



**AUTORITÉ
DES MARCHÉS
FINANCIERS**

LIGNE DIRECTRICE SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES

Novembre 2009

	Page	Partie	Section
Préambule	3		
Introduction	4		
Approche préconisée pour la ligne directrice	5		
Champ d'application	6		
Entrée en vigueur et processus de mise à jour	7		
Surveillance des pratiques commerciales	8		
ATTENTES GÉNÉRALES		A	
Rôles et responsabilités du conseil d'administration et de la haute direction			A1
Conception, sélection, promotion et distribution de produits et services financiers			A2
Prestation de conseils			A3
Examen des plaintes et règlement des différends			A4
Protection des renseignements obtenus des consommateurs			A5
ATTENTES SPÉCIFIQUES		B	
Dépôts et assurances			B1
Dépôts			B2
Assurances			B3
Coopératives de services financiers			B4
Sociétés de fiducie et Sociétés d'épargne			B5
Assureurs de dommages			B6
Assureurs de personnes			B7

Préambule

La présente ligne directrice est une indication des attentes de l'Autorité des marchés financiers (l'« Autorité ») à l'égard de l'obligation légale des institutions financières de suivre de saines pratiques commerciales. Elle porte sur l'exécution, l'interprétation et l'application de cette obligation imposée aux institutions financières.

Dans cette optique, l'Autorité privilégie une approche basée sur des principes plutôt que d'édicter des règles précises. Or, la présente ligne directrice diffère de celles déjà en place en ce qu'elle se fonde partiellement sur des règles prévues par la législation et la réglementation en vigueur¹. La ligne directrice confère néanmoins aux institutions financières la latitude nécessaire leur permettant de déterminer elles-mêmes les stratégies, politiques et procédures pour la mise en œuvre des principes permettant de suivre de saines pratiques commerciales et de voir à leur application en regard de la nature, de la taille et de la complexité de leurs activités.

L'Autorité considère la gouvernance, la gestion intégrée des risques et la conformité (GRC) comme les assises sur lesquelles doivent reposer de saines pratiques commerciales et conséquemment, les bases sur lesquelles l'encadrement prudentiel donné par l'Autorité s'appuiera.

La présente ligne directrice s'inscrit dans cette perspective et énonce les attentes de l'Autorité en matière de saines pratiques commerciales pour les institutions financières.

¹ Par exemple, la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2 (« LDPSF ») et ses règlements.

Introduction

La mondialisation des marchés financiers, le décloisonnement de l'offre, les structures organisationnelles complexes, le recours à l'ingénierie financière et l'évolution des technologies de l'information sont parmi les facteurs ayant contribué à créer un environnement à plus haut risque pour les institutions financières. Les questions d'éthique, d'intégrité et de compétence sont également prépondérantes pour une industrie qui repose sur la confiance. Dans cette perspective, l'engagement ferme des membres de conseils d'administration et hauts dirigeants à gérer tous les risques et par le fait même le risque d'atteinte à la réputation, devient un facteur déterminant à la bonne conduite des institutions. Cet engagement implique une surveillance de leurs pratiques commerciales, car elles peuvent nuire à leur réputation et constituer une menace pour leur solvabilité.

L'Autorité, à titre de régulateur, doit notamment protéger les intérêts des consommateurs de produits et les utilisateurs de services financiers², soutenir la confiance du public dans l'industrie et ainsi, favoriser la stabilité du système financier. Dans cette optique, l'Autorité estime que les institutions financières ont, à titre de producteurs, promoteurs ou distributeurs de produits et services financiers, la responsabilité d'agir dans le meilleur intérêt de leurs clients.

En regard de son habilitation prévue³ aux diverses lois sectorielles administrées par l'Autorité, cette dernière donne la présente ligne directrice aux institutions financières, précisant ainsi ses attentes à l'égard de l'obligation légale de suivre des saines pratiques commerciales⁴.

Les attentes décrites s'inspirent des principes fondamentaux et des orientations énoncés par les instances internationales⁵ favorisant de saines pratiques commerciales ainsi que de nombreux documents produits par divers régulateurs, organismes d'autoréglementation ou associations de l'industrie.

² Le terme générique « consommateur » est utilisé dans le cadre de la présente pour désigner tant les consommateurs (assurés, épargnants, investisseurs, emprunteurs) de produits que les utilisateurs de services financiers.

³ *Loi sur les assurances*, L.R.Q., c. A-32, articles 325.0.1 et 325.0.2;
Loi sur les coopératives de services financiers, L.R.Q., c. C-67.3, article 565;
Loi sur les sociétés de fiducie et les sociétés d'épargne, L.R.Q., c. S-29.01, article 314.1.

⁴ *Loi sur les assurances*, L.R.Q., c. A-32, article 222.2;
Loi sur les coopératives de services financiers, L.R.Q., c. C-67.3, article 66.1;
Loi sur les sociétés de fiducie et les sociétés d'épargne, L.R.Q., c. S-29.01, article 177.3.

⁵ Banque des règlements internationaux, Principes fondamentaux pour un contrôle bancaire efficace, Octobre 2006.
Association internationale des contrôleurs d'assurance, Principes de base en matière d'assurance, Octobre 2003.

Approche préconisée pour la ligne directrice

Afin de développer un encadrement des pratiques commerciales empreint d'un souci de cohérence et favorisant le traitement équitable des consommateurs, la ligne directrice sur les pratiques commerciales se déploie en deux parties.

La partie A de la ligne directrice met l'emphase sur une démarche intersectorielle, divulguant les attentes générales de l'Autorité relatives à la conception, la sélection, la promotion et la distribution de produits et services financiers.

La partie B est quant à elle segmentée en fonction des secteurs financiers visés ou du type d'institutions concernées. Elle énonce certaines attentes plus spécifiques à l'égard d'un produit, un service ou une activité donnée, en précision des éléments couverts dans la partie A ou encore, en lien avec la législation et la réglementation existantes.

