

PAR COURRIEL SEULEMENT
consultation-en-cours@lautorite.qc.ca

Québec, ce 30 septembre 2016

Me Anne-Marie Beaudoin
Secrétaire de l'Autorité
Autorité des marchés financiers
800, rue du Square-Victoria, 22^e étage
C.P. 246, Tour de la Bourse
Montréal (Québec) H4Z 1G3

**OBJET : Document de consultation 33-404 des Autorités en valeurs mobilières
Proposition de rehaussement des obligations des conseillers, des courtiers
et des représentants envers leurs clients.**

Me Beaudoin,

Ce document contient nos réponses aux questions soulevées par le document de consultation publié par les ACVM le 28 avril dernier.

Préambule

MICA Capital inc. est un cabinet de services financiers inscrit auprès de l'Autorité des marchés financiers au Québec à titre, entre autre, de courtier en épargne collective et en marché dispensé. Environ 175 représentants y sont rattachés et œuvrent sur tout le territoire québécois. Cette entreprise est une entreprise privée et n'est donc pas la propriété d'une compagnie d'assurances ni d'une institution financière. Elle existe depuis maintenant 30 ans.

MICA Capital inc. permet de distribuer, par l'entremise de ses représentants, les fonds mutuels de plus de 60 compagnies de fonds mutuels différentes ainsi que les produits de marchés dispensés d'une dizaine d'émetteurs. Nous n'émettons aucun produit et ne distribuons donc aucun produit « maison ». Par ailleurs, MICA n'est pas membre de l'ACCFM (MFDA).

Nous sommes particulièrement interpellés par le sujet soulevé par votre document de consultation relatif au rehaussement des obligations des conseillers, des courtiers et des représentants envers leurs clients.

Nous avons d'ailleurs lu avec grand intérêt le contenu du document de consultation publié le 28 avril dernier.

Nous tenons à vous remercier de nous donner l'opportunité de faire valoir notre position, nos arguments ainsi que nos pistes de solutions envisageables. La volonté manifestée d'obtenir les commentaires des intervenants de l'industrie démontre un souci d'être à l'écoute des principaux intéressés et nous l'apprécions.

Vous retrouverez, dans les prochaines pages, nos réponses et commentaires à l'égard des questions qui sont soulevées par le sujet sous étude.

CHOISIR
la complicité

Question soulevées

1. Est-ce la meilleure façon de réglementer la résolution des conflits par les personnes inscrites? Dans la négative, quelle solution de rechange recommanderiez-vous?

Nous croyons qu'il est pertinent et nécessaire que le régulateur précise sa pensée sur les cas concrets de situations pouvant impliquer un conflit d'intérêt. Pour le moment, à la lecture des documents de consultation, nous constatons des principes généraux qui, en eux-mêmes, semblent faire du sens. Toutefois, c'est l'application concrète des principes énoncés qui nous semble imprécise et abstraite.

Nous souhaitons donc que le régulateur précise sa pensée sur ce qu'il considère être des situations pouvant engendrer un conflit d'intérêt et proposer des moyens concrets pour les gérer. Des documents en support aux sociétés et personnes inscrites devraient être préparés par le régulateur et être rendus disponibles afin d'aider celles-ci. Aussi, le régulateur devrait préparer des documents modèles dont pourraient se servir les sociétés et personnes inscrites. Aussi, des outils d'aide à la détection de situations possiblement conflictuelles devraient être rendus disponibles par le régulateur afin de faciliter les choses aux sociétés et aux personnes inscrites.

Ainsi, les sociétés inscrites seraient mieux outillées pour accompagner et aider les personnes inscrites à déclarer, contrôler et éviter de telles situations.

Évidemment, nous croyons que les intérêts du client doivent prédominer sur ceux des personnes inscrites. Toutefois, les mécanismes qui permettront de déclarer, contrôler ou éviter ces conflits ne devraient pas être trop lourds à administrer par le représentant ou la société à défaut de quoi, les représentants risquent de ne pas les appliquer ou de les appliquer partiellement.

Le projet de réforme propose la résolution des conflits d'intérêts par les représentants. Les obligations imposées reviendront, à notre avis, de toute façon sur les épaules des sociétés inscrites. Ces dernières devront, à la demande des représentants concernés, analyser chacune des situations et aider les représentants dans la divulgation. Le représentant n'a pas la compétence pour bien saisir les exigences réglementaires et s'en remet très souvent au service de conformité de la société auquel il est rattaché. Donc, d'imposer aux représentants des obligations en ce qui concerne les conflits d'intérêts revient à imposer ces obligations à la société puisque, dans les faits, c'est elle qui devra faire le nécessaire.

Devant ce constat, nous croyons que la gestion, au sens large, des conflits d'intérêts devrait demeurer la seule responsabilité des sociétés inscrites. Toutefois, une obligation de divulguer toute situation potentielle de conflit d'intérêt à sa société parrainante pourrait être imposée aux représentants afin que la société puisse mettre en œuvre les mécanismes appropriés

Par ailleurs, nous vous rappelons qu'au Québec, tant la réglementation que le code civil du Québec impose aux représentants d'agir dans l'intérêt du client, ce qui implique de gérer les situations de conflits d'intérêts.

2. L'obligation de résoudre les conflits « en faisant passer l'intérêt du client avant [celui de la société ou du représentant] » est-elle suffisamment claire pour constituer un code de conduite pertinent? Dans la négative, comment la clarifier?

