

Code pour les aînés de l'ABC

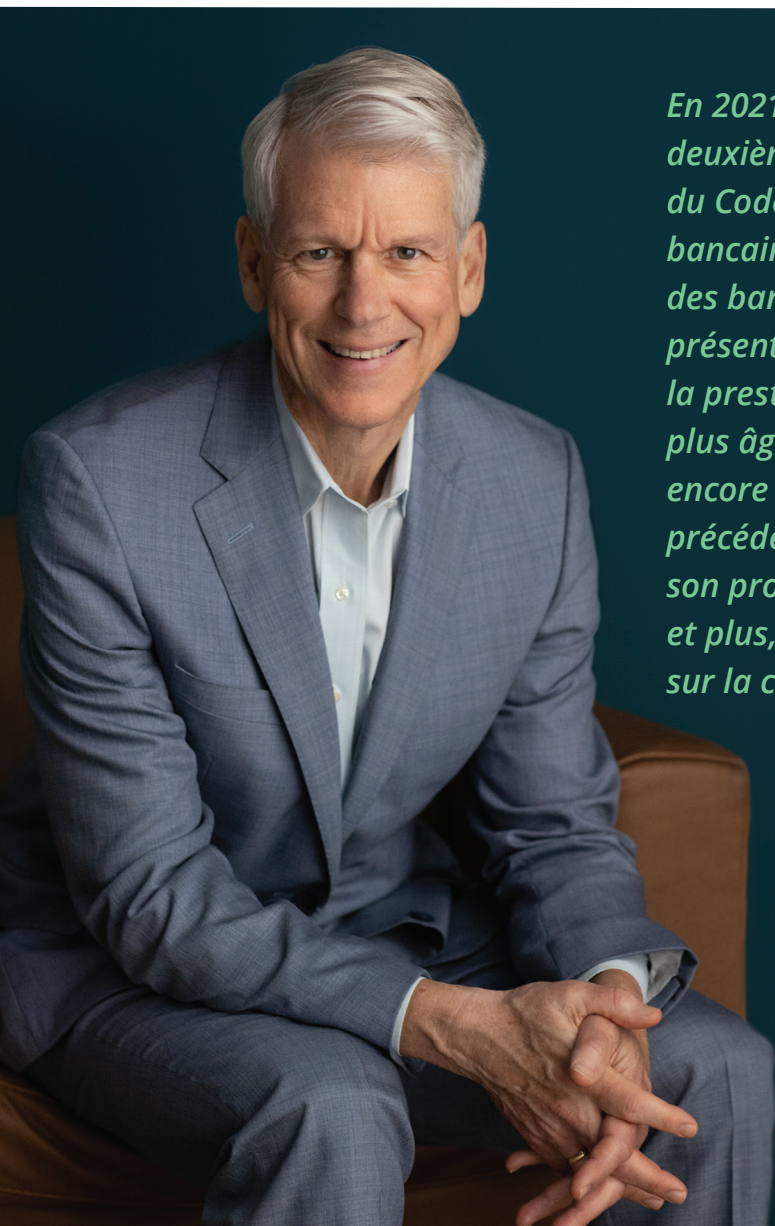
Rapport annuel de la Banque HomeEquity

2021



Message de notre **président et chef de la direction**

— Steven Ranson



En 2021, la Banque HomeEquity s'est engagée pour la deuxième année consécutive en tant que défenseure du Code de conduite pour la prestation de services bancaires aux aînés (Code pour les aînés) de l'Association des banquiers canadiens (ABC). Le Code pour les aînés présente les principes qui doivent guider les banques dans la prestation de leurs produits et services à la portion plus âgée de la population canadienne. Malgré une année encore une fois marquée par des changements sans précédent, la Banque HomeEquity a continué d'exprimer son profond engagement envers les Canadiens de 55 ans et plus, avec une toute nouvelle gamme d'initiatives axées sur la clientèle.

Aujourd'hui, les personnes de cette tranche d'âge comptent de plus en plus sur la valeur nette de leur propriété pour augmenter leurs revenus de retraite, 93 % d'entre elles affirmant qu'elles souhaitent vieillir dans leur foyer. C'est pourquoi il nous importe plus que jamais, en tant qu'institution financière, de protéger ce segment de la population et de répondre à ses besoins uniques.