Cette structure permet d'apporter les modifications ou d'y ajouter des éléments au besoin, notamment afin de traiter des situations particulières.

Champ d'application

La présente ligne directrice sur les pratiques commerciales est applicable aux assureurs de personnes, aux assureurs de dommages, aux sociétés de gestion de portefeuille contrôlées par un assureur, aux sociétés mutuelles d'assurance, aux coopératives de services financiers, aux sociétés de fiducie et aux sociétés d'épargne régis par les lois suivantes :

- *Loi sur les assurances*, L.R.Q., c. A-32
- *Loi sur les coopératives de services financiers*, L.R.Q., c. C-67.3
- *Loi sur les sociétés de fiducie et les sociétés d'épargne*, L.R.Q., c. S-29.01.

Enfin, cette ligne directrice s'applique tant à l'institution financière qui opère de façon autonome qu'à celle qui fait partie d'un groupe financier⁶. Dans le cas des coopératives de services financiers et des sociétés mutuelles d'assurance membres d'une fédération, les normes ou politiques adoptées à leur intention par la fédération, doivent être cohérentes, voire convergentes, avec les principes de saines pratiques commerciales prescrites par la loi ainsi qu'avec les attentes indiquées à la présente ligne directrice.

Les expressions génériques « institution financière » ou « institution » sont utilisées pour faire référence à toutes les entités visées par le champ d'application.

⁶ Aux fins d'application de la présente, est considéré comme « groupe financier », tout ensemble de personnes morales formé d'une société mère (institution financière ou holding) et de personnes morales qui lui sont affiliées.

Entrée en vigueur et processus de mise à jour

La ligne directrice sur les pratiques commerciales est effective à compter du xx mois 201X.

En regard de l'obligation légale des institutions de suivre de saines pratiques commerciales, l'Autorité s'attend à ce que chaque institution s'approprie les attentes de la présente ligne directrice en élaborant des stratégies, politiques et procédures adaptées à sa nature, sa taille, la complexité de ses activités et son profil de risque, et qu'elle les mette en œuvre d'ici le xx mois 201X (2 ans après la mise en vigueur). Dans la mesure où une institution a déjà mis en place un tel encadrement, l'Autorité pourra vérifier si celui-ci permet à l'institution de rencontrer les exigences prescrites par la loi.

Cette ligne directrice sera actualisée en fonction de l'évolution des meilleures pratiques commerciales et des problématiques qui importeront le plus en termes de protection des intérêts des consommateurs québécois. Cette actualisation sera également effectuée à la lumière des constats dégagés dans le cadre des travaux de surveillance menés auprès des institutions financières, des données recueillies sur les plaintes et des sondages menés auprès des institutions ou des consommateurs.

Surveillance des pratiques commerciales

En lien avec sa volonté de favoriser l'instauration de saines pratiques commerciales au sein des institutions financières, l'Autorité entend procéder dans le cadre de ses travaux à l'évaluation du degré d'observance des attentes énoncées à la présente ligne directrice, en considérant les attributs propres à chaque institution. En conséquence, l'efficacité et la pertinence des stratégies, politiques et procédures mises en place par l'institution pour atteindre les résultats attendus en matière de saines pratiques commerciales ainsi que la qualité de la supervision indépendante exercée par le conseil d'administration et la haute direction pour s'assurer qu'ils s'y conforment sur le plan opérationnel seront évaluées.

De plus, les pratiques commerciales sont nombreuses et ne cessent d'évoluer. L'Autorité s'attend à ce que les instances décisionnelles de l'institution financière connaissent et s'approprient les meilleures pratiques, dans la mesure où celles-ci répondent à leurs besoins.

PARTIE A

ATTENTES GÉNÉRALES

	Section
Rôles et responsabilités du conseil d'administration et de la haute direction	A1
Conception, sélection, promotion et distribution de produits et services financiers	A2
Prestation de conseils	A3
Examen des plaintes et règlement des différends	A4
Protection des renseignements obtenus des consommateurs	A5

A1. Rôles et responsabilités du conseil d'administration et de la haute direction

L'Autorité s'attend à ce que les membres du conseil d'administration et de la haute direction participent activement à l'élaboration et la mise en œuvre de saines pratiques commerciales orientées notamment vers la protection des intérêts des consommateurs.

En considérant les rôles et responsabilités qui leur sont respectivement dévolus au sein de la Ligne directrice sur la gouvernance⁷, le conseil d'administration et la haute direction devraient notamment :

- démontrer leur engagement constant dans l'atteinte des résultats attendus en matière de pratiques commerciales, notamment :
 - élaborer des stratégies et des plans de mise en œuvre pour les réaliser;
 - identifier un haut dirigeant responsable de s'acquitter des initiatives visant à établir et promouvoir de saines pratiques commerciales;
 - développer une structure de rémunération des hauts dirigeants orientée sur des résultats à long terme;
 - mettre en place des rapports internes incluant les renseignements et les indicateurs les plus utiles pour leur permettre d'apprécier la performance de l'institution en matière de pratiques commerciales;
- s'assurer que l'encadrement de l'institution supporte l'atteinte des résultats attendus en matière de saines pratiques commerciales, notamment :
 - atténuer les risques de ventes inappropriées pour les besoins des consommateurs;
 - assurer, le cas échéant, une prestation de conseils de qualité;
 - traiter équitablement les plaintes des consommateurs;
 - protéger les renseignements obtenus des consommateurs;
- mettre en place un code d'éthique et de déontologie et communiquer au personnel l'importance d'en connaître la teneur et de s'y conformer;
- mettre en place des mécanismes et des contrôles permettant de s'assurer que les dérogations aux politiques et procédures ou toutes autres situations qui menacent la protection des intérêts des consommateurs font l'objet d'une attention particulière de la part des instances décisionnelles.

