

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 de citoyenneté d'entreprise de la Banque Royale du Canada (RBC®). Cette série sert de complément au Rapport sur la citoyenneté d'entreprise annuel, qui donne un aperçu de nos priorités, de nos principaux indicateurs de rendement et des faits saillants annuels pour les questions liées à la citoyenneté d'entreprise 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 membres de la Haute direction publiée dans la circulaire de la direction (qui se trouve à rbc.com).

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 plus de 16 millions de clients au Canada et partout dans le monde. Nous nous efforçons de mériter la confiance de nos clients en les servant de manière responsable, 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
- Optimisation numérique
- Protection des données et cybersécurité
- Produits et services ayant un impact social ou environnemental positif
- Investissements socialement responsables
- Littératie financière

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 notre capacité à satisfaire nos clients par des études visant à comprendre leurs besoins et les facteurs qui contribuent à les satisfaire. Pour déterminer notre compétitivité et la fidélité de notre clientèle, nous comparons notre Expérience client à celle de nos principaux concurrents et évaluons la portée de nos relations d'affaires avec nos clients.

Mesure de la satisfaction

Nous avons un programme de mesure de l'Expérience client bien établi, administré par notre division Connaissance et information clientèle, composée de professionnels de la recherche interne. Nous fixons des cibles quantitatives et en faisons le suivi afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle et d'accroître sa fidélité, et nous mesurons régulièrement tous les aspects 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 sur la citoyenneté d'entreprise](#), notre [rapport annuel](#) et notre [circulaire de la direction](#).

Au Canada, notre cible en matière d'Expérience client est intégrée à la formation sur le service clientèle et 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 études et nos sondages, y compris les commentaires directs de clients à la suite de passages en succursale, de visites de nos sites de services bancaires en ligne ou d'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 sont souvent liés à des employés en succursale précis, ce qui accroît la responsabilisation 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 produit, 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 à des règles et règlements en matière de protection du consommateur et d'éthique professionnelle 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.

Processus de plainte des clients

Nous permettons aux employés de répondre aux préoccupations des 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 efficiente, 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. La marche à suivre par les clients pour déposer une plainte, notamment la façon de faire appel à l'Ombudsman, est décrite à la section « Porter plainte » de la page rbc.com/servicealaclientele/. Tous les ans, le Bureau de l'Ombudsman publie un rapport qui se trouve à rbc.com/ombudsman-f. Ce rapport contient de l'information sur les activités menées par l'Ombudsman au cours de l'exercice financier.

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 décrivent nos produits et services dans un langage simple et comprennent des exemples pour plus de clarté. Nous revoyons régulièrement le libellé de nos contrats, de nos politiques et de nos relevés 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*, qui interdit toute publicité fautive 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'autorégulation, comme Les normes canadiennes de la publicité et celles de 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 à toutes les exigences en matière de divulgation et de marketing.

États-Unis

- La publicité et les communications avec le public sont fortement réglementées par de nombreuses entités.
- Pour produire notre matériel de marketing, nous suivons les directives et les normes sur les bonnes pratiques de divers organismes de réglementation, comme la Financial Industry Regulatory Authority (FINRA), la Commission des valeurs mobilières des États-Unis (Securities and Exchange Commission – SEC) et l'*Employee Retirement Income Security Act* (ERISA).

Protection de notre marque

À titre d'entreprise du secteur des services financiers, notre marque est un facteur très important 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 de la marque et à des experts en gestion de la marque qui regroupent les résultats et mesurent la santé globale de notre marque générique. RBC applique un modèle de marketing décentralisé, structuré « en étoile » ; 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.

Optimisation numérique

Les services bancaires numériques (en ligne et mobile) et l'innovation constituent une priorité stratégique de RBC. Nous devenons une Banque relationnelle à l'ère numérique^{MC} et nous changeons nos façons de travailler. L'évolution démographique et les percées dans le domaine de la numérisation influenceront sur les préférences et les besoins des clients, et sur les modèles de services. Il sera donc plus important d'offrir une expérience numérique et multimodale à nos clients et aux professionnels qui traitent avec eux.

Nous collaborons avec une foule de partenaires dans notre exploration des nouvelles technologies, et nous investissons dans l'écosystème numérique pour favoriser la prospérité et la réussite économique du Canada. Quelques exemples :

- Offrir aux clients une expérience exceptionnelle et sûre au moment, à l'endroit et de la façon qui leur conviennent.
- Utiliser les modes de prestation numériques pour mieux comprendre nos clients et 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.

