



Novembre 2016

**Document de référence
DES PRATIQUES COMMERCIALES AXÉES SUR LES BESOINS
DES CLIENTS : L'APPROCHE DE L'INDUSTRIE**

© Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes, 2016

Document de référence

Des pratiques commerciales axées sur les besoins des clients : L'approche de l'industrie

Introduction

Contexte

Au printemps 2006, le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) et les Organismes de réglementation des services d'assurance au Canada (CISRO) ont entériné trois principes pour la gestion des conflits d'intérêts pouvant survenir dans le cadre de la souscription des produits d'assurances de personnes. Ces principes sont les suivants :

- les intérêts du consommateur doivent avoir priorité sur ceux du conseiller;
- les consommateurs doivent être informés de tout conflit d'intérêts ou risque de conflit d'intérêts;
- le produit recommandé doit convenir aux besoins du consommateur.

En outre, le CCRRA et les CISRO ont convenu que l'industrie prendrait l'initiative de mettre au point des moyens visant le respect de ces principes. À cette fin, Advocis, la Canadian Association of Independent Life Brokerage Agencies (CAILBA), l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP) et les Courtiers Indépendants en Sécurité Financière (CISF) ont élaboré ensemble une description des pratiques de l'industrie relatives à ces principes.

Objectif

L'approche porte spécifiquement sur le troisième principe voulant que le produit recommandé soit approprié. Cependant, les pratiques commerciales axées sur les besoins décrites dans *L'approche* font partie intégrante d'un ensemble plus large de pratiques de l'industrie visant à protéger les intérêts des consommateurs d'assurances de personnes. De façon plus globale, par conséquent, lorsqu'elles s'ajoutent à une communication de renseignements valable et appropriée, ces pratiques contribueront à faire en sorte que les recommandations des intermédiaires d'assurances vie et maladie détenteurs de permis (conseillers) conviennent à la situation du client, y compris à ses besoins et à ses objectifs sur le plan financier, et que les conseils donnés ne sont pas indûment influencés par d'autres facteurs.

Principe général

Le produit ou le service recommandé doit être approprié aux besoins du client, tels qu'ils ont été déterminés au moyen d'une évaluation par le conseiller ou formulés par le client.

Principe et éléments à l'appui

Le produit ou le service recommandé doit être approprié aux besoins du client, tels qu'ils ont été déterminés au moyen d'une évaluation par le conseiller ou formulés par le client.

ÉLÉMENTS À L'APPUI DU PRINCIPE	OBSERVATIONS
<p>Renseignements fournis au client Le consommateur doit recevoir des renseignements sur la gamme de produits et de services que le conseiller est autorisé à vendre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le fait de savoir quelles sociétés le conseiller représente et quels produits il peut vendre aide le client à déterminer si le conseiller est à même de faire des recommandations objectives. • La quantité de renseignements fournis peut varier en fonction de l'opération en cause (par exemple, le cas d'un client qui contacte un centre d'appels pour passer une commande, par opposition à celui d'un conseiller représentant plusieurs sociétés qui rencontre un client éventuel). • Selon le protocole concernant la communication de renseignements sur les conseillers introduit en 2005, les conseillers doivent fournir davantage de renseignements, y compris la façon dont ils sont rémunérés et les conflits d'intérêts éventuels, et informer les consommateurs de leur droit de demander des renseignements supplémentaires. • Pour en savoir plus sur les renseignements à fournir par les conseillers, se reporter au Document de référence sur la communication de renseignements concernant les conseillers.
<p>Attentes du client Le conseiller et le client doivent être d'accord sur les services auxquels s'attend le client dans le cadre de l'opération envisagée et de la relation à long terme. Le conseiller doit informer le client de tout changement pouvant influencer sur cette relation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il est important d'avoir dès le départ une idée claire des attentes du client quant à la nature des services que le conseiller peut fournir ou fournira (par exemple, le client sait-il déjà quels produits il souhaite acheter, ou veut-il des conseils professionnels ou des recommandations de produits?). • Le client doit être informé de tous frais inhérents aux conseils fournis. • Le client doit être informé du niveau de service qui sera fourni à long terme.

