

Banque Royale du Canada

À propos de la valeur pour les clients

Programmes, politiques et pratiques



À propos de la valeur pour les clients

Programmes, politiques et pratiques

Le présent document fait partie d'une série visant à fournir des renseignements supplémentaires sur les programmes, les politiques et les pratiques liés aux priorités environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) de la Banque Royale du Canada (RBC®). Cette série sert de complément à notre rapport ESG, qui donne un aperçu de nos priorités, de nos principaux indicateurs de rendement et des faits saillants annuels pour les enjeux ESG qui touchent les sociétés de services financiers en général, et RBC en particulier. Elle complète les renseignements sur nos résultats d'exploitation et notre situation financière présentés dans notre rapport annuel, ainsi que l'information sur la gouvernance et la rémunération des cadres supérieurs publiée dans la circulaire de la direction, que vous trouverez à rbc.com. Sauf indication contraire, tous les montants d'argent sont exprimés en dollars canadiens.

Notre vision est de compter parmi les institutions financières les plus respectées et les plus florissantes au monde. Nous nous employons à offrir un service à la clientèle hors pair, à bâtir des relations durables, à créer une valeur exceptionnelle et à offrir une Expérience client unique. Nous nous efforçons d'écouter nos clients avec empathie, de comprendre leurs besoins et de leur offrir des conseils et des solutions qui correspondent à ces besoins. En tant que société de services financiers, nous devons, d'abord et avant tout, servir nos clients avec intégrité chaque jour et préserver la confiance qu'ils nous accordent. Cette nécessité sous-tend la conduite de toutes nos activités. Nous assumons la responsabilité de nos produits et services à tous les égards, de leur conception et leur vente à leur incidence sur les collectivités où nous exerçons nos activités. Nous servons 17 millions de clients au Canada et ailleurs dans le monde. Nous nous efforçons de mériter la confiance de nos clients en les servant de manière responsable, et en leur donnant accès aux produits, aux services et aux conseils financiers qu'il leur faut pour prendre les meilleures décisions possible et atteindre leurs objectifs.



Nos priorités

- Satisfaction et fidélisation de la clientèle
- Habilitation numérique
- Protection des renseignements personnels
- Cybersécurité
- Investissement socialement responsable
- Finance durable

Satisfaction et fidélisation de la clientèle

La réussite à long terme de notre entreprise repose sur la confiance, qui se mesure par notre efficacité à satisfaire et à fidéliser nos clients. Nous évaluons activement notre Expérience client sur toutes nos plateformes, et nos clients nous font régulièrement part de leurs commentaires. Il s'agit de créer une culture d'apprentissage, basée sur l'écoute et l'action, qui se traduit par une meilleure Expérience client. Nous mesurons notre compétitivité au chapitre de l'expérience client et notre capacité à obtenir la loyauté de notre clientèle en les comparant, par type de produit, à celles de nos concurrents telles qu'évaluées par des sondages sectoriels indépendants et respectés.

Mesure de la satisfaction

Nous avons instauré un programme de mesure de l'Expérience client, administré par des sociétés de recherche et des fournisseurs de technologie indépendants. Notre équipe Connaissance et information clientèle, composée de professionnels de la recherche interne, supervise la qualité et l'intégrité du programme. Nous fixons des cibles quantitatives et en faisons le suivi afin d'améliorer la satisfaction et la fidélisation de la clientèle, et nous évaluons régulièrement toutes les composantes de l'Expérience client.

Étant donné la nature exclusive de notre programme de mesure de l'Expérience client, nous en présentons seulement certains paramètres dans notre [Rapport de performance ESG](#), notre [rapport annuel](#) et notre [circulaire de la direction](#).

