

OUTIL 2

Analyse des données relatives aux plaintes

LES DONNÉES RELATIVES AUX PLAINTES SONT SOUVENT LE premier type de données auxquelles un Superviseur des pratiques du marché (MCS) a recours dans le but de mettre en place sa fonction de surveillance du marché. En général, un MCS commence par l'analyse des données agrégées sur les plaintes obtenues à partir des rapports que les prestataires de services financiers (PSF) sont tenus de soumettre sur le nombre, la nature et la durée des plaintes, le degré de gravité et la résolution des plaintes reçues. Le MCS pourrait également recueillir des informations auprès d'autres équipes relevant de son autorité, d'autres organes de réglementation, d'associations de consommateurs et de médiateurs qui traitent les plaintes ou les litiges impliquant des consommateurs.

Bien que les données relatives aux plaintes soient anecdotiques et non représentatives d'un point de vue statistique, leur analyse peut constituer un point de départ pour aider le MCS à identifier les risques encourus par les consommateurs, à hiérarchiser les travaux et à prendre des mesures de supervision. Par exemple, le MCS pourrait utiliser les tendances des plaintes en vue de programmer des examens thématiques ; d'affiner la portée ou le calendrier des examens prévus ; de fournir des contributions aux matrices et rapports d'évaluation des risques ; et de signaler les problèmes qui pourraient nécessiter des avertissements aux consommateurs, des efforts d'éducation financière ou des modifications réglementaires. Certains MCS publient des données rendues anonymes sur les plaintes et les tendances dans des rapports officiels ou sur leurs sites web, renforçant ainsi la transparence et ayant un effet dissuasif en soulignant les produits et les PSF problématiques. Les régulateurs, les décideurs politiques, les défenseurs des consommateurs, les chercheurs, les agents chargés de l'application de la loi et le public pourraient également se servir des données relatives aux plaintes au niveau du marché pour diverses analyses.

En matière de plaintes, le principe « pas de nouvelles, bonnes nouvelles » est-il pertinent ?

Pas forcément. Il est plus probable que les consommateurs hésitent à porter plainte en raison du fait qu'ils ne font pas confiance au système pour les aider ou du fait qu'ils ne disposent pas de connaissances ou de ressources pour agir ainsi. Lorsque les consommateurs se plaignent rarement, un MCS peut surveiller la conduite des PSF par d'autres moyens, tels que des [examens thématiques](#) et des [enquêtes auprès des consommateurs](#). Ces types de solutions renforcent la confiance des consommateurs et leur compréhension des procédures de plainte par le biais de campagnes de sensibilisation et d'information du public, comme le fait la divulgation accrue des processus de plaintes par les PSF.

Aux fins de cette boîte à outils, nous définissons les « plaintes » comme étant l'expression d'un mécontentement manifestée par (ou au nom des) les clients qui sont liés à leurs expériences avec les PSF. Les plaintes pourraient porter sur la qualité d'un produit ou d'un service, sur le traitement réalisé par un PSF (notamment ses agents et autres tierces parties) ou sur des actes répréhensibles présumés. Les plaintes sont différentes des demandes de renseignements généraux (par exemple, où puis-je trouver un guichet automatique ?) ou des contentieux juridiques entre parties qui pourraient nécessiter un règlement formel des litiges.

Cet outil décrit la façon dont les MCS mettent l'accent sur la protection des consommateurs de produits financiers et peuvent analyser les données provenant des plaintes des consommateurs et s'en servir comme un outil efficace de surveillance du marché. L'outil ne concerne que l'utilisation des données relatives aux plaintes à des fins de surveillance du marché.

