

Cet article vous est présenté par www.conseiller.ca

Les conseillers et les consommateurs se sont fait rouler par Option consommateurs

27 septembre 2007 | Yves Bonneau, rédacteur en chef

Sous le titre scandaleux « L'incompétence règne », le magazine de consommation *Protégez-Vous* (PV) a publié la semaine dernière un reportage d'enquête dévastateur du groupe de défense Option consommateurs. L'étude dont les révélations ont fait sursauter les épargnants, les organismes de réglementation et les conseillers eux-mêmes n'était pas aussi rigoureuse que ce que les médias ont relayé, à chaud, le jour du dévoilement des résultats. Néanmoins, dans le feu de l'action, tout le monde a cru avoir affaire à une étude sérieuse parce que venant d'un magazine dont la réputation n'avait jamais été mise en doute. Il s'agit pourtant d'un rapport d'enquête préliminaire, selon ce qu'affirme l'AMF, ce qui fait dire à plusieurs intervenants que certains faits méritent d'être rétablis.

Premier constat troublant, le groupe Option consommateurs et sa rédactrice Claire Harvey ont reçu de l'AMF 50 000 \$ pour mener cette enquête à terme. Questionnée à ce sujet, Mme Harvey a d'abord refusé de nous donner cette information pourtant publique. Mise devant les faits (nous connaissions la réponse et nous ne voulions qu'une confirmation) elle a fini par valider l'information. Pourquoi alors ces cachotteries? Option consommateurs s'est pourtant donné comme mandat de faire la lumière sur toutes les situations de consommation nébuleuse...

Ayant pour mission de défendre et de veiller au respect des droits des consommateurs, Option consommateurs possède une certaine notoriété et a même gagné le prix de l'Office de la protection du consommateur pour l'ensemble de son œuvre auprès du public, en 2005.

Dans le cas présent, ils ne remporteront pas de prix de journalisme avec ce pseudo reportage d'enquête. On pourrait même s'en servir dans les cours de journalisme comme du parfait exemple à ne pas répéter. Et sur plusieurs plans!

En entrevue, Mme Harvey m'avoue ne rien connaître des rouages de cette industrie : « Je suis une consommatrice avertie et j'ai un bac en économie, cela me suffit », dira-t-elle. Son texte d'ailleurs le démontre clairement. Elle utilise à tort et à travers le titre de conseiller financier et celui de représentant en valeurs mobilières sans savoir que ce dernier travaille exclusivement auprès d'un courtier en valeurs. Elle le confond d'emblée avec le titre de représentant en épargne collective qui constitue d'ailleurs la grande majorité des conseillers piégés de son enquête. Elle répète la confusion en citant le terme « représentant » une trentaine de fois dans les deux parties de son article. De même, en conférence de presse et dans la pochette de presse remise aux journalistes lors de la présentation officielle de l'enquête, elle redira que ce sont des représentants en valeurs mobilières qui ont été évalués. Les médias électroniques ont tôt fait de répéter la bourde, et les premières manchettes mettent les courtiers et leurs représentants sur la sellette.

Claudyne Bienvenu, qui est directrice régionale, Réglementation à l'Association canadienne des courtiers en valeurs mobilières (ACCOVAM), est citée dans l'article. Les représentants en valeurs mobilières, c'est son domaine, ils relèvent de l'ACCOVAM. En prenant connaissance du reportage, elle est sciée : « Cette étude soulève de nombreuses questions, tout particulièrement en ce qui a trait à la collecte de données et la méthodologie utilisée. On ne sait aucunement qui sont les représentants

qui ont été rencontrés : s'agit-il de représentants de plein exercice, de personnes habilitées à conseiller uniquement dans le domaine des fonds communs de placement, de planificateurs financiers? Cette information est cruciale pour évaluer ce que le représentant était habilité à donner comme conseil », fait-elle savoir tout en contenant son exaspération. Elle ajoute : « En outre, il est important de savoir que la collecte d'information se fait au moment de l'ouverture d'un compte par le représentant de plein exercice. Et cette collecte est très exhaustive. Les enquêteurs ont-ils ouvert des comptes lors de leur démarche ou s'ils se sont contentés d'une conversation générale? Chez nos membres, la collecte de l'information n'est pas un problème de formation, c'est une question de conformité. Toutefois, ce n'est qu'au moment où s'établit une relation entre le client et le représentant que cette collecte doit se faire et ce n'est qu'au terme de cette démarche que le représentant donnera ses conseils. »

