

INSURANCE
BUREAU
OF CANADA



BUREAU
D'ASSURANCE
DU CANADA

**Consultation relative à la distribution
de produits d'assurance par les
concessionnaires et autres
marchands d'automobiles**

Commentaires présentés à

L'Autorité des marchés financiers

Octobre 2006

SOMMAIRE

Le Bureau d'assurance du Canada (ci-après le BAC) est heureux de faire ses commentaires sur la Consultation relative à la distribution de produits d'assurance par les concessionnaires et autres marchands d'automobiles.

Le BAC est d'avis que la vente de produits d'assurance doit être faite par un représentant dûment qualifié et certifié. Dans un souci de transparence et afin d'éviter les conflits d'intérêts, nous soutenons que, si les concessionnaires souhaitent poursuivre la vente de produits d'assurance, ils doivent procéder par l'intermédiaire d'un représentant certifié distinct du directeur commercial.

Dans un dossier aussi complexe, il est important de considérer d'abord et avant tout le consommateur. Nous sommes d'avis que pour la vente de produits d'assurance, un consommateur devrait transiger, dans son propre intérêt, avec un représentant certifié et qualifié qui serait en mesure de bien l'informer, de bien le conseiller afin qu'il soit bien protégé. Le rôle conseil joue un rôle primordial dans l'achat d'un produit d'assurance et c'est le consommateur qui en bénéficie.

TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE	1
INTRODUCTION.....	2
PARTIE I – LA SITUATION ACTUELLE DE L’ASSURANCE DE DOMMAGES AU QUÉBEC.....	3
PARTIE II – LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS AU QUÉBEC	5
PARTIE III – LA PROTECTION DU PUBLIC.....	7
PARTIE IV – RÉPONSES AUX QUESTIONS DE L’AUTORITÉ.....	11
CONCLUSION	21

PRÉAMBULE

Le Bureau d'assurance du Canada

Le Bureau d'assurance du Canada (ci-après le BAC) est l'organisme qui représente les sociétés d'assurance de dommages. L'industrie de l'assurance assume un rôle de premier plan dans l'économie québécoise en permettant à la population de se protéger contre des sinistres pouvant avoir un impact important sur sa sécurité financière. En fait, l'assurance de dommages crée un filet de sécurité qui favorise la poursuite de l'innovation et de l'investissement. Elle appuie une économie dynamique et vigoureuse en suscitant une plus grande tranquillité d'esprit à l'égard de bon nombre de risques qui caractérisent la vie moderne.

L'industrie de l'assurance de dommages au Québec

L'industrie de l'assurance de dommages compte parmi les employeurs les plus importants de la province, en générant près de 20 000 emplois directs dans le secteur privé. En 2005, les assureurs de dommages ont versé à leurs assurés plus de 4,2 milliards de dollars afin de les indemniser à la suite de dommages accidentels à leur véhicule, leur habitation ou leur commerce. Finalement, l'Industrie contribue à l'amélioration de la qualité de vie de la société québécoise par ses programmes de prévention des sinistres, d'éducation des consommateurs et de prévention du crime.

L'industrie de l'assurance de dommages est un secteur des plus concurrentiels dans l'industrie des services financiers. En effet, selon le rapport sur les assurances 2005, publié par l'Autorité des marchés financiers (ci-après l'Autorité), plus de 192 assureurs détiennent un permis d'assurance au Québec pour combler les besoins des consommateurs en produits d'assurance.

La vive concurrence qui existe au sein de l'industrie de l'assurance de dommages permet aux consommateurs de bénéficier d'un large choix de produits et divers canaux de distribution, dont la vente par les courtiers et les agents. Cette concurrence a aussi un effet bénéfique sur les assureurs qui redoublent de précaution et d'effort pour se discipliner et mieux servir le consommateur.

INTRODUCTION

Commentaires généraux sur la consultation

Le BAC désire remercier l'Autorité de lui offrir la possibilité de commenter le document sur la Consultation relative à la distribution de produits d'assurance par les concessionnaires et autres marchands d'automobiles.

Rappelons que lors d'une précédente consultation tenue sur le sujet par l'Autorité en janvier 2005, le BAC soutenait que pour l'achat de produits d'assurance, un consommateur devrait transiger, dans son propre intérêt, avec un représentant certifié qui soit en mesure de bien l'informer, de bien le conseiller, afin qu'il soit bien protégé.

D'entrée de jeu, tout comme l'Autorité, le BAC se préoccupe grandement de la protection du public. À cet effet, le site Internet de l'Autorité mentionne qu'une des missions de cette dernière est « d'assurer l'encadrement des activités de distribution de produits et services financiers en appliquant les règles d'admissibilité et d'exercice de ces activités et en prenant toute mesure prévue par la loi;¹ ». Cette mesure a pour but d'assurer un encadrement uniforme de toutes entreprises impliquées dans la vente de produits et services financiers et faire en sorte que les consommateurs soient bien protégés.