Nous ne croyons pas. Des critères et des balises plus précises devraient être édictés par le régulateur afin de bien guider les sociétés et les représentants et ce, tant à ce qui a trait à la détection qu'à l'administration de telles situations.

3. Cette obligation présentera-t-elle des défis particuliers dans certaines catégories d'inscription ou pour certains modèles d'entreprise?

Nous croyons que les défis seront les mêmes pour tous,

Et l'un de ces principaux défis sera, pour les sociétés et les représentants, de déterminer que le client comprend parfaitement les implications du conflit potentiel. Appliquer cette norme revient à imposer une obligation de résultat sur leurs épaules. Il est difficile, voire impossible, pour le représentant ou la société d'avoir l'intime conviction que le client comprend bien toute la situation. Ce serait en mettre beaucoup sur leurs épaules.

Nous croyons que la norme d'une obligation de moyens devrait plutôt être préconisée soit de prendre tous les moyens nécessaires pour informer adéquatement, et le mieux possible, le client.

4. Actuellement, les personnes inscrites ont-elles toutes les compétences nécessaires pour comprendre la situation fiscale de base de leurs clients? L'obligation de recueillir cette information poserait-elle des problèmes ou des défis aux personnes inscrites ou aux clients?

Tout d'abord, ce qui est proposé de façon générale correspond à ce qui est actuellement fait par les représentants et les sociétés dans la pratique. Sur le terrain, la cueillette d'informations générales faite par les représentants correspond déjà à ce qui est proposé.

Situation fiscale de base des clients : tout d'abord, il serait pertinent et important de savoir ce que le régulateur entend par « connaître la situation fiscale de base du client ». De façon générale, les représentants maîtrisent bien les concepts principaux de la fiscalité générale applicable à leurs clients. Il faut par ailleurs admettre que, sauf exception, ils ne sont pas des experts en fiscalité, et nous croyons que ceci n'est pas leur rôle premier. Toutefois, ils se doivent de comprendre le traitement fiscal des produits qu'ils recommandent (obligation de bien connaître son produit).

Par ailleurs, il peut être parfois difficile pour un représentant, voire impossible, d'obtenir toute l'information nécessaire de la part du client lui-même quant à sa situation fiscale. Souvent, le client lui-même ne comprend ni ne connaît toute les subtilités de sa propre situation fiscale. Pour avoir toutes les informations requises, une discussion ou une rencontre avec son comptable ou fiscaliste serait nécessaire. À notre avis, il serait exagéré de vouloir faire des représentants des experts en fiscalité.

Par ailleurs, si l'intention du régulateur est d'imposer aux représentants l'obligation de recueillir des informations en lien avec la situation fiscale des clients, il devrait préciser quelles sont ces informations précisément qu'il souhaite retrouver dans les dossiers.

Mise à jour des renseignements : Il est proposé de prendre des mesures raisonnables pour mettre à jour l'information du client (et le formulaire connexe) au moins une fois tous les 12 mois et plus fréquemment en cas de changement important de situation qui touche le client ou son portefeuille. Que doit-on comprendre par « prendre des mesures raisonnables »?

Nous croyons qu'il serait plus réaliste de proposer ceci :

1. Le représentant devrait communiquer, peu importe le moyen, au moins une fois aux 12 mois, avec les clients afin de leur rappeler qu'ils doivent informer leur représentant de tout changement significatif dans leur situation personnelle ou financière et de les inviter à communiquer avec leur représentant afin de prévoir une rencontre afin de mettre à jour les documents.
2. L'information du client devrait être mise à jour plus fréquemment, dans l'intervalle, en cas de changement subit et important dans sa situation.

Nous croyons que cette méthode permet de maximiser le temps des représentants, favorise la communication et évite de provoquer du travail inutile dans certains cas. En effet, souvent, des clients

refusent de rencontrer leur représentant si rien dans leur situation n'a changé; et ils acceptent encore moins de prendre le temps de mettre à jour un document qui sera identique au précédent de toute façon. Dans ces situations, d'exiger de rencontrer les clients une fois aux 12 mois serait un irritant important, non seulement pour le représentant mais aussi, et surtout, pour les clients.

Il faut par ailleurs tenir compte du fait qu'il y a un nombre de jours limité de travail par année. Un représentant ayant une grande clientèle se verrait confiner à devoir rencontrer sans cesse des clients pour mettre à jour leurs informations, et ce même si ces informations n'ont pas changé. Il ne pourrait alors continuer de se perfectionner ni servir adéquatement ses autres clients, faute de temps. Il serait à notre avis, non seulement contre-productif, mais aussi inapproprié d'exiger une rencontre de mise-à-jour annuelle.

5. Les ACVM devraient-elles aussi codifier la forme du document, le nouveau formulaire d'ouverture de compte, qui est utilisé pour recueillir l'information du client?

Plutôt que de codifier la forme du document, le régulateur pourrait préciser chaque information obligatoire qu'il souhaite voir apparaître sur les formulaires d'ouverture de compte, les formulaires de mise à jour ainsi que sur les profils d'investisseurs des clients (connaissance des clients). Ainsi, les éléments obligatoires à recueillir seraient les mêmes pour tous.

Il serait important et souhaitable de laisser la latitude nécessaire aux sociétés inscrites de recueillir toute autre information que celles-ci considèreraient pertinente et utile.

Quant à la forme des documents, le régulateur pourrait en proposer une sans la rendre obligatoire.