	<ul style="list-style-type: none"> • Si les attentes du client et la nature de la relation avec le conseiller ont été abordées expressément, il est souvent utile de bien documenter cet aspect. • Parfois, les attentes seront implicites vu la nature de l'opération (par exemple, si le client place sa commande auprès d'un centre d'appels).
<p>Collecte de renseignements Lorsque le client désire des recommandations de produits ou des conseils professionnels, le conseiller doit recueillir sur lui des renseignements raisonnables dans les circonstances.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le type et la quantité de renseignements recueillis, les moyens pris pour les recueillir et les documents à conserver seront fonction d'un certain nombre de facteurs, dont : <ul style="list-style-type: none"> a) la nature des services à fournir; b) la complexité de la situation ou des objectifs du client; c) la volonté du client de fournir des renseignements exacts et complets. • Il serait bon de prendre note des renseignements qui ont été demandés mais que le client n'a pas fournis; le conseiller pourrait vouloir informer le client que le fait de disposer de renseignements limités se répercute sur les services fournis (si c'est le cas). • Lorsque cela est approprié, il faudrait recueillir des renseignements permettant d'évaluer la tolérance au risque du client.
<p>Évaluation des besoins Se fondant sur les faits et sur les renseignements obtenus du client, le conseiller doit établir les besoins de ce dernier en matière d'assurance vie. L'ampleur de l'évaluation sera fonction du produit et de la situation du client.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le conseiller doit évaluer les besoins en fonction de l'information obtenue à l'étape de la collecte de renseignements. • L'évaluation des besoins sera plus ou moins complexe selon la situation du client et/ou la nature des services fournis par le conseiller. • Le conseiller doit documenter l'étendue et la nature des besoins évalués.
<p>Recommandations et conseils Les recommandations de produits d'assurance et les conseils professionnels doivent répondre aux besoins du client au moment de la vente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les recommandations et les conseils professionnels en matière d'assurance ou d'ordre financier doivent être appropriés aux besoins et à la tolérance au risque du client, tels qu'ils ont été évalués. • En règle générale, il convient de se demander : est-il raisonnable de penser que les produits

	<p>recommandés et les conseils professionnels donnés répondent aux besoins du client au moment de la vente?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le conseiller doit conserver des dossiers décrivant le raisonnement sous-tendant ses recommandations ou ses conseils.
<p>Lettre explicative Les clients doivent recevoir une explication écrite des recommandations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La lettre résume des extraits pertinents de la collecte de renseignements et de l'évaluation des besoins pour expliquer les recommandations. • Au besoin, sont notées les différences entre les recommandations et le choix du client concernant le montant de la couverture et/ou le type de couverture. • Au besoin, sont mentionnés les besoins insatisfaits auxquels il faudra répondre ultérieurement. • Il est demandé au client de poser des questions si quelque chose n'est pas clair, et de garder la lettre pour consultation future.
<p>Renseignements sur les produits Le client doit être informé des options qui s'offrent à lui par l'entremise du conseiller et se voir fournir des renseignements sur les produits recommandés par le conseiller.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les conseillers doivent bien connaître la documentation sur les produits fournie par les sociétés et être en mesure de faire le lien entre cette information et les besoins de leurs clients. • Les mesures précises à prendre pour renseigner le client sur les produits seront fonction des canaux de distribution et des circonstances. • De l'information générale à l'intention des consommateurs est disponible sur les sites Web et dans des publications de l'ACCAP et des gouvernements.

Notes explicatives

Le produit ou le service recommandé doit être approprié aux besoins du client, tels qu'ils ont été déterminés au moyen d'une évaluation par le conseiller ou formulés par le client.

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1. Quelle est la raison d'être de *L'approche*?

L'approche a été élaborée par l'industrie pour décrire les pratiques commerciales visant le respect de l'un des principes de gestion des conflits d'intérêts récemment introduits par les autorités canadiennes de réglementation des assurances. Le fait de suivre *L'approche* atteste que vos pratiques commerciales sont conformes à ce principe, c'est-à-dire que vous recommandez à vos clients des produits répondant à leurs besoins.

2. Pourquoi *L'approche* a-t-elle été élaborée?

En 2006, les autorités canadiennes de réglementation des assurances ont rendu publics trois principes applicables à la gestion des conflits d'intérêts. Plutôt que d'imposer de nouvelles mesures réglementaires cependant, les autorités ont convenu de laisser l'industrie prendre l'initiative de déterminer comment respecter ces principes. Les six éléments de *L'approche* décrivent des pratiques commerciales généralement reconnues dans l'industrie canadienne des assurances de personnes. *L'approche* montre comment, dans le cadre de diverses opérations allant des plus simples aux plus complexes, ces éléments permettent d'assurer que les conseils et les recommandations donnés sont appropriés aux besoins du client.