Nous avons amorcé 2022 forts d'une énergie positive débordante et résolument fiers de notre respect et du maintien des principes du Code pour les aînés. L'engagement de nos employés et de nos partenaires à toujours mieux servir les Canadiens de 55 ans et plus continue de m'inspirer jour après jour. »



À la Banque HomeEquity, nous avons à cœur d'aider les propriétaires canadiens à vivre leur retraite comme ils le souhaitent. Étant la seule institution financière à se consacrer exclusivement au service des Canadiens de 55 ans et plus, nous accomplissons cette mission tous les jours. L'année 2021 n'a pas fait exception, alors que nous avons tout mis en œuvre, par le truchement de divers projets, pour respecter, concrétiser et défendre les principes du Code pour les aînés.

Je suis extrêmement fier des nombreuses initiatives que nous avons prises pour démontrer notre volonté de répondre aux besoins financiers de ce segment de la population. À titre d'exemple, nous avons orchestré une campagne de marque revitalisée, où nous avons remis en question les stéréotypes sur les aînés propriétaires de leur résidence, et fait valoir le droit des retraités à demeurer dans le lieu de vie qu'ils aiment. Nous avons également publié le livre *Home Run – The Reverse Mortgage Advantage* (livre offert en anglais uniquement; traduction libre : Coup de circuit domiciliaire, les avantages de l'hypothèque inversée), qui entend balayer les mythes sur les hypothèques inversées et mieux faire comprendre le rôle essentiel de ce produit pour les Canadiens dans la planification de leur retraite.

L'an dernier, nous avons déployé le programme de formation Héros CHIP à l'échelle de l'entreprise. Il s'agit d'une nouvelle formation, qui a pour objectif d'expliquer à nos employés les bases de notre adhésion au Code pour les aînés, notre engagement à protéger les clients vulnérables et notre processus entourant les procurations, ainsi que de leur apprendre à repérer les signes d'exploitation financière, les fraudes et les escroqueries et à rapporter les cas suspects à l'échelon supérieur. Tous les nouveaux employés devront suivre cette

formation au moment de leur embauche et ceux qui interagissent avec les clients devront rafraîchir leurs connaissances tous les ans.

Nous avons également établi plusieurs partenariats stratégiques pour nous aider à communiquer efficacement avec nos clients et à répondre à leurs exigences de manière ciblée. Dans ce cadre, une étude marquante a été effectuée en coopération avec le National Institute on Ageing, pour faire ressortir l'importance d'avoir accès à une vaste gamme d'options et de solutions afin de profiter d'un revenu de retraite sûr et viable à long terme. De plus, nous avons collaboré à la création d'un groupe d'experts qui ont partagé leurs stratégies pratiques dans le but d'aider les Canadiens à planifier la retraite dont ils rêvent.

Enfin, Yvonne Ziomecki, vice-présidente directrice à la Banque HomeEquity, et moi-même avons organisé une série de conversations avec l'auteur et journaliste canadien de renom, Peter Mansbridge, pour débattre de certaines des idées fausses les plus répandues sur l'Hypothèque inversée CHIP.

Nous avons amorcé 2022 forts d'une énergie positive débordante et résolument fiers de notre respect et du maintien des principes du Code pour les aînés. L'engagement de nos employés et de nos partenaires à toujours mieux servir les Canadiens de 55 ans et plus continue de m'inspirer jour après jour.

Je suis ravi à l'idée de poursuivre sur cette voie, alors que nous permettons à un nombre grandissant de Canadiens de planifier leur retraite dans le foyer qu'ils aiment tant.

Steven Ranson
Président et chef de la direction, CPA, CA

¹Iciaszczyk, N., Feil, C., MacDonald, B.J., Nicin, M., Sinha, S. (2021). *Canadian Perspectives on the Financial Realities of Ageing in Place: Practical Considerations, Strategies & the Need for Policy Reform*. Toronto, ON: National Institute on Ageing, Ryerson University and HomeEquity Bank.

