

Le 18 février 2022

Maître Philippe Lebel
Secrétaire et directeur général des affaires juridiques
Autorité des marchés financiers
Place de la Cité, tour Cominar
2640, boulevard Laurier, 3^e étage
Québec (Québec) G1V 5C1
Télécopieur : 418-525-9512
Adresse électronique : consultation-en-cours@lautorite.qc.ca

Objet : Commentaires de l'ACIFA concernant le projet de Ligne directrice de l'AMF sur la gestion des incitatifs de novembre 2021

Maître,

L'ACIFA remercie l'AMF de lui avoir donné l'occasion de formuler des commentaires sur le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs.

Commentaires préliminaires

L'ACIFA croit fermement que les réglementations et les lignes directrices fondées sur la conduite du marché doivent souligner les attentes des régulateurs en matière de protection des consommateurs en ce qui concerne les résultats, mais ne doivent pas entrer dans les détails prescriptifs quant à la manière dont ces résultats peuvent ou doivent être atteints.

Nous sommes donc heureux de vous aviser que nous trouvons que le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs de l'AMF est généralement fondé sur des principes et axé sur les résultats, décrivant les attentes de l'Autorité de manière suffisamment détaillée sans prescrire la façon dont les entités réglementées peuvent ou devraient répondre à ces attentes.

Cela dit, nous trouvons que certaines parties du projet de Ligne directrice tendent vers un langage plus prescriptif. Par exemple, le document utilise systématiquement des termes qui sont de nature plus impérative et rigide - tels que « assurer », « satisfaire » et « identifier » - plutôt qu'un langage davantage fondé sur des principes, tel que « raisonnablement conçu pour », qui donnerait des meilleures orientations de haut niveau.

L'ACIFA croit fermement qu'une approche fondée sur des principes et axée sur les résultats - que l'AMF a, pour l'essentiel, adoptée dans le cadre de l'élaboration du projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs - donne lieu à de meilleurs résultats en matière de réglementation, car elle offre aux entreprises la latitude nécessaire pour utiliser leur connaissance du marché et de leurs clients, ainsi que leur expertise opérationnelle, afin de répondre de manière efficace et efficiente aux attentes de l'organisme de réglementation en matière de traitement équitable des clients.

Commentaires sur les principes généraux de la gestion des mécanismes incitatifs

L'ACIFA reconnaît que la consultation actuelle de l'AMF sur le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs - ainsi que la mise à jour de Ligne directrice sur les saines pratiques commerciales sur laquelle l'Autorité a récemment mené des consultations; et les examens de surveillance connexes pour la conformité, dont la Ligne directrice sur la gestion des incitatifs a émané - trouvent leur origine dans les préceptes de gestion des conflits d'intérêts fondés sur les incitatifs, énoncés dans le principe de base 19 de l'Association internationale des contrôleurs d'assurance (AICA) : *Conduite des activités*. Notre Association se réfère souvent au principe de base 19 comme repère pour discuter des meilleures pratiques de l'industrie et de la manière dont les entreprises peuvent faire encore mieux en matière de traitement équitable des clients.

En ce qui concerne la situation ici au Canada, nous offrons l'observation suivante tirée du très pertinent document de réflexion de l'ACCAP de février 2016 intitulé « *Distribution d'assurance au Canada : Promouvoir un système axé sur le client* » :

L'ACIFA appuie fermement l'affirmation de l'ACCAP selon laquelle « Au Canada, les conflits d'intérêt potentiels (ou perçus) sont gérés de deux façons. D'une part, les conseillers sont encouragés à axer la vente sur les besoins et à formuler des recommandations répondant à ces besoins et d'autre part, ils doivent indiquer aux clients quels assureurs ils représentent et comment ils sont rémunérés. Cela est renforcé par les principes du CCRRA pour la gestion des conflits d'intérêt, et par les pratiques et les lignes directrices de l'industrie. »

Les membres de l'ACIFA soutiennent, et font tout leur possible pour intégrer dans leur culture organisationnelle, les meilleures pratiques de l'industrie en ce qui a trait au traitement équitable des clients et à la gestion des conflits d'intérêts que le CCRRA et les CISRO ont fournis dans leur guide : *Conduite des activités d'assurance et traitement équitable des clients* - à savoir que l'intérêt du client doit primer sur celui du vendeur/conseiller; que le vendeur/conseiller doit divulguer les conflits d'intérêts ou les conflits d'intérêts potentiels; et que le produit vendu doit être adapté aux besoins du client.

