

Mémoire sur le projet de Règlement sur les modes alternatifs de distribution

Présenté à l'Autorité des marchés financiers
M^e Anne-Marie Beaudoin
Secrétaire générale

Décembre 2018

Le Bureau d'assurance du Canada est l'association qui représente la majorité des sociétés privées d'assurance de dommages (auto, habitation et entreprise). L'industrie de l'assurance de dommages joue un rôle de premier plan dans l'économie québécoise en permettant à la population de se prémunir contre des sinistres pouvant avoir un impact important sur sa sécurité financière en protégeant son patrimoine.

Pour mener à bien sa mission, le BAC :

- maintient des relations suivies avec le gouvernement, les consommateurs et toute autre partie concernée;
- intervient dans des dossiers règlementaires et législatifs;
- fait équipe avec le gouvernement et avec divers intervenants dans des initiatives de prévention;
- informe le grand public en matière d'assurance, tant dans le quotidien qu'en situation de crise;
- élabore des campagnes de sensibilisation à l'intention des consommateurs.

Le BAC est non seulement le porte-parole de l'Industrie, mais aussi un précieux partenaire pour les gouvernements, les intervenants du milieu de l'assurance de dommages et les consommateurs.

Bureau d'assurance du Canada

1981, avenue McGill College
Bureau 620, tour BNP Paribas
Montréal (Québec) H3A 2Y1

Décembre 2018

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| PRÉAMBULE | 1 |
| 1. INTRODUCTION | 1 |
| 2. COMMENTAIRES GÉNÉRAUX | 2 |
| 2.1. DEUX POIDS DEUX MESURES ENTRE LES MODES DE DISTRIBUTION TRADITIONNELS ET ALTERNATIFS..... | 2 |
| 3. COMMENTAIRES PORTANT SUR LA DISTRIBUTION PAR INTERNET | 2 |
| 3.1. RÉOLUTION DU CONTRAT D'ASSURANCE | 2 |
| 3.2. CHAPITRE 1 – OBJET ET CHAMP D'APPLICATION (ART. 1) | 3 |
| 3.3. SECTION II – RENSEIGNEMENTS À FOURNIR À L'AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS (ART. 2 À 5) | 3 |
| 3.4. SECTION III – DOCUMENTS ET RENSEIGNEMENTS À FOURNIR AU CLIENT (ART. 6 À 13) | 4 |
| 3.4.1. <i>Visibilité des renseignements</i> | 4 |
| 3.4.2. <i>Clientèle visée</i> | 4 |
| 3.4.3. <i>Divulgateion préalable à la souscription</i> | 5 |
| 3.4.4. <i>Disponibilité des spécimens de police</i> | 5 |
| 3.4.5. <i>Résumé des renseignements recueillis</i> | 6 |
| 3.5. SECTION IV – CONCEPTION, FONCTIONNEMENT ET CONTRÔLE DE LA PLATEFORME (ART. 14 À 18) | 6 |
| 3.5.1. <i>Détection des situations où le produit ne convient pas aux besoins</i> | 6 |
| 3.6. SECTION V – INTERDICTIONS (ART. 19) | 7 |
| 3.6.1. <i>Publicité</i> | 7 |
| 3.6.2. <i>Sélection à l'avance des garanties</i> | 7 |
| 3.6.3. <i>Exclusion de responsabilité</i> | 8 |
| 4. COMMENTAIRES PORTANT SUR LA DISTRIBUTION SANS REPRÉSENTANT | 8 |
| 4.1. SECTION IV – SOMMAIRE (ART. 29 À 35)..... | 8 |
| 5. AUTRES COMMENTAIRES..... | 8 |
| 5.1. SECTION IV – DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES (ART. 37 ET 38) | 8 |
| 5.2. ANNEXE 1 – AVIS DONNÉ PAR LE CABINET | 8 |
| 5.3. ANNEXE 2 – FICHE DE RENSEIGNEMENT | 8 |
| 5.4. ANNEXE 3 – AVIS DE CONSENTEMENT PARTICULIER..... | 9 |
| 5.5. ANNEXE 4 – AVIS DE LIBRE CHOIX DE L'ASSUREUR ET DU REPRÉSENTANT | 9 |
| 5.6. ANNEXE 5 – AVIS DE RÉOLUTION D'UN CONTRAT D'ASSURANCE..... | 9 |
| 6. CONCLUSION | 10 |



PRÉAMBULE

Le Bureau d'assurance du Canada (« BAC ») est l'association qui représente les sociétés privées d'assurance de dommages au pays. L'industrie de l'assurance de dommages (« l'Industrie ») joue un rôle de premier plan dans l'économie québécoise en permettant à la population de se prémunir contre des sinistres pouvant avoir un impact important sur sa sécurité financière en protégeant son patrimoine.