3. Quels sont les trois principes?

Les trois principes entérinés par les autorités de réglementation en matière de gestion des conflits d'intérêts entre le conseiller et le client sont les suivants :

- les intérêts du consommateur doivent avoir priorité sur ceux du conseiller;
- les clients doivent être informés de tout conflit d'intérêts ou risque de conflit d'intérêts;
- le produit recommandé doit convenir aux besoins du client.

4. Devrai-je modifier ma façon d'exercer?

Dans la plupart des cas, cela ne sera probablement pas nécessaire. Les pratiques commerciales que décrit **L'approche** sont courantes dans l'industrie des assurances de personnes. Un aspect qui pourrait devoir changer touche la tenue des dossiers. Si vous ne documentez pas déjà soigneusement vos réunions avec vos clients, vous devriez commencer à tenir des dossiers-clients indiquant clairement le lien entre vos recommandations et la situation des clients.

5. Pourquoi dois-je documenter la façon dont j'arrive à mes recommandations?

Pour plusieurs raisons. Nombre de conseillers trouvent que l'effort en vaut la peine puisque cela les aide à fournir un meilleur service à leurs clients, ce qui peut faire augmenter leur volume d'affaires. Si un « fabricant » reçoit une plainte au sujet d'un produit, il demandera des justificatifs. En outre, les autorités de réglementation ont indiqué qu'elles entendaient surveiller la conformité aux principes. Un organisme de réglementation qui enquête sur la plainte d'un client voudra vérifier que vous avez suivi cette approche. De manière plus générale, s'il vous arrivait d'avoir un différend avec un client, de tels justificatifs pourraient s'avérer essentiels à votre défense.

6. Les pratiques sont-elles obligatoires?

Les pratiques commerciales sont souples et varieront d'une opération à l'autre en fonction d'un certain nombre de facteurs : si le client veut des conseils ou tout simplement commander un produit précis, la complexité des produits et services recommandés, et la quantité de renseignements que le client accepte de fournir sur ses besoins éventuels, par exemple. Dans bien des cas, la réglementation de certaines provinces prévoit des pratiques précises relativement à chacun des éléments.

7. Je tiens toujours compte des besoins de mes clients quand je fais des recommandations, mais je ne consigne pas toujours les étapes suivies. Pourquoi devrais-je le faire?

Si un client ou un bénéficiaire a une plainte au sujet des produits que vous avez recommandés, vous devrez démontrer comment l'information que vous a fournie le client cadre avec l'évaluation que vous avez faite de ses besoins et les conseils que vous lui avez donnés. Lors d'une enquête sur la plainte, pouvoir prouver que vous avez tenu compte des éléments de **L'approche** vous aidera à expliquer et à défendre vos pratiques.

8. Comment puis-je démontrer que mes pratiques commerciales suivent les éléments?

Vous devez être en mesure de décrire la démarche que vous avez suivie pour établir la relation avec le client, obtenir les renseignements et formuler une recommandation. Vous devez en outre posséder des notes expliquant l'étendue de votre analyse. Toute l'information doit être gardée dans vos dossiers de sorte à être accessible si vous en avez besoin.

9. Qui exigera la preuve que mes pratiques sont conformes à **L'approche**?

Toutes les pratiques décrites dans **L'approche** sont considérées comme des pratiques commerciales saines dans l'industrie de l'assurance vie. Donc, si un client porte plainte, certaines parties pourraient vouloir des preuves que vous avez adhéré à ces pratiques, comme les autorités de réglementation des assurances, la société d'assurances qui a établi le produit en cause, le fournisseur de votre assurance erreurs et omissions, l'Ombudsman des assurances de personnes (OAP) et, en cas de poursuite, les tribunaux.

10. Si je détiens un double permis, les démarches que j'effectue dans le cadre de l'ouverture d'un compte et de l'évaluation de la pertinence du produit pour mon client dans le domaine des OPC devront-elles être répétées si le client souscrit une assurance vie?