6. Le formulaire « Connaissance du client » devrait-il être également signé par le superviseur du représentant?

Nous ne croyons pas. Nous croyons qu'il doit être de la responsabilité du siège social de la société de s'assurer que toutes les informations nécessaires à une bonne connaissance du client sont recueillies et documentées adéquatement. Nous ne voyons pas de bénéfice concret à une telle mesure.

7. Est-ce la meilleure façon de réglementer le respect de l'obligation de connaissance du client qui incombe aux représentants? Dans la négative, quelle solution de rechange recommanderiez-vous?

Bien que l'obligation de connaître les produits que le représentant propose aille de soi, de par la nature même de sa profession et de son travail, nous considérons pertinent d'ajouter une disposition explicite à cet égard dans la réglementation.

8. L'objectif de l'obligation des sociétés ayant une liste de produits mixtes ou non exclusifs de faire une enquête de marché et une comparaison est de garantir que la gamme de produits de celles qui, selon leurs déclarations, n'offrent pas uniquement des produits exclusifs est représentative d'une vaste gamme de produits convenant à leur clientèle. Est-ce un objectif approprié? Veuillez fournir des explications.

L'objectif, en soi, de connaître les produits distribués nous semble à première vue raisonnable.

La question que ceci soulève est de savoir quelles sont les attentes précises du régulateur lorsqu'il fait référence au concept de « enquête de marché et comparaison ». Autrement dit, quels sont, concrètement les vérifications spécifiques que l'on attend de la part des courtiers.

Pour un courtier qui ne distribue qu'un nombre restreint de fonds ou seulement les fonds d'une entité affiliée, il nous semble plus simple pour celui-ci de procéder à une analyse approfondie de chacun des fonds qu'il distribue. Toutefois, pour un courtier qui, comme nous, distribuons les produits d'au moins une trentaine d'OPC lesquels proposent eux-mêmes des dizaines de fonds différents, il peut s'avérer difficile sinon voire impossible de procéder à une enquête de marché et des comparaisons pour chacun des fonds distribués. Il s'agit là, selon nous, d'une tâche titanesque qui devrait être assumée par des ressources complètement dédiées à cette responsabilité. Il y a évidemment là un enjeu important de ressources humaines pour les sociétés, et ce, particulièrement pour les courtiers de plus petite taille.

Nous croyons qu'un courtier doit s'assurer de distribuer un éventail diversifié de fonds afin d'être en mesure de répondre adéquatement aux besoins des consommateurs. Toutefois, si les régulateurs imposent de trop grandes exigences d'enquête de marché et de comparaison, il est prévisible que certains courtiers qui offrent actuellement une gamme élargie de produits soient tentés de la restreindre afin de diminuer la tâche d'analyse reliée, et ainsi, avoir comme effet direct de réduire les produits offerts aux consommateurs, ce qui irait à l'opposé de la volonté que soient offerts à ceux-ci une vaste gamme de produits diversifiés.

9. Selon vous, l'obligation des sociétés ayant une liste de produits mixtes ou non exclusifs de sélectionner les produits de la façon décrite contribuera-t-elle à atteindre cet objectif? Dans la négative, pourquoi?

Les indications contenues à l'annexe D du document de consultation nous apparaissent très exigeantes pour un courtier comme nous. L'exercice de l'établissement d'une liste de produits selon ce qui y est proposé nous apparaît fort complexe en plus d'exiger des sociétés de mobiliser une partie de ses ressources humaines afin que ces ressources soient en mesure de procéder aux analyses proposées.

Pour une société comme la nôtre qui distribue déjà les principales sociétés de fonds, lesquelles offrent des produits pouvant correspondre aux besoins de divers types de consommateurs, nous considérons que l'exercice d'analyse proposé par le document de consultation n'ajoute rien. Les grandes sociétés de fonds offrent chacune une gamme de produits élargie. En distribuant plusieurs de ces sociétés de fonds, les courtiers proposent par le fait même tous ces produits. Le consommateur peut ainsi avoir accès à l'un ou l'autre de ces produits qui répond le mieux à son besoin.

10. Existe-t-il de meilleurs processus réglementaires pour atteindre cet objectif?

Nous croyons que d'inclure dans la réglementation une obligation générale imposée aux sociétés de distribuer une gamme élargie et diversifiée de produits répondant à tout type de consommateur serait suffisante afin d'atteindre l'objectif visé.

11. Cette obligation posera-t-elle des défis aux sociétés en général ou à des catégories d'inscription ou modèles d'entreprise en particulier? Dans l'affirmative, veuillez fournir une description.

De toute évidence, oui.

Tel que déjà mentionné, pour une société comme la nôtre qui ne distribue pas de produits « maison » mais plutôt que des produits de sociétés de fonds (liste non exclusive), le défi est immense car les analyses telles que proposées par le document de consultation exigeront un nombre incalculable d'heures et de ressources afin de réussir à analyser les milliers de fonds que nous distribuons.

12. Cette obligation aura-t-elle des conséquences inattendues? Par exemple, pourrait-elle pousser les sociétés à offrir moins de produits ou à en offrir davantage?

Si les régulateurs imposent de trop grandes exigences d'enquête de marché et de comparaison, il est prévisible que certains courtiers, qui offrent actuellement une gamme élargie de produits, soient tentés de la restreindre afin de diminuer la tâche d'analyse reliée, et ainsi, avoir comme effet direct de réduire les produits offerts aux consommateurs ce qui irait à l'opposé de la volonté que soit offerte à ceux-ci une vaste gamme de produits diversifiés.

