

# FAIR

Canadian Foundation *for*  
Advancement *of* Investor Rights  
Fondation canadienne *pour* l'avancement  
*des* droits *des* investisseurs

Le 6 juin 2011

Monsieur Philip Howell

Directeur général et surintendant des services financiers

Commission des services financiers de l'Ontario

5160, rue Yonge, C.P. 85

Toronto (Ontario) M2N 6L9

Transmis par courriel à l'adresse : [priorities@fsco.gov.on.ca](mailto:priorities@fsco.gov.on.ca)

Monsieur,

**Objet : Projet d'énoncé de priorités et d'orientations stratégiques de la Commission des services financiers de l'Ontario (CSFO) daté d'avril 2011**

---

FAIR Canada est heureuse d'offrir ses commentaires sur le projet d'énoncé de priorités et d'orientations stratégiques de la CSFO (le « projet d'énoncé »).

FAIR Canada est un organisme sans but lucratif national de défense des épargnants. À titre de représentant des investisseurs canadiens, FAIR Canada milite pour une plus grande protection des investisseurs dans le domaine de la réglementation des valeurs mobilières. Pour de plus amples renseignements, consultez notre site [www.faircanada.com](http://www.faircanada.com).

### **Commentaires et recommandations de FAIR Canada – Sommaire**

La responsabilité de protéger l'intérêt public est au cœur du mandat de la CSFO, qui par ses priorités, stratégies et initiatives doit s'assurer que les consommateurs de produits et services financiers seront protégés. FAIR Canada a des recommandations au sujet de certaines initiatives énoncées dans le projet d'énoncé qui ont une incidence sur les consommateurs de produits et services financiers.

#### **1. Initiative – Procéder à des examens et recommander des changements pour réduire les risques – Examiner les pratiques du secteur pour évaluer si les produits d'assurance recommandés conviennent bien aux clients**

1.1. FAIR Canada préconise l'adoption d'un nouveau modèle de protection des consommateurs en ce qui concerne les produits financiers complexes, dont les fonds distincts. Ce nouveau modèle fait

porter aux parties qui vendent des produits financiers complexes (sociétés, distributeurs et agents d'assurance) la responsabilité de s'assurer que leurs effectifs de vente, leurs clients et les consommateurs finals comprennent les produits vendus, les coûts et les risques qu'ils comportent et ce qu'impliquent les documents d'information fournis. En d'autres termes, FAIR Canada prône le remplacement de la norme de communication d'informations par une norme de connaissance active.

- 1.2. FAIR Canada recommande que la CSFO consulte les parties intéressées sur le relèvement des normes de compétence pour les agents d'assurance.
- 1.3. FAIR Canada recommande que la CSFO envisage d'établir, en matière de convenance des produits, des exigences *réglementées* semblables à celles des Règles 1300 et 2500 des courtiers membres de l'OCRCVM et à celles de la Règle 2.2.1 et de la politique n° 2 de l'ACCFM, afin que les consommateurs soient ultimement mieux servis.
- 1.4. FAIR Canada recommande que, pour être autorisé à offrir des fonds distincts, un agent doive d'abord détenir un permis de vente de fonds communs de placement ou d'autres produits aux frais moins élevés et que la CSFO en fasse une exigence réglementée.
- 1.5. Nous recommandons enfin que la CSFO se donne comme stratégie additionnelle celle de publier en 2011 un document de consultation sur l'adoption d'une norme obligeant tous les intermédiaires du marché à donner la priorité aux intérêts des clients.

## **2. Initiative – Avec le ministère des Finances, revoir des parties majeures de la Loi sur les assurances et d'autres lois liées aux assurances**

- 2.1. FAIR Canada exhorte la CSFO à consulter les parties intéressées lorsqu'elle envisage des modifications législatives, de sorte que les défenseurs des droits des consommateurs et des investisseurs individuels aient l'occasion de donner leur avis sur le processus d'élaboration des politiques.

## **3. Examiner les recommandations du CCRRA visant à tenir compte des changements dans la distribution**

- 3.1. FAIR Canada recommande que la CSFO et le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) s'adressent aux organismes de défense des consommateurs, si ce n'est déjà fait, afin d'obtenir les opinions et les perspectives des consommateurs pour déterminer s'il existe des lacunes dans la réglementation et des risques pour les consommateurs et relativement à toute recommandation ou proposition de changement concernant le cadre réglementaire.
- 3.2. FAIR Canada recommande que la CSFO entreprenne une initiative pour trouver de nouveaux moyens de communiquer avec les consommateurs de produits et services financiers et de leur rendre des comptes.