Aperçu du **rapport annuel**

La Banque HomeEquity est fière d'être la seule banque au Canada à se consacrer uniquement aux propriétaires canadiens de 55 ans et plus. Nous aidons avec passion les Canadiens propriétaires de leur résidence à jouir de leur retraite selon leurs souhaits, et ce, dans toutes nos actions. Nous sommes heureux de progresser encore sur la lancée du rapport annuel concernant le Code pour les aînés inauguré l'an dernier. De fait, nous pouvons souligner nos efforts continus pour respecter, incarner et défendre les principes du Code pour les aînés, par l'entremise de multiples activités cette année.

Notre équipe possède une robuste expertise et des connaissances approfondies en matière d'éducation financière, de maltraitance des aînés, de fraude, de préjugés liés à l'âge et d'autres aspects cruciaux du Code pour les aînés, mais ce n'est pas seulement cela qui nous démarque. À la Banque HomeEquity, nous bâtissons depuis plusieurs années un cadre de respect et de dignité, qui guide nos actions et nos façons de faire en tant qu'institution. Les Canadiens de 55 ans et plus comptent parmi les membres les plus dynamiques de nos communautés, et leur procurer un service à la clientèle hors pair, attentionné et intègre fait partie des fondements de notre entreprise.

Voici les sections du présent rapport annuel :

- **Le Code pour les aînés en bref**
- **Un mot de notre championne des aînés**
- **Les sept principes du Code pour les aînés**
- **La concrétisation du Code pour les aînés à la Banque HomeEquity**



Qu'est-ce que le **Code pour les aînés**?

Le Code pour les aînés en bref

En juillet 2019, l'Association des banquiers canadiens (ABC) a publié son Code de conduite pour la prestation de services bancaires aux aînés, que nous appelons le Code pour les aînés ou simplement le Code. À titre de membre de l'Association, la Banque HomeEquity a rapidement adopté le Code pour les aînés.

De tels codes de conduite comme le Code pour les aînés sont des engagements qui ne sont pas prescrits par la loi et que les membres de l'ABC prennent envers le public. La conformité au Code pour les aînés au sein des membres de l'ABC est encadrée par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).

Le Code pour les aînés a établi sept principes qui s'appliquent aux banques afin de les guider lorsqu'elles offrent des produits et services bancaires aux aînés canadiens — les personnes de plus de 60 ans — y compris de mettre en œuvre les normes d'accessibilité applicables.

Conformément au Code, chaque institution membre de l'ABC doit nommer un membre de la direction pour défendre les intérêts des aînés. La Banque HomeEquity a choisi **Yvonne Ziomecki, notre vice-présidente directrice du marketing et des ventes**, pour endosser le rôle de championne des aînés, comme annoncé dans notre premier rapport sur le Code pour les aînés. Yvonne a fait preuve de leadership dans la mise en œuvre du Code, tout en continuant à favoriser la prise de conscience face aux enjeux touchant les Canadiens plus âgés. Elle a également joué un rôle déterminant dans la mobilisation des spécialistes et des organisations qui représentent ce groupe d'âge.

Ses nombreuses qualifications et réalisations en matière de défense des aînés canadiens – dont la publication d'un livre qui vise à mieux faire connaître les hypothèques inversées aux Canadiens qui prennent leur retraite, l'animation d'une émission de radio pour les retraités et diverses apparitions dans les médias à titre d'experte – en font la personne toute désignée pour ce poste.

«En tant que championne des aînés de la Banque HomeEquity, j'éprouve un grand enthousiasme à aider les Canadiens de 55 ans et plus dans leur quête de liberté et de sécurité à ce moment important de leur vie.

Chacun vit sa retraite différemment. C'est pourquoi, à la Banque HomeEquity, nous prenons le temps de bien saisir les besoins et les désirs des propriétaires de 55 ans et plus, puis de personnaliser nos services afin qu'ils soient clairs et pertinents pour cette tranche de la population canadienne.

Nous méritons tous d'être traités avec dignité et respect. Je suis extrêmement fière d'observer et d'honorer les principes du Code pour les aînés, ainsi que de fournir à la Banque une orientation afin que les personnes de 55 ans et plus puissent bénéficier des connaissances, des initiatives et des programmes qui les habiliteront à vivre pleinement de leur retraite.

