



Guide des pratiques professionnelles des
conseillers de la Distribution d'assurance –
Réseau indépendant de la Sun Life



Notre appui. Votre croissance.

Table des matières

Introduction	3
Règles de conduite de la Sun Life	3
Permis	8
Traitement équitable des Clients	9
- Exemples de traitement équitable des Clients	
- Clients vulnérables	
- Protection des Clients contre l'exploitation financière	
- Conflit d'intérêts	
- Activités extérieures (AE)	
- Procuration	
Pratiques de vente	12
- Pratiques de vente inacceptables	
- Pratiques commerciales axées sur les besoins – Assurances, rentes et fonds distincts	
- Communication de renseignements concernant le conseiller	
- Lettre explicative	
Traitement des plaintes	17
Fonds distincts	17
Protection des renseignements personnels	18
- Obligations du conseiller	
- Protocole relatif aux manquements à la protection des renseignements personnels de la Sun Life	
- Protection des renseignements personnels des Clients	
Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)	19
Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNNTE)	21
LBA/FAT	21
Plan de poursuite des affaires	22
Marketing – Utilisation du logo de la Sun Life	22
Organismes de réglementation des assurances et autres ressources de l'industrie	23

Introduction

La Sun Life s'engage à adhérer à des pratiques commerciales saines qui respectent les exigences juridiques, les dispositions réglementaires et les lignes directrices. Nous adhérons à des normes élevées d'intégrité organisationnelle, et nous agissons avec honnêteté et professionnalisme en tout temps. Notre culture d'entreprise est axée sur les besoins des Clients, lesquels sont au centre de toutes les décisions et actions.

La Sun Life a conçu le présent guide des pratiques professionnelles afin d'aider les conseillers à satisfaire à leurs obligations relativement à ce qui suit :

- réglementation provinciale et territoriale sur les assurances;
- réglementation du gouvernement fédéral;
- lignes directrices des organismes de réglementation;
- lignes directrices de l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP).

Dans le présent guide, le terme « assurance » fait aussi référence à tous les produits de la Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie et de la Fiducie de la Financière Sun Life inc.

Vous pouvez aussi vous référer à d'autres documents produits par votre société ou par la Sun Life.

Règles de conduite de la Sun Life

Introduction

La Sun Life adhère aux normes les plus élevées en matière d'éthique personnelle et professionnelle dans le cadre de la conduite de ses affaires. Nous cherchons à avoir la réputation d'une société intègre qui se montre juste et équitable envers tous.

Les Règles de conduite énoncent les obligations et normes minimales de conduite et comportement éthiques que doivent respecter les partenaires de distribution indépendants de la Sun Life.

L'intégrité personnelle et professionnelle est la pierre angulaire de votre entreprise. Être intègre implique que vous avez un comportement honnête, fiable et éthique afin de gagner et de conserver la confiance des Clients. Cela exige que vous fassiez toujours passer vos intérêts personnels après ceux des Clients ou Clients potentiels, lorsque vous leur offrez des services et leur recommandez des produits. Être intègre signifie aussi que vous ne participerez pas à des activités illégales, malhonnêtes, frauduleuses ou trompeuses, et que vous ne fermerez pas les yeux sur de telles activités.

Vous mettez à profit vos connaissances et compétences lorsque vous fournissez des services et recommandez des produits aux Clients. Vous acquérez des connaissances et des compétences dans le cadre de programmes d'études et de formation, ainsi qu'avec l'expérience. Tout au long de votre carrière, vous maintenez à jour vos compétences grâce aux cours de perfectionnement professionnel. En autres compétences, vous savez reconnaître les limites de vos connaissances et, le cas échéant, placer les intérêts du Client avant les vôtres en redirigeant ce dernier vers un autre professionnel. Vous rendez des services de manière diligente, lesquels répondent aux besoins et aux objectifs des Clients.

Les Règles de conduite s'appliquent-elles à mon cas?

Les Règles de conduite (ci-après, « Règles ») s'appliquent à tous les partenaires indépendants qui assurent la distribution des produits de la Sun Life aux Clients.

En cas de violation des Règles ou des exigences réglementaires, la Sun Life réexaminera sa relation d'affaires avec vous, ce qui pourrait entraîner la résiliation de votre contrat. Toute infraction aux Règles qui contrevient à la loi peut également donner lieu à des mesures réglementaires ou à des poursuites civiles ou criminelles.

Vos responsabilités sont les suivantes :

- Lire, comprendre et respecter les Règles et toute politique ou règle supplémentaire qui s'applique à vous
- Vous familiariser et vous conformer aux lois et règlements qui s'appliquent à vos activités
- Vous engager à agir de façon professionnelle, éthique et intègre
- Être attentif aux problèmes et aux incidents qui sont causés par un comportement contraire à l'éthique dans la conduite des affaires
- Signaler promptement toute préoccupation ainsi que toute violation, connue ou présumée, aux Règles, et tout autre comportement contraire à l'éthique, et offrir votre appui à ceux et celles qui signalent une violation aux Règles ou un comportement contraire à l'éthique
- Vous conformer à toutes autres règles de conduite, ou exigences d'entités qui concèdent les licences, d'organisations professionnelles ou d'associations relativement à vos activités

Comment dois-je appliquer les Règles dans l'exercice de mes activités?

Il est important que vous compreniez les Règles et la façon de les appliquer dans l'exercice de vos activités.

Les Règles ne décrivent pas ni ne fournissent de directives pour toutes les circonstances auxquelles vous pourriez faire face. Elles décrivent plutôt vos obligations et établissent des normes minimales en matière d'éthique et de comportement auxquelles la Sun Life s'attend à ce que vous adhérez dans le cadre de vos activités. On s'attend à ce que vous compreniez et que vous vous conformiez aux exigences légales, réglementaires et de la Sun Life, et à ce que vous fassiez appel à votre jugement et à votre bon sens, tout en gardant à l'esprit que vous devez vous conformer à l'esprit et à la lettre des Règles et de toute loi, toute règle et tout règlement applicables dans le cadre de vos activités.

Si vous êtes confronté à une situation pour laquelle les Règles ne fournissent pas de directives précises, posez-vous les questions suivantes pour déterminer la façon de les appliquer :

- Est-ce dans l'intérêt du Client?
- Est-ce que je traite le Client avec respect?
- Est-ce que j'approuverais un tel comportement ou une telle pratique si cela m'arrivait à moi ou à un membre de ma famille?
- Est-ce juste et équitable?
- Est-ce légal?
- Est-ce conforme?
- Est-ce que j'approuverais un tel comportement ou une telle pratique si j'étais un collègue ou un Client?

Vous devriez être en mesure de répondre « oui » à toutes ces questions. Faites preuve de jugement et de bon sens, et gardez à l'esprit que vous devez respecter à la fois l'esprit et la lettre des Règles, ainsi que toutes les lois et tous les règlements pertinents.

En cas de doute quant à la pertinence des Règles dans des circonstances particulières, vous devriez consulter le responsable du contrôle de la conformité de votre société.

Traitement équitable des Clients

Le traitement équitable des Clients fait partie intégrante de nos activités.

Honnêteté, équité et service sont les caractéristiques principales de la façon dont la Sun Life fait des affaires. Vous jouez un rôle clé dans le maintien de cette réputation, et vous devez tenir compte avant tout des besoins des Clients lorsque vous leur recommandez tout produit de la Sun Life. La satisfaction et la confiance des Clients sont les gages de votre réussite continue.

