

La recherche aidera l'ARSF à améliorer la vie des consommateurs vulnérables

Les consommateurs vulnérables de services financiers ont tendance à être moins confiants, moins satisfaits et moins sûrs d'eux. Ils sont plus susceptibles de faire face à des problèmes. Toutefois, dans de nombreux secteurs, ces problèmes sont moins susceptibles de donner lieu à des plaintes. Les consommateurs vulnérables sont plus enclins à signaler des obstacles comme un mauvais service à la clientèle, un manque d'empathie et un manque de renseignements clairs – Étude de 2022 des besoins des consommateurs de l'Autorité ontarienne de réglementation des services financiers (ARSF).

L'ARSF a lancé une étude qui lui offre une occasion importante de mieux comprendre les attitudes des consommateurs¹ (p. ex., confiance, satisfaction), l'engagement auprès de services financiers réglementés² (p. ex., connaissances des consommateurs, comportements) et les caractéristiques des consommateurs comme la vulnérabilité. L'étude a été entreprise d'un point de vue intersectoriel et, par conséquent, la participation était représentative des consommateurs, des membres et des bénéficiaires dans les secteurs réglementés par l'ARSF.

En établissant une base de référence, l'étude permettra à l'ARSF de surveiller, au fil du temps, l'incidence des changements du marché, des réponses de l'industrie et des efforts de réglementation relatifs aux consommateurs, aux membres et aux bénéficiaires. En tant qu'organisme de réglementation axé sur les résultats et les consommateurs, il est important que l'ARSF ait les connaissances nécessaires pour comprendre les réalités des consommateurs qui changent leur vie financière. L'étude aidera également à déterminer les principales occasions pour l'ARSF de répondre aux besoins des consommateurs en position de vulnérabilité et d'aborder les risques auxquels ils sont exposés.

QUATRE PRINCIPAUX POINTS À RETENIR

Principaux points à retenir	Plan d'action de l'ARSF
Le taux de satisfaction global des Ontariens à l'égard du secteur des services financiers est élevé, bien que la confiance ne soit pas répartie également.	L'ARSF s'engage à accroître la confiance du public dans ses secteurs réglementés et utilisera la base de référence établie dans la présente étude et explorera d'autres outils, comme l'analyse comparative de la

¹ Les consommateurs désignent les consommateurs, les membres de caisses populaires et de crédit unions et les bénéficiaires des régimes de retraite.

² Pour les fins de ce rapport, les services financiers comprennent les régimes de retraite.

Principaux points à retenir

Plan d'action de l'ARSF

satisfaction des consommateurs, pour surveiller le sentiment des consommateurs.

La vulnérabilité a une incidence sur tout : la confiance, l'accès et la façon dont les consommateurs naviguent dans chaque secteur.

La vulnérabilité des consommateurs demeurera un point de mire de l'ARSF.

Pour en savoir plus sur ces constatations et les mesures prises par l'ARSF, consultez la page suivante.

Le public connaît peu l'ARSF, et dans chaque secteur, de nombreux Ontariens ne savent pas du tout qu'il existe un organisme de réglementation financière.

L'ARSF continue d'accroître sa visibilité au moyen de campagnes de sensibilisation dans les médias et d'éducation des consommateurs axées sur des conseils pour mieux comprendre les services financiers.

La fréquence des problèmes variait d'un secteur à l'autre, mais dans chaque secteur, la majorité des répondants qui ne s'étaient pas plaints ont dit qu'il n'aurait « aucun intérêt à le faire » puisque peu ou rien ne serait réglé.

L'ARSF renforce sa compréhension de base des systèmes actuels de règlement des plaintes dans ses secteurs réglementés, y compris l'expérience des consommateurs avec ces systèmes.

Le [résumé](#) du rapport final présente les résultats du sondage.