3.3. L'un des moyens à préconiser serait selon nous de renforcer le Comité consultatif des consommateurs que la CSFO a créé en 2001. Ce comité devrait avoir davantage de ressources et ses membres devraient être rétribués pour le temps et les efforts qu'ils consacrent à l'exécution de son mandat, comme le sont les membres du Comité consultatif des investisseurs de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO), afin qu'ils puissent représenter plus efficacement les consommateurs auprès de la CSFO, d'une manière transparente pour le public.

## **1. Mandat et vision de la CSFO**

1.1. La CSFO est un organisme intégré de réglementation des services financiers qui réglemente plusieurs secteurs dont les sociétés d'assurance, les agences d'assurance et les intermédiaires qui vendent des produits d'assurance vie et maladie, y compris des fonds distincts et d'autres produits d'assurance comportant une composante de placement. Les priorités stratégiques et les activités de la CSFO influent directement sur beaucoup de consommateurs qui se procurent des produits et services auprès d'agents d'assurance vie en Ontario. Un grand nombre de ces agents sont des prestataires de services financiers (aussi appelés « planificateurs financiers », « conseillers financiers » ou « spécialistes en gestion de patrimoine », entre autres termes) qui sont aussi autorisés à vendre des fonds communs de placement et d'autres produits liés aux valeurs mobilières.

1.2. À titre de défenseur des consommateurs de produits et services financiers, FAIR Canada aimerait contribuer à l'élaboration des politiques se rapportant à la distribution et à la vente des produits d'assurance ayant une composante de placement, en vue d'améliorer la protection de ces consommateurs.

1.3. Le mandat de la CSFO défini par la loi consiste à « fournir des services de réglementation afin de protéger l'intérêt public et d'accroître la confiance du public dans les secteurs réglementés ». La CSFO s'est donné pour vision « [d']être une autorité de réglementation efficace qui protège l'intérêt public et qui soutient un solide secteur des services financiers ». **La responsabilité de protéger l'intérêt public est au cœur du mandat de la CSFO, qui par ses priorités, stratégies et initiatives doit s'assurer que les consommateurs de produits et services financiers seront protégés.**

## **2. Priorités, stratégies et initiatives de la CSFO**

2.1. Le projet d'énoncé de la CSFO propose trois priorités :

1. Fournir des services axés sur les risques;
2. Favoriser une approche coordonnée à l'échelle nationale en matière de réglementation;  
et
3. Améliorer continuellement les services.

2.2. La CSFO a prévu un certain nombre de stratégies et d'initiatives pour favoriser la réalisation

de ces priorités. FAIR Canada est heureuse de pouvoir offrir ses commentaires sur ces priorités, stratégies et initiatives ainsi que ses recommandations pour améliorer la réglementation au profit des consommateurs de produits et services financiers.

**3. Initiative – Procéder à des examens et recommander des changements pour réduire les risques – Examiner les pratiques du secteur pour évaluer si les produits d’assurance recommandés conviennent bien aux clients**

3.1. FAIR Canada convient que beaucoup de produits d’assurance, dont les fonds distincts, sont complexes. Les contrats de fonds distincts peuvent contenir plus de 200 pages et comportent souvent des dispositions compliquées de révision, de prestation de retrait minimum garanti et autres. Le document d’information remis au consommateur doit communiquer brièvement et simplement tous les faits importants se rapportant au contrat et FAIR Canada convient que beaucoup de consommateurs auront du mal à comprendre des produits aussi complexes. Nous sommes d’accord qu’il y a là un risque pour les consommateurs.