Voici quelques exemples de la manière de traiter les Clients équitablement :

- Vous faites passer les intérêts des Clients avant les vôtres.
- Vos ventes doivent être axées sur le Client, être équitables et appropriées, et tenir compte des besoins et des circonstances propres au Client.
- Vous devez communiquer avec le public de façon responsable et professionnelle.
- L'information fournie aux personnes avec qui vous faites affaire doit être claire, précise, honnête, pertinente, factuelle et aussi complète que possible.
- Vous devez fournir un service compétent, rapide et axé sur le Client.
- Vous devez signaler immédiatement toute plainte de Client ou tout différend à votre société, et veiller à son traitement de manière équitable et professionnelle.
- Vous devez vendre les produits en fonction de leurs caractéristiques propres et donner une description complète de tous leurs avantages, des coûts et des risques inhérents. Il n'est pas permis de faire de fausses déclarations sur les produits et services.

Connaître les besoins des Clients et y répondre

Lorsque vous considérez une assurance ou un produit d'investissement, vous devez connaître le Client et consigner des renseignements pertinents à son propos pour pouvoir ensuite montrer que l'assurance, les placements ou les opérations recommandés répondent bien à ses besoins. Vous devez agir avec compétence et diligence. Vous devez soigneusement documenter toute analyse ou étude des besoins financiers et les renseignements « Bien connaître son Client ».

Prévention de la fraude

La Sun Life ne tolère pas la fraude.

La fraude s'entend des actes et des omissions à caractère malhonnête destinés à tromper quelqu'un dans le but de servir ses propres intérêts ou ceux de l'entreprise. Parmi les actes frauduleux, on note :

- la fabrication de faux ou la falsification de documents ou de comptes;
- la fabrication de faux ou la falsification de chèques, de traites bancaires et d'autres documents ou instruments financiers;
- toute tromperie commise dans l'intention de priver les Clients de leur argent ou de tout autre bien;
- toute tromperie commise envers la Sun Life dans le but de générer des commissions;
- la présentation intentionnelle de comptes ou de relevés financiers inexacts, ou la non-déclaration de telles inexactitudes;
- l'utilisation à des fins inappropriées d'information confidentielle;
- la collaboration avec un Client dans une demande d'assurance-vie alors que vous et le Client savez que ce dernier ne peut pas maintenir l'assurance-vie ou qu'il n'a pas les moyens de la payer, afin de générer des commissions.

Vous ne devez participer à aucun acte malhonnête ou frauduleux qui peut causer un préjudice aux Clients, à votre société, à vos collègues, à la Sun Life ou à sa réputation et à sa marque.

Conduite durant les audits ou les enquêtes

Vous devez coopérer aux enquêtes et aux demandes de renseignements de la Sun Life, des organismes de réglementation, des autorités policières, des auditeurs internes et externes, et des autres enquêteurs.

- Vous devez leur fournir des renseignements factuels et exacts, et ne devez pas les induire en erreur ni tenter de les influencer abusivement.

- Vous ne pouvez falsifier aucun document ou renseignement sur le Client dans le but de dissimuler la nature véritable d'une opération, ou de gêner ou d'influencer un audit, un examen réglementaire ou une enquête.

Prévention des conflits d'intérêts

Un conflit d'intérêts correspond à tout intérêt personnel externe ou intérêt professionnel qui pourrait compromettre ou pourrait être perçu comme compromettant un bon jugement ou votre engagement personnel envers les Clients. Cela comprend votre participation à toute activité extérieure qui ne fait pas partie de votre rôle de conseiller.

Dans l'exercice de leurs fonctions, les conseillers ayant un permis d'exercer au Québec et leurs employés, y compris les titulaires d'un permis pour non-résident du Québec, doivent sauvegarder en tout temps leur indépendance et éviter toute situation où ils seraient, directement ou indirectement, en conflit d'intérêts réel ou potentiel. Il faut donc mettre un terme à la relation ou à l'activité lorsqu'il y a un conflit d'intérêts réel, potentiel ou même apparent.

Dans toutes les provinces sauf le Québec, vous devez divulguer tout conflit d'intérêts existant ou raisonnablement prévisible lié à l'offre de produits et de services. Vous devez divulguer dans les meilleurs délais à votre société tout conflit d'intérêts perçu ou apparent. Vous devez faire passer les intérêts du Client avant les vôtres.

Vous devez éviter les situations où vos intérêts personnels entrent en conflit, ou semblent entrer en conflit, avec vos responsabilités envers les Clients. Votre conduite doit être en mesure de satisfaire à un examen du public.

Activités extérieures

Vous devez déclarer à la Sun Life et à votre société toute activité extérieure (professionnelle ou autre) susceptible de :

- nuire à votre capacité de vous acquitter de vos obligations à titre de conseiller selon les dispositions de votre contrat avec la Sun Life;
- entraîner une responsabilité;
- engendrer un risque d'atteinte à la réputation;
- créer une influence induue ou un conflit d'intérêts;
- avoir une incidence sur votre couverture d'assurance de responsabilité professionnelle;
- avoir des conséquences négatives, juridiques ou réglementaires.

Confidentialité et protection des renseignements personnels

Nous nous engageons à protéger les renseignements confidentiels de la Sun Life, des Clients, des employés, des entrepreneurs indépendants et autres individus ou entités, contre le vol, la perte, l'accès non autorisé, la divulgation, la destruction ou la mauvaise utilisation. Il est essentiel de respecter la vie privée des Clients et la confidentialité de leurs renseignements personnels pour maintenir une réputation éthique.

Vous accumulerez beaucoup de renseignements sur les Clients et autres personnes, et avez l'obligation de limiter la collecte, l'utilisation, la communication et l'accès relatifs à ces renseignements à des fins professionnelles légitimes en fonction du consentement de ces personnes.

Vous devez mener vos activités conformément aux lois, aux règlements et aux lignes directrices du secteur relativement à la vie privée et à la confidentialité des renseignements personnels.

Vous devez maintenir la confidentialité des renseignements personnels et de toute autre information.

De quelle manière?

- En protégeant tous les renseignements personnels et confidentiels, qu'ils soient sur papier ou en format électronique;
- en déclarant immédiatement toute violation à la vie privée, et toute violation potentielle à la vie privée (c.-à-d. aviser le représentant du contrôle de la conformité et l'équipe du contrôle de la conformité de la Sun Life, à Qualbus@sunlife.com);
- en respectant la confiance des Clients;
- en se conformant aux lois et aux lignes directrices de l'assureur et de la société en matière de protection de la vie privée.

Refus de la corruption

Les lois anticorruption interdisent en général de donner ou d'offrir quoi que ce soit qui a une valeur dans le but d'influencer des décisions d'affaires ou d'obtenir des avantages professionnels indus. C'est pourquoi :

- tout acte de corruption (p. ex., pots-de-vin, dessous-de-table, etc.), commis directement ou indirectement, est interdit;
- les conseillers doivent signaler tout incident de corruption soupçonné ou avéré;
- les conseillers doivent tenir des livres et registres précis.