Au Canada, la formation sur le service clientèle est fondée sur notre cible en matière d'Expérience client et est liée à la gestion du rendement des employés. Nous utilisons différentes sources d'information pour faire le suivi de la satisfaction et de la fidélisation de la clientèle, notamment :

- nos propres études et sondages – notamment le suivi des commentaires directs de clients à la suite de passages en succursale ; des visites sur nos sites de services bancaires numériques ; et des appels à nos télécentres accessibles jour et nuit ;
- des études réalisées par des organismes externes d'analyse comparative, y compris des sondages anonymes auprès des clients ;
- des classements externes.

Les résultats de sondage sur la satisfaction et la fidélité des clients sont liés à des employés en succursale précis, ce qui accroît l'imputabilité et facilite l'accompagnement des employés. Les commentaires de clients font ainsi l'objet de mesures immédiates, ce qui permet d'améliorer le service à la clientèle. Des pratiques semblables sont en place pour d'autres modes de prestation, dont les services en ligne et les services bancaires par téléphone.

De plus, ces recherches guident l'élaboration de stratégies commerciales et de tactiques subséquentes, dont la prestation de conseils financiers et le développement de produits, en fournissant d'importants renseignements sur les produits et les caractéristiques qui intéressent nos clients de même que sur les points à améliorer.

Traitement équitable des clients

Le traitement équitable des clients est un aspect important de la conduite de nos affaires. Nous nous conformons, en matière de protection du consommateur et d'éthique professionnelle, à des règles et règlements conçus pour protéger les clients des services financiers, dont plusieurs codes externes volontaires visant à protéger les consommateurs. Pour obtenir de plus amples renseignements sur nos engagements et sur les codes sectoriels pertinents, allez à rbc.com/francais/voluntary-codes-public-commitments.html.

Traitement des plaintes des clients

Nous permettons aux employés d'apporter des solutions aux problèmes soulevés par les clients au premier point de contact, car nous croyons que cette approche améliore la satisfaction de la clientèle et accroît sa fidélité. Si nous ne sommes pas en mesure de résoudre son problème à sa satisfaction, le client peut faire appel au Bureau de l'Ombudsman de RBC. L'Ombudsman examine les arguments du client et de RBC pour tenter d'en arriver à une solution équitable, professionnelle et efficace, tout en respectant la dignité et la confidentialité de toutes les parties.

Certains différends non résolus après l'examen de l'Ombudsman peuvent être soumis par le plaignant à des services de conciliation et à des organismes de réglementation externes. À la section « Porter plainte » de la page rbc.com/servicealaclientele, nous offrons un outil simple qui aide les clients à déposer une plainte et, au besoin, à faire appel à l'Ombudsman. Tous les ans, le Bureau de l'Ombudsman publie un rapport (rbc.com/ombudsman-f) relatant les activités menées par l'Ombudsman au cours de l'exercice.

Intégrité dans les communications sur le marketing et les ventes

Nous sommes déterminés à offrir à nos clients des renseignements faciles à comprendre et à utiliser sur les placements, les services bancaires et l'assurance. Nos brochures et nos sites Web, qui décrivent nos produits et services dans un langage simple, comprennent des exemples éclairants. Nous revoyons régulièrement la formulation de nos contrats, de nos polices d'assurance et de nos relevés afin de nous assurer qu'elle soit claire, pour que nos clients puissent évaluer plus facilement si nos produits répondent à leurs besoins.

Canada

- La publicité est fortement réglementée par les administrations fédérales et provinciales. Par exemple, nous sommes soumis à la *Loi sur la concurrence* (Canada), qui interdit toute publicité fausse et mensongère, et aux lois provinciales sur la protection des consommateurs, qui régissent la conduite à tenir en cas d'allégations pouvant être fausses ou mensongères.
- Pour produire notre matériel de marketing, nous suivons également les directives et les normes sur les bonnes pratiques de divers organismes d'autoréglementation, comme les Normes de la publicité et l'Association canadienne du marketing.
- Nous avons signé un certain nombre de codes de conduite volontaires dans le domaine de la vente responsable de produits et de services financiers. Par exemple, nous avons choisi de notre plein gré de suivre les directives du secteur bancaire canadien pour rendre les documents hypothécaires plus faciles à comprendre, et nous avons étendu ces principes de lisibilité à d'autres documents comme les demandes d'ouverture de compte.