⁷ Autorité des marchés financiers, Ligne directrice sur la gouvernance, Avril 2009.

A2. Conception, sélection, promotion et distribution de produits et services financiers

L'Autorité s'attend à ce que l'institution financière développe un encadrement qui, de la sélection ou de la conception des produits et services financiers jusqu'à leur distribution, atténue les risques de ventes inappropriées pour les besoins des consommateurs.

Indépendamment de la structure organisationnelle ou de la configuration opérationnelle de l'institution, sa situation au sein d'un groupe et les rapports qu'elle y entretient, son recours ou non à des tiers⁸ ou à des réseaux de distribution indépendants et certifiés, l'Autorité s'attend à ce que l'institution agisse dans le meilleur intérêt de ses clients.

L'Autorité s'attend à ce que l'institution financière établisse des politiques et des procédures et mette en place des contrôles qui permettent d'offrir aux consommateurs des produits et services financiers qui répondent à leurs besoins, une information appropriée pour une prise de décision éclairée ainsi que, le cas échéant, des conseils de qualité pour réduire l'incidence de ventes inappropriées.

Avant de mettre en marché un produit ou service financier, l'institution devrait en effectuer une révision diligente en lien avec son modèle d'affaires, la réglementation existante et sa gestion des risques. Les politiques, procédures et contrôles mis en place devraient permettre notamment :

- d'offrir un produit ou un service viable et qui permet au consommateur de profiter d'un niveau sain de concurrence sur les marchés financiers;
- de cibler les consommateurs pour qui le produit ou le service est susceptible de répondre à leurs besoins de même que ceux pour lesquels il est susceptible de ne pas convenir;
- d'analyser les questions d'ordre financier, comptable et fiscal et d'évaluer les risques liés au produit ou service⁹, en considérant notamment les changements (menaces, débouchés) associés à l'environnement ou découlant des orientations de l'institution qui pourraient éventuellement nuire aux consommateurs;
- de prévoir les modes de distribution appropriés au produit ou au service en considérant notamment la législation et la réglementation en vigueur¹⁰ et la nécessité ou non d'assurer une prestation de conseils;

⁸ Par exemple, pour la conception de produits et de services, l'élaboration et la diffusion de documents d'information, du matériel publicitaire, du recrutement ou la formation de personnes assurant la prestation de conseils, etc..

⁹ Par exemple, les risques de crédit, de marché, de liquidité, d'assurance, de réputation et de conformité.

¹⁰ Distribution des produits d'assurance au Québec assujetti à la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2 et ses règlements.

- de prévoir les besoins en information des consommateurs pour une prise de décision éclairée, en tenant compte du fait qu'ils n'ont pas tous les mêmes besoins à cet égard;
- de prévoir, s'il y a lieu, la divulgation aux consommateurs de toute situation fondée sur des circonstances susceptibles de limiter ou de compromettre l'impartialité des conseils;
- de s'assurer que l'information destinée aux consommateurs puisse leur être communiquée sur demande et au moment opportun;
- de s'assurer que l'information destinée aux consommateurs par voie électronique, puisse également être disponible sur support papier;
- de planifier les besoins en information et en formation des personnes assumant la prestation de conseils afin d'assurer une connaissance et une compréhension adéquate des caractéristiques et des risques du produit ou service visé, et qu'ils puissent dégager toute information pertinente devant être communiquée aux consommateurs;
- de prévoir une évaluation minutieuse des principales caractéristiques d'un nouveau produit ou service et des documents d'information afférents par des personnes compétentes émanant de tous les secteurs concernés de l'institution¹¹, incluant un produit ou service en provenance d'une tierce partie;
- de s'assurer que l'information relative au produit ou au service est claire, pertinente, véridique et non trompeuse et que le tout respecte la législation ou la réglementation en vigueur, le cas échéant;
- de prévoir la révision du matériel publicitaire et des autres communications destinées aux consommateurs, indépendamment de la personne ou de l'organisme qui a préparé ou conçu ces documents;
- de prévoir que le consommateur puisse avoir accès, suite à l'achat initial d'un produit ou d'un service, à de l'information additionnelle;
- de prévoir des systèmes et des contrôles pour aviser les consommateurs des correctifs apportés au produit ou au service, le cas échéant;
- de prévoir le maintien d'un dossier sur la révision diligente effectuée par l'institution à l'égard du produit ou du service;
- de prévoir un suivi du produit ou du service après son lancement pour s'assurer qu'il répond toujours aux besoins des consommateurs ciblés, évaluer la performance des différents modes de distribution utilisés en matière de saines pratiques commerciales ou encore, apporter les correctifs requis.

¹¹ Conformité, gestion des risques, finances, ventes, etc..

A3. Prestation de conseils

L'Autorité s'attend à ce que l'institution financière s'assure d'une prestation de conseils de qualité.

Certains produits et services financiers offerts sur le marché présentent peu de risques pour les consommateurs et ne requièrent pas de conseils. D'autres produits et services, parfois complexes, difficiles à comprendre ou à évaluer ou pouvant avoir des conséquences sur la situation financière d'un consommateur, nécessitent des conseils.