Si l'on vous offre ou demande de commettre un acte de corruption dans la conduite de vos affaires, refusez catégoriquement et signalez cette offre ou demande au représentant du contrôle de la conformité de votre société.

Lutte contre le blanchiment d'argent et le financement d'activités terroristes

Nous nous engageons à protéger activement nos produits et services pour éviter qu'ils ne servent au blanchiment d'argent, au financement d'activités terroristes ou à d'autres fins criminelles, de même qu'à protéger l'intégrité de la Sun Life et celle des systèmes financiers.

La Sun Life a comme règle de n'accepter aucun paiement en espèces, sans aucune exception. Vous ne devez jamais accepter de paiement en espèces ou le transformer, au nom du Client, en un autre mode de paiement acceptable (comme un mandat).

Pour détecter le blanchiment d'argent et le financement d'activités terroristes, il vous incombe :

- de bien identifier les Clients et de confirmer leur identité;
- de signaler les activités, les paiements, les primes, les versements et les rachats suspects au Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada (CANAFE);
- de signaler, à titre d'agent d'assurance-vie titulaire d'un permis, toute opération douteuse directement au CANAFE, au moyen de son outil de déclarations électroniques que vous trouverez sur le site Web du CANAFE.

Signalement des violations aux Règles

La Sun Life s'engage à diriger avec intégrité et prend très au sérieux les violations aux Règles.

Vous jouez un rôle actif pour veiller à ce que les Règles soient suivies dans toutes vos relations d'affaires. Le signalement de problèmes, de préoccupations et de violations contribue à la culture éthique de la Sun Life et renforce notre engagement à maintenir des normes élevées en matière d'éthique, d'intégrité et de professionnalisme.

Communiquez avec votre représentant du contrôle de la conformité en cas de violation des Règles.

Permis

Les conseillers qui offrent des produits d'assurance de la Sun Life doivent détenir un permis dans la province ou le territoire où les ventes ont lieu. La Sun Life recommande que les conseillers aient aussi un permis où les Clients résident. Les conseillers doivent respecter les conditions de leur permis.

Exemples d'activités qui nécessitent généralement un permis d'assurance valide :

- Analyse des besoins en assurance des Clients
- Recommandation de produits d'assurance
- Présentation d'aperçus d'assurance
- Préparation d'une proposition d'assurance
- Traitement de directives de placement d'un Client
- Préparation de formulaires de remplacement de contrat (le cas échéant)
- Livraison du contrat d'assurance

NOTE : Les conseillers doivent s'assurer que les employés titulaires d'un permis exercent les activités qui exigent un permis.

Activités permises aux titulaires de permis

Un titulaire de permis peut exercer les activités suivantes :

Veuillez vous référer à la page Web de la Sun Life où sont publiées les ressources en matière de conformité : <https://www.sunlife.ca/slfas/fr/ressources/compliance/permisible-activities-for-a-life-licensed-person/>

Permis en règle

Il incombe aux conseillers et aux sociétés de veiller à ce qu'ils détiennent un permis valide. Ils doivent avoir obtenu les crédits d'éducation permanente (ou unités de formation continue) requis avant de renouveler leur permis. Les conseillers et les sociétés doivent renouveler leurs permis dans les délais prescrits.

Les conseillers **ne peuvent pas** offrir de produits d'assurance ou exercer toute activité connexe sans détenir un permis valide, notamment :

- tout type de prospection;
- la vente ou le service.

Un conseiller qui ne détient pas de permis ne peut recevoir des commissions.

Crédits d'éducation permanente (ou unités de formation continue)

Les crédits d'éducation permanente sont obtenus grâce à la participation aux activités de formation reconnues par les organismes de réglementation provinciaux. Au Québec, les crédits d'éducation permanente (EP) sont appelés unités de formation continue (UFC).

Les conseillers qui détiennent un permis d'assurance-vie et/ou un permis d'assurance contre les accidents et la maladie dans les provinces suivantes ont besoin d'obtenir des crédits EP/UFC pour garder leur permis valide :

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Saskatchewan
- Manitoba
- Ontario
- Québec

Il incombe aux conseillers de s'assurer qu'ils ont les crédits EP/UFC pour garder leurs permis d'assurance-vie et d'assurance contre les accidents et la maladie valides. Pour ce faire, ils doivent, entre autres :

- conserver les documents pertinents;
- veiller au report de leurs crédits EP/UFC.

La Sun Life peut demander des preuves d'obtention de crédits EP/UFC.

Assurance de responsabilité professionnelle

Afin de garder leur permis valide, les conseillers doivent s'assurer de maintenir leur couverture d'assurance de responsabilité professionnelle. Le coût de la couverture est basé sur le territoire de compétence où le conseiller détient un permis. Ce montant ne peut être moins que le plus élevé des montants suivants : le montant exigé dans le territoire de compétence où le conseiller détient un permis, et au moins 1 000 000 \$ par incident.

La Sun Life donnera un préavis de 90 jours si la couverture d'assurance minimale requise doit être augmentée.

Traitement équitable des Clients

La Sun Life s'engage à traiter les Clients de manière équitable, tant par les décisions que par les actions qu'elle prend. Elle s'attend à ce que les conseillers qui vendent ou gèrent nos produits prennent le même engagement.

La culture d'entreprise de la Sun Life est axée sur les besoins des Clients, ce qui signifie que :

- nous traitons équitablement nos Clients et les plaçons au centre de tout ce que nous faisons;
- nous travaillons à comprendre les besoins des Clients et à leur offrir des solutions simples et appropriées;
- nous fournissons à nos Clients des informations sur les produits qui sont faciles à comprendre;
- nous traitons les conflits d'intérêts de manière adéquate;
- nous accordons une grande importance aux demandes de règlement des Clients et les traitons rapidement et soigneusement;
- nous priorisons les préoccupations de nos Clients. Nos canaux et processus sont simples et accessibles, et ils nous permettent de répondre aux préoccupations des Clients.

Voici quelques exemples de la manière de traiter équitablement les Clients :

- Les conseillers doivent placer les intérêts des Clients avant leurs propres intérêts et fournir les avertissements pertinents (voir la section du présent document intitulée « Conflits d'intérêts »).
- Les conseillers doivent faire affaire avec les Clients comme suit :
 - être axés sur les Clients;
 - agir équitablement;
 - tenir compte des circonstances et des besoins particuliers des Clients.
- Les conseillers doivent communiquer avec le public de façon responsable et professionnelle.
- Les conseillers fournissent de l'information :
 - claire;
 - précise;
 - honnête;
 - pertinente;
 - factuelle;
 - complète.

- Les conseillers doivent signaler les plaintes de Clients ou différends avec ceux-ci à l'équipe du contrôle de la conformité de leur société. Ces plaintes et différends doivent être traités de manière équitable et professionnelle.
- Les conseillers doivent avoir reçu de la formation sur les produits qu'ils vendent.
- Les produits doivent être offerts selon leurs mérites, et leurs avantages, risques et coûts doivent être communiqués aux Clients. Toute information erronée ou fausse au sujet des produits et services est interdite. Les conseillers ne doivent pas faire de comparaison non équitable.
- Les conseillers et les sociétés doivent protéger les renseignements personnels des Clients.
- Les sociétés des conseillers peuvent aider ces derniers à adopter les pratiques décrites ci-dessus.