3.2. FAIR Canada pense qu’il faut en faire plus pour protéger adéquatement les consommateurs de ces produits financiers complexes. La CSFO a indiqué qu’elle procèdera à un examen des pratiques du secteur pour déterminer comment celui-ci joue son rôle, à savoir « aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées et leur recommander des produits correspondant à leurs besoins ». Cet examen aura pour but « de comprendre et d’évaluer les façons dont procèdent les agents pour recommander des produits aux consommateurs et les moyens employés par les sociétés d’assurances pour élaborer et distribuer leurs produits ». FAIR Canada aimerait que l’énoncé de priorités détaille davantage l’approche et la portée de l’examen des pratiques du secteur que mènera la CSFO, afin que cette dernière dégage une meilleure compréhension de ce que fait typiquement un agent pour s’assurer de la convenance des produits qu’il recommande. Pour assurer un examen indépendant, FAIR Canada recommande que la CSFO ne compte pas sur une autoévaluation de la conformité utilisant un questionnaire (comme l’a fait le CCRRA pour évaluer la conformité des agents dans son rapport final de 2008 sur l’application des trois principes).

***Les investisseurs doivent comprendre le produit de même que les risques et les coûts qu’il comporte***

3.3. De l’avis de FAIR Canada, les organismes de réglementation doivent s’assurer qu’un produit, *a fortiori* un produit complexe, ne puisse être vendu à un investisseur individuel que si l’intermédiaire a la conviction, d’après des preuves objectives, que le consommateur comprend le produit qui lui est proposé de même que les risques et les coûts qu’il comporte. Augmenter le volume d’informations communiqué au consommateur n’assurera pas une protection adéquate. Remettre aux investisseurs des documents longs, complexes et rédigés en jargon juridique (par exemple, une trousse d’information de 200 pages pour un contrat de fonds distinct) n’est pas un moyen efficace de les protéger. Cela est particulièrement vrai pour les investisseurs individuels qui traitent avec des « conseillers » professionnels dont le but est de vendre des produits, souvent complexes, et non de faire passer les intérêts de leurs clients en premier.

- 3.4. FAIR Canada pense que les organismes de réglementation doivent jouer un rôle plus proactif et utiliser des mesures de fond pour protéger les consommateurs. Exiger des déclarations dans des documents complexes et rédigés en jargon juridique qui transfèrent la responsabilité à des consommateurs non avertis n'est pas suffisant. FAIR Canada prône l'adoption d'un nouveau modèle de protection des consommateurs applicable aux produits financiers complexes, y compris les fonds distincts. Ce nouveau modèle ferait porter aux parties qui vendent des produits financiers complexes (sociétés, distributeurs et agents d'assurance) la responsabilité de s'assurer que leur personnel de vente, leurs clients et les consommateurs finals comprennent le produit vendu, les coûts et les risques qu'il comporte et ce qu'impliquent les documents d'information fournis. **En d'autres termes, FAIR Canada prône le remplacement de la norme de communication d'informations par une norme de connaissance active.**
- 3.5. Pour cela, les sociétés d'assurance et les intermédiaires devront aller vers leurs clients et bâtir leur connaissance et leur compréhension des produits en question. Cette approche aidera à protéger les intérêts des investisseurs individuels dans un marché de produits financiers sophistiqués et aidera à assurer que les meilleurs intérêts des clients passent en premier.

***Les normes de compétence doivent être relevées***

- 3.6. Il faudrait aussi examiner les qualifications exigées pour vendre des produits financiers, en particulier des produits financiers complexes comme des fonds distincts, pour déterminer si des normes plus élevées sont nécessaires pour protéger les consommateurs. La capacité des agents de soutenir la littératie financière de leurs clients dépend de leurs compétences et de leurs connaissances. À l'heure actuelle, les agents n'ont qu'à réussir l'examen du Programme de qualification du permis d'assurance-vie (PQVAV) pour vendre des produits complexes tels que des fonds distincts. Ils n'ont même pas besoin d'un diplôme d'études secondaires. Pour FAIR Canada, cela n'est pas acceptable compte tenu de la complexité des produits financiers et de la confiance inconditionnelle que placent les clients dans les prestataires de services financiers<sup>1</sup>. **FAIR Canada recommande que la CSFO consulte les parties intéressées au sujet du relèvement des normes de compétence auxquelles sont assujettis les agents d'assurance.**