Dans un souci de protection du consommateur, d'une industrie saine et transparente, les assureurs de dommages sont prêts à collaborer avec l'Autorité et offrent leur aide dans toute démarche constructive.

¹ AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS, *Qui sommes-nous*, [En ligne], 2006 [www.lautorite.qc.ca/qui-sommes-nous.fr.html].

PARTIE I LA SITUATION ACTUELLE DE L'ASSURANCE DE DOMMAGES AU QUÉBEC

Le caractère distinct de l'industrie de l'assurance de dommages

L'industrie de l'assurance de dommages, dont les origines au Canada remontent à 1804, constitue la plus ancienne industrie de services financiers du Canada et sa plus distinctive. Son rôle et ses caractéristiques la distinguent des autres industries de services financiers. L'industrie de l'assurance de dommages fournit un filet de sécurité qui facilite la poursuite de l'innovation et de l'investissement. Face à la plupart des risques qui caractérisent la vie de tous les jours, elle apporte la tranquillité d'esprit nécessaire pour appuyer une économie solide et dynamique.

Les assureurs de dommages distribuent principalement leurs produits en fonction de trois catégories bien distinctes : l'assurance automobile, l'assurance habitation et l'assurance des entreprises. Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'industrie de l'assurance de dommages est très distincte des autres industries du secteur financier puisque les produits d'assurance de dommages ne sont pas des produits ayant pour but d'offrir un service de gestion du patrimoine. L'assurance de dommages vise plutôt à mettre en place un fonds destiné à payer les sinistres subis par les assurés ayant contribué à ce fonds. La gestion de ce fonds relève davantage d'un service de gestion des risques et requiert une expertise tout à fait différente d'un service de gestion du patrimoine que l'on retrouve dans les autres types d'institutions financières. En fait, un produit d'assurance de dommages n'accumule pas la richesse, mais minimise plutôt les pertes potentielles.

À la base, les produits d'assurance de dommages sont bien différents des autres produits financiers. Le consommateur achète un produit d'assurance de dommages afin de se protéger, durant une certaine période de temps, habituellement un an, contre les possibilités d'une situation imprévue susceptible de mettre en péril sa sécurité financière. Le principal travail des assureurs de dommages est d'évaluer le risque de perte auquel le consommateur fait face; c'est pourquoi on qualifie les produits d'assurance de dommages de contrats d'indemnité qui servent à replacer le patrimoine des consommateurs dans une situation financière identique à celle qui existait au jour du sinistre.

D'autre part, à titre préventif, des assureurs et le BAC transmettent périodiquement de l'information appropriée aux assurés en leur permettant de se prémunir contre certains dommages.

Choix et services

L'industrie de l'assurance de dommages est un secteur des plus concurrentiels dans l'industrie des services financiers. En effet, il existe une multitude de compagnies d'assurance qui se font concurrence au Québec pour combler les besoins des consommateurs en produits d'assurance.

Une industrie saine et des primes stables

Le consommateur québécois profite de la compétition pour avoir des primes stables. Le Rapport annuel sur la tarification en assurance automobile en 2005 indique que « ...étant donné le mouvement à la baisse des tarifs qui a pris de l'ampleur en 2005, la tarification en assurance automobile au Québec peut être qualifiée d'adéquante compte tenu des risques associés à ces activités². » L'analyse faite par l'Autorité démontre clairement que le marché de l'assurance automobile est concurrentiel et que le consommateur en bénéficie pleinement.

Selon les statistiques du Groupement des assureurs automobiles (ci-après le GAA), la prime moyenne au Québec en 2005 était de 715 \$³ (incluant la prime de la SAAQ) positionnant ainsi le Québec comme deuxième province ayant les primes les plus basses après la Saskatchewan (713 \$)⁴. De plus, on s'aperçoit que les primes au Québec sont parmi les plus basses, et ce, depuis plusieurs années. De plus, toujours selon le GAA, la prime moyenne en assurance automobile n'a augmenté que de 17,2 % en dix ans alors que l'indice des prix à la consommation a augmenté de 20,2 %⁵. Une autre bonne indication de stabilité dans l'Industrie.

² AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS, *Rapport annuel sur la tarification en assurance automobile en 2005*, p.42.

³ GROUPEMENT DES ASSUREURS AUTOMOBILES, *Plan statistique automobile*, 2005.

⁴ MANITOBA PUBLIC INSURANCE, *MPI Pricing and Economics*, 2005.