Clients vulnérables

Une personne vulnérable est quelqu'un qui, en raison de ses circonstances personnelles, est particulièrement exposé. Des préjudices peuvent être causés particulièrement lorsque des décisions sont prises sans tenir compte des intérêts financiers, des besoins et des objectifs d'une personne, ou qui les exposent à tout risque de mauvais traitement.

Lignes directrices pour traiter avec des Clients vulnérables

N'importe qui peut devenir vulnérable à un moment ou à un autre de sa vie, et ce, pour différentes raisons. L'âge seul ne suffit pas pour déterminer si une personne est vulnérable.

Voici les caractéristiques d'une personne vulnérable :

- Une personne qui ne possède pas beaucoup d'expérience financière. Il peut s'agir d'une jeune personne qui a hérité d'une grosse somme d'argent
- Une personne qui vit un changement important, comme un divorce, la perte d'un être cher, une maladie ou une perte d'emploi
- Une personne à mobilité réduite vivant dans une communauté éloignée
- Une personne âgée vivant seule loin de sa famille
- Une personne ayant des barrières linguistiques ou de communication

Comment reconnaître un Client dont les fonctions cognitives déclinent?

Le déclin cognitif peut se produire graduellement. Ce déclin cognitif peut s'accélérer lorsque la personne traverse une période éprouvante, comme le décès de son conjoint.

Signes de déclin cognitif :

- Oubli des directives
- Directives fournies à répétition
- Diminution de la compréhension de notions que la personne comprenait auparavant
- Perte de repères dans le temps et l'espace
- Changements dans l'apparence de la personne
- Sautes d'humeur ou changements de comportement

Les conseillers ont besoin de suivre les étapes suivantes lorsqu'ils font affaire avec des Clients vulnérables :

- Apprendre à connaître le Client
- Documenter les conversations avec le Client
- Demander au Client s'il a une procuration

- Recommander au Client qu'il fournisse le nom d'une personne-ressource de confiance
- Continuer de respecter les obligations de la Sun Life en matière de protection des renseignements personnels des Clients
- Obtenir le consentement du Client pour discuter de renseignements confidentiels avec une autre personne
- Vérifier dans le dossier du Client pour voir si le Client a fourni une autorisation de contacter un tiers
- Les Clients au Québec peuvent vouloir rédiger un mandat d'inaptitude pendant qu'ils sont sains d'esprit. Ils peuvent nommer un ou plusieurs mandataires pour s'occuper de leurs affaires dans l'éventualité où ils seraient déclarés inaptes. Un jugement du tribunal est nécessaire pour confirmer l'inaptitude et pour que le mandat prenne effet.

Si un conseiller soupçonne que les fonctions cognitives d'un Client sont en déclin, il devrait :

- rencontrer le Client fréquemment pour se tenir informé au sujet des changements dans la situation de ce celui-ci, notamment :
 - ses besoins financiers;
 - sa situation d'emploi;
 - son état de santé;
 - autres changements à sa situation personnelle;
- demander au Client d'inviter un membre de sa famille immédiate ou sa personne-ressource de confiance aux réunions;
- documenter toutes les discussions avec le Client;
- signaler toute préoccupation à un échelon supérieur dans sa société, au besoin.

Protection des Clients contre l'exploitation financière

En tant que conseiller, il est important de déceler tout signe d'exploitation financière. Si le Client a un mandataire, demandez au Client de vous présenter à celui-ci.

Les conseillers doivent documenter toutes les conversations avec les Clients et noter tout changement à leur situation financière.

Le Client est le titulaire du contrat ou du compte et il peut annuler une décision de son mandataire. Il est important de relever tout changement inexplicable qui peut être inquiétant pour le mandataire. Si vous soupçonnez l'exploitation financière, avec le consentement du Client, vous pourriez demander à un autre employé de prendre des notes lors de vos discussions et d'être votre témoin. Communiquez avec votre société pour obtenir plus d'aide.

Vous trouverez des ressources utiles à ce sujet en cliquant sur les liens suivants :

<https://www.ifc.ca/fr/pg/advisor-centre-vulnerable-investors-resource-centre/>

https://lautorite.qc.ca/fileadmin/lautorite/grand_public/publications/professionnels/tous-les-pros/guide-bonnes-pratiques-personnes-vulnerables_fr.pdf

Conflit d'intérêts

Lorsqu'un conseiller rencontre des Clients, il est important qu'il les traite équitablement en faisant preuve d'honnêteté et de transparence.

Lorsqu'un Client envisage d'acheter un produit de la Sun Life, il est important que le conseiller lui divulgue (ou évite tout conflit d'intérêts, lorsque réglementé par la province) tout conflit d'intérêts réel ou apparent. Les conseillers ont l'obligation de communiquer sur une base continue tout conflit d'intérêts, conformément aux règles provinciales applicables.

Le conseiller doit divulguer tout conflit d'intérêts avant de conclure une vente avec le Client. Le Client devrait reconnaître par écrit tout conflit d'intérêts apparent en signant le document d'information que le conseiller a préparé à cet effet.

Les conseillers ayant un permis d'exercer au Québec et leurs employés, y compris les titulaires d'un permis pour non-résident du Québec, doivent demeurer indépendants et éviter toute situation où ils seraient, directement ou indirectement, en conflit d'intérêts réel ou apparent. En cas de conflit d'intérêts réel ou apparent, le conseiller doit mettre fin à la relation ou à l'activité.

Dans toutes les provinces sauf le Québec, un conseiller doit divulguer tout conflit d'intérêts existant ou prévisible lorsqu'il offre des produits et services. La Sun Life recommande non seulement que les conseillers divulguent tout conflit d'intérêts, mais qu'ils évitent toute situation qui pourrait les placer en conflit d'intérêts, ou être considérée comme un conflit d'intérêts.

Conseillers agissant à titre de mandataires

Les conseillers ne devraient pas agir à la fois à titre de conseillers et à titre de mandataires de Clients.

Par exemple :

- un mandataire auquel on a délégué du pouvoir en vertu d'une procuration;
- un liquidateur;
- un fiduciaire;
- un administrateur ou un dirigeant d'une entreprise; ou
- tout autre rôle dans lequel un conseiller agit au nom d'un Client.

Pratiques de vente

Pratiques de vente inacceptables

La liste des pratiques de vente considérées comme inacceptables par l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP), ci-dessous, est non exhaustive.

Fraude

Tromperie ou fausse déclaration faite dans le but de porter atteinte aux intérêts d'autrui et de procurer éventuellement un avantage illicite au conseiller ou à une autre personne.

Détournement des fonds d'un Client

Utilisation de fonds ou de biens reçus d'un Client à une fin autre que celle précisée par ce dernier.

Contrefaçon

Fait de contrefaire ou d'altérer sciemment un document dans l'intention : a) de le faire passer pour un document authentique au préjudice d'autrui ou b) d'amener quelqu'un, sur la foi de ce document, à faire ou à s'abstenir de faire quelque chose.

Blanchiment d'argent/financement d'activités terroristes

Le blanchiment d'argent est le recyclage des produits de la criminalité pour dissimuler leur origine illégale. Le financement d'activités terroristes consiste quant à lui à collecter ou à distribuer, intentionnellement ou en connaissance de cause, des fonds qui seront utilisés par un terroriste ou pour commettre un acte terroriste.