13. Cette obligation pourrait-elle inciter les sociétés à cesser d'offrir des produits non exclusifs pour se conformer à la définition de société ayant une liste de produits exclusifs?

Effectivement, nous le croyons.

14. Faudrait-il obliger les sociétés ayant une liste de produits exclusifs à faire une enquête de marché et une comparaison des produits ou à offrir des produits non exclusifs?

Sans les obliger à offrir des produits non exclusifs, ces sociétés devraient s'assurer que les produits exclusifs qu'elles distribuent constituent une gamme élargie et diversifiée de produits répondant à tout type de consommateur.

15. Selon vous, convient-il de faire la distinction entre les sociétés selon qu'elles ont une liste de produits exclusifs ou de produits mixtes ou non exclusifs? Faudrait-il tenir compte d'autres caractéristiques qui distinguent les sociétés dans les obligations relatives au développement de la liste de produits?

Oui.

À notre avis, un consommateur souhaitant faire affaires avec une société offrant uniquement des produits exclusifs (dits maison) devraient en être clairement informé avant de prendre sa décision.

Par ailleurs, les sociétés offrant des produits mixtes (dits maison et de tiers) ne devraient pas être autorisées à proposer des avantages supérieurs à leurs représentants dans les cas où ces derniers proposent les produits maisons plutôt que les produits de tiers, et ce, dans le but que le représentant n'ait aucun incitatif à proposer les produits maison plutôt que les produits de tiers.

16. Souscrivez-vous à l'obligation d'envisager d'autres stratégies financières de base?

Oui. Nous considérons que le travail de la personne inscrite consiste aussi à considérer des stratégies financières de base à proposer aux clients tels le remboursement de dettes à taux d'intérêts élevés ou de gestion de liquidités susceptibles de répondre aux besoins des clients.

17. La conformité à l'obligation de s'assurer que l'achat, la vente, la conservation ou l'échange d'un produit est « le plus susceptible » de satisfaire les besoins et objectifs de placement du client posera-t-elle des défis?

Nous le croyons. D'abord, le concept « le plus susceptible de satisfaire les besoins et objectifs de placement » peut être interprété de façon arbitraire. Deux représentants confrontées à une même situation pourraient proposer des stratégies un peu différentes l'une de l'autre mais toutes aussi efficaces pour les clients. Il pourrait être hasardeux d'établir laquelle est la plus susceptible de satisfaire les besoins et objectifs de placement.

Donc, nous croyons que le flou entourant cette notion n'est pas souhaitable car son application objective nous semble impossible.

18. Faudrait-il prévoir des obligations plus précises pour établir ce qui constitue un placement « convenable »?

Un placement « convenable » devrait être un placement qui correspond le plus possible à la situation globale d'un client, tenant compte, entre autre, de son horizon de placement, sa tolérance au risque et ses objectifs d'investissement.

Élaborer des obligations trop précises pour établir ce qui constitue un placement « convenable » n'est pas souhaitable et ne protégera pas mieux les clients.

19. L'obligation d'évaluer la convenance au client lors de l'acceptation de l'instruction de conserver des titres posera-t-elle des défis aux personnes inscrites?

Les sociétés et les représentants sont déjà tenus de s'assurer de la convenance des placements en vertu des règles déjà en place, ceci incluant les recommandations de conserver un titre. Nous considérons que ce qui est proposé n'est pas nécessaire.

20. L'obligation d'évaluer la convenance au client au moins tous les 12 mois posera-t-elle des défis à certaines catégories de personnes inscrites ou à certains modèles d'entreprise? Par exemple, il se peut que la relation du client avec la société se limite à l'exécution d'une opération. Dans ce cas, comment établir raisonnablement si la société doit évaluer en continu la convenance au client?

D'abord, il est illusoire de penser que les représentants peuvent rencontrer tous leurs clients en personne au moins une fois par année. Ceux qui ont peu de clients pourraient peut-être le faire mais la très grande majorité ne le peut pas.

À défaut d'avoir rencontré un client durant une année donnée, nous croyons qu'une correspondance transmise aux clients leur rappelant d'informer leur représentant de tout changement significatif survenu dans leur situation serait suffisante; cette correspondance invitant les clients à communiquer avec leur représentant pour en discuter ou à prendre rendez-vous avec celui-ci.

21. Les clients devraient-ils recevoir un exemplaire de l'analyse du taux cible et de leurs besoins et objectifs de placement effectuée par le représentant?

D'abord, nous ne croyons pas utile d'indiquer au client un taux cible de rendement. Nous croyons qu'un tel taux cible puisse être interprété par le client comme un engagement ferme de la part du représentant à atteindre un taux de rendement équivalent. Bref, l'atteinte d'un taux cible ne devrait pas être considéré comme un engagement de résultat.

Nous craignons qu'un taux cible de rendement fixé puisse être interprété par un client comme une promesse de rendement. En conséquence, nous considérons que le fait de fixer un taux cible de rendement, puisque mal interprété par un client, pourrait amener des plaintes de client à l'encontre de son représentant au motif qu'il a fait défaut d'atteindre le rendement ciblé.

Quant aux besoins et aux objectifs de placement, ceux-ci devraient être indiqués dans le formulaire d'ouverture de compte et une copie de celui-ci devrait être remise au client.

22. L'obligation d'évaluer la convenance au client en cas de recommandation de ne pas acheter, vendre, conserver, ni échanger des titres posera-t-elle problème aux personnes inscrites?