Pour obtenir de plus amples renseignements, allez à : digitalatrbccom/

Protection des données et cybersécurité

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 les renseignements personnels, commerciaux et financiers qu'ils nous confient. Ce sera toujours la priorité numéro un de RBC. Puisque la protection des données et la cybersécurité jouent un rôle crucial pour assurer la réussite continue de RBC, nous surveillons continuellement nos systèmes pour contrer les menaces et veiller à l'application de normes élevées de sécurité et de protection des données. Pour contribuer à l'exécution de notre modèle d'affaires, protéger nos systèmes et améliorer l'expérience de nos clients, nous continuons de perfectionner nos techniques de cybersécurité en appliquant les meilleures pratiques sectorielles et en collaborant avec des experts. Nos clients peuvent ainsi faire leurs opérations bancaires en toute confiance.

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 sur la protection des renseignements personnels, sont assurés par notre chef de la protection des renseignements personnels. Cette politique décrit comment nous recueillons et utilisons les renseignements sur nos clients, comment et à qui nous pouvons les transmettre, ainsi que nos pratiques de sécurité. Nous respectons les lois en matière de protection des renseignements personnels, et nos rigoureux mécanismes de sécurité et de contrôle interne assurent la protection et la sécurité des renseignements qui nous sont confiés.

Ce programme est fondé sur les principes de protection des données de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), et la cybersécurité est enchâssée dans le Principe des garanties de sécurité.

Pour obtenir de plus amples renseignements, allez à rbc.com/rensperssecurite/.

Cybersécurité

La cybersécurité est une préoccupation grandissante non seulement pour le secteur des services financiers, mais aussi pour d'autres secteurs au Canada et ailleurs dans le monde. De plus en plus sophistiquées, les cyberattaques visent souvent à accéder aux données sensibles ou à perturber les activités d'une entreprise.

L'excellence en matière de cybersécurité est l'un des six piliers de notre stratégie technologique. Notre stratégie touchant la cybersécurité est fondée sur le cadre de cybersécurité du National Institute of Standards and Technology (NIST), la norme sectorielle en gestion du cyber-risque.

Le chef de l'information présente un compte rendu sur la cybersécurité, notamment les incidents importants, tous les ans au Conseil d'administration et deux fois par an au Comité de gestion du risque du Conseil. Les cadres supérieurs des équipes Gestion des risques du Groupe et Technologie de l'information présentent aussi au Conseil des rapports trimestriels sur les cyber-risques.

Les services bancaires en ligne et mobiles sont de plus en plus utilisés, et les risques de fraude et d'arnaques se multiplient en parallèle. Les banques doivent protéger les renseignements de leurs clients contre l'accès et l'utilisation non autorisés. Nous adoptons des pratiques de protection des renseignements personnels rigoureuses et utilisons un éventail de technologies et de mécanismes de sécurité pour veiller à la sécurité, à la confidentialité et à l'intégrité des renseignements et des opérations de nos clients. 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](#).

Nous avons adopté des politiques et des pratiques de sécurité strictes, soutenues par des ressources disponibles en tout temps pour prévenir et détecter les fraudes 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. Exemples :

- Nous avons conçu des systèmes de dépistage des fraudes qui détectent les comportements inhabituels ou suspects.
- Nous exigeons des documents d'identification du client valides pour les comptes ouverts en ligne.
- Nous fournissons une garantie contre les opérations en ligne ou mobiles non autorisées (rbcbanqueroyale.com/endirect/rbcbanqueendirect.html).

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](#).

Produits et services ayant un impact social ou environnemental positif

Produits, services et conseils verts

Nous offrons des produits, des services et des conseils verts qui contribuent à la durabilité environnementale, ou qui permettent aux clients de réduire leur empreinte écologique ou de passer à des modèles de gestion plus durable.

Nous offrons des produits et des services écologiques, comme des relevés électroniques, des prêts hypothécaires et des produits de prêt favorisant l'amélioration de l'efficacité énergétique des logements, le financement de panneaux solaires pour les maisons et les immeubles commerciaux, des investissements et des services-conseils socialement responsables, des services d'échange de droits d'émission de carbone et des services de financement d'énergie propre, de même que des services-conseils en durabilité environnementale aux entreprises. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez notre [page Produits et services verts](#).

Pour les entreprises clientes, le site [Rendre votre entreprise plus verte du Centre d'expertise RBC](#) propose des vidéos, des articles et des webinaires sur les avantages commerciaux de la durabilité environnementale.