Cela dépend. Si vous suivez tout simplement la règle « Bien connaître son client » du secteur des valeurs mobilières, cela ne suffira pas pour les opérations d'assurance vie. Cependant, vous pourriez trouver une approche suffisamment souple pour convenir à tous les types d'opérations que vous effectuez.

ÉLÉMENTS À L'APPUI DE L'APPROCHE

Renseignements fournis aux clients

11. Comment cet élément cadre-t-il avec l'initiative en matière de communication de renseignements sur les conseillers lancée en 2005?

Les pratiques touchant la communication de renseignements concernant les conseillers introduites en 2005 couvrent l'information qui est décrite à l'élément « Renseignements fournis aux clients » de **L'approche**. L'idée est que le fait de préciser quelles sociétés vous représentez et les types de produits que vous pouvez offrir met en contexte les conseils et les recommandations que vous fournissez.

12. Conformément au protocole concernant la communication de renseignements sur les conseillers introduit en 2005, je fournis déjà des renseignements par écrit pour ce qui est des liens d'affaires, de la rémunération et des conflits d'intérêts. **L'approche** prévoit-elle d'autres exigences?

Non. Si vous vous conformez déjà au protocole concernant la communication de renseignements sur les conseillers et que vos dossiers-clients en attestent, vous agissez en conformité avec cet élément de **L'approche**.

Attentes du client

13. Je remets habituellement une lettre de présentation ou une lettre-contrat à mes clients. Cela est-il suffisant?

Oui, à condition que la lettre traite de la relation intermédiaire-client et qu'elle renferme des renseignements qui cadrent avec la description faite du présent élément dans **L'approche**.

14. Y a-t-il d'autres moyens de documenter les attentes des clients?

Oui. Une note dans le dossier-client au sujet d'une conversation ou une lettre adressée au client peuvent suffire. Le « quoi » l'emportant sur le « comment », si vous jugez que votre méthode actuelle vous permet d'atteindre le but visé, à savoir préciser les attentes du client, celle-ci devrait suffire.

15. Dois-je procéder ainsi chaque fois que je rencontre mon client?

Non. La relation intermédiaire-client est censée être à long terme; il n'est donc pas nécessaire de revoir officiellement les attentes à chaque rencontre.

Collecte de renseignements

16. Parfois je recueille des renseignements de base de façon informelle, et parfois j'effectue une collecte plus exhaustive, selon la situation. Dois-je uniformiser ma façon de recueillir les renseignements?

Non. Il n'est pas nécessaire d'employer une seule et unique méthode. Les éléments de **L'approche** sont souples; par conséquent, l'étendue de la collecte de données variera en fonction de certains facteurs, dont les attentes du client en ce qui concerne les services que vous lui fournirez, la complexité des besoins de ce dernier et les produits recommandés.

17. Les autorités de réglementation imposeront-elles un formulaire devant être utilisé par tous les conseillers et dans toutes les situations?

Pour le moment, non. Les autorités de réglementation ont établi le principe selon lequel les produits recommandés doivent répondre aux besoins du client. **L'approche** visant le respect de ce principe qu'a élaborée l'industrie se veut souple. Si les autorités constatent que les conseillers ne respectent pas **L'approche**, elles pourraient décider d'imposer des formulaires ou d'autres pratiques.

18. Parfois, le client sait ce qu'il veut et ne souhaite pas consacrer de temps à l'étape de la collecte de renseignements. Que dois-je faire dans ce cas?

Voilà un cas où la souplesse des éléments entre en ligne de compte. Si un client a déjà déterminé quels sont ses besoins et qu'il s'adresse à vous pour souscrire un produit précis, c'est comme si la collecte de renseignements avait déjà été faite. Dans ce cas, si vous avez consigné les attentes et les besoins du client, vous pouvez généralement procéder à l'opération. **REMARQUE** : La situation pourrait être différente au Québec, où certains ont interprété la réglementation provinciale comme exigeant que soit faite une analyse des besoins avant l'opération.

19. Il peut arriver qu'un client refuse de communiquer certains renseignements. Que dois-je faire dans ce cas?

Une solution est de clarifier les renseignements que le client souhaite communiquer à l'étape de l'établissement des attentes de ce dernier. Une autre solution est d'inscrire une réserve ou une mise en garde dans la recommandation ou le document, indiquant que les renseignements fournis sont restreints. Voir la **REMARQUE** concernant le Québec à la question 18.