⁵ STATISTIQUE CANADA, *Le Canada en statistiques, Indice des prix à la consommation, aperçu historique par province et territoire (1996 à 2000), (2001 à 2005)*, [En ligne], 2006 [www40.statcan.ca/102/cst01/econ150b_f.htm, www40.statcan.ca/102/cst01/econ150a_f.htm].

PARTIE II LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS AU QUÉBEC

Les modes de distribution

La Loi sur la distribution des produits et services financiers (LDPSF) prévoit quatre types de modes de distribution, à savoir la distribution par le biais de cabinets, de sociétés autonomes, de représentants autonomes et la distribution sans représentant. La distribution par les cabinets s'effectue par l'intermédiaire de représentants certifiés qui leur sont rattachés, alors que la distribution par une société autonome se fait par l'intermédiaire d'un représentant certifié qui est associé ou employé de la société. Le représentant autonome distribue lui-même les produits et services financiers, alors que dans les cas de la distribution sans représentant, un distributeur distribue pour un assureur des produits d'assurance à un bien qui est vendu.

Dans ce dernier cas, la LDPSF prévoit en effet que certains produits d'assurance peuvent être offerts par des distributeurs qui ne sont pas des représentants dûment certifiés. L'article 408 définit ainsi le distributeur :

« 408. Un assureur peut, conformément au présent titre, offrir des produits d'assurance par l'entremise de distributeur.

Le distributeur est la personne qui, dans le cadre de ses activités qui ne sont pas du domaine de l'assurance, offre de façon accessoire, pour le compte d'un assureur, un produit d'assurance afférent uniquement à un bien qu'elle vend ou qui y fait adhérer un client. »

L'article 424 prévoit les produits d'assurance afférents à un bien qui peuvent être offerts par un distributeur :

- l'assurance-voyage;
- l'assurance-location de véhicules pour une location d'une durée inférieure à quatre mois; et
- l'assurance sur les cartes de crédit et de débit.

Traditionnellement, ces produits étaient distribués sans certificat d'intermédiaires de marché en vertu de la Loi sur les intermédiaires de marché (L.R.Q., c. I-15.1). Quelle était l'intention du législateur lors de la rédaction de l'article 424 de la LDPSF?

Une disposition qui n'a pas un caractère exhaustif emploie des expressions telles que comprend, notamment ou entre autres. Or, l'article 424 de la LDPSF ne comporte aucune desdites expressions qui nous permettraient de conclure que la liste des produits qui y sont énumérés n'est pas exhaustive. Au contraire, l'emploi de l'expression « sont réputés être des produits d'assurance afférents uniquement à un bien... » et l'énumération de trois produits spécifiques indiquent plutôt que la disposition a un caractère exhaustif.

Le BAC s'oppose à la vente de produits d'assurance de dommages par des représentants non certifiés. Autoriser la vente de produits d'assurance par le biais de la distribution sans représentant prive indubitablement les consommateurs de la protection et des avantages d'une distribution par des représentants dûment qualifiés et autorisés par la LDPSF en plus de créer une situation d'iniquité et d'engendrer une compétition partielle entre les types de distribution.

Est-il nécessaire pour s'en convaincre de réitérer toutes les obligations imposées par cette LDPSF qui a été édictée pour **veiller spécifiquement à la protection du public** en ce qui concerne la distribution de produits et services financiers au Québec?

Il serait inéquitable que le gouvernement du Québec réglemente, d'une part les activités des représentants et des cabinets d'assurance de dommages et d'autre part, permette à un concessionnaire de vendre un produit d'assurance automobile par des représentants non certifiés.

D'autres obligations et restrictions sont imposées pour les représentants en assurance qui sont à l'emploi d'un cabinet qui offre à la fois du crédit et de l'assurance. Ces représentants ne peuvent, entre autres, être assignés ni aux transactions courantes de dépôts et de retraits au comptoir, ni aux opérations de crédit, sauf pour un certain nombre d'activités comme la référence, le service conseil et l'octroi de crédit, ou toute autre opération de crédit déterminée par le gouvernement (article 29 de la LDPSF).

Soulignons également que les représentants en assurance de dommages sont assujettis au Code de déontologie des représentants en assurance de dommages, LDPSF (1998, c. 37, a. 313, 1^{er} al., par. 10), lequel contient 38 articles. Ces dispositions visent à favoriser la protection du public et la pratique intègre et compétente des activités des représentants. On y retrouve une série d'articles concernant spécifiquement des devoirs et obligations envers le public (articles 11 à 16), des devoirs et obligations envers le client (articles 17 à 26), des devoirs et obligations envers les assureurs (articles 27 à 29), des devoirs et obligations envers les autres représentants (articles 30 à 33), des devoirs et obligations envers l'Autorité et la Chambre de l'assurance de dommages.