Que la prestation de conseils soit directe ou indépendante¹², l'Autorité s'attend à ce que l'institution s'assure de la meilleure prestation de conseils possible. Par conséquent, l'institution devrait mettre en place des politiques, des procédures et des contrôles afin de s'assurer d'une prestation de conseils de qualité, respectant les exigences légales et réglementaires, le cas échéant¹³. La prestation de conseils devrait prévoir notamment :

- une analyse juste et équitable des éléments pertinents;
- la communication, au moment approprié, d'une information qui tient compte du niveau de connaissance et d'expérience du consommateur en matière de produits et services financiers, de manière à appuyer une prise de décision éclairée;
- la divulgation de toute situation susceptible de compromettre l'impartialité des conseils, de les limiter ou de placer les intérêts de l'institution ou autres tiers avant ceux du consommateur.
- les éléments que doivent contenir les « dossiers clients » de manière à ce que l'institution puisse exercer un contrôle indépendant *a posteriori* sur la qualité des conseils, apporter les correctifs requis à la prestation de conseils ou être en mesure de traiter équitablement les plaintes qui lui sont formulées.

Pour assurer une prestation de conseils de qualité, l'institution devrait notamment :

- établir des pratiques de recrutement qui permettent de cibler les comportements soulevant des doutes quant à l'éthique, à l'intégrité, à la compétence, au jugement et au sens des responsabilités qui sont des critères essentiels à une prestation de conseils de qualité. De telles pratiques pourraient prévoir notamment :
 - un contrôle initial puis périodique;

¹² Directement de l'institution ou par le biais d'un distributeur indépendant et certifié.

¹³ Par exemple, la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2 (« LDPSF ») et ses règlements.

- les compétences recherchées;
 - l'obtention de renseignements;
 - les procédures découlant des renseignements obtenus;
 - les règles pour vérifier qu'ils sont toujours aptes à exercer leurs fonctions¹⁴;
- établir un programme de formation continue permettant aux personnes assumant la prestation de conseils :
 - d'être au fait des tendances du marché, de la conjoncture économique, des innovations et des modifications apportées aux produits et services;
 - de maintenir un niveau approprié de connaissance sur leur secteur d'activité, incluant les caractéristiques et les risques des produits et services;
 - de connaître les exigences légales et réglementaires;
 - de connaître les exigences relatives à la communication de l'information sur les produits et services et à une divulgation appropriée de toute situation susceptible de compromettre l'impartialité des conseils ou de les limiter;
 - de connaître la documentation sur les produits et services et de répondre aux questions pouvant raisonnablement être anticipées;
 - de donner des conseils judicieux au consommateur suite à une analyse juste et équitable des éléments pertinents, dont ses besoins;
 - établir et revoir périodiquement le système d'évaluation de la performance des personnes assumant la prestation de conseils et leur structure de rémunération, afin d'encourager de saines pratiques commerciales¹⁵.

¹⁴ En vertu de la LDPSF, l'assureur qui donne directement des conseils (« cabinet assureur ») doit vérifier périodiquement que ses représentants demeurent certifiés. De plus, en vertu de l'art. 104 de cette même loi, un assureur qui donne directement des conseils doit aviser l'Autorité lorsqu'il met fin à ses engagements avec un représentant. S'il met fin à ses engagements pour des motifs reliés à l'exercice de ses activités, il doit informer l'Autorité de ces motifs.

¹⁵ La performance ne devrait pas s'établir seulement sur la base de conseils qui se convertissent en ventes.

A4. Examen des plaintes et règlement des différends

L'Autorité s'attend à ce que l'institution financière traite équitablement les plaintes des consommateurs, selon une politique et des procédures simples, accessibles et efficaces.

Selon les dispositions législatives prévues aux lois administrées par l'Autorité¹⁶, toute institution devrait traiter équitablement les plaintes qui lui sont formulées pour préserver la confiance du consommateur. À cette fin, l'institution devrait établir un processus indépendant et identifier une personne responsable de l'examen des plaintes et du règlement des différends. L'institution devrait se doter d'une politique et de procédures permettant notamment :

- d'examiner les plaintes formulées en lien avec un produit ou service, quel que soit son mode de distribution, et de régler les différends qui en découlent, le cas échéant;
- de documenter les données sur les plaintes;
- de faire la promotion et la divulgation de son processus d'examen des plaintes et de règlement des différends et de faciliter son accès pour le consommateur, sur place, au téléphone ou en ligne;
- de confirmer par écrit et sans délai la réception de la plainte;
- d'informer par écrit et sans délai le consommateur de la possibilité de demander de transmettre à l'Autorité une copie de son dossier s'il est insatisfait de l'examen de sa plainte ou du résultat de cet examen;
- de prévoir un délai maximal pour le traitement de la plainte et une réponse écrite résumant clairement les motifs de sa position;
- de s'assurer que les personnes qui assurent la prestation de conseils connaissent les procédures relatives à l'examen des plaintes et du règlement des différends et qu'elles communiquent ces informations aux consommateurs;
- de mettre en place des rapports internes lui permettant de cerner les tendances, de mettre en lumière les aspects à améliorer, de cibler les modes de distribution, les produits ou services en cause, d'identifier les intervenants qui ont contrevenu aux principes de saines pratiques commerciales et de prendre les mesures appropriées pour corriger les lacunes.

¹⁶ *Loi sur les assurances*, L.R.Q., c.A-32, articles 285.29 à 285.31 et 285.33;
Loi sur les coopératives de services financiers, L.R.Q., c.C-67.3, articles 131.1, 131.2 et 131.4;
Loi sur les sociétés de fiducie et les sociétés d'épargne, L.R.Q., c.S-29.01, articles 153.1, 153.2 et 153.4.

A5. Protection des renseignements obtenus des consommateurs

L'Autorité s'attend à ce que l'institution financière traite les renseignements obtenus des consommateurs avec la confidentialité appropriée.

Le vol, la perte, le mauvais usage des renseignements obtenus des consommateurs ou toutes pratiques commerciales déloyales représentent un risque pour le consommateur et une menace pour la réputation des institutions et du secteur financier en général. Ces événements peuvent entraîner des pertes financières significatives pour les consommateurs concernés comme pour les institutions.