Les membres de l'ACIFA se conforment également à toutes les lignes directrices applicables de l'ACCAP; en particulier, nous formulons les observations suivantes sur la ligne directrice 13, *Structures de rémunération – Gestion des conflits d'intérêts*; et la ligne directrice 14, *Confirmation de la communication de renseignements concernant les conseillers*, qui sont des exemples éloquentes de la façon dont l'industrie a répondu aux préoccupations des organismes de réglementation.

Notre Association est d'accord avec les prémisses fondamentales de la ligne directrice 13 selon lesquelles « Un solide mécanisme de rémunération est nécessaire si l'on veut attirer et retenir des professionnels qualifiés qui offriront et placeront des produits d'assurances de personnes répondant aux besoins des consommateurs et qui s'occuperont du service après-vente. En outre, tout mécanisme de rémunération bien conçu doit prendre en compte le risque de conflit d'intérêts que présente la rémunération liée aux ventes » et que « l'un des éléments du traitement équitables des clients est que les stratégies de rémunération et de récompense donnent des résultats équitables pour les clients. »

En ce qui concerne la ligne directrice 14, nos membres appuient et respectent toutes les dispositions applicables relatives à la divulgation de renseignements par les conseillers, mais en particulier - en tant que distributeurs d'assurance crédit, d'assurance voyage et d'autres types d'assurance vie et maladie - la disposition selon laquelle « Lorsqu'un assureur accepte une proposition provenant d'un centre d'appels ou obtenue en ligne par un agent détenteur d'un permis d'assurance vie ou d'assurance accident et maladie, ou les deux, les mécanismes dont dispose l'assureur devraient garantir également que les renseignements pertinents ont été communiqués au client. » Nous notons également que le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs stipule ce qui suit :

L'Autorité s'attend notamment à ce que le conseil d'administration :

- *Veille à ce que les comités chargés de suivre l'évolution de la culture d'entreprise et d'identifier les risques de pratiques pouvant nuire au traitement équitable des clients aient également la responsabilité de s'assurer que les intérêts des clients sont pris en compte dans la gestion des mécanismes incitatifs ;*
- *Veille à ce que des changements aux mécanismes incitatifs soient apportés rapidement lorsque le traitement équitable des clients ne peut être assuré ;*
- *Veille à ce que des mesures appropriées soient prises à l'égard des clients concernés lorsqu'une pratique qui nuit au traitement équitable des clients est identifiée.*

Bien que nous soyons d'accord avec le fait que le conseil d'administration d'une entité réglementée devrait donner le ton général en ce qui concerne la culture d'entreprise - y compris l'importance centrale du traitement équitable des clients - nous ne sommes pas d'accord avec le fait que les détails concernant les dispositions relatives aux incitatifs seraient du ressort du conseil d'administration d'une grande institution financière, étant donné que les décisions tactiques/opérationnelles de cette nature seraient de la responsabilité de la haute direction.

Commentaires et observations spécifiques sur le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs

Nous admettons que les incitatifs variables, qu'ils soient qualitatifs ou quantitatifs, peuvent présenter un risque et doivent être gérés. Mais nous ne considérons pas que de tels incitatifs soient intrinsèquement problématiques, en particulier lorsqu'un incitatif, telle qu'une prime, est structuré comme une composante d'un programme de rémunération global qui est basé sur un certain nombre d'objectifs et non seulement sur les ventes ou le volume des primes - par exemple, un programme qui inclut des objectifs liés au traitement équitable des clients et de satisfaction de la clientèle.

À titre d'information sur les méthodes de rémunération et les contrôles généralement utilisés par nos membres, les représentants du service à la clientèle des membres de l'ACIFA - dont la majorité sont des employés salariés - sont hautement supervisés tant dans les succursales que dans les centres de contact avec la clientèle. Les représentants du service à la clientèle de nos membres suivent la formation complète et continue sur les produits afin de pouvoir fournir aux consommateurs des informations précises et fiables. Ils reçoivent également la formation sur l'éthique et l'intégrité qui souligne l'importance d'un traitement équitable des clients. Il existe également des mesures considérables de surveillance de la gestion et d'assurance de la qualité utilisées par les membres de l'ACIFA.

Cette formation permet aux représentants du service à la clientèle qui offrent de l'assurance d'acquérir les connaissances, les compétences et les outils nécessaires pour effectuer leur travail et bien servir les clients. Elle permet également d'assurer que nos sociétés membres, en tant qu'employeurs, agissent conformément aux lois et règlements fédéraux, provinciaux et territoriaux applicables en matière d'assurance et aux lignes directrices de l'industrie.