Évaluation des besoins

20. En quoi les justificatifs à cette étape-ci diffèrent-ils de ceux qui touchent la collecte de renseignements?

Pour de nombreuses opérations, la collecte de renseignements et l'évaluation des besoins sont deux facettes du même processus, la première concernant les faits, et la seconde, l'aspect « évaluation ». Les justificatifs doivent montrer le lien qui existe entre les faits concernant la situation du client et les besoins dégagés de l'évaluation. Les options qui ont été envisagées devraient également être indiquées. Dans certains cas, les justificatifs combineront ces deux éléments.

21. Quand je rencontre des clients, la collecte de renseignements et l'évaluation des besoins font partie d'un seul et même processus. Dois-je désormais modifier ma façon de faire?

Pas nécessairement. Si vos dossiers permettent de voir le lien qui existe entre les faits et les besoins, cela est probablement suffisant.

22. Dois-je passer par toutes ces étapes si mon client sait déjà ce qu'il veut?

Il existe un certain nombre de situations où la collecte de renseignements et l'évaluation des besoins ont déjà été effectuées. Le client peut avoir fait établir un plan financier par un autre conseiller, ou avoir lui-même déterminé ses besoins. Dans les cas de ce genre, vous n'avez pas à passer par toutes les étapes; toutefois, le dossier du client devrait rendre compte des circonstances de sorte à expliquer pourquoi vous avez vendu au client un produit donné.

Recommandations et conseils

23. Que doivent renfermer les dossiers pour montrer comment les besoins ont été satisfaits?

Les justificatifs concernant vos recommandations et vos conseils devraient décrire le lien entre les renseignements recueillis, l'évaluation des besoins et les conseils donnés. L'information contenue dans le dossier devrait permettre à une personne ayant une connaissance comparable des produits et des services de comprendre pourquoi la recommandation en cause a été faite – en droit, il s'agit du critère de la « personne raisonnable ».

24. Existe-t-il un critère précis permettant de déterminer si les conseils donnés sont appropriés?

Non. Il y a habituellement plusieurs façons de répondre aux besoins d'un client. Ce qui compte, c'est de pouvoir expliquer comment le produit ou le service recommandé répond aux besoins. En outre, il faut consigner les besoins qui ne sont que partiellement satisfaits ou qui ne le sont pas dans l'immédiat.

Lettre explicative

25. *L'approche* mentionne déjà de documenter la collecte de renseignements et l'évaluation des besoins. Est-ce que la lettre est un dédoublement de ce qui je fais déjà?

Cela n'est pas le but recherché. D'une part, l'obligation de documenter vos démarches a trait aux renseignements que vous versez au dossier de votre client. D'autre part, la lettre explicative vise à résumer brièvement ces renseignements. Elle est remise au client. Elle aide le client à comprendre les recommandations, et il peut la conserver comme rappel utile de la raison pour laquelle il a souscrit la police. Si vous fournissez déjà ce type de renseignements à vos clients, vous pourriez ne pas avoir à préparer de lettre distincte. Mais l'information devrait être succincte et présentée de sorte à atteindre le but visé par la lettre explicative.

26. Dois-je fournir une lettre explicative distincte dans le cadre d'un remplacement de police?

En général, comme la réponse à la première question de la Déclaration de remplacement d'un contrat d'assurance-vie (Pourquoi souhaitez-vous changer de police?) donne les mêmes renseignements que ceux fournis dans la lettre, il n'est pas besoin de produire de lettre. Voir le document de référence de l'ACCAP intitulé *Communication de renseignements lors du remplacement de police* pour en savoir plus sur la façon de répondre à cette question de la Déclaration.

27. Un courriel peut-il faire office de lettre explicative?

Oui, si le client a dit souhaiter communiquer par courriel. Si vous vous servez d'un courriel, il importe de formater le message pour qu'il soit clair et lisible. Vous devez préparer le message avec autant de soin que vous le feriez pour une lettre imprimée. Vous devez en outre vous soucier de la nature délicate de certains renseignements et décider de la pertinence d'un courriel dans les circonstances.