Dans le cadre d'une évaluation et d'une gestion continue des risques associés à la sécurité de l'information, l'institution devrait prendre les mesures appropriées pour atténuer les probabilités de survenance de ces événements.

L'institution devrait mettre en place une politique et des procédures relatives à la protection des renseignements obtenus des consommateurs en conformité avec les lois et règlements applicables¹⁷. Toutes les mesures nécessaires, incluant des programmes de sensibilisation à la sécurité de l'information destinés au personnel de tous les niveaux de l'organisation et aux consommateurs, devraient être prises pour assurer notamment que les renseignements obtenus des consommateurs :

- ne soient pas divulgués ni utilisés à d'autres fins que celles pour lesquelles ils ont été recueillis, à moins que le consommateur ne consente à leur divulgation ou à leur utilisation et qu'il soit en mesure de réaliser la portée de son consentement, ou que les lois ou les règlements applicables ne l'exigent;
- ne soient pas utilisés au préjudice du consommateur ou avec l'objectif d'en tirer avantage.

Ces mesures devraient être endossées par la haute direction et le conseil d'administration. Elles devraient évoluer avec les changements organisationnels de l'institution et tenir compte de l'émergence de nouvelles menaces à la sécurité de l'information.

L'institution devrait divulguer rapidement aux consommateurs que des renseignements les concernant ont fait l'objet d'un bris de confidentialité. Elle devrait également informer l'Autorité de tout manquement important à la protection des renseignements obtenus des consommateurs.

¹⁷ *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, L.R.Q., c.P-39.1; *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, L.R.Q., c. C-1.1. Le cas échéant, *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2; Voir également le *Règlement sur la tenue et la conservation des livres et registres* (n° 10); *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, (L.Q. 1998, c-37, a. 223 1^{er} al. Par. 11^o et 12^o; A.M. 2009-06, 2005-05-19, G.O. 2009-09-25.

PARTIE B

ATTENTES SPÉCIFIQUES

	Section	Sous-section
DÉPOTS ET ASSURANCES	B1	
DÉPÔTS	B2	
Offre de billets à capital protégé		B2-1
ASSURANCES	B3	
Traitement et règlement des réclamations		B3-1
COOPÉRATIVES DE SERVICES FINANCIERS	B4	
SOCIÉTÉS DE FIDUCIE ET SOCIÉTÉS D'ÉPARGNE	B5	
ASSUREURS DE DOMMAGES	B6	
Transferts en bloc d'un volume d'affaires		B6-1
Financement des assureurs à l'endroit des cabinets de courtage		B6-2
ASSUREURS DE PERSONNES	B7	

B2-1. Offre de billets à capital protégé

Contexte

Au cours des dernières années, les billets à capital protégé (« BCP ») ont évolué vers des structures de plus en plus complexes avec divers profils risque/rendement. Un large éventail d'actifs sous-jacents est dorénavant associé aux BCP tels que les placements non gérés (p. ex. : paniers d'actions, obligations, indices boursiers, devises) ou les fonds gérés activement (p. ex. : organismes de placement collectif). Les consommateurs peuvent donc avoir de la difficulté à bien comprendre les risques, les frais et le rendement éventuel qui leur sont associés.

Afin de s'assurer que les consommateurs disposent de toutes les informations dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées lorsqu'ils envisagent d'acheter de tels produits, l'Autorité précise ses attentes quant au contenu des informations que les institutions devraient divulguer selon les divers modes de vente (en personne, par téléphone et en ligne), ainsi que la manière et le moment où elles devraient le faire. De plus, l'Autorité s'attend à ce que les institutions fournissent aux consommateurs qui le demandent, certaines autres informations courantes qui les aideront à surveiller leurs investissements.

Par souci de cohérence, les attentes de l'Autorité présentées à la présente Sous-section B2-1 sont harmonisées avec celles du règlement fédéral intitulé « *Règlement sur les billets à capital protégé* »¹⁸.

L'Autorité s'attend à ce que toutes les communications qu'une institution effectue auprès d'un consommateur conformément aux attentes prévues dans la présente Sous-section soient faites dans un langage simple et clair et de manière à ne pas induire le consommateur en erreur.

Définitions

Aux fins de la présente Sous-section B2-1 :

le billet à capital protégé se définit comme un instrument financier émis par une institution à un consommateur et qui prévoit :

- que l'institution est tenue de payer une ou plusieurs sommes déterminées, en tout ou en partie, en fonction d'un indice ou d'une valeur de référence, notamment :
 - la valeur marchande d'une valeur mobilière, d'une denrée, d'un fonds de placement ou d'un autre instrument financier;
 - le taux de change applicable entre deux devises;
- que le montant du capital que l'institution est tenue de rembourser à l'échéance ou avant est égal ou supérieur à la somme totale payée par le consommateur pour le billet.

¹⁸ DORS/2008-180 (Gaz. Can. II).

Le terme « intérêt » relativement à un billet à capital protégé s'entend notamment du rendement à payer par l'institution aux termes du billet à l'égard du capital.

1. Informations à communiquer au préalable

L'Autorité s'attend à ce que les consommateurs disposent de l'information qui peut vraisemblablement influencer leur décision d'investir dans un BCP.