Les sociétés et les représentants sont déjà tenus de s'assurer de la convenance des placements en vertu des règles déjà en place dans ces situations ci-avant décrites.

23. L'information qu'il est proposé d'exiger des sociétés inscrites dans des catégories d'exercice restreint vous convient-elle? Motivez votre réponse.

Non.

D'abord, nous ne voyons pas d'avantage pour le client à lire une telle définition qui pourrait être ardue à comprendre pour un client. L'utilisation du terme « restreint » dans la documentation à être éventuellement remise aux clients, selon nous, risque de susciter des craintes injustifiées dans l'esprit des clients. Ces derniers pourraient se poser des questions telles :

Mon courtier ou représentant est restreint de faire quoi au juste?

Pourquoi est-il restreint?

Une autorité a-t-elle décidé de restreindre son champ de pratique et pourquoi?

Mon courtier ou représentant s'est-il vu imposer une sanction quelconque le restreignant à me produire certains produits?

Pour les intervenants du milieu, nous savons ce que veut dire le terme « restreint » au sens de la réglementation, mais pas les clients. Un langage simple et facilement compréhensible devrait plutôt être utilisé.

Ainsi, nous sommes plutôt d'avis que l'emphase devrait être mise sur les types de produits distribués plutôt que sur les produits qui ne sont pas distribués.

Il pourrait alors être indiqué clairement aux clients, en évidence et en langage simple, à l'ouverture du compte ou avant de leur fournir des produits ou services, qu'en raison de son inscription, la société offre les types de produits suivants : (et en faire une énumération exhaustive). Si un client souhaite obtenir d'autres types de produits que ceux énumérés, il devrait être informé de l'impossibilité de s'en procurer auprès de ladite société.

Il serait aussi souhaitable d'indiquer que les personnes inscrites dans ces catégories d'inscription restreinte ne considéreront pas les produits qu'ils ne sont pas autorisés à vendre.

24. L'information qu'il est proposé d'exiger des sociétés qui n'offrent que des produits exclusifs vous convient-elle? Motivez votre réponse.

Même réponse que pour la question précédente mais avec une précision additionnelle :

Il devrait être divulgué et mis en évidence le fait que leur offre de services se limite à ne proposer que leurs produits internes.

25. L'obligation d'information proposée pour les catégories d'exercice restreint peut-elle être appliquée pour toutes les catégories visées?

Oui.

26. Faudrait-il que l'information soit analogue pour les courtiers en placement ou les gestionnaires de portefeuille?

Aucun commentaire à formuler

27. Serait-il utile de prévoir des indications supplémentaires sur la façon de rendre l'information sur la relation plus facile à comprendre pour les clients?

L'article 14.2 de l'Instruction générale 31-103 fournit déjà des exigences détaillées à cet égard. Nous croyons que ces indications sont suffisamment claires et permettent de bien guider les sociétés.

28. Dans quelle mesure les ACVM devraient-elles rehausser explicitement les obligations de compétence prévues par la législation canadienne en valeurs mobilières?

Nous croyons qu'il est pertinent d'énumérer clairement les attentes des ACVM à cet égard. Pour le moment, nous ignorons à quoi correspondraient les obligations rehaussées de compétence.

Toutefois, quant à la formation continue, il faut noter qu'au Québec, les représentants de courtiers en épargne collective et de courtiers en plans de bourses d'études doivent être membres de la Chambre de la sécurité financière et ont déjà une obligation de formation continue.

29. Le rehaussement des obligations de compétence des représentants devrait-il s'accompagner du rehaussement de celles du chef de la conformité et de la personne désignée responsable?

À première vue, les exigences actuelles prévues nous semblent raisonnables et suffisantes pour s'assurer de la compétence de ces personnes.

Le cas échéant, il faudrait que le rehaussement des obligations de compétences du chef de conformité et de la personne désignée responsable soit en lien avec l'exercice de leurs responsabilités respectives et adaptées à eux.

30. La réglementation plus stricte des titres posera-t-elle des problèmes ou des défis aux personnes inscrites ou aux clients?

Tout dépendra de la solution adoptée.

Les propositions des options 1 et 2, selon nous, pourraient engendrer des défis importants.

En ce qui nous concerne, nous préférons l'option 3 qui, selon nous, aura un minimum d'impact auprès des sociétés inscrites et des clients.

Par ailleurs, nous pensons qu'il est complètement inopportun de penser utiliser des titres comme « vendeur » ou autre titre similaire, puisque nous les considérons réducteurs et qu'ils ne représentent aucunement la réalité du travail du représentant.

31. Préférez-vous une des options ou avez-vous une autre proposition, mis à part le statu quo, pour régler le problème de la confusion des clients en ce qui concerne les rôles et responsabilités des représentants?

Aucun commentaire à formuler

32. Faudrait-il prévoir des indications supplémentaires sur l'utilisation des titres par les représentants qui ont deux permis (ou l'équivalent)?

Aucun commentaire à formuler

33. Devrions-nous réglementer l'utilisation de certaines désignations ou obliger les sociétés à examiner et valider les désignations utilisées par leurs représentants?

Nous sommes d'avis que seules les désignations prévues à la réglementation soient permises et qu'aucune autre désignation n'apparaisse à la suite du nom d'un représentant.

