

# VOTRE ARGENT N'ACHÈTERA PAS NOTRE AMOUR

Combustibles fossiles, jeunesse climatoconcernée et risque réputationnel dans le système bancaire canadien

**GREENPEACE**



## Greenpeace Canada

est un organisme indépendant qui prône la non-violence et utilise la confrontation créative pour exposer les problèmes environnementaux mondiaux et pour imposer les solutions qui sont essentielles à un avenir vert et pacifique. L'objectif de Greenpeace est d'assurer la capacité de la Terre à nourrir la vie dans toute sa diversité.

## “Banking on a Better Future”

est une organisation de jeunes activistes et organisateurs-trices de tout le Canada, qui compte comme membres “Climate Strike Canada” et “Divest Canada Coalition”. Nous pensons que les jeunes représentent une menace sérieuse pour les modèles d'affaires des institutions financières en tant que clientèle à long terme, et nous nous sommes constitués dans le but de mobiliser les jeunes pour faire pression sur les banques canadiennes afin qu'elles cessent de financer des projets de combustibles fossiles et qu'elles respectent le consentement libre, préalable et éclairé des peuples autochtones.





# VOTRE ARGENT N'ACHÈTERA PAS NOTRE AMOUR :

## Combustibles fossiles, jeunesse climatoconcernée et risque réputationnel dans le système bancaire canadien

---

À une époque où les changements climatiques suscitent de plus en plus d'inquiétude, le soutien des banques canadiennes aux combustibles fossiles pose les mêmes risques de réputation que le tabac il y a une génération.

Ce risque est le plus élevé chez les jeunes, qui constituent un groupe démographique clé ciblé par les investissements des banques dans les organismes de bienfaisance et les commandites, mais qui représentent également le groupe le plus préoccupé par les changements climatiques.

Nous concluons que le seul moyen viable pour les banques de conserver une réputation positive auprès de leur future clientèle, de plus en plus sceptique et climatoconcernée, est de retirer progressivement leur soutien aux combustibles fossiles selon un calendrier cohérent avec la limitation du réchauffement à 1,5 °C, et de s'engager à respecter les droits des peuples autochtones.

## SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

- Les banques canadiennes investissent dans la philanthropie et les commandites afin de renforcer l'adhésion à leurs marques et de se protéger des critiques.
- Les jeunes sont une cible clé des initiatives de commandite et de marketing des banques.
- Les banques canadiennes tentent de se présenter comme des chefs de file en matière de climat, pourtant les cinq grandes banques figurent parmi les 25 principaux bailleurs de fonds des combustibles fossiles au monde. Du côté de la RBC, soit la plus grande banque du Canada, le soutien accordé aux combustibles fossiles est plus de 250 fois supérieur au soutien accordé aux œuvres caritatives.
- Dans leurs rapports aux actionnaires, les banques canadiennes reconnaissent que le soutien qu'elles accordent aux combustibles fossiles présente un risque pour leur réputation.
- Les sondages montrent que ce risque réputationnel est le plus élevé dans le segment démographique des 18-34 ans, qui sont à la fois les plus favorables à la prise de mesures en matière de lutte contre les changements climatiques par les banques, ainsi qu'à une réglementation gouvernementale obligeant ces dernières à aligner leurs pratiques de prêt sur les objectifs climatiques.
- L'industrie du tabac et l'industrie des combustibles fossiles ont été les pionnières de la « philanthropie stratégique », un élément important de leurs campagnes respectives menées depuis des décennies afin de bloquer les mesures politiques visant à lutter contre les méfaits du tabagisme pour l'une, et des changements climatiques pour l'autre.
- À notre avis, toute tentative de la part des banques canadiennes d'adopter une approche de philanthropie stratégique similaire (utiliser les dons de charité ou les commandites comme alibi pour occulter leur financement continu des combustibles fossiles) se retournerait contre elles et intensifierait les dommages à leur réputation, en particulier auprès des jeunes. Comme cela a été le cas pour le tabac et les combustibles fossiles, certaines de ces commandites pourraient être critiquées par un public de plus en plus alarmé par les changements climatiques.
- Les banques canadiennes annonceront bientôt leurs cibles pour 2030. Pour être des chefs de file en matière de climat, elles doivent s'engager à réduire, en se basant sur la science, les émissions de gaz à effet de serre en termes absolus (et non en termes d'intensité) des projets et des entreprises qu'elles financent, et s'engager à respecter le consentement libre, préalable et éclairé des peuples autochtones.





## TENTER DE GAGNER EN CAPITAL SYMPATHIE : La philanthropie en tant que stratégie de relations publiques

« De plus en plus, la philanthropie est utilisée comme une forme de relations publiques ou de publicité, promouvant l'image ou la marque d'une entreprise par le biais d'un marketing lié à une cause ou d'autres parrainages très médiatisés. [...] Le géant du tabac Philip Morris, par exemple, a dépensé 75 millions de dollars pour ses contributions caritatives en 1999, puis a lancé une campagne publicitaire de 100 millions de dollars pour les faire connaître. »  
[traduction libre]

MICHAEL PORTER  
ET MARK KRAMER

« The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy », Harvard Business Review (Décembre 2002)<sup>1</sup>

# TENTER DE GAGNER EN CAPITAL SYMPATHIE

## La philanthropie en tant que stratégie de relations publiques

---

Les banques sont conscientes du retour sur investissement que représente le fait d'être considérées comme de « bonnes entreprises citoyennes » qui redonnent à la communauté. Chaque grande banque canadienne dispose d'importants flux de financement qui soutiennent tous les domaines, allant des soins de santé à l'éducation, en passant par les sports pour la jeunesse et la gestion de l'environnement, et ce, tant aux niveaux national que communautaire.

Les banques dépensent des sommes considérables pour ces initiatives de marketing, distribuant des dizaines de millions de dollars par an par le biais d'accords de commandite associés à des événements sportifs ou d'autres événements majeurs et de subventions à des organisations communautaires. Mais ces millions restent dérisoires en comparaison avec les milliards de bénéfices que les banques réalisent chaque année, et sont, de toute façon, largement considérés comme des dépenses professionnelles déductibles d'impôts.

RBC, par exemple, a remis 130 millions de dollars à près de 5 000 organismes communautaires et caritatifs en 2019<sup>2</sup>, ce qui représentait 1 % de ses revenus nets (bénéfices) de 12,9 milliards de dollars pour 2019<sup>3</sup>. La même année, cependant, RBC a également financé à hauteur de 34 milliards de dollars des entreprises de combustibles fossiles<sup>4</sup> dont les produits et les modèles d'affaires contribuent à la crise climatique, ce qui est plus de 250 fois supérieur à ses dons caritatifs.

Ce flux de financement « altruiste » s'accompagne d'activités de parrainage et de nommage d'équipes

et de sites sportifs professionnels, de festivals de musique, de marathons et même de défilés, de la Marche de la Fierté au défilé du Père Noël.

Les banques canadiennes ont conclu des ententes de commandite avec diverses équipes de sport professionnel, des organismes de sport amateur, des institutions culturelles et des organismes liés à la santé. Dans le domaine de l'environnement, le programme « Fondation TD des amis de l'environnement » de La Banque TD a versé plus de 100 millions de dollars à 28 500 projets environnementaux depuis 1990, notamment pour la plantation d'arbres, la réalisation de sentiers et l'éducation environnementale<sup>5</sup>. Le « Projet Eau Bleue » de la RBC s'est fixé comme objectif de distribuer plus de 50 millions de dollars à des initiatives d'assainissement de l'eau sur une période de dix ans, période qui a débuté en 2007<sup>6</sup>.

À travers les parrainages et les subventions, les banques cherchent non seulement à se forger une réputation en tant que soutien actif des activités sociales qui enrichissent la communauté allant des activités sportives axée sur la jeunesse à l'opéra — mais aussi à accroître la « notoriété de la marque ». Associer le logo d'une banque à une équipe sportive professionnelle ou à des milliers de maillots de football pour enfants est un moyen efficace de maintenir la marque au premier plan dans l'esprit d'une clientèle actuelle ou potentielle, et de faire en sorte que la marque de la banque évoque des sentiments positifs.

Dans le rapport 2014 sur la responsabilité d'entreprise de la Banque TD, son président-directeur général, Bharat Masrani, notait au sujet

de certaines initiatives d'amélioration en matière de collectivité : « Nous faisons des investissements dans lesquels le retour sur investissement, même s'il n'est peut-être pas immédiatement apparent, apportera une valeur à long terme ». Cela semble avoir été de sérieux investissements dans l'amélioration de la réputation, car un sondage effectué pour l'Association des banquiers canadiens a révélé que 85 % des adultes avaient une impression favorable des banques canadiennes<sup>7</sup> et que 93 % avaient une opinion favorable de la banque avec laquelle ils faisaient le plus affaire<sup>8</sup>.

Les parrainages ne sont pas tous destinés à des activités caritatives ou culturelles. La Banque Scotia, par exemple, est un membre cotisant de l'Association canadienne des producteurs pétroliers (ACPP) et les deux organisations parrainent conjointement un symposium annuel sur l'énergie. Rappelons que l'ACPP fait campagne sans relâche contre l'action climatique<sup>9</sup> depuis des décennies<sup>10</sup>. Elle a même rencontré secrètement l'équipe de campagne des conservateurs avant les dernières élections fédérales afin d'élaborer une stratégie sur la manière de vaincre les libéraux de Trudeau et de « faire taire les critiques du milieu environnemental »<sup>11</sup>. Plus récemment, l'ACPP a utilisé la pandémie pour plaider en faveur d'une pause dans la mise en œuvre de toute nouvelle mesure de politique climatique et d'une réduction des protections existantes, alors même que se poursuivait la construction de pipelines<sup>12</sup>.

© Ian Willms / Greenpeace

Les militants de Greenpeace Canada ont bloqué les portes du siège social de la Banque royale du Canada (RBC) à Toronto en suspendant des grimpeurs à des trépieds de quinze pieds de haut, dans le cadre d'un appel lancé aux cinq grandes banques canadiennes pour qu'elles cessent de financer les combustibles fossiles et respectent les droits autochtones. Malgré leurs prétentions, les grandes banques canadiennes sont toujours parmi les plus grands bailleurs de fonds des combustibles fossiles dans le monde et alimentent ainsi la crise climatique, détruisent la biodiversité et violent les droits autochtones.



Banque	Soutien aux combustibles fossiles (2016-2020)	Principaux domaines de dons de charité et de parrainage
Banque de Montréal - BMO	116 milliards \$	<p><b>Jeunesse</b> : Jeunesse, J'écoute.</p> <p><b>Événements majeurs</b> : le Stampede de Calgary, le Marathon BMO de Vancouver, le Stratford Festival, le Marathon de Banff, les foires Royal Manitoba Winter Fair et Royal Agricultural Winter Fair.</p> <p><b>Sports</b> : les Alouettes de Montréal, les Argonauts de Toronto, le Club de Foot Montréal (CF Montréal), le Toronto Football Club (Toronto FC), les Whitecaps de Vancouver, le stade BMO Field de Toronto.</p>
CIBC	100 milliards \$	<p><b>Jeunesse</b> : éducation financière pour les jeunes, soutien aux organisations communautaires qui promeuvent l'éducation et les possibilités d'emploi pour la prochaine génération.</p> <p><b>Santé</b> : la Course à la vie CIBC, Belle et bien dans sa peau, le Cyclo-défi contre le cancer, la Fondation Movember.</p>
Banque Royale du Canada - RBC	164 milliards \$	<p><b>Jeunesse</b> : RBC Objectif Avenir a octroyé 500 millions de dollars sur 10 ans pour le renforcement des compétences, l'expérience professionnelle et le bien-être mental.</p> <p><b>Environnement</b> : Techno Nature RBC, Finance durable.</p> <p><b>Arts</b> : le Ballet national du Canada, le Festival international du film de Toronto (TIFF), la Compagnie nationale d'opéra du Canada, Canadian Stage, Canadian Art Foundation, Writers' Trust of Canada.</p> <p><b>Sports</b> : l'Omnium Canadien (golf), le RBC GrandFondo Whistler (cyclisme).</p>
Banque Scotia	157 milliards \$	<p><b>Sports</b> : des programmes de hockey jeunesse, la Ligue Nationale de Hockey (LNH), Scotiabank Arena, divers marathons.</p> <p><b>Arts</b> : le Musée des beaux-arts du Canada, le Prix de photographie Banque Scotia, le Festival de photo CONTACT Banque Scotia, le Prix Banque Scotia Giller, l'Allée des célébrités canadiennes.</p>
TD	\$144B	<p><b>Environnement</b> : la Fondation TD des amis de l'environnement.</p> <p><b>Arts</b> : des Festivals de jazz à travers le Canada, les Prix Juno, les Prix de la CCMA (Canadian Country Music Association), les Prix SÉMA (Solstice d'été pour la musique autochtone), les Prix ECMA (East Coast Music Awards).</p> <p><b>Collectivité</b> : des défilés de la fierté à travers le Canada, divers festivals de musique et programmes musicaux communautaires.</p> <p><b>Sports</b> : les Canucks de Vancouver et les Blue Jays de Toronto.</p>

Les sources des données contenues dans ce tableau se trouvent dans l'annexe du présent rapport.