Au Québec, l'Industrie génère près de 23 000 emplois directs dans le secteur privé et est un important contributeur fiscal, avec plus de 1,6 milliard de dollars redistribués au Gouvernement du Québec. En 2016, les assureurs de dommages ont également versé à leurs assurés québécois la somme de 5,7 milliards de dollars afin de les indemniser pour une perte accidentelle subie à leur véhicule, leur habitation ou leur entreprise, ou pour une poursuite en responsabilité civile.

En somme, l'Industrie contribue à l'amélioration de la qualité de vie de la société québécoise par ses programmes de prévention des sinistres, de sensibilisation des consommateurs et de prévention du crime.

1. INTRODUCTION

Le BAC remercie l'Autorité des marchés financiers (« l'Autorité ») de l'opportunité de commenter le *projet de Règlement sur les modes alternatifs de distribution* (« projet de Règlement »). Nous accueillons favorablement l'approche de l'Autorité qui souhaite offrir un règlement souple afin qu'il puisse s'adapter rapidement aux technologies.

Cette même approche est d'ailleurs préconisée par le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (« CCRRA »). Cette souplesse est nécessaire afin que les assureurs puissent répondre aux attentes de leurs clients tout en leur offrant une expérience intéressante et adaptée à leurs besoins. Des règles trop prescriptives qui créent une lourdeur procédurale sans bénéfice réel pour le client nuisent non seulement à la satisfaction du client, mais à l'innovation. Cette lourdeur risque également de décourager le client d'effectuer une transaction en ligne; un choix qui lui revient.

À cet égard, le BAC fait siens les commentaires du CCRRA quant à l'objectif de la réglementation des modes alternatifs de distribution :

Le mandat des responsables de la réglementation d'assurance consiste, entre autres, à veiller à ce que les intérêts du consommateur soient adéquatement protégés lors de la souscription de produits d'assurance. Ce mandat n'a pas pour but d'influencer le consommateur lorsque vient le temps de choisir la façon de se procurer le produit. Il revient au consommateur de choisir le produit qu'il veut souscrire et la manière dont il souhaite y souscrire¹.

¹ Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance, *Énoncé de principes: Le commerce électronique des produits d'assurance*, octobre 2013, p. 6.

2. COMMENTAIRES GÉNÉRAUX

2.1. Deux poids deux mesures entre les modes de distribution traditionnels et alternatifs

L'Internet constitue un mode alternatif de distribution choisi par le consommateur. Comme le prévoit l'article 86.0.1 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers (« LDPSF »), les cabinets qui offrent des produits par ce mode doivent avoir les mêmes responsabilités que lors d'une transaction utilisant un mode plus traditionnel. Le BAC est d'avis qu'il est important que les exigences du projet de Règlement se limitent à celles qui sont nécessaires pour maintenir le même niveau de protection des consommateurs tant pour les modes de distribution traditionnels que pour les modes alternatifs. À cet égard, les obligations du projet de Règlement ne doivent pas créer un encadrement plus restrictif pour les modes alternatifs de distribution que pour les modes traditionnels, mais apporter les adaptations nécessaires tout en tenant compte des attentes des consommateurs ayant choisi d'acheter de l'assurance par Internet.

3. COMMENTAIRES PORTANT SUR LA DISTRIBUTION PAR INTERNET

3.1. Résolution du contrat d'assurance

L'article 10, paragraphe 6, du projet de Règlement traite du droit de résolution dans le cas où il n'y a pas de représentant qui agit auprès du client au moment de la transaction. Selon l'article 64 de la Loi sur les assureurs, le client a la possibilité de résoudre le contrat d'assurance dans les dix jours suivant la réception de la police dans ces cas. Le BAC souhaite attirer l'attention de l'Autorité sur les conséquences de ces dispositions sur les consommateurs.