28. Que doit-on préciser dans la lettre explicative?

- Préciser le nom de l'assureur et du produit, ainsi que le type d'assurance.
- Résumer brièvement et en langage simple la situation du client, établie lors de la collecte de renseignements.
- Décrire brièvement et en langage simple les besoins du client auxquels répondent les recommandations.
- Si les recommandations ne répondent pas entièrement à un besoin (p. ex., le client a besoin d'un capital assuré de 500 000 \$, mais il ne peut se permettre qu'un capital de 250 000 \$), il faudrait en expliquer la raison.
- Si les recommandations ne répondent pas à certains besoins du client (p. ex., il lui faut une assurance vie et une assurance maladies graves, mais il ne peut s'offrir que la première), un plan de suivi pour combler ces besoins ultérieurement doit être décrit.

- Si au produit recommandé se rattachent diverses options quant aux frais (p. ex., frais d'acquisition, sans frais et frais de souscription reportés dans le cadre des fonds distincts), l'option retenue devrait être expliquée. Pour de plus amples renseignements, se reporter au document de référence de l'ACCAP intitulé *Pertinence des CICV*.
- Demander au client de poser des questions sur tout aspect de la lettre qui n'est pas clair ou qui semble incorrect.

Les modèles de lettre à l'Annexe 1 illustrent comment présenter ces points.

29. Si le client sait ce qu'il veut, dois-je préparer une lettre explicative?

Oui. Si le client indique pourquoi il a besoin de la couverture demandée, sa demande et son explication doivent être énoncées dans la lettre. Si le client demande simplement un certain type et montant d'assurance, cela doit être consigné. Dans de tels cas, la lettre est généralement beaucoup plus courte que dans ceux nécessitant analyse et conseils.

30. Quand dois-je fournir la lettre explicative?

Vous devez la fournir au client au plus tard à la date où il reçoit la police. Si vous le souhaitez, vous pouvez la lui remettre avant cette date.

Renseignements sur les produits

31. Parfois je me sers des dépliants sur les produits et de la documentation commerciale des sociétés d'assurances. Parfois j'élabore moi-même de la documentation à caractère commercial. Ces deux approches sont-elles acceptables?

Peut-être. Les mêmes normes d'exactitude et de clarté, notamment, s'appliquent à toute l'information, quelle qu'en soit la source. Dans la mesure où vous respectez ces normes, la provenance de l'information peut ne pas importer. Sachez toutefois que certains assureurs pourraient souhaiter passer en revue tout document décrivant leurs produits. Par conséquent, si vous envisagez de vous servir de vos propres documents, assurez-vous de vérifier quelles sont vos obligations dans votre contrat.

32. Je n'utilise pas de dépliants sur les produits, mais je me sers d'exposés. Est-ce acceptable?

Probablement. Un dépliant peut être plus facile à comprendre qu'un exposé détaillé; il convient donc de réfléchir à la façon dont les documents sont utilisés et à la situation du client. Soyez conscient aussi que certains assureurs ont des exigences précises quant à l'utilisation des exposés.

Annexe 1

Modèles de lettre explicative

Les quatre modèles de lettres suivants visent à montrer la sorte de détails que devraient renfermer les lettres explicatives et une façon possible de formuler les renseignements dans diverses situations. Les recommandations contenues dans ces modèles sont données uniquement à titre d'exemples.

Scénario n° 1 : Recommandations acceptées intégralement

Je vous recommande de souscrire une assurance vie temporaire renouvelable de 10 ans, soit la police [nom de la police] offerte par [nom de l'assureur].

Lors de notre rencontre, vous avez dit que vous et votre mari étiez jeunes et en bonne santé, que vous attendiez votre premier enfant, et que vous veniez d'acheter une maison. Vous dites être le seul soutien de famille, et vouloir une option bon marché pour rembourser intégralement votre prêt hypothécaire si vous deviez décéder.

Cette police répond à vos besoins, car elle vous fournit la couverture souhaitée (250 000 \$) de la façon la plus économique qui soit. Vous pourriez obtenir une couverture à plus long terme, mais elle coûterait plus cher. Si vous souscrivez une police renouvelable de dix ans, l'assureur maintiendra la couverture pendant les dix ans, à condition que vous payiez la prime chaque année.

Si l'un des renseignements qui précèdent, sur vous ou sur vos besoins, était inexact, veuillez m'en informer immédiatement.

Si vous avez des questions sur la police ou les raisons pour lesquelles je vous la recommande, n'hésitez pas à me les poser maintenant ou en tout temps. Vous devriez en outre conserver cette lettre dans vos dossiers personnels pour vous rappeler la raison d'être de la police.

