



Chambre de la  
Sécurité  
Financière

Montréal, le 9 mai 2011

PAR COURRIEL : [Anne-Marie.Beaudoin@lautorite.qc.ca](mailto:Anne-Marie.Beaudoin@lautorite.qc.ca)

Maître Anne-Marie Beaudoin  
Secrétaire de l'Autorité  
Autorité des marchés financiers  
800, square Victoria, 22<sup>e</sup> étage  
C.P. 246, tour de la Bourse  
Montréal (Québec) H4Z 1G3

**Objet : Consultation relative à la Ligne directrice sur les pratiques commerciales**

Maître,

La Chambre de la sécurité financière (« la Chambre ») est heureuse de présenter ses commentaires à l'égard du projet de Ligne directrice sur les pratiques commerciales (« le projet de Ligne directrice ») qui a été publié le 11 mars 2011 au Bulletin de l'Autorité des marchés financiers (« l'Autorité »).

Bien que le projet de ligne directrice ne s'adresse qu'aux assureurs et autres institutions financières et ne couvre pas les activités spécifiques de distribution de produits et services financiers qui font l'objet de règles prévues à la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, la Chambre croit important de souligner que les pratiques commerciales mises en place ou élaborées dans le cadre de la présente ligne directrice ont nécessairement un impact sur les activités de distribution. Nous croyons qu'il est nécessaire que les mesures adoptées tiennent compte du contexte dans lequel doivent évoluer les représentants membres de la Chambre et des règles déontologiques strictes auxquelles ils sont tenus.

Pour présenter nos observations, nous suivrons l'ordre des rubriques du projet de ligne directrice.

#### **A.1 Rôles et responsabilités du conseil d'administration et de la haute direction**

La Chambre se réjouit de constater que l'Autorité précise l'importance pour les conseils d'administrations et les hautes directions de « *s'assurer que les stratégies de rémunération globale destinées aux gestionnaires, de même qu'au personnel des*

*Ventes ou à toute personne pouvant intervenir dans la relation établie entre l'institution et son client, ne nuisent pas au traitement équitable des consommateurs ».* Or, la Chambre désire souligner que ces dirigeants devront se pencher plus attentivement sur le mode de rémunération (voir nos commentaires à ce sujet à la rubrique A.2) particulièrement dans le contexte où seul un représentant dûment certifié peut recevoir une rémunération découlant de la vente d'un produit ou d'un service financier et que cette rémunération doit se faire dans le respect du cadre établi par la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, ceci afin d'assurer une protection du public adéquate dans l'offre de service aux consommateurs. Par ailleurs, elle reconnaît également l'importance pour ces dirigeants de formaliser les pratiques de recrutement et de formation du personnel, particulièrement les employés affectés à la vente, pour s'assurer qu'ils rencontrent et maintiennent de hauts standards en matière d'éthique, d'intégrité et de compétence.

### **A.2 Cadre de gestion des incitatifs**

La Chambre exprime son accord à l'égard de l'exigence d'élaborer des « *stratégies de rémunération globale de façon à ce que les incitatifs mis en place ne nuisent pas au traitement équitable des consommateurs* ». Dans le cadre de la mise en œuvre de ces stratégies, la Chambre rappelle, comme elle l'avait précisé dans sa réponse à la consultation précédente, qu'une attention particulière doit être apportée sur l'étude de la problématique du versement de commissions à d'ex-représentants ne détenant plus de certificat valide et n'étant donc pas en mesure d'offrir aux consommateurs les services et conseils requis. De plus, il serait intéressant de songer à créer un groupe de travail qui pourrait se pencher sur les impacts que peuvent avoir les divers incitatifs, tels les concours de vente, sur le réseau de distribution surtout à l'égard des règles qui imposent aux membres de la Chambre de maintenir leur indépendance et de prioriser en tout temps l'intérêt de leurs clients. Il est primordial de faire en sorte que toute stratégie de rémunération élaborée par les institutions financières favorise l'exercice des représentants dans le respect de leurs obligations déontologiques.

### **A.3 Conception et commercialisation des produits**

La Chambre est heureuse de constater que l'exigence imposée aux institutions financières de développer et de commercialiser des produits en considérant les intérêts des consommateurs ciblés précise que les différentes étapes de son processus devraient permettre de « *donner de la formation afin que la force de vente ait une compréhension adéquate du produit, des documents afférents et du marché cible* ». Nous croyons, tel que nous l'avons déjà mentionné, que les institutions financières ont un rôle et des obligations importantes en matière de formation des représentants, que ceux-ci soient leurs employés ou qu'ils soient liés à elles par un contrat de distribution, puisque qu'une formation adéquate de ceux-ci permet d'atteindre un degré élevé de compétence professionnelle, bénéfique à la protection des épargnants et investisseurs. Ceci devient d'autant plus pertinent étant donné la variété et la complexité des produits mis en marché par les institutions financières.

N'hésitez pas à communiquer avec nous si des informations additionnelles ou des précisions étaient nécessaires.

Nous vous prions de recevoir, Maître, l'expression de nos salutations distinguées.

Le président et chef de la direction,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luc Labelle', written in a cursive style.

Luc Labelle, M.Sc.

LL/sv