

Ce que vous devez savoir sur les ventes liées coercitives

La *Loi sur les banques* exige que les banques informent leurs clients, en termes simples et clairs, de l'illégalité des ventes liées coercitives. Pour se conformer à la loi, la Banque Amex du Canada a créé ce document qui explique :

- ce qu'est la vente coercitive;
- ce que n'est pas la vente coercitive;
- comment nous joindre si vous avez des questions, des préoccupations ou des plaintes.

Ce qu'est une vente liée coercitive

L'article 459.1 de la *Loi sur les banques* interdit aux banques de faire de la vente liée coercitive. Plus précisément, une banque contrevient à la loi si elle exerce « *des pressions indues pour forcer une personne à se procurer un produit ou un service auprès d'une personne donnée, y compris elle-même ou une entité de son groupe, pour obtenir un autre produit ou service de la banque.* » On ne peut vous forcer à acheter un produit ou service dont vous ne voulez pas d'une banque ou d'une société membre de son groupe pour obtenir un autre produit ou service.

Notre engagement envers vous

La Banque Amex du Canada exige de tous ses employés qu'ils se conforment à la loi et qu'ils ne pratiquent pas la vente liée coercitive. Nous vous demandons de nous prévenir si vous pensez avoir fait l'objet de pratiques de vente liée coercitive dans le cadre de vos relations avec nous. Vous trouverez la façon de communiquer avec nous à la fin de ce document.

Ce que N'EST PAS une vente coercitive

La plupart des entreprises, y compris la Banque Amex du Canada, cherchent des façons tangibles de vous manifester leur intérêt envers votre clientèle et leur gratitude pour votre fidélité. Certaines pratiques de vente, comme l'application d'une tarification préférentielle et le regroupement de produits et services, permettent aux clients actuels et potentiels de bénéficier de prix plus intéressants à des conditions plus avantageuses. Il ne faut pas confondre ces pratiques avec la vente liée coercitive telle qu'elle est définie dans la *Loi sur les banques*. Bon nombre de ces pratiques sont courantes, comme vous l'aurez remarqué dans vos relations avec d'autres entreprises.

Tarification préférentielle

La tarification préférentielle consiste, pour une entreprise, à offrir à un client un meilleur prix ou taux pour une partie ou l'ensemble de ses produits ou services. Un imprimeur, par exemple, peut vous faire un meilleur prix à l'unité si vous achetez mille exemplaires d'une carte professionnelle plutôt que cent. Un magasin de chaussures peut vous offrir une deuxième paire à moitié prix.

De même, une banque peut vous offrir une tarification préférentielle – un taux d'intérêt plus élevé sur vos placements ou plus bas sur vos prêts – si vous utilisez un plus grand nombre de ses produits ou services.

Regroupement de produits et services

Il arrive souvent qu'on regroupe des produits et services pour offrir aux clients de meilleurs prix, des primes ou des conditions plus avantageuses. En liant ou en regroupant leurs produits et services, les entreprises peuvent souvent vous les offrir à un prix inférieur à celui qu'elles auraient exigé si vous les aviez achetés individuellement. C'est le cas, par exemple, d'une chaîne de restaurants-minute qui annonce un repas comprenant un hamburger, des frites et une boisson. Le prix de ce repas sera inférieur au coût total des articles achetés séparément.

De même, les banques peuvent vous offrir des produits ou services financiers regroupés afin que vous puissiez vous les procurer à forfait et les payer moins cher que si vous les aviez achetés individuellement.

Gestion de notre risque de crédit

Pour assurer la sécurité de leurs déposants, de leurs créanciers et de leurs actionnaires, les banques doivent gérer prudemment le risque associé aux prêts et aux cartes de crédit qu'elles approuvent. La loi leur permet donc d'imposer certaines conditions aux emprunteurs pour leur accorder un prêt – mais seulement dans la mesure nécessaire pour gérer le risque associé à ces prêts.

À la Banque Amex du Canada, nos exigences envers les emprunteurs sont raisonnables et proportionnelles au risque que nous courons.

Rôle de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) supervise les institutions financières à charte fédérale, comme la Banque Amex du Canada, pour s'assurer qu'elles respectent la législation canadienne en matière de protection des consommateurs. Elle renseigne les consommateurs et surveille les pratiques commerciales, c'est-à-dire les codes de conduite volontaires visant à protéger les intérêts des consommateurs. Si vous avez une plainte relative à une disposition fédérale sur la protection des consommateurs, vous pouvez écrire à l'ACFC aux coordonnées indiquées ci-après.

Agence de la consommation en matière financière du Canada
6^e étage, édifice Entreprise
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Pour nous joindre

Communiquez avec nous si vous avez des questions, des préoccupations ou des plaintes concernant vos transactions avec la Banque Amex du Canada.

Téléphonez à notre Service à la clientèle au 1 888 668-AMEX (2639) ou écrivez au chef du Service à la clientèle à l'adresse ci-dessous.

Si votre cas n'est pas résolu à votre satisfaction, nous vous invitons à écrire au chef du Soutien au service à la clientèle, qui veillera à ce que votre plainte soit examinée rapidement et avec objectivité.

Si la situation n'est pas corrigée, écrivez au Bureau de la protection des clients de la Banque à l'adresse ci-dessous.

Si ce dernier ne peut apporter de solution, adressez-vous à l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI), CP 896, succursale Adelaide, Toronto (Ontario) M5C 2K3 ou appelez sans frais au 1 888 451-4519 (ou au 416 287-2877).

Écrivez-nous à l'adresse suivante :

Banque Amex du Canada
101, rue McNabb
Markham (Ontario)
L3R 4H8