Dès lors, on comprend que Mme Bienvenu insiste sur le fait qu'il aurait été important qu'Option consommateur fasse valider sa démarche par des personnes qui connaissent le secteur plutôt que d'improviser. « On s'attend à de la rigueur et surtout que l'on informe les investisseurs sur les meilleures pratiques auxquelles ils ont droit plutôt que de semer la confusion », poursuit-elle. Étonnamment, elle m'avouera n'avoir reçu aucun coup de fil des médias pour s'enquérir de son point de vue ou vérifier la situation que tous jugeaient « préoccupante ». Ils auraient dû.

C'est dire que, comme le souligne Mme Bienvenu, l'enquête d'Option consommateurs repose sur une prémisse qui est fautive. En effet, alors que Mme Harvey et son équipe de fins limiers débarquent dans les institutions financières choisies, ils basent leur évaluation des conseillers sur le premier article du *Manuel sur les normes de conduite* : « Bien connaître son client ». Elle écrira dans son texte Know Your Client (KYC), sans savoir que la formule en français existe. Or, Mme Harvey nous a confirmé qu'aucun compte n'a été ouvert. Confrontée à cette erreur, la journaliste lance : « Nous n'avons pas ouvert de compte, ça n'a aucune importance, c'est une démarche de magasinage pour voir quels genres de conseils nous allions obtenir. »

Et pourtant, l'industrie des services financiers sait pertinemment que tout se joue sur la frontière entre la définition d'un client et celle d'un client potentiel. Dès lors, tant que le client potentiel n'a pas formellement ouvert de compte, le conseiller n'a pas à dresser de portrait complet de sa situation financière. Pour le conseiller, c'est équivalent à un appel téléphonique d'un client qui magasine. Dans ce processus, autant le client que le conseiller sont à l'étape de s'étudier mutuellement. Si le conseiller n'est pas intéressé par ce client, il a le choix de le laisser dans le vague. De plus, pourquoi un conseiller donnerait-il sa stratégie au premier venu pour lui permettre ensuite de s'inscrire chez un courtier à escompte et faire lui-même ses transactions?

« Bien connaître son client » est bien la première norme à suivre, mais « Bien connaître son client potentiel » n'a jamais figuré dans le Manuel. Claudyne Bienvenu confirme : « D'abord, je ne sais même pas si des représentants de plein exercice ont été rencontrés par leurs clients fictifs. Si oui, il aurait fallu que l'on procède à une ouverture de compte pour pouvoir tirer des conclusions sur la collecte de l'information. L'article est muet sur cette question. À défaut, c'est invalide », lance-t-elle.

Du côté de la Chambre de la sécurité financière (CSF), le vice-président exécutif, Luc Labelle, doute de la pertinence de l'enquête. Il trouve démagogique d'annoncer comme PV a fait que la moitié des conseillers sont incompetents. « Ayant de sérieuses préoccupations face à la méthodologie utilisée par Option Consommateur, nous avons demandé à notre syndic d'enquêter sur cette affaire. Quoi qu'il en soit, il est certain qu'on ne peut affirmer que 50% des représentants au Québec ne respectent pas leurs exigences déontologiques comme *bien connaître son client*. Cette affirmation ne sert pas la protection du public et est dommageable pour notre industrie. »