Alors que 2022 se poursuit, j'apprécie l'occasion qui m'est offerte de continuer à travailler au bien-être de ce groupe si vivant et dynamique, et j'anticipe avec plaisir les réalisations prochaines de notre équipe. »



**Notre championne
des aînés —
Yvonne Ziomecki**

Les sept principes du Code

La Banque HomeEquity est résolue à respecter les sept principes du Code :



01

Établir et mettre en œuvre des politiques, des procédures et des processus appropriés à l'appui du Code.

02

Communiquer efficacement avec les aînés.

03

Offrir la bonne formation à nos employés et représentants qui interagissent avec les aînés.

04

Mettre à la disposition de nos employés et représentants qui interagissent avec les clients les ressources nécessaires pour mieux comprendre les besoins bancaires de cette clientèle.

05

S'efforcer d'atténuer les torts financiers que pourraient subir les aînés.

06

Tenir compte des données démographiques du marché et des besoins des Canadiens plus âgés lors de fermetures de succursales.

07

Communiquer publiquement les mesures prises pour appuyer les principes du Code.

Le plan d'action de la Banque HomeEquity en faveur du Code pour les aînés

01

Établir et mettre en œuvre des politiques, des procédures et des processus appropriés pour l'application du Code.

Depuis le premier jour, nous donnons la priorité à la prestation d'une expérience client personnalisée et sur mesure aux 55 ans et plus. Comme nos produits sont conçus exclusivement pour eux, nous continuons d'élaborer des politiques, des procédures et des communications qui trouveront écho en eux et répondront à leurs exigences particulières. Parmi elles, notons les politiques sur l'ajout de procurations aux comptes clients, le processus d'acheminement des plaintes aux échelons supérieurs, la politique de prévention de la fraude pour gérer et atténuer les risques, de même que le processus de gestion des incidents consistant à signaler les problèmes, à faire enquête et à apporter des solutions. De surcroît, les principes du Code pour les aînés ont été incorporés au cadre de gestion de la conformité réglementaire de la Banque.

Notre monde ne cesse de se transformer. Les activités bancaires ont évolué de façon prononcée au cours de la dernière décennie, au même titre que notre attitude collective à l'égard de la retraite. C'est pourquoi la Banque HomeEquity a accueilli favorablement la parution du Code pour les aînés en 2020 en tant qu'occasion d'améliorer la prestation de service à nos clients. Nous avons alors réfléchi aux questions suivantes : Comment pouvons-nous continuer d'améliorer les produits et les services que nous offrons aux Canadiens de 55 ans et plus? Comment devons-nous nous y prendre pour que notre clientèle se sente entendue et comprise?

Ces questions alimentent constamment nos réflexions sur les manières les plus appropriées de respecter et d'honorer les principes du Code pour les aînés, tout en donnant aux propriétaires canadiens de 55 ans et plus les outils nécessaires pour vivre la retraite qui leur convient.



La confiance est le fondement de chacune de nos relations avec notre clientèle. Nos clients comptent sur les membres de notre équipe pour communiquer avec eux de façon claire et précise, et nous formons nos employés spécialement à cet effet. Ainsi, nous avons intégré de nouvelles pratiques et élargi la portée de pratiques existantes pour les aligner avec les deuxième, troisième et quatrième principes du Code.

Le plan d'action de la Banque HomeEquity en faveur du Code pour les aînés

02

Communiquer efficacement avec les aînés

Nous continuons d'améliorer nos communications pour nous assurer que tous nos clients se sentent à l'aise et confiants lorsqu'ils font affaire avec nous.

- La Banque HomeEquity a adopté une **politique de clarté du langage**, de sorte que les messages qu'elle adresse à sa clientèle soient clairs, simples et ne puissent pas induire en erreur. Ces lignes directrices permettent à la Banque de mieux servir les consommateurs et ses clients grâce à des communications claires, axées sur leurs besoins et visant à leur faire comprendre les aspects financiers de ses produits et services.
- Dans toute la mesure du possible, nos spécialistes en prêts hypothécaires veillent à ce que les communications comme les formulaires de demande, les relevés annuels ou le matériel de marketing, soient également disponibles en **gros caractères** et en **braille**.
- Notre site Web est conforme aux **Règles pour l'accessibilité des contenus Web** (WCAG) 2.0 de niveau AA, et nos employés sont formés pour aider les clients à naviguer sur le site lorsqu'ils ont besoin d'assistance.
- Une section du site Web de la Banque HomeEquity est entièrement vouée à son engagement envers le Code pour les aînés de l'ABC.