Tel qu'il est rédigé, l'article 64 amènera des situations où l'assuré ne sera pas couvert pour un sinistre, mettant ainsi en péril son patrimoine. La situation est particulièrement inquiétante en assurance responsabilité. Par exemple, une personne pourrait résoudre sa police au 9^e jour et ne serait donc pas assurée pour les événements pouvant engendrer sa responsabilité survenus entre le premier et le 9^e jour puisqu'il y aurait annulation « ab initio ». Lors de la résolution, l'assuré pourrait ne pas savoir qu'une situation s'étant produite durant cette période donnera naissance à une poursuite parce que la mise en demeure lui sera transmise plusieurs semaines ou plusieurs mois après l'événement.

De plus, s'il s'agit d'une police d'assurance automobile, l'assuré risquerait de ne pas respecter son obligation de détenir un contrat d'assurance de responsabilité conformément à l'article 84 de la Loi sur l'assurance automobile.

Nous comprenons que le droit de résolution a pour objectif de protéger le consommateur dans le cas où le contrat souscrit ne lui convient pas. Or, comme démontré précédemment, ce même mécanisme peut avoir des conséquences néfastes importantes pour le consommateur qui pourrait se retrouver dans une situation où il n'est plus assuré.

Afin de protéger adéquatement le consommateur, le BAC recommande que le droit de résolution soit permis uniquement si la personne peut faire la démonstration qu'elle était assurée pendant cette période. Autrement, la personne pourrait résilier le contrat sans frais pendant les dix jours suivant la réception de sa police et l'assureur conserverait la prime acquise pour les jours où la police d'assurance a été en vigueur. Pour mettre en application cette suggestion, une modification législative à l'article 64 de la Loi sur les assureurs devra être effectuée.



3.2. Chapitre 1 – Objet et Champ d'application (art. 1)

Le BAC est d'avis que le projet de Règlement devrait s'appliquer uniquement aux sites transactionnels lorsqu'aucun représentant n'agit auprès du client au moment de la souscription du contrat, car c'est seulement dans ce cas qu'on peut parler de distribution par Internet et de mode alternatif. L'objectif du projet de Règlement est de réglementer la distribution de produits d'assurance en ligne et non tous les sites Internet qui offrent de l'information en matière d'assurance. Actuellement, plusieurs cabinets offrent la possibilité de remplir des soumissions en ligne. Toutefois, pour terminer la transaction, les clients sont invités à contacter un représentant qui est déjà encadré par la LDPSF et le Code de déontologie des représentants en assurance de dommages. Selon les nouvelles dispositions de la loi, le représentant n'a plus à recueillir personnellement tous les renseignements utiles à l'identification des besoins de son client et il peut utiliser divers moyens pour obtenir ces renseignements, par exemple, un outil technologique comme Internet pour le conseiller adéquatement (LDPSF, article 27). Assujettir au projet de Règlement tous les sites qui soutiennent les représentants dans le cadre de leur travail créerait un double encadrement sans offrir une protection supplémentaire aux clients.

D'ailleurs, nous comprenons que l'article 5 du projet de Règlement requiert une divulgation de renseignements à l'Autorité uniquement pour les transactions effectuées par l'entremise de la plateforme. Dans les cas où le client aura utilisé le site Internet du cabinet pour obtenir une soumission ou dans les cas où la transaction n'aura pas été finalisée sur Internet, cette divulgation ne sera pas nécessaire.

Pour les mêmes raisons, le projet de Règlement devrait s'appliquer uniquement aux experts en sinistre indépendants et non aux services de règlement des sinistres de l'assureur, car ce dernier ne vend pas de produits ou de services au moment du règlement; il accompagne le client et applique le contrat d'assurance.

Nous portons également à votre attention que la plateforme pour le règlement des sinistres d'un assureur est distincte de celle où il offre des produits d'assurance, car leurs objectifs et leurs fonctionnalités ne sont pas les mêmes.