***Recommandation d'un produit adéquat – Des exigences réglementées sont nécessaires***

- 3.7. FAIR Canada exhorte la CSFO à se demander, dans le cadre de son examen des pratiques du secteur, si le principe de convenance des produits défendu par le Comité de révision des pratiques de l'industrie (CRPI) du CRRRA et les Organismes de réglementation des services d'assurance (connus sous l'abréviation anglaise CISRO), selon lequel « le produit recommandé doit répondre aux besoins du consommateur », protège adéquatement les consommateurs.
- 3.8. Le CRPI affirme que la recommandation d'un produit adéquat devrait être basée sur les éléments suivants :

---

<sup>1</sup> Se reporter au mémoire du Comité consultatif des investisseurs de la CVMO au sujet du projet d'énoncé de priorités de cette dernière : [http://www.osc.gov.on.ca/documents/en/Securities-Category1-Comments/com\\_20110427\\_11-765\\_ananda.pdf](http://www.osc.gov.on.ca/documents/en/Securities-Category1-Comments/com_20110427_11-765_ananda.pdf)

- une étape de recherche des faits adaptée aux circonstances, suivie d'une évaluation des besoins précis du client;
- une évaluation des besoins souple – l'évaluation devrait tenir compte de facteurs comme le risque sous-jacent, les objectifs du client et la complexité du produit vendu;
- une recommandation de produits, par l'agent ou le courtier, répondant aux besoins établis du client.

3.9. FAIR Canada exhorte la CSFO à évaluer, dans son examen des pratiques du secteur, si les consommateurs se font effectivement recommander des produits qui leur conviennent et si ce processus est consigné par écrit de manière adéquate.

3.10. **FAIR Canada recommande que la CSFO envisage d'établir en matière de convenance des produits des exigences réglementées similaires à celles des Règles 1300 et 2500 des courtiers membres de l'OCRCVM et à celles de la Règle 2.2.1 et de la Politique n° 2 de l'ACCFM, afin que les consommateurs soient ultimement mieux servis.**

***L'harmonisation et l'uniformité des exigences réglementées applicables aux fonds distincts et aux fonds communs de placement sont nécessaires à un traitement équitable des consommateurs***

3.11. FAIR Canada presse la CSFO et d'autres organismes de réglementation comme le Forum conjoint des autorités de réglementation du marché financier d'évaluer si le risque qu'un consommateur se fasse vendre un contrat de fonds distinct et des placements connexes qui ne lui conviennent pas est plus grand que le risque qu'il se fasse vendre un fonds commun de placement qui ne lui convient pas. Nous leur recommandons aussi de déterminer si une harmonisation et une uniformité accrues des exigences réglementées ne protégeraient pas mieux les consommateurs. Les consommateurs devraient être traités équitablement quel que soit le segment du secteur des services financiers avec lequel ils traitent. FAIR Canada note une convergence croissante entre les produits offerts dans les secteurs de l'assurance et des valeurs mobilières.<sup>2</sup>

Les organismes de réglementation doivent s'assurer que les consommateurs sont adéquatement protégés peu importe le segment du secteur des services financiers d'où émane le produit ou la vente. Le principe d'équité voudrait que les règles servant à déterminer quels fonds conviennent à un consommateur soient équivalentes – d'autant plus que le point d'accès pour la vente de ces produits est souvent le même prestataire de services financiers individuel (le vendeur qui détient les deux types de permis requis) et que le processus peut même impliquer un placement dans les mêmes fonds communs (avec un produit « intégré »).

Les recommandations du Forum conjoint n'ont pas été mises en œuvre

3.12. Le Forum conjoint des autorités de réglementation du marché financier a publié en mai 1999

---

<sup>2</sup> Par exemple, un produit de BMO a fait les manchettes récemment; le secteur de l'assurance allègue qu'il s'agit d'une rente et qu'une banque ne devrait donc pas être autorisée à le vendre; se reporter à l'article du *Globe and Mail* : <http://www.theglobeandmail.com/globe-investor/rivals-call-foul-claim-bmo-breaching-insurancerules/article1980936/>