PARTIE III LA PROTECTION DU PUBLIC

La mission première de l'Autorité des marchés financiers est la protection du public. Un moyen pour arriver à cette fin est de favoriser la compréhension des produits que les consommateurs achètent et de s'assurer que les gens qui offrent ces produits sont compétents pour le faire. Ainsi, la distribution d'un produit d'assurance par les concessionnaires d'automobiles ne fait qu'ajouter à la confusion chez les consommateurs. De plus, il n'est pas clairement démontré que les consommateurs en ont vraiment pour leur argent lorsqu'ils se procurent une garantie de remplacement auprès de leur concessionnaire.

Cette section du mémoire traitera donc plus spécifiquement du point de vue du consommateur.

Lorsqu'on analyse la problématique dans une perspective de consommateur, divers aspects doivent être pris en compte. Ainsi ce dernier doit être :

- bien informé, bien conseillé pour être bien protégé.

Bien informé, bien conseillé pour être bien protégé

Lorsqu'un assuré se procure un produit ou un service financier auprès d'un concessionnaire d'automobiles, il devra alors transiger avec deux intervenants, soit le concessionnaire (pour la garantie de remplacement) et un assureur (pour la F.P.Q. n° 1). Cette situation se produira tant à la souscription que lors d'un sinistre et créera de la confusion. Le consommateur sera-t-il vraiment bien informé des tenants et aboutissants de ses couvertures d'assurance? En fait, sera-t-il bien informé, bien conseillé et bien protégé? Nous croyons que non. Pour ces motifs, les deux intervenants doivent être des représentants dûment certifiés, ainsi le consommateur obtiendra toute l'information pertinente.

Pourquoi agir différemment dans le dossier de la distribution de produits d'assurance par les concessionnaires d'automobiles?

Depuis un certain temps, l'Autorité prône plus de transparence envers le consommateur. Les membres de l'Industrie appuient la transparence et divulguent déjà aux consommateurs des informations pertinentes.

Rôle conseil d'un représentant certifié

Étant donné que le personnel œuvrant actuellement au sein des concessionnaires d'automobiles n'est ni certifié ni qualifié en tant que représentant en assurance de dommages auprès de l'Autorité, il ne peut donner les informations pertinentes et jouer le rôle conseil auquel le consommateur est en droit de s'attendre.

Les représentants en assurance de dommages agissant à titre d'agent ou de courtier sont certifiés auprès de l'Autorité et doivent passer avec succès les tests d'admissibilité, suivre de la formation continue obligatoire, et sont soumis à un code de déontologie géré par la Chambre de l'assurance de dommages. En fait, l'agent ou le courtier en assurance de dommages, qui est tenu d'éviter tout conflit d'intérêts, agit aussi à titre de conseiller auprès des consommateurs. Ce rôle conseil est crucial afin que

le consommateur obtienne le meilleur produit d'assurance qui réponde à ses besoins à un prix compétitif. Or, en transigeant avec le personnel non qualifié d'un concessionnaire et souvent en conflit d'intérêts, tout ce volet de rôle conseil et de compétences techniques est complètement évacué puisque ces gens n'ont pas les compétences et connaissances pour guider le consommateur dans l'achat d'un produit d'assurance adapté à ses besoins.

Devoirs et obligations des représentants

Le représentant doit se consacrer principalement à l'exercice de ses activités de représentant.

Les obligations de divulgation imposées à ce dernier sont nombreuses; aussi le représentant doit dévoiler sa rémunération au client lorsqu'il exige des émoluments en vertu de l'article 17 de la LDPSF.

Il doit également divulguer à son client que la société autonome, ou le cabinet pour lequel il agit, a des liens d'affaires avec l'assureur auprès duquel le risque a été placé. Un lien d'affaires signifie tout lien direct ou indirect qu'un assureur peut détenir dans la propriété d'un cabinet ou d'une société autonome.

Comme obligations additionnelles s'appliquant aux représentants en assurance, la plus importante demeure certainement celle qui est prévue à l'article 28 de la LDPSF qui se lit comme suit :

« **28.** Un représentant en assurance doit, avant la conclusion d'un contrat d'assurance, décrire le produit proposé au client en relation avec les besoins identifiés et lui préciser la nature de la garantie offerte.

Exclusions.

Il doit de plus, indiquer clairement au client les exclusions de garantie particulières compte tenu des besoins identifiés, s'il en est, et lui fournir les explications requises sur ces exclusions. »

La LDPSF impose aux représentants de connaître et d'être en mesure d'expliquer les exclusions des différentes garanties offertes, alors que l'Autorité veut permettre aux concessionnaires d'automobiles de vendre sans expertise les garanties de remplacement.