Nous avons communiqué avec plusieurs de ces conseillers piégés. Ils nous ont dit que la rencontre n'a jamais duré plus de 30 minutes, que le client louche s'est pointé en disant qu'il magasinait et n'avait aucun papier avec lui, ce qui est complètement inhabituel. Il a laissé un faux numéro de téléphone de même qu'une adresse électronique bidon. Les conseillers qui ont tenté de le rejoindre subséquemment n'ont pu faire de suivi. Il ne faudrait donc pas s'étonner que certains conseillers aient répondu à ce client après qu'il est rappelé que le fait de travailler n'influence pas ses placements. Rappelons que l'auteure de l'article s'est indignée en ondes et dans son texte au sujet d'un conseiller qui aurait pu dire une chose pareille au téléphone.

De même, Claire Harvey conseille aux consommateurs de faire leurs devoirs. Voici ce qu'elle affirme, et cette fois, elle a parfaitement raison : « Le représentant le plus compétent ne sera pas en mesure de vous conseiller adéquatement si vous ne lui exposez pas clairement votre situation financière et familiale, ainsi que votre tolérance au risque. »

Pourtant, les conseillers tombés dans le traquenard à qui nous avons parlé sont unanimes : le faux client n'avait aucun papier, pas d'états de compte bancaire ou de carte de crédit, ni de budget avec lui. Les informations qu'il a fournies se sont résumées au cas : vient d'hériter de 75 000 \$, gagne 55 000 \$, a 33 ans, un enfant, pas de dettes, veut s'acheter une maison de 300 000 \$ et prendre sa retraite à 55 ans. Après une demi-heure, il n'y avait plus rien à dire... On se demande alors comment Mme Harvey ait pu tester la compétence des conseillers en leur fournissant un client fictif aussi minimaliste.

Après avoir établi ses propres règles d'enquête sans les avoir au préalable validées avec un organisme de réglementation compétent, responsable de l'éthique et de la conformité des conseillers, ou avec l'AMF, son partenaire d'affaires, Claire Harvey n'a pas cru bon de donner la parole aux conseillers piégés ou aux dirigeants des institutions financières pour leur permettre d'expliquer leurs points de vue. « Ce n'était pas le but de l'enquête, c'est votre travail, vous travaillez pour eux », dira-t-elle, un filet de dédain dans la voix.

Mais justement, quel est l'objectif visé par ce reportage? « Les consommateurs doivent magasiner, ils ne doivent pas s'en remettre aveuglément au premier venu », fait-elle savoir. C'est vrai avec le vendeur de voitures, avec l'avocat, même avec le médecin.

Question : Mme Harvey, quand PV enquête sur les garages et les mécaniciens, ils s'adjoignent les services d'un mécanicien qualifié pour les conseiller. Ils trafiquent une voiture et ils la laissent au garage visé par l'enquête pour que le mécanicien piégé puisse réussir le test ou se pendre avec les fils de bougies d'allumage. Comment se fait-il que vous ayez donné moins de temps aux conseillers et que vous n'ayez pas entrepris de démarches sérieuses avec eux, comme ouvrir un compte? « Monsieur, votre comparaison ne tient pas, on tourne en rond, si vous avez d'autres questions, envoyez-les-moi par écrit », a-t-elle fini par nous lancer en raccrochant le combiné.

Nous avons demandé à PV de nous fournir la méthodologie exacte ayant servi à l'évaluation des conseillers afin de déterminer comment le pointage a été alloué, et ce, malgré le vice de forme évident de l'enquête. Nous avons essuyé une fin de non-recevoir! Les interrogations demeurent... Sur quelles bases rigoureuses s'est-on appuyé pour analyser la compétence de conseillers dont les spécialisations peuvent être si éloignées? Et comment en est-on arrivé à dire que la moitié étaient des incompetents? Nous comptons 14 conseillers qui recueillent moins de 60 %, ce qui nous donne 35 % qui n'ont pas la note de passage. Il est vrai que titrer *Un tiers des conseillers échouent le test* fait une manchette moins explosive! Toujours selon Mme Harvey, l'équipe d'Option consommateurs a jugé que la note de passage était de 66%. Coïncidence ou non, il s'avère alors que 20 conseillers ne passent pas à 66%! Il

semble ici que l'arbitraire soit la norme. Questionnée à savoir si elle exigeait que son comptable ait passé son titre de CA avec plus de 66 %, sinon il était incompetent, elle nous a répondu que ce n'était pas pareil.