3.3. Section II – Renseignements à fournir à l'Autorité des marchés financiers (art. 2 à 5)

L'article 4, paragraphe 2, précise que le cabinet doit divulguer le nom des produits offerts sur sa plateforme. Les cabinets offrent plusieurs produits d'assurance qu'ils commercialisent sous différents noms. Le BAC s'interroge sur l'utilité pour l'Autorité de connaître le nom de chaque produit offert. Aussi, il s'agit d'un lourd fardeau administratif pour les cabinets d'autant plus que toute modification doit être signalée à l'Autorité dans les 30 jours. Comme c'est le cas dans la déclaration annuelle sur les pratiques commerciales du CCRRA, le BAC est d'avis que seules les familles de produits devraient être déclarées² et non le nom de chaque produit individuellement.

Dans le même ordre d'idée, l'article 4, paragraphe 6, exige que les noms de tous les cabinets qui offrent la souscription d'un produit sur leur plateforme pour un autre cabinet soient divulgués. La déclaration annuelle du CCRRA exige uniquement les renseignements concernant les 25 principaux cabinets. Considérant que ces renseignements ne sont pas exigés pour les produits distribués selon un mode traditionnel, le BAC est d'avis qu'ils ne devraient pas être requis lorsque la souscription a lieu par un mode alternatif de distribution.

² Voir annexe 4 (Produits) de la *Déclaration annuelle sur les pratiques commerciales*: <https://www.cci-ccrra.org/AnnualStatementonMarketConduct>

3.4. Section III – Documents et renseignements à fournir au client (art. 6 à 13)

3.4.1. Visibilité des renseignements

L'article 8 du projet de Règlement impose que certains renseignements soient visibles en tout temps. D'un point de vue strictement technologique, cette exigence est difficile à appliquer, voire impossible, sur certains appareils médias comme les téléphones intelligents ou les tablettes qui sont de plus en plus utilisés pour effectuer des achats en ligne.

Bien que les renseignements à l'article 8 du projet de Règlement puissent être utiles pour un client, la majorité d'entre eux ne sont pas des renseignements utiles en tout temps pour une décision éclairée quant à l'achat du produit et aurait pour effet de diluer la communication de l'information essentielle. D'ailleurs, cela pourrait nuire à la qualité de la présentation des renseignements essentiels qui pourront plus difficilement être mis en évidence sur la plateforme et rendre la lecture plus ardue pour le lecteur. Cette obligation de divulgation en continu n'est pas exigée pour les représentants au téléphone dans la LDPSF et le Règlement sur les renseignements à fournir au consommateur, car elle n'est pas utile à tout moment pour le client. Le BAC est d'avis qu'elle ne l'est pas davantage sur Internet, à l'exception des renseignements sur le moyen de solliciter l'intervention d'un représentant parce qu'à tout moment le client peut avoir besoin de son aide.

Les autres renseignements indiqués à l'article 8 demeurent néanmoins pertinents, d'où l'importance qu'ils demeurent facilement accessibles pour le client sur la plateforme. Il s'agit d'ailleurs d'informations qui se retrouvent généralement dans l'arborescence des sites Internet actuels des cabinets par le biais d'onglets intuitifs et d'usage commun comme « À propos », « Plaintes » ou « Pour nous joindre ». Pour ces renseignements, le projet de Règlement devrait donc être modifié pour indiquer qu'ils doivent être disponibles facilement en tout temps.

3.4.2. Clientèle visée

Nous comprenons que l'objectif de l'article 9 est d'éviter au client d'entreprendre un processus d'offre qui ne lui convient pas. Selon nous, les paragraphes 2 et 3 permettent d'atteindre l'objectif de l'Autorité. Par ailleurs, l'article 9, paragraphe 1, du projet de Règlement va beaucoup plus loin en exigeant que le cabinet indique le type de clientèle à qui s'adresse le produit avant même que le client ait commencé la saisie de ses renseignements. Pour respecter cette disposition, le cabinet devra donner suffisamment d'informations au client qui aura le fardeau de déterminer s'il se qualifie ou non pour l'achat du produit convoité. Cette tâche devrait plutôt revenir au cabinet qui, en fonction des informations transmises pour l'analyse des besoins, informera le client au moment opportun s'il répond ou non aux critères de souscription.