Les questions des consommateurs

Au fil des années, le nombre de consommateurs ayant eu recours aux services de notre Centre d'information sur les assurances afin d'obtenir des éclaircissements sur les garanties de remplacement, a augmenté de façon appréciable. À cet effet, comme le tableau ci-après l'indique, notre centre d'information a reçu en 2005 plus de 647 appels sur la différence entre les produits des assureurs et ceux des concessionnaires, une hausse de plus de 112 % en cinq ans, avec un sommet de 652 appels en 2003. En ce qui concerne les questions sur l'indemnisation des assurés ayant acheté la garantie de remplacement de concessionnaires, le centre d'information du BAC a reçu en 2005 plus de 363 appels sur le sujet, soit une hausse de plus de 195 % en cinq ans. Cette dernière statistique est d'autant plus préoccupante car le consommateur fait alors face à un problème lors de l'indemnisation de son véhicule.

Il est clair que ce produit vendu par les concessionnaires crée de la confusion auprès des assurés québécois, et comme démontré dans le tableau ci-après, cette confusion ne fait que s'aggraver au fil des années.

CENTRE D'INFORMATION SUR LES ASSURANCES				
ANNÉE	Questions sur la différence entre les produits des assureurs et ceux des concessionnaires		Questions sur l'indemnisation des assurés ayant acheté la garantie de remplacement de concessionnaires	
	NOMBRE	Var.	NOMBRE	Var.
2000	273		123	
2001	441	62 %	158	28 %
2002	434	- 1,6 %	186	18 %
2003	652	50 %	247	33 %
2004	579	-11 %	311	26 %
2005	647	12 %	363	17 %

Le consommateur protégé par l'Autorité

L'Autorité des marchés financiers a pour mission⁶ :

- de prêter assistance aux consommateurs de produits et services financiers notamment en établissant des programmes d'éducation en la matière, en assurant le traitement des plaintes des consommateurs et en offrant à ces derniers des services de règlement des différends;
- de veiller à ce que les institutions financières et les autres intervenants du secteur financier respectent les normes de solvabilité qui leur sont applicables et se conforment aux obligations que la loi leur impose, en vue de protéger les intérêts des consommateurs de produits et services financiers, et de prendre toute mesure prévue par la loi;
- d'assurer l'encadrement des activités de distribution de produits et services financiers en appliquant les règles d'admissibilité et d'exercice de ces activités et en prenant toute mesure prévue par la loi;
- d'assurer l'encadrement des activités de Bourse et de compensation et l'encadrement des marchés de valeurs mobilières en exerçant les contrôles prévus par la loi en matière d'accès au marché public des capitaux, en veillant à ce que les émetteurs et les autres intervenants du secteur financier se conforment aux obligations qui leur sont applicables et en prenant toute mesure prévue par la loi;
- de mettre sur pied des programmes de protection et d'indemnisation des consommateurs de produits et services financiers, et de gérer les fonds d'indemnisation prévus par la loi.

[Nos soulignés]

Lorsqu'on lit attentivement la mission de l'Autorité, trois des cinq aspects traitent spécifiquement de la protection des consommateurs de produits financiers. À vrai dire, le consommateur québécois de produits et de services financiers est protégé par l'Autorité parce qu'il est au centre des préoccupations de l'agence d'encadrement.

Non seulement l'Autorité doit protéger le consommateur, mais comme sa mission l'indique, elle doit assurer l'encadrement des activités de distribution de produits et services financiers en appliquant les

⁶ AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS, *Qui sommes-nous*, [En ligne], 2006 [www.lautorite.qc.ca/qui-sommes-nous.fr.html].

règles d'admissibilité et d'exercice de ces activités et en prenant toute mesure prévue par la loi. Or, il est clair, selon nous, que tout produit d'assurance doit être distribué par des représentants certifiés.

La protection du consommateur a toujours été la pierre angulaire de l'Autorité, de plus, les publicités de l'Autorité confirment cette préoccupation. Pourquoi diverger dans ce dossier?

Un besoin à combler

Depuis l'avènement des avenants valeur à neuf à la fin des années 1980, l'industrie de l'assurance de dommages a progressivement élargi de façon responsable, entre autres, la période d'application de un an à quatre ans, ainsi que les véhicules ciblés, et ce, au bénéfice des consommateurs.