Bien que nous tirions fierté de ces options facilement accessibles à notre clientèle, nous travaillons sans relâche à l'amélioration de nos moyens de communication.



03

Offrir la bonne formation à nos employés et à nos représentants qui interagissent avec les aînés

Tous les nouveaux employés disposent de six semaines à partir de leur date d'embauche pour suivre une formation ponctuelle – et consécutivement une formation annuelle de rafraîchissement –, en vue de se préparer à combler au mieux les besoins de nos clients. La formation porte sur les politiques de prévention de la fraude, les processus de gestion des incidents, la politique de clarté du langage, la politique de protection des renseignements personnels des clients ainsi que les procédures de traitement des plaintes de notre entreprise.

Les nouveaux employés doivent, de plus, recevoir une formation obligatoire sur le programme Héros CHIP dans les 60 jours suivant leur embauche, afin de bien connaître les principes du Code pour les aînés. Cette formation touche les sujets suivants :

- ✓ Bien comprendre les principes du Code;
- ✓ Connaître la marche à suivre en cas de procuration;
- ✓ Comment repérer les cas d'exploitation financière et les signes d'escroquerie;
- ✓ Quand et comment transmettre un dossier à l'échelon supérieur lorsqu'on suspecte un cas d'exploitation financière ou une escroquerie;
- ✓ Comment bien communiquer avec notre clientèle de 55 ans et plus

Les employés qui interagissent avec les clients doivent suivre la formation sur le programme Héros CHIP chaque année.

04

Mettre à la disposition de nos employés et des représentants qui interagissent avec les clients les ressources nécessaires pour les aider à mieux comprendre les besoins bancaires de cette clientèle

En plus de la formation, nous fournissons aux employés en contact avec les clients des ressources complémentaires (situées dans une même section de notre site intranet) et nous les informons lorsque de nouveaux documents s'ajoutent à la liste. Ils ont notamment accès à des renseignements sur notre processus lié aux procurations, le processus d'avis juridique indépendant pour les clients, notre processus de traitement des plaintes, notre politique de clarté du langage, et la façon dont ils peuvent accommoder les clients qui demandent d'accéder à des documents en braille ou en gros caractères.

Le plan d'action de la Banque HomeEquity en faveur du Code pour les aînés

05

S'efforcer d'atténuer les torts financiers que pourraient subir les aînés

Fidèles à notre volonté de protéger les aînés canadiens des torts financiers dont ils pourraient être victimes, nous avons entrepris les actions suivantes pour sensibiliser nos clients à ces dangers.

En 2020, nous nous sommes associés à **Frank W. Abagnale**, un escroc repent aujourd'hui conseiller en sécurité, afin de produire une série de vidéos éducatives (en anglais seulement) pour découvrir quelles sont les escroqueries les plus fréquentes et comment les éviter. Depuis leur parution, ces vidéos ont été vues plus d'un million de fois sur nos plateformes de médias sociaux et se sont attirées de nombreux commentaires positifs de la part de consommateurs qui nous ont remerciés de leur fournir un contenu si utile. Certains d'entre eux ont déclaré se sentir maintenant bien plus aptes à déceler et à déjouer ces fraudes. Ces vidéos peuvent être visionnées dans la section dévolue au Code pour les aînés sur notre site Web.

Pour parfaire l'éducation financière des Canadiens de 55 ans et plus et de leur famille sur nos produits et sur d'autres solutions pour financer leur retraite, nous avons mené à bien les projets suivants en 2021 :

- **Home Run – The Reverse Mortgage Advantage** (en anglais seulement) est un guide facile à lire sur la sécurité financière à la retraite, coécrit par Steve Ranson, PDG de la Banque HomeEquity, et Yvonne Ziomecki, vice-présidente directrice du marketing et des ventes. Ce livre aide les lecteurs à mieux connaître leurs options quant à la retraite, et à se faire confiance dans un contexte de pression sociale croissante.
- **Panel du NIA : « Ageing at Home: Is it an Affordable Option ».** Les conséquences dévastatrices de la pandémie sur les centres d'hébergement et de soins de longue durée, comme sur d'autres aspects de la vie, ont incité nombre d'aînés canadiens à réexaminer leurs choix en 2021. Pour aider les Canadiens à adopter des stratégies pratiques au moment de planifier leur retraite, la Banque HomeEquity a commandité en octobre 2021 un panel de l'Empire Club sur les moyens de bien vieillir chez soi, présenté par le National Institute on Ageing.



