

4.2. Cadre de responsabilisation de l'ACFC

4.2.1. Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats – Modèle logique



4.2.2. Résultats stratégiques de l'ACFC



4.2.3. Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Surveillance du secteur des services financiers par le gouvernement fédéral du point de vue des consommateurs	Les responsabilités en matière de surveillance (autrefois réparties entre divers organismes) ont été regroupées à l'ACFC qui en fait directement rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances. En conséquence, la fonction de surveillance a été considérablement renforcée.
Suivi de la réglementation et de l'autoréglementation du point de vue des consommateurs	L'ACFC a dressé un cadre de conformité pour suivre de près la façon dont les IFF s'acquittent de leurs obligations et respectent leurs engagements envers les consommateurs.
Suivi des mesures prises par les IFF dans l'optique des questions de conformité	Le suivi des mesures de conformité est désormais systématique et uniforme. L'ACFC travaille avec les IFF pour s'assurer que les consommateurs sont informés lorsque des problèmes de conformité surgissent et pour veiller à ce qu'ils soient au courant de leur droit de recourir aux procédures de traitement des plaintes de leur institution.
Mesure de la conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics	L'ACFC a instauré des outils de mesure, notamment une évaluation mystère et des examens annuels dont l'objectif est de s'assurer que les IFF respectent les dispositions visant les consommateurs, les codes de conduite et les engagements publics. L'ACFC travaille avec les institutions financières pour régler les problèmes et les préoccupations qui surgissent.
Examen des pratiques de divulgation des IFF du point de vue des consommateurs	L'ACFC a effectué deux examens systématiques des pratiques de divulgation et des documents du secteur. Plusieurs institutions travaillent actuellement à l'amélioration de la qualité de l'information qu'elles divulguent aux consommateurs.

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Examen des préavis de fermeture de succursales des IFF	Autrefois, les institutions n'étaient pas tenues de déposer des préavis de fermeture de succursales aux fins d'un examen officiel. Jusqu'à maintenant, l'ACFC a examiné des centaines de préavis de fermeture de succursales pour s'assurer que les banques avaient tenu comme il se doit des consultations auprès des collectivités qu'elles servaient. L'ACFC a également participé à plusieurs réunions portant sur la fermeture de succursales, tenues à la demande du commissaire, et a ajouté une base de données sur les fermetures de succursales à son site Web pour aider les consommateurs à se tenir au courant des changements.
Accès aux documents d'information rédigés en langage simple au sujet des obligations des IFF envers les consommateurs, ainsi qu'à des renseignements objectifs afin d'aider les consommateurs à comparer et à mieux comprendre certains produits et services financiers	L'ACFC a décelé des lacunes en matière d'information au sein du secteur, et elle les a comblées en préparant et en offrant aux consommateurs des publications rédigées en langage simple au sujet des produits et des services financiers, et au sujet des droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les IFF.
Accès à un organisme fédéral par les consommateurs souhaitant signaler un problème à propos d'une institution financière ou demander de l'information	Avant la création de l'ACFC, il n'existait pas de point d'accès unique auquel les consommateurs pouvaient s'adresser lorsqu'ils voulaient signaler un problème concernant une IFF ou demander de l'information au sujet d'un service ou d'un produit financier. Les consommateurs peuvent désormais téléphoner sans frais au Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC pour signaler un problème concernant leur institution financière ou obtenir de l'information sur des produits et des services financiers. Les consommateurs peuvent aussi communiquer avec l'ACFC par courriel, par la poste ou en personne.
Données comparatives sur les caractéristiques et les prix des produits et des services financiers	L'ACFC fournit aux consommateurs des données comparatives utiles et des renseignements faciles à comprendre au sujet de nombreux produits et services financiers, ce qui permet aux consommateurs de tirer profit d'un marché concurrentiel.

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Questions et réponses sur les produits et services financiers	L'ACFC a mis au point, sous forme de questions et réponses, l'une des bases de données les plus complètes au Canada concernant les produits et les services financiers. L'ACFC alimente en grande proportion sa base de données de questions et réponses en analysant l'information obtenue dans le cadre de ses communications avec les consommateurs. L'ACFC suit de près et définit régulièrement les questions qui préoccupent les Canadiens.
Rapports au Parlement sur les questions de conformité et de consommation	Auparavant, la reddition de comptes au Parlement sur les questions liées à la consommation des produits et services financiers était fragmentée. Grâce à son rapport annuel, l'ACFC donne au Parlement un aperçu global des cas de conformité ainsi que des principales questions et préoccupations soulevées par les consommateurs.

4.3. Analyse du rendement pour 2004-2005

4.3.1. Analyse du rendement par résultat stratégique

Cette partie évalue les programmes et le rendement de l'ACFC au regard des principaux extraits escomptés et des résultats stratégiques énoncés dans son plan d'activités pour 2004-2005.

En outre, un lien a été établi entre les résultats stratégiques de l'ACFC et les principaux secteurs stratégiques de l'Agence. Toutes les directions conjuguent leurs efforts pour contribuer à l'atteinte des objectifs, des résultats stratégiques et des principaux extraits de l'Agence.

Protection des consommateurs

- Conformité accrue de la part des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) aux lois et aux règlements ainsi qu'à leurs engagements publics et à leur code de conduites
- Protection des intérêts des consommateurs de produits et de services financiers
- Apport d'améliorations au cadre de protection des consommateurs en fournissant des conseils spécialisés au gouvernement à l'égard des modifications législatives

Information et éducation des consommateurs

- Sensibilisation accrue des Canadiens à leurs droits et aux obligations des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) et compréhension améliorée à cet égard
- Accessibilité accrue à de l'information crédible sur les produits et les services financiers, pour aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées au sujet de la sélection des produits, compte tenu des coûts et des risques financiers qui s'y rattachent
- Connaissance accrue des mécanismes de règlement des différends au sein du secteur des services financiers
- Sensibilisation accrue aux services offerts aux consommateurs de produits et de services financiers par le gouvernement du Canada

De nombreuses organisations du secteur public, y compris l'ACFC, font face à un défi commun : comment établir un lien entre les résultats globaux qu'elles ont obtenus et les progrès accomplis au regard du résultat pangouvernemental.




Il est fréquent qu'il n'y ait pas de lien évident entre les décisions rendues, les initiatives prises par l'Agence et, en fin de compte, l'amélioration ultérieure du marché financier du Canada, car les résultats sont sous l'influence de nombreux facteurs qui échappent au contrôle des organismes ou des ministères pris individuellement. Il en est de même pour un organisme du secteur public comme l'ACFC, qui n'est qu'un des nombreux intervenants qui fournissent de l'information financière aux consommateurs et veillent à leur éducation. Étant donné le grand nombre de partenaires et d'acteurs en cause dans ce processus, nous ne pouvons attribuer uniquement à l'ACFC l'amélioration de l'efficacité et de l'accessibilité du système financier. Toutefois, en mesurant objectivement notre rendement et en faisant rapport à cet égard, nous pouvons effectivement démontrer notre contribution au résultat fondamental souhaité par le gouvernement du Canada, à savoir « un marché sécurisé et équitable pour les Canadiens ».


En outre, étant donné que de nombreux résultats stratégiques de l'ACFC sont liés à la sensibilisation des consommateurs à l'égard de questions financières et à leurs connaissances en la matière, il faudra des années pour que l'Agence atteigne ses résultats stratégiques et le résultat pangouvernemental connexe. Nous pouvons toutefois montrer que nous accomplissons des progrès en vue de leur obtention, et définir ces progrès.

Méthodes utilisées pour évaluer les progrès accomplis par l'ACFC

Nous avons utilisé les méthodes qui suivent pour évaluer les progrès de l'ACFC sur la voie de l'obtention de ses résultats stratégiques, et pour mesurer les résultats obtenus au regard des principaux extrants escomptés présentés dans le plan d'activités pour 2004-2005 et/ou les résultats de l'année précédente, le cas échéant.

1) Méthode quantitative : une échelle d'évaluation

Évaluation	Symbole
Amélioration par rapport à l'année précédente	
En accord avec l'année précédente	
Détérioration par rapport à l'année précédente	

Lorsque les données pour 2004-2005 ou 2003-2004 n'étaient pas disponibles, nous avons attribué l'évaluation .

2) Méthode qualitative

- a) Attentes non respectées
- b) Attentes respectées

4.3.1.1. Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques liés au secteur de la protection des consommateurs de l'ACFC

Résultat stratégique n° 1

Conformité accrue de la part des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) aux lois et règlements, ainsi qu'à leurs engagements publics et à leurs codes de conduite

Résultat stratégique n° 2

Protection des intérêts des consommateurs de produits et de services financiers

Le programme de conformité de l'ACFC permet de surveiller les institutions financières sous réglementation fédérale et de veiller à ce qu'elles respectent les obligations législatives qui leur sont applicables, leurs codes de conduite volontaires et leurs engagements publics.

Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de règlement

	Avril 2004 – mars 2005		Avril 2003 – mars 2004		avril 2002 – mars 2003	
		(%)		(%)		(%)
Cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs pour des questions autres que les fermetures de succursales, à l'exception de « l'obligation de donner préavis »						
Violation	26	3,8	20	4,0	23	17,4
Non-violation	659	96,2	483	96,0	109	82,6
Total	685	100	503	100	132	100
Questions liées aux fermetures de succursales ¹⁶ à l'exception de « l'obligation de donner préavis »						
Non accordé	9	75,0	34	75,6	93	71,5
Accordé	3	25,0	11	24,4	37	28,5
Total	12	100	45	100	130	100

En un bref laps de temps, l'ACFC a établi des relations professionnelles avec toutes les institutions financières sous réglementation fédérale, et elle travaille en étroite collaboration avec ces dernières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs.

¹⁶ Comprend les demandes visant la tenue de réunions publiques.

Lorsqu'elle constate que des violations ont été commises, l'ACFC aide les institutions à adopter des mesures permettant de combler les lacunes relevées. Pour en savoir plus sur les types de violations liées aux dispositions visant les consommateurs, veuillez consulter les décisions du commissaire, à la page 37.

En ce qui touche les demandes visant la tenue de réunions au sujet de fermetures de succursales, nous avons assisté à un déplacement ces trois dernières années de la catégorie « demandes accordées » vers la catégorie « demandes non accordées ». Ce constat tient partiellement à l'approche adoptée par les banques pour fermer des succursales de nos jours, qui diffère considérablement de ce qu'elle était, il y a seulement quelques années. Diverses banques consultent de façon proactive les collectivités et adoptent des mesures, comme celles qui suivent, pour atténuer les effets néfastes sur la collectivité et le public :

- envoi de lettres ou appels téléphoniques adressés à chaque client au sujet de la fermeture de succursale, et communication du numéro de téléphone de la succursale qui ferme et de celui de la succursale destinataire, au cas où les clients auraient des préoccupations ou des questions à formuler;
- tenue de consultations auprès des représentants politiques locaux, avant l'annonce publique de la fermeture;
- transfert automatique de tous les comptes des clients, y compris les paiements préautorisés et les dépôts directs;
- maintien en poste du personnel en réaffectant le personnel à la succursale destinataire.

Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de règlement

	Avril 2004 – mars 2005		Avril 2003 – mars 2004		Avril 2002 – mars 2003	
		%		%		%
Non-conformité	4	2,4	22	13,3	13	8,3
Conformité	170	97,7	143	86,6	143	91,2
Total	174	100	165	100	156	100

Lorsque nous analysons les progrès accomplis par les IFF au chapitre de la conformité à leurs codes de conduite et engagements publics, nous constatons une évolution positive depuis 2002-2003. Il convient de noter que plusieurs cas liés à l'accès aux services bancaires de base sont pris en compte dans les chiffres fournis pour 2002-2003 (10 cas) et 2003-2004 (16 cas), car les services bancaires de base ont été l'objet d'un engagement public jusqu'au 30 septembre 2003. Depuis cette date, les cas liés aux services bancaires de base dans lesquels des violations ont été constatées font maintenant partie des décisions du commissaire. Pour en savoir plus sur les questions de conformité liées aux codes de conduite et aux engagements publics, se reporter à la page 39.

Vous pouvez trouver tous les renseignements détaillés concernant les cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents dans le *Rapport annuel* 2004-2005 de l'ACFC, que l'on peut consulter sur le site Web de l'Agence à l'adresse : <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/default.asp#ar>

Pour évaluer la contribution du programme de conformité de l'ACFC à l'obtention des résultats stratégiques de l'Agence (indiqués à la page 32), nous avons également examiné les catégories suivantes :

- les décisions du commissaire;
- les lettres de non-conformité liées aux codes de conduite et aux engagements publics;
- les examens :
 - annuels : sondages auprès des institutions financières sous réglementation fédérale au regard des questions de conformité, menés par l'ACFC chaque année;
 - spéciaux : examen ciblé à propos d'une question de conformité qui préoccupe l'ACFC (peut porter sur plusieurs IFF);
 - sur place : examens ciblés à propos d'une question de conformité qui préoccupe l'ACFC (porte sur les IFF à titre individuel);
- les examens à l'échelle du secteur : recherche et examen des pratiques du secteur;
- l'analyse des résultats des évaluations mystères.

Dans chacune de ces catégories, nous avons examiné les mesures prises par les IFF, après l'intervention de l'ACFC. Elles sont divisées en deux groupes : « les mesures correctives » et les « modifications de procédures ».

Aux fins de la présente analyse, par « mesure corrective », nous entendons une mesure limitée à une succursale non conforme, contrairement à une « modification de procédures », qui désigne toute mesure corrective prise par une IFF, et dont la mise en œuvre n'est *pas* limitée à une succursale non conforme et pourrait avoir modifié les procédés internes.

Il importe de noter qu'une décision du commissaire peut déclencher une mesure corrective — pour régler un cas de non-conformité à l'échelle d'une succursale — ainsi que la modification ultérieure des procédures — pour veiller à ce que la situation ne se répète pas à l'échelle de l'institution dans son ensemble.


Décisions du commissaire

Règlement des cas	Avril 2004 – mars 2005	Avril 2003 – mars 2004
Lettres de réprimande	14 (contenant 28 violations)	17 (contenant 35 violations)
Procès-verbaux de violation	2 (contenant 2 violations)	2 (contenant 4 violations)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Non-conformité au <i>Règlement sur le coût d'emprunt</i> ▪ Non-conformité au <i>Règlement sur les préavis de fermeture de succursales</i> 	2	1
Sanctions administratives pécuniaires imposées	80 000 \$	15 000 \$
Accords de conformité	1	1
Demandes accordées pour la tenue de réunions à propos de la fermeture de succursales (reliées aux cas)	2	11
Demandes non accordées pour la tenue de réunions à propos de la fermeture de succursales (reliées aux cas) — une décision peut se rapporter à plus d'un cas	6	6
Décision concernant un cas de non-conformité — confirmée par le commissaire — concernant l'engagement public « responsabilité zéro » pour les cartes de crédit	1	0

Les décisions du commissaire pour l'exercice 2004-2005 présentées dans le tableau qui précède se rapportaient aux questions suivantes :

- Comptes bancaires — Refus d'ouvrir
- Chèques du gouvernement du Canada — Refus d'encaisser
- Chèques du gouvernement du Canada — Refus d'encaisser sans frais
- Divulgence des frais
- Coût d'emprunt — Cartes de crédit
- Coût d'emprunt — Hypothèques
- Fermetures de succursales

Résultats

	Avril 2004 – mars 2005 (%)	Avril 2003 – mars 2004 (%)	Évolution 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Évaluation 2004-2005
Pourcentage des cas ¹⁷ pour lesquels les IFF ont adopté des mesures correctives, après la décision du commissaire	100	100	 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Attentes respectées

Outre les mesures correctives, plusieurs IFF ont apporté des modifications aux procédures, après la décision du commissaire.