Afin de mieux protéger le consommateur, le législateur a cru bon d'uniformiser les polices d'assurance automobile et les avenants s'y afférant. Ce faisant, toute modification ou ajout d'avenant doit passer par un processus encadré et le produit final doit être approuvé par l'Autorité. Encore aujourd'hui, l'industrie de l'assurance automobile a entamé avec l'Autorité, une révision de l'avenant afin de mieux bonifier ce produit.

PARTIE IV RÉPONSES AUX QUESTIONS DE L'AUTORITÉ

Mise en contexte

Les garanties de remplacement

Dans le document de consultation daté de juin 2006, on y mentionne que « Lors d'une consultation écrite tenue en décembre 2004, l'Autorité a proposé, dans le but de mieux protéger les consommateurs, de considérer les garanties de remplacement comme un produit d'assurance devant recevoir son approbation et n'être émis au Québec que par des entreprises titulaires d'un permis d'assureur.

Ce positionnement implique que les entreprises actuellement présentes dans ce marché devront éventuellement cesser d'offrir un tel produit pour leur propre compte ou se qualifier à titre d'assureur. »

Q1 Êtes-vous d'accord avec une telle proposition? Si vous êtes en désaccord, veuillez nous indiquer les motifs de votre désaccord.

Nous sommes en accord avec la proposition visant à considérer les garanties de remplacement comme un produit d'assurance devant recevoir l'approbation de l'Autorité et n'être émis au Québec que par des entreprises titulaires d'un permis d'assureur.

Dans notre économie de libre marché, nous ne pouvons nous opposer à la venue d'un nouvel assureur. Plus il y a d'assureurs qui offrent des produits d'assurance, plus il y a de compétition, et ce, pour le bénéfice du consommateur. Selon nous, si un nouveau joueur intègre le marché et respecte les mêmes règles auxquelles sont soumis les assureurs de dommages, la compétition sera égale et équitable pour tous les membres de l'Industrie.

Étant donné que les garanties de remplacement sont considérées comme des produits d'assurance, toutes les parties impliquées dans leur distribution doivent respecter les règles qui prévalent dans la Loi sur la distribution des produits et services financiers. À cet effet, seules les personnes dûment certifiées et encadrées devraient vendre les produits d'assurance établis selon la loi. Ainsi, lorsqu'un consommateur achètera un produit d'assurance, il sera bien informé du produit qu'il achète, quelles sont les couvertures et quelles en sont les exclusions. Un consommateur a droit à la même qualité d'information lorsqu'il achète n'importe quel produit d'assurance.

La protection des pneus contre les risques routiers

La F.P.Q. n° 1 (selon les couvertures achetées) couvre la majorité des risques inhérents à la possession d'un véhicule. Ces risques, tels les nids-de-poule, sont couverts par le contrat d'assurance standard. Nous ne croyons pas que le morcellement des polices, telle la protection des pneus contre les risques routiers, soit une bonne chose, et ce, pour deux raisons.

Premièrement, du point de vue du consommateur un tel morcellement des protections alimente la confusion chez ce dernier et favorise l'accroissement du coût de ses assurances. Comment le consommateur s'y retrouve-t-il alors qu'une partie de sa couverture d'assurance se trouve chez un assureur de dommages standard, qu'une autre partie chez un concessionnaire ou encore, parfois même, dans les deux contrats?

Deuxièmement, un tel morcellement, c'est donner la possibilité aux concessionnaires d'offrir une foule de produits afférents au contrat d'assurance automobile standard. Nous comprenons que les concessionnaires cherchent toutes sortes de produits dérivés pour engendrer des revenus supplémentaires. Par contre, cette recherche de nouveaux revenus ne doit être faite ni au détriment des consommateurs, ni dans des circonstances propices aux conflits d'intérêts.

La distribution des produits d'assurance par les marchands d'automobiles

La distribution avec représentant

Q2 Serait-il souhaitable que les marchands d'automobiles s'inscrivent à titre de cabinets auprès de l'Autorité?

Les marchands d'automobiles, s'ils respectent les conditions d'inscription et s'ils s'acquittent des nombreux devoirs et autres obligations imposées aux cabinets par la LDPSF et ses règlements, devraient s'inscrire à titre de cabinet et distribuer des produits d'assurance par l'intermédiaire de représentants certifiés.

La LDPSF stipule que pour agir à titre de cabinet, il faut être inscrit auprès de l'Autorité. Or, seule une personne morale avec un établissement au Québec peut s'inscrire auprès de l'Autorité pour agir comme cabinet (articles 71 et 72). L'Autorité inscrit la personne morale qui satisfait aux conditions établies par la LDPSF et ses règlements et qui fournit tous les renseignements et documents afférents aux représentants par l'entremise desquels elle entend exercer ses activités pour chaque discipline de même que tout autre document ou renseignements qui pourraient être exigés par règlement (article 74).