# CONQUÉRIR LA JEUNESSE

---

La jeune population canadienne a une opinion beaucoup moins positive des banques que les groupes démographiques plus âgés. Une étude réalisée en 2018 par JD Power a révélé que les Canadien·nes de moins de 40 ans étaient plus susceptibles de faire affaire ailleurs, par exemple dans une coopérative de crédit. Une étude Environics sur les valeurs sociales des « milléniaux » réalisée pour le compte de la RBC a révélé que 31 % des personnes de cette génération ont une confiance élevée<sup>13</sup>, 34 % une confiance moyenne et 35 % une faible confiance dans les banques<sup>14</sup>.

Il s'agit d'un véritable problème pour les institutions bancaires, car leurs propres recherches leur indiquent qu'il existe un degré élevé d'inertie parmi leur clientèle : une fois qu'une personne a signé avec une certaine banque, elle a tendance à lui rester fidèle pour une variété de services tout au long de sa vie. Ainsi, le compte d'épargne que nous ouvrons à l'adolescence peut déboucher plus tard sur des prêts hypothécaires<sup>15</sup>, des lignes de crédit et des cartes de crédit, produisant ainsi des flux de revenus à long terme pour la banque.

C'est pourquoi les banques sont désireuses de construire leur identité de marque auprès d'un public plus jeune : « Le ciblage des jeunes favorise la conversion des clients dans un segment dont les possibilités de chiffre d'affaires plus tard dans la vie sont limitées.<sup>16</sup> » Dans le même ordre d'idées, le changement de marque est le plus élevé chez les 18-34 ans, ce qui incite fortement les banques à essayer d'attirer cette jeune clientèle qui pourrait lui rester fidèle<sup>17</sup>.

Un moyen important d'y parvenir est de parrainer et de subventionner des activités qui ciblent les jeunes. La Banque TD et la BMO, par exemple, parrainent maintenant des ligues de sport électronique (e-sport). La Banque Scotia est très impliquée dans le hockey communautaire, tandis que son programme « ScotialNSPIRE » encourage les jeunes à terminer leurs études secondaires<sup>18</sup>. « Conseils TD Prêts pour vous » soutient une variété de remises de récompenses musicales, notamment les Prix Juno, les Prix de la CCMA (Canadian Country Music Association), les Prix

SÉMA (Solstice d'été pour la musique autochtone) et les Prix ECMA (East Coast Music Awards)<sup>19</sup>. Quant à la CIBC, elle déclare que l'un des objectifs de ses dons est d'« investir dans les futurs leaders »<sup>20</sup>.

Le programme d'engagement des jeunes le plus ambitieux est sans doute « Objectif avenir RBC » qui vise à « aider à préparer la jeunesse canadienne à un marché du travail en pleine mutation ». Il a débuté en 2017 et distribuera 500 millions de dollars sur 10 ans pour aider les jeunes à « acquérir de nouvelles compétences, développer leur réseau, acquérir une expérience professionnelle et soutenir leur bien-être mental »<sup>21</sup>.

Cependant, parmi la population canadienne, les jeunes sont les plus préoccupé·es par les changements climatiques<sup>22</sup>. Ils font partie des générations qui hériteront des problèmes créés par l'industrie des combustibles fossiles que les banques soutiennent activement. Ce sont également les générations les plus impliquées dans l'activisme climatique, y compris dans les mouvements de désinvestissement allant des campus universitaires aux fonds de pension.

En résumé, le soutien massif des banques au secteur des combustibles fossiles met en péril le succès de leurs investissements dans les parrainages et la philanthropie en faveur de la jeunesse.

# FINANCER LA DESTRUCTION

## Les banques canadiennes et le changement climatique

Les banques canadiennes tentent de plus en plus de se positionner comme des leaders climatiques qui respectent les droits des peuples autochtones tout en continuant à être parmi les plus grands bailleurs de fonds des combustibles fossiles dans le monde.

Les cinq grandes banques canadiennes figurent toutes parmi les vingt-cinq premières banques mondiales qui financent les combustibles fossiles. La RBC est le plus grand financier des combustibles fossiles au Canada (et le cinquième au monde), suivie par la Banque Scotia, la TD, la BMO et la CIBC<sup>23</sup>.

Au 31 décembre 2020, les banques canadiennes avaient fourni près de 700 milliards de dollars — sous la forme de prêts (477 milliards de dollars) et de services de souscription (216 milliards de dollars) — aux entreprises actives dans le secteur des énergies fossiles, et ce, depuis la signature de l'Accord de Paris sur le climat en décembre 2015. Elles détenaient également 125 milliards de dollars d'investissements (actions et obligations) dans des entreprises du secteur des énergies fossiles. Avant la pandémie, les prêts aux entreprises de combustibles fossiles ont augmenté chaque année<sup>24</sup>.

Les banques canadiennes ne sont donc pas du tout en phase avec l'objectif de l'Accord de Paris sur le climat de limiter le réchauffement à 1,5 degré ni avec l'objectif législatif du Canada de parvenir à zéro émissions nettes de gaz à effet de serre d'ici 2050. Selon l'Agence internationale de l'énergie (AIE), l'atteinte de l'objectif « zéro émission nette d'ici 2050 » nécessite une baisse de 75 % de la production mondiale de pétrole et de 60 % de celle de gaz fossile entre 2020 et 2050. Le rapport novateur de l'AIE indique qu'« il n'est pas nécessaire d'investir dans de nouvelles sources d'approvisionnement en combustibles fossiles dans le cadre de notre trajectoire nette zéro »<sup>25</sup>.

Pourtant, malgré l'écart entre leurs objectifs déclarés et leurs pratiques d'investissement, l'Association

des banquiers canadiens affirme que « les banques du Canada reconnaissent l'urgence de s'attaquer aux changements climatiques et comprennent que le secteur financier est essentiel pour assurer la transition vers une économie à plus faible émission de carbone, atténuer les impacts de l'activité humaine sur l'environnement et assurer la résilience continue du système financier de notre pays »<sup>26</sup>.

Lors du sommet sur le climat de Glasgow en novembre 2021, 450 institutions financières — dont les cinq grandes banques canadiennes — ont adhéré à la *Glasgow Financial Alliance for Net Zero* (GFANZ). Mais on peut se demander si cette nouvelle alliance représente un changement sérieux dans les intentions des banques. Les initiatives volontaires menées par les entreprises sont souvent un moyen d'éviter la réglementation gouvernementale. Commentant ce type d'initiatives, l'OCDE note que :

« Au départ, l'industrie considérait les initiatives volontaires soit comme un moyen de parvenir (au mieux) à une alternative flexible, rentable et plus autonome à la réglementation directe, soit (au pire) comme un simple moyen d'éviter l'imposition de normes contraignantes. Cependant, ces initiatives sont de plus en plus considérées comme répondant à un certain nombre d'autres objectifs, notamment pour ce qui a trait à la gestion des risques (y compris la protection contre les litiges potentiels) et à la réputation. <sup>27</sup>»



Selon Bloomberg, l'adhésion à la GFANZ n'a pas modifié de manière significative le comportement de nombreuses grandes institutions bancaires. Les grandes banques de Wall Street continuent d'émettre des obligations pour le compte de sociétés pétrolières et gazières au même rythme qu'avant leur adhésion à l'alliance. Elles préfèrent plutôt parler de la nécessité d'une transition lente vers l'abandon des combustibles fossiles et optent pour de vagues engagements à compenser ou à capturer d'une manière ou d'une autre les émissions à l'aide de technologies largement non éprouvées<sup>29</sup>.

Dans le cadre de leurs engagements au titre de la GFANZ, les banques canadiennes publieront bientôt des objectifs intermédiaires pour 2030. Comme nous le verrons en conclusion, la force de ces objectifs et la crédibilité des stratégies mises en œuvre pour les concrétiser sont essentielles pour que les banques préservent leur réputation.

En outre, les mesures prises pour lutter contre les changements climatiques — en particulier dans des États coloniaux comme le Canada — ne peuvent être considérées indépendamment du respect des droits des peuples autochtones.

Bien qu'ils soient parmi les moins responsables de la crise climatique, les peuples autochtones du Canada et du monde entier sont parmi les premiers et les plus durement touchés par les impacts climatiques. Dans ce contexte d'injustice, comme l'a souligné Indigenous Climate Action, les peuples autochtones mènent des mouvements sociaux pour la justice climatique et environnementale et défendent leurs territoires contre l'empiètement colonial et le développement extractif<sup>30</sup>.

Les droits et titres constitutionnels des peuples autochtones sur les terres et les ressources, associés aux connaissances écologiques traditionnelles issues d'une relation de longue date avec la terre, en font des acteurs centraux de tout plan d'action climatique crédible.

Le secteur bancaire a officiellement reconnu l'importance d'obtenir le consentement libre, préalable et éclairé (CLPE) des peuples autochtones (comme le prévoit la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones actuellement en cours de mise en œuvre dans le droit canadien). Le CLPE est intégré, du moins en partie, dans des lignes directrices et des normes telles que les Principes de l'Équateur, dont les cinq grandes banques canadiennes sont signataires. Il fait également partie des responsabilités et obligations des banques en matière de droits humains en vertu des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme.

Pourtant, les banques n'appliquent pas encore ces mesures dans leurs pratiques de prêt<sup>32</sup>. Elles soutiennent au contraire activement des projets tels que le gazoduc Coastal GasLink, auquel les peuples autochtones s'opposent vigoureusement<sup>33</sup>. Les cinq grandes banques canadiennes fournissent à Enbridge des lignes de crédit de plusieurs milliards de dollars qui peuvent être utilisées pour construire les pipelines controversés des Lignes 3 et 5<sup>34</sup>. Dans le cas de l'oléoduc de la Ligne 3, Enbridge finance directement la police qui a violemment réprimé les protestations des peuples autochtones contre l'oléoduc<sup>35</sup>.

# CE QUE VEUT LE PUBLIC

## Attitudes du public vis-à-vis des banques et des combustibles fossiles

Les lourds investissements des banques dans les combustibles fossiles les placent en décalage avec l'opinion publique. Selon un sondage réalisé par Greenpeace Canada en novembre 2021, les Canadien·nes s'attendent à ce que leur banque participe à la résolution de la crise climatique, les niveaux les plus élevés de soutien à l'action climatique étant enregistrés chez les 18-34 ans. Plus précisément :

- **Les Canadien·nes souhaitent que les banques contribuent à la réalisation de notre engagement national « zéro émission nette » :**

69 % des personnes interrogées sont favorables à ce que les banques canadiennes n'émettent aucun gaz à effet de serre d'ici 2050 afin de limiter les effets des changements climatiques. Cette proportion atteint 82 % chez les 18 - 34 ans, 65 % des répondant·es de cette tranche d'âge étant fortement en faveur de l'engagement « zéro émission nette ».