De nombreuses régions d'Amérique du Nord sont touchées par des tempêtes de plus en plus fréquentes et violentes, l'un des nombreux effets concrets des changements climatiques. Afin de mieux les protéger, RBC Assurances offre aux propriétaires de maison des conseils pour éviter les dégâts causés par l'eau, le vent ou la grêle. Consultez la section [Conseils en assurances habitation et de biens](#) du Centre d'expertise RBC Assurances.

Obligations vertes

Les obligations vertes sont de plus en plus prisées par les organismes supranationaux, les banques de développement, les gouvernements et les grandes entreprises, qui s'en servent pour mettre des capitaux privés à la disposition de projets présentant des avantages sur le plan environnemental. RBC Marchés des Capitaux® offre à ses clients ces produits à revenu fixe qui gagnent en popularité. En outre, elle a agi à titre de chef de file dans le cadre de plusieurs émissions d'obligations vertes, en collaboration avec des émetteurs internationaux de premier plan, dont la Banque mondiale, la Banque européenne d'investissement et la Province de l'Ontario. RBC Marchés des Capitaux a adopté les Principes sur les obligations vertes en avril 2014.

Négociation de droits d'émission de carbone

L'échange de carbone est une méthode fondée sur le marché pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Depuis 2008, RBC Marchés des Capitaux offre des services de négociation de droits d'émission de carbone au sein de divers marchés réglementés et volontaires, notamment dans le cadre du système communautaire d'échange de quotas d'émission (SCEQE) européen, du programme de plafonnement et d'échange de la Californie, de la Regional Greenhouse Gas Initiative et de la Climate Action Reserve.

Investissements socialement responsables

L'investissement socialement responsable (ISR) consiste à intégrer systématiquement les valeurs sociales au processus d'investissement traditionnel, permettant ainsi aux investisseurs de soutenir les organisations qui sont conformes à leurs principes. Le Rapport des tendances sur l'investissement responsable canadien de 2015 indique que les actifs socialement responsables comptent pour 31 % de l'industrie canadienne de l'investissement. L'ISR constitue maintenant un choix intéressant pour les Canadiens qui souhaitent obtenir des rendements concurrentiels tout en ayant l'assurance que leurs placements sont gérés en fonction de certaines priorités sociales et environnementales. RBC Gestion de patrimoine® – États-Unis et RBC Gestion mondiale d'actifs (RBC GMA) dirigent nos activités d'investissement socialement responsable.

Nous offrons plusieurs options aux particuliers investisseurs qui s'intéressent à l'ISR.

Canada

- Les fonds communs de placement ISR de RBC Gestion mondiale d'actifs Inc., comprenant les fonds Jantzi RBC et les fonds Valeurs communautaires de Phillips, Hager & North.
- Pour obtenir de plus amples renseignements, allez à fonds.rbcgma.com/solutions-de-placement/investissement-socialement-responsable/index.html.
- Des fonds distincts pour les clients institutionnels, gérés par l'équipe de RBC Gestion mondiale d'actifs selon les critères de l'ISR.
- Un bureau de négociation des droits d'émission de carbone.
- Des banquiers spécialisés dans la technologie solaire et l'énergie renouvelable au sein de notre groupe RBC Marchés des Capitaux.
- Une équipe d'agent des prêts spécialistes des technologies propres au sein de notre groupe Services commerciaux.
- Une équipe responsable de la mise en œuvre de nos activités de finance sociale et d'investissement d'impact.

États-Unis

- Le groupe Investissements socialement responsables de RBC Gestion de patrimoine compte plus de 30 ans d'expérience en investissement responsable et durable. Ce groupe offre des services spécialisés d'ISR aux particuliers fortunés et aux clients institutionnels des États-Unis. Pour obtenir de plus amples renseignements, allez à rbcwmfa.com/sri/.
- Le Groupe sur l'équité en matière de crédit d'impôt de RBC Capital Markets investit dans le logement écologique abordable.
- Notre filiale RBC Global Asset Management (U.S.) Inc., de Minneapolis, gère la stratégie de l'Access Capital Community Investment Fund (qui investit dans des titres d'emprunt favorisant le développement communautaire aux États-Unis).

Littératie financière

Nous, à RBC, pensons que nous avons un important rôle à jouer pour aider nos clients à améliorer leur littératie financière. Ainsi, nous aidons notre clientèle et le grand public à acquérir les connaissances, les aptitudes et l'assurance nécessaires pour prendre des décisions financières et améliorer leur bien-être financier. Nous donnons des renseignements et des conseils à tous les points de contact avec la clientèle, et nous appuyons des organismes sans but lucratif qui offrent des programmes d'éducation financière. Au Canada, nos activités de littératie financière s'adressent surtout aux jeunes, aux étudiants, aux nouveaux arrivants et aux aînés.