Scénario n° 2 : Recommandations acceptées en partie

Je vous recommande de souscrire une assurance vie universelle et une assurance maladies graves. La police d'assurance vie universelle [nom de la police] est offerte par [nom de l'assureur]. La police d'assurance maladies graves [nom de la police] est offerte par [nom de l'assureur].

Lors de notre rencontre, vous avez dit être bien nanti et soucieux avant tout de bâtir un héritage pour vos enfants de façon efficace sur le plan fiscal. Vous avez aussi dit être en bonne santé, mais vouloir davantage de sécurité financière au cas où vous tomberiez malade et seriez incapable de travailler.

Nous avons discuté des diverses façons dont vous pouvez utiliser l'assurance vie universelle. Pour le moment, la façon la plus efficace de combler vos besoins est tout simplement de payer les primes. Vous avez aussi indiqué que l'assurance maladies graves n'était pas une priorité immédiate, et que vous alliez y réfléchir davantage.

Dans un an à peu près, nous discuterons de l'assurance maladies graves.

Si l'un des renseignements qui précèdent, sur vous ou sur vos besoins, était inexact, veuillez m'en informer immédiatement.

Si vous avez des questions sur la police ou les raisons pour lesquelles je vous la recommande, n'hésitez pas à me les poser maintenant ou en tout temps. Vous devriez en outre conserver cette lettre dans vos dossiers personnels pour vous rappeler la raison d'être de la police.

Scénario n° 3 : Produit de gestion du patrimoine avec options quant aux frais

Comme convenu, j'ai présenté la proposition de contrat individuel à capital variable (CICV). Le produit en cause [nom du contrat] est offert par [nom de l'assureur].

Lors de notre rencontre, vous avez dit vouloir investir en bourse, mais ne pas être à l'aise avec le risque inhérent aux placements dans des fonds communs. Vous avez dit vouloir plutôt placer votre argent dans un fonds distinct.

Le CICV que vous avez souscrit est assorti des garanties de base applicables à la prestation de décès et à l'échéance. Cela signifie que vous ne pouvez pas perdre plus de 25 % de votre investissement. Cette garantie s'applique aux fonds investis dans le contrat jusqu'à l'échéance de celui-ci ou jusqu'à votre décès. Comme convenu, si vous deviez faire un retrait avant et que la valeur marchande était à la baisse, la valeur de votre placement baisserait d'autant.

Vous placez votre argent dans un fonds d'actions canadiennes. Vous pouvez investir des sommes supplémentaires dans ce fonds en tout temps. Vous pouvez aussi transférer les sommes investies dans un autre fonds indiqué au contrat ou investir des sommes supplémentaires dans un fonds différent.

Ce contrat comporte diverses options quant aux frais. Vous avez choisi un produit sans frais, car vous voulez que tout votre argent soit investi dès le départ; l'option frais d'acquisition reportés ne vous convient pas étant donné que vous pensez retirer une partie de votre argent alors que ces frais s'appliqueraient encore.

Si l'un des renseignements qui précèdent, sur vous ou sur vos besoins, était inexact, veuillez m'en informer immédiatement.

Si vous avez des questions sur le contrat ou vos placements, n'hésitez pas à me les poser maintenant ou en tout temps. Vous devriez en outre conserver cette lettre dans vos dossiers personnels pour vous rappeler la raison d'être du contrat.

Scénario n° 4 : Exécution d'un ordre

Comme vous me l'avez demandé, j'ai présenté une proposition à [nom de l'assureur] relativement au produit [nom de la police].

Cette police temporaire de 20 ans d'un capital assuré de 500 000 \$ correspond à la durée et au montant de votre prêt hypothécaire.

Comme votre banque l'exige, la police est cédée en garantie à [nom de la banque].

Si vous décédez et que la prestation de décès est supérieure au solde du prêt hypothécaire, la différence sera versée à votre bénéficiaire désigné.

Si l'un des renseignements qui précèdent, sur vous ou sur vos besoins, était inexact, veuillez m'en informer immédiatement.

Si vous avez des questions sur la police, n'hésitez pas à me les poser maintenant ou en tout temps. Vous devriez en outre conserver cette lettre dans vos dossiers personnels pour vous rappeler la raison d'être de la police.