Avantages et opportunités

L'intégration des données relatives aux plaintes aux activités de surveillance du marché offre un certain nombre d'avantages, à savoir :

- **Réactivité.** Elle permet à un MCS d'identifier et de répondre plus rapidement aux risques croissants - en fonction de la propension des consommateurs à émettre des plaintes, des catégories de plaintes enregistrées et de la rapidité d'accès aux données relatives aux plaintes.
- **Segmentation.** Elle permet à un MCS d'identifier les différents risques et problèmes auxquels sont confrontés divers groupes de consommateurs, notamment les segments vulnérables (par exemple, le traitement discriminatoire fondé sur le sexe au cours du processus de traitement des plaintes), en segmentant les plaintes en fonction du sexe, de l'emplacement, de l'âge, du revenu et d'autres caractéristiques des consommateurs.
- **Efficacité de la supervision.** Elle permet à un MCS de prioriser les programmes et les ressources de supervision en fonction du risque évalué, par exemple en segmentant les données relatives aux plaintes par type de produit et de prestataire, afin d'identifier les éléments ci-après :
 - les problèmes les plus courants auxquels les consommateurs sont confrontés ;
 - les problèmes graves qui nécessitent une action de supervision immédiate ;
 - les types de plaintes qui requièrent un temps de résolution plus long ou qui persistent dans le temps ;
 - les concentrations géographiques ou influences saisonnières ;
 - les variations par sexe ou par groupe(s) vulnérable(s) ;
 - les variations en fonction de l'accès ou des canaux de communication ;
 - les sous-secteurs (par exemple, les prêteurs numériques) qui produisent des niveaux de plaintes disproportionnellement plus élevés ou une hausse du nombre des plaintes au fil du temps (par rapport à la taille ou au nombre de comptes) ;
 - les problèmes avec les nouveaux titulaires d'agrément ou problèmes résultant d'une concurrence intense dans le secteur ;

- les PSF qui font preuve de plus lents que la moyenne lors de la résolution des plaintes ou qui enregistrent des taux de rejet élevés ;
- les différences entre les sexes dans le temps de résolution ou le pourcentage de résolution en faveur du client.
- **Diffusion.** Elle permet à un MCS d'exercer une pression sur les PSF de sorte qu'ils adoptent de meilleures pratiques en diffusant de manière périodique les principaux indicateurs de plaintes agrégés qui fournissent des ressources supplémentaires aux consommateurs, aux groupes de consommateurs et aux médias.

L'automatisation systématique de la collecte et de l'analyse des données relatives aux plaintes (par exemple, par le biais de nouvelles techniques suptech fondées sur les besoins de supervision) peut également améliorer la qualité des données et l'efficacité globale d'un service en charge des MCS et de ses fonctions.

Caractéristiques de cet outil

L'analyse des plaintes peut reposer sur de nombreuses sources, notamment les rapports réglementaires soumis par les PSF, les plaintes que les MCS ont directement reçues, et les informations partagées par les mécanismes de résolution de litiges ou d'autres sources. Les données obtenues à partir des rapports réglementaires constituent un bon point de départ.

GROUPEZ LES DONNÉES LIÉES AUX PLAINTES TIRÉES DES RAPPORTS RÉGLEMENTAIRES

Les données agrégées sur les plaintes soumises par les PSF représentent souvent l'un des premiers types de données de surveillance du marché qu'un MCS utilise. Ces données sont utiles pour souligner les problèmes potentiels de conduite ou d'exploitation au niveau des PSF, notamment les problèmes liés au traitement des plaintes. Afin de garantir que les données sont comparables entre les institutions et de fournir une perspective précise au niveau du marché, il convient d'élaborer un cadre commun sur la manière dont les PSF déclarent les plaintes. Ce cadre pourrait intégrer des modèles, des définitions et des lignes directrices. En règle générale, un MCS exigerait des PSF les éléments ci-après :

- enregistrer les plaintes soumises par tous les canaux (numérique, téléphone, courrier, en personne) ;
- noter toutes les plaintes, notamment celles qui ont été immédiatement résolues ;
- faire la différence entre les raisons de la clôture des dossiers de plainte (par exemple, la plainte a été résolue à la satisfaction du client, la plainte a été rejetée en raison du fait qu'elle ne concernait pas un produit ou un service proposé).

DONNÉES GRANULAIRES TIRÉES DES RAPPORTS RÉGLEMENTAIRES

La surveillance du marché a également recours aux données granulaires qui sous-tendent les plaintes agrégées.