	Avril 2004 – mars 2005 (%)	Avril 2003 – mars 2004 (%)
Pourcentage des cas pour lesquels les IFF ont apporté des modifications aux procédures — en plus d’avoir pris des mesures correctives — après la décision du commissaire	60	85


Pour en savoir plus sur les mesures correctives et les modifications aux procédures que les IFF ont adoptées après les décisions prises par le commissaire, veuillez consulter l’annexe 1.

¹⁷ Plusieurs cas de conformité peuvent être regroupés sous une seule décision du commissaire.

Codes de conduite et engagements publics

Codes de conduite et engagements publics pour lesquels l'ACFC a adressé des lettres de non-conformité aux IFF	Avril 2004 – mars 2005	Avril 2003 – mars 2004
Code relatif aux assurances	1	0
Cartes de crédit — Engagement public <ul style="list-style-type: none"> ➤ Politique de responsabilité zéro 	3	4
Ouverture de comptes ¹⁸ <ul style="list-style-type: none"> ➤ Refus d'ouvrir — Faillite ➤ Refus d'ouvrir — Antécédents de crédit ➤ Refus d'ouvrir — Pièces d'identité 	S.O. S.O. S.O.	2 10 4
Code relatif aux cartes de débit	0	2

Résultats

	Avril 2004 – mars 2005 (%)	Avril 2003 – mars 2004 (%)	Évolution 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Évaluation 2004-2005
Pourcentage des cas pour lesquels les IFF ont adopté des mesures correctives, après avoir reçu une lettre de non-conformité	75	68	 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Attentes respectées

Contrairement à la décision du commissaire, ce ne sont pas toutes les IFF qui ont adopté des mesures correctives après avoir reçu une lettre faisant état de leur non-conformité. De façon générale, les mesures qu'elles ont prises se rapportaient à des consommateurs en particulier. En 2004-2005, aucune modification n'a été apportée aux procédures pour donner suite à des lettres de non-conformité.

Pour en savoir plus sur les mesures correctives adoptées par les IFF pour donner suite à des lettres de non-conformité, veuillez consulter l'annexe 2.

¹⁸ Étant donné que le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* n'est pas entré en vigueur avant le 30 septembre 2003, les données concernant l'engagement public à l'égard des services bancaires de base, pour l'exercice 2003-2004, se rapportent à la période du 1^{er} avril 2003 au 30 septembre 2003. Depuis le 30 septembre 2003, tous les cas reliés aux services bancaires de base à l'égard desquels des violations ont été constatées font partie des décisions du commissaire.

Examens annuels

Au cours de l'automne 2004, l'ACFC a mené son troisième examen annuel général, qui a porté sur toutes les institutions financières sous réglementation fédérale (IFF), en vue de déterminer leur degré de conformité aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. Certains examens se sont déroulés au téléphone, et des questions précises sur les dispositions visant les consommateurs ont été posées. Une autre méthode a consisté à envoyer des questionnaires aux IFF, qu'elles ont dû remplir et renvoyer à l'ACFC. L'équipe de la conformité a ensuite examiné les réponses recueillies pour déterminer s'il y a eu manquement à l'obligation de divulguer de l'information concernant les dispositions visant les consommateurs. Dans l'ensemble, l'ACFC a constaté que les institutions se conformaient aux dispositions. Les résultats des examens annuels menés par l'ACFC figurent dans le tableau qui suit.

Dispositions visant les consommateurs à l'égard desquelles l'ACFC a décelé un manquement à l'obligation de divulguer de l'information	Avril 2004 – mars 2005	Avril 2003 – mars 2004
Politique de retenue des chèques	3 ¹⁹	0
Ventes liées avec coercition	3	4
Accès aux services bancaires de base	3 ²⁰	5 ²¹
Organisme indépendant de règlement des différends	50	2
Divulcation des frais	0	3


Dans certains cas, les résultats de l'examen annuel ont généré des cas de conformité pour lesquels le commissaire a été amené à imposer une mesure de conformité.

¹⁹ Au 31 mars 2005, un dossier était toujours ouvert.

²⁰ Au 31 mars 2005, deux dossiers étaient toujours ouverts.

²¹ Étant donné que le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* n'est entré en vigueur que le 30 septembre 2003, les chiffres concernant les services bancaires de base pour l'exercice 2003-2004 se rapportent à la période du 30 septembre 2003 au 31 mars 2004.

Résultats

	Avril 2004 – mars 2005 (%)	Avril 2003 – mars 2004 (%)	Évolution 2004-2005 par rapport à 2003-04	Évaluation 2004-2005
Pourcentage des dossiers fermés pour des cas dans lesquels les IFF ont adopté des mesures correctives à la suite du constat de l'ACFC	100	100	 2004-2005 par rapport à 2003-2004	Attentes respectées

En 2004-2005, lorsque les IFF ont adopté des mesures correctives, celles-ci ont notamment consisté en l'apport de modifications aux procédures dans tous les cas pour lesquels le dossier a été fermé.

Pour en savoir plus sur les modifications aux procédures apportées par les IFF à la suite du constat, par l'ACFC, d'un manquement à l'obligation de divulguer de l'information concernant les dispositions visant les consommateurs, veuillez consulter l'annexe 3.

Examens spéciaux — Cartes de crédit

En 2004-2005, l'ACFC a soumis quatre IFF à un examen spécial, qui a porté sur un produit lié aux cartes de crédit.

Question

Au moment où ils faisaient une demande de carte de crédit, les consommateurs ne savaient pas quel taux d'intérêt s'appliquerait à leur carte. Le taux d'intérêt dépendait des résultats d'une vérification auprès d'une agence d'évaluation du crédit. Les consommateurs ne prenaient connaissance du taux qu'au moment où ils recevaient leur carte de crédit et le contrat s'y rattachant.

Résultats

Après avoir terminé son enquête pour établir les faits et son analyse, l'ACFC a envoyé les résultats aux IFF en cause, qui ont ensuite adopté les mesures correctives suivantes :

- trois IFF sur quatre ont arrêté d'offrir le produit contesté;
- une IFF a modifié ses procédés internes pour permettre aux consommateurs de connaître le taux d'intérêt avant de faire une demande de carte de crédit.

L'ACFC continue de suivre de près cette importante question.

Examens sur place

En 2004-2005, l'ACFC a mené un examen sur place, dans une institution financière fédérale, afin de déterminer la mesure dans laquelle l'IFF respectait le cadre de conformité de l'Agence. Nous sommes en train d'examiner les commentaires de l'IFF et sa réponse à notre rapport. Si l'IFF en cause adopte des mesures correctives, elles seront consignées dans notre *Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement* pour 2005-2006.

Examen à l'échelle du secteur — Clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires

Un examen à l'échelle du secteur peut s'étaler sur plusieurs exercices, comme ce fut le cas pour le premier examen, mené par l'ACFC, des clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires. Cet examen a été amorcé en mai 2002 à l'issue d'une enquête au sujet d'une plainte présentée par un consommateur. L'ACFC a découvert que la clause formulée par une grande banque dans son document d'information, qui décrivait un type de pénalité appelée « différentiel de taux d'intérêt » (DTI), ne contenait pas tous les éléments nécessaires — prescrits par *Règlement* — pour calculer le montant réel de la pénalité.

En 2003-2004, l'Agence a mené un examen à l'échelle du secteur pour déterminer le degré de conformité des banques à l'obligation de divulguer les clauses de pénalité pour remboursement anticipé figurant dans leurs documents hypothécaires, comme l'exige le *Règlement*. Étant donné qu'en 2003 les banques du Canada ont été à l'origine de 82,8 % des approbations de demandes d'hypothèques, ce qui représentait un financement de 138 milliards de dollars au titre de la *Loi nationale sur l'habitation* et d'autres moyens conventionnels, pour des maisons neuves et déjà construites²², l'ACFC a fait porter ses efforts sur l'examen de clauses précises des documents hypothécaires de plusieurs grandes banques canadiennes.

L'ACFC a examiné les documents d'information liés aux hypothèques de sept grandes banques pour prendre connaissance de leurs clauses de pénalité pour remboursement anticipé, car ces banques occupaient une part importante du marché hypothécaire au Canada. Dans chaque cas, l'Agence s'est intéressée aux renseignements utilisés pour calculer la pénalité pour remboursement anticipé et elle a déterminé la clarté du langage utilisé.

L'ACFC a examiné une centaine de documents hypothécaires — en anglais et en français — qui contenaient des clauses sur le remboursement anticipé des hypothèques.

²² Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), *L'Observateur du logement au Canada 2004*, p. 47.

Question

Lors de la première étape de l'examen mené à l'échelle du secteur, l'ACFC a découvert des faiblesses similaires et des cas de non-conformité dans les documents de cinq des sept banques visées. Toutefois, le niveau de complexité des clauses de pénalité pour remboursement anticipé variait énormément au sein du secteur. Certaines étaient très complexes et difficiles à comprendre. Des ambiguïtés et des contradictions entre les documents ont été notées; des éléments essentiels pour calculer le montant de la pénalité n'étaient pas fournis et, parfois, le langage utilisé manquait de clarté.

En 2004-2005, l'ACFC a obligé les institutions à prendre un certain nombre de mesures correctives concernant les clauses de pénalité pour remboursement anticipé au regard des hypothèques. L'examen de l'ACFC et son intervention ultérieure ont abouti à l'apport de changements importants aux documents d'information sur les hypothèques utilisés au sein du secteur, et ce, dans l'intérêt des consommateurs canadiens.

Résultats

Les banques ont apporté des modifications aux clauses de leurs documents hypothécaires sur le remboursement anticipé et elles ont corrigé les erreurs de calcul relevées par l'ACFC.

Pour en savoir plus sur les autres mesures correctives que les IFF ont adoptées, après l'examen mené par l'ACFC à l'échelle du secteur, veuillez consulter l'annexe 4.

La prochaine étape de l'examen de l'ACFC portera sur les pratiques de divulgation d'autres prêteurs hypothécaires, relativement aux clauses de pénalité pour remboursement anticipé. L'ACFC enverra une lettre à toutes les autres institutions de prêt hypothécaire aux particuliers, sous réglementation fédérale, en demandant à chaque institution d'examiner la clause pour remboursement anticipé de ses documents d'information liés aux hypothèques pour s'assurer qu'elle est conforme au *Règlement*.

Évaluation mystère — Résultats globaux

Comme on l'a indiqué précédemment, le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* est entré en vigueur le 30 septembre 2003. En 2004-2005, l'ACFC a mené une vaste évaluation mystère pour déterminer le rendement des banques au chapitre de l'application du nouveau *Règlement*.

L'ACFC s'est penchée sur les aspects suivants :

- la capacité du consommateur à ouvrir un compte de dépôt de détail;
- la capacité du consommateur à encaisser un chèque du gouvernement du Canada.

L'évaluation mystère nous a permis de recueillir des renseignements sur :

- la mesure dans laquelle les banques fournissaient aux consommateurs des avis de refus écrits, lorsqu'elle refusaient d'accéder à leurs demandes;
- la mesure dans laquelle les banques demandaient aux consommateurs de payer des frais pour encaisser un chèque du gouvernement du Canada;
- la mesure dans laquelle les banques exigeaient un dépôt minimal de la part des consommateurs souhaitant ouvrir un compte;
- le genre de pièces d'identité exigées par les banques, pour les consommateurs souhaitant ouvrir un compte ou encaisser un chèque du gouvernement du Canada.

Nombre de succursales visitées, par aspect examiné

- Des clients mystères ont rendu visite à 212 succursales pour encaisser un chèque du gouvernement du Canada.
- Ils ont rendu visite à 292 succursales pour ouvrir un compte.

Résultats globaux concernant l'encaissement des chèques du gouvernement du Canada

Sur 212 demandes d'encaissement d'un chèque du gouvernement du Canada, 192 ont été acceptées, ce qui donne un **taux de succès global de 91 %**.


Résultats globaux concernant l'ouverture d'un compte bancaire

Les clients mystères ont pu ouvrir un compte 245 fois sur 292 essais, ce qui donne un **taux de succès global de 84 %**.

Il est arrivé à plusieurs reprises que les banques demandent aux clients mystères de leur présenter des pièces d'identité additionnelles. Une banque peut demander des pièces d'identité additionnelles dans des situations données, par exemple si elle a des motifs raisonnables de croire que le consommateur pourrait lui avoir fourni des renseignements trompeurs sur son identité. Étant donné que le client mystère a accepté de fournir les renseignements additionnels demandés, il a pu ouvrir un compte.

Nous avons considéré ces essais comme « réussis » car rien ne nous permet de dire, pour le moment, que la banque n'aurait pas ouvert le compte si le client mystère avait refusé de se plier à l'exigence de la banque.

Comparaison des résultats avec ceux de l'évaluation mystère menée précédemment, relativement à l'accès aux services bancaires de base

	Chèques encaissés (%)	Comptes bancaires ouverts (%)	Évolution
2004-2005 ²³	91,0	84,0	 2004-2005 par rapport à 1998
1998 ²⁴	82,0	59,0	

Il importe de noter que la méthode utilisée pour l'évaluation mystère précédente n'était pas exactement la même que celle-ci. Néanmoins, l'information recueillie montre que dans une certaine mesure, au fil des ans, la situation a évolué en faveur d'un accès amélioré aux services bancaires de base par les consommateurs canadiens.

De plus, les règles qui régissent l'accès aux services bancaires de base en vigueur en 1998 n'étaient pas les mêmes que celles qui s'appliquent en 2004-2005. Comme nous l'avons dit précédemment, le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* est en vigueur depuis le 30 septembre 2003. Avant cette date, l'accès aux services bancaires de base passait par des engagements publics.

L'ACFC continuera d'effectuer des évaluations mystères pour veiller à ce que les IFF respectent les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables, y compris le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. Nous continuerons également de travailler avec les banques visées, pour combler les lacunes décelées. Nous rapporterons les mesures correctives adoptées par les IFF dans notre *Rapport d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement* pour 2005-2006.