”

Les personnes qui ont peur de devoir quitter leur maison et de déménager dans une autre communauté, loin de leur famille et de leurs amis, se sentent souvent accablées. C'est pourquoi tant de ces aînés sont déterminés à conserver leur indépendance en choisissant de vieillir chez eux.»

– Samir Sinha, directeur de la recherche sur les politiques de santé au [National Institute on Aging](#) - NIA (en anglais seulement).

- **Promotion de la littératie financière, en collaboration avec Credit Canada :** En novembre 2021, pour souligner le Mois de la littératie financière, la Banque HomeEquity a commandité l'événement **Money Management Magic – Make Your Debt Stress Disappear** (en anglais seulement). Commanditaire de niveau platine, la Banque a aussi appuyé la programmation de l'événement. Organisés annuellement par Credit Canada, un organisme sans but lucratif considéré comme le plus ancien service de consultation du crédit au Canada, des événements virtuels, des balados, des webinaires, des activités à caractère social et des blogues traitant de divers sujets, tels que la gestion des dépenses, l'établissement d'un budget et la meilleure manière de réagir face à des situations financières imprévues, ont été présentés au fil du mois.

Le plan d'action de la Banque HomeEquity en faveur du Code pour les aînés

06

Tenir compte des données démographiques du marché et des besoins des aînés lorsque les banques procèdent à la fermeture de succursales

Ce principe ne s'applique pas à la Banque HomeEquity, qui n'a pas de succursales.

07

Communiquer publiquement les mesures prises pour appuyer les principes du Code

Dans l'esprit des **sept principes** du Code, nous avons documenté nos progrès relatifs aux initiatives prises en 2021 et nous en faisons état dans le présent rapport. Nous avons également publié ce rapport dans la section sur le Code pour les aînés de notre site Web.



Autres initiatives entreprises dans le but de respecter, de concrétiser et de défendre l'esprit du Code pour les aînés

L'un des principes fondamentaux de notre mission est de reconnaître et de faire valoir les besoins des Canadiens de 55 ans et plus. Toujours dans l'esprit du Code pour les aînés, nous reconnaissons que les personnes de ce groupe d'âge profitent plus que jamais des avantages de vieillir chez elles, et qu'elles recherchent les meilleures façons d'être autonomes à la retraite. Parallèlement, la Banque HomeEquity est consciente que l'âgisme qui prévaut dans la société contribue à empêcher les aînés de vivre leur retraite à leur guise.

Il a été démontré que l'âgisme et les préjugés dans les médias ont un impact négatif sur les Canadiens de 55 ans et plus. Nous souhaitons inverser cette tendance, tout en sensibilisant la population aux enjeux auxquels est confrontée cette tranche d'âge.

- **Une marque, une mission :** La Banque HomeEquity a lancé une campagne nationale de grande envergure, avec trois publicités télévisées qui posent un regard différent et rafraîchissant sur les retraités. Sur un ton taquin, ces publicités abordent directement les problèmes préoccupants mis en lumière dans un [sondage Ipsos commandé par la Banque](#) (en anglais seulement), qui dénonce le fait que 76 % des Canadiens de 55 ans et plus subissent de la pression pour vendre leur propriété. Chaque publicité (toutes en anglais) adopte une approche distincte pour corriger les idées fausses quant à ce groupe d'âge, tout en invitant les jeunes Canadiens à réfléchir sur leur attitude personnelle à l'égard des aînés de leur entourage :
 - ✓ **La petite-fille** (en anglais seulement) : La célèbre actrice canadienne Jayne Eastwood joue le rôle de Doris, une grand-mère qui discute sur un mode espiègle avec sa petite-fille, cette dernière étant persuadée qu'il est temps que sa mamie déménage dans une maison de retraite.
 - ✓ **Mal de dos** (en anglais seulement) : On assiste dans cette publicité à un malentendu amusant entre un père et sa fille, alors que celle-ci tente de convaincre ses parents de déménager dans une plus petite habitation.
 - ✓ **Conseils** (en anglais seulement) : Cette autre publicité met en scène un couple de beaux-parents ridiculisant l'idée, lancée par leur beau-fils, qu'ils pourraient déménager dans une communauté de retraités.
- **Conversation avec Doris** (en anglais seulement) : Le concept de la campagne de marque s'est transformé en outil d'apprentissage pour nos clients. Dans la série de vidéos disponibles sur le site Web de la Banque HomeEquity, Jayne Eastwood joue le rôle de Doris donnant des conseils aux aînés canadiens qui sont aux prises avec des membres de leur famille ou de leur entourage qui tentent de les convaincre de prendre des décisions contraires à leurs souhaits pendant leur retraite.