Atteinte à la vie privée ou à la confidentialité des renseignements personnels

Toute communication de renseignements personnels ou confidentiels, intentionnelle ou non, à des fins autres que celles autorisées par la personne concernée.

Conflit d'intérêts

Fait d'omettre sciemment d'informer les Clients de ses relations commerciales avec des assureurs et de tout conflit d'intérêts réel ou potentiel lié à une opération ou à une recommandation donnée.

Vente liée

Fait de subordonner l'achat d'un produit donné à l'achat d'un autre.

Rabais de prime

Réduction consentie ou promise sur la prime convenue dans le contrat, ou paiement (ou offre de paiement) en tout ou en partie de la prime convenue dans le contrat, ou fourniture d'une contrepartie ou d'un quelconque avantage de valeur tenant lieu d'une réduction de la prime, sauf dans la mesure permise par la loi.

Usage d'incitatifs

Fait de verser ou d'offrir une somme d'argent ou de donner un cadeau de valeur, directement ou indirectement, pour amener un Client à souscrire une assurance autrement que dans les limites permises par la loi.

Remplacement de contrats

i) Remplacement non déclaré ou systématique

Défaut de fournir au Client et à l'assureur des renseignements complets et exacts sur le remplacement d'un contrat, comme l'exige la législation provinciale et territoriale, ou remplacement systématique de contrats, qu'il s'agisse de contrats établis par l'assureur ou par un autre assureur, préjudiciable au Client.

ii) Torsions

Fait d'inciter un Client à résilier son contrat dans l'unique but de lui en faire souscrire un autre, sans tenir compte du préjudice qu'il pourrait subir. La reprise d'assurance peut se faire également par l'affectation des valeurs d'un contrat à la souscription d'un autre contrat, au moyen d'une avance sur contrat ou de la réaffectation des participations.

iii) Multiplication des opérations

Fait d'amorcer, dans son intérêt personnel, des opérations jugées excessives ou inappropriées en raison de leur nombre ou de leur fréquence, compte tenu du type de compte visé et des objectifs du Client.

Vous trouverez plus d'informations sur le remplacement de contrats sur le site des conseillers de la Sun Life :

https://www.sunlife.ca/slfas/Resources/Compliance/Policy+replacements?vgnLocale=fr_CA

Fausse déclarations et non-communication de renseignements

i) Usurpation de titres et de fonctions

Fait d'induire le Client en erreur intentionnellement par n'importe quel moyen (p. ex., carte professionnelle, site Web, ou médias sociaux) en ce qui concerne ses compétences, ses titres professionnels ou son autorité, ou encore sa capacité de fournir des conseils ou des services.

ii) Déclarations déloyales ou trompeuses

Défaut de communiquer les renseignements complets et exacts dont le Client a besoin pour prendre une décision éclairée en ce qui concerne l'achat d'un produit ou d'un service.

iii) Modification non autorisée des aperçus

Modifications non autorisées apportées par un conseiller aux aperçus fournis par la société, ou manipulation par un conseiller d'un logiciel ou des paramètres d'un logiciel de façon à créer des attentes irréalistes chez le Client quant aux prestations prévues par le contrat ou aux avantages s'y rattachant.

Fausses déclarations à la société

Défaut du conseiller de fournir à l'assureur des renseignements complets et exacts.

Non-respect des formalités administratives

Toute pratique qui annule, intentionnellement ou non, la recevabilité en preuve d'une signature. Il peut s'agir de l'utilisation d'un formulaire présigné, du fait de recueillir la signature d'un témoin à un autre moment que celui où le Client signe le document, ou de paraphes inadéquats lors de la correction d'erreurs. Les mêmes exigences s'appliquent aux opérations effectuées et attestées par voie électronique. Le retard dans la délivrance des contrats peut constituer un risque pour les Clients, rallongeant le délai entre l'explication du contrat et le moment où celui-ci peut être examiné. Cela pourrait avoir des conséquences fâcheuses si la vente n'est pas conclue en temps opportun.

Produit non pertinent

Défaut de tenir compte des besoins du Client, de le traiter équitablement et de lui recommander des produits pertinents. Les conseillers doivent s'assurer d'obtenir la formation nécessaire et de bien connaître les produits qu'ils recommandent. Pour plus de détails, veuillez vous référer à la section intitulée « Pratiques commerciales axées sur les besoins » du présent guide.

Abus d'influence

Fait d'encourager un Client à accepter une recommandation lorsque le conseiller sait, ou devrait savoir, que le Client n'est pas en mesure de comprendre :

- la nature du produit;
- le sens;
- l'effet de l'opération effectuée ou proposée.

Coercition

Fait d'obliger un Client, en recourant à la force physique ou à des menaces, à accepter une recommandation.

Incompétence

Tout manque de connaissances techniques ou générales, ou du jugement nécessaire pour se livrer à de saines pratiques commerciales et formuler des recommandations fondées sur les besoins.

Activité de façade

Fait, pour un conseiller autorisé à exercer, de soumettre une proposition et de toucher une commission pour le compte d'une personne non autorisée ayant sollicité le Client. Également, le fait pour un conseiller autorisé à exercer de soumettre une proposition pour un autre conseiller autorisé à exercer qui n'a pas de contrat avec l'assureur à qui la proposition est présentée. De façon générale, l'activité de façade consiste, pour un conseiller donné, à permettre à quelqu'un d'autre de solliciter un Client et à soumettre en son propre nom la proposition à un assureur.

Trafic de contrats d'assurance et assurance-vie détenue par un étranger

Trafic de contrats d'assurance

Sauf dans les limites permises par la loi, fait de faciliter la vente du contrat d'assurance d'un Client à un tiers se présentant comme acheteur de contrats d'assurance-vie.

Assurance-vie détenue par un étranger

S'entend du fait d'inciter quelqu'un à demander une assurance-vie qui sera ultimement détenue par un étranger (ce type de contrat est appelé en anglais « Stranger-Owned Life Insurance », ou STOLI). La souscription d'un contrat d'assurance-vie de type STOLI est généralement considérée comme un acte, une pratique ou une

initiative visant à obtenir un prêt, une avance ou une autre forme de paiement, avec l'intention de transférer à un tiers le droit à la prestation de décès. Lors de la souscription du contrat, le tiers, d'habitude un investisseur, n'a pas d'intérêt assurable dans la vie de l'assuré. En règle générale, les STOLI ne sont pas considérés comme :

- a) une façon appropriée de financer une assurance-vie dont on a besoin, ni
- b) une assurance-vie souscrite de bonne foi par l'assuré afin de combler un besoin sur le plan personnel, commercial ou caritatif.

Pratiques commerciales axées sur les besoins

Tous les conseillers doivent suivre les lignes directrices de l'ACCAP ainsi que le guide des pratiques commerciales axées sur les besoins. Ces lignes directrices aident les conseillers à s'assurer qu'ils traitent les Clients équitablement et leur fournissent des conseils judicieux.

Éléments des pratiques commerciales axées sur les besoins

Un conseiller doit comprendre les besoins du Client, faire preuve de transparence et fournir des conseils pertinents. Chaque section ci-dessous contient d'importantes informations que les conseillers devraient incorporer dans leurs pratiques.