- **Les Canadien·nes attendent des banques qu'elles passent de la parole aux actes :**

69 % sont d'accord pour dire que les banques qui se sont engagées à atteindre l'objectif zéro émission nette devraient se garder de financer et d'accorder des prêts à des projets de combustibles fossiles (72 % chez les 18-34 ans).

- **Les Canadien·nes veulent que les banques réduisent considérablement leur financement des combustibles fossiles :**

75 % des répondant·es disent que les banques devraient soit mettre fin (56 %) soit réduire de moitié (19 %) leur financement des combustibles fossiles d'ici 2030, tandis que 24 % disent qu'elles devraient cesser immédiatement de financer les combustibles fossiles. Chez les 18 - 34 ans, ces

chiffres sont respectivement de 79 %, 60 %, 19 % et 27 %.

- **Les Canadien·nes ne font pas confiance aux banques pour agir volontairement :**

une majorité (52 %) de répondant·es chez les 18 - 34 ans ne font pas confiance à leur banque pour tenir compte des changements climatiques lorsqu'elle investit leur argent, comparativement à 43 % de l'ensemble de la population canadienne. L'appui à une réglementation gouvernementale exigeant que les banques alignent leurs activités de financement des combustibles fossiles sur les efforts déployés pour lutter contre les changements climatiques atteint 74 % chez les jeunes (71 % chez l'ensemble des Canadien·nes).

- **Les Canadien·nes veulent que les banques respectent les droits des peuples autochtones :**

plus des deux tiers (69% de l'ensemble des personnes interrogées ; 71% des 18-34 ans) pensent que les banques devraient cesser de financer des projets qui n'ont pas obtenu le consentement des communautés autochtones concernées, et que le gouvernement devrait en faire une obligation si les banques ne le font pas d'elles-mêmes.



Les Tiny House Warriors, un groupe d'autochtones Secwepemc du Canada, ont été rejoints par des artistes et alliés canadiens de renom, Christi Belcourt et Isaac Murdoch à Vancouver. Avec des bénévoles et des sympathisant.e.s, le groupe a créé des centaines de bannières en sérigraphie et a peint la troisième de dix petites maisons destinées à être placées directement sur le trajet de l'oléoduc de sables bitumineux Trans Mountain. Au milieu de l'action de construction artistique, une mobilisation spontanée a également été organisée et s'est déroulée devant la banque TD au centre-ville de Vancouver.

© Katie Lin / Greenpeace

# JOUER AVEC LE FEU

## Le risque réputationnel et les combustibles fossiles

---

Comme toute entreprise en contact avec le public, la réputation est d'une importance capitale pour les banques. Comme une grande partie de leur activité provient des prêts hypothécaires, des prêts automobiles, des lignes de crédit et des cartes de crédit, elles sont soucieuses de conserver la confiance du public. Elles veulent également tirer parti de l'argent que leur apportent les dépôts des client-es pour soutenir leurs autres secteurs d'activité, notamment les prêts aux sociétés pétrolières et gazières. Comme la banque française BNP Paribas a récemment déclaré sur un panneau d'affichage ciblant ses concurrentes : « Si votre banque finance le forage dans l'Arctique, vous aussi »<sup>37</sup>.

Les banques s'appuient sur la confiance du public et sur de solides notations de crédit pour maintenir leurs coûts d'accès aux fonds à un niveau bas tout en accordant des prêts à des taux plus élevés. Cet écart de taux est vital pour le résultat net d'une banque et pourrait être affecté si la méfiance du public augmentait et si les gens commençaient à transférer leurs fonds vers d'autres institutions moins impliquées dans les combustibles fossiles, comme les coopératives de crédit<sup>38</sup>. Les banques canadiennes générant des dizaines de milliards de dollars de bénéfices chaque année<sup>39</sup>, les PDG des banques sont fortement motivés pour veiller à ce que personne ne vienne troubler cette situation très rentable.

Le secteur bancaire est bien conscient que les investissements dans les combustibles fossiles sont de plus en plus controversés. Certaines banques capitalisent même sur les préoccupations climatiques pour attirer des client-es. La Banque Laurentienne a ainsi récemment annoncé qu'elle ne financerait plus directement l'exploration, la production ou le développement de combustibles fossiles au motif que « cet engagement est un élément clé qui la distingue des autres banques canadiennes et l'aidera à attirer des entreprises qui s'efforcent d'accélérer leur

transition vers l'énergie verte et à attirer des client-es et des gens de talent pour qui le développement durable est une priorité. »<sup>40</sup>.

L'année dernière, les banques canadiennes ont été la cible de multiples actions de protestation concernant leur financement des combustibles fossiles<sup>41</sup>. Ces actions de protestation ont dépassé le stade du simple problème de relations publiques pour devenir un risque matériel dont les banques doivent avertir leurs actionnaires.

La Banque TD fait ainsi remarquer qu'« une minorité de personnes s'opposent activement à la poursuite du développement et de l'utilisation des ressources énergétiques en combustibles fossiles et sont prêtes à prendre des mesures contre la TD en raison de [sa] participation au financement de ces entreprises. Ces actions peuvent prendre la forme de manifestations, de campagnes dans les médias sociaux, de propositions d'actionnaires, de fermeture de comptes ou de désinvestissement, ce qui peut entraîner la perte d'affaires et d'investisseurs, des répercussions sur le moral des employé-es et sur la marque. » La TD indique également qu'elle suit le nombre de manifestations et de fermetures de comptes qu'elle subit en raison de préoccupations liées au climat<sup>42</sup>.

La CIBC déclare également que sa réputation pourrait être mise à mal par son « association avec des secteurs traditionnellement très émetteurs de carbone et l'activisme accru qui entoure ces secteurs »<sup>43</sup>.

La Banque Scotia reconnaît quant à elle que « des risques de réputation pourraient survenir si les banques ne prennent pas d'engagements significatifs et transparents pour lutter contre les changements climatiques, ou si le secteur ne parvient pas à respecter ses propres engagements internes, tels que les Engagements climatiques des Banques. Cela pourrait inciter les parties prenantes externes, comme



les organisations non gouvernementales environnementales, à dénoncer le secteur bancaire pour son manque de responsabilité ou d'engagement, ce qui pourrait nuire à la valeur de la marque de la banque et aux relations avec les parties prenantes<sup>44</sup>. »

RBC a également informé ses actionnaires, notant que « certaines personnes trouveront que nous [la banque] intervenons trop rapidement face aux changements climatiques, et d'autres, trop lentement, ce qui entraîne un risque réputationnel<sup>45</sup>. »

Au-delà des risques de réputation, les banques mettent également en garde contre les risques associés à la réglementation émergente relative aux changements climatiques dans leurs communications aux actionnaires. Par exemple, dans son *Rapport du Groupe de travail sur l'information financière relative aux changements climatiques 2020*, RBC met en garde : « La réglementation, les cadres de référence et les indications sur les changements climatiques qui s'appliquent aux banques, aux assureurs et aux gestionnaires d'actifs évoluent rapidement. Plusieurs banques centrales et organismes de réglementation s'approprient à édicter ou ont déjà établi des règles de gestion des risques financiers et économiques liés aux changements climatiques. Par exemple, l'Union européenne a publié des règles qui exigent des sociétés financières qu'elles dévoilent comment elles tiennent compte des facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance dans les conseils qu'elles prodiguent et dans les décisions de placement qu'elles prennent. Nous suivons donc l'évolution des exigences réglementaires, et nous mettons à jour nos déclarations afin de nous conformer aux règles en vigueur.<sup>46</sup> »

La Banque Scotia note explicitement que son personnel « utilise son réseau de contacts avec les gouvernements et les ONG pour obtenir des informations sur les changements proposés aux politiques, directives ou réglementations gouvernementales qui pourraient avoir un impact sur les activités des clients des institutions financières ou sur ses propres opérations »<sup>47</sup>. Cela soulève la question de savoir comment les relations établies par le biais de dons et de parrainages caritatifs peuvent être utilisées par les banques comme une ressource pour les aider à gérer un environnement politique en rapide évolution.

# ACQUÉRIR UNE INFLUENCE POLITIQUE

## La philanthropie stratégique

---

Pour les industries dont la réputation est menacée et qui sont confrontées à la perspective d'une nouvelle réglementation, les dons caritatifs peuvent revêtir un aspect politique puissant. Lorsque l'industrie du tabac a subi la pression des mouvements de défense de la santé publique préoccupés par les effets du tabagisme sur la santé, elle a été à l'origine d'un grand nombre des stratégies politiques adoptées par la suite par l'industrie des combustibles fossiles pour éviter ou retarder les mesures relatives aux changements climatiques. La stratégie la plus connue (négationnisme climatique) a consisté en des campagnes de relations publiques sophistiquées, utilisant souvent des tiers comme messagers, afin de semer le doute sur la science sous-jacente et de retarder l'action des responsables politiques<sup>48</sup>.

Pourtant, les fabricants de tabac (en collaboration avec des compagnies pétrolières comme Shell<sup>49</sup>) ont également développé la « philanthropie stratégique » dans les années 1990, afin de renforcer leur réputation et leur pouvoir politique<sup>50</sup>. Des documents internes publiés dans le cadre de batailles juridiques ultérieures révèlent que pour les fabricants de tabac, « une réputation positive était liée à un certain nombre d'objectifs politiques discrets via une série d'effets intermédiaires. Ces effets intermédiaires comprenaient l'augmentation de l'acceptation des messages de l'entreprise par les acteurs sociaux, l'apaisement des acteurs sociaux qui pourraient autrement s'opposer à l'entreprise, le soutien de relations constructives avec les gouvernements et l'obtention du soutien des communautés locales et nationales »<sup>51</sup>.

Cependant, la philanthropie stratégique va au-delà de la simple construction d'une réputation positive. Elle intègre six tactiques destinées à façonner le discours public et l'agenda politique :

1. Utiliser les dons pour développer des groupes d'intérêt qui soutiennent les positions politiques de l'entreprise, et générer un plaidoyer par des tiers.
2. Affaiblir les groupes d'intérêts politiques opposés.
3. Faciliter l'accès et l'établissement de relations avec les responsables politiques.
4. Créer un effet de levier direct avec les responsables politiques en fournissant des subventions financières à des projets spécifiques qu'ils et elles favorisent ou en donnant à ces politicien·nes une visibilité positive.
5. Renforcer le statut des donateur·rices en tant que source d'informations crédibles en finançant la recherche.
6. Façonner l'agenda politique et réglementaire en faisant évoluer la réflexion sur l'importance de réglementer l'environnement du marché du tabac et les risques relatifs du tabagisme pour la santé de la population<sup>52</sup>.

Les entreprises de combustibles fossiles ont ensuite adopté bon nombre de ces tactiques<sup>53</sup>, notamment en ciblant ce qu'ExxonMobil appelle des « personnes influentes et informées » (principalement des universitaires) pour façonner le débat public<sup>54</sup>. Elles continuent d'utiliser ces tactiques aujourd'hui, par exemple en finançant la recherche universitaire<sup>55</sup>.

Alors que les banques canadiennes font l'objet d'une pression publique croissante pour qu'elles cessent de financer les combustibles fossiles et respectent les droits des peuples autochtones<sup>56</sup>, les cinq grandes banques façonneront déjà le programme de recherche et de politique en faisant un don de 5 millions de dollars<sup>57</sup> à l'Institute for Sustainable Finance de l'Université Queen's, le « tout premier centre transversal et collaboratif au Canada qui fusionne le monde universitaire, le secteur privé et le gouvernement dans le but unique d'accroître la capacité du Canada en matière de finance durable »<sup>58</sup>.

