

Joint Forum of Financial Market Regulators

Principes et pratiques relatifs à la vente de produits et services dans le secteur financier

La déclaration du Forum conjoint des autorités de réglementation du marché financier, intitulée *Principes et pratiques relatifs à la vente de produits et services dans le secteur financier* est le fruit d'une collaboration entre les autorités réglementaires des compétences représentant tous les secteurs des produits financiers. On s'attend à ce que ces principes et pratiques soient intégrés aux codes de déontologie des associations du secteur financier et soient respectés par tous les intermédiaires appelés à distribuer des produits et services financiers.

Ces principes et pratiques devraient s'appliquer à toutes les transactions financières, sans égard à la catégorie de produit, au type d'intermédiaire ou au mode d'achat d'un produit ou d'un service. Lorsqu'un principe ou une pratique est incompatible avec une disposition législative ou réglementaire applicable, y compris avec une règle d'un organisme auto-réglementé, qu'il soit reconnu, exempt de toute reconnaissance ou autorisé d'une quelconque façon, la loi ou le règlement applicable a la préséance.

Un guide pour les consommateurs et un ensemble d'exemples portant sur des secteurs précis sont rattachés à ces principes et pratiques. Ces documents, destinés respectivement aux consommateurs et aux intermédiaires, visent à clarifier les principes et les pratiques énoncés.

1. Intérêts du client

Les intérêts du client l'emportent sur les intérêts de l'intermédiaire et ne devraient pas être sacrifiés aux intérêts des autres.

Commentaire: Ce principe est primordial et tous les autres principes et pratiques en découlent.

2. Besoins du client

Pour comprendre les intérêts du client, l'intermédiaire doit obtenir ou confirmer l'information sur ses besoins et s'assurer raisonnablement que le produit ou le service offert répond à ces besoins.

Joint Forum of Financial Market Regulators

Commentaire: En évaluant les besoins du client, l'intermédiaire devrait tenir compte des conséquences financières et de la complexité du produit ou du service commercialisé.

3. Intérêts commerciaux honnêtes

L'intermédiaire doit recueillir suffisamment de renseignements sur le client et la transaction pour raisonnablement déterminer l'identité du client et la légitimité de la transaction. Il ne doit pas agir pour le compte d'un client lorsqu'il a des motifs raisonnables de croire que la transaction est illicite.

Commentaire: Lorsqu'il obtient des renseignements sur le client et ses activités, l'intermédiaire doit cesser d'agir au nom du client si le caractère illicite de la transaction est connu ou devrait être connu. Dans certaines circonstances, l'intermédiaire sera tenu de rapporter la transaction aux autorités réglementaires.

4. Professionnalisme

L'intermédiaire doit agir de bonne foi en tout temps. Il doit, en outre, acquérir un niveau approprié de connaissances sur son domaine d'activité et respecter des normes d'éthique professionnelle élevées, notamment, faire preuve de probité, d'intégrité, d'équité, de diligence raisonnable et de compétence. Le concept de professionnalisme s'applique aux domaines suivants, sans toutefois s'y limiter :

- a. **Scolarité:** Étant donné l'évolution rapide du marché financier, l'intermédiaire doit se tenir au fait des modifications aux produits et aux règlements, et des autres facteurs susceptibles de l'empêcher de respecter les normes de service les plus élevées. La scolarité, y compris l'apprentissage permanent, fait nécessairement partie des compétences professionnelles.
- b. **Présentation des activités autorisées:** L'intermédiaire doit préciser aux clients les permis d'exploitation et des inscriptions qu'il détient, ainsi que la raison sociale des entreprises au titre desquelles il est autorisé à exercer ses activités.
- c. **Publicités et autres communications destinées au client:** L'intermédiaire doit s'assurer que toutes les références à ses activités, ses services et ses produits sont claires, explicites et non trompeuses.
- d. **Opérations commerciales:** L'intermédiaire doit veiller à la bonne tenue de ses dossiers financiers et avoir recours à des pratiques commerciales saines.

Joint Forum of Financial Market Regulators

- e. **Pratiques loyales:** L'intermédiaire ne doit pas avoir recours à des pratiques qui trompent intentionnellement le client ou placent les intérêts des autres avant ceux du client. Les pratiques déloyales sont contraires à l'esprit fondamental des principes et pratiques énoncés dans ce document et l'intermédiaire doit éviter toute pratique qui enfreint, directement ou indirectement, l'esprit et l'objet des exigences découlant de ces principes et pratiques.

- f. **Responsabilité financière:** L'intermédiaire doit avoir suffisamment de ressources pour indemniser les clients qui subissent une perte par suite d'une erreur, d'une omission ou d'une activité frauduleuse que lui-même ou une personne dont il est responsable a causée. Il doit veiller au respect de toutes les obligations financières et tenter d'excéder les normes existantes concernant l'assurance responsabilité civile professionnelle, l'assurance erreurs et omissions, les comptes fiduciaires, les dépôts ou aux autres services de fiducie.

Commentaire: Le professionnalisme signifie que l'intermédiaire tente d'adhérer aux pratiques exemplaires au lieu de s'en tenir aux normes requises en vertu de la loi ou des règlements.

5. Confidentialité

L'intermédiaire doit protéger les renseignements personnels de ses clients, et prendre des dispositions raisonnables pour assurer que les renseignements personnels ne sont pas divulgués et qu'ils sont utilisés uniquement aux fins pour lesquelles ils ont été recueillis, à moins que le client n'autorise, en vertu des lois ou règlements applicables, la divulgation de ses renseignements personnels à d'autres pour des motifs raisonnables. L'intermédiaire ne doit pas utiliser les renseignements personnels au détriment du client. Cependant, il peut divulguer les renseignements personnels sans y être autorisé par le client, aux organismes d'application de la loi, par exemple, lorsque la loi l'exige ou l'autorise.