Attentes du Client :

- Durant la première réunion, les conseillers doivent s'assurer que les Clients comprennent la nature de leur relation d'affaires avec eux. Les conseillers devraient également s'assurer que les Clients comprennent le niveau de service auquel ils peuvent s'attendre. Ces détails devraient être fournis dans le document d'information rédigé par le conseiller.

Collecte de renseignements et évaluation des besoins :

- Le conseiller devrait toujours recueillir le plus d'informations possible au sujet de la situation du Client, et **prendre des notes détaillées**. Ces notes seront versées au dossier du Client. Le conseiller se fondera sur les informations recueillies au sujet de la situation du Client pour rédiger la lettre explicative. Cette lettre sera également versée au dossier du Client.

Collecte de renseignements :

Le conseiller doit recueillir tous les faits pertinents au sujet de la situation du Client, cela afin de pouvoir analyser ses besoins. Les renseignements qui doivent être recueillis sont en fonction du type de produits et de services recherché par le Client. Les renseignements requis sont aussi en fonction de la situation du Client et de ses objectifs. Par exemple, un Client communique avec un conseiller parce qu'il veut souscrire une assurance temporaire afin de couvrir son prêt hypothécaire; cette demande pourrait ne nécessiter qu'une analyse simple des besoins. En revanche, un Client qui cherche une solution de planification successorale pourrait nécessiter une analyse plus complexe de ses besoins. Si le conseiller propose un produit d'assurance assortie d'une composante de placements, une évaluation des objectifs de placement et de la tolérance au risque du Client est requise.

Renseignements non fournis par le Client :

Le conseiller devrait prendre note des renseignements qu'il a demandés, mais que le Client n'a pas fournis. Le conseiller doit souligner au Client qu'il lui est difficile de faire des recommandations à partir d'informations limitées.

Le conseiller peut utiliser diverses méthodes pour effectuer l'analyse des besoins. Les notes que le conseiller prend doivent être suffisamment détaillées pour montrer la façon dont il a évalué les renseignements obtenus afin de comprendre les besoins du Client et d'expliquer pourquoi la recommandation est appropriée.

Les renseignements qui pourraient être importants dans l'analyse des besoins et la formulation des recommandations comprennent, mais sans s'y limiter, les suivants :

- l'âge;
- l'état de santé;
- le niveau de revenu;
- les besoins du conjoint survivant;
- le revenu de retraite anticipé;
- les besoins de liquidités;
- le budget.

Recommandations et conseils (déterminés suivant une approche commerciale axée sur les besoins)

Les recommandations de produits et les conseils fournis par le conseiller doivent être pertinents et répondre aux besoins du Client.

Le conseiller doit bien documenter les raisons pour lesquelles il a fait les recommandations et fourni les conseils en question. De même, il doit bien documenter ce qui a motivé la décision du Client. La documentation comprendra, entre autres :

- l'analyse des besoins;
- la lettre explicative.

Communication de renseignements concernant le conseiller

Les conseillers doivent fournir de l'information aux Clients au sujet des produits et des services qu'ils offrent. Les conseillers doivent remettre aux Clients un document d'information approprié qui contient sept types de renseignements, comme recommandé par l'ACCAP :

- Permis et territoires de compétence
- Société(s) que le conseiller représente
- Nature de la relation du conseiller avec la ou les société(s) qu'il représente (voir le point précédent)
- Comment le conseiller est rémunéré
- Si le conseiller peut avoir droit à une rémunération supplémentaire (au comptant ou autre, comme des incitatifs sous forme de voyages) fondée sur d'autres facteurs (p. ex., le volume des affaires placées au cours d'une période donnée)
- Conflits d'intérêts (p. ex., activité extérieure)
- Toute autre information que le Client demandera

Lettre explicative

Les conseillers doivent remettre à chaque Client une explication par écrit de toute recommandation qu'ils font, notamment la manière dont elles répondent aux besoins du Client. Cela élimine tout malentendu entre le conseiller et le Client.

Les sept points ci-dessous doivent être inclus dans une lettre explicative :

- Il faut préciser l'assureur, le produit souscrit ainsi que le type d'assurance correspondant.
- Un résumé en langage simple de la situation du Client qui a donné lieu à la recommandation.
- Une description en langage simple des besoins auxquels répond la recommandation.

- Si la recommandation ne répond pas complètement aux besoins du Client, une explication en langage simple des différences entre la recommandation et la solution que le Client a choisie doit être incluse dans la lettre.
- Si la recommandation ne répond pas à certains besoins, une réunion subséquente doit être organisée pour discuter de solutions possibles pour répondre à ces besoins.
- Une explication en langage simple de la structure de frais choisie, le cas échéant.
- Demander au Client de poser des questions sur tout aspect de la lettre qui n'est pas clair ou qui semble incorrect.

Envoyer la lettre explicative au plus tard à la date de livraison du contrat, ou à la date de souscription du contrat. Les conseillers devraient conserver une copie de la lettre dans le dossier du Client ainsi que les notes prises lors des réunions comme preuve de livraison. Il est recommandé que le Client signe et date une copie de la lettre explicative.

<https://www.sunlife.ca/slfas/fr/resources/compliance/sample-reasons-why-letters/>

Traitement des plaintes

Un conseiller doit signaler toute plainte impliquant les produits ou les activités de la Sun Life à sa société et à la Sun Life. Les plaintes seront soumises pour examen à l'équipe des relations avec la clientèle de la Sun Life. Le conseiller et sa société seront impliqués au besoin.

Fonds distincts

Utilisation appropriée des frais de souscription différés (FSD) :

Il est important que les Clients soient au courant de toutes les options de frais. Le Client décide du type de frais, et les recommandations doivent convenir au Client. Ces détails doivent être inclus dans la lettre explicative.

Lorsque les conseillers envisagent de recommander un produit avec FSD, ils doivent :

- effectuer la vente en suivant une approche commerciale axée sur les besoins (voir la section intitulée « Pratiques commerciales axées sur les besoins »);
- tenir compte de l'horizon de placement du Client et de son besoin potentiel de liquidités;
- tenir compte de l'âge du Client; les FSD ne conviennent pas aux Clients de tous âges. Par exemple :
 - Les évaluations pour les Clients de plus de 65 ans doivent comparer l'horizon de placement à la période couverte par le barème de FSD.
- tenir compte des produits de revenu – L'option de FSD pourrait ne pas convenir si le Client tire un revenu immédiatement ou avant la fin de la période du barème des FSD (des frais de rachat pourraient être payables si le montant du retrait dépassait celui des unités sans frais par année);
- tenir compte des répercussions des retraits effectués avant la fin de la période du barème des FSD :
 - Les frais de rachat qui pourraient s'appliquer, si le Client retirait un montant qui dépasse celui des unités sans frais par année.

Pratiques de vente en matière de recommandation de fonds distincts :

Donnez des valeurs réelles en dollars et non pas juste des pourcentages :

- Un Client peut se montrer à l'aise d'avoir subi une perte de 10 % de la valeur marchande de son portefeuille, mais si on lui dit que son placement initial de 100 000 \$ a baissé à 90 000 \$, cela lui donne un autre son de cloche.