Sous réserve des conditions particulières prévues au point 2 de la présente Sous-section, l'Autorité s'attend à ce que l'institution communique au consommateur, sous forme de synopsis, au moins deux jours avant de conclure un contrat visant l'émission d'un BCP, verbalement par l'entremise d'une personne connaissant bien les conditions du billet de même que par écrit, les informations suivantes :

- la durée du billet et les modalités de remboursement du capital et du paiement de l'intérêt, s'il y a lieu;
- les frais et leur incidence sur le paiement de l'intérêt;
- le mode de calcul de l'intérêt et toutes restrictions applicables au paiement de cet intérêt;
- les risques associés au billet, notamment, le cas échéant, le risque qu'il ne produise aucun intérêt;
- la différence entre un BCP et un placement à taux fixe au chapitre du risque et du rendement;
- les circonstances dans lesquelles un BCP peut constituer un placement judicieux;
- les conditions se rattachant à tout marché secondaire offert par l'institution;
- le cas échéant, le fait :
 - que le dépôt relatif au billet n'est pas garanti par le Fonds d'assurance-dépôts au sens de la *Loi sur l'assurance-dépôts*¹⁹ ou assuré par la Société d'assurance-dépôt du Canada;
 - que le billet peut être racheté avant l'échéance et, s'il y a lieu, que le rachat avant l'échéance puisse faire en sorte que le consommateur reçoive une somme inférieure au montant du capital investi;
 - qu'un droit de résolution de l'accord visant l'émission d'un BCP est consenti au consommateur et, en pareil cas, les modalités d'exercice de ce droit;

¹⁹ L.R.Q., c.A-26.

- que le billet prévoit que l'institution est autorisée à le modifier et, si elle l'est, dans quelles circonstances;
- que la structure ou la gestion du billet peut avoir pour effet de placer l'institution en situation de conflit d'intérêts;
- tout autre renseignement qui peut vraisemblablement influencer sur la décision du consommateur d'investir ou non dans le BCP;
- le fait que les informations visées au point 3.1 de la présente Sous-section sont disponibles sur demande et que celles visées au point 3.2 le seront également après l'émission du BCP.

Si l'institution transmet la communication écrite par la poste, l'Autorité considère que la communication écrite est effectuée le cinquième jour ouvrable suivant la date du cachet de la poste.

2. Conditions particulières

2.1 Conclusion de l'accord en personne

L'Autorité s'attend à ce que les communications verbales et écrites des informations prévues au point 1 de la présente Sous-section puissent être effectuées à tout moment avant la conclusion d'un accord visant l'émission du BCP si l'institution et le consommateur y consentent expressément et que cet accord est conclu en personne.

2.2 Conclusion de l'accord par un moyen électronique

Accord ne prévoyant pas de droit de résolution

L'Autorité s'attend que l'accord visant l'émission d'un BCP conclu par un moyen électronique puisse s'effectuer sans la communication verbale des informations mentionnées au point 1 de la présente Sous-section. L'institution devrait cependant, au moins deux jours avant la conclusion de l'accord, effectuer la communication écrite visée au point 1 de la présente Sous-section et communiquer au consommateur le numéro de téléphone d'une personne connaissant bien les conditions du billet.

Accord prévoyant un droit de résolution

Dans l'éventualité où l'accord visant l'émission d'un BCP est conclu par un moyen électronique et qu'il prévoit de donner au consommateur un droit de résolution d'au moins deux jours après la date de la conclusion de l'accord, l'Autorité s'attend à ce que l'institution effectue de façon minimale, au moins deux jours avant la conclusion de cet accord, la communication écrite visée au point 1 de la présente Sous-section.

L'Autorité s'attend par ailleurs à ce que l'institution communique au consommateur, avant la conclusion de l'accord ou sans délai après, le numéro de téléphone d'une personne connaissant bien les conditions du billet. Toutefois, si la communication des coordonnées de cette personne est effectuée après la conclusion de l'accord, le délai d'au moins deux jours accordé au consommateur pour résoudre l'accord ne devrait commencer à courir que le jour suivant cette communication.

2.3 Conclusion d'un accord par téléphone prévoyant un droit de résolution

Dans l'éventualité où l'accord visant l'émission d'un BCP est conclu par téléphone et qu'il prévoit de donner au consommateur un droit de résolution d'au moins deux jours après la date de la conclusion de l'accord, l'Autorité s'attend à ce que l'institution effectue, au moins deux jours avant la conclusion de cet accord, la communication verbale visée au point 1 de la présente Sous-section.

L'Autorité s'attend également à ce que l'institution effectue, avant la conclusion de l'accord ou sans délai après, la communication écrite visée au point 1 de la présente Sous-section. Toutefois, si cette communication écrite est effectuée après la conclusion de l'accord, le délai d'au moins deux jours accordé au consommateur pour résoudre l'accord ne devrait commencer à courir que le jour suivant cette communication.

3. Communications additionnelles

3.1 Information détaillée sur les BCP

L'Autorité s'attend à ce que l'institution communique de manière complète toutes les informations mentionnées au point 1 de la présente Sous-section concernant les BCP qu'elle offre, et ce, en les divulguant sur ses sites Web et en les insérant dans un document écrit à transmettre à quiconque lui en fait la demande.

3.2 Informations additionnelles, suite à l'émission d'un BCP

Information relative à la valeur du billet

À la demande du consommateur quant à la valeur de son BCP à une date donnée, l'Autorité s'attend à ce que l'institution puisse lui communiquer sans délai l'information suivante :

- soit la valeur nette de l'actif du BCP à cette date et la relation entre cette valeur et l'intérêt à payer aux termes du BCP; ou
- soit la dernière mesure disponible, avant la date donnée, de l'indice ou de la valeur de référence en fonction duquel l'intérêt à payer aux termes du BCP est déterminé et la relation entre cette mesure et l'intérêt à payer.

Information relative au rachat du billet

Avant d'acheter ou de racheter, à la demande du consommateur, un BCP qui n'est pas arrivé à échéance, l'Autorité s'attend à ce que l'institution lui communique :

- a) la valeur du billet au dernier jour ouvrable précédent la demande d'achat ou de rachat, ou, la valeur du billet selon la dernière mesure disponible de l'indice ou de la valeur de référence en fonction duquel l'intérêt est déterminé;
- b) le montant de tous les frais et pénalités;
- c) la somme nette qu'il aurait reçue pour l'achat ou le rachat, c'est-à-dire le montant résultant de la soustraction du montant visé à l'alinéa b) de la valeur visée à l'alinéa a);
- d) le mode de calcul de la valeur du BCP, la date à laquelle le calcul est effectué et le fait que cette valeur peut différer de celle communiquée en vertu de l'alinéa a).