Pour en savoir plus sur les résultats de l'évaluation mystère de 2004-2005 et la méthode utilisée pour la mener à bien, vous pouvez consulter notre site Web à l'adresse <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/conformité/default.asp>

²³ Les Associés de recherche Ekos, novembre 2004 à mars 2005.

²⁴ AC Neilson, août 1998 (commandée par l'Association des banquiers canadiens).

Résultat stratégique n° 3

Apport d'améliorations au cadre de protection des consommateurs en fournissant des conseils spécialisés au gouvernement à l'égard des modifications législatives

Pour évaluer la contribution de l'ACFC à l'atteinte de ce résultat stratégique, nous avons examiné — et indiqué ci-dessous — les résultats des principales activités se rapportant aux « principaux extrants escomptés », directement liés à ce résultat stratégique. Au besoin, l'ACFC transmet ses principales données statistiques sur la conformité, ainsi que de l'information de nature générale sur les communications avec les consommateurs, au ministère des Finances. Nous fournissons également des renseignements pertinents au cabinet du ministre des Finances et à nos collègues qui siègent au Comité consultatif supérieur (CCS)²⁵ et au Comité de surveillance des institutions financières (CSIF)²⁶.

Principaux extrants escomptés		
Un cadre de conformité efficace et moderne et des politiques/manuels/lignes directrices sur la conformité	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ En 2002-2003, l'ACFC a mis en œuvre un cadre de conformité et des procédures connexes pour veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale règlent les problèmes de conformité se rapportant à des dispositions visant les consommateurs. ➤ Le cadre de conformité a été examiné en 2004-2005. L'ACFC a invité le secteur des services financiers (intervenants, groupes de défense des consommateurs et autres ministères fédéraux) à faire part de leurs suggestions et de leurs commentaires à propos du cadre de conformité. ➤ L'ACFC a mis en place un système interne de surveillance des cas de conformité pour s'assurer que tous les dossiers sont fermés dans un délai de deux ans. 	Attentes respectées

²⁵ Le CCS est un comité interministériel présidé par le sous-ministre des Finances. Parmi les membres qui le composent, mentionnons les suivants : le commissaire de l'ACFC; le surintendant du BSIF; le gouverneur de la Banque du Canada et le président de la SADC. La fonction maîtresse dudit comité est d'offrir une tribune pour la tenue de discussions à l'échelle interministérielle, dont les résultats qui en découlent sont intégrés aux conseils fournis au ministre.

²⁶ Le CSIF est un comité créé par une loi. Il a pour mandat d'échanger de l'information sur les questions de surveillance concernant chacune des institutions financières. Le surintendant du BSIF préside ce comité.

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
Sensibilisation accrue du ministre aux questions relatives au marché ayant une incidence sur les consommateurs, et aux activités de l'Agence, et compréhension améliorée à cet égard	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'ACFC a produit deux rapports destinés au ministre, en 2004-2005. Un rapport présente les résultats et les constatations tirés de l'examen annuel des IFF par l'ACFC (obligatoire selon la loi fédérale); le deuxième rapport présente les points saillants de l'examen mené à l'échelle du secteur par l'ACFC sur les clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires. Contrairement aux résultats des examens annuels, la loi n'oblige pas l'Agence à transmettre au ministre les résultats d'un examen effectué à l'échelle du secteur. Par conséquent, l'ACFC rendra compte de ses constatations au ministre, s'il y a lieu. ➤ Une fois par an, l'ACFC présente également son <i>Rapport annuel</i> au ministre, qui se charge de le déposer au Parlement. 	Attentes respectées
Sensibilisation accrue du ministère des Finances aux tendances en matière de conformité et de surveillance et compréhension améliorée à cet égard, pour l'aider dans ses travaux stratégiques	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Des représentants de l'ACFC et du ministère des Finances tiennent des discussions toutes les deux semaines. Les téléconférences et les réunions leur permettent de se tenir mutuellement au courant de l'évolution des dossiers qui présentent un intérêt commun. L'ACFC informe le ministère des Finances des habitudes et des tendances se rapportant aux communications avec les consommateurs, ainsi que des nouvelles questions qui surgissent. ➤ L'ACFC décèle également les lacunes et les problèmes qui sont liés à la protection des consommateurs en vertu de la loi et qui se présentent sur le marché financier, pour que le ministère des Finances les examine. 	Attentes respectées
Sensibilisation accrue des principaux organismes de réglementation fédéraux aux questions de conformité qui peuvent influencer sur leurs travaux	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'ACFC travaille en étroite collaboration avec ses principaux partenaires pour promouvoir ses résultats stratégiques à long terme et ses résultats intermédiaires. Les ministères et les organismes avec lesquels elle travaille constituent le réseau canadien de la réglementation et de la surveillance en matière financière et offrent un système d'assurance-dépôts. 	Attentes respectées

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
Sensibilisation accrue des principaux organismes de réglementation fédéraux aux questions de conformité qui peuvent influencer sur leurs travaux <i>(suite)</i>	Au niveau fédéral, les partenaires de l'ACFC sont : le ministère des Finances, la Banque du Canada, le Bureau du surintendant des institutions financières et la Société d'assurance-dépôts du Canada. L'ACFC collabore également, s'il y a lieu, avec les organismes de réglementation provinciaux et territoriaux. L'ACFC est membre du CCS et du CSIF, et elle transmet ses principales statistiques concernant les consommateurs ainsi que de l'information sur les questions nouvelles qui surgissent à ses partenaires.	
Sensibilisation accrue du Parlement au niveau de conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs et aux questions de consommation en matière financière	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans son <i>Rapport annuel</i>, l'ACFC regroupe et publie les résultats des activités qu'elle mène dans le domaine de la conformité, l'information concernant les communications avec les consommateurs et les nouvelles questions de consommation susceptibles d'intéresser le Parlement. ➤ En février 2004, l'ACFC a comparu devant le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce. Le commissaire a fait part aux sénateurs d'une partie des travaux importants que l'Agence accomplit et de la contribution qu'elle a apportée au cours des trois dernières années. Il a également abordé certains points soulevés par les sénateurs au sujet de questions importantes auxquelles les Canadiens sont confrontés : <ul style="list-style-type: none"> ❑ L'Agence a exprimé les inquiétudes que suscitent chez elle les prêts sur salaire, dans son premier <i>Rapport annuel</i>. En 2004, avec l'appui de nombreux partenaires intéressés, l'ACFC a préparé une brochure dans laquelle elle explique les coûts additionnels des prêts sur salaire. Dans cette brochure, l'Agence compare divers types de prêts à court terme offerts par les institutions financières et elle fournit de l'information les concernant. ❑ Au cours des dernières années, un nombre croissant d'institutions se sont mises à offrir des cartes de crédit sans préciser aux consommateurs, au moment où ils font leur demande de carte, le véritable taux d'intérêt auquel ils seraient assujettis. Le taux d'intérêt dépendait des résultats d'une vérification faite auprès d'une agence d'évaluation du crédit. 	Attentes respectées

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Sensibilisation accrue du Parlement au niveau de conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs et aux questions de consommation en matière financière (suite)</p>	<p>Généralement, les consommateurs ne prenaient connaissance du taux qui leur serait applicable que lorsqu'ils recevaient leur carte de crédit et le contrat qui s'y rattache. Le commissaire est d'avis que cette pratique n'est pas acceptable.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Après avoir terminé son enquête pour établir les faits et son analyse de la question, et envoyé les résultats aux banques en cause, les banques ont adopté des mesures correctives (pour en savoir plus, veuillez vous reporter à la page 41). ❑ En 2004-2005, l'ACFC a fourni des commentaires et des recommandations à l'Association canadienne des paiements (ACP) au sujet de son « Rapport de consultation sur les paiements en ligne » et de son projet de règle E2 « Échange d'effets de paiement en ligne électronique aux fins de la compensation et du règlement ». Notre examen du rapport de l'ACP nous a permis de constater que le projet d'initiative en matière de paiement amenait le consommateur à autoriser son institution financière à effectuer un paiement à un commerçant participant. Selon cette nouvelle méthode de paiement en ligne, le consommateur ne pourrait pas annuler ni rappeler un paiement, pour une raison quelconque. Étant donné l'absence de recours prévu selon cette nouvelle méthode de paiement, les consommateurs seraient amenés à régler leurs différends avec un commerçant ou un vendeur ou avec leur institution financière. Aucun mécanisme ni code de conduite n'était prévu pour régler les problèmes ou les plaintes. L'ACFC était d'avis qu'il conviendrait au moins d'élaborer un code de conduite prévoyant des mesures de protection des consommateurs pour les paiements en ligne effectués selon cette nouvelle méthode proposée. ❑ En conséquence, au nom de ses membres, l'Association des banquiers canadiens a élaboré un engagement public sur la question. Cet engagement public applique les principes du <i>Code de pratique canadien pour les services des cartes de débit</i> aux paiements en ligne imputés sur les comptes de dépôt des consommateurs. 	

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
Sensibilisation accrue du Parlement au niveau de conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs et aux questions de consommation en matière financière <i>(suite)</i>	<p>Cet engagement est entré en vigueur le 25 mai 2005 et on peut le consulter sur le site Web de l'ABC à l'adresse www.cba.ca/fr/default.asp</p> <p>➤ En septembre 2004, l'ACFC a présenté un exposé d'une heure au personnel des députés fédéraux qui assure la liaison avec les électeurs. Cette séance avait pour objectif de les informer au sujet de l'ACFC, de son rôle et des services qu'elle offre aux consommateurs canadiens dans le domaine financier. Soixante participants ont assisté à l'exposé.</p>	

Pour en savoir plus sur les résultats de l'Agence concernant les autres principaux extraits escomptés qui se rattachent au secteur stratégique de la protection des consommateurs, veuillez consulter l'annexe 5.

4.3.1.2. Progrès accomplis au regard des résultats stratégiques liés au secteur de l'information et de l'éducation des consommateurs de l'ACFC

Résultat stratégique n° 4

Sensibilisation accrue des Canadiens à leurs droits et aux obligations des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) et compréhension améliorée à cet égard

Pour suivre de près les progrès accomplis par l'ACFC au regard de ce résultat stratégique, l'équipe de transition de l'ACFC a commandé un sondage général auprès des consommateurs en juin 2001. Ce sondage a permis à l'Agence de recueillir de l'information sur les connaissances des consommateurs au sujet de nombreuses questions financières, notamment les droits du consommateur et les obligations des IFF. Les résultats ou les constatations tirés du sondage de 2001 serviront de repère ou de base de référence pour l'évaluation ultérieure des progrès accomplis au regard de ce résultat stratégique.

Depuis sa création, l'ACFC a élaboré et mis en œuvre plusieurs mécanismes et initiatives dont l'objectif est de sensibiliser davantage les consommateurs à leurs droits et aux obligations des institutions financières sous réglementation fédérale. Mentionnons les suivants :

- une ligne téléphonique sans frais au Centre de communications avec les consommateurs (CCC). En 2004-2005, l'Agence a reçu 26 145 appels téléphoniques;
- une unité de la correspondance. En 2004-2005, l'Agence a reçu 2 057 lettres et courriels;
- un site Web complet. En 2004-2005, le nombre de visites sur le site a dépassé 458 000;
- une campagne d'information au moyen d'encarts joints à des chèques gouvernementaux, en 2004-2005, qui a porté essentiellement sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec une banque et/ou une société de fiducie. Plus de 7 millions d'encarts ont été joints aux chèques postés aux Canadiens partout au pays. En l'espace de deux mois, cette campagne a suscité 9 191 appels téléphoniques.

Pour en savoir plus sur ces initiatives et d'autres initiatives adoptées par l'ACFC pour amener les Canadiens à mieux connaître et comprendre leurs droits et les obligations des institutions financières sous réglementation fédérale, veuillez consulter l'annexe 6.

Comme elle l'indique dans son plan d'évaluation pour 2005-2007, l'ACFC entreprendra son prochain sondage général auprès des consommateurs en 2006-2007. Ce sondage aura lieu tous les trois ans.

Résultat stratégique n° 5

Accessibilité accrue à de l'information crédible sur les produits et les services financiers, pour aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées au sujet de la sélection des produits, compte tenu des coûts et des risques financiers qui s'y rattachent

Le 31 mars 2005, l'ACFC avait préparé 21 publications et outils interactifs à l'intention des consommateurs. On peut mentionner ceux qui suivent :

- huit brochures et livrets, dont sept traitent surtout des droits des consommateurs (p. ex. *l'accès aux services bancaires de base, les fermetures de succursales, le coût d'emprunt*);
- six guides traitant de diverses questions (cartes de crédit, hypothèques, frais liés aux comptes bancaires, prêts sur salaire, dépôts indexés);
- Les publications *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et *Le coût des services bancaires* contiennent des tableaux comparatifs utiles aux consommateurs et de l'information facile à comprendre sur les caractéristiques et les prix de divers produits. Elles aident les consommateurs à mieux comprendre les produits et les services financiers souvent complexes et elle réduit le nombre de comparaisons à faire de la part du consommateur lui-même pour bénéficier le plus facilement possible d'un marché concurrentiel.
- Cinq outils interactifs :
 - ❑ trois jeux-questionnaires (sur les cartes de crédit, les hypothèques, les droits et les responsabilités);
 - ❑ une calculatrice d'admissibilité à un prêt hypothécaire;
 - ❑ un outil interactif sur le coût des services bancaires.

Ce dernier outil est offert en ligne; il a pour objectif d'aider les consommateurs à trouver le meilleur forfait de services bancaires pour répondre à leurs besoins. Il utilise l'information que les consommateurs donnent pour évaluer leurs besoins en matière bancaire. Ensuite, il leur présente le forfait de services bancaires qui leur convient le mieux.

- Deux bases de données consultables sur les sujets suivants :
 - ❑ les procédures de traitement des plaintes des IFF;
 - ❑ les fermetures de succursales bancaires.
- L'ACFC a également mis au point l'une des bases de données « Questions et réponses » les plus complètes au Canada sur les produits et les services financiers.




Résultat stratégique n° 6

Connaissance accrue des mécanismes de règlement des différends au sein du secteur des services financiers

Dans le cadre du sondage qu'elle a mené en juin 2001, l'ACFC a demandé aux consommateurs d'évaluer leur connaissance des mécanismes de règlement des différends dont ils disposaient, en leur posant la question suivante : « Savez-vous que les institutions financières disposent d'un service d'ombudsman pour les aider à régler les plaintes des consommateurs? »

Cette question a été prise d'un sondage précédent commandé par le Groupe de travail Mackay en mars 1998 et a de nouveau été posée pour un sondage mené en 2003 par le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP) — un organisme à but non lucratif qui est aussi interpellé par les intérêts des consommateurs, et avec lequel l'ACFC collabore à la conduite de nombreux projets.

Le tableau ci-dessous indique le pourcentage de personnes qui ont répondu « Oui », qu'ils étaient « parfaitement au courant » ou « un peu au courant » que les institutions financières avaient un service d'ombudsman pour les aider à régler les plaintes des consommateurs.