Royaume-Uni

- Nous nous conformons aux lois de la Financial Services Authority sur les communications de marketing, la publicité, les promotions et les commandites.

Antilles

- Nous sommes régis par de nombreux organismes de réglementation dans les Antilles, et nous nous conformons aux exigences locales en matière de divulgation et de marketing.

États-Unis

- Aux États-Unis, la publicité et les communications avec le public sont strictement encadrées par de nombreux organismes de réglementation.

- Nous respectons les directives et les normes sur les bonnes pratiques de divers organismes de réglementation, comme la Financial Industry Regulatory Authority et la Commission des valeurs mobilières des États-Unis (Securities and Exchange Commission), ainsi que l'*Employee Retirement Income Security Act*.

Protection de notre marque

Notre marque est un facteur essentiel de notre réussite. Nous préservons cette marque grâce à notre vision, au respect de nos valeurs, à la qualité et à la mobilisation de notre effectif, à l'excellence de l'Expérience client, au niveau élevé de satisfaction de la clientèle, et à la forte probabilité que nos clients nous recommandent à d'autres. À cette fin, nous surveillons et évaluons la notoriété et la santé de notre marque en nous fondant sur des études quantitatives comparatives, des classements liés au rendement, ainsi que les prix et distinctions qui nous sont octroyés par divers organismes d'analyse comparative.

Des données portant sur des paramètres propres à la marque, comme la connaissance de la marque et des marques secondaires, la probabilité de recommandation et l'incidence des campagnes publicitaires, sont recueillies à l'échelle de l'entreprise et transmises à notre chef du marketing et à des experts en gestion de la marque, qui les regroupent et évaluent la santé globale de notre marque générique. RBC applique un modèle de marketing décentralisé, structuré « en étoile » ; au sein de chaque plateforme, nous avons une équipe de professionnels de la gestion de la marque et des communications qui gèrent et protègent la réputation et la santé de notre marque.

Habilitation numérique

Nos stratégies numériques novatrices sont essentielles pour offrir une Expérience client exceptionnelle, fidéliser notre clientèle et acquérir de nouveaux clients. L'évolution démographique et les percées dans le domaine de la technologie et de l'intelligence artificielle influent sur les préférences et les besoins des clients, et sur les modèles de services, accroissant l'importance d'offrir une expérience numérique et multimodale à nos clients et aux professionnels qui traitent avec eux. Par conséquent, nous nous employons à concevoir et à offrir des produits, des processus, des technologies et des services toujours plus rapides, simples et économiques.

Notre stratégie numérique s'articule autour des quatre objectifs suivants :

- Réinventer l'expérience des services bancaires courants afin de nous distinguer de la concurrence et de surpasser les attentes en privilégiant la simplicité et les conseils.
- Offrir la meilleure appli sur le marché canadien des services financiers.
- Être la banque la plus respectée au monde grâce à la codirection d'initiatives dans les domaines de la vérification de l'identité, de l'authentification et de la sécurité numériques.
- Devenir un chef de file nord-américain de l'acquisition de clientèle et des ventes numériques.

Nous mettons l'accent sur l'innovation numérique afin de rendre les services bancaires courants plus simples, plus utiles et plus pratiques pour nos clients. Ainsi, nous concevons des produits bancaires numériques qui fournissent aux clients de l'information plus poussée sur leurs finances et qui leur permettent de personnaliser leur expérience numérique et d'obtenir des conseils financiers au moment et à l'endroit qui leur conviennent.