Lors de la distribution en ligne, c'est au cours du processus d'achat que le système sera en mesure de déterminer, en fonction des réponses du client, si le produit qu'il désire obtenir s'adresse à lui et à quelles conditions. Par exemple, un cabinet peut offrir un produit d'assurance pour les chalets de ses clients. Toutefois, ce produit pourrait ne pas être offert à une personne qui ne souscrit pas sa police pour sa résidence principale avec ce cabinet. Lister toutes les informations nécessaires pour identifier la clientèle visée par le produit s'avère fastidieux, peu pratique et ultimement décourageant pour un client. Le BAC recommande donc de retirer le paragraphe 1 de l'article 9.



3.4.3. Divulgence préalable à la souscription

L'article 10 du projet de Règlement requiert que plusieurs renseignements soient transmis au client avant la souscription du produit. Ceux-ci sont beaucoup plus nombreux que ceux que le représentant doit divulguer en vertu de l'article 28 de la LDPSF. Il est précisé à l'article 28 de la LDPSF que le représentant doit mentionner au client la nature de la garantie ainsi que les exclusions applicables, et ce, compte tenu de ses besoins, tandis que l'article 10 précise que la plateforme doit présenter au client les garanties et options du produit ainsi que les exclusions et limitations afférentes au produit.

Considérant que les plateformes sont des outils technologiques intelligents, les renseignements recueillis par l'entremise de cette plateforme permettent d'identifier les besoins en assurance du client. Ainsi, cette plateforme pourra décrire la garantie et les exclusions en fonction des besoins identifiés, comme l'exige l'article 28, et ainsi mettre l'accent sur les informations pertinentes en évitant que le client ne doive lui-même identifier l'information utile à sa prise de décision. Comme il est mentionné en introduction, le BAC est d'avis qu'il ne doit pas y avoir un encadrement de deux poids, deux mesures.

De la même façon, les paragraphes 4 et 5 de l'article 10 visent des obligations du représentant qui ne devraient pas être différentes parce que le client transige par Internet. Ainsi, ces paragraphes devraient être retirés.

Quant à l'article 10, paragraphe 10, il précise que le cabinet doit mentionner le nombre de jours durant lesquels les renseignements fournis par le cabinet demeurent valides. La portée de cet article apparaît très large. Si son objectif est d'indiquer au client la période de validité d'une soumission, il serait préférable de le préciser.

Aussi, le BAC croit qu'il serait utile de préciser que les informations qui se retrouvent à l'article 10 doivent être disponibles juste avant la conclusion du contrat et non tout au long du processus.

3.4.4. Disponibilité des spécimens de police

L'article 11 du projet de Règlement exige que le cabinet rende disponibles les spécimens de police sur sa plateforme. Le BAC est d'avis que le règlement ne devrait pas les y obliger pour plusieurs raisons.

Premièrement, cette obligation peut apporter de la confusion auprès des clients, car la police qui sera affichée sur le site Internet ne sera pas exactement celle que le client souscrira. Avant la fin du processus, elle ne sera pas encore personnalisée aux besoins du client et pourrait contenir des garanties qui ne lui seront pas offertes, considérant les différentes règles de souscription. Le BAC est d'avis qu'il n'y a aucune valeur ajoutée pour le client d'avoir accès à un spécimen de police non personnalisé en main. Les renseignements essentiels qui lui seront transmis par le cabinet, notamment le résumé des options et des modalités choisies par le client et qui est prévu à l'article 12, sont suffisants pour lui permettre de comparer les produits et les services des différents assureurs et de prendre une décision éclairée en ce qui concerne l'achat de sa police. De plus, si le client a des questions quant à l'étendue des couvertures offertes, il aura toujours accès à un représentant qui lui donnera les explications et les conseils appropriés.

Deuxièmement, il s'agit d'informations concurrentielles que les cabinets ne devraient pas avoir à partager avec leurs concurrents.

Finalement, la législation n'oblige pas le cabinet ou le représentant à rendre disponible un spécimen de police au client lorsque celui-ci souscrit à une assurance par un mode de distribution traditionnel. Le BAC est d'avis que cette approche de « deux poids deux mesures » n'est pas nécessaire pour protéger le consommateur lors d'une transaction par Internet.