	Parfaitement au courant	Un peu au courant	Changement
2004-2005	La question n'a pas été posée dans le sondage de l'ACFC mené en 2004-2005 ou, d'après ce que nous savons, dans les sondages menés par nos partenaires ou des intervenants.		 2004-2005 par rapport à 2003-2004
	(%)	(%)	
Printemps 2003 ²⁷	24	19	 « Oui parfaitement au courant » 2003 par rapport à 2001
Juin 2001 ²⁸	18	22	 « Oui parfaitement au courant » 2001 par rapport à 1998
Mars 1998 ²⁹	19	20	

²⁷ Sondage commandé par le CDIP et mené par la firme Ekos, printemps 2003.

²⁸ Sondage commandé par l'ACFC et mené par la firme Ekos, juin 2001.

²⁹ Sondage commandé par le Groupe de travail Mackay, mars 1998.

L'ACFC posera à nouveau cette question, ou une question du même ordre, dans les futurs sondages généraux qu'elle mènera auprès des consommateurs pour déterminer la mesure dans laquelle les consommateurs se familiarisent avec les procédures de traitement des plaintes des IFF, et prennent conscience qu'elles possèdent un service d'ombudsman pour régler les plaintes des consommateurs.

En 2004-2005, l'ACFC a ajouté une base de données sur le traitement des plaintes dans son site Web. Cet outil en ligne aidera les consommateurs à s'informer au sujet des procédures de traitement des plaintes d'institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) en particulier.



Résultat stratégique n° 7

Sensibilisation accrue aux services offerts aux consommateurs de produits et services financiers par le gouvernement du Canada



Depuis sa création en octobre 2001, l'ACFC s'emploie à informer les consommateurs au sujet de ses activités, de son mandat et des services qu'elle offre. En partie en raison du budget limité dont nous disposons (voir les tableaux financiers, p. 67), nous avons créé des partenariats avec des associations de défense des consommateurs, des organisations communautaires, des associations à but non lucratif, des ministères et des organismes provinciaux ainsi que d'autres ministères fédéraux, pour accroître notre rayonnement auprès des consommateurs. En outre, le programme des relations avec les médias de l'ACFC a contribué considérablement à l'obtention de ce résultat stratégique.

Des initiatives précises comme la campagne d'information au moyen d'encarts joints aux chèques gouvernementaux menée en 2004-2005, que l'ACFC a menée de concert avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada, a également permis d'accroître la sensibilisation des Canadiens aux services que le gouvernement du Canada offre en matière financière.

Pourcentage des consommateurs ayant dit connaître l'ACFC

	Connaissance de l'ACFC ³⁰ (%)	Changement
Mai 2005 ³¹	16	 Mai 2005 par rapport à mars 2004
Mars 2004 ³²	15	 Mars 2004 par rapport à octobre 2001
Octobre 2001	0	Sans objet, car l'ACFC a été créée le 24 octobre 2001.

Pourcentage des consommateurs qui ont associé l'ACFC à une agence de protection des consommateurs

	Connaissance de l'ACFC en tant qu'agence de protection des consommateurs (%)	Changement
Mai 2005	12	 Mai 2005 par rapport à mars 2005
Mars 2005 ³³	13	 Mars 2005 par rapport à octobre 2001
Octobre 2001	0	Sans objet, car l'ACFC a été créée le 24 octobre 2001



³⁰ La question posée aux consommateurs dans le cadre d'un sondage omnibus mené par la SADC en 2004 et d'un sondage mené par la firme Ipsos-Reid en 2005 était légèrement différente, tout comme les réponses possibles des consommateurs. Dans le sondage de la SADC, on posait la question suivante : « Connaissez-vous l'Agence de la consommation en matière financière du Canada? » Les réponses possibles étaient les suivantes : « Oui, tout à fait », « Oui, vaguement » et « Non ». Dans le sondage d'Ipsos-Reid, on posait la question : « Avez-vous déjà entendu parler de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'avez-vous déjà remarqué ou avez-vous lu quelque chose à son sujet? ». Les réponses possibles étaient les suivantes : « Oui », « Non » ou « Peut-être ». Aux fins de comparaison, l'ACFC a interprété la réponse « Peut-être » comme étant semblable à la réponse « Vaguement ». Pour les sondages ultérieurs, c'est cette dernière question qui sera posée aux consommateurs.

³¹ Sondage omnibus par Ipsos-Reid, mai 2005.

³² Sondage de la SADC, mars 2004.

³³ Sondage omnibus par Ipsos-Reid, mars 2005.

Pourcentage des consommateurs ayant établi un lien entre l'ACFC et l'énoncé « connaître vos droits/droits en matière bancaire »

	ACFC associée à « connaître vos droits/droits en matière bancaire » (%)	Changement
Mai 2005	4	 Mai 2005 par rapport à mars 2005
Mars 2005	4	 Mars 2005 par rapport à octobre 2001
Octobre 2001	0	Sans objet, car l'ACFC a été créée le 24 octobre 2001

Pour en savoir plus sur les résultats concernant l'ensemble des principaux extraits escomptés relativement au secteur stratégique de l'information et de l'éducation des consommateurs de l'ACFC, veuillez consulter l'annexe 6.

4.3.2. Mesure des principaux résultats liés au rendement au regard des normes de service

4.3.2.1. Statistiques temporelles

4.3.2.1.1. Activités de la Direction de la conformité liées au secteur stratégique de la protection des consommateurs de l'ACFC

Comme on l'a indiqué précédemment, le mandat intégral de l'ACFC prévu par la loi n'a été mis en place que le 30 septembre 2003, lorsque le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* est entré en vigueur. Étant donné le manque de données concernant le mandat complet de l'ACFC, et la non-disponibilité quant au volume de cas, aucune norme officielle n'était en vigueur en 2004-2005, sauf pour des attributions spéciales qui s'inscrivent dans le processus de traitement des cas de l'ACFC.

Question/Mesure	Résultats	Normes	Évaluation
Temps pris pour ouvrir un dossier lié à une question de conformité	Avril 2004 – mars 2005 : 85 % des dossiers relatifs à des cas de conformité ³⁴ ont été fermés dans un délai de 90 jours ouvrables	Aucune norme officielle n'existait en 2004-2005. L'ACFC songe à mettre au point les normes de service et les cibles de l'Agence, et à les diffuser, d'ici le 31 mars 2006.	Attentes respectées

³⁴ Comprend les cas liés aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents.

4.3.2.1.2. Activités de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques liées au secteur stratégique de l'information et de l'éducation des consommateurs de l'ACFC

Question/Mesure	Résultats	Normes	Évaluation
Temps d'attente moyen pour les consommateurs s'étant adressés au Centre de communications avec les consommateurs	Avril 2004 – mars 2005 : environ 12 secondes Avril 2003 – mars 2004 : environ 9 secondes	Aucune norme officielle n'existait en 2004-2005. L'ACFC songe à mettre au point les normes de service et les cibles de l'Agence, et à les diffuser, d'ici le 31 mars 2006.	Attentes respectées
Temps pris pour fermer un dossier lié à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs	Avril 2004 – mars 2005 : 92 % des dossiers ont été fermés en l'espace d'un jour. Avril 2003 – mars 2004 : 81 % des dossiers ont été fermés en l'espace d'un jour.	Aucune norme officielle n'existait en 2004-2005. L'ACFC songe à mettre au point les normes de service et les cibles de l'Agence, et à les diffuser, d'ici le 31 mars 2006.	Attentes respectées
Temps pris pour fermer un dossier ouvert à la suite d'une communication par lettre, télécopieur ou courriel de la part d'un consommateur, ou d'une visite en personne, pour des questions autres que la conformité	Avril 2004 – mars 2005 : 45 % des dossiers ont été fermés dans un délai de sept jours ouvrables. Avril 2003 – mars 2004 : 46 % des dossiers ont été fermés dans un délai de sept jours ouvrables.	L'ACFC s'était engagée à répondre à la correspondance écrite dans un délai de sept jours ouvrables. Néanmoins, aucune cible spécifique n'avait été fixée. L'ACFC songe à mettre au point les normes de service et les cibles de l'Agence, et à les diffuser, d'ici le 31 mars 2006.	Attentes non respectées

4.3.2.2. Statistiques qualitatives

4.3.2.2.1. Activités de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques liées au secteur stratégique de l'information et de l'éducation des consommateurs de l'ACFC

En 2003-2004, l'ACFC a commandé un sondage auprès des consommateurs s'étant adressés au Centre de communications avec les consommateurs. (Le ratio de la clientèle du Centre se composait de deux personnes souhaitant avoir des renseignements, pour chaque personne déposant une plainte). Le sondage a permis de créer une base de référence que l'ACFC peut utiliser pour établir ses objectifs en matière d'amélioration. Étant donné que ce sondage sera mené tous les deux ans, il n'existe aucune donnée pour 2004-2005.

Question/Mesure	Résultats	Normes	Évaluation
Répondants ayant déclaré avoir été satisfaits de la réponse fournie par le Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC	<p>Avril 2004 – mars 2005 : S.O.</p> <p>Avril 2003 – mars 2004 :</p> <p>Pour les communications considérées comme des demandes de renseignements, 81 %</p> <p>Pour les communications considérées comme des plaintes, 55 %³⁵</p>	En se fondant sur les résultats pour 2003-2004, l'ACFC a établi des objectifs en matière d'amélioration pour le sondage prévu en 2005-2006.	Attentes respectées

³⁵ Il s'agit de communications liées à des plaintes déposées par des consommateurs au sujet d'une institution financière, d'un produit ou d'un service financier. Les consommateurs accumulent parfois beaucoup de frustrations et ils s'attendent à ce que l'ACFC règle le différend qui les oppose à leur institution financière. Les pouvoirs conférés à l'ACFC se rapportent précisément aux dispositions législatives mises en place pour protéger les droits des consommateurs en matière financière. L'ACFC veille à ce que les IFF aient mis en place une procédure de traitement des plaintes qui soit conforme à la loi. Elle fournit aux consommateurs des renseignements sur les procédures de traitement des plaintes des IFF, pour les aider à régler leurs problèmes. Lorsqu'elle reçoit une plainte d'un consommateur, relativement à une disposition visant les consommateurs, l'ACFC examine le document pour déterminer la conformité à la *Loi sur les banques*. Si des raisons l'amènent à croire qu'il pourrait y avoir eu un manque de conformité, l'ACFC entre en communication avec l'institution financière pour obtenir des renseignements additionnels. S'il est établi que l'institution financière n'a pas respecté la loi, l'ACFC veillera à ce qu'une mesure convenable soit prise. La question concerne ensuite l'organisme de réglementation (ACFC) et l'institution financière en cause.

En outre, nous avons utilisé des formulaires de rétroaction pour évaluer plusieurs de nos publications et outils interactifs.

Question/Mesure	Résultats	Normes	Évaluation
Impression générale des consommateurs à l'égard de la publication <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i>	Avril 2004 – mars 2005 : 4,13/5 ³⁶ Avril 2003 – mars 2004 : 4,48/5	3,5 sur 5	Attentes respectées
Impression générale des consommateurs à l'égard du <i>Guide sur le coût des services bancaires</i>	Avril 2003 – mars 2005 : 3,7/5 ³⁷ Avril 2003 – mars 2004 : S.O.	3,5 sur 5	Attentes respectées

Pour en savoir plus sur ces résultats et d'autres résultats liés au rendement, veuillez consulter l'annexe 6.

³⁶ L'objectif fixé par l'ACFC à l'égard de la satisfaction des consommateurs à l'égard de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir* était de 3,5 sur 5, échelle selon laquelle 3 correspond à « Bon », 4 à « Très bon » et 5 à « Excellent ».

³⁷ L'objectif établi par l'ACFC pour évaluer la satisfaction des consommateurs à l'égard du *Guide du coût des services bancaires* était de 3,5 sur 5, échelle selon laquelle 3 correspond à « Bon », 4 à « Très bon » et 5 à « Excellent ».

4.3.3. Initiatives et résultats liés à la gestion moderne

Cette partie du document résume les résultats obtenus par l'ACFC et les progrès accomplis au regard des initiatives pangouvernementales liées au Cadre de responsabilisation de gestion (CRG).

Après une évaluation indépendante des capacités-fonction de contrôleur, menée en octobre 2003, l'ACFC a dressé un plan d'action dans lequel elle résume les activités, les secteurs de responsabilité, les délais d'exécution et la fonction de surveillance qui lui permettraient d'améliorer ses procédés de gestion. Nous avons ensuite examiné minutieusement les secteurs retenus aux fins d'amélioration, compte tenu du mandat, de la taille, des ressources financières et de la maturité de l'ACFC. À l'issue de cette évaluation, nous avons mis l'accent sur l'apport d'améliorations dans les quatre secteurs présentés dans le tableau qui suit.

Initiatives d'amélioration pour une gestion moderne		
Secteur d'amélioration	Initiatives/Projets	Forme de soutien des résultats stratégiques de l'ACFC
Information intégrée sur le rendement	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cadre de responsabilisation de gestion axé sur les résultats ➤ Cadre d'évaluation et de mesure du rendement ➤ Système amélioré de saisie et de pistage des données ➤ Codage financier selon le projet 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ces initiatives permettent aux gestionnaires de programme et à la haute direction d'adopter des indicateurs de rendement, des questions d'évaluation et des calendriers communs aux fins de l'évaluation des programmes de l'Agence. ➤ Elles permettent également de faire en sorte que les données pertinentes sont recueillies et suivies de près, pour effectuer des évaluations efficaces des programmes de l'Agence et en rendre compte comme il se doit.
Ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sondage amélioré auprès des employés ➤ Procédés améliorés en ce qui touche l'administration et les activités ➤ Documentation améliorée sur les engagements à l'égard des objectifs ➤ Énoncé/cadre clair pour énoncer les valeurs et l'éthique de l'Agence 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les membres du personnel sont motivés et se sont engagés à travailler pour obtenir les résultats stratégiques de l'Agence. ➤ Les employés comprennent clairement les exigences et le lien existant entre leurs objectifs et responsabilités propres et les buts généraux et les objectifs stratégiques de l'ACFC.
Gestion intégrée des risques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Profil de risque de l'organisation ➤ Matrice des risques liés aux processus opérationnels, pour les principales activités de l'ACFC ➤ Gestion intégrée du risque 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il est primordial de comprendre la gestion du risque pour définir et évaluer les risques importants susceptibles de nuire à la capacité de l'ACFC à obtenir ses résultats stratégiques, et à mettre en œuvre et à suivre de près des stratégies efficaces d'atténuation des risques.
Gérance rigoureuse	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Examiner et mettre à jour les principales politiques, pratiques et procédures ➤ Outils de gestion pour renforcer le processus décisionnel ➤ Création d'une base de données de l'actif ➤ Programme de vérification interne 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il est essentiel de maintenir la certitude du public que l'ACFC utilise ses ressources financières de façon responsable et cherche à « optimiser les fonds qui lui sont conférés ».