Ayant établi des relations avec des centaines d'organisations à travers le pays par le biais de leurs branches philanthropiques, les banques canadiennes sont bien placées pour suivre les traces de la « philanthropie stratégique » des industries du tabac et des combustibles fossiles afin de défendre leur soutien aux combustibles fossiles.

Selon nous, ce serait une erreur.

La stratégie des banquiers, qui consiste à cibler les jeunes dans l'espoir de développer une clientèle fidèle à long terme, n'est pas différente des tactiques employées par l'industrie du tabac, qui a compris depuis longtemps qu'établir une fidélité à la marque dès le plus jeune âge est bon pour les affaires. Or, dans le cas du tabac, l'immoralité de l'incitation des jeunes à fumer a contribué aux efforts visant à mettre fin à la publicité en faveur du tabac et aux activités de parrainage. Les banques qui soutiennent les combustibles fossiles pourraient bientôt être confrontées au même opprobre social, ce qui conduirait les gouvernements à réglementer leur soutien aux combustibles fossiles.

Les efforts de l'industrie du tabac pour s'attirer les faveurs du public et des responsables politiques se sont finalement retournés contre elle. Après une série de batailles juridiques qui ont débuté dans les années 1980, la publicité en faveur du tabac et le parrainage d'événements ou d'organisations ont été interdits (à quelques exceptions près) en 2007<sup>59</sup>. La Cour suprême du Canada a finalement confirmé ces interdictions,

arguant que les atteintes à la Charte des droits et libertés étaient justifiées par les 45 000 décès annuels attribuables au tabagisme<sup>60</sup>.

La Cour a également noté que l'industrie du tabac était loin d'être honnête avec le public quant aux méfaits de son produit, déclarant dans sa décision que « l'objectif du législateur consistant à combattre la promotion des produits du tabac faisant appel à des demi-vérités et incitant à faire de fausses inférences constitue un objectif urgent et réel qui est susceptible de justifier des restrictions du droit à la liberté d'expression<sup>61</sup>. » La référence aux « fausses inférences » était l'une des raisons pour lesquelles les parrainages des compagnies de tabac ont été interdits, car ces parrainages étaient considérés comme destinés à associer le produit des compagnies au plaisir et à l'excitation des grands événements ou à la sophistication culturelle, ce que l'arrêt a décrit comme une « publicité de style de vie déguisée »<sup>62</sup>.

Les entreprises de combustibles fossiles — et les entreprises qui leur permettent d'opérer — pourraient être confrontées au Canada à des problèmes de responsabilité juridique similaires à ceux imposés à l'industrie du tabac<sup>63</sup>. Les sociétés pétrolières ont déjà été confrontées à des défis similaires concernant la moralité des commandites, comme lorsque la BC Cancer Society a retiré Enbridge comme commanditaire de sa collecte de fonds annuelle *Ride to Conquer Cancer* en raison de la controverse entourant le projet de pipeline Northern Gateway de la société<sup>64</sup>. De plus, la Cour suprême du Canada a récemment statué, dans sa décision sur la taxe sur le carbone, que les changements climatiques représentaient une « menace existentielle pour la vie humaine au Canada et dans le monde »<sup>65</sup>. Le secteur des combustibles fossiles a utilisé bon nombre des tactiques inventées par l'industrie du tabac pour tromper le public (en faisant souvent appel aux mêmes « experts » et aux mêmes sociétés de relations publiques<sup>66</sup>), et les campagnes visant à interdire la publicité pour les combustibles fossiles se multiplient<sup>67</sup>.

Tant que les banques continueront de financer les combustibles fossiles — ou pire, d'essayer d'utiliser leurs parrainages et leurs dons de charité pour défendre ce financement face à la montée des préoccupations climatiques — elles risquent de voir leur réputation ternie, de voir le public s'indigner davantage et peut-être même de perdre des parts de marché au profit des banques désireuses de couper les liens avec l'industrie des combustibles fossiles.

# COMMENT LE SOUTIEN AUX COMBUSTIBLES FOSSILES SAPE LES OBJECTIFS CARITATIFS DES BANQUES

Une grande partie du bon travail entrepris par les organisations caritatives avec le soutien des banques est sapée par les activités à contre-courant du secteur des combustibles fossiles financées par ces mêmes banques.

Selon une étude publiée en 2021 dans la revue *Nature*, les changements climatiques provoquent de la détresse, de la colère et d'autres émotions négatives pouvant entraîner des problèmes de santé mentale (parfois appelés écoanxiété) chez les enfants et les jeunes populations du monde entier<sup>68</sup>. Des initiatives de bienfaisance comme le programme « RBC Objectif Avenir », doté de 50 millions de dollars par an, visent à soutenir le bien-être mental des jeunes, mais cet engagement sonne faux lorsque RBC fournit plus de 30 milliards de dollars par an pour alimenter les changements climatiques qui sont à l'origine de la crise de santé mentale chez les jeunes.

Il est important de reconnaître que l'écoanxiété chez les jeunes n'est pas simplement « dans leur tête ». L'inquiétude face à l'avenir est une réponse rationnelle à la crise climatique, car les jeunes générations sont exposées à un « risque extrêmement élevé » d'impacts des changements climatiques, tels que les inondations, les tempêtes de plus en plus violentes et la montée des eaux<sup>69</sup>. La crise climatique façonnera tous les aspects de l'avenir de ces générations de manière extrêmement négative. Les jeunes d'aujourd'hui risquent de voir leur avenir tout entier détruit par les changements climatiques, car comme l'a noté la Cour suprême du Canada, les changements climatiques représentent une « menace existentielle pour la vie humaine au Canada et dans le monde »<sup>70</sup>. Et plus les banques continueront de financer les combustibles fossiles, plus la situation s'aggraverá.

Le soutien des institutions financières aux sports ou la célébration des réalisations des jeunes est une bonne chose, mais il ne peut masquer le fait qu'une jeune personne d'aujourd'hui est préoccupée par des problèmes tels que la perte de sa maison et de son lieu de vie en raison d'inondations ou l'impact des vagues de chaleur extrême sur sa scolarité. Comme le souligne une étude du Forum économique mondial, « les vagues de chaleur peuvent à elles seules perturber le sommeil, l'apprentissage, les performances aux tests cognitifs et le taux d'obtention du diplôme d'études secondaires. Ces facteurs peuvent entraver la transition saine vers l'âge adulte et nuire aux perspectives sociales et économiques à long terme<sup>71</sup>. »

De même, le soutien aux hôpitaux et aux initiatives en matière de soins de santé serait plus efficace si les banques ne soutenaient pas également la plus grande source de pollution atmosphérique au monde : la combustion d'énergies fossiles. On estime que l'air pollué tue chaque année plus de 4,5 millions de personnes dans le monde<sup>72</sup>. La combustion du pétrole et du gaz « libère un large éventail de polluants nocifs, notamment des particules, de l'ozone, du dioxyde d'azote, du dioxyde de soufre, du mercure et d'autres polluants atmosphériques dangereux. Selon les chercheurs en santé, les effets sur la santé de la respiration d'un air pollué comprennent la réduction de la fonction pulmonaire, l'asthme, les maladies cardiovasculaires, les naissances prématurées et les décès prématurés »<sup>73</sup>. Pourtant, même ces terribles effets sur la santé pourraient bientôt être éclipsés par ceux des changements climatiques, que l'Association médicale canadienne a qualifié de « plus grand défi de santé publique du XXIe siècle »<sup>74</sup>.

Si l'on ajoute à cela le fait que les communautés à faible revenu et les communautés racisées supportent



un fardeau sanitaire disproportionné du fait de la pollution, ainsi que des changements climatiques, les efforts des banques pour soutenir et célébrer la diversité commencent à apparaître sous un jour différent. Des études américaines ont révélé que les communautés noires sont beaucoup plus susceptibles d'être affectées par la pollution provenant des centrales électriques, des usines et des émissions des véhicules<sup>75</sup>.

L'expérience de la Première Nation Aamjiwnaang — vivant près de Sarnia en Ontario, à proximité d'un certain nombre de raffineries de pétrole — illustre que le même schéma existe au Canada. Les données obtenues par un organe de presse (et longtemps refusées à la Première Nation elle-même) montrent que les niveaux de dioxyde de soufre, un puissant polluant atmosphérique, ont atteint dans la communauté des niveaux 20 fois plus élevés que le niveau moyen à Toronto. Les niveaux de benzène cancérigène à l'extérieur de deux des usines industrielles voisines d'Aamjiwnaang étaient jusqu'à 10 fois plus élevés que la norme horaire de l'Ontario<sup>76</sup>.

En Alberta, des études menées auprès de la Première Nation de Fort Chipewyan, située en aval des exploitations de sables bitumineux, ont révélé des taux de cancer élevés<sup>77</sup>. D'autres études ont révélé des niveaux élevés de contaminants, notamment de métaux lourds, dans le gibier dont la communauté dépend pour son alimentation<sup>78</sup>.

Le soutien des banques aux célébrations de la culture des Premières Nations sonne faux quand elles persistent à financer l'industrie et les activités qui causent du tort à ces mêmes communautés.

Elles ne peuvent pas non plus masquer les problèmes créés par leur soutien aux combustibles fossiles par des programmes visant à nettoyer les rivages ou à protéger les sources d'eau. Huit millions de tonnes métriques de plastique terminent chaque année dans les océans et les cours d'eau de la planète, ce qui se traduit par des déchets plastiques recouvrant les plages et par la pollution invisible des microplastiques immergés dans les océans, les lacs et les rivières du monde entier.

Il y a une certaine ironie dans le fait de parrainer des événements de nettoyage visant à collecter sacs, bouteilles et emballages en plastique sur le littoral quand on soutient les efforts de l'industrie pétrolière pour développer la production de plastique<sup>80</sup>, et cela ne passe pas inaperçu. C'est peut-être la raison pour laquelle la Banque TD ne commandite plus le Grand Nettoyage des rivages canadiens depuis 2009. Le programme décennal « Projet Eau Bleue RBC » prévoyait également une journée pour que son personnel aille ramasser les déchets produits par notre culture du jetable<sup>81</sup> — une culture fortement encouragée par l'industrie du plastique<sup>82</sup>.

Les efforts louables des employé-es de banque et d'autres Canadien·nes qui s'efforcent de réduire le flot de déchets plastiques qui s'échouent sur nos rivages se trouvent sapés par les efforts de l'industrie pour bloquer l'interdiction des certains types de plastiques jetables<sup>83</sup>.

Même les contrats de parrainage de plusieurs millions de dollars que les banques ont signés avec des équipes sportives professionnelles sont mis à mal par les effets des changements climatiques. La Banque Scotia verse des millions de dollars pour être associée au « sport canadien » et pour célébrer le hockey communautaire dans tout le pays. Mais la patinoire classique de l'arrière-cour canadienne pourrait bientôt se transformer en flaque d'eau en raison des hivers plus chauds causés par le réchauffement climatique incontrôlé. La prochaine génération ne connaîtra peut-être jamais (ou rarement) les joies du hockey improvisé sur un étang ou un lac local et ne pourra peut-être jamais découvrir ce sport que sur une glace intérieure coûteuse<sup>84</sup>.

Pendant ce temps, pour les millions d'enfants qui jouent au football dans le monde, l'échauffement peut maintenant inclure la vérification de l'indice de la qualité de l'air et l'abandon des matchs pendant les périodes de chaleur extrême ou pendant les saisons de feux de forêt de plus en plus intenses qui recouvrent les communautés d'une fumée qu'il est dangereux de respirer. Ce n'est pas l'image que les banques cultivent dans leurs publicités soigneusement élaborées célébrant les sports pour la jeunesse<sup>85</sup>, mais c'est la réalité à laquelle les jeunes canadien·nes sont confronté·es en raison du financement continu des combustibles fossiles par les banques.