3.4.5. Résumé des renseignements recueillis

L'article 12, paragraphe 1, précise que le cabinet doit présenter à son client un résumé des renseignements recueillis. Le BAC comprend que ce résumé fait office de la proposition que doit remettre l'assureur en vertu de l'article 67 de la Loi sur les assureurs et de l'article 2400 du Code civil du Québec.

3.5. Section IV – Conception, fonctionnement et contrôle de la plateforme (art. 14 à 18)

3.5.1. Détection des situations où le produit ne convient pas aux besoins

L'article 15, paragraphe 2, exige que le cabinet détecte non seulement les contradictions et les irrégularités, mais également les situations où le produit ne convient pas aux besoins du client. Dans ces deux cas, le cabinet doit suspendre la souscription sur la plateforme ou y mettre fin. Les systèmes intelligents pourront effectivement identifier les contradictions et les irrégularités comme le ferait un représentant. Par ailleurs, comme c'est le cas pour ce dernier, la plateforme ne devrait pas dicter au client ce qu'il doit faire et cesser la transaction lorsqu'il ne fait pas le meilleur choix pour lui-même après avoir reçu les conseils appropriés. L'obligation de conseil est une obligation de moyen alors que, tel qu'il est rédigé, l'article 15, paragraphe 2, donne une obligation de résultat au cabinet en exigeant qu'il ne vende pas un produit au client lorsque celui-ci ne convient pas. L'expression « lorsque nécessaire » utilisée à cet article n'atténue pas cette obligation de détection, car il sera toujours « nécessaire » de ne pas compléter la transaction lorsque le produit ne convient pas au client.

Les obligations liées à l'analyse des besoins et à l'offre par l'entremise de la plateforme ne devraient pas être différentes de celles imposées à un représentant, notamment à l'article 27 de la LDPSF. Le produit choisi par un client n'est pas nécessairement le meilleur en fonction des besoins qu'il a exprimé. Par exemple, un client peut décider d'acheter une protection moins étendue pour réduire la prime qu'il aura à déboursier, et ce, malgré les renseignements et les avertissements que la plateforme pourrait émettre. Cette situation prévaut actuellement également lorsque le client procède à la souscription du produit d'assurance avec un représentant. À cet égard, il est important que, peu importe le mode de distribution utilisé, le choix du client soit respecté. Il revient au cabinet, tant par l'entremise de sa plateforme que par ses représentants, de prendre des mesures appropriées et raisonnables pour informer le client des conséquences de son choix.

D'ailleurs, le projet de Règlement prévoit plusieurs mécanismes pour s'assurer que le client soit bien informé et qu'il puisse faire un choix éclairé comme celui de l'article 15, paragraphe 1, en ce qui concerne les confirmations et les consentements. On peut aussi penser à la possibilité qu'a le client d'annuler la police dans les dix jours suivant sa réception s'il pense que celle-ci ne répond pas à ses besoins. Quant à l'article 15, paragraphe 2, un client pourrait reprocher à l'assureur, à la suite d'une réclamation, de ne pas avoir détecté que la protection offerte n'était pas suffisamment étendue alors que c'est lui qui a choisi une protection plus restreinte que celle offerte par le cabinet.

Conséquemment, le BAC recommande de retirer de l'article 15, paragraphe 2, les mots suivants : « lorsque le produit ne convient pas aux besoins du client ou ».

3.6. Section V – Interdictions (art. 19)

3.6.1. Publicité

L'article 19, paragraphe 1, du projet de Règlement interdit au cabinet de faire de la publicité sur sa plateforme lorsque le client complète une proposition d'assurance.

Le terme « publicité » est très large et vise beaucoup d'activités qui peuvent inclure de l'information au bénéfice du client. Le *Larousse* définit ce terme comme suit :

Activité ayant pour but de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser tel un service, etc.; ensemble des moyens et techniques employés à cet effet (abréviation familière pub) : Agence de publicité [1].

Tandis que le *Petit Robert* le définit comme suit :

Le fait d'exercer une action sur le public à des fins commerciales; le fait de faire connaître (un produit, un type de produits) et d'inciter à l'acquérir [2].