Voici nos objectifs :

- Offrir une expérience exceptionnelle et sûre au moment, à l'endroit et de la façon qui conviennent aux clients.
- Utiliser les modes de prestation numériques pour mieux comprendre nos clients afin de pouvoir leur offrir des solutions qui correspondent à leurs préférences.
- Numériser nos produits existants, mais aussi repenser notre façon d'offrir nos services et nos conseils.
- Investir dans l'innovation afin de contribuer à la prospérité et à la réussite économique du Canada.
- Collaborer avec les grandes universités pour nous associer aux esprits les plus talentueux, les plus brillants et les plus audacieux qui soient.
- Contribuer à l'avancement de l'apprentissage machine et de l'intelligence artificielle au Canada.

Protection des renseignements personnels

Notre volonté de ne jamais perdre la confiance de nos clients fait partie intégrante de tout ce que nous faisons. Cet engagement trouve son expression dans notre souci constant de protéger la confidentialité de nos clients et des renseignements personnels, commerciaux et financiers qu'ils nous confient. Ce sera toujours la priorité numéro un de RBC.

Puisque la protection des données joue un rôle crucial dans la création de valeur à long terme pour les clients de RBC et les collectivités, nous éduquons en permanence nos employés pour veiller à l'application de normes élevées de protection des renseignements personnels.

Protection des données

Le programme Gestion du risque assumé au titre de la protection des renseignements personnels (GRPRP) a une portée mondiale : il est supervisé par des spécialistes dans chaque pays où nous exerçons nos activités. La direction et l'encadrement de ce programme à l'échelle mondiale, y compris de la Politique de gestion du risque assumé au titre de la protection des renseignements personnels, sont assurés par notre chef de la protection des renseignements personnels. Cette politique définit les modalités de collecte et d'utilisation des renseignements personnels de nos clients. Nous respectons les lois en matière de protection des renseignements personnels, et nos rigoureux mécanismes de sécurité et de contrôle interne protègent les renseignements personnels que nous détenons.

Le programme de protection des renseignements personnels de RBC est basé sur les concepts et les principes en vigueur dans divers territoires où RBC exerce ses activités, dont le Règlement général sur la protection des données (RGPD – Union européenne) et la *California Consumer Privacy Act* (CCPA).

Pour obtenir de plus amples renseignements, allez à [rbc.com/rensperssecurite](https://www.rbc.com/rensperssecurite).

Cybersécurité

La cybersécurité est essentielle à la création de valeur à long terme dans toutes nos activités. Nous surveillons continuellement nos systèmes pour contrer les menaces et veiller à la fiabilité de notre réseau numérique, comme nos clients s'y attendent. Nous continuons de perfectionner nos techniques de cybersécurité afin de soutenir notre modèle d'exploitation, de protéger nos systèmes et d'améliorer l'Expérience client globale. À cette fin, nous adoptons les meilleures pratiques du secteur et collaborons avec des spécialistes pour que nos clients puissent faire leurs opérations financières en toute confiance.

La stratégie de RBC en matière de sécurité, qui appuie notre orientation stratégique, est conçue pour protéger les données que nos clients nous confient. Nous avons mis en place des contrôles de cybersécurité, et consolidé nos relations avec d'autres institutions financières et cyberpartenaires, afin de promouvoir un partage accru des renseignements et une gestion plus efficace des incidents. L'excellence en matière de cybersécurité est l'un des piliers de notre stratégie technologique globale. Notre stratégie à cet égard, conçue pour répondre aux exigences réglementaires de tous les territoires où nous exerçons nos activités, est conforme aux pratiques sectorielles exemplaires, en particulier les suivantes :

- Normes internationales ISO31000 et ISO27005
- Cadre de cybersécurité du National Institute of Standards and Technology

En ce qui concerne l'état du cyberespace et notre stratégie de cybersécurité, notre Conseil d'administration reçoit un rapport annuel et notre Comité de gestion du risque reçoit des rapports du chef de la gestion du risque (périodiquement) et des cadres responsables de la cybersécurité ou de la technologie (de temps à autre).