une étude comparative des contrats individuels à capital variable (fonds distincts) et des fonds communs de placement, puis, en décembre 1999, un rapport contenant des recommandations de modifications à la réglementation sur les fonds communs de placement et les contrats individuels à capital variable (*Recommendations for Changes in the Regulation of Mutual Funds and Individual Variable Insurance Contracts*, en anglais seulement). Ce rapport recommandait l'harmonisation de la réglementation dans quinze domaines, dont celui de la convenance des produits. Plus d'une décennie s'est écoulée depuis sa publication. Dans l'intervalle, on a observé : une forte augmentation des sommes investies par des Canadiens dans ces fonds; une forte augmentation du nombre de consommateurs qui achètent ces produits ou investissent dans ces produits; et une croissance fulgurante du nombre et de la complexité des produits offerts aux consommateurs. L'étude comparative peut aujourd'hui être dépassée à certains égards, compte tenu des modifications ou de l'évolution qu'a connues le contexte réglementaire, mais un certain nombre de recommandations fondamentales qui paraissent être des mesures évidentes à prendre pour améliorer la protection des consommateurs n'ont pas été mises en œuvre même après tout ce temps. Parmi les recommandations qui aideraient à protéger les consommateurs et seraient dans l'intérêt public, on compte les suivantes :

- toute rémunération et toute prime versée relativement à la vente de produits devraient être pleinement déclarées au consommateur (recommandation 12 (A));
- les possibilités de conflits entre les intérêts personnels des représentants des ventes et leurs devoirs envers leurs clients devraient être réduites le plus possible (recommandation 12(B)), y compris par l'interdiction de certaines sources de conflits comme des voyages non éducatifs, des primes conditionnelles à l'atteinte de seuils spécifiques d'actifs ou de ventes, des événements et des articles promotionnels excessifs, etc.;
- les produits vendus à un consommateur de détail devraient convenir à la situation particulière de ce consommateur (recommandation 14), ce qui nécessite notamment de tenir compte des normes d'évaluation de la convenance et des mécanismes de mise en application et de conformité [TRADUCTION].

**3.13. FAIR Canada recommande que la CSFO réexamine ces recommandations à la lumière de ses priorités, stratégies et initiatives actuelles.**

***La détention des deux types de permis est nécessaire à la protection des consommateurs***

3.14. Pour assurer que les produits recommandés à un client lui conviennent, FAIR Canada appelle la CSFO à n'autoriser les agents à vendre des fonds distincts que s'ils détiennent un permis de vente de fonds communs de placement et d'autres produits financiers aux frais moins élevés. Un contrat de fonds distinct ne sera pas adéquat pour beaucoup de consommateurs alors que d'autres produits pourraient très bien leur convenir davantage. Néanmoins, un agent qui ne possède pas les deux types de permis sera porté à offrir le contrat de fonds distinct même si des fonds communs ou d'autres produits pourraient être mieux adaptés aux besoins du client, parce qu'il n'est pas autorisé à vendre ceux-ci. Certaines sociétés d'assurance ont reconnu ce problème et n'autorisent un agent à offrir des fonds distincts que s'il détient aussi un permis de vente de fonds communs de placement. **FAIR Canada recommande que, pour être autorisé à**

**offrir des fonds distincts, un agent doit d'abord détenir un permis de vente de fonds communs de placement ou d'autres produits aux frais moins élevés et que la CSFO en fasse une exigence réglementée.**

***Norme donnant la priorité aux meilleurs intérêts du client***

- 3.15. Pour améliorer l'équité et la protection pour les investisseurs, FAIR Canada recommande que la CSFO s'engage à proposer une obligation de tous les intermédiaires du marché, y compris les agents d'assurance, de faire passer les intérêts des clients en premier. ***Nous recommandons que la CSFO se donne comme stratégie additionnelle celle de publier en 2011 un document de consultation sur l'adoption d'une norme obligeant tous les intermédiaires du marché à donner la priorité aux meilleurs intérêts des clients.*** Nous avons recommandé à la CVMO d'entreprendre une consultation similaire dans notre mémoire sur son Énoncé de priorités 2011-2012.<sup>3</sup> Nous pensons que les deux organismes de réglementation devraient mener une telle consultation en 2011.
- 3.16. FAIR Canada pense que les recommandations des prestataires de services financiers ne devraient pas seulement « convenir » aux clients ou répondre à leurs « besoins établis », mais qu'elles devraient aussi être dans leur meilleur intérêt. Le CRPI a énoncé la recommandation, basée sur des principes, de la priorité des intérêts du client – selon laquelle tous les intermédiaires du secteur de l'assurance doivent faire passer les intérêts des titulaires de police et des acheteurs potentiels devant leurs intérêts propres – mais cela ne concorde pas avec les pratiques de vente réelles du secteur ni avec le principe de la convenance du produit. Un produit peut convenir à un client sans nécessairement servir aux mieux ses intérêts, en particulier compte tenu du fait que les intérêts des prestataires de services financiers et des clients sont souvent mal alignés, les prestataires étant rémunérés et récompensés pour vendre les produits.
- 3.17. Beaucoup d'investisseurs pensent que le conseiller a déjà un devoir d'agir dans leurs meilleurs intérêts ou qu'il a un devoir fiduciaire. Mais rien dans la loi n'établit clairement que les conseillers sont liés par quelque obligation fiduciaire que ce soit.<sup>4</sup> Il y a là des risques évidents pour les consommateurs de produits et services financiers.
- 3.18. Selon FAIR Canada, il est crucial que le Canada ne prenne pas de retard sur d'autres territoires de compétence en matière de protection des consommateurs; or les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Australie et d'autres acteurs de premier plan devancent le Canada par leurs initiatives pour renforcer la protection des investisseurs dans le cadre de la relation client-conseiller.