Ces données fournissent le plus haut niveau de détail sur les opérations des PSF avec les clients et sont précieuses pour mesurer certains risques. Par exemple, un MCS qui surveille les risques liés aux prêts à la consommation pourrait choisir de surveiller l'indicateur du nombre de plaintes reçues par rapport au nombre de prêts au niveau du PSF sur une base trimestrielle. Afin de surveiller cet indicateur, le MCS dispose des options ci-après :

1. Collecter l'indicateur prêt à être utilisé auprès des PSF ;
2. Collecter le numérateur prêt à être utilisées (nombre total de plaintes de consommateurs reçues par chaque PSF au cours du trimestre) et le dénominateur prêt à être utilisée (nombre total de contrats de prêt en cours de chaque PSF à la fin du trimestre), puis calculer l'indicateur en utilisant ces deux points de données ;
3. Collecter des données granulaires, notamment :
 - une liste complète des plaintes reçues au cours du trimestre en vue de calculer le numérateur ;
 - une liste complète des prêts en cours à la fin du trimestre en vue de calculer le dénominateur.

En savoir plus sur les avantages et les inconvénients de l'utilisation de données granulaires.

Le MCS pourrait se sentir plus enclin à collecter des données agrégées prêtes à être utilisées (options 1 et 2 ci-dessus), étant donné que cette pratique nécessite le moins de ressources. Toutefois, ces données sont également les plus rigides et ne laissent aucune marge de manœuvre au MCS pour effectuer d'autres types d'analyses. Les données granulaires (option 3) permettraient au MCS de ne pas

seulement créer à nouveau des données prêtes à être utilisées, mais également pour exécuter d'autres requêtes de données, effectuer des analyses supplémentaires et plus approfondies, repérer des ensembles plus larges de modèles et de problèmes, et élaborer d'autres ou des indicateurs alternatifs basés sur les besoins de la supervision. Il est utile pour les MCS de mesurer de manière réfléchie et stratégique ces avantages et ces inconvénients lorsqu'ils décident des éléments devant faire l'objet de suivi, des données nécessaires et de la manière la plus efficace de les obtenir.

DONNÉES ISSUES DES FONCTIONS DE RÈGLEMENT DE LITIGES ET DE RÉOLUTION DE LITIGES IMPLIQUANT LES MCS

Dans certaines juridictions, l'autorité chargée de la supervision de la conduite répond aux plaintes des consommateurs ou assume également une fonction de résolution de litiges. En sus de recevoir les plaintes des consommateurs, un MCS pourrait recevoir des demandes de renseignements par le biais d'un service à la clientèle ou d'un bureau d'orientation, d'un agent conversationnel ou d'un canal de médias sociaux. Il pourrait également disposer d'un bureau qui enregistre les appels des consommateurs pour sanctionner certains PSF. Dans ce cas, l'autorité intégrerait toutes ces informations aux

activités de surveillance du marché, notamment l'analyse des données relatives aux plaintes, et étudierait les mesures permettant de rendre anonymes les informations, afin de protéger la vie privée des consommateurs. À long terme, les autorités qui ont adopté des technologies plus sophistiquées pour traiter les données non structurées, telles que les récits des plaintes, les intégreront également.

INFORMATIONS SUR LES MÉCANISMES ALTERNATIFS (EXTRAJUDICIAIRES) DE RÉOLUTION DE LITIGES

Un MCS peut compléter les informations soumises par les PSF et les plaintes reçues directement auprès des consommateurs par des informations agrégées ou détaillées sur les plaintes traitées par des mécanismes de résolution de litiges. Il pourrait s'agir de médiateurs du secteur public ou privé, statutaires ou volontaires, de systèmes de médiation ou d'arbitrage. Il est important que le MCS ait accès à ces informations, au moins à la même fréquence et avec le même niveau de détail que les informations qu'il demande aux PSF, de sorte que les deux types d'informations puissent être comparés et que l'on puisse en tirer des conclusions utilisés conjointement pour fournir une image complète des risques et des problèmes des consommateurs.