En assurance, il y a un mélange inhérent entre l'offre des produits d'assurance et les devoirs de conseils, plus particulièrement au moment de remplir la proposition. D'ailleurs, la législation actuelle n'interdit pas au représentant, même lors de la proposition d'assurance, de faire connaître à son client d'autres produits que celui pour lequel il a initialement communiqué avec lui, mais encadre cette pratique. Cette offre de produit additionnel fait suite à l'analyse complète des besoins d'assurance que fait le représentant ou le cabinet via sa plateforme. Par exemple, l'article 18 de la LDPSF interdit au représentant d'exercer des pressions indues ou des manœuvres dolosives pour inciter un client à se procurer un produit. De même, l'article 15 du Code de déontologie des représentants en assurance de dommages indique que le représentant est tenu d'effectuer des représentations qui ne sont pas fausses, trompeuses ou susceptibles d'induire en erreur. Le BAC est donc d'avis que l'interdiction de l'article 19 ne devrait viser que la publicité sur les produits et services d'un tiers.

3.6.2. Sélection à l'avance des garanties

L'article 19, paragraphe 2, indique que le cabinet ne peut sélectionner à l'avance une composante d'une garantie, une garantie additionnelle ou un ensemble de garanties. Or, en pratique, dans le but de répondre aux besoins du client, le cabinet offrira un produit d'assurance contenant une couverture de base et des couvertures complémentaires basées sur les renseignements transmis par le client. Cette façon de faire découle de l'obligation d'offrir le produit d'assurance qui lui convient le mieux de l'article 27 de la LDPSF. Par exemple, à la suite de la collecte de renseignements et de l'analyse des besoins, la plateforme recommandera au client de prendre un formulaire de police d'assurance automobile F.P.Q. n° 1 avec une protection en chapitre B et plusieurs avenants tels que les formulaires d'avenant du Québec F.A.Q. n° 2 et n° 27 puisque l'enfant du propriétaire pourrait être amené à conduire le véhicule.

Le chapitre B ainsi que les avenants proposés sont des garanties additionnelles au sens strict. Or, l'analyse des besoins démontre que cette protection globale serait la plus judicieuse pour le client. Dans un cas comme celui-ci, l'offre du produit d'assurance comprend des garanties additionnelles et non une sélection à l'avance de garanties additionnelles. Comme précisé à l'article 27 de la LDPSF, le représentant doit proposer le produit d'assurance qui convient le mieux à son client et c'est ce que la plateforme fera en « sélectionnant » pour lui le meilleur groupe de produits. Conséquemment, afin d'éviter une interprétation erronée de l'article 19, paragraphe 2, le BAC recommande de modifier le texte pour prévoir que le cabinet ne peut forcer la sélection de garanties additionnelles proposées par le cabinet.



3.6.3. Exclusion de responsabilité

L'exclusion de responsabilité prévue à l'article 19, paragraphe 3, est trop large et devrait être limitée. Plusieurs sites transactionnels limitent déjà leur responsabilité, y compris les sites de transactions bancaires. Par exemple, le client ne devrait pas pouvoir tenir le cabinet responsable des dommages liés à une transaction interrompue à la suite d'une panne ayant entraîné l'arrêt du système informatique du cabinet.

4. COMMENTAIRES PORTANT SUR LA DISTRIBUTION SANS REPRÉSENTANT

4.1. Section IV – Sommaire (art. 29 à 35)

Pour les raisons stipulées précédemment relativement à l'article 19, paragraphe 2, l'interdiction de ne faire aucune publicité à l'article 29, paragraphe 6, devrait viser uniquement la publicité sur les produits ou les services d'un tiers.

Pour les raisons stipulées précédemment pour l'article 11 du projet de Règlement, le BAC est d'avis que l'assureur ne devrait pas avoir l'obligation de mettre sur son site Internet le spécimen de la police et recommande de retirer l'article 33.

5. AUTRES COMMENTAIRES

5.1. Section IV – Dispositions transitoires et finales (art. 37 et 38)

L'article 38 du projet de Règlement prévoit une entrée en vigueur le 13 juin 2019, soit moins de sept mois après sa date de publication. Ce délai est trop court pour permettre aux cabinets d'implanter des modifications qui ont un impact sur leur système informatique et le contenu informationnel de leur site Internet. Le BAC recommande de prévoir une entrée en vigueur de 12 mois après la date d'édiction du règlement.