**4. Initiative – Avec le ministère des Finances, revoir des parties majeures de la Loi sur les assurances et d'autres lois liées aux assurances**

- 4.1. Il s'agira de la première revue de la législation en matière d'assurance vie et d'assurance contre

<sup>3</sup> Se reporter à notre mémoire à la CVMO : <http://faircanada.ca/wp-content/uploads/2009/03/110427LS-draft-OSC-Statement-of-Priorities-RFC-Final-FR.pdf>

<sup>4</sup> Note 2 ci-dessus, page 6.

les accidents et la maladie depuis 1962. Avec le ministère des Finances, la CSFO évaluera la possibilité d'apporter des changements pour accroître la protection des consommateurs et assurer l'harmonisation avec le reste du Canada.

4.2. **FAIR Canada exhorte la CSFO à consulter les parties intéressées lorsqu'elle envisage des modifications législatives, de sorte que les défenseurs des droits des consommateurs et des investisseurs individuels aient l'occasion de donner leur avis sur le processus d'élaboration des politiques.** FAIR Canada pense que la CSFO et le ministère des Finances devraient envisager, entre autres choses, les dispositions législatives suivantes :

- une exigence réglementée concernant la convenance des produits et (ou) la priorité des meilleurs intérêts du client;
- l'obligation de déclarer au consommateur le montant de la rémunération et des primes associées à la vente d'un produit, pour la transparence de la relation entre le consommateur et le prestataire de services financiers;
- des dispositions spécifiques au sujet des commissions pour recommandations; et
- des changements législatifs pour traiter du rôle et des responsabilités des agences générales.

## 5. **Examiner les recommandations du CCRRA visant à tenir compte des changements dans la distribution**

5.1. La CSFO indique qu'elle examinera les recommandations formulées par le CCRRA au sujet du canal de distribution des agences générales (AG), à la lumière de la croissance qu'a connu ce canal pendant les quarante dernières années et, en particulier, du fait qu'il soit devenu le canal dominant au cours des dix dernières années. Le Document de consultation du CCRRA cherche à préciser les rôles, les responsabilités, les obligations de rendre compte et la surveillance appropriée des agents, des AG et des assureurs. Il aborde un certain nombre de questions importantes, dont les suivantes :

- la supervision des agents (sélection initiale et surveillance continue de la conduite);
- la responsabilité de détecter et de signaler les cas d'inconduite et la difficulté de le faire dans la structure actuelle des AG;
- le degré de transparence, pour le consommateur, des structures de rémunération des conseillers et des AG et la question de savoir si des désalignements des primes surviennent;
- la manière dont les plaintes sont traitées par les agents, les AG et les assureurs; et
- la question de savoir si le mandat de l'Ombudsman des assurances de personnes (OAP) est trop étroit, étant donné que seules les sociétés d'assurance – mais pas les AG ni les agents – sont tenues de participer à l'OAP. Par exemple, une plainte à

propos des activités d'un conseiller n'entre pas dans le mandat de l'OAP, si bien que le consommateur, lorsqu'il achète des produits d'assurance, n'a pas accès aux mêmes services de règlement de différends complets, gratuits et non contraignants auxquels il a accès avec l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI) lorsqu'il achète des valeurs mobilières.