- Expliquez et soulignez ce que seraient les FSD (valeur en dollars) afférents aux fonds du Client.
- Discutez des conséquences de tout retrait, au cours de la période d'application du barème des FSD.
- Toutes les options de frais devraient être expliquées aux Clients (p. ex., frais de souscription réduits [FSR], sans frais [SF], frais de souscription différés [FSD]) et la conversation avec le Client devrait être documentée et versée à son dossier.
- Documentez bien les entretiens, qu'ils aient eu lieu par téléphone, en personne ou par vidéoconférence.
- Faites preuve de transparence et fournissez des explications sur le produit que le Client veut souscrire. Dans vos explications, soulignez toutes les caractéristiques du produit et les frais connexes (veuillez vous référer à la section intitulée « ACCAP – L'approche »).

La Sun Life peut, en tout temps, communiquer avec la société du conseiller pour obtenir plus de détails relativement à la vente de fonds distincts, notamment les renseignements suivants :

- a) les notes du conseiller;
- b) la lettre explicative;
- c) l'analyse des besoins; et
- d) toute autre information recueillie qui permet de juger du caractère approprié des recommandations qui sont faites.

Pour plus d'informations sur les caractéristiques du produit, ainsi que pour voir des aperçus et des feuilles de route, cliquez sur le lien suivant, qui vous dirigera sur le site des conseillers de la Sun Life : [Fonds distincts](#)

Protection des renseignements personnels

La Sun Life s'engage à protéger les renseignements confidentiels de la Sun Life, des Clients, des employés et des entrepreneurs contre :

- le vol;
- les pertes;
- l'accès non autorisé, la divulgation ou la destruction; ou
- l'utilisation d'informations confidentielles à des fins inappropriées.

Il est essentiel de respecter la vie privée des Clients et la confidentialité de leurs renseignements personnels pour maintenir notre réputation éthique.

Obligations du conseiller

En tant que conseiller, vous accumulerez beaucoup d'informations au sujet des Clients. Vous avez l'obligation de limiter la collecte, l'utilisation, la communication et l'accès de ces renseignements à des fins professionnelles légitimes en fonction du consentement du Client. Vos pratiques commerciales et votre conduite professionnelle doivent se conformer aux lois, règlements et lignes directrices applicables :

- lois sur la protection des renseignements personnels;
- règlements;
- lignes directrices de l'industrie relatives au respect de la vie privée;
- règles relatives à la protection des renseignements personnels, lesquelles sont énoncées dans votre contrat;
- attentes relatives à la confidentialité.

Protocole de la Sun Life relatif à l'atteinte à la protection des renseignements personnels :

Veillez vous référer à l'Avis d'incident concernant la protection des renseignements personnels de la Sun Life pour obtenir plus de détails sur la manière de traiter tout cas d'atteinte à la protection des renseignements personnels, réel ou apparent, impliquant des Clients ou des produits de la Sun Life :

https://www.sunlife.ca/slf/PSLF+Canada/Privacy?vgnLocale=fr_CA

Protection des renseignements personnels des Clients

Il est important que vous protégiez les renseignements personnels et confidentiels au moyen de techniques commercialement raisonnables et de mesures de sécurité appropriées en fonction du degré de confidentialité des renseignements. Cela comprend les supports suivants, mais sans s'y limiter :

- la version électronique de documents contenant des renseignements personnels et confidentiels qui sont enregistrés sur :
 - des ordinateurs,
 - des périphériques de stockage externe,
 - des solutions de stockage en nuage,
 - des plateformes hébergées par des tiers;
- la version électronique de documents contenant des renseignements personnels et confidentiels qui sont transmis au moyen d'un réseau public, par Internet ou par courriel;
- les versions électronique et papier de documents contenant des renseignements personnels dont on n'a plus besoin sont détruites de manière à ce qu'elles ne puissent pas être restaurées.

Ne pas envoyer de renseignements personnels ou confidentiels à une adresse de courriel d'une plateforme non sécurisée (p. ex., Hotmail, Yahoo). Assurez-vous que les renseignements personnels et confidentiels contenus dans ces courriels soient cryptés avant d'envoyer votre message au destinataire.

Obligations du conseiller

Avisez immédiatement votre société et la Sun Life de toute violation réelle ou potentielle, notamment :

- toute perte;
- tout vol;
- tout accès non autorisé, toute divulgation, toute copie, toute utilisation, toute modification des renseignements personnels; ou
- toute autre violation réelle ou potentielle des lois sur la protection des renseignements personnels.

Vous devez fournir des renseignements relatifs à l'incident et collaborer aux mesures d'atténuation des préjudices, comme pourrait raisonnablement le demander la Sun Life.

Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)

La Loi canadienne anti-pourriel, connue sous l'acronyme LCAP, régit les **messages électroniques commerciaux**. C'est une loi « visant à promouvoir l'efficacité et la capacité d'adaptation de l'économie canadienne par la réglementation de certaines pratiques qui découragent l'exercice des activités commerciales par voie électronique ». Elle a pour but de décourager les pourriels, c'est-à-dire les messages électroniques commerciaux non sollicités et non désirés et à encourager les bonnes pratiques électroniques commerciales.

Qu'est-ce qu'un message électronique commercial (MEC)?

On entend par message électronique commercial (MEC) tout message électronique dont l'un des objectifs est de favoriser la participation à une activité commerciale. Ces MEC englobent les courriels, les messages textes, les messages personnels dans les médias sociaux et tout autre type de message envoyé par un moyen de télécommunication. Un MEC peut être un courriel individuel envoyé à une personne ou un courriel de masse envoyé à plusieurs destinataires. Vous devez avoir la permission d'envoyer un MEC à un Client existant ou potentiel.

Les activités commerciales comprennent :

- l'offre d'acheter ou de vendre un produit ou service;
- l'offre d'une occasion d'affaires ou d'investissement;
- la promotion de toute personne engagée dans les activités susmentionnées.

Qu'est-ce qu'un consentement?

Il y a deux types de consentement : le **consentement exprès** et le **consentement tacite**. Dans la plupart des cas, un consentement ne peut pas être transféré d'un conseiller à un autre.

Consentement exprès

On entend par consentement exprès un accord volontaire donné explicitement, verbalement ou par écrit. Le consentement exprès n'a pas d'échéance et est en vigueur jusqu'à ce que le Client se désabonne et indique à l'expéditeur de ne plus lui envoyer de messages électroniques commerciaux (MEC). En vertu de la LCAP, pour obtenir le consentement exprès de vive voix, vous devez donner vos coordonnées au destinataire et l'informer qu'il peut retirer son consentement (désabonnement) en tout temps. En ayant le consentement exprès, surtout par écrit, il est plus facile de prouver que vous aviez obtenu le consentement si jamais on remettait en question votre envoi de MEC.

Consentement tacite

Vous pourriez vous fier au consentement tacite pour envoyer des MEC si ce consentement est fourni dans certaines circonstances définies par la LCAP, comme suit :

- une relation d'affaires existante basée sur une opération commerciale antérieure avec le destinataire; ou
- si la personne publie son adresse électronique (p. ex., un Client existant ou potentiel publie une annonce dans un journal ou sur un site Web).

Dans le dernier cas, il n'y a aucune directive empêchant l'envoi d'un MEC. Cependant, **le contenu de MEC doit être pertinent pour le destinataire, c'est-à-dire qu'il doit être lié à ses activités, à ses fonctions et à ses responsabilités dans une entreprise ou dans ses capacités officielles.**

Un consentement tacite n'est valide que pour une durée limitée.