Les conditions qui doivent être remplies par les cabinets désirant s'inscrire auprès de l'Autorité ainsi que les obligations qui leur sont imposées une fois qu'ils sont inscrits se retrouvent dans la LDPSF ainsi que dans les différents règlements adoptés en vertu de cette loi, notamment le Règlement relatif à l'inscription d'un cabinet, d'un représentant autonome et d'une société autonome, le Règlement sur le cabinet, le représentant autonome et la société autonome, le Règlement sur la tenue et la conservation des livres et registres et le Règlement sur les droits et frais exigibles.

Conditions à satisfaire pour s'inscrire

Le Règlement relatif à l'inscription d'un cabinet, d'un représentant autonome et d'une société autonome stipule les documents et autres renseignements qu'une personne morale désirant s'inscrire à titre de cabinet doit fournir à l'Autorité.

Ces documents et autres renseignements comprennent entre autres :

- Son nom et tout autre nom qu'elle entend utiliser au Québec, son adresse principale, de correspondance et électronique, son numéro de téléphone et de télécopieur;
- Les disciplines pour lesquelles elle entend s'inscrire ainsi que les noms et les adresses des représentants par discipline ou catégorie de discipline par l'entremise desquels elle entend exercer ses activités;
- Le nom du dirigeant responsable du principal établissement et de la personne désignée pour agir à titre de correspondant auprès de l'Autorité;
- Une copie du contrat d'assurance démontrant que tout représentant agissant pour le compte de la personne morale sans être à son emploi est couvert par une assurance responsabilité

conforme aux exigences prévues par le Règlement sur l'exercice des activités des représentants;

- Si le dirigeant responsable du principal établissement n'est pas titulaire d'un certificat de l'Autorité, une description de la compétence que possède ce dirigeant pour agir à ce titre et, s'il y a lieu, tout document établissant cette compétence.

Par ailleurs, le cabinet devra également acquitter les frais d'inscription ainsi que la cotisation au fonds d'indemnisation des services financiers qui sont prévus au Règlement sur les droits et les frais exigibles.

Devoirs et obligations des cabinets

Obligations générales

La LDPSF impose aux cabinets et à leurs dirigeants plusieurs obligations notamment celles citées aux articles 84 et suivants. Un cabinet doit agir avec honnêteté et loyauté dans ses relations avec les clients. On y précise également que le cabinet et ses dirigeants doivent agir avec soin et compétence, veiller à la discipline de leurs représentants et employés. De plus, chaque cabinet tient au Québec les dossiers de ses clients en plus de conserver et rendre accessibles les documents et renseignements provenant des représentants (Règlement n° 9 – Règlement sur le cabinet, le représentant autonome et la société autonome, LDPSF (1998, c. 37, a. 196, 223, 1^{er} al. par. 6 à 10; et a. 224) et Règlement n° 10 – Règlement sur la tenue et la conservation des livres et registres, LDPSF (1998, c. 37, a. 223, 1^{er} al., par. 11^o et 12^o)).

Protection des renseignements personnels

Les articles 89 à 94 de la LDPSF ont introduit un régime tout à fait particulier en matière de protection des renseignements personnels. Ce régime est destiné à limiter les échanges de renseignements personnels entre un cabinet et ses représentants. Ces articles se lisent comme suit :

« **89.** À moins d'avoir reçu d'un client le consentement visé à l'article 92, un cabinet inscrit dans une discipline de l'assurance tient, conformément au règlement, ses dossiers d'assurance séparément de ses autres dossiers.

L'obligation de tenir des dossiers séparés ne doit pas être interprétée comme obligeant un cabinet à maintenir des systèmes informatiques distincts.

90. Un cabinet conserve les renseignements qu'il détient sur ses clients pour la période minimale déterminée par règlement.

91. Un cabinet doit s'assurer que ses représentants ne puissent avoir accès qu'aux renseignements nécessaires à l'exercice de leurs activités.

92. Un cabinet ne peut, même s'il possède, le 1^{er} octobre 1999, un consentement d'un client pour utiliser les renseignements qu'il détient sur celui-ci à des fins non pertinentes à l'objet du dossier pour lequel ils ont été recueillis, permettre à un de ses représentants d'avoir accès à ceux-ci que s'il obtient de ce client un consentement particulier à cet effet.

Constitue un consentement particulier, un consentement recueilli dans un formulaire servant uniquement à cette fin, autorisant un cabinet à donner accès à un de ses représentants à des renseignements qu'il détient sur un client.

93. Un cabinet doit, lorsqu'il demande à un client un consentement particulier, lui remettre un avis, rédigé de la façon prévue par règlement de l'Agence, indiquant qu'il a toute liberté pour donner un tel consentement et qu'il peut, en tout temps, le révoquer.