Résultats

Information intégrée sur le rendement

En mars 2004, l'ACFC a travaillé avec Conseils et Vérification Canada pour dresser un Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR). Ce cadre comprend :

- un « modèle logique », qui décrit les programmes de l'ACFC du point de vue des activités prévues, des extrants connexes et des résultats escomptés;
- une stratégie d'évaluation, qui présente les sujets d'évaluation, les enjeux et les données;
- une stratégie de présentation des rapports.

Les indicateurs de rendement et la méthode utilisée dans le cadre de la stratégie d'évaluation de l'ACFC s'appuient sur les données qui découlent de notre processus général de mesure continu du rendement.

En 2004-2005, nous avons continué de renforcer notre système de saisie et de pistage des données pour veiller à ce que l'information recueillie réponde aux exigences du CGRR.

Nous avons adopté un cadre de mesure du rendement qui sert de guide pour les projets de l'ACFC et veille à ce qu'ils aident l'Agence à obtenir ses résultats stratégiques. Nous avons aussi adopté un codage financier pour les projets importants afin de pouvoir effectuer des analyses coûts-avantages pour ces derniers, selon nos besoins.

Dans notre Plan d'activités 2005-2007, nous avons prévu des mesures et des cibles précises qui serviront d'indicateurs de rendement là où nous avons déjà établi une base de référence. Nous utilisons plusieurs méthodes et cycles d'évaluation différents pour suivre de près l'évolution de ces indicateurs de rendement et d'autres indicateurs.

Ressources humaines

En 2004-2005, nous avons étendu le sondage que nous menons chaque année auprès des employés pour connaître leurs points de vue à l'égard des diverses questions organisationnelles, ainsi que leur niveau de satisfaction à ce propos.

Pour renforcer la responsabilisation et améliorer la compréhension des employés quant à leurs responsabilités, nous avons adopté une approche axée sur le risque pour élaborer, réviser et mettre à jour les principales politiques et procédures et les principaux procédés de l'ACFC. La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a mis au point ses procédures et ses procédés clés, et les a étayés de documents. Ces révisions et mises à jour axées sur le risque se poursuivront en 2005-2006.

Nous prévoyons également un examen indépendant qui portera sur les activités et les cadres principaux de la Direction, et sur les processus et les procédures qui s'y rattachent.

Nous avons apporté des améliorations aux documents liés aux engagements des employés à l'égard des objectifs pour continuer d'avoir « l'appui » des membres du personnel à l'égard des objectifs stratégiques de l'Agence. Ces documents décrivent les compétences qui sont exigées par le poste occupé par chaque employé, la formation jugée nécessaire pour exercer les fonctions du poste et la formation ultérieure requise à des fins de perfectionnement professionnel.

Nous avons également rédigé des documents d'information sur les valeurs organisationnelles de l'ACFC, notamment les obligations à la fois de la direction et du personnel, et nous avons mis cette information à la disposition de tous les employés de l'ACFC.

Gestion intégrée du risque

En mars 2005, nous avons dressé un profil préliminaire du risque de l'organisation propre à l'ACFC. En 2005-2006, nous compléterons ce profil et nous continuerons l'élaboration d'une matrice des risques liés aux procédés opérationnels, afin de définir toutes les catégories de risque, ainsi que toutes les activités clés, et d'effectuer l'autoévaluation nécessaire en ce qui touche l'incidence et le contrôle.

Nous avons prévu plusieurs activités dans notre Plan d'activités 2005-2007, qui permettront d'atténuer les risques consignés dans notre profil préliminaire. La surveillance du profil de risque de l'organisation, de la matrice des risques liés aux procédés opérationnels et de la mise en œuvre des activités d'atténuation du risque s'inscriront dans les processus de planification stratégique et de planification des opérations de l'ACFC.

Gérance rigoureuse

En 2004-2005, l'ACFC a mis sur pied un Comité de vérification doté d'une charte précise. Nous avons également consolidé nos initiatives de services partagés en concluant un protocole d'entente avec le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF) pour obtenir des services de vérification interne. Cela servira de complément à la vérification annuelle des états financiers de l'ACFC par le Bureau du vérificateur général du Canada.

Lorsque l'Agence a été créée, la direction a axé son attention sur l'exécution du programme de l'ACFC prescrit par la loi. Nous avons par conséquent opté pour des services communs et/ou partagés pour obtenir des services organisationnels *génériques*, dans la mesure du possible. Dans cette optique, la direction a fait en sorte de conclure des ententes de service avec des organisations plus grandes pouvant mettre à profit la compétence de leur personnel et leur savoir-faire en technologie en vue de permettre à l'ACFC de réaliser des économies d'échelle en lui fournissant des services de qualité.

L'ACFC a donc négocié des ententes de service avec d'autres organismes et ministères ayant des valeurs et des objectifs organisationnels semblables, et pouvant offrir l'expérience et les compétences requises pour répondre aux besoins de l'Agence en matière de soutien administratif. L'ACFC obtient les services suivants aux termes d'ententes pour des services communs :

- administration des ressources humaines (Bureau du surintendant des institutions financières [BSIF]);
- gestion financière (BSIF);
- services de vérification (BSIF);
- services de recherche et de bibliothèque (BSIF);
- services d'un centre de communications avec les consommateurs (Société d'assurance-dépôts du Canada);
- services de technologie de l'information (Travaux publics et Services gouvernementaux Canada).

Un des principaux objectifs de l'ACFC à cet égard consistait à créer des partenariats stratégiques pour réaliser des économies, et exercer un effet « multiplicateur » sur l'exécution des programmes. Les pratiques et les concepts de gestion instaurés par l'ACFC sont en accord avec la directive récente du Conseil du Trésor qui sous-tend une approche de services partagés pour la prestation des services en matière de gestion financière, du matériel et des ressources humaines, et des technologies de l'information.

La création de partenariats stratégiques est une « pratique exemplaire » au sens où elle apporte la souplesse voulue pour gérer un programme en évolution, et réduit l'inefficacité. L'ACFC pourra ainsi mettre l'accent sur son mandat de base et affecter les ressources requises à l'obtention de ses résultats.

En 2004-2005, nous avons dressé un plan de vérification interne ciblé pour 2005-2006, avec l'appui des Services de vérification et de conseils du BSIF. Une fois terminée notre matrice des risques liés aux processus opérationnels, nous dresserons un plan de vérification interne équilibré.³⁸ Dans notre Plan d'activités 2005-2007, nous avons prévu plusieurs activités en conséquence. Nous envisageons en effet la mise au point du plan de vérification interne équilibré, que nous soumettrons à l'approbation du Comité de vérification d'ici janvier 2006, afin que nous puissions planifier et inclure les ressources nécessaires pour la conduite des principales activités prévues dans le plan.

Dans d'autres secteurs de gérance, nous avons renforcé notre capacité à rendre compte des programmes de l'ACFC, pour que la haute direction ait l'information dont elle a besoin pour consolider le processus décisionnel de l'Agence. En 2005-2006, nous continuerons d'accroître notre capacité en matière de rapport, en utilisant des logiciels spécialisés, précisément dans le domaine du rendement et des normes de service.

³⁸ Il s'agit d'un plan de vérification pluriannuel, axé sur une approche à l'égard du risque.

Nous avons également effectué une vérification des frais de voyage et d'accueil et répertorié nos biens matériels, afin de suivre de près l'utilisation des biens de l'ACFC et d'assurer leur protection. Le rapport de vérification des dépenses de voyage et d'accueil est affiché sur le site Web de l'Agence à l'adresse : <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/default.asp>. En 2005-2006, le plan de vérification interne ciblé prévoira une vérification des marchés de service et des services d'approvisionnement.

5. Tableaux financiers

5.1. Comparaison entre les dépenses de programme réelles et le budget prévu

	Avril 2004 – mars 2005	Avril 2003 – mars 2004 ³⁹
	Dépenses finales (en milliers de dollars)	Dépenses finales (en milliers de dollars)
Salaires et avantages sociaux	3 731	3 343
Perfectionnement professionnel et formation	109	98
Déplacements	110	116
Coûts de fonctionnement (matériel de bureau, fournitures, impression, traduction, sondages, centre d'appels, marchés de services, etc.)	1 889	1 454
Gestion de l'information et technologie de l'information	560	424
Installations (bail, entretien, amortissement)	672	652
Total des dépenses de programme	7 071	6 087
Frais d'intérêt	97	126
Total des dépenses réelles	7 168	6 213
Budget total prévu	7 752	7 358

Pour en savoir plus sur les dépenses finales de l'ACFC pour l'exercice 2004-2005, et prendre connaissance des états financiers complets de l'Agence, veuillez consulter notre *Rapport annuel*, affiché sur notre site Web à l'adresse :

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/default.asp#ar>

³⁹ Le mandat intégral de l'ACFC prévu par la loi était en place en septembre 2003.

6. Cotisations de l'industrie

L'ACFC est entièrement financée par les cotisations imposées à l'industrie. Au plus tard le 31 décembre de chaque année, le commissaire détermine le montant total des dépenses engagées par l'Agence au cours de l'exercice précédent, aux fins de l'application de la *Loi sur l'ACFC* et des dispositions visant les consommateurs, ou en rapport avec celles-ci. Le commissaire impose une fraction du montant total des dépenses à chaque institution financière, comme le prévoit le règlement. Il est également possible de prélever des cotisations provisoires. Les cotisations sont considérées comme une dette envers Sa Majesté et elles sont payables immédiatement. Des intérêts s'appliquent à tout montant impayé.

Pour assurer le financement temporaire des dépenses en attendant que les institutions versent leur cotisation, l'Agence doit, chaque année et avant le 31 mars, obtenir l'autorisation du ministre d'emprunter du Trésor pour l'exercice à venir, jusqu'à concurrence d'une limite préétablie. Ce pouvoir est accordé aux termes de l'article 13 de la *Loi sur l'agence de la consommation en matière financière du Canada*. L'ACFC paie des intérêts sur les fonds empruntés.

L'ACFC a été autorisée à emprunter jusqu'à concurrence de 8 millions de dollars pour l'exercice 2004-2005. Les fonds réellement empruntés en 2004-2005 se composent de trois avances :

- le 23 février 2004, l'ACFC a reçu une avance de 1,5 million de dollars d'une échéance d'un an;
- le 16 juillet 2004, l'ACFC a reçu une autre avance de 4,5 millions de dollars portant la date d'échéance du 23 février 2005. L'ACFC a remboursé les avances de 1,5 million et de 4,5 millions de dollars ainsi que les intérêts, le 23 février 2005.
- le 23 février 2005, l'ACFC a reçu une nouvelle avance de 1,5 million de dollars pour une période d'un an.

Annexe 1 : Mesures correctives et modifications des procédures mises en oeuvre par les IFF pour donner suite aux décisions du commissaire en 2004-2005

La partie qui suit récapitule quelques-unes des mesures correctives adoptées par les IFF. Il importe de noter que ce ne sont pas toutes les IFF (lorsqu'il y en a plus d'une) qui ont adopté *toutes* les mesures correctives indiquées ci-dessous. Habituellement, une mesure corrective ne s'applique qu'à *un* consommateur.

Mesures correctives prises par les IFF

Comptes bancaires — Refus d'ouvrir

- **Antécédents de crédit (3 IFF)**
 - Dans tous les cas, les banques ont proposé d'ouvrir un compte au consommateur.
 - Les banques ont offert un cours de formation à leurs employés portant sur le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* et leurs propres politiques et procédures connexes.
- **Faillite (1 IFF)**
 - La banque a proposé d'ouvrir un compte bancaire au consommateur. Elle a également renoncé aux frais de gestion du forfait de services bancaires pendant six mois, pour montrer sa bonne volonté.
- **Pièces d'identité (1 IFF)**
 - La banque a proposé d'ouvrir un compte au consommateur.
 - L'IFF a renouvelé la formation de l'employé en cause pour rafraîchir sa connaissance des politiques et des procédures liées à l'ouverture des comptes, et elle a passé en revue son processus d'ouverture des comptes avec les membres du personnel de la succursale.

Chèques du gouvernement du Canada

- **Refus d'encaisser (2 IFF)**
 - Les consommateurs ont pu encaisser leurs chèques.
 - Le gérant de la succursale a consolidé le programme de formation initial et les communications de la banque au sujet de la mise en oeuvre du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.
 - L'IFF a transmis un message à tous les gérants et employés des succursales, pour insister sur les exigences du *Règlement*.

- **Refus d'encaisser sans frais (1 IFF)**
 - La banque a remboursé les frais imposés au consommateur.
 - Elle a également fourni, sans attendre, de la formation au nouvel employé à propos de l'encaissement des chèques du gouvernement du Canada.

Coût d'emprunt — Cartes de crédit

- **Divulgence des renseignements prescrits : la date à laquelle les intérêts commencent à s'accumuler, la période de grâce et la méthode de calcul des intérêts (1 IFF)**
 - L'IFF a adressé une lettre aux consommateurs touchés, pour s'excuser pour tout inconvénient causé. La lettre contenait les renseignements qui faisaient défaut lors de la première démarche.
 - Elle a également autorisé ses préposés à rembourser les consommateurs touchés.
- **Documents d'information sur une base périodique : au moins une fois par mois (1 IFF)**
 - Lorsque l'IFF a appris qu'un message de « retenue du relevé » avait été consigné par erreur au dossier du client, elle a dirigé ce dernier vers la division compétente de la banque. Celle-ci a supprimé le message et a envoyé par la poste des copies des relevés de comptes au client touché.

Coût d'emprunt — Hypothèques

- **Divulgence de la durée des prêts hypothécaires dans les annonces publicitaires (1 IFF)**
 - L'IFF en cause a retiré les affiches, même si elle avait interprété le *Règlement* différemment.
 - Elle a envoyé à l'ACFC une copie de ses procédures internes concernant les dispositions visant les consommateurs.
- **Divulgence des frais autres que les frais d'intérêt pour les prêts (1 IFF)**
 - L'IFF en cause a remis à ses clients un barème des frais applicables aux prêts.

Politique de responsabilité zéro— Cartes de crédit/Engagements publics (1 IFF)

- La banque en est arrivée à la conclusion que l'opération en question était frauduleuse, et elle a remboursé le consommateur.

Modifications des procédures par les IFF

Vous trouverez ci-dessous une liste des modifications aux procédures que les IFF ont mis en œuvre. Il importe de noter que *ce ne sont pas toutes les IFF* (s'il y en a plus d'une) qui ont apporté *toutes* les modifications aux procédures énumérées ci-dessous.

Comptes bancaires — Refus d'ouvrir

- **Antécédents de crédit** (2 IFF sur 3 ont modifié leurs procédures)
 - Les IFF ont examiné de nouveau et modifié leurs procédures d'ouverture des comptes pour les comptes de dépôt personnels.
 - Elles ont révisé et mis en œuvre leurs procédés et procédures internes pour assurer le respect du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.
 - Elles ont consolidé le système pour qu'un message soit transmis automatiquement pour rappeler au personnel qu'il ne devrait pas nécessairement refuser d'ouvrir un compte aux personnes qui n'ont pas droit à une protection de découvert.