Autres initiatives entreprises dans le but de respecter, de concrétiser et de défendre l'esprit du Code pour les aînés

- **Sonner l'alarme, conjointement avec le National Institute on Ageing :** Selon le rapport de l'automne 2021 du National Institute on Ageing, près de 100 % des Canadiens sondés ont indiqué vouloir demeurer dans leur résidence le plus longtemps possible, même si nombre d'entre eux ont avoué ne pas se sentir prêts financièrement à le faire. Cette statistique alarmante nous a incités à amorcer une discussion à l'échelle nationale sur la capacité financière de vieillir chez soi. En suscitant des débats sur les médias, nous avons comme objectif d'informer les Canadiens de tous âges sur les réalités financières associées au vieillissement et d'encourager les décideurs à prendre des mesures déterminantes :
 - ✓ **Globe and Mail:** Pourquoi les Canadiens devraient planifier leur retraite sans délai pour vieillir dans leur maison, mise à jour sur les hypothèques inversées, et conception erronée de la règle du 4 % pour les retraités (en anglais seulement)
 - ✓ **Benefits Canada:** Selon un sondage, 75 % des aînés canadiens sont préoccupés par leur sécurité financière (en anglais seulement)
 - ✓ **CTV:** Un sondage révèle que 77 % des Canadiens entre 55 et 69 ans s'inquiètent de leur situation financière à la retraite (en anglais seulement)
 - ✓ **Financial Post:** Les baby-boomers sont de plus en plus préoccupés par leur situation financière à mesure qu'ils approchent de la retraite (en anglais seulement)
- **Choisir ses mots pour lutter contre l'âgisme :** après avoir pris connaissance d'une étude menée en 2019 sur les préjugés liés à l'âge dans les médias (en anglais seulement), la Banque HomeEquity s'est engagée à choisir soigneusement son vocabulaire dans ses communications et dans ses documents de promotion destinés aux aînés. Par exemple, en anglais, le mot « senior » en a été éliminé. Une nouvelle étude de 2021 a confirmé que les Canadiens de 55 ans et plus n'aimaient pas ce mot, la moitié seulement des répondants (52 %) y voyant une connotation positive.

Nous sommes d'avis que les individus, autant que les entreprises, doivent désormais saisir la portée des mots et bannir ce terme. Nous avons profité de la **Journée nationale des aînés 2021** pour entamer une discussion sur la perception culturelle du mot « senior » en anglais, et convier les Canadiens à l'éviter pour désigner cette portion de la population.

Wealth Professional.ca:

Ne devrions-nous pas cesser d'utiliser le mot « senior » en anglais pour nommer les personnes de 55 ans et plus? (lien en anglais seulement)

Dernières remarques

La Banque HomeEquity est très fière d'honorer continuellement les principes du Code pour les aînés.

Cet important segment de la population peut continuer de compter sur la Banque HomeEquity pour obtenir des conseils bienveillants de la part d'experts et pour profiter d'une solution financière innovante destinée aux Canadiens de 55 ans et plus qui aspirent à vivre la retraite de leurs rêves. Nous anticipons avec plaisir de travailler étroitement avec tous nos clients et de les aider à planifier leur sécurité financière à la retraite dans la résidence qu'ils aiment.



Banque HomeEquity 

[@BanqueHomeequity.ca](https://www.banquehomeequity.ca)