Si le régulateur souhaite permettre aux sociétés d'autoriser d'autres titres que ceux prévus, il devrait s'assurer d'établir les considérations à tenir en compte lors de l'analyse d'un tel titre. Nous sommes d'avis que des titres comme « Expert », « spécialiste », « stratège » ne devraient jamais être permis. L'utilisation de ces types de termes peut induire un client en erreur. Ce type de terme n'est utilisé que pour se promouvoir et tenter de démontrer sa supériorité. Nous sommes d'avis qu'un représentant ne peut, lui-même se qualifier de « Expert », « spécialiste », « stratège ».

Par ailleurs, le titre de « vice-président » ne devrait être réservé qu'aux personnes qui sont de réels officiers d'une société et qui ont des responsabilités qui correspondent à ce titre. Un représentant dont la seule fonction est de conseiller des clients ne devrait pas être autorisé à utiliser un tel titre. Dans la pratique actuelle, certains représentants obtiennent ce titre pour la seule raison que leur production est importante.

34. Ces clarifications sont-elles conformes aux pratiques normales actuelles de la personne désignée responsable et du chef de la conformité? Dans la négative, veuillez fournir des explications.

Aucun commentaire à formuler

35. Existe-t-il une raison de ne pas introduire une obligation fiduciaire légale à ces conditions?

Au Québec, le Code civil du Québec ainsi que le Code de déontologie de la Chambre de la sécurité financière prévoient déjà des dispositions précises quant au devoir d'agir dans le meilleur intérêt du client.

36. Une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client s'ajoutant aux projets de réformes ciblées serait-elle nécessaire et bénéfique pour répondre aux préoccupations réglementaires relevées?

Nous ne le croyons pas (voir réponse 35).

37. Souscrivez-vous ou non aux arguments pour ou contre l'introduction d'une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client? Veuillez fournir des explications.

Nous n'y souscrivons pas (voir réponse 35).

38. Le cas échéant, existe-t-il d'autres arguments importants pour ou contre l'introduction d'une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client?

Aucun commentaire à formuler.

39. Quelle serait l'incidence de l'introduction des projets de réformes ciblées ou d'une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client sur les coûts de la conformité pour les personnes inscrites?

A) L'introduction des projets de réformes ciblées

Avant de penser à mettre en place ces projets de réformes ciblées, nous souhaiterions que les régulateurs évaluent de leur côté, de façon sérieuse et attentive, les véritables impacts (positifs ou négatifs) pour les clients et pour l'industrie en générales.

Au risque de nous répéter, l'entrée en vigueur de la totalité des projets de réformes ciblées tels que présentés risque d'avoir des conséquences telles que :

- augmenter les obligations de surveillance des sociétés donc augmenter la masse salariale;
- augmenter de façon significative la charge financière des sociétés;
- amener les sociétés à restreindre leur offre de produits;
- amener les sociétés à imposer des frais administratifs supplémentaires aux clients;
- amener les représentants à abonner les clients moins fortunés, alors que ce sont eux qui ont le plus besoin de conseils.

Nous croyons qu'il faille rechercher l'équilibre en tout!

Il faut alors se demander :

- Les mesures proposées vont-elles profiter réellement aux clients ou plutôt leur nuire, par effet indirect?
- Les exigences actuelles sont-elles à ces points inefficaces qu'il faille en ajouter autant?
- Les clients actuels sont-ils à ce point si mal servis et protégés?

B) Norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client

Nous ne souhaitons pas l'introduction d'un tel devoir vu les dispositions déjà existantes au Québec.

40. Quelle serait l'incidence de l'introduction des projets de réformes ciblées ou d'une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client sur les résultats pour les investisseurs?

Voir réponses à la question 39.

41. Quels défis et opportunités la mise en œuvre de ce qui suit présenterait-elle pour les personnes inscrites?

i) les projets de réformes ciblées;

Voir réponses à la question 39.

ii) une norme réglementaire d'agir au mieux des intérêts du client.

Aucun commentaire à formuler.

42. Quelle pourrait être l'incidence des projets sur les modèles d'entreprise existants? Si une incidence significative est prévue, d'autres modèles d'entreprise (nouveaux ou existants) gagneront-ils en importance?

À chaque fois où on en demande plus à une entreprise, ceci risque d'augmenter les charges financières de celle-ci. Et si les charges financières augmentent, on met en péril la pérennité ou la survie de cette entreprise.

Tout projet de réforme impliquant des investissements massifs de la part d'une entreprise sans qu'il n'y ait d'avantages importants, concrets et sérieux pour le consommateur, n'est pas souhaitable et ne risque que de fragiliser cette entreprise.

43. Les projets vont-ils assez loin pour améliorer les obligations des courtiers, conseillers et représentants envers les clients?

Nous avons le sentiment que les projets de réformes ciblés sont proposés sans qu'il n'y ait de véritable problème de fonds à régler. Peut-être est-il nécessaire de préciser certaines notions. Mais il ne faudrait pas tomber dans le piège de vouloir tout régler en même temps, ni même vouloir régler des problèmes qui n'existent pas.

44. Est-il approprié que la déclaration soit la principale manière de résoudre les conflits d'intérêts entre les sociétés et leurs clients institutionnels?

Aucun commentaire à formuler.

45. Existe-t-il d'autres situations particulières dans lesquelles la déclaration pourrait être la principale manière de résoudre certains conflits d'intérêts?

Aucun commentaire à formuler.