- **Faillite** (1 IFF)
 - L'IFF en question ouvre désormais des comptes de base (avec quelques restrictions), aux consommateurs, et ce, même si un message « frauduleux » apparaît sur le système. L'IFF a apporté des ajustements au système permettant aux représentants des succursales de le supplanter manuellement pour pouvoir ouvrir des comptes, même si le message d'avertissement apparaît.

Chèques du gouvernement du Canada

- **Refus d'encaisser** (1 IFF sur 2)
 - L'IFF en cause a amélioré son cours de formation des nouveaux employés en insistant particulièrement sur le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. La banque a également transmis un message à tous les gérants et employés des succursales afin de renforcer les exigences du *Règlement*.

Divulgence des frais (1 IFF)

- Une IFF a affiché son barème de frais dans chacune de ses succursales.
- Elle a révisé ses processus internes afin de mettre les documents d'information à la disposition des intéressés.
- Elle a également examiné toutes les dispositions visant les consommateurs qui s'appliquent à elle, définies dans la *Loi sur l'ACFC*, à l'intention de toutes ses succursales.

Coût d'emprunt — Hypothèques

- **Divulgarion de la durée des prêts hypothécaires dans les annonces publicitaires (1 IFF)**
 - L'IFF en cause a révisé ses politiques internes pour veiller à ce que tous ses documents promotionnels soient conformes au *Règlement*.
 - Elle a également apporté des modifications à son système, pour inscrire, dans tous les relevés de ses clients, un numéro 1-800, qu'ils peuvent composer pour obtenir des renseignements additionnels sur un produit ou un service.

- **Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt pour les prêts (1 IFF)**
 - L'IFF en cause a révisé le libellé de sa convention de crédit pour améliorer la divulgation des frais autres que les intérêts. Elle a notamment mentionné les frais à propos desquels les consommateurs posent fréquemment des questions, ainsi que les frais qui sont plus élevés.

Fermetures de succursales (1 IFF)

- L'IFF en cause a apporté des modifications à ses procédures internes pour être certain de se conformer, à l'avenir, au règlement sur les fermetures de succursales.

Politique de responsabilité zéro — Cartes de crédit/Engagements publics (1 IFF)

- Désormais, lorsque la banque prend une décision en matière de responsabilité, elle adresse une lettre à son client pour l'aviser de sa décision. La banque a également décidé d'améliorer sa lettre type en précisant aux consommateurs qu'ils peuvent communiquer avec elle si la décision qu'elle a prise les préoccupe.

Annexe 2 : Mesures correctives prises par les IFF relativement aux lettres de non-conformité liées aux codes de conduite et aux engagements publics pour 2004-2005

Code de conduite sur les assurances — Divulgence des frais liés aux produits d'assurance (1 IFF)

- L'IFF en cause a remboursé au consommateur les frais qu'elle lui avait imposés.

Politique de responsabilité zéro (engagement public) — Cartes de crédit (2 IFF)

- Dans deux cas sur trois, l'IFF a remboursé le consommateur. Le montant total du remboursement se chiffre à 33 872 \$.

Annexe 3 : Modifications des procédures apportées par les IFF à la suite du constat de la non-divulgence de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs, pendant l'examen annuel de l'ACFC

Politique de retenue des chèques — Dossiers fermés (2 IFF)

- Les deux IFF en cause ont par la suite divulgué leurs politiques sur la retenue des chèques. L'une d'entre elles divulgue cette information dans ses contrats et elle a également accepté de le faire dans les relevés de comptes.

Ventes liées avec coercition — Dossiers fermés (3 IFF)

- Les trois IFF affichent désormais l'avis d'interdiction des ventes liées avec coercition.

Accès aux services bancaires de base — Dossiers fermés (1 IFF)

- L'IFF a révisé ses processus internes pour mettre ses documents d'information à la disposition des consommateurs.

Organisme indépendant de règlement des différends (1 IFF)

- L'IFF en cause fait maintenant partie d'un organisme de règlement des différends : l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI).

Divulgence des frais (1 IFF)

- L'IFF affiche désormais son barème des frais dans chacune de ses succursales et elle a également révisé ses processus internes pour mettre ses documents d'information à la disposition des intéressés.

Annexe 4 : Mesures correctives adoptées par les IFF à la suite du constat effectué par l'ACFC dans le cadre de son examen des clauses de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires

Les banques ont non seulement révisé le libellé erroné et incomplet des clauses de pénalité pour remboursement anticipé, dans leurs documents hypothécaires, mais aussi corrigé des erreurs de calcul relevées par l'ACFC, et elles prennent également d'autres mesures correctives, après l'intervention de l'ACFC, notamment les mesures suivantes :

- la modification des documents pour apporter des éclaircissements aux consommateurs au sujet de la façon dont le taux est calculé en ce qui concerne les différentiels de taux d'intérêt (DTI);
- l'insertion d'une feuille de travail dans les documents d'information, pour aider les consommateurs à calculer le coût d'un remboursement anticipé;
- la mise en oeuvre de procédures pour examiner les documents d'information, qui ont été traduits, afin de veiller à la cohérence des documents en anglais et en français;
- une banque a pris l'initiative d'identifier les emprunteurs touchés en vue d'offrir une mesure de réparation financière.



Annexe 5 : Autres résultats liés aux principaux extrants escomptés pour 2004-2005 dans le secteur stratégique de l'ACFC : la protection des consommateurs

Principaux extrants		
Bulletins sur la conformité destinés aux IFF	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <p>➤ En 2004-2005, l'ACFC a publié trois bulletins sur la conformité. Le bulletin a pour objectif principal de tenir les IFF au courant des projets de l'ACFC susceptibles de les intéresser et de communiquer une information de nature générale sur les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables, les codes de conduite et les engagements publics. Divers sujets ont été abordés en 2004-2005, dont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ les obligations des banques à l'égard des dispositions visant les consommateurs, de leurs propres codes de conduite et de leurs engagements publics; ▪ le règlement concernant la divulgation de la politique de chèques, pour les banques; ▪ un aperçu des changements apportés au cadre de conformité de l'ACFC, à la suite des consultations tenues. 	Attentes respectées
Relations professionnelles et axées sur la collaboration avec les principaux intervenants	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <p>➤ Outre le fait qu'elle informe les IFF au moyen du bulletin, l'ACFC se réunit régulièrement avec des représentants des associations du secteur pour échanger de l'information et discuter de questions d'actualité. Certaines réunions sont trimestrielles et elles ont pour but d'échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun comme les activités de surveillance, les questions de conformité au sein du secteur et le point de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics.</p> <p>➤ Nous encourageons les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures pour la mise en oeuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. Nous saisissons aussi toutes les possibilités de promouvoir une culture de la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale, pour atteindre notre objectif ultime : la protection des consommateurs canadiens de services et de produits financiers.</p>	Attentes respectées

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
Relations professionnelles et axées sur la collaboration avec les principaux intervenants (<i>suite</i>)	<p>La collaboration sans réserve des institutions financières constitue le fondement de cette nouvelle culture de la conformité.</p> <p>De plus, nous entretenons une correspondance avec les IFF et nous nous réunissons avec certaines d'entre elles pour discuter de la conformité et d'autres questions connexes, et pour travailler avec elles afin de régler des problèmes ou de combler des lacunes.</p> <p>En 2006-2007, nous avons l'intention de mener un sondage auprès de nos principaux partenaires et intervenants pour connaître leur façon de percevoir les grandes questions.</p>	
Rapports semestriels et spéciaux sur les activités de surveillance	<p style="text-align: center;">← RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS →</p> <p>➤ En 2004-2005, l'ACFC a produit et envoyé 71 rapports semestriels aux banques. Ces rapports ont pour objectif de fournir aux banques des renseignements pertinents les concernant sur la conformité. Par exemple, un rapport peut indiquer le nombre de dossiers ouverts sur des cas de conformité, la nature des cas et leur état d'avancement.</p>	Attentes respectées

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enquêtes ➤ Avis juridiques ➤ Politiques ➤ Rapports d'agent concernant des cas ➤ Ententes de conformité ➤ Décisions du commissaire sur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ les violations de la loi par des IF; ▪ la tenue de réunions publiques sur la fermeture de succursales; ▪ l'octroi d'exceptions ou l'autorisation de modifier les modalités de la communication des préavis; ▪ les sanctions administratives pécuniaires. ➤ Avis publics de violation 	<p>Pour connaître les résultats se rapportant aux principaux extraits énumérés ici, veuillez vous reporter aux pages 34 à 50.</p>	

Annexe 6 : Résultats liés aux principaux extrants escomptés pour 2004-2005 dans le secteur stratégique de l'ACFC : l'information et l'éducation des consommateurs


Principaux extrants	RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS	ATTENTES RESPECTÉES
<p>Fournir de l'information en temps opportun en donnant suite directement aux demandes de renseignements et aux plaintes des consommateurs : par l'intermédiaire du centre d'appels, par lettre, par courriel et en personne</p> <p><i>Source</i> : système de pistage et de gestion des données de l'ACFC</p>	<p style="text-align: center;">Centre de communications avec les consommateurs</p> <p>En 2004-2005, le Centre de communications avec les consommateurs a répondu à 26 145 appels téléphoniques (y compris 9 191 appels découlant de la campagne de sensibilisation menée par l'ACFC au moyen d'encarts joints aux chèques gouvernementaux). C'est donc une augmentation de 69 % par rapport à l'année précédente. Les appels téléphoniques sont le moyen utilisé pour plus de 90 % des communications provenant des consommateurs.</p> <p>Temps d'attente moyen pour la grande majorité des appelants :</p> <p>2004-2005 — Environ 12 secondes 2003-2004 — Environ 9 secondes</p> <p>Dossiers ouverts à la suite d'appels téléphoniques au Centre de communications avec les consommateurs, traités et fermés dans un délai maximal d'un jour :</p> <p>2004-2005 — 92 % 2003-2004 — 81 %</p>	<p style="text-align: center;">Attentes respectées</p> <div style="text-align: center;">   </div>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Fournir de l'information en temps opportun en donnant suite directement aux demandes de renseignements et aux plaintes des consommateurs : par l'intermédiaire du centre d'appels, par lettre, par courriel et en personne (suite)</p> <p>Source : sondage auprès des clients du Centre de communications avec les consommateurs — décembre 2003</p>	<p>En 2003-2004, l'ACFC a commandé la tenue d'un sondage auprès des clients du Centre de communications avec les consommateurs. (Le rapport entre le nombre de clients désireux de s'informer et celui des clients présentant une plainte est de 2 pour 1.) Le sondage a permis d'établir une base de référence pour fixer des objectifs en matière d'amélioration. Vu que le sondage se tient tous les deux ans, aucune donnée n'était disponible pour 2004-2005.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Répondants d'avis que le gouvernement doit surveiller les institutions financières pour assurer la protection des consommateurs : 2004-2005 — S.O. 2003-2004 — 93 % ▪ Répondants d'avis que les préposés du centre d'appels auxquels ils ont parlé ont fait un « très bon » travail : 2004-2005 — S.O. 2003-2004 — 88 % ▪ Répondants ayant dit qu'ils recommanderaient à quiconque a des problèmes dans le secteur bancaire de s'adresser à l'ACFC : 2004-2005 — S.O. 2003-2004 — 86 % ▪ Répondants d'avis que les préposés du centre d'appels ont répondu à leurs besoins : 2004-2005 — S.O. 2003-2004 — 80 % <p>Pour certains éléments clés du sondage, il y avait un lien très étroit entre les niveaux de satisfaction des consommateurs et la raison pour laquelle ils se sont adressés à l'ACFC (demander de l'information ou déposer une plainte concernant une institution financière, un produit ou un service financier).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Répondants ayant exprimé leur satisfaction à l'égard du professionnalisme du préposé : 2004-2005 — S.O. <p>Communications considérées comme des « demandes de renseignements » : 2003-2004 — 94 % Communications considérées comme des « plaintes » : 2003-2004 — 84 %</p>	<p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p>




Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Fournir de l'information en temps opportun en donnant suite directement aux demandes de renseignements et aux plaintes des consommateurs : par l'intermédiaire du centre d'appels, par lettre, par courriel et en personne <i>(suite)</i></p> <p><i>Source :</i> sondage auprès des clients du Centre de communications avec les consommateurs—décembre 2003</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Répondants ayant exprimé leur satisfaction à l'égard du temps d'attente avant qu'on réponde à leur appel : 2004-2005 — S.O. <p>Communications considérées comme des « demandes de renseignements » : 2003-2004 — 86 %</p> <p>Communications considérées comme des « plaintes » : 2003-2004 — 76 %</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Répondants ayant exprimé leur satisfaction à l'égard du temps d'attente avant qu'on donne suite à leur préoccupation : 2004-2005 — S.O. <p>Communications considérées comme des « demandes de renseignements » : 2003-2004 — 86 %</p> <p>Communications considérées comme des « plaintes » : 2003-2004 — 70 %</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Répondants ayant exprimé leur satisfaction à l'égard du résultat global de la communication : 2004-2005 — S.O. <p>Communications considérées comme des « demandes de renseignements » : 2003-2004 — 81 %</p> <p>Communications considérées comme des « plaintes » : 2003-2004 — 55 %</p> <p>Le sondage mené auprès des clients du Centre de communications avec les consommateurs en 2003-2004 a démontré que les consommateurs déposant une plainte s'adressaient à l'ACFC pour qu'on règle leur problème et pas seulement pour obtenir de l'information sur la façon de régler leur problème. Les pouvoirs conférés à l'ACFC se rapportent précisément aux dispositions législatives mises en place pour protéger les droits des consommateurs de produits et services financiers. L'ACFC veille à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) aient en place une procédure de traitement des plaintes qui soit conforme à la loi. L'ACFC fournit aux consommateurs de l'information relative à la procédure de traitement des plaintes de leur IFF.</p>	<p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Fournir de l'information en temps opportun en donnant suite directement aux demandes de renseignements et aux plaintes des consommateurs : par l'intermédiaire du centre d'appels, par lettre, par courriel et en personne (suite)</p> <p>Source : système de pistage et de gestion des données de l'ACFC</p>	<p>Il convient de noter que l'ACFC n'offre pas de recours. En dépit du fait que l'ACFC ait fourni aux consommateurs ayant déposé une plainte de l'information pertinente sur la façon de procéder pour régler leur problème, de nombreux consommateurs avaient l'impression que l'ACFC n'avait pas réglé leur problème.</p> <p>Durant la dernière année, nous avons déployé beaucoup d'efforts afin de mettre l'accent sur notre rôle et notre mandat, et pour les expliquer aux appelants. Il est important, pour l'ACFC, d'informer les consommateurs des limites juridiques de son rôle et de ses responsabilités, comme prévu dans la <i>Loi sur l'ACFC</i>. Nous continuerons d'aider les consommateurs qui déposent une plainte et de leur fournir tous les renseignements nécessaires pour les amener à régler leur problème, notamment en leur fournissant des renseignements détaillés sur les procédures de règlement des plaintes des institutions financières sous réglementation fédérale.</p> <p>Dans notre Plan d'activités 2005-2007, nous avons prévu des objectifs précis en matière d'amélioration, notamment des objectifs sur la satisfaction des clients du Centre de communications avec les consommateurs.</p> <p>Unité de la correspondance</p> <p>En 2004-2005, l'Unité de la correspondance a reçu 1 441 communications de la part des consommateurs, par lettre, télécopieur, courriel et en personne, au sujet de questions non liées à la conformité. C'est plus ou moins le même nombre que l'an dernier (1 459). L'Unité de la correspondance a traité et fermé 1 165 dossiers, ce qui représente une baisse de 14,7 % par rapport à 2003-2004.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pourcentage des dossiers traités après avoir reçu une communication de la part d'un consommateur par lettre, télécopieur, courriel ou en personne — pour des questions non liées à la conformité — et fermés dans un délai maximal de sept jours ouvrables : 2004-2005 — 45 % 2003-2004 — 46 % ▪ Pourcentage des dossiers traités après avoir reçu une communication de la part d'un consommateur par lettre, télécopieur, courriel ou en personne — pour des questions non liées à la conformité — et fermés dans un délai de huit à 14 jours ouvrables : 2004-2005 — 20 % 2003-2004 — 32 % 	<p>Attentes non respectées</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊖</p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Fournir de l'information en temps opportun en donnant suite directement aux demandes de renseignements et aux plaintes des consommateurs : par l'intermédiaire du centre d'appels, par lettre, par courriel et en personne (suite)</p>	<p>Étant donné qu'en 2004-2005, l'ACFC s'était engagée à répondre à la correspondance écrite dans un délai de sept jours, nous n'avons pas répondu à notre attente, soit fournir une réponse écrite aux consommateurs dans le délai établi.</p> <p>En 2005-2006, nous adopterons un certain nombre de mesures pour alléger les tensions de la charge de travail. Actuellement, nous envisageons diverses améliorations qui nous permettront de fournir des réponses complètes et de qualité aux consommateurs, dans un délai opportun et raisonnable.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nous avons mis en place un système d'établissement des priorités pour le pistage et la gestion plus efficaces de la correspondance d'arrivée. En outre, nous comparerons nos engagements en matière de service avec ceux d'autres organisations, et nous les réviserons en conséquence, tout en ne perdant pas de vue les attentes des consommateurs en ce qui touche la prestation des services. ▪ Nous avons recruté un autre employé à temps plein au sein de l'Unité de la correspondance pour nous assurer que les consommateurs reçoivent toujours l'information dont ils ont besoin dans un délai raisonnable, pour que l'information soit pertinente et utile. <p>De plus, nous nous pencherons sur la question de savoir comment sonder l'opinion des consommateurs qui communiquent avec l'ACFC par lettre, courriel ou télécopieur, pour déterminer leurs niveaux de satisfaction à l'égard des services de l'Unité de la correspondance, tout en veillant à respecter les lois sur la protection des renseignements personnels.</p>	
<p>Offrir un site Web interactif comprenant toutes les ressources, tous les liens et documents de référence requis pour répondre aux besoins en matière d'information des consommateurs de produits et services financiers</p>	<p style="text-align: center;">← RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS →</p> <p>Le site Web de l'ACFC contient de l'information, des publications et des outils interactifs à l'intention des consommateurs, qui portent sur un large éventail de sujets :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ les droits et les responsabilités du consommateur; ▪ les produits et les services financiers, y compris des données comparatives utiles pour aider les consommateurs à tirer profit d'un marché concurrentiel; ▪ des mises en garde. 	<p style="text-align: center;">← ATTENTES RESPECTÉES →</p>





Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Offrir un site Web interactif comprenant toutes les ressources, tous les liens et documents de référence requis pour répondre aux besoins en matière d'information des consommateurs de produits et services financiers <i>(suite)</i></p> <p><i>Source</i> : statistiques concernant le site Web de l'ACFC</p>	<p>Au 31 mars 2005, 21 publications et outils interactifs étaient disponibles sur le site Web de l'ACFC. Le site comprend aussi un centre de ressources où les consommateurs trouveront de l'information et des documents didactiques de plusieurs organisations canadiennes, et de l'ACFC.</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a ajouté deux bases de données sur son site Web :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ une base de données sur les procédures de traitement des plaintes des IFF; ▪ une base de données sur les fermetures de succursales. <p>La base de données sur le traitement des plaintes est un outil en ligne qui aide les consommateurs à s'informer sur les procédures de traitement des plaintes d'institutions financières sous réglementation fédérale (IFF). Les utilisateurs peuvent consulter la base de données selon le type d'institution financière ou le nom de la banque, de la société d'assurances, de fiducie ou de prêt, ou de l'association de détail.</p> <p>Au moyen de la base de données sur les fermetures de succursales, les consommateurs peuvent visualiser les fermetures par date, lieu et IFF. Ils peuvent aussi trouver l'emplacement de la succursale bancaire où leurs comptes ont été transférés.</p> <p>L'ACFC a mis à jour ses autres guides et outils en ligne (<i>Les cartes de crédit : à vous de choisir, Le coût des services bancaires de base</i>, et les outils interactifs qui s'y rattachent, ainsi que la rubrique « Questions et réponses ») pour que l'information reste valable et utile.</p> <p>Par ailleurs, nous avons publié des « mises en garde » destinées aux consommateurs, en fournissant des conseils et des avertissements pour protéger les consommateurs et leur argent.</p> <p>Nombre de visites du site Web de l'ACFC : 2004-2005 — 458 253 2003-2004 — 254 854</p>	

Principaux extrants escomptés	Résultats clés	
<p>Publier en temps opportun des documents didactiques et de l'information de première qualité, rédigés en langage simple</p>	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <p>Depuis sa création, l'ACFC mène activement diverses initiatives sur la communication en langage simple. L'Agence a produit une douzaine de brochures et guides rédigés en langage simple et destinés à divers publics, y compris les consommateurs aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Nous travaillons en collaboration avec des spécialistes du langage simple de l'extérieur pour produire et, dans certains cas, réviser des publications afin de répondre aux besoins des consommateurs aux capacités de lecture et d'écriture limitées.</p> <p>Au 31 mars 2005, l'ACFC avait produit les publications suivantes à l'intention des consommateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Huit brochures et livrets, dont sept sur les droits des consommateurs (p. ex. <i>Accès aux services bancaires de base</i>, <i>Fermetures de succursales</i>, <i>Le coût d'emprunt</i>). En 2004-2005, l'ACFC a révisé les brochures traitant de l'accès aux services bancaires de base (<i>Ouvrir un compte de banque personnel et Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada</i>) après des séances de mise à l'essai auprès de groupes cibles menées en 2003-2004. Service Canada a retenu une de ces brochures, <i>Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada</i>, qu'il considère comme une publication de base et qu'il distribue dans leurs bureaux partout au Canada. ▪ Six guides du consommateur portant sur divers sujets (cartes de crédit, hypothèques, frais des comptes bancaires, prêts sur salaire, dépôts indexés). <p>En 2004-2005, l'ACFC a mis à jour plusieurs guides pour qu'ils restent d'actualité et exacts (<i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i>, <i>Le coût des services bancaires</i>). L'ACFC a aussi produit deux nouvelles publications (<i>L'ABC des prêts hypothécaires</i>, <i>Le coût des prêts sur salaire</i>), pour donner suite aux communications reçues de la part des consommateurs et aborder de nouvelles questions concernant le marché.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cinq outils interactifs (accessibles uniquement sur le site Web de l'ACFC), comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ➢ trois jeux-questionnaires (sur les cartes de crédit, les hypothèques, et les droits et les responsabilités des consommateurs); 	<p style="text-align: center;">ATTENTES RESPECTÉES</p>



Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Publier en temps opportun des documents didactiques et de l'information de première qualité, rédigés en langage simple (suite)</p> <p>Source : fichier de pistage des données de l'ACFC</p> <p>Source : statistiques concernant le site Web de l'ACFC</p> <p>Source : formulaires de rétroaction des consommateurs (versions imprimée et en ligne)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ une calculatrice d'admissibilité à un prêt hypothécaire; ➤ un outil interactif sur le « coût des services bancaires » (mis à jour en 2004-2005). <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deux bases de données consultables (uniquement sur le site Web de l'ACFC) : <ul style="list-style-type: none"> ➤ les procédures de traitement des plaintes des IFF; ➤ les fermetures de succursales bancaires. <p>Ces deux bases de données ont été créées en 2004-2005.</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a accru la section « Questions et réponses » de son site Web, pour aborder plusieurs questions découlant des communications reçues de la part des consommateurs. Au cours de l'année à venir, l'ACFC révisera l'interface-utilisateur de Questions et réponses pour la rendre plus conviviale.</p> <p>Pour répondre à ses objectifs de transparence et de divulgation, en 2004-2005, l'ACFC a de nouveau affiché les décisions finales du commissaire sur son site Web.</p> <p>Publications distribuées</p> <p>Publications imprimées : 2004-2005 — 173 541 2003-2004 — 91 381</p> <p>Publications téléchargées du site Web de l'ACFC : 2004-2005 — 342 810 2003-2004 — 221 682</p> <p>Rétroaction reçue</p> <p>La rétroaction que l'ACFC a reçue des consommateurs à propos de ses publications ne peut être considérée comme concluante, car l'ACFC n'a pas mené de sondage de grande envergure auprès de ses lecteurs. Néanmoins, cette information indique bel et bien que les consommateurs ont généralement une opinion positive des publications et des outils interactifs de l'ACFC.</p> <p>Pourcentage des consommateurs ayant évalué « de bonne à excellente » notre publication <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i> : 2004-2005 — 93 % 2003-2004 — 97 %</p>	  




Principaux extrants escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Publier en temps opportun des documents didactiques et de l'information de première qualité, rédigés en langage simple (suite)</p> <p>Source : formulaires de rétroaction des consommateurs (versions imprimée et en ligne)</p>	<p>Pourcentage des consommateurs ayant évalué « de bon à excellent » notre publication et outil interactif <i>Le guide du coût des services bancaires</i> :</p> <p>2004-2005 — 80 % 2003-2004 — S.O.</p> <p>Pourcentage des répondants ayant évalué « de bons à excellents » les jeux-questionnaires sur les cartes de crédit, les hypothèques, et les droits et responsabilités :</p> <p>2004-2005 — 90 % 2003-2004 — S.O.</p> <p>Pourcentage des répondants ayant dit « oui » à la question : « avez-vous appris quelque chose en remplissant le jeu-questionnaire sur les cartes de crédit, les hypothèques, ou les droits et responsabilités? » :</p> <p>2004-2005 — 71 % 2003-2004 — S.O.</p>	<p>⊕</p> <p>⊕</p> <p>⊕</p>
<p>Partenariats mis en place pour des plans stratégiques afin d'aborder des questions financières importantes dans l'intérêt des consommateurs vulnérables :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ capacité en matière financière au Canada ▪ manque de sensibilisation à l'accès aux systèmes de règlement des plaintes ▪ gestion de la dette/du budget 	<p style="text-align: center;">← RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS →</p> <p>Symposium sur la capacité financière</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a créé un partenariat avec Social and Enterprise Development Innovations (SEDI) et Projet de recherche sur les politiques (PRP) pour amorcer la planification d'un symposium national visant à obtenir des réponses aux questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dans quelle mesure les Canadiens comprennent-ils les questions financières, utilisent-ils leurs connaissances pour prendre des décisions en matière financière et assument-ils la responsabilité de leurs décisions? ▪ Qu'est-ce que cela signifie pour les décideurs? <p>Le symposium a réuni des spécialistes nationaux et étrangers de haut niveau dans le domaine de la capacité en matière financière et, durant deux jours, ils ont eu des discussions avec des représentants du gouvernement, du secteur à but non lucratif et du monde des entreprises, au sujet de l'état actuel des politiques et des pratiques concernant ces questions de plus en plus importantes.</p> <p>Résultats</p> <p>Les consultations tenues au préalable ont été un succès, et le symposium, qui a attiré environ 150 participants, s'est déroulé en juin 2005. Toutefois, il est trop tôt pour évaluer cette initiative.</p>	<p style="text-align: center;">← ATTENTES RESPECTÉES →</p>


Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Partenariats mis en place pour des plans stratégiques afin d'aborder des questions financières importantes dans l'intérêt des consommateurs vulnérables :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ capacité en matière financière au Canada ▪ manque de sensibilisation à l'accès aux systèmes de règlement des plaintes ▪ gestion de la dette/du budget <i>(suite)</i> <p>Source : formulaires de rétroaction remplis par les participants aux séances de formation</p>	<p>Initiative « Former le formateur »</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a poursuivi son initiative « Former le formateur », amorcée en 2003-2004, à titre de projet pilote. Elle avait pour objectif de former des représentants d'organisations qui travaillent directement avec les groupes cibles de l'ACFC, et de leur fournir des renseignements essentiels sur des questions bancaires, pour qu'ils puissent répondre aux besoins de leurs clients. Le projet a consisté en des ateliers qui ont porté sur divers sujets d'ordre financier, destinés précisément aux consommateurs peu scolarisés. Les premiers ateliers ont porté sur l'accès aux services bancaires de base. Plusieurs ateliers tenus dans les locaux des YMCA visaient directement les immigrants récemment arrivés au pays. Après la conduite de ce projet pilote avec succès, l'ACFC a mis au point le guide « Former le formateur » dans l'optique de l'accès aux services bancaires de base, avec l'aide de son comité de rédaction. L'ACFC utilisera les nouveaux documents didactiques en 2005-2006.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de séances tenues/Nombre de consommateurs peu scolarisés et à faible revenu et de nouveaux immigrants touchés : 2004-2005 — 29 séances/environ 800 consommateurs 2003-2004 — S.O.</p> <p>Séances de formation destinées aux nouveaux arrivants au Canada</p> <p>Pourcentage des consommateurs ayant assisté aux séances de formation et évalué « de bonne à excellente » l'information qui leur a été transmise : 2004-2005 — 99 % 2003-2004 — S.O.</p> <p>Pourcentage des consommateurs ayant assisté aux séances de formation et évalué « de bons à excellents » les documents didactiques qui leur ont été distribués : 2004-2005 — 98 % 2003-2004 — S.O.</p>	<p>Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p style="text-align: center;">⊕</p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Partenariats mis en place pour des plans stratégiques afin d'aborder des questions financières importantes dans l'intérêt des consommateurs vulnérables :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ capacité en matière financière au Canada ▪ manque de sensibilisation à l'accès aux systèmes de règlement des plaintes ▪ gestion de la dette/du budget (suite) 	<p>Séances de formation destinées aux consommateurs à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées</p> <p>Pourcentage des consommateurs ayant assisté à la séance de formation et l'ayant évaluée « de bonne à excellente » :</p> <p>2004-2005 — 98 % 2003-2004 — S.O.</p> <p>Projet d'annexe de documents aux chèques gouvernementaux</p> <p>En octobre et novembre 2004, l'ACFC a créé un partenariat avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada pour mener un projet visant à attirer l'attention des consommateurs sur leurs droits en matière bancaire et sur les avantages du dépôt direct des chèques du gouvernement du Canada. L'ACFC était le principal partenaire en raison de sa compétence dans le domaine de la communication en langage simple. Les partenaires ont distribué de l'information sur ces questions au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre du remboursement de la TPS, de la Prestation fiscale pour enfants, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada. Cette initiative sera reconduite en 2005-2006.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de consommateurs ayant reçu de l'information concernant le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire, d'accéder à des comptes à frais modiques et à la formule du dépôt direct des chèques du gouvernement du Canada :</p> <p>2004-2005 — 7,5 millions 2003-2004 — S.O.</p> <p>Nombre d'appels téléphoniques de la part de consommateurs voulant obtenir des renseignements additionnels, à la suite de cette initiative :</p> <p>2004-2005 — 9 191 2003-2004 — S.O.</p> <p>Nombre de consommateurs ayant opté pour le dépôt direct (moyen plus sûr et plus rapide de recevoir son argent) à la suite de cette initiative :</p> <p>2004-2005 — Environ 230 000 2003-2004 — S.O.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;"></p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Partenariats mis en place pour des plans stratégiques afin d'aborder des questions financières importantes dans l'intérêt des consommateurs vulnérables :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ capacité en matière financière au Canada ▪ manque de sensibilisation à l'accès aux systèmes de règlement des plaintes ▪ gestion de la dette/du budget <p><i>(suite)</i></p>	<p>Documents d'information concernant les cartes de crédit</p> <p>L'ACFC a conclu une entente avec MasterCard Canada pour mener un projet visant à améliorer la clarté des documents d'information sur les cartes de crédit. Le projet a pour objectif d'examiner 14 formulaires de sollicitation et/ou de demande en anglais et en français, et de déterminer le niveau d'alphabétisation requis pour les comprendre. Les constatations qui découleront de l'évaluation permettront de formuler des recommandations et de réviser les formulaires. Vu que le projet se déroule en plusieurs étapes qui s'étaleront sur plusieurs années, il est trop tôt pour fournir une évaluation de l'initiative.</p>	


Principaux extraits		
<p>Accroître la visibilité des services fournis par l'ACFC au moyen d'articles médiatiques et d'autres activités menées à l'échelle du pays</p>	<p style="text-align: center;">← RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS →</p> <p>Allocutions</p> <p>En 2004-2005, les employés de l'ACFC ont participé à une conférence organisée par la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français (FCAF) : Pour des communications plus claires ». Des membres de l'ACFC ont participé à cinq forums, tenus partout au pays, dont l'objectif était de promouvoir l'utilisation d'un langage simple dans les communications avec le grand public. L'ACFC avait déjà travaillé avec la FCAF pour produire plusieurs publications en langage simple.</p> <p>Notre participation aux forums nous a permis de mettre à profit notre expérience de la production de documents destinés aux personnes dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées. Nous en avons également profité pour communiquer d'importantes constatations tirées de nos mises à l'essai auprès de groupes cibles. Ces forums se poursuivront en 2005-2006.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de séances tenues/Nombre de membres d'organisations provinciales (essentiellement les gouvernements) touchés, qui s'intéressent aux questions de la communication en langage simple :</p> <p>2004-2005 — 5 séances/environ 455 personnes 2003-2004 — S.O.</p> <p>Colloques financiers et Pavillon du Canada</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a de nouveau participé aux « colloques financiers ». Les colloques offrent la possibilité de sensibiliser davantage les Canadiens à l'Agence et à ses services. L'année dernière, l'ACFC a aussi participé au Pavillon du Canada. Cette initiative, financée par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, offre la possibilité aux organismes gouvernementaux de se faire mieux connaître partout au pays.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de consommateurs canadiens rejoints par l'intermédiaire des colloques financiers et du Pavillon du Canada :</p> <p>2004-2005 — 25 000 2003-2004 — 9 000</p>	<p style="text-align: center;">ATTENTES RESPECTÉES</p> <p style="text-align: center;">Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;"></p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Accroître la visibilité des services fournis par l'ACFC au moyen d'articles médiatiques et d'autres activités menées à l'échelle du pays <i>(suite)</i></p> <p><i>Source</i> : système de pistage des données de l'ACFC</p>	<p>Couverture médiatique</p> <p>L'ACFC considère que les médias sont un circuit essentiel pour communiquer d'importants renseignements financiers au public. En 2004-2005, l'ACFC a répondu à de nombreux appels de journalistes souhaitant s'informer sur des questions préoccupant les consommateurs de services et de produits financiers. Même si l'Agence a recueilli des résultats positifs dans le cadre de ses communications avec les médias en 2004-2005, les résultats ont été inférieurs à ceux de 2003-2004. Deux raisons expliquent cet écart :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous n'avons pas abordé de nouveaux sujets ni inséré de nouveaux livrets, dans <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i> (notre publication qui jouit de la plus grande popularité). De même, les mises à jour de cette publication n'ont pas retenu l'intérêt des médias autant que des sujets ou des livrets nouveaux. • Nous ne disposons que d'une personne pour créer et entretenir des relations avec les principaux médias et pour leur fournir nos documents d'information. Cette personne a quitté l'ACFC en octobre 2004 et n'a pas été remplacée avant juillet 2005, en raison d'une pénurie de spécialistes compétents en communications et liaison avec les médias. <p>Résultats</p> <p>Mentions dans les médias :</p> <p>2004-2005 — 204 2003-2004 — 431</p> <p>Impressions d'audience :</p> <p>2004-2005 — Environ 20,1 millions 2003-2004 — Environ 46,7 millions</p> <p>Articles médiatiques considérés comme rédigés sur un « ton positif » :</p> <p>2004-2005 — 72 % 2003-2004 — 60 %</p> <p>L'ACFC considère le ton des reportages médiatiques comme « positif » s'ils transmettent avec exactitude les messages qu'elle livre et s'ils la mentionnent. Une couverture positive fait aussi habituellement la promotion des services de l'ACFC.</p>	<p>Attentes partiellement respectées</p> <p style="text-align: center;">    </p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Accroître la visibilité des services fournis par l'ACFC au moyen d'articles médiatiques et d'autres activités menées à l'échelle du pays (suite)</p> <p>Source : sondages omnibus Ipsos-Reid (mars 2005 et mai 2005)</p>	<p>Campagne publicitaire nationale au moyen de médias imprimés et électroniques</p> <p>En mars 2005, l'ACFC a mené une campagne publicitaire nationale en recourant à divers médias imprimés et électroniques. Nous avons touché environ 6,95 millions de consommateurs au moyen de la campagne menée à l'aide de médias imprimés, et plus de 1,2 million de consommateurs par l'intermédiaire d'Internet. Notre objectif était de rehausser le niveau de sensibilisation général des Canadiens envers l'Agence de 1 % par rapport au pourcentage repère ou à la base de référence de 15 % (selon un sondage omnibus mené par la SADC en 2004).</p> <p>Résultats</p> <p>Pourcentage des Canadiens ayant déclaré connaître l'ACFC :⁴⁰ 2004-2005 — 16 % (mai 2005) 2003-2004 — 15 %</p> <p>Même si l'ACFC a atteint son objectif, le nombre de communications générés et le nombre de publications distribuées, à la suite de cette initiative, ont été très bas. Bien que le nombre de visites de notre site Web ait atteint un sommet pendant le mois de la campagne de sensibilisation, ce constat pourrait ne pas être attribuable uniquement à la campagne publicitaire.</p>	<p>Attentes partiellement respectées</p> <p style="text-align: center;"></p>

⁴⁰ La question posée aux consommateurs dans le cadre du sondage omnibus de la SADC en 2004, ainsi que les réponses possibles, diffèrent légèrement de celles du sondage mené par Ipsos-Reid en 2005. La question de la SADC était la suivante : « Connaissez-vous l'Agence de la consommation en matière financière du Canada? ». Les réponses possibles étaient : « Oui, tout à fait », « Oui, vaguement » et « Non ». Par contre, la question posée dans le cadre du sondage d'Ipsos-Reid était : « Avez-vous déjà entendu parler de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'avez-vous remarquée ou avez-vous lu quelque chose à son sujet? ». Les réponses possibles étaient : « Oui », « Non », ou « Peut-être ». Aux fins de comparaison, l'ACFC a interprété la réponse « Peut-être » comme « Vaguement ». Dans les sondages ultérieurs, c'est cette dernière question qui sera posée aux consommateurs.

Principaux extrants		
<p>Accroître la communication de l'information de l'ACFC en tirant profit de la compétence et du rayonnement des principaux intervenants de diverses collectivités et organisations</p> <p><i>Source : système de pistage des données de l'ACFC</i></p>	<p style="text-align: center;">RÉSULTATS GLOBAUX LIÉS AUX PRINCIPAUX EXTRANTS ESCOMPTÉS</p> <p>Partenariat avec l'Agence du revenu du Canada</p> <p>En 2004-2005, l'ACFC a créé un partenariat avec l'Agence du revenu du Canada (ARC). L'ACFC a contribué à diverses publications pour répondre aux besoins en matière d'information des groupes cibles de deux programmes de l'ARC. Le premier, le Programme des bénévoles en matière d'impôt, aide les Canadiens à faible revenu à remplir leurs déclarations d'impôt. L'ACFC a remis à l'ARC des exemplaires de sa brochure <i>Accès aux services bancaires de base</i>, pour qu'elle en donne aux consommateurs qui se prévalent de ce programme. Le deuxième, le programme Enseignons l'impôt, consiste à distribuer des documents pour aider 5 000 enseignants d'écoles secondaires à faire connaître aux étudiants le régime fiscal canadien. L'ACFC a fourni à l'ARC des publications sur les cartes de crédit et les forfaits de services bancaires, qui contiennent de l'information destinée précisément aux étudiants. L'ACFC maintiendra ce partenariat en 2005-2006.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de publications de l'ACFC distribuées dans le cadre des deux programmes de l'ARC (compris dans le chiffre fourni précédemment sur le nombre total de publications imprimées) :</p> <p>2004-2005 — Environ 59 000 2003-2004 — S.O.</p> <p>YMCA — région du Grand Toronto</p> <p>Dans le cadre de l'initiative « Former le formateur », l'ACFC a distribué la brochure sur <i>l'accès aux services bancaires de base</i> aux participants aux séances d'information tenues dans les YMCA.</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de publications de l'ACFC distribuées dans le cadre de l'initiative « Former le formateur » (compris dans le nombre total de publications imprimées donné précédemment) :</p> <p>2004-2005 — Environ 800 2003-2004 — S.O.</p>	<p style="text-align: center;">ATTENTES RESPECTÉES</p> <p>Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;">⊕</p> <p>Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;">⊕</p>

Principaux extraits escomptés	Résultats clés	Évaluation
<p>Accroître la communication de l'information de l'ACFC en tirant profit de la compétence et du rayonnement des principaux intervenants de diverses collectivités et organisations (suite)</p> <p>Source : système de pistage des données de l'ACFC</p>	<p>Autres partenariats</p> <p>L'ACFC a également établi des relations avec d'autres administrations fédérales, provinciales et municipales (y compris les bureaux du bien-être social et des services sociaux).</p> <p>Résultats</p> <p>Nombre de publications distribuées dans le cadre d'autres partenariats (compris dans le nombre total de publications imprimées donné précédemment) :</p> <p>2004-2005 — 13 600 2003-2004 — S.O.</p> <p>Au cours de l'exercice à venir, nous continuerons de travailler avec nos partenaires pour essayer de joindre les consommateurs et leur fournir des renseignements pertinents afin de répondre à leurs besoins en matière bancaire.</p> <p>Les bureaux de Service Canada partout au pays distribuent la brochure de l'ACFC <i>Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada</i>, qu'ils considèrent comme une brochure de base.</p>	<p>Attentes respectées</p> <p style="text-align: center;"></p>

Annexe 7 : Dispositions et règlements visant les consommateurs

La *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- *Loi sur les banques;*
- *Loi sur les sociétés d'assurances;*
- *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;*
- *Loi sur les associations coopératives de crédit.*

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières sous réglementation fédérale assujetties à chaque disposition.

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail	X			
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur) <i>N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.</i>	X			
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, 14 jours après l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques du gouvernement	X	X		X
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter de procédures de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurance	Associations de détail
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes		X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			
Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques)	X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs	X	X	X	X

Questions connexes	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises)	X	X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature	X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin	X	X	X	X
Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport	X	X	X	X
Capacité à conclure des ententes de conformité	X	X	X	X
Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC	X	X	X	X
Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X	X	X	X

Annexe 8: État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs et des règlements connexes au 31 mars 2005

Titre des règlements	État	N°. de référence
<i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	en vigueur	DORS/2003-184
<i>Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques</i>	en vigueur	DORS/2002-39
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/2001-370
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)</i>	en vigueur	DORS/2001-371
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)</i>	en vigueur	DORS/2001-373
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)</i>	en vigueur	DORS/2001-372
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2001-374
<i>Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2001-375
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/2002-262
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (banques)</i>	en vigueur	DORS/2001-101
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)</i>	en vigueur	DORS/2001-102
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)</i>	en vigueur	DORS/2001-103
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2002-263
<i>Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2001-104
<i>Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/99-278

Titre des règlements	État	N°. de référence
<i>Règlement sur la communication des frais (banques)</i>	en vigueur	DORS/92-324
<i>Règlement sur la communication des frais (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2003-297
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)</i>	en vigueur	DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2003-298
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470
<i>Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)</i>	en vigueur	DORS/2001-471
<i>Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)</i>	en vigueur	DORS/2001-472
<i>Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)</i>	en vigueur	DORS/2003-299
<i>Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2001-473
<i>Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)</i>	en vigueur	DORS/2001-474
<i>Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)</i>	en vigueur	DORS/2002-101
<i>Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs</i>	en vigueur	DORS/2002-102
<i>Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)</i>	en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70

Titre des règlements	État	N°. de référence
<i>Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)</i>	en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70
<i>Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70
<i>Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés</i>	en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338
<i>Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)</i>	en vigueur	DORS/2002-133

Annexe 9 : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

Code de pratique canadien des services de cartes de débit

Ce code décrit les pratiques du secteur et les responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral, pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés en un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés effectués par téléphone

Dans l'intérêt des consommateurs ayant effectué des dépôts indexés par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant leur achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés

Ces lignes directrices constituent un engagement de respecter les modalités fixées concernant le temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.