Sommaire des exigences :

- **Consentement** - Pour pouvoir envoyer un **message électronique commercial (MEC)**, l'expéditeur doit d'abord obtenir le consentement du destinataire.
- **Contenu** - Tous les MEC doivent avoir un contenu prescrit et un mécanisme d'exclusion (désabonnement), à moins que le MEC soit exclu au titre de la loi.
- **Désabonnement** - Il doit être facile de se désabonner et l'explication doit être claire et bien en vue; si le destinataire veut cesser de recevoir les messages, on doit se conformer à sa demande dans les 10 jours suivant la réception de la demande.

Sanctions et poursuites judiciaires

Les amendes et sanctions prévues en cas de non-conformité à la LCAP sont élevées; elles peuvent aller jusqu'à un million de dollars par incident pour un individu, et jusqu'à 10 millions de dollars par incident pour une entreprise. Les conseillers qui enfreignent la loi pourraient être condamnés à une amende et à des sanctions. Les amendes et sanctions sont souvent exclues de la couverture d'assurance de responsabilité professionnelle.

FAQ relative à la LCAP :

<https://crtc.gc.ca/fra/com500/faq500.htm>

Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNTE)

Vous faites du télémarketing lorsque vous-même ou vos employés utilisez un téléphone conventionnel ou cellulaire ou un télécopieur pour faire des appels non sollicités en vue de vendre ou de promouvoir un produit ou un service. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a établi une **Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNTE)** qui permet aux consommateurs d'y inscrire leurs numéros de téléphone afin d'éviter des appels de marketing non sollicités. L'objectif principal de la LNTE est d'empêcher les appels téléphoniques inopportuns qui ont pour but la vente de produits ou de services. Elle ne vise pas les appels effectués dans le cadre d'une relation de service.

Veillez prendre connaissance des directives du CRTC, afin de vous assurer que vous vous conformez complètement aux règles et à la loi :

<https://crtc.gc.ca/fra/accueil-home.htm>

Conséquences de la non-conformité

En cas de non-respect des règles sur le télémarketing, le CRTC pourra imposer des pénalités pouvant atteindre 1 500 \$ par infraction pour un particulier, et 15 000 \$ pour une entreprise. En plus de ces frais, une plainte inscrite peut porter atteinte à votre réputation. En règle générale, l'assurance de responsabilité professionnelle ne couvre pas les amendes écopées à la suite d'une violation des règles de télémarketing.

LBA/FAT

Lutte contre le blanchiment d'argent et le financement d'activités terroristes (LBA/FAT)

Les trois principaux objectifs de la *Loi sur le recyclage des produits de la criminalité et le financement des activités terroristes* sont les suivants :

- détecter et empêcher le blanchiment d'argent et le financement des activités terroristes;
- fournir aux corps policiers les renseignements dont ils ont besoin pour contrer les menaces posées par le crime organisé et le terrorisme;
- aider le Canada à respecter ses engagements internationaux dans la lutte au crime transnational et au terrorisme.

La Sun Life et les conseillers doivent respecter certaines obligations pour se conformer à cette loi, mais aussi pour des questions de gestion du risque :

- Vérification de l'identité du Client
- Vérification de l'identité des bénéficiaires
- Propriété bénéficiaire d'une entité qui fait l'objet d'une vérification de son identité
- Détermination de tiers

- Détermination des personnes politiquement exposées (PPE) et des dirigeants d'une organisation internationale (DOI)
- Détermination de la source de la richesse dans le cas d'un Client qui a été identifié comme étant une PPE ou un DOI
- Détermination de la source des paiements ou du financement du contrat
- Indication du but du compte et à quoi il servira
- Conservation des documents requis
- Surveillance continue
- Déclaration des opérations douteuses
- Création d'un programme de conformité

Si nous ne respectons pas ces obligations, de lourdes sanctions pourraient nous être imposées.

Pour en savoir plus, veuillez consulter les directives du CANAFE :

<https://www.fintrac-canafe.gc.ca/guidance-directives/transaction-operation/1-fra>

Plan de poursuite des affaires

Votre entreprise doit avoir un plan bien documenté qui contient des directives sur la manière dont elle continuera de fonctionner, en cas de perturbation imprévue. Ce plan devrait contenir les éléments suivants :

- Sauvegarde et restauration de données
- Autre moyen de communication entre les Clients et votre entreprise, votre société, vos employés, selon le cas
- Autre emplacement pour que vous et vos employés puissiez poursuivre vos activités
- Exigences en matière de déclaration aux organismes de réglementation
- Façon dont vous vous assurerez que les Clients auront accès à leurs fonds, si le conseiller, la société ou l'entreprise est dans l'impossibilité de poursuivre ses activités.

La Sun Life recommande qu'un conseiller déclare sa relation actuelle avec sa société dans son plan de poursuite des affaires. Le conseiller devrait définir le rôle que la société jouera pour assurer la poursuite des activités.

Marketing – Utilisation du logo de la Sun Life

Seuls les conseillers et les sociétés qui ont signé un contrat avec la Sun Life peuvent demander d'obtenir le logo de la Sun Life pour l'utiliser sur leur site Web. Vous devez obtenir la permission de la Sun Life par l'intermédiaire du lien suivant :

<https://www.sunlife.ca/slfas/fr/marketing/advertising/>

Les conseillers de la Distribution d'assurance – Réseau indépendant ne peuvent utiliser les logos de la Sun Life sur leurs cartes professionnelles.

Organismes de réglementation des assurances et autres ressources de l'industrie

Chaque province a ses propres organismes de réglementation en assurance. Veuillez vous référer aux sites Web des organismes de réglementation des assurances provinciaux pour obtenir des directives et de l'information.

Organisme de réglementation du gouvernement fédéral

Bureau du surintendant des institutions financières

Le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF) est un organisme indépendant du gouvernement fédéral. Il régit et supervise plus de 400 institutions financières sous réglementation fédérale, dont la Sun Life.

Associations d'organismes de réglementation des assurances

Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA)

Le CCRRA est une association d'organismes de réglementation des assurances. Il a pour mandat de faciliter et de promouvoir un régime de réglementation canadien qui veille avec efficacité aux intérêts du public. Ses membres collaborent à l'élaboration de solutions aux questions de réglementation courantes.

Organismes canadiens de réglementation en assurance (OCRA)

Les OCRA consistent en un forum d'autorités réglementaires canadiennes qui œuvre à l'élaboration de normes uniformes de qualification et de conduite des affaires pour les intermédiaires d'assurance.

Association de l'industrie des compagnies d'assurance-vie et maladie au Canada

Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP)

L'ACCAP est une entité sans but lucratif dont les membres détiennent 99 % des affaires d'assurances-vie et maladie en vigueur au Canada. Grâce au large éventail de produits et de services qu'elles commercialisent, les sociétés membres de l'ACCAP aident les Canadiens à se protéger et à protéger leur famille contre les risques financiers associés au décès prématuré, à la maladie et à la retraite. Parmi ces produits, mentionnons l'assurance-vie individuelle et collective, l'assurance maladie complémentaire et les rentes individuelles et collectives (REER, FERR, CELI et régimes de retraite à cotisations déterminées).

Notre appui. Votre croissance.

La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie est l'assureur et est membre du groupe Sun Life.
© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, 2021. 820-5132-12-21