46. Cette définition de « client institutionnel » est-elle appropriée pour l'application de l'instruction générale?

Par exemple :

- i) le seuil de 100 millions de dollars est-il approprié?;
- ii) le traitement particulier des clients institutionnels indiqué dans l'instruction générale est-il approprié?;
- iii) l'introduction de la notion de « client institutionnel » et du traitement particulier connexe entraîne-t-elle une complexité excessive dans l'application des dispositions de la législation en valeurs mobilières relatives aux conflits d'intérêts?

Dans la négative, veuillez fournir des explications et, le cas échéant, proposer d'autres libellés.

Aucun commentaire à formuler.

47. Le « client institutionnel » pourrait-il être défini comme un « client autorisé autre qu'une personne physique » ou remplacé par cette notion?

Aucun commentaire à formuler.

48. Existe-t-il d'autres exemples de pratiques commerciales à ajouter à la liste ci-dessus?

Aucun commentaire à formuler.

49. Les interdictions et restrictions de pratiques commerciales comme celles prévues par le Règlement 81-105 sont-elles appropriées pour les produits n'appartenant pas à la catégorie des OPC? Les indications sur ce point sont-elles suffisantes?

Nous croyons que les interdictions et les restrictions de pratiques commerciales comme celles prévues par le Règlement 81-105 pourraient être adaptées afin de les appliquer aux produits du marché dispensé, avec les nuances qui s'imposent et être clairement prévu dans un règlement.

Nous pensons qu'il est nécessaire que les pratiques commerciales en lien avec la distribution des produits de marché dispensé soient clairement définies.

50. Les restrictions des pratiques commerciales sont-elles plus pertinentes pour le placement de certains types de produits, comme les mécanismes de placement en gestion commune, ou faudrait-il en envisager plus généralement pour tous les types de produits?

Aucun commentaire à formuler.

51. Faudrait-il imposer d'autres obligations afin de limiter les pratiques commerciales actuellement utilisées pour inciter les représentants à vendre certains produits?

Aucun commentaire à formuler.

52. Quel type d'information faudrait-il exiger sur les pratiques commerciales entourant le placement de titres autres que ceux d'OPC, lesquels sont déjà visés par des obligations d'information?

Aucun commentaire à formuler.

53. Faudrait-il fournir d'autres indications sur certaines pratiques commerciales et la manière de les évaluer en fonction des obligations générales des personnes inscrites envers leurs clients? Dans l'affirmative, veuillez fournir des exemples détaillés.

Aucun commentaire à formuler.

54. Dans quelle mesure l'obligation de connaissance du client devrait-elle obliger les personnes inscrites à recueillir de l'information fiscale sur le client? Par exemple, quelle place devraient occuper les stratégies fiscales de base dans l'évaluation de la convenance au client effectuée par les personnes inscrites?

Voir notre réponse à la question 4.

55. Dans quelle mesure faudrait-il autoriser le représentant à ouvrir un nouveau compte client ou à exécuter une opération sur titres s'il ne dispose pas de tout ou partie de l'information du client? Faudrait-il obliger le client à fournir certains éléments d'information minimaux, sans quoi le représentant ne pourrait ouvrir de compte ni exécuter d'opérations?

Nous croyons que les principes devant guider les décisions des sociétés dans ce type de cas devraient être établis par les sociétés elle-même, tenant compte de chaque cas. Ceci devant être fait en respect avec les exigences de base déjà prévues à la réglementation existante.

56. Faudrait-il fournir des indications supplémentaires relativement au profil de risque?

Voir notre réponse à la question 5.

57. Dans quelles circonstances serait-il approprié que le représentant recueille de l'information du client moins détaillée? Faudrait-il fournir des indications supplémentaires sur le niveau de détail de l'information à recueillir selon le contexte?

Aucun commentaire à formuler.

58. Devrions-nous autoriser explicitement les sociétés qui n'ont pas de liste de produits à créer plutôt une procédure d'examen des produits ou serait-il préférable de les obliger à créer une liste de produits?

Il nous est difficile de concevoir l'utilité concrète de mettre en place des listes de produits que nous devons maintenir à jour. Et quelle est leur utilité pour le régulateur? Il nous est aussi difficile de concevoir concrètement comment le régulateur pourrait guider la société pour la création de ces listes de produits. Pour ce faire, le régulateur devrait connaître de façon approfondie chacun des produits disponibles afin de détecter si un produit doit se retrouver ou non sur une liste de produits d'une société donnée. Nous ne voyons pas non plus la capacité du régulateur à établir des critères objectifs qui devraient être utilisés par tous, et ce, sans tenir compte des particularités de chacune des sociétés.

59. Des indications supplémentaires sur la réalisation d'une « enquête de marché équitable et impartiale » seraient utiles ou appréciées? Dans l'affirmative, veuillez faire des propositions.

Voir notre réponse à la question 8.

60. D'autres désignations que « liste de produits exclusifs » et « liste de produits mixtes ou non exclusifs » seraient-elles plus efficaces? Dans l'affirmative, veuillez faire des propositions.

Aucun commentaire à formuler.

61. Est-il raisonnable de s'attendre à ce que les sociétés effectuent une enquête de marché, une comparaison des produits et une optimisation de la liste de produits de la façon « la plus susceptible de satisfaire les besoins et objectifs de placement de leurs clients, compte tenu de leur profil »? Dans la négative, veuillez fournir des explications.

Nous sommes d'avis qu'il est irréaliste de penser que les sociétés seront en mesure de réaliser une enquête de marché tel que proposée. Ce qui est proposé représente une charge de travail énorme nécessitant des ressources supplémentaires ayant toute les connaissances requises pour assumer cette responsabilité.