À cet égard, nous souscrivons à l'énoncé d'introduction du projet initiale de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs selon lequel « Parmi les attentes qui y sont énoncées, l'Autorité indique notamment qu'elle s'attend à ce que tout conflit d'intérêts réel ou potentiel soit évité ou géré de façon à assurer le traitement équitable des clients. »

Cependant, nous ne sommes pas d'accord avec l'affirmation suivante : « Les incitatifs consentis aux membres du personnel d'une institution financière, aux intermédiaires ou à toute autre personne qui agit pour son compte et qui intervient dans l'offre de ses produits et services constituent une source importante de conflits d'intérêts. » A notre avis, si un incitatif est correctement géré et soumis à des contrôles suffisants, ce n'est absolument pas le cas.

Enfin, nous sommes d'accord avec les grands principes énoncés dans les sections du projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs portant sur la gouvernance, la gestion des mécanismes incitatifs, l'identification et l'évaluation des risques de pratiques pouvant nuire autrement équitable des clients, et les contrôles de la qualité.

Conclusion

Les membres de l'ACIFA sont très conscients du fait qu'une proportion importante de Québécois, et de Canadiens en général - généralement ceux qui appartiennent à des ménages à revenu faible ou moyen - est largement non assurée ou sous-assurée en ce qui concerne la couverture d'assurance vie et maladie. Selon une étude LIMRA 2019 sur la souscription à une assurance vie au Canada, 50 % des adultes canadiens n'ont aucune couverture d'assurance vie. L'assurance vie n'est pas une préoccupation pour la plupart des gens et, par conséquent, il est difficile de proposer ces produits. Une approche équilibrée des incitatifs qui accorde aux représentants des services financiers une reconnaissance, financière ou autre, pour avoir offert ces produits importants - dans le cadre d'une conversation sur la gestion des risques que la plupart des gens souhaitent éviter - peut mener à la mise en place d'une protection importante pour les Québécois, protection qu'ils n'auraient peut-être pas obtenue autrement. En tant qu'intervenant clé de l'industrie, CAFII remercie à nouveau l'AMF de lui avoir donné l'occasion de présenter ses commentaires sur le projet de Ligne directrice sur la gestion des incitatifs. Si vous

souhaitez obtenir de plus amples renseignements de la part de l'ACIFA ou rencontrer des représentants de notre Association au sujet de cette soumission ou de toute autre question, veuillez communiquer avec Keith Martin, codirecteur général de L'ACIFA, à keith.martin@cafii.com ou au numéro 647-460-7725.

Veuillez agréer, Maître, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Rob Dobbins

Secrétaire du Conseil d'administration et président du Comité exécutif des opérations

c.c. M. Éric Jacob, surintendant de l'assistance aux clientèles et de l'encadrement de la distribution
M. Patrick Déry, surintendant de l'encadrement de la solvabilité
Mme Louise Gauthier, directrice principale des politiques d'encadrement de la distribution
M. Mario Beaudoin, directeur des pratiques de distribution alternatives en assurance

À propos de l'ACIFA

L'ACIFA est une association sectorielle à but non lucratif qui se consacre au développement d'un marché de l'assurance ouvert et flexible. Notre association a été créée en 1997 pour donner une voix aux institutions financières qui vendent des assurances par l'entremise de divers canaux de distribution. Nos membres proposent des assurances par le biais de centres d'appels, d'agents et de courtiers, d'agences de voyage, de publipostage, de succursales d'institutions financières et d'Internet.

L'ACIFA croit que les consommateurs sont mieux servis lorsqu'ils ont un choix significatif dans l'achat de produits et services d'assurance. Nos membres offrent l'assurance voyage, l'assurance vie, l'assurance maladie, l'assurance dommages et l'assurance-crédit collective dans tout le Canada. En particulier, l'assurance-crédit collective et l'assurance voyage sont les lignes de produits sur lesquelles se concentre l'ACIFA, car nos membres ont un point commun.

La diversité des membres de l'ACIFA permet à notre association d'avoir une vue d'ensemble du régime réglementaire qui régit le marché de l'assurance. Nous travaillons avec les gouvernements et les organismes de réglementation (principalement provinciaux et territoriaux) afin d'élaborer un cadre législatif et réglementaire pour le secteur de l'assurance qui contribue à garantir que les consommateurs canadiens obtiennent les produits d'assurance qui répondent à leurs besoins. Notre objectif est

d'assurer la mise en place de normes appropriées pour la distribution et la commercialisation de tous les produits et services d'assurance.

Les membres de l'ACIFA comprennent les branches d'assurance des principales institutions financières du Canada - BMO Assurance, Assurance CIBC, Desjardins Assurances, Banque Nationale Assurances, RBC Assurances, La Financière ScotiaVie et TD Assurance - ainsi que les principaux acteurs de l'industrie : Assurant, Assurance-vie Canada, Compagnie d'assurance-vie Première du Canada, CUMIS Services Incorporated, la Banque Canadian Tire, Manuvie (La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers), Sun Life et Valeyo.