Alors que la complexité du milieu financier et l'endettement des consommateurs sont à la hausse, il est plus important que jamais de posséder de bonnes connaissances financières. Et pourtant, un nombre croissant de personnes ont de la difficulté à maîtriser leurs finances. Le secteur des services financiers en général et les banques en particulier ont un rôle essentiel à jouer pour accroître la littératie financière des consommateurs de tous âges.

Au Canada, nous favorisons la littératie financière au moins depuis 1924, année où nous avons élaboré notre premier carnet de planification budgétaire. Il s'agissait du premier d'une série d'outils de gestion financière créés par nous au fil des ans pour aider nos clients à gérer leurs finances. Nous continuons de promouvoir la littératie financière — crédit, gestion des dettes, épargne, placements et assurance — auprès de nos clients et du grand public. Parmi les outils aujourd'hui disponibles se trouvent des sites Web, des applications en ligne, des publications et des séminaires qui aident les clients à planifier leur avenir financier.

Nous offrons aux clients, aux consommateurs et aux employés plusieurs programmes de littératie financière, y compris ceux qui sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

Initiatives propres à RBC

Séminaires-conseils en succursale	Nous offrons des présentations dans les succursales de l'ensemble du Canada sur des sujets comme la fraude, l'emprunt, les placements et les événements clés de la vie.
Les sous, Léo et toi	Nous avons conçu des outils gratuits, pratiques et amusants pour aider les parents à enseigner à leurs enfants (de trois à six ans) les principes de base et la valeur de l'argent. Ces outils sont offerts sous forme d'une appli pour iPad et de ressources en ligne à imprimer.
Meilleure vie étudiante de RBC	Nous offrons des conseils en ligne pour aider les étudiants à gérer leurs finances.
Tutoriels sur les services bancaires de RBC pour les nouveaux Canadiens	Nos leçons en ligne comprennent des renseignements présentés en plusieurs langues sur divers sujets financiers, par exemple l'épargne pour les études d'un enfant ou l'achat d'une voiture.
Planificateur de réduction de dette et Calculatrice de consolidation de dette	Nous offrons gratuitement des outils en ligne pour aider les Canadiens à améliorer leurs liquidités et à réduire leurs dettes.
Campagnes axées sur les conseils financiers	Nos campagnes comportent des conseils sur des sujets comme la réduction de dette, l'utilisation judicieuse du crédit, la cybersécurité, le choix entre l'achat et la location de voiture, et l'épargne libre d'impôt. Nous offrons ces conseils dans des publicités, des courriels, ainsi que des publications sur Twitter ⁺ et Facebook ⁺ .
maGestionFinancière®	Pour aider les clients détenteurs de comptes bancaires et de cartes de crédit à prendre de bonnes décisions financières, nous avons créé un outil en ligne personnalisable qui classe automatiquement les opérations, permet de faire le suivi des dépenses et offre des fonctions d'établissement de budget complexes.
Séminaires-conseils dans la collectivité	Nous nous déplaçons pour offrir des séminaires de littératie financière destinés à des groupes communautaires précis.
Conseils personnalisés	Nos employés de première ligne hautement qualifiés offrent des conseils personnels et financiers aux clients. Nous avons plus de 400 succursales au pays, qui offrent collectivement des conseils et du soutien dans plus de 200 langues.
Centre d'expertise RBC	Source d'information en ligne sur les tendances et les questions financières, notre Centre d'expertise propose des calculatrices, des outils personnalisés et des conseils sur l'épargne et le placement, les services bancaires courants, les entreprises, la propriété de maison et les hypothèques, afin de contribuer à améliorer la littératie financière des Canadiens. Un portail sur les moments importants de la vie présente des conseils spécialisés à l'intention des étudiants, des nouveaux Canadiens, des retraités-voyageurs et d'autres groupes. De plus, toutes les deux semaines, nous distribuons à plus d'un million de clients un courriel comprenant des conseils sur des sujets financiers. Il donne de l'information sur des sujets comme l'épargne pour les études d'un enfant, l'utilisation d'un REER pour la mise de fonds sur une première maison, ou la prévention de l'usurpation d'identité.