Nous avons recours à des technologies et à des procédures de sécurité de pointe pour protéger nos clients contre les opérations non autorisées, comme elles sont définies dans notre Convention d'accès électronique. Les événements mondiaux actuels ont motivé un important passage au numérique alors que les clients des banques, soucieux d'éviter les risques de contracter la COVID-19, ont privilégié les opérations bancaires en ligne. Puisque l'utilisation des plateformes numériques continue de croître de façon importante, nous continuons d'investir dans divers mécanismes et technologies permettant d'assurer la protection et la confidentialité des renseignements personnels et transactionnels de nos clients, dans un contexte fortement axé sur le numérique.

Nous avons adopté des politiques et des pratiques de sécurité strictes, soutenues par des ressources disponibles en tout temps pour prévenir et détecter les activités frauduleuses éventuelles, et pour faire enquête. Nous avons mis au point des systèmes et des processus perfectionnés pour veiller à la sécurité des opérations en ligne. Par exemple :

- Nous améliorons continuellement notre gestion des risques liés à la chaîne logistique, qui comprennent nos relations avec des tiers, afin de renforcer notre cyberrésilience.
- Nous exigeons des documents d'identification du client valides pour les comptes ouverts en ligne.
- Nos contrôles et pratiques préviennent les opérations en ligne ou mobiles non autorisées. Pour en savoir plus, consultez notre [site Web](#) sur la sécurité des services bancaires numériques.

De plus, nous avons automatisé certains de nos appels de prévention des fraudes afin de joindre les clients plus rapidement concernant la sécurité de leur information et d'ainsi réduire le potentiel de conséquences négatives pour eux.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la protection des données et la cybersécurité, consultez notre [rapport annuel](#) et le site Web [Soyez cyberfuté](#).

Investissement socialement responsable

Notre engagement à intégrer les critères ESG importants à notre processus de placement se reflète dans les plateformes d'investissement de RBC Gestion mondiale d'actifs® (RBC GMA) et de RBC Gestion de patrimoine (RBC GP).

RBC GMA

RBC GMA compte à plein temps sur une équipe Gouvernance et investissement responsable. Cette équipe est chargée de la mise en œuvre des stratégies et initiatives d'investissement responsable dans l'ensemble de RBC GMA, des activités en lien avec le vote par procuration, des rapports avec les affiliations sectorielles, du maintien de l'expertise pertinente, et du soutien actif de l'intégration des facteurs ESG aux décisions de nos équipes de placement. L'approche de RBC GMA en matière d'investissement responsable est constituée de trois piliers :

- **Pleine intégration des facteurs ESG** : toutes nos équipes de placement intègrent les facteurs ESG pertinents dans leurs décisions d'investissement.
- **Gestion active** : nous communiquons notre point de vue lors des votes par procuration ; nous dialoguons avec les émetteurs et les organismes de réglementation ; et nous collaborons avec d'autres investisseurs aux vues similaires.
- **Solutions et rapports axés sur le client** : nous concevons nos solutions en fonction des demandes de nos clients et nous publions de l'information transparente et significative.

Nous offrons à nos clients plusieurs solutions de placement responsables :

Intégration des critères ESG

Nous intégrons systématiquement les facteurs ESG importants à toutes nos stratégies de placement gérées à l'interne. Nos équipes de placement s'intéressent particulièrement aux facteurs ESG qui peuvent avoir une incidence sur la valeur des placements. L'ampleur de cette incidence dépend de l'émetteur, des secteurs et des régions où il exerce ses activités, et de la nature de l'instrument de placement concerné. Pour en savoir plus, allez à rbcam.com/fr/ca/about-us/responsible-investment/.