Sacheen Seitcham, défenseuse des terres Musqueam et Cree, a été projeté sous la forme d'une image holographique au-dessus d'une bannière sur laquelle on pouvait lire : "TD, arrêtez de financer les pipelines de sables bitumineux". Photo prise dans le cadre d'une action au nom des membres de la communauté autochtone exprimant leur opposition au pipeline Trans Mountain, devant le siège de la banque TD à Toronto, au Canada.

© Salvatore Sacco



# COMMENT PROTÉGER SA RÉPUTATION EN TEMPS DE CRISE CLIMATIQUE?

L'histoire des parrainages de l'industrie du tabac montre que les tentatives des entreprises de gagner la sympathie du public sont vouées à l'échec lorsqu'il est clairement établi que les pratiques des entreprises sont préjudiciables et qu'un mouvement social puissant s'engage à faire connaître ces préjudices et à y mettre fin.

Si les banques veulent être perçues comme des défenseuses crédibles d'un monde plus sain et soutenable grâce à leurs activités de parrainage, elles doivent joindre le geste à la parole en matière de transition écologique. La majorité des Canadien·nes croient que les banques devraient s'empresser de se retirer du financement des combustibles fossiles<sup>86</sup>. Cela pourrait valoir autant (ou plus) que le parrainage d'une équipe de hockey professionnel ou d'un orchestre communautaire en termes d'amélioration de la réputation d'une banque.

Au cours des prochains mois, les banques canadiennes vont être confrontées à un test clé portant sur leur engagement à prendre des mesures sérieuses en matière de lutte aux changements climatiques. Un test qui pourrait avoir des répercussions importantes sur leur réputation. Bien qu'ayant adhéré relativement tard, les six plus grandes banques canadiennes ont rejoint la *Glasgow Financial Alliance for Net Zero* (GFANZ) en octobre 2021<sup>87</sup>. Elles se sont ainsi engagées à faire évoluer leurs portefeuilles de prêts et d'investissements vers un niveau net zéro d'ici 2050.

L'étape suivante consiste à annoncer les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour 2030 des entreprises auxquelles elles prêtent ou dans lesquelles elles investissent. Elles doivent le faire d'ici avril 2023<sup>88</sup>, mais on s'attend à ce qu'au moins certaines d'entre elles fassent des annonces avant leur assemblée générale annuelle de 2022.

Ces objectifs intermédiaires — et les mesures adoptées pour les atteindre — indiqueront le sérieux avec lequel les banques prennent leurs engagements à agir sur les changements climatiques. Jusqu'à présent, les banques canadiennes se sont concentrées sur l'expansion de leurs portefeuilles d'énergie renouvelable, mais sans s'engager à réduire leur important soutien aux combustibles fossiles à l'échelle mondiale.

Inquiètes de la possibilité que la GFANZ ne devienne un forum pour « banques vertes » préférant maintenir le statu quo, plus de 90 organisations ont écrit une lettre ouverte à l'envoyé spécial des Nations unies, Mark Carney — lettre ouverte également publiée dans les colonnes du *Financial Times* et du *Toronto Star* — l'exhortant à relever les critères d'adhésion<sup>89</sup>. La lettre note que la majorité des membres de la GFANZ (incluant tous les membres canadiens) n'ont soumis ni plan détaillé pour réduire leurs investissements dans les combustibles fossiles ni objectifs de réduction des émissions à court terme et n'excluent pas le recours à des systèmes de compensation discrédités et à d'autres technologies non éprouvées de capture du dioxyde de carbone.

**Les signataires de la lettre, dont plus d'une douzaine d'organisations canadiennes, affirment que les institutions financières qui prennent au sérieux leur rôle dans la crise climatique doivent :**

- présenter immédiatement des objectifs de réduction de leur financement des combustibles fossiles et des plans de mise en œuvre couvrant l'ensemble de leurs services financiers, avec pour objectif de réduire de moitié les émissions financées d'ici 2030;
- intégrer les conclusions du scénario « Net Zero Emission » de l'AIE dans leurs stratégies climatiques, notamment en interdisant le financement de nouveaux projets de combustibles fossiles ainsi que les nouveaux financements au niveau des entreprises qui développent la production et le transport de combustibles fossiles;
- éliminer sans délai tout financement des entreprises de charbon thermique, y compris les services publics qui n'ont pas de plans à court terme pour fermer les centrales thermique au charbon, et établir un plan pour éliminer progressivement le financement du pétrole et du gaz; et
- garantir le consentement libre, préalable et éclairé des communautés autochtones et s'engager à protéger et restaurer la biodiversité dans toutes les activités de financement.

Si les banques prennent ces mesures, non seulement elles respecteront leurs engagements à agir sur le climat, mais elles réduiront efficacement les risques réputationnels et commerciaux croissants et à long terme découlant de leur financement actuel du secteur des combustibles fossiles.



# ANNEXE

## APERÇU DES PARRAINAGES ET DES DONS DE BIENFAISANCE DES BANQUES CANADIENNES

Sauf indication contraire, tous les chiffres sont tirés de Rijk, Gerard et al. *Fossil fuel financing in Canada: Financial flows & balance sheet impacts*, un rapport commandé par Greenpeace Canada et publié le 27 juillet 2021 (en anglais).

<https://www.greenpeace.org/static/planet4-canada-stateless/2021/08/a0d71ee1-canadian-banks-fossil-fuel-financing-greenpeace-canada-july-2021.pdf>



**BMO**

### Données financières

- Revenu 2020 : 23,5 milliards \$<sup>90</sup>
- Total des actifs au 31 octobre 2020 : 949,3 milliards \$
- Actifs en prêts au 31 octobre 2020 : 448,3 milliards \$

### Soutien aux combustibles fossiles

- Entre 2016 et 2020, BMO a fourni des prêts et des services de souscription au secteur des combustibles fossiles pour une valeur de 116 milliards de dollars. Ses plus gros clients du secteur des combustibles fossiles étaient TransCanada (7,1 milliards \$), Enbridge (6,5 milliards \$) et TC Energy (5,2 milliards \$).
- Au 31 décembre 2020, BMO détenait pour 21 milliards de dollars d'actions dans des entreprises de combustibles fossiles.
- BMO a contribué au financement du pipeline Ligne 3, du pipeline Keystone XL et a fourni plus de 300 millions de dollars au gazoduc Coastal GasLink<sup>91</sup>.

### Dons et parrainages

**Orientation des dons** : les initiatives communautaires, les grandes équipes sportives, les célébrations de prix prestigieux, les festivals, les événements culturels et les programmes sportifs<sup>92</sup>.

**Montants remis** : incertain

**Parrainages majeurs** : Stampede de Calgary, Marathon BMO de Vancouver, Festival de Stratford, Marathon de Banff, Orchestre Symphonique de Montréal, Royal Agricultural Winter Fair, Alouettes de Montréal, Royal Manitoba Winter Fair, les Argonauts de Toronto<sup>93</sup>, Club de Foot Montréal, (anciennement Impact de Montréal), Toronto FC, les Whitecaps de Vancouver<sup>94</sup>, le BMO Field de Toronto<sup>95</sup> et Jeunesse, J'écoute<sup>96</sup>.



**CIBC**

### Données financières

- Revenu 2020 : 18,7 milliards \$<sup>97</sup>
- Total des actifs au 31 octobre 2020 : 769,6 milliards \$
- Actifs en prêts au 31 octobre 2020 : 403,3 milliards \$

### Soutien aux combustibles fossiles

- Entre 2016 et 2020, la CIBC a fourni des prêts et des services de souscription au secteur des combustibles fossiles pour une valeur de 100 milliards de dollars. Ses plus gros clients du secteur des combustibles fossiles étaient Enbridge (7,8 milliards \$), Suncor (4,8 milliards \$) et Canadian Natural Resources (4,2 milliards \$).
- La Banque CIBC détenait pour 15,8 milliards de dollars d'actions dans des entreprises de combustibles fossiles au 31 décembre 2020.

- La CIBC a contribué au financement du pipeline Ligne 3 et a fourni plus de 300 millions de dollars de financement au gazoduc Coastal GasLink en 2020<sup>98</sup>.

### Dons et parrainages

**Orientation des dons** : la recherche contre le cancer, les communautés inclusives et l'investissement dans les futurs leaders<sup>99</sup>.

**Montants remis** : 6 153 472 \$ en 2019 au Canada<sup>100</sup>.

**Parrainages majeurs** : Course à la vie CIBC<sup>101</sup>, Belle et bien dans sa peau<sup>102</sup>, le Cyclo-défi contre le cancer<sup>103</sup>, la fondation Movember<sup>104</sup>, la Ligue canadienne de hockey<sup>105</sup> et l'aéroport international Pearson de Toronto<sup>106</sup>.



# RBC

## Données financières

- Revenu 2020 : 47 milliards \$<sup>107</sup>
- Total des actifs au 31 octobre 2020 : 1 624 milliards \$
- Actifs en prêts au 31 octobre 2020 : 667 milliards \$CAD

## Soutien aux combustibles fossiles

- Entre 2016 et 2020, RBC a fourni des prêts et des services de souscription au secteur des combustibles fossiles pour une valeur de 164 milliards de dollars (la plus importante au Canada et la cinquième au monde). Ses plus importants clients étaient Cenovus Energy (6,5 milliards \$), Canadian Natural Resources (5,4 milliards \$) et Sempra Energy (5,4 milliards \$).
- RBC détenait 15,5 milliards de dollars d'actions dans des sociétés de combustibles fossiles au 31 décembre 2020.
- RBC a fourni 300 millions de dollars de financement et de prêts au gazoduc Coastal GasLink, et a apporté un soutien financier aux pipelines Keystone XL et Ligne 3.

## Dons et parrainages

**Orientation des dons :** la jeunesse, l'environnement, la diversité et l'inclusion, la finance durable, les arts<sup>108</sup>, le golf et le cyclisme<sup>109</sup>.

**Montants remis au Canada :** le montant indiqué au niveau mondial est de 130 millions \$<sup>110</sup> mais le total au Canada de la Fondation RBC en 2019 était de 70 millions \$<sup>111</sup>.

**Dons importants en 2019 :** United Way of Greater Toronto : 1,975 million \$ ; Boys and Girls Club of Canada : 1,5 million \$ ; Plan International Canada : 1 million \$<sup>112</sup>.

**Parrainages majeurs :** le Ballet national du Canada, le TIFF, la Compagnie d'opéra canadienne, la Scène canadienne, la Canadian Art Foundation, et le Writers' Trust of Canada<sup>113</sup>, le Canadien Open (golf)<sup>114</sup> et le RBC GrandFondo Whistler (cyclisme)<sup>115</sup>.



# Banque Scotia

## Données financières

- Revenu 2020 : 31,3 milliards \$<sup>116</sup>
- Total des actifs au 31 octobre 2020 : 1 136 milliards \$
- Actifs en prêts au 31 octobre 2020 : 610 milliards \$

## Soutien aux combustibles fossiles

- Entre 2016 et 2020, la Banque Scotia a accordé des prêts et des services de souscription au secteur des combustibles fossiles pour une valeur de 157 milliards de dollars. Ses plus importants clients comprenaient Canadian Natural Resources (7,9 milliards \$), Enbridge (7,0 milliards \$) et Dominion Energy (5,0 milliards \$).
- La Banque Scotia détenait 15,5 milliards de dollars d'actions dans des entreprises de combustible fossiles au 31 décembre 2020.

- La Banque Scotia a contribué au financement du pipeline Keystone XL, du pipeline Ligne 3 et a fourni plus de 300 millions de dollars de financement au gazoduc Coastal GasLink<sup>117</sup>.