Information relative à la modification d'un billet

Avant de procéder à une modification du BCP susceptible d'avoir une incidence sur l'intérêt à payer, l'Autorité s'attend à ce que l'institution communique par écrit aux consommateurs concernés, la teneur de la modification et son incidence éventuelle sur l'intérêt à payer. S'il lui est impossible de divulguer cette information au préalable, l'Autorité s'attend à ce qu'elle le fasse sans délai après la modification.

Information relative à la valeur de référence

Si le BCP cesse d'être lié à un indice ou à une valeur de référence en fonction duquel l'intérêt à payer aux termes du billet devait être déterminé et que, de ce fait, aucun intérêt ne sera payé, l'Autorité s'attend à ce que l'institution communique sans délai ce fait au consommateur.

4. Contenu dans la publicité

Dans chacune des publicités portant sur les BCP, l'Autorité s'attend à ce que l'institution communique clairement la façon dont le public peut obtenir des informations à leur sujet.

Dans chacune de ses publicités énonçant les caractéristiques des BCP ou l'intérêt payé aux termes de ceux-ci, l'Autorité s'attend à ce que l'institution communique également l'information suivante :

- le mode de calcul de l'intérêt à payer et les restrictions applicables au paiement de cet intérêt;

- si la publicité donne un exemple d'une situation où un intérêt serait à payer, un exemple d'une autre situation où aucun intérêt ne serait à payer;
- si la publicité donne un exemple d'une situation où un intérêt serait payé en plus d'un intérêt minimum garanti, un exemple d'une autre situation où seul l'intérêt minimum serait à payer;
- le cas échéant, le fait que le dépôt relatif au billet n'est pas garanti le Fonds d'assurance-dépôts ou assuré par la Société d'assurance-dépôt du Canada.

Lorsque, dans une publicité sur un BCP donné, l'institution utilise de l'information relative au rendement du marché, l'Autorité s'attend à ce qu'elle en fasse une représentation juste et, ce faisant, si elle a recours à des exemples hypothétiques, qu'elle utilise des hypothèses réalistes et en fasse mention dans la publicité. L'Autorité s'attend également à ce qu'elle mentionne dans la publicité le fait que le rendement antérieur du marché n'est pas un indicateur de son rendement futur.

B3-1. Traitement et règlement des réclamations

L'Autorité s'attend à ce que l'assureur interprète de manière uniforme les dispositions des polices et règle promptement et équitablement les réclamations qui lui sont adressées, selon une procédure simple, accessible et efficace.

L'Autorité considère que le traitement et le règlement des réclamations sont des activités déterminantes pour la protection des intérêts des consommateurs.

À cette fin, l'assureur devrait désigner un dirigeant ou un employé responsable du traitement et du règlement des réclamations. L'assureur devrait avoir en place une politique et des procédures qui :

- prévoient que les réclamations sont traitées dans les meilleurs délais possible, avec équité et transparence pour le consommateur;
- créent un environnement favorable à ce que l'expert en sinistre, le cas échéant, respecte notamment les obligations qui lui sont imposées en vertu de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*²⁰ et par son code de déontologie;
- prévoient que les dispositions de la police soient interprétées de manière uniforme et dans le but d'en arriver à un règlement équitable;
- permet de divulguer son processus de traitement des réclamations, dont les règles concernant le versement des indemnités, et de faciliter son accès pour le consommateur, aux places d'affaires de l'assureur ou en ligne;
- ne visent pas à refuser une réclamation sans un examen raisonnable, à dissimuler des dispositions de police qui sont pertinentes à la réclamation, à dissuader le consommateur d'obtenir les services d'un avocat ou d'un expert en sinistres le cas échéant, à régler à un montant inférieur à ce qu'il est en droit de recevoir, notamment par le biais d'incitatifs dans la rémunération des employés en charge des réclamations;
- utilisent des méthodes d'évaluation de la validité des réclamations et des pertes qui sont raisonnables, le cas échéant, afin, par exemple, d'éviter le rejet d'une réclamation fondée sur des motifs tels que la non-divulgation par le consommateur d'un facteur de risque qu'il n'aurait pu raisonnablement s'attendre à devoir divulguer;
- prévoient que les motifs de rejet total ou partiel d'une réclamation, le cas échéant, soient communiqués clairement et avec diligence au consommateur;
- prévoient les mesures qui peuvent être prises par le consommateur si le traitement de la réclamation ou le règlement proposé n'est pas à sa satisfaction;

²⁰ L.R.Q., c. D-9.2.

- prévoient que les personnes ou les sociétés qui agissent en son nom connaissent et respectent :
 - la politique et les procédures de l'institution relatives au traitement et au règlement des réclamations pour qu'elles puissent divulguer une information appropriée au consommateur et l'assister adéquatement dans la phase d'élaboration de la demande de réclamation et pendant tout le processus de gestion de la réclamation;
 - la marche à suivre pour porter plainte auprès de l'assureur et qu'elles puissent informer le demandeur ou le bénéficiaire des mesures qui peuvent être prises par ce dernier lorsque le traitement de sa réclamation ou le règlement proposé n'est pas à sa satisfaction;
- prévoient la documentation des dossiers de réclamation;
- prévoient des rapports de gestion permettant de suivre la performance de l'assureur au chapitre du délai de traitement des réclamations et du degré de satisfaction des demandeurs ou bénéficiaires à l'égard du règlement des réclamations et de mettre en lumière les aspects à améliorer.