Dans ce contexte, le « bulletin d'évaluation » publié par *Protégez-Vous* n'est rien d'autre qu'une indication de ceux qui sont plus ou moins intéressés par ce client fictif par rapport à ceux qui ne le sont pas.

Finalement, nous avons demandé à Claire Harvey de nous expliquer la présence du dernier paragraphe de son papier qui traite des cas de pratiques illégales (offres de produits sans droit de pratique) qui font l'objet de pénalités variant de 1 000 \$ à 5 M\$, et dont les contrevenants sont passibles de peines d'emprisonnement de cinq ans moins un jour par chef d'accusation. À l'évidence, nous ne parlons pas ici de conseillers détenant un permis de pratique, mais Mme Harvey n'a pu nous expliquer en quoi cela consistait et encore moins nous donner d'exemple. Pourtant, le cas d'André Charbonneau, qui a fraudé des investisseurs pour 14 millions en vendant des parts de sa fausse compagnie d'assurance l'Alternative, venait de faire les manchettes le matin même, quelques heures avant la présentation du reportage de PV. Cela nous aurait suffi à lui donner la note de passage. Domage!

Le point de vue de l'AMF

Rejoint aux bureaux de l'AMF, le porte-parole, Frédéric Alberro, confirme que l'enquête a été financée par son employeur. Nous lui avons demandé si l'organisme supportait l'enquête : « Il faut faire attention, les résultats de l'enquête sont très préoccupants. En tant qu'organisme de réglementation qui a comme mission de défendre les intérêts des consommateurs, nous nous devons de réagir et de mettre en garde les consommateurs. Mais on ne s'en cache pas, nous avons financé l'enquête d'Option consommateurs », affirme-t-il d'emblée. Mis au fait des conclusions de notre analyse approfondie du reportage de *Protégez-Vous*, il n'est pas impressionné le moins du monde. « Soyons sérieux, il s'agit de votre opinion, vous avez le droit de faire votre propre analyse, mais nous allons faire la nôtre de notre côté. Je comprends que vous ayez déjà vos conclusions, ce n'est pas le cas pour nous. Voyons comment ça été fait, mais ce que nous disons, c'est que ça nous préoccupe et tout le monde doit s'en préoccuper. Option Consommateurs est un organisme réputé et je ne peux vous empêcher de contester leur méthode d'enquête. J'ai entendu dire qu'ils (les enquêteurs de PV) n'avaient pas ouvert de compte avec les conseillers rencontrés, mais ce n'est qu'une démarche préliminaire. Nous verrons au dépôt de leur rapport final s'il y a lieu de questionner leurs travaux. Si c'est le cas nous vous ferons part du point de vue de l'AMF », a-t-il conclu.

Entretemps, nous avons appris d'une source très près de l'AMF qui désire conserver l'anonymat que le pdg de l'AMF, Jean Saint-Gelais, a confié en privé être "très embarrassé" par les conclusions de l'enquête parue la semaine dernière et financée à même le fonds de l'AMF réservé à l'éducation des investisseurs. Notons enfin que les figures connues dans l'industrie financière, Me Pierre-Yves Châtillon et Marie-Agnès Tellier qui sont présentement membres du Comité d'évaluation du fonds n'étaient pas membres de ce comité lors de l'approbation du projet d'Option consommateurs publié dans *Protégez-Vous*.

© "Conseiller.ca. Tous droits réservés 2004."

Fermer