## Dons et parrainages

**Orientation des dons :** les arts, les marathons, le hockey et la communauté<sup>118</sup>.

**Parrainages majeurs :** le Musée des beaux-arts du Canada<sup>119</sup>, les Prix Banque Scotia Giller<sup>120</sup>, la Scotiabank Arena (domicile des Maple Leafs et des Raptors de Toronto)<sup>121</sup>, la LNH<sup>122</sup> ainsi que plusieurs équipes de hockey incluant les Maple Leafs de Toronto, les Jets de Winnipeg, les Canucks de Vancouver, les Sénateurs d'Ottawa, les Oilers d'Edmonton et les Flames de Calgary.<sup>122</sup>

### Données financières

- Revenu 2020 : 43,6 milliards \$<sup>123</sup>
- Total des actifs au 31 octobre 2020 : 1 715,9 milliards \$
- Actifs en prêts au 31 octobre 2020 : 725,8 milliards \$

### Soutien aux combustibles fossiles

- Entre 2016 et 2020, la TD a fourni des prêts et des services de souscription au secteur des combustibles fossiles pour une valeur de 144 milliards de dollars. Ses plus importants clients comprenaient Enbridge (7,6 milliards \$), TransCanada (6,1 milliards \$) et Canadian Natural Resources (5,7 milliards \$).
- La TD détenait pour 26 milliards de dollars d'actions dans des entreprises de combustibles fossiles au 31 décembre 2020.
- La TD a prêté plus de 300 millions de dollars au gazoduc Coastal GasLink, et a participé au financement des pipelines Keystone XL et Enbridge Ligne 3<sup>124</sup>.

### Dons et parrainages

**Orientation des dons** : l'environnement<sup>125</sup>, les arts, les festivals de musique et les récompenses musicales, la culture, les communautés, l'alphabétisation, l'éducation financière<sup>126</sup> et certains sports.

**Montants remis** : 130 millions en 2020 pour leur programme « Prêts à agir »<sup>127</sup>. Ce chiffre n'inclut pas les sports et certains autres parrainages.

**Parrainages majeurs** : les Canucks de Vancouver<sup>128</sup>, les Blue Jays de Toronto<sup>129</sup>, les festivals de jazz à travers le Canada<sup>130</sup>, les défilés de fierté à travers le Canada<sup>131</sup>, les Prix Juno, les Prix de la CCMA (Canadian Country Music Association), les Prix SÉMA (Solstice d'été pour la musique autochtone), les Prix ECMA (East Coast Music Awards)<sup>132</sup>.

# NOTES

1. E. Porter, M. & R. Kramer, M. (2002). « The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy », *Harvard Business Review*, décembre 2002. <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>
2. RBC, Banque Royale du Canada, *Collectivité et impact social* (en ligne). <https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/index.html>
3. RBC, Banque Royale du Canada (2019). « La Banque Royale du Canada déclare ses résultats pour le quatrième trimestre et l'exercice 2019 », communiqué de presse, 4 décembre 2019. <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/la-banque-royale-du-canada-declare-ses-resultats-pour-le-quatrieme-trimestre-et-l-exercice-2019-887659012.html>
4. Rijk, G. et al. (2021), p.23. *Fossil fuel financing in Canada: Financial flows & balance sheet impacts*, rapport commandé par Greenpeace Canada, 27 juillet 2021. <https://www.greenpeace.org/static/planet4-canada-stateless/2021/08/a0d71ee1-canadian-banks-fossil-fuel-financing-greenpeace-canada-july-2021.pdf>
5. Banque TD, *Fondation TD des amis de l'environnement* (en ligne). <https://www.td.com/ca/fr/a-propos-de-la-td/la-promesse-a-agir/planete-dynamique/fae/>
6. RBC, Banque Royale du Canada. *Projet Eau Bleue RBC* (en ligne). <https://www.rbcwealthmanagement.com/fr-ca/community/insights/rbc-blue-water-project>
7. Banque TD, (2014). *Rapport sur la responsabilité d'entreprise 2014*. [https://www.td.com/francais/document/PDF/responsabilite/2014-Final-CRR\\_FR.pdf](https://www.td.com/francais/document/PDF/responsabilite/2014-Final-CRR_FR.pdf)
8. Association des banquiers canadiens (2018). *Les banques et les consommateurs*. [https://cba.ca/Assets/CBA/Documents/Files/Article%20Category/PDF/bkg\\_consumers\\_fr.pdf](https://cba.ca/Assets/CBA/Documents/Files/Article%20Category/PDF/bkg_consumers_fr.pdf)
9. Association canadienne des producteurs pétroliers. *2021 Scotiabank CAPP Energy Symposium*. <https://www.capp.ca/news-releases/2021-scotiabank-capp-energy-symposium/>
10. Simon, B. « Canada's Oil Sector Fights Pollution Plan », *The New York Times*. 26 novembre 2002. <https://www.nytimes.com/2002/11/26/business/canada-s-oil-sector-fights-pollution-plan.html>
11. Lewis, J. & McCarthy, S. « Conservative politicians, oil executives map out strategy for ousting federal Liberals in growing collaboration. », *The Globe and Mail*, 25 avril 2019. <https://www.theglobeandmail.com/politics/article-conservative-politicians-oil-executives-map-out-strategy-for-ousting/>
12. De Souza, M. « Trudeau offers new money to oil patch, but rejects calls to suspend climate action over », *Global News*, 17 avril 2020. <https://globalnews.ca/news/6830754/capp-justin-trudeau-laws-coronavirus/>
13. Kolm, J. « Are the big banks losing ground with young clients? », *Strategy Online*, 2 mai 2019. <https://strategyonline.ca/2019/05/02/are-the-big-banks-losing-ground-with-young-canadians/>
14. Environics Institute (2017). *Canadian Millennials. Social Values Study*. [https://www.environicsinstitute.org/docs/default-source/project-documents/canadian-millennial-social-values-study/final-report.pdf?sfvrsn=394cf27a\\_2](https://www.environicsinstitute.org/docs/default-source/project-documents/canadian-millennial-social-values-study/final-report.pdf?sfvrsn=394cf27a_2)
15. WARC (2019). *What's Working in Banking. Campaign updates and category trends*. [https://drive.google.com/file/d/1Cf3JtsbnD5\\_2xGYBt0Mx9GUiseBYEod/view](https://drive.google.com/file/d/1Cf3JtsbnD5_2xGYBt0Mx9GUiseBYEod/view)
16. Ibid
17. Brybe, B. (2015). *ScotiaBank Scene*, WARC, Institute of Communication Agencies. [https://drive.google.com/file/d/1C-Jvc\\_SH4reSjxDBoVZfA-gYG3dMImKt/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1C-Jvc_SH4reSjxDBoVZfA-gYG3dMImKt/view?usp=sharing)
18. Banque Scotia, *ScotiaINSPIRE* (en ligne). <https://www.scotiabank.com/ca/fr/qui-nous-sommes/responsabilite-et-impact/scotiainspire.html>
19. Banque TD. *Prix de musique* (en ligne). <https://www.musiquetd.com/music-awards>
20. CIBC, *Communauté et commandites*, Présentation de la Fondation CIBC (en ligne). <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship.html>
21. RBC, Banque Royale du Canada. *Objectif avenir* (en ligne). <https://www.rbc.com/dms/entreprise/objectifavenir/>
22. Institut Angus Reid (2018). « Dueling realities? Age, political ideology divide Canadians over cause & threat of climate change », *Angus Reid Institute*, 30 novembre 2018. <https://angusreid.org/climate-change-beliefs/>
23. Ibid
24. Rijk, G. et al. (2021). *Fossil fuel financing in Canada: Financial flows & balance sheet impacts*, rapport commandé par Greenpeace Canada, 27 juillet 2021. <https://www.greenpeace.org/static/planet4-canada-stateless/2021/08/a0d71ee1-canadian-banks-fossil-fuel-financing-greenpeace-canada-july-2021.pdf>
25. Agence internationale de l'énergie. « Net Zero by 2050: A Roadmap for the Global Energy Sector », mai 2021. <https://www.iea.org/reports/net-zero-by-2050>
26. Association des banquiers canadiens. « Les banques au Canada visent l'économie zéro émission nette d'ici 2050 » (en ligne), 27 janvier 2022. <https://cba.ca/banks-in-canada-committed-to-a-net-zero-economy-by-2050?l=fr>
27. Gunningham, N. & Sinclair, D. « Voluntary Approaches to Environmental Protection: Lessons from the Mining and Forestry Sectors », *OECD Global Forum on International Investment*, 8 février 2002. <https://www.oecd.org/env/1819792.pdf>
28. Quinson, T. « Wall Street's \$22 Trillion Carbon Time Bomb. », *Financial Post*, 24 novembre 2021. <https://financialpost.com/pmn/business-pmn/wall-streets-22-trillion-carbon-time-bomb>
29. Friends of the Earth Scotland & Global Witness. *Briefing: Tyndall Centre, "A Review of the Role of Fossil Fuel Based Carbon Capture and Storage in the Energy System"*. <https://foe.scot/wp-content/uploads/2021/01/CCS-Research-Summary-Briefing.pdf>