Commentaire: Les exigences de confidentialité s'appliquent également aux participants des régimes collectifs. À tout le moins, l'intermédiaire doit prendre des précautions convenables lorsqu'il manipule des documents qui renferment des renseignements confidentiels fournis par les clients/participants à des régimes collectifs. Le tort causé au client est le même que les renseignements personnels soient divulgués volontairement ou à cause d'une manipulation négligente des dossiers.

6. Conflits d'intérêts

Joint Forum of Financial Market Regulators

L'intermédiaire doit éviter les situations fondées sur des circonstances susceptibles de compromettre ou de biaiser les directives et les conseils qu'il offre. En cas de conflit d'intérêts, le client doit être mis au courant de la nature du conflit avant que la transaction n'ait lieu.

Commentaire: Lorsqu'une situation occasionne un conflit inévitable, il faut absolument divulguer franchement et objectivement au client la nature et les répercussions du conflit. Le client doit alors avoir la possibilité d'interrompre la transaction, de solliciter un autre avis professionnel ou de poursuivre la transaction en toute connaissance de cause.

7. Divulgence des renseignements généraux

L'intermédiaire a l'obligation d'assurer que le client possède tous les renseignements pertinents avant de prendre une décision. Le client a droit à la divulgation des risques et avantages des produits financiers envisagés et des relations d'affaires de l'intermédiaire afférentes à la transaction.

Commentaire: La divulgation comporte deux aspects et ces principes et pratiques exigent que tous deux soient pris en compte de façon satisfaisante : (1) « information sur les produits » concernant les caractéristiques des produits ou des services, ainsi que les principaux risques et avantages associés à la transaction ou à l'achat; et (2) « information sur l'intermédiaire » concernant les relations problématiques qui affectent le client.

- a. **Information sur les produits:** En plus de décrire clairement le produit et le service au client, ainsi que la façon dont la transaction répondra à ses besoins, l'information sur les produits doit divulguer les principales hypothèses qui sous-tendent les illustrations ou les exemples qui lui ont été fournis et mentionner la possibilité que les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux qui sont mentionnés. L'intermédiaire devrait éviter d'utiliser des exemples ou des illustrations qu'il sait ou devrait savoir être fondés sur des résultats inhabituels ou sur une période qui a généré un rendement très supérieur à celui qui est normalement prévu.
- b. **Information sur l'intermédiaire/les relations d'affaires:** L'intermédiaire doit divulguer le nom des organismes ou des personnes qui, à sa connaissance, le rémunèrent directement ou indirectement, la nature de sa relation avec la société dont le produit est envisagé et toute relation entre les sociétés qui prennent part à une transaction. Il doit également divulguer toutes les autres relations ayant une

incidence directe ou indirecte sur la transaction. Si cette information n'est pas divulguée parce que l'intermédiaire n'en avait pas connaissance, on s'attend à ce

Joint Forum of Financial Market Regulators

qu'il ait fait un effort raisonnable pour obtenir toute l'information. L'intermédiaire doit également divulguer tous les droits payables par le client, son mode de rémunération (la divulgation de montants spécifiques n'est pas requise, mais la divulgation du type de rémunération doit être divulguée – p.,ex., commission fixe ou au pourcentage, salaire ou autre). Il doit également divulguer l'existence de tous les autres avantages découlant des programmes de stimulant à la vente rattachés à la transaction (comme pour la rémunération, cette divulgation s'applique seulement au type de rémunération que reçoit l'intermédiaire et non au montant spécifique).

8. Règlement des plaintes des clients

L'intermédiaire doit traiter personnellement les plaintes ou différends officiels et officieux ou les soumettre à la personne ou à la procédure appropriée, en temps utile et avec franchise.

L'intermédiaire doit être au courant des procédures relatives au traitement des plaintes et divulguer aux clients les mécanismes de poursuites pour les divers types de plaintes (par exemple, concernant la conduite, le service ou le rendement du produit). Lorsqu'une personne est autorisée à exercer ses activités dans plus d'un secteur, il est particulièrement important de mettre le client au courant de la structure de responsabilisation relative au traitement des plaintes associée à chaque transaction. Dans les situations où les litiges ne peuvent être résolus, l'intermédiaire devrait aviser les clients, préférablement par écrit, des mécanismes de recours dont ils peuvent se prévaloir selon le produit ou le type de plainte.

9. Conformité

Toute association du secteur financier appelée à établir des normes pour ses membres doit rédiger un code de déontologie comprenant les principes et pratiques indiqués dans ce document. L'association doit également prévoir un système de mise en valeur de la conformité et élaborer des systèmes de résolution des plaintes formulées à l'égard de ses membres. Les intermédiaires qui ne sont pas membres d'une association doivent obéir aux principes et aux pratiques en application des pratiques exemplaires du secteur.

Joint Forum of Financial Market Regulators

10. Définitions

« **Client** » signifie tout client ou client éventuel avec lequel un intermédiaire entre en contact durant l'exercice de ses activités.

« **Intermédiaire** » signifie un participant au secteur des services financiers qui commercialise des produits ou offre des conseils financiers ou des services aux clients. En l'occurrence, il peut s'agir d'une personne, d'une société et/ou d'une institution financière.

« **Renseignements personnels** » signifie les renseignements fournis aux fins d'une transaction financière que le client tient à garder confidentiels.