- 5.2. Le CCRRA essaie de déterminer s'il existe des lacunes dans la réglementation et des risques pour les consommateurs et si, étant donné les changements qu'a connus le modèle de distribution et la manière dont a évolué le marché, il faut modifier le cadre réglementaire pour assurer que les objectifs de la réglementation, soit le traitement équitable des consommateurs et le respect des lois, puissent être atteints.
- 5.3. FAIR Canada a passé en revue les mémoires publiés sur le site Web du CCRRA et note que celui-ci n'a reçu aucun mémoire écrit de personnes exemptes de liens avec le secteur de l'assurance, ni de commentaires d'organismes sans but lucratif cherchant à protéger les intérêts des consommateurs. **FAIR Canada recommande que la CSFO et le CCRRA s'adressent aux organismes de défense des consommateurs, si ce n'est déjà fait, afin d'obtenir les opinions et les perspectives des consommateurs pour déterminer s'il existe des lacunes dans la réglementation et des risques pour les consommateurs et relativement à toute recommandation ou proposition de changement concernant le cadre réglementaire.**
- 5.4. Dans le prolongement de son mandat défini par la loi de fournir des services de réglementation afin de protéger l'intérêt public et d'accroître la confiance du public dans les secteurs réglementés, l'une des stratégies de la CSFO consiste à « communiquer, diffuser l'information et stimuler l'engagement du personnel et des intervenants ». **FAIR Canada recommande que la CSFO entreprenne une initiative visant à trouver de nouveaux moyens de communiquer avec les consommateurs de produits et services financiers et leur rendre des comptes.** La CSFO devrait établir des moyens de recueillir les points de vue de ces consommateurs, afin de comprendre leurs préoccupations et de prendre en compte leurs intérêts. **L'un des moyens à préconiser serait selon nous de renforcer le Comité consultatif des consommateurs que la CSFO a créé en 2001.** Ce comité a pour mandat de fournir des conseils, du point de vue du consommateur, dans les domaines qui touchent les secteurs réglementés,<sup>5</sup> et il se veut la principale voie de consultation de la CSFO vis-à-vis des consommateurs.<sup>6</sup> Son rôle est de conseiller le surintendant des services financiers sur des questions qui intéressent les consommateurs, d'offrir la perspective des consommateurs sur les documents qui font l'objet de consultations et d'entreprendre des initiatives visant à aider les consommateurs lorsqu'ils achètent des produits financiers.
- 5.5. FAIR Canada note que le Comité consultatif des consommateurs n'a produit depuis sa création aucun mémoire écrit qui soit disponible publiquement. Nous croyons comprendre que le Comité formule des commentaires dans le cadre de discussions trimestrielles avec la CSFO.

<sup>5</sup> Se reporter au communiqué de la CSFO daté du 6 juillet 2011 : <http://www.fsco.gov.on.ca/french/pubs/news/archived/20010706-committee.asp>

<sup>6</sup> Se reporter au Rapport annuel 2001-2002 de la CSFO

L'absence de mémoires écrits est sans doute due aux ressources limitées qui sont accordées au Comité et au fait que ses membres ne soient pas rémunérés pour leur temps. **FAIR Canada recommande que le Comité reçoive davantage de ressources et que ses membres soient rétribués pour le temps et les efforts qu'ils consacrent à l'exécution de son mandat, comme le sont les membres du Comité consultatif des investisseurs de la CVMO, afin qu'ils puissent représenter plus efficacement les consommateurs auprès de la CSFO, d'une manière transparente pour le public.** Autrement, le Comité ne sera pas en mesure de communiquer avec les consommateurs, de mener ses propres études ni, semble-t-il, de préparer de mémoires écrits.

Nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion d'exprimer nos commentaires et opinions dans ce mémoire, dont nous acceptons volontiers la publication. Nous serions heureux de discuter de son contenu avec vous au moment qui vous conviendra. N'hésitez pas à communiquer avec Ermanno Pascutto (416 572-2282 / [ermanno.pascutto@faircanada.ca](mailto:ermanno.pascutto@faircanada.ca)) ou Marian Passmore (416 572-2728 / [marian.passmore@fair.canada.ca](mailto:marian.passmore@fair.canada.ca)).

Sincèrement,



Fondation canadienne pour l'avancement des droits des investisseurs