30. Indigenous Climate Action (2021). *Decolonizing Climate Policy in Canada: Report from Phase One*. <https://www.indigenousclimateaction.com/entries/new-ica-report-critique-of-federal-climate-policy-plans>
31. Gouvernement du Canada. *Document d'information : Loi sur la déclaration des Nations unies sur les droits des peuples autochtones* (en ligne). <https://www.justice.gc.ca/fra/declaration/apropos-about.html>
32. Oxfam International (2019). *Consent is Everybody's Business: Why banks need to act on free, prior and informed consent*. <https://policy-practice.oxfam.org/resources/consent-is-everybodys-business-why-banks-need-to-act-on-free-prior-and-informed-620854/>
33. Wilson, L. « Gidim't'en evict Coastal GasLink from Wet'suwet'en territory. », *APTNews*. 15 novembre 2021. <https://www.aptnnews.ca/national-news/gidimten-evict-coastal-gaslink-from-wetsuweten-territory/>
34. Rainforest Action Network (2020). *Who's banking Line 3 and Keystone XL*. [https://www.ran.org/wp-content/uploads/2020/12/RAN-Briefing\\_Line3\\_KXL.pdf](https://www.ran.org/wp-content/uploads/2020/12/RAN-Briefing_Line3_KXL.pdf)
35. Carleton, A. « An Oil Company Paid Police \$2 Million to Defend Its Pipeline From Protests », *Vice*, 9 août 2021. <https://www.vice.com/en/article/4avp3w/an-oil-company-paid-police-dollar2-million-to-defend-its-pipeline-from-protests>
36. Greenpeace Canada, « Sondage : 70% des Canadien-nes veulent de la cohérence entre les objectifs net zéro des banques et leurs investissements. », communiqué de presse, 9 décembre 2021. <https://www.greenpeace.org/canada/fr/communique-de-presse/51618/sondage-70-des-canadien-c2%b7nes-veulent-de-la-coherence-entre-les-objectifs-net-zero-des-banques-et-leurs-investissements/>
37. Justin Guay [@Guay\_JG]. (25 janvier 2022). *I don't think activists could have written this ad better themselves. All eyes on bank climate action in 2022* [Tweet] Twitter. [https://twitter.com/Guay\\_JG/status/1485986460482240512](https://twitter.com/Guay_JG/status/1485986460482240512)
38. Quinson, T. « Wall Street's \$22 Trillion Carbon Time Bomb », *BNN Bloomberg*, 24 novembre 2021. <https://www.bnnbloomberg.ca/wall-street-s-22-trillion-carbon-time-bomb-1.1686508>
39. Kanda, S. « Cheque yourself: Improving macroeconomic conditions are expected to boost industry revenue. Commercial Banking in Canada Industry Report », *IBISWorld*, août 2020. [https://drive.google.com/file/d/1wrOS-YtG\\_tcq\\_DhbPLh8YvpA7efNn9YS/view](https://drive.google.com/file/d/1wrOS-YtG_tcq_DhbPLh8YvpA7efNn9YS/view)
40. Banque Laurentienne. « La Banque Laurentienne présente un plan stratégique visant la croissance rentable à long terme », communiqué de presse, 10 décembre 2021. [https://blcgf.ca/salle-de-presse/?pr\\_article=https%3A%2F%2Fwww.globenewswire.com%2Fnews-releases%2F2021%2F12%2F10%2F2350113%2F0%2Ffr%2FLa-Banque-Laurentienne-pr%C3%A9sente-un-plan-strat%C3%A9gique-visant-la-croissance-rentable-%C3%A0-long-terme.html](https://blcgf.ca/salle-de-presse/?pr_article=https%3A%2F%2Fwww.globenewswire.com%2Fnews-releases%2F2021%2F12%2F10%2F2350113%2F0%2Ffr%2FLa-Banque-Laurentienne-pr%C3%A9sente-un-plan-strat%C3%A9gique-visant-la-croissance-rentable-%C3%A0-long-terme.html)
41. RBC Revealed. *Home*. Voir <https://rbcrevealed.com/> et <https://www.rcinet.ca/en/2021/01/29/demonstrators-protest-banks-funding-fossil-fuels/>
42. Carbon Disclosure Project (2021). *TD Bank Group - Climate Change 2020*. [https://drive.google.com/file/d/1WTdqBv1Hj6JsP\\_xcblzaiDPAYjg6OoiY/view](https://drive.google.com/file/d/1WTdqBv1Hj6JsP_xcblzaiDPAYjg6OoiY/view)
43. Carbon Disclosure Project (2021). *Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC) - Climate Change 2020*. <https://www.cibc.com/content/dam/cibc-public-assets/about-cibc/corporate-responsibility/environment/documents/cibc-cdp-climate-change-response-2020-en.pdf>
44. Carbon Disclosure Project (2019). *Bank of Nova Scotia (Scotiabank) - Climate Change 2020*. [https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/canada/en/documents/about/FY\\_2019\\_CDP\\_Submission.pdf](https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/canada/en/documents/about/FY_2019_CDP_Submission.pdf)
45. RBC, Banque Royale du Canada (2021). *Rapport du Groupe de travail sur l'information financière relative aux changements climatiques 2020*. [https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/\\_assets-custom/pdf/RBC-TCFD-Report-2020.PDF](https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/_assets-custom/pdf/RBC-TCFD-Report-2020.PDF)
46. *Ibid*
47. Banque Scotia (2019). « Bank of Nova Scotia (Scotiabank) - Climate Change 2020 », Carbon Disclosure Project. [https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/canada/en/documents/about/FY\\_2019\\_CDP\\_Submission.pdf](https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/canada/en/documents/about/FY_2019_CDP_Submission.pdf)
48. Oreskes, N. « Merchants of Doubt : How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming », *New York :Bloomsbury Press*, 2011.
49. Fooks, G. J., & Gilmore, A. B. « Corporate philanthropy, political influence, and health policy », *PloS one* vol. 8(11): e80864, 27 novembre 2013. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3842338/>
50. Tesler, L. E. & Malone R. E. « Corporate Philanthropy, Lobbying, and Public Health Policy », *American Journal of Public Health* 98, no. 12 (1 décembre 2008): pp. 2123-2133. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2007.128231>
51. Fooks, G. J., & Gilmore, A. B. « Corporate philanthropy, political influence, and health policy », *PloS one* vol. 8(11): e80864, 27 novembre 2013. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3842338/>
52. *Ibid*
53. Oreskes, N. « Merchants of Doubt : How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming ». *New York: Bloomsbury Press*, 2011. Voir également : <https://tobaccotactics.org/wiki/influencing-science-commissioning-research-and-reviews/>
54. Coll, S. « Private empire : ExxonMobil and American power ». *New York: Penguin Press*, 2012.
55. Supran, G. & Franta B. « The fossil fuel industry's invisible colonization of academia », *The Guardian*, 13 mars 2017. <https://www.theguardian.com/environment/climate-consensus-97-per-cent/2017/mar/13/the-fossil-fuel-industrys-invisible-colonization-of-academia>
56. Bickis, I. « Banks offer big climate commitments in 2021, but key details are yet to come », *The Globe and Mail*, 26 décembre 2021. <https://www.theglobeandmail.com/business/article-banks-offer-big-climate-commitments-in-2021-but-key-details-are-yet-to/>
57. Institute for Sustainable Finance, « Canada's Leading Financial Institutions Commit \$5 Million to Institute for Sustainable Finance », communiqué de presse, 19 novembre 2020. <https://www.businesswire.com/news/home/20201119005194/en/%C2%A0Canada%E2%80%99s-Leading-Financial-Institutions-Commit-5-Million-to-Institute-for-Sustainable-Finance>
58. Institute for Sustainable Finance, *Donors and Corporate supporters*, Smith School of Business, Queen's University. (en ligne) <https://smith.queensu.ca/centres/isf/supporters.php>
59. Tobacco Control Laws (2021). *Legislation by country: Canada* (en ligne). <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/canada/>

summary#:

60. « SCC upholds federal rules on tobacco advertising », *CTV News*, 28 juin 2007. <https://www.ctvnews.ca/scc-upholds-federal-rules-on-tobacco-advertising-1.246756>
61. Canada (Procureur général) c. JTI-Macdonald Corp., [2007] 2 R.C.S. 610, 2007 CSC 30 <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/fr/item/2369/index.do?q=JTI-Macdonald+Corp>
62. *Ibid*
63. Olszynski, M, et al. « From Smokes to Smokestacks: Lessons from Tobacco for the Future of Climate Change Liability », [SSRN Scholarly Paper, ID 2957921], *Social Science Research Network*, 24 avril 2017. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2957921](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2957921)
64. Kay, J. « When BC Cancer Foundation Seeks Sponsorship, Big Oil Need Not Apply », *National Post*, 22 août 2013. <https://nationalpost.com/opinion/charities-would-be-wrong-to-demonize-big-oil-amid-pipeline-controversy>
65. Cour Suprême du Canada. *Renvois relatifs à la Loi sur la tarification de la pollution causée par les gaz à effet de serre*, 25 mars 2021. <https://decisions.scc-csc.ca/scc-csc/scc-csc/fr/item/18781/index.do>
66. Oreskes, N. « Merchants of Doubt : How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming ». *New York: Bloomsbury Press*, 2011.
67. Ban Fossil Fuel Ads. Home. <https://banfossilfuelads.org/>
68. Thompson, T. « Young people's climate anxiety revealed in landmark survey », *Nature*. 22 septembre 2021. <https://www.nature.com/articles/d41586-021-02582-8>
69. UNICEF (2021). *One milliard children 'at extremely high risk' of the impacts of the climate crisis*. <https://www.unicef.org/press-releases/one-milliards-children-extremely-high-risk-impacts-climate-crisis-unicef>
70. Cour Suprême du Canada. *Renvois relatifs à la Loi sur la tarification de la pollution causée par les gaz à effet de serre*, 25 mars 2021. <https://decisions.scc-csc.ca/scc-csc/scc-csc/fr/item/18781/index.do>
71. Vergunst, F. & Berry, H.L. « How Is Climate Change Impacting Young People's Mental Health? », *World Economic Forum*, 7 octobre 2021. <https://www.weforum.org/agenda/2021/10/how-is-climate-change-affecting-the-mental-health-of-young-people/>
72. Kirk, K. « Burning Fossil Fuels Heats the Climate. It Also Harms Public Health. », *Yale Climate Connections*, 13 mars 2020. <https://yaleclimateconnections.org/2020/03/burning-fossil-fuels-heats-the-climate-it-also-harms-public-health/>
73. State Energy and Impact Center, NYU School of Law. *Health Effects of Burning Fossil Fuels* (en ligne). <https://www.law.nyu.edu/centers/state-impact/projects-reports/projects/climate-and-health/health-effects-of-burning-fossil-fuels>
74. Association Canadienne de Santé Publique (2019). *Les professionnels de la santé interpellent les partis politiques fédéraux : il faut agir pour prévenir les changements climatiques catastrophiques*, communiqué de presse, 5 février 2019. <https://www.cpha.ca/fr/les-professionnels-de-la-sante-interpellent-les-partis-politiques-federaux-il-faut-agir-pour>
75. Tabuchi, H. & Popovich, N. « People of Color Breathe More Hazardous Air. The Sources Are Everywhere », *The New York Times*, 28 avril 2021. <https://www.nytimes.com/2021/04/28/climate/air-pollution-minorities.html>; Voir aussi : Patnaik, A. et al. « Racial Disparities and Climate Change », Princeton Student Climate Initiative, 15 août 2020. <https://psci.princeton.edu/tips/2020/8/15/racial-disparities-and-climate-change>
76. Jarvis, C. « Cancer-causing air pollution forecast at 44 times annual level in Ont. First Nation, docs show » *Global News*, 15 novembre 2021. <https://globalnews.ca/news/8369470/ontario-first-nation-air-pollution-cancer-causing-chemicals-new-data/>
77. Eggertson, L. « High cancer rates among Fort Chipewyan residents », *Canadian Medical Association Journal*, 8 décembre 2009 181(12) E309. [doi.org/10.1503/cmaj.090248](https://doi.org/10.1503/cmaj.090248)
78. CBC News. « Arsenic, Mercury Higher in Northern Alberta Wild Food » *CBC News*, 30 janvier 2014. <https://www.cbc.ca/news/canada/north/arsenic-mercury-higher-in-northern-alberta-wild-food-1.2516748>
79. Jambeck, J.R. et al. (2015). « Plastic waste inputs from land into the ocean », *Science*, Vol 347, Issue 6223. DOI: 10.1126/science.1260352
80. Bauer, F. & Dan Nielsen, T. « Oil companies are ploughing money into fossil-fuelled plastics production at a record rate – new research », *The Conversation*, 2 novembre 2021. <https://theconversation.com/oil-companies-are-ploughing-money-into-fossil-fuelled-plastics-production-at-a-record-rate-new-research-169690>
81. Rahman, J. « The Blue Water Project: RBC Royal Bank », *Aim2Flourish*. <https://aim2flourish.com/innovations/the-blue-water-project>
82. Root, T. « Inside the Long War to Protect Plastic », *The Center for Public Integrity*, 16 mai 2019. <https://publicintegrity.org/environment/pollution/pushing-plastic/inside-the-long-war-to-protect-plastic/>
83. Lerner, S. « Waste Only: How the Plastics Industry Is Fighting to Keep Polluting the World », *The Intercept*, 20 juillet 2019. <https://theintercept.com/2019/07/20/plastics-industry-plastic-recycling/>
84. Kay, S. « For Winter Sports, Climate Change Poses Existential Threat », *Sports Illustrated*, 22 avril 2019. <https://www.si.com/nhl/2019/04/22/climate-change-canada-winter-sports-hockey-backyard-rinks>
85. Ball, D.P. « B.C. Warns of Double Health Threat as Extreme Heat Combines with Smoke from Wildfires », *CBC News*, 12 août 2021. <https://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/bc-wildfire-smoke-heat-wave-aug-12-1.6139099>
86. Greenpeace Canada. « Sondage : 70% des Canadien-nes veulent de la cohérence entre les objectifs net zéro des banques et leurs investissements. », communiqué de presse, 9 décembre 2021. <https://www.greenpeace.org/canada/fr/communiquede-presse/51618/sondage-70-des-canadien%2b7nes-veulent-de-la-coherence-entre-les-objectifs-net-zero-des-banques-et-leurs-investissements/>
87. BMO, Banque de Montréal. « Six des grandes banques canadiennes se joignent à l'alliance bancaire Net Zéro des Nations Unies », communiqué de presse, 15 octobre 2021. <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/six-des-grandes-banques-canadiennes-se-joignent-a-l-alliance-bancaire-net-zero-des-nations-unies-878099549.html>
88. United Nations Environment Program, *Net Zero Banking Alliance, Commitment statement*. <https://www.unepfi.org/net-zero-banking/commitment/>