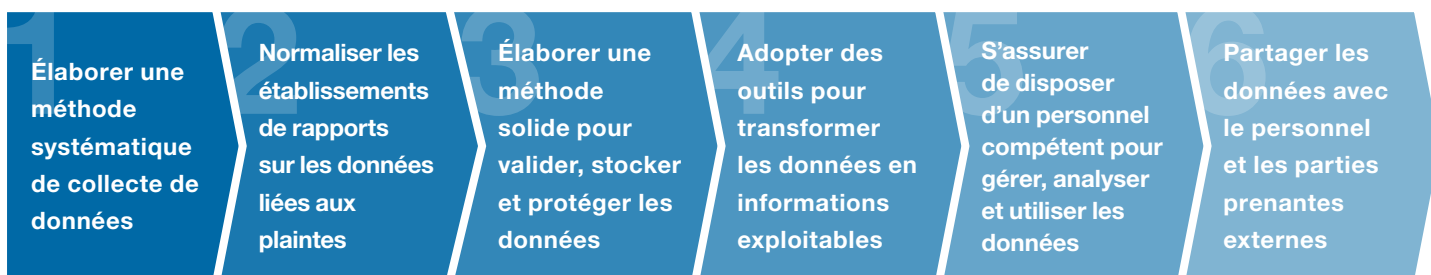
AUTRES SOURCES

Un MCS peut également solliciter des informations auprès d'autres autorités (par exemple, l'autorité de réglementation des télécommunications, l'autorité générale de protection des consommateurs, l'autorité en charge de la concurrence), à des associations de consommateurs, à des associations sectorielles et à des cabinets d'études, qui pourraient recueillir des informations périodiques sur les plaintes des consommateurs du secteur financier. En outre, le MCS peut faire appel à des fournisseurs de technologie dans le but de recueillir des informations sur les plaintes et les problèmes des consommateurs, tels qu'ils sont signalés dans les examens en ligne ou les médias sociaux.

Comment utiliser cet outil

L'intégration des données relatives aux plaintes à la surveillance du marché ne doit nécessairement pas constituer un processus onéreux ou élaboré. Un MCS peut démarrer l'utilisation de l'outil en se servant des données qu'il possède déjà à partir des rapports réglementaires soumis par les PSF, ou des plaintes soumises directement par les consommateurs, et ajouter de manière stratégique des données sur les plaintes des technologies de supervision plus avancées au fil du temps en vue de recueillir et d'analyser les données relatives aux plaintes.

Il existe six étapes clés à prendre en compte lors de la mise en œuvre de cet outil :



ÉTAPE 1 : ÉLABORER UNE MÉTHODE SYSTÉMATIQUE DE COLLECTE DE DONNÉES

Cette tâche peut être réalisée par le biais de différentes plateformes, en fonction de la source des données. Les outils de collecte pourraient varier des portails web de base qui servent d'interface avec les PSF, d'autres organes de réglementation et les clients aux technologies avancées telles que les applications pour smartphones ou les agents conversationnels qui mettent directement un MCS en rapport avec les consommateurs. Le MCS peut également se servir d'outils d'écoute sociale ou de repérage sur le Web qui le met en rapport avec le marché en vue de connaître l'expérience des clients. Il est important que le MCS tienne compte des coûts que les PSF pourraient encourir en raison de la collecte accrue de données et qu'il s'assure que la charge de conformité n'excède pas les avantages globaux de la collecte d'informations. Par exemple, le coût de la communication de données granulaires sur les plaintes peut varier en fonction de facteurs tels que le fait que les points de données souhaités (par exemple, le sexe du client) soient déjà disponibles dans le système d'information d'un PSF. Le MCS devrait collaborer de manière étroite avec les PSF avant d'imposer de nouvelles exigences importantes, notamment en déterminant des calendriers de mise en œuvre réalistes.

ÉTAPE 2 : NORMALISER LES ÉTABLISSEMENTS DE RAPPORTS SUR LES DONNÉES LIÉES AUX PLAINTES

Afin d'utiliser de manière judicieuse les données relatives aux plaintes à des fins de surveillance du marché, les données recueillies auprès des PSF doivent être normalisées. Le MCS doit établir des définitions communes pour les différents types de plaintes (ou la nature du problème auquel les consommateurs sont confrontés) sur lesquels les PSF présentent des rapports. Si les rapports requièrent des données organisées par type de produit ou d'autres critères (par exemple, le statut des plaintes), le MCS doit établir des définitions communes, afin de garantir que les données sont comparables entre les PSF. Outre ces définitions, le MCS devra imposer des formats communs pour chaque domaine de données des modèles de rapports réglementaires en vue de garantir que les données collectées sont exploitables.