B6-1. Transferts en bloc d'un volume d'affaires

L'Autorité s'attend à ce que le nouveau contrat émis par l'assureur de dommages bénéficiant d'un transfert en bloc propose des protections équivalentes ou supérieures à celles offertes par le contrat antérieur, dans la mesure où elles répondent toujours aux besoins de l'assuré. De plus, l'Autorité s'attend à ce que le transfert en bloc comporte un droit d'examen permettant la résiliation du contrat dans les 10 jours de l'entrée en vigueur de celui-ci.

Le transfert en bloc d'un volume d'affaires (le « transfert en bloc ») est une pratique qui consiste à transférer un volume d'affaires souscrit auprès d'un ou de plusieurs assureurs à un ou plusieurs autres assureurs par un cabinet, un représentant autonome ou une société autonome.

Le transfert en bloc engendre l'émission d'un nouveau contrat d'assurance par l'assureur bénéficiant du transfert, il ne s'agit donc pas d'un renouvellement de contrat.

L'Autorité s'attend à ce que les assurés impliqués dans le cadre de ces transactions soient traités équitablement et qu'ils obtiennent toutes les informations et le temps de réflexion nécessaires à une prise de décision éclairée.

Les assureurs bénéficiant d'un transfert en bloc devraient :

- exiger que le cabinet, le représentant autonome ou la société autonome transmette un avis aux consommateurs concernés par le transfert en bloc. Cet avis devrait être conforme aux exigences réglementaires, le cas échéant²¹;
- n'exiger aucun volume d'affaires minimum à transférer ni d'engagement quant à la période de temps où le volume d'affaires doit être conservé dans leur bilan;
- accepter l'ensemble des assurés faisant parti du transfert en bloc, et ce, pour une période correspondant à un renouvellement²²;
- s'engager à accorder à l'assuré les protections les plus avantageuses entre celles prévues au contrat antérieur et celles prévues au nouveau contrat, et ce, pour une période déterminée correspondant à un renouvellement, à moins qu'un changement soit intervenu dans le risque déclaré;
- s'engager à transmettre la documentation afférente au nouveau contrat le plus tôt possible, de manière à ce que l'assuré dispose de l'information au moins 30 jours, mais au plus 60 jours précédents la date d'entrée en vigueur de ce contrat;

²¹ Référer au projet du *Règlement modifiant le règlement sur les renseignements à fournir au consommateur* publié au Bulletin de l'Autorité le 4 septembre 2009. Ce règlement n'est pas encore en vigueur.

²² Pour les fins de la présente, la durée d'un contrat d'assurance n'est pas limitée au terme courant d'un (1) an, mais correspond plutôt au terme du contrat faisant l'objet du transfert.

- s'engager à accorder à l'assuré un droit de résilier le contrat d'assurance dans des conditions qui ne lui sont pas préjudiciables :
 - un droit de résiliation de 10 jours à compter de la date d'entrée en vigueur du contrat;
 - le cas échéant, si l'avis de résiliation a été communiqué par écrit dans les 10 jours de la date d'entrée en vigueur de ce contrat, l'assureur est tenu de lui restituer la portion de la prime perçue pour la période postérieure à la résiliation;
 - l'assuré ne doit pas assumer d'autres frais lors de la résiliation du contrat, lorsque cette dernière est effectuée pendant la période d'examen;
 - les conditions habituelles de résiliation s'appliquent si la résiliation est effectuée après le délai de 10 jours;
- conserver toutes les informations relatives à chacune des ententes de transfert en bloc qu'ils ont conclues, incluant les conditions des transferts.

B6-2. Financement des assureurs à l'endroit des cabinets de courtage

L'Autorité s'attend à ce que l'assureur de dommages voit à ce qu'une divulgation, s'il y a lieu, soit faite au consommateur des activités de financement qui existent entre lui et le cabinet de courtage et qui sont susceptibles de biaiser le rôle-conseil des courtiers auprès des consommateurs.

Le consommateur s'attend généralement à ce que le courtier en assurance de dommages lui procure la meilleure offre de produits d'assurance disponibles sur le marché.

L'existence d'activités de financement d'un assureur (ou des personnes qui lui sont liées) envers un cabinet de courtage (ou des personnes physiques ou morales liées à ce cabinet) soumet ce dernier à des incitatifs qui sont susceptibles de restreindre la latitude du courtier à offrir aux consommateurs la meilleure offre de produit d'assurance disponible sur le marché.

Ces liens peuvent représenter une source de financement importante pour les cabinets. À ce titre, l'Autorité considère qu'il est préférable de les encadrer plutôt que de les interdire.

Outre le concept central de l'encadrement, qui repose sur la divulgation aux consommateurs des liens d'affaires qui existent entre le cabinet et l'assureur, l'Autorité désire préciser ses attentes à l'égard des activités de financement.

L'Autorité s'attend à ce que la divulgation des activités de financement directes ou indirectes des assureurs envers les cabinets de courtage englobe des activités telles que les prêts consentis à des cabinets ou à des personnes physiques ou morales liés à ces cabinets, les placements dans des actions privilégiées dites de financement, les commissions conditionnelles ou la fourniture d'équipements informatiques.

L'Autorité s'attend à ce que les prêts ou les placements des assureurs dans des actions privilégiées dites de financement soient consentis à des conditions qui auraient été exigées par tout autre prêteur n'ayant pas de liens d'affaires avec le cabinet de courtage.

L'Autorité s'attend, en outre, à ce que les activités de financement ne contreviennent pas aux dispositions des articles 147 et suivants de la *Loi sur la distribution des produits et services financiers*²³ ainsi qu'à l'interprétation qui en a été faite à l'*Avis du personnel relatif à la propriété des cabinets en assurance de dommages*²⁴.

²³ L.R.Q., c. D-9.2.

²⁴ Bulletin de l'Autorité, 16 février 2007.