Investissements socialement responsables (ISR)

Ces placements, qui intègrent un ensemble défini de valeurs selon une grille positive ou négative, sont fondés sur les politiques et pratiques ESG des

entreprises visées, ou sur les secteurs dans lesquels elles exercent leurs activités. Nous proposons des ISR dans certaines régions. Pour en savoir plus, allez à rbcam.com/fr/ca/products/mutual-funds/socially-responsible-investing.

Investissement d'impact

L'investissement d'impact vise à générer un impact positif sur les plans social et environnemental, de même qu'un rendement financier. Nous proposons des solutions d'investissement d'impact dans certaines régions. Pour en savoir plus, allez à institutional.rbcgam.com/en/us/investment-capabilities/fixed-income/impact-investing/suite.

RBC GP

RBC GP est guidée par la raison d'être de RBC : contribuer à la réussite des clients et à la prospérité des collectivités. Nous croyons que l'investissement responsable contribue de façon importante à l'atteinte de cet objectif. L'intégration ne se limite pas à l'harmonisation des valeurs. L'intégration de facteurs ESG importants à un portefeuille lui ajoute de la valeur en réduisant les risques et en permettant la découverte d'occasions d'investissement. Dans un créneau en rapide expansion, RBC GP permet à ses conseillers de répondre de diverses façons aux besoins de leurs clients :

- **Leadership avisé et éducation** : la terminologie dans ce domaine porte à confusion. La mauvaise compréhension qui en découle empêche les conseillers et les clients d'adopter certaines solutions. Nous avons publié de nombreux articles sur la terminologie intuitive et sur l'intégration des facteurs ESG.
- **Sélection des placements** : pour prospérer, nos clients doivent pouvoir obtenir un rendement acceptable. Nous croyons que les facteurs ESG peuvent réduire le risque et procurer un rendement concurrentiel lorsqu'ils sont combinés aux méthodes de placement traditionnelles. C'est pourquoi nous avons créé une plateforme de solutions de placement dont les critères de base comprennent les facteurs ESG.
- **Solutions clés en main** : RBC GP offre des portefeuilles axés sur les facteurs ESG aux États-Unis et au Canada. Ces portefeuilles sont conçus pour offrir aux investisseurs une stratégie de placement mondiale active et tenant compte des facteurs ESG. Ils permettent aux conseillers de faire profiter leurs clients de l'expertise de RBC GP en matière de critères ESG.

Finance durable

Notre approche de la finance durable intègre les critères ESG en plus de l'analyse financière traditionnelle et des perspectives de marché. Nous croyons que la finance durable présente une occasion de croissance pour notre entreprise et pour nos clients. En 2019, nous nous sommes engagés à fournir 100 milliards de dollars en financement durable d'ici 2025, et nous avons dépassé notre objectif en seulement deux ans. En 2021, nous avons relevé notre engagement à 500 milliards de dollars en financement durable d'ici 2025.

Ces capitaux soutiendront des entreprises et des projets largement considérés comme favorisant une économie inclusive à zéro émission nette. Notre objectif de financement durable et le soutien que nous apportons à nos clients dans la transition vers une économie à zéro émission nette sont deux importants piliers de la Stratégie climatique RBC.

Voici quelques-unes de nos activités en matière de finance durable :

- Recherche de capitaux et prestation de services-conseils visant des projets durables
- Financement du secteur public
- Investissements basés sur l'équité fiscale dans des projets d'énergie renouvelable et de logement abordable
- Prise ferme d'obligations vertes, sociales et durables
- Solutions de crédit pour le compte d'entreprises et de projets durables, notamment des prêts verts et des prêts liés au développement durable
- Financement des secteurs automobiles détail et commercial

Pour en savoir plus, allez à [Finance durable](#), [Engagement de finance durable](#) et [Stratégie climatique RBC](#).

Nous comptons continuer d'aider nos clients à atteindre leurs objectifs de développement durable, en fournissant des conseils et des solutions qui visent également à influencer positivement sur la situation de nos clients, de nos collectivités et de notre planète.