ÉTAPE 3 : **ÉLABORER UNE MÉTHODE SOLIDE POUR VALIDER, STOCKER ET PROTÉGER LES DONNÉES**

Les données doivent être stockées dans une base de données à même d'intégrer des informations provenant de différentes sources (notamment les soumissions manuelles), de servir d'interface avec d'autres systèmes informatiques et de permettre l'accès à des utilisateurs désignés pour l'analyse et le suivi. Le MCS doit garantir l'exactitude et la fiabilité des données, par exemple en testant et en validant les informations lors des examens sur place des PSF ou en automatisant les contrôles de plausibilité. En raison des informations personnelles que les consommateurs fournissent généralement au cours de la procédure de plainte, il est important que le MCS garantisse des protocoles rigoureux de confidentialité et de sécurité des données lors de l'analyse des données granulaires.

ÉTAPE 4 : **ADOPTER DES OUTILS POUR TRANSFORMER LES DONNÉES EN INFORMATIONS EXPLOITABLES**

Les options varient de simples à sophistiquées. À l'extrémité la plus simple du spectre, on trouve des tableaux contenant différents types de données agrégées qui peuvent être utilisées pour mettre au point des indicateurs, ainsi que des formats qui pourraient varier légèrement, selon que les informations proviennent des PSF ou d'autres acteurs. Au milieu, on trouve des logiciels largement disponibles qui filtrent et trient les données agrégées ou granulaires des plaintes par type de produit ou de prestataire, afin de discerner les tendances de haut niveau. À l'autre extrémité du spectre, se trouvent les analyses de données qui exploitent les données granulaires structurées et non structurées à la recherche de schémas indiquant un préjudice potentiel pour le consommateur. Il s'agit par exemple d'outils qui recherchent des mots clés dans les récits de plaintes et les documents soumis par les clients, ainsi que d'algorithmes qui signalent les pics inhabituels ou les anomalies statistiques.

Afin d'aider les décideurs à traduire les données en analyses et les analyses en réponses de supervision, les résultats des outils doivent être intégrés à un cadre d'analyse qui décrit les méthodologies utilisées, fournit des orientations en matière d'établissement de rapports et décrit les procédures standardisées. Compte tenu du grand nombre d'options disponibles, il est judicieux pour le MCS de prendre le temps d'élaborer une stratégie solide et de classer par ordre de priorité les outils les plus pertinents et les plus rentables en fonction des risques perçus, des compétences et de l'expérience du personnel, et des besoins en matière d'information de gestion. Au fur et à mesure que les capacités se renforcent et que les risques évoluent, d'autres outils peuvent être intégrés en tant que composantes de base supplémentaires.

ÉTAPE 5 : **S'ASSURER DE DISPOSER D'UN PERSONNEL COMPÉTENT POUR GÉRER, ANALYSER ET UTILISER LES DONNÉES**

Il est primordial que le MCS dispose d'outils de surveillance du marché qui ne soient pas complexes au point d'excéder la capacité du personnel à les gérer, les analyser

et les utiliser de manière compétente et efficace. La gestion des bases de données et l'analyse des données pourraient requérir des experts, tels que des scientifiques et des analystes de données, qui possèdent des compétences techniques qui pourraient être nouvelles pour certaines autorités. Il est tout aussi important de disposer d'un personnel de supervision expérimenté qui possède le sens du jugement et les compétences nécessaires pour traduire les analyses de données et les rapports en décisions de supervision judicieuses. Le MCS devrait éviter d'acheter ou d'utiliser des outils qui ne sont pas facilement compréhensibles ou explicables (c'est-à-dire des outils de type « boîte noire » promus par les prestataires de logiciels).