Aussi, le concept de « produit le plus susceptible de satisfaire les besoins et objectifs de placement de leurs clients, compte tenu de leur profil » est beaucoup trop flou et donne place à interprétation. De façon concrète, l'application de ce concept ne pourra qu'être imprécise et approximative.

62. Le cas échéant, quelles pourraient être les conséquences inattendues de s'attendre, dans le contexte de l'obligation d'évaluation de la convenance au client, à ce que les personnes inscrites repèrent à la fois les produits convenables et ceux qui sont les plus susceptibles de satisfaire les besoins et objectifs de placement du client? Les éventuels avantages de cette proposition l'emportent-ils sur ces conséquences?

Vu l'imprécision de cette notion de « produits les plus susceptibles de satisfaire les besoins et les objectifs de placement du client », nous craignons que le concept soit appliqué de différentes façons et que les sociétés qui n'appliqueront pas ce concept comme le souhaite les régulateurs se retrouvent dans des situations d'infractions.

Le régulateur doit être conscient qu'il est particulièrement difficile, voire impossible, pour une société d'appliquer une règle floue et imprécise.

Nous croyons que le concept aurait intérêt à être précisé avant de penser à l'appliquer.

63. Devrions-nous fournir d'autres indications au sujet de l'obligation d'évaluation de la convenance au client en ce qui concerne les décisions de conserver une position?

De la même façon que ce type de situation se gère actuellement, le représentant doit faire part au client des conséquences de son choix de conserver une position, lui expliquer pourquoi il ne devrait pas conserver cette position, que ce n'est pas un ordre sollicité et documenter son dossier en conséquence.

64. Devrions-nous fournir d'autres indications au sujet de la fréquence de l'évaluation de la convenance au client chez les personnes inscrites dont le modèle d'entreprise consiste à effectuer des opérations uniques? Par exemple, à quel moment la personne ou l'entité dans une telle relation devrait-elle cesser d'être client de la personne inscrite pour l'application de l'obligation continue d'évaluer la convenance de son compte?

Aucun commentaire à formuler.

65. La norme de diligence devrait-elle s'appliquer aux sociétés non inscrites (par exemple, les conseillers et courtiers internationaux), qui ne sont pas tenues de s'inscrire en raison de dispenses d'inscription légales ou discrétionnaires, à moins que l'autorité de réglementation n'y renonce expressément?

Aucun commentaire à formuler.

66. La norme de diligence est-elle, selon vous, incompatible avec certains éléments de la législation en valeurs mobilières actuelle? Dans l'affirmative, veuillez fournir des explications.

Aucun commentaire à formuler.

67. Convenez-vous que la norme de diligence ne devrait pas s'appliquer aux activités de prise ferme et aux services-conseils en matière de financement des sociétés? Dans la négative, veuillez fournir des explications.

Aucun commentaire à formuler.

68. Pensez-vous que ces attentes soient appropriées lorsque le niveau de connaissances des sociétés et de leurs clients est analogue, par exemple lorsque les sociétés traitent avec des clients institutionnels?

Aucun commentaire à formuler.

Conclusion

Devant l'ampleur de la réforme proposée dans cette consultation, nous ne pouvons que constater que celle-ci arrive à un moment inapproprié.

Dans un contexte où nous commencerons à voir bientôt les effets de MRCC2, il nous semble prématuré de vouloir, à ce moment-ci, en ajouter une couche par ces propositions de projets ciblés. Nous n'avons pas encore terminé d'absorber de récentes réformes importantes (remise de l'aperçu du fonds, préparation des rapports de rémunération, préparation des rapports de rendement, etc.) que le régulateur semble vouloir encore apporter des changements importants. Il nous semble qu'il serait approprié pour tous de laisser le temps au temps d'apporter ses bienfaits.

De plus, nous ne pouvons que constater l'imprécision de différents concepts flous, leur non-applicabilité pratique et leurs forts probables impacts négatifs pour notre industrie mais aussi et surtout pour le consommateur.

Nous implorons le régulateur de mesurer adéquatement et sérieusement tous les impacts négatifs probables d'une telle réforme, à privilégier une approche beaucoup plus concrète et pratique dans les mesures qu'il entend proposer, et de cibler certaines priorités sans vouloir s'attaquer à tout en même temps.

Nous demandons aux régulateurs de continuer de veiller à s'assurer que le cadre réglementaire de l'industrie continue de permettre les services de véritables professionnels à tous les Canadiens et de veiller à ne pas compromettre l'accès à des conseils pour les petits investisseurs. Cela signifie de donner aux investisseurs un accès continu à une large gamme de produits et services financiers adaptés à leurs besoins et à des prix compétitifs. Cela signifie également de ne pas imposer des réformes ciblées imposantes qui seraient disproportionnées par rapport à leurs bénéfices concrets et réels.

En terminant, nous vous remercions de cette opportunité de vous soumettre notre point de vue quant aux questions soulevées.

Au besoin, nous demeurerons disponibles pour toute demande d'informations complémentaires ou encore, à participer à d'éventuelles rencontres d'échanges.

Veillez accepter, Me Beaudoin, l'expression de nos salutations les plus cordiales!


Gino Sebastian Savard, B.A., A.V.A.
Président


Yvan Morin, LL.B., Avocat,
Vice-président, Affaires juridiques
Chef de la conformité