89. Stand.Earth, « 90+ Groups Criticize Carney's Green Finance Alliances as Greenwashing Ahead of COP26 », communiqué de presse, 7 octobre 2021. <https://www.stand.earth/latest/climate-finance/canada%E2%80%99s-banks-and-fossil-fuels/90-groups-criticize-carney%E2%80%99s-green-finance>
90. BMO Groupe Financier (2020). *203e Rapport annuel aux actionnaires 2020*. [https://www.bmo.com/fr/archive/fr/bmo\\_FRar2020\\_accessible.pdf](https://www.bmo.com/fr/archive/fr/bmo_FRar2020_accessible.pdf)
91. Banktrack (2021-22), *Bank of Montreal (BMO)* [https://www.banktrack.org/bank/bmo\\_financial\\_group#dodgy\\_deals](https://www.banktrack.org/bank/bmo_financial_group#dodgy_deals), 18 janvier 2022; voir aussi *Coastal GasLink Pipeline* [https://www.banktrack.org/project/coastal\\_gaslink\\_pipeline#financiers](https://www.banktrack.org/project/coastal_gaslink_pipeline#financiers), 7 janvier 2021.
92. BMO, Banque de Montréal, *Commandites*. <https://www.bmo.com/principal/a-propos-de-nous/commandite>
93. *Ibid*
94. *Ibid*
95. Nelson, A. « BMO Extends Stadium Naming Rights Deal with MLSE », *SportsPro*, 23 février 2016. [https://www.sportspromedia.com/news/bmo\\_extends\\_stadium\\_naming\\_rights\\_deal\\_with\\_mlse](https://www.sportspromedia.com/news/bmo_extends_stadium_naming_rights_deal_with_mlse)
96. BMO, Banque de Montréal. *Commandites communautaires*. <https://notre-impact.bmo.com/pratiques/commandites-communautaires/>
97. CIBC, *Rapport annuel 2020*. [https://www.cibc.com/content/dam/about\\_cibc/investor\\_relations/pdfs/quarterly\\_results/2020/ar-20-fr.pdf](https://www.cibc.com/content/dam/about_cibc/investor_relations/pdfs/quarterly_results/2020/ar-20-fr.pdf)
98. Banktrack (2021-22), *Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC)* [https://www.banktrack.org/bank/cibc#dodgy\\_deals](https://www.banktrack.org/bank/cibc#dodgy_deals), 25 janvier 2022; voir aussi *Coastal GasLink Pipeline*, 7 janvier 2021. [https://www.banktrack.org/project/coastal\\_gaslink\\_pipeline#financiers](https://www.banktrack.org/project/coastal_gaslink_pipeline#financiers)
99. CIBC, *Communauté et commandites*, « Présentation de la Fondation CIBC » (en ligne) <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship.html>
100. Agence du revenu du Canada. *T3010 Registered Charity Information Return. Schedule 6 - Detailed financial information CIBC Children's Foundation*. Document consulté le 8 juin 2021. [https://drive.google.com/file/d/1w95Di\\_bIMSyoDagmeMjQu4vU9HxC-f\\_B/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1w95Di_bIMSyoDagmeMjQu4vU9HxC-f_B/view?usp=sharing)
101. CIBC, *Communauté et commandites*, « Présentation de la Fondation CIBC » (en ligne). <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship.html>
102. CIBC, *Communauté et commandites*, « Belle et bien dans sa peau » (en ligne). <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship/look-good-feel-better.html>
103. CIBC, *Communauté et commandites*, « Cyclo-défi contre le cancer » (en ligne). <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship/ride-to-conquer-cancer-sean.html>
104. CIBC, *Communauté et commandites*, « Movember » (en ligne). <https://www.cibc.com/fr/about-cibc/corporate-responsibility/community-and-sponsorship/movember.html>
105. Canadian Hockey League, « CIBC teams up with CHL in new multi-year partnership », communiqué de presse, 22 septembre 2016. <https://chl.ca/article/cibc-teams-up-with-chl-in-new-multi-year-partnership>
106. CIBC, Banque Canadienne impériale de commerce. « La Banque CIBC et l'Autorité aéroportuaire du Grand Toronto nouent un partenariat pour améliorer l'expérience des voyageurs à l'aéroport international Pearson de Toronto », communiqué de presse, 31 octobre 2018. <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/la-banque-cibc-et-lautorite-aeroportuaire-du-grand-toronto-nouent-un-partenariat-pour-ameliorer-l'experience-des-voyageurs-a-laeroport-international-pearson-de-toronto-699129631.html>
107. RBC, Banque Royale du Canada, *Rapport annuel 2020*, p.15. [https://www.rbc.com/investisseurs/\\_assets-custom/pdf/ar\\_2020\\_f.pdf](https://www.rbc.com/investisseurs/_assets-custom/pdf/ar_2020_f.pdf)
108. RBC, Banque Royale du Canada, *Collectivité et impact social* (en ligne). <https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/index.html>
109. RBC, Banque Royale du Canada, *RBC Capital Markets*, « Golf » (en ligne). <https://www.rbccm.com/en/about-us/golf.page>
110. RBC, Banque Royale du Canada, *Collectivité et impact social* (en ligne). <https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/index.html>
111. Agence du revenu du Canada. *T3010 Registered Charity Information Return. Schedule 6 - Detailed financial information RBC Foundation*. Document consulté le 5 octobre 2021. <https://drive.google.com/file/d/1H5rC23Z8bXAaSX26g3ssu711xxhHRqBB/view?usp=sharing>
112. Agence du revenu du Canada. *T1236 Feuille de travail - Donataires reconnus / Montants fournis aux autres organismes*, accessible via <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/formulaires-publications/formulaires/t1236.html>
113. RBC, Banque Royale du Canada. *Collectivité et impact social*, « Projet Artistes émergents RBC » (en ligne). <https://www.rbc.com/collectivite-impact-social/projet-artistes-emergents.html>
114. RBC, Banque Royale du Canada, *RBC Capital Markets*, « Golf » (en ligne). <https://www.rbccm.com/en/about-us/golf.page>
115. RBC, Banque Royale du Canada, *RBC Capital Markets*, « Sponsorships » (en ligne). <https://www.rbccm.com/en/about-us/sponsorships.page>
116. Banque Scotia, *Rapport annuel 2020*. [https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/corporate/quarterly-reports/2020/q4/BNS\\_Annual\\_Report\\_2020\\_fr.pdf](https://www.scotiabank.com/content/dam/scotiabank/corporate/quarterly-reports/2020/q4/BNS_Annual_Report_2020_fr.pdf)
117. Banktrack (2021-22). *Scotiabank*. [https://www.banktrack.org/bank/scotiabank#dodgy\\_deals](https://www.banktrack.org/bank/scotiabank#dodgy_deals), 6 janvier 2022; Voir aussi *Coastal GasLink Pipeline* [https://www.banktrack.org/project/coastal\\_gaslink\\_pipeline#financiers](https://www.banktrack.org/project/coastal_gaslink_pipeline#financiers), 7 janvier 2021.
118. Banque Scotia, *Parrainages* (en ligne). <https://www.scotiabank.com/ca/fr/qui-nous-sommes/parrainages.html>
119. Banque Scotia, *Parrainages*, « Institut Canadien de la Photographie » (en ligne). <https://www.scotiabank.com/ca/en/about/sponsorships/arts/canadian-photography-institute.html>
120. Banque Scotia, *Parrainages*, « Prix Banque Scotia Giller » (en ligne). <https://www.scotiabank.com/ca/fr/qui-nous-sommes/parrainages/arts/prix-banque-scotia-giller.html>
121. Banque Scotia, *Parrainages*, « Scotiabank Arena » (en ligne). <https://www.scotiabank.com/ca/en/about/sponsorships/hockey/scotiabank-arena.html>
122. Sportsnet, « Rogers and Scotiabank Sign Six-Year NHL Media Sponsorship Agreement », communiqué de presse, 28 mai 2014. <https://www.sportsnet.ca/rogers-and-scotiabank-sign-six-year-nhl-media-sponsorship-agreement/#:~:text=Scotiabank%20is%20the%20Official%20Bank,with%20the%20Montreal%20Canadiens%C2%AE>

123. Banque TD, *Rapport annuel 2020*. [https://www.td.com/francais/document/PDF/ar2020/ar2020-Rapport-complete\\_F.pdf](https://www.td.com/francais/document/PDF/ar2020/ar2020-Rapport-complete_F.pdf)
124. Banktrack. (2021-22). *Toronto-Dominion Bank*. [https://www.banktrack.org/bank/td\\_bank\\_financial\\_group#dodgy\\_deals](https://www.banktrack.org/bank/td_bank_financial_group#dodgy_deals) 1er mars 2022; Voir aussi *Coastal GasLink Pipeline* [https://www.banktrack.org/project/coastal\\_gaslink\\_pipeline#financiers](https://www.banktrack.org/project/coastal_gaslink_pipeline#financiers), 7 janvier 2021.
125. Banque TD, « La promesse TD Prêts à agir », *Fondation TD des amis de l'environnement* (en ligne). <https://www.td.com/ca/fr/a-propos-de-la-td/la-promesse-a-agir/planete-dynamique/fae/>
126. Banque TD, « La promesse TD Prêts à agir », *À propos* (en ligne). <https://www.td.com/ca/fr/a-propos-de-la-td/la-promesse-a-agir/>
127. Banque TD, *Rapport sur La promesse TD Prêts à agir 2020*. <https://www.td.com/document/PDF/ESG/2020-TDRC-Report-FR.pdf>
128. Banque TD, *Prix de musique* (en ligne). <https://www.musiquetd.com/music-awards>
129. Banque TD, « La TD renouvelle sa relation et continue d'être la banque officielle des Blue Jays de Toronto » *Actualité TD*, 26 mars 2019. <https://actualites.td.com/ca/fr/article/td-renouvelle-son-relation-et-continue-d-etre-la-banque-officielle-des-blue-jays-de-toronto?lang=swap>
130. Banque TD, « Musique TD », *Accueil* (en ligne). <https://www.musiquetd.com/>
131. Banque TD (2014), *Une question de fierté : célébrer la communauté LGBTQIA*. <https://www.td.com/francais/document/PDF/responsabilite/French%20online%20LGBTQA%20report.pdf>
132. Banque TD, *Prix de musique* <https://www.musiquetd.com/music-awards>

# GREENPEACE



**Greenpeace Canada** est un organisme indépendant qui prône la non-violence et utilise la confrontation créative pour exposer les problèmes environnementaux mondiaux et pour imposer les solutions qui sont essentielles à un avenir vert et pacifique. L'objectif de Greenpeace est d'assurer la capacité de la Terre à nourrir la vie dans toute sa diversité.

**"Banking on a Better Future"** est une organisation de jeunes activistes et organisateurs-trices de tout le Canada, qui compte comme membres "Climate Strike Canada" et "Divest Canada Coalition". Nous pensons que les jeunes représentent une menace sérieuse pour les modèles d'affaires des institutions financières en tant que clientèle à long terme, et nous nous sommes constitués dans le but de mobiliser les jeunes pour faire pression sur les banques canadiennes afin qu'elles cessent de financer des projets de combustibles fossiles et qu'elles respectent le consentement libre, préalable et éclairé des peuples autochtones.



# GREENPEACE