ÉTAPE 6 : PARTAGER LES DONNÉES AVEC LE PERSONNEL ET LES PARTIES PRENANTES EXTERNES

Les personnes chargées de la collecte et de l'analyse des données devront, à un moment donné, les partager en toute sécurité avec d'autres personnes à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation. Par exemple, les examinateurs exigent un accès en temps opportun aux informations relatives aux plaintes à des fins d'examens sur place et hors site, tandis que les organismes chargés de l'application de la loi et les autres régulateurs du secteur financier pourraient exiger des données relatives aux plaintes qui sont transmises à l'extérieur. Le MCS doit élaborer des systèmes et procédures techniques visant à garantir que les données sensibles sont traitées de manière appropriée et transférées ou partagées en toute sécurité.

Limites de cet outil

Bien que le suivi des plaintes soit une contribution précieuse au travail du MCS, il existe des limites à prendre en compte :

- **Profondeur limitée.** Les plaintes ne fournissent pas à elles seules une vision complète du marché. Il s'agit d'informations anecdotiques qui doivent être associées au jugement d'un superviseur expérimenté avant de pouvoir tirer des conclusions fermes ou de prendre des mesures d'application. La collecte de données provenant de sources multiples permet d'obtenir une vision plus complète des problèmes des consommateurs, mais elle exige également un effort plus important visant à normaliser les définitions, le contenu et la fréquence.
- **Non-représentativité.** Les plaintes sont sujettes à un préjugé d'auto-sélection et ne donnent pas une vision valide sur le plan statistique des problèmes des consommateurs sur le marché. Certains consommateurs pourraient être plus enclins à se plaindre en raison de caractéristiques telles que l'âge, le revenu, l'éducation ou le sexe, tandis que d'autres pourraient ne jamais signaler les problèmes qu'ils rencontrent. Dans ce dernier cas, le MCS peut utiliser de manière proactive des outils comme les enquêtes et les groupes de discussion pour détecter les préjudices non signalés par les consommateurs.

- **Réactivité.** Les données relatives aux plaintes représentent également des indicateurs tardifs des problèmes que les consommateurs ont déjà rencontrés et pourraient ne pas permettre de prendre des mesures préventives. À titre d'exemple, les problèmes liés aux produits à long terme, tels que l'assurance-vie pourraient ne pas apparaître avant qu'il ne soit trop tard pour y remédier.

- **Consommation intensive de ressources.** La collecte et l'analyse de données granulaires de qualité sur les plaintes par le biais de technologies traditionnelles prend beaucoup de temps dans tout MCS. Lorsqu'une technologie complexe est utilisée, l'utilisation intensive de ressources qualifiées est également requise. Autrement, l'analyse pourrait conduire le personnel inexpérimenté ou mal formé à tirer des conclusions inadéquates. Les analyses de données peuvent donner lieu à des résultats faux positifs, des résultats faux négatifs et des corrélations illusoire, tandis qu'une compréhension insuffisante de modèles complexes et opaques pourrait avoir une incidence sur la validité des conclusions.

Une surveillance efficace du marché nécessite une solide combinaison d'outils, notamment des outils de base, tels que l'analyse des rapports réglementaires traditionnels. Différents outils se complètent et se renforcent de manière mutuelle, et les résultats positifs pour les consommateurs et les changements intervenus dans les pratiques du marché dépendent de la manière dont un MCS a recours aux outils ; les combine avec d'autres éléments de preuve ; et prend des mesures en temps opportun en vue de générer des changements dans les pratiques du marché, procéder à la réforme des réglementations, clarifier les attentes en matière de supervision et appliquer des sanctions en cas de mauvais comportements.

Autres ressources

- [Innovative Technology in Financial Supervision \(Suptech\)—The Experience of Early Users](#) (Institut de stabilité financière, 2018)
- [SupTech: Leveraging Technology for Better Supervision](#) (Centre de Toronto, 2018)
- [SupTech Tools for Market Conduct Supervisors](#) (FinCoNet, 2020)
- [The Next Wave of Suptech Innovation: Suptech Solutions for Market Conduct Supervision](#) (Groupe de la Banque mondiale, 2021)