5.2. Annexe 1 – Avis donné par le cabinet

L'annexe 1 utilise l'expression « sans pénalité » pour indiquer au client qu'il peut mettre fin au contrat d'assurance sans frais. Or, ni le Code civil du Québec ni le contrat d'assurance n'utilisent cette expression. Pour faciliter la compréhension du client, il serait préférable d'utiliser « sans frais de résiliation ». Aussi, le BAC recommande de remplacer le mot « pénalité » par « frais » partout où il apparaît dans l'annexe 1.

Au paragraphe 4 de l'annexe 1, il est précisé que le client peut toujours annuler son contrat après les délais applicables. Le BAC est d'avis que l'expression « annuler » peut amener le consommateur à confondre les notions d'annulation et de résiliation. Pour éviter cette confusion, il est préférable d'utiliser une expression plus juste telle que la « faculté de mettre fin » ou « résilier » le contrat d'assurance.

5.3. Annexe 2 – Fiche de renseignement

Le BAC est d'avis que la présentation de la fiche de renseignements et la manière dont l'information requise est mentionnée devraient être laissées à la discrétion des assureurs comme c'est le cas pour le sommaire.

Pour les mêmes raisons qu'à l'annexe 1, le BAC est d'avis que la terminologie utilisée dans la fiche de renseignements devrait être modifiée pour remplacer, au paragraphe 6, l'expression « sans



pénalité » par « sans frais », et remplacer le mot « annulez », aux paragraphes 6 et 7, par « mettez fin ». Au paragraphe 6, il est précisé que la loi permet de mettre fin au contrat d'assurance « 10 jours suivant l'achat de votre assurance ». Toutefois, l'article 64 de la Loi sur les assureurs précise « 10 jours suivant la réception de la police ». Le BAC recommande que l'expression de l'article 64 soit utilisée.

5.4. Annexe 3 – Avis de consentement particulier

L'annexe 3 cite l'article 94 de la LDPSF et précise au client que cet article lui donne des droits. Or, l'annexe précise déjà le contenu de cet article. Citer cet article n'ajoute rien et incite le lecteur à aller vérifier dans la loi s'il y a d'autres informations alors que ce n'est pas le cas. Afin de rendre le texte plus convivial, le BAC recommande de retirer l'expression « l'article 94 de la Loi vous protège ».

5.5. Annexe 4 – Avis de libre choix de l'assureur et du représentant

Pour les mêmes raisons qu'à l'annexe 1, le BAC est d'avis que la terminologie utilisée dans la fiche de renseignements devrait être modifiée pour remplacer, au paragraphe 3, l'expression « sans pénalité » par « sans frais ».

5.6. Annexe 5 – Avis de résolution d'un contrat d'assurance

Pour les mêmes raisons qu'à l'annexe 1, le BAC est d'avis que la terminologie utilisée dans la fiche de renseignements devrait être modifiée pour remplacer au premier paragraphe l'expression « sans pénalité » par « sans frais », et, au paragraphe 4, l'expression « faculté d'annuler » par « faculté de mettre fin au contrat ».



6. CONCLUSION

Le BAC salue l'objectif de l'Autorité d'offrir un projet de Règlement souple pour stimuler l'innovation tout en protégeant le consommateur. Toutefois, le BAC souhaite réitérer l'importance que le projet de Règlement se limite strictement aux mesures nécessaires pour protéger le consommateur.

D'ailleurs, il s'agit d'un des objectifs principaux de la réforme sur l'encadrement du secteur financier. Dès 2015, le ministre des Finances mentionnait que :

« La LDPSF doit avoir pour objectif de n'imposer que le fardeau réglementaire strictement nécessaire pour maintenir des mesures adéquates de protection des épargnants afin de permettre un fonctionnement efficace de cette importante industrie qu'est celle des services financiers³ ».

Imposer un fardeau réglementaire supplémentaire sur les cabinets qui souhaitent distribuer leurs produits par un mode alternatif peut nuire à l'accessibilité de ce mode de communication pour les consommateurs, en plus de créer une politique de deux poids, deux mesures pour les produits souscrits par un mode de distribution alternatif sans motif de protection.

Fin du document

³ Finances Québec, *Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et services financiers*, mai 2015, p. V.