DOMAINE D'INTÉRÊT DE L'ARSF : VULNÉRABILITÉ DES CONSOMMATEURS

La vulnérabilité des consommateurs s'est accentuée avec la COVID-19 et ses répercussions disproportionnées sur la situation de nombreux Ontariens. Comme la vulnérabilité des consommateurs est une priorité de notre [Plan d'activités annuel 2022-2025](#), l'un des principaux domaines d'intérêt de l'étude était d'analyser les résultats liés aux consommateurs vulnérables. Ces constatations renforceront les efforts de l'ARSF visant à cerner les possibilités de répondre aux besoins des consommateurs en position de vulnérabilité et d'aborder les risques auxquels ils font face dans le cadre du travail que nous faisons pour protéger les Ontariennes et Ontariens.

Quatre principales constatations sur la vulnérabilité des consommateurs

1. La vulnérabilité a une incidence sur les consommateurs dans tous les secteurs

Les consommateurs vulnérables ont tendance à être moins confiants et moins satisfaits des produits et services financiers, et moins confiants quant à la façon de naviguer dans chaque secteur.

2. Les consommateurs vulnérables peuvent faire face à plus de problèmes, mais sont moins enclins à présenter une plainte

Les consommateurs très vulnérables sont plus susceptibles de faire face à des problèmes, mais moins enclins à se plaindre officiellement. Ils sont plus susceptibles de rencontrer des obstacles liés à l'accès aux produits et aux services financiers, comme un mauvais service à la clientèle et un manque d'empathie et de renseignements clairs.

3. La « capacité » est un facteur clé qui influe sur la confiance globale

La capacité, qui comprend les personnes qui déclarent avoir une faible littératie financière et un faible niveau de confiance envers les chiffres, est un facteur clé qui influe sur la confiance globale des consommateurs.

4. La méfiance est plus grande envers les secteurs financiers parmi les groupes très vulnérables

Les groupes très vulnérables sont plus méfiants envers les secteurs des services financiers, particulièrement en raison de la vulnérabilité fondée sur la « résilience » (cela comprend les personnes qui déclarent des revenus instables ou faibles et des économies limitées).

Apprenez-en davantage sur le travail de l'ARSF pour remédier à la vulnérabilité des consommateurs

- L'ARSF entreprend des travaux de supervision qui continueront de remédier aux problèmes liés à la vulnérabilité. Par exemple, le [Plan de supervision du secteur du courtage hypothécaire](#) s'engage à superviser les recherches et les examens de conformité de certains scénarios où les consommateurs vulnérables peuvent être plus susceptibles d'être victimes d'exploitation financière dans le secteur du courtage hypothécaire.
- En 2021, l'ARSF a commencé à recueillir des données sur les consommateurs, qui comprennent des marqueurs sur la vulnérabilité, auprès de maisons de courtage hypothécaire à l'aide de sa Déclaration annuelle pour comprendre les profils de consommateurs vulnérables dans le secteur du courtage hypothécaire.

- L'ARSF a commencé à suivre les tendances en matière de plaintes touchant les consommateurs vulnérables. L'ARSF prévoit améliorer sa capacité de surveiller les plaintes reçues afin d'aider à cerner les risques de préjudice pour les consommateurs des groupes vulnérables.
- L'ARSF continue de mener des recherches axées sur les consommateurs afin de recueillir d'autres données probantes sur l'incidence de la vulnérabilité dans les secteurs qu'elle réglemente. Par exemple :
 - Dans le cadre du programme d'étude des besoins des consommateurs 2022-2023 de l'ARSF, plusieurs études sont menées sur la vulnérabilité, notamment dans les secteurs de l'assurance automobile et du courtage hypothécaire.
 - L'ARSF s'est associée à l'Université Queen's pour mener des recherches sur les raisons sous-jacentes de la vulnérabilité dans le secteur de l'assurance automobile.
 - Une étude pilote est menée à partir d'un vaste ensemble de données sur les consommateurs afin d'analyser le profil des consommateurs vulnérables selon l'emplacement géographique, et ce, en fonction du cadre de vulnérabilité utilisé dans l'Étude des besoins des consommateurs de 2022.
- L'ARSF a travaillé conjointement avec le [Comité consultatif des consommateurs](#) pour créer un groupe de travail sur les consommateurs vulnérables qui sera composé de membres du Comité consultatif des consommateurs afin de solliciter des conseils qui peuvent aider à éclairer le travail de l'ARSF sur la protection des consommateurs vulnérables.