Initiatives propres à RBC

Centre d'expertise RBC Assurances	RBC Assurances offre aux particuliers, aux familles et aux propriétaires d'entreprise des renseignements et des conseils en ligne visant à évaluer leurs besoins d'assurance aux particuliers, de solutions de retraite, d'assurance crédit et d'assurance entreprise.
Littératie financière des employés	Programme réservé aux employés qui comprend des renseignements faciles à comprendre sur les nombreuses ressources accessibles. Il offre des conseils et aide les employés à prendre des mesures en vue d'assurer leur avenir financier.

En plus de notre propre gamme diversifiée d'initiatives axées sur la littératie financière, nous appuyons d'autres initiatives qui favorisent la littératie financière partout dans le monde.

Initiatives soutenues par RBC

Canada

Ateliers VotreArgent	Des employés de RBC présentent dans des écoles partout au Canada des séminaires de littératie financière préparés par l'Association des banquiers canadiens en partenariat avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, afin d'aider des élèves de niveau secondaire à mieux comprendre des sujets comme la gestion du crédit ou le démarrage d'une entreprise.
Tout s'additionne (Unis pour agir/ Enfants Entraide)	RBC a élaboré ce programme avec Enfants Entraide pour que les élèves apprennent à maîtriser le vocabulaire essentiel de la finance, à établir et à atteindre des objectifs financiers personnels, à planifier des collectes de fonds efficaces, et plus encore. Les élèves du primaire apprennent à distinguer leurs besoins de leurs désirs, tandis que les élèves du secondaire élaborent un budget pour mieux se préparer à la vie après le secondaire.
Programme « Les études : un choix économique » de Jeunes entreprises	RBC a versé plus de 200 000 \$ à ce programme qui offre des séminaires et du matériel éducatif sur la planification de carrière et l'initiation aux finances.
Ateliers de la Fondation canadienne d'éducation économique (FCEE)	RBC s'est engagée à verser 100 000 \$ pour financer une série d'ateliers visant à aider des immigrants nouvellement arrivés au Canada ou déjà établis à améliorer leurs connaissances économiques et financières de base.
Fondation Omega (SmartSAVER)	RBC soutient le portail Web SmartSAVER créé par la fondation Omega. Ce portail aide les familles à faibles revenus à se prévaloir du régime enregistré d'épargne-études (REEE) et du Bon d'études canadien (BEC) en leur présentant des renseignements sur le REEE. Il guide également les parents pour remplir une demande de BEC, qui est transférée à RBC où le parent peut ensuite ouvrir un REEE.
Elspeith Heyworth Centre for Women	Nous avons versé 20 000 \$ pour permettre aux femmes immigrantes qui ont été victimes de violence conjugale d'acquérir les aptitudes nécessaires pour gérer leurs finances.

Initiatives soutenues par RBC

Canada

Edmonton Financial Literacy Society — Making Ends Meet	RBC a versé 5 000 \$ pour offrir une formation financière de haute qualité aux personnes qui souhaitent devenir solvables.
Wellspring Cancer Support Network	RBC a appuyé l'expansion d'un programme de littératie financière offert par Wellspring qui enseigne aux patients en oncologie comment trouver des programmes gouvernementaux et faire une demande, comprendre le fonctionnement des prestations d'invalidité à long terme, composer avec les aspects juridiques et fiscaux de leur situation, et utiliser efficacement leurs ressources financières.
Centre for Information & Community Services of Ontario	RBC soutient depuis 2011 une série d'ateliers pour les immigrants portant entre autres sur la littératie financière.
YMCA – Développement des aptitudes	RBC soutient « My Life, My Say », un programme de littératie financière et d'emploi axé sur les aptitudes qui aide de jeunes femmes à faible revenu, sans emploi ou sous-employées à évaluer leurs forces et à tracer un parcours réaliste menant à un emploi valorisant et à la sécurité économique.
Momentum Community Economic Development Society	RBC soutient le programme Money Matters (MM\$), qui aide les gens souffrant de problèmes de santé mentale ou de dépendance à améliorer leurs aptitudes en gestion des finances personnelles et à mener une vie plus stable.

Antilles

Jeunes entreprises	RBC a versé 18 800 \$ à des programmes qui forment les jeunes sur la constitution et la gestion d'un patrimoine, la création d'emplois et l'application d'un esprit d'entreprise dans le milieu de travail.
Programme G12 du Bahamas Institute of Financial Services	Nous avons versé 2 000 \$ pour favoriser l'éducation financière de base des élèves en fin de cours secondaire.

® / ^{MC} Marque(s) de commerce de Banque Royale du Canada.

« RBC » s'entend de l'ensemble des unités opérationnelles et fonctionnelles de l'entreprise partout dans le monde.