94. Un cabinet ne peut refuser de faire affaire avec un client du seul fait que celui-ci refuse de lui fournir un consentement particulier. »

Autres obligations

Chaque cabinet doit tenir un registre des plaintes reçues des clients et les traiter conformément aux dispositions pertinentes de la LDPSF. Essentiellement, les cabinets doivent :

- Adopter une politique portant sur l'examen des plaintes et des réclamations formulées par des personnes ayant un intérêt dans un produit ou service qu'ils ont fourni ainsi que sur le règlement des différends concernant un produit ou un service qu'ils ont fourni.
- Aviser par écrit et sans délai tout plaignant qu'il peut demander la transmission d'une copie de son dossier de plainte à l'Autorité s'il est insatisfait de l'examen de sa plainte ou du résultat de cet examen.
- Traiter de façon équitable les plaintes de leurs clients.
- Transmettre à la demande d'un client une copie de son dossier de plainte à l'Autorité parce qu'il est insatisfait du traitement de sa plainte ou encore de la réponse que l'assureur ou le cabinet lui a donnée à la suite de l'examen de celle-ci.
- Transmettre annuellement à l'Autorité dans les délais impartis un rapport concernant leur politique d'examen des plaintes et de règlement des différends qui mentionne, entre autres, le nombre et la nature des plaintes qui leur auront été formulées.

La LDPSF ainsi que ses règlements ont pour objectif de protéger le consommateur en imposant à tous les cabinets qui distribuent des produits et services financiers des conditions et des obligations qu'ils doivent respecter.

Q3 Serait-il possible d'encadrer les activités du directeur commercial de façon à éviter les conflits d'intérêts découlant du cumul des fonctions de vendeur ou de locateur et celles de représentant?

Les articles 10 et 19 du Code de déontologie des représentants en assurance de dommages traitent de la notion de conflit d'intérêts.

« 10. Le représentant en assurance de dommages doit éviter de se placer directement ou indirectement dans une situation de conflit d'intérêts. Sans restreindre la généralité de ce qui précède, le représentant est en conflit d'intérêts :

1. lorsque les intérêts en présence sont tels qu'il peut être porté à privilégier certains d'entre eux à ceux de son client ou que son jugement et sa loyauté envers celui-ci peuvent être défavorablement affectés;

2. lorsqu'il obtient un avantage personnel, direct ou indirect, actuel ou éventuel, pour un acte donné.

« 19. Le représentant en assurance de dommages doit en tout temps placer les intérêts des assurés et ceux de tout client éventuel avant les siens ou ceux de tout autre personne ou institution. »

[Nos soulignés]

Par ailleurs, la section 2 du Règlement sur l'exercice des activités des représentants énumère des occupations qui sont incompatibles avec l'exercice des activités de représentants. L'article 3 de ce règlement prévoit :

« 3. Sont incompatibles avec l'exercice des activités d'agent, de courtier en assurance de dommages ou d'expert en sinistre :

1. la profession de vendeur, de locateur ou de réparateur de véhicules routiers et de véhicules hors route ou d'embarcations ».

Malgré que le Code de déontologie impose aux représentants le devoir d'éviter de se placer en situation de conflit d'intérêts et l'obligation de placer les intérêts du client avant les leurs, il serait difficile d'encadrer les actions du directeur commercial de façon à éviter les conflits d'intérêts. De plus, le Règlement sur l'exercice des activités des représentants prévoit de façon spécifique qu'il y a incompatibilité, il n'est donc pas opportun de chercher à déterminer comment éviter les conflits d'intérêts.

Nous réitérons que la LDPSF et la réglementation afférente ont été édictées pour veiller spécifiquement à **la protection du public** en ce qui concerne la distribution de produits et services financiers au Québec. Si le règlement prévoit des fonctions incompatibles, c'est qu'on a dû considérer que le consommateur serait ainsi mieux protégé.

Le directeur commercial ne pourrait donc pas cumuler les fonctions de vendeur ou de locateur et celles de représentant en assurance de dommages puisqu'il s'agit d'occupations incompatibles au sens de l'article 3 du Règlement sur l'exercice des activités des représentants. Afin de se conformer audit règlement, les fonctions de vendeur ou de locateur et celles de représentant en assurance de dommages doivent donc être occupées par des personnes distinctes.

Est-ce que le fait que le directeur commercial est vendeur d'un produit qui est accessoire au véhicule routier serait également incompatible? Il est essentiel d'interpréter largement la notion de vendeur de véhicule routier pour atteindre l'objectif de protection du public de la Loi et de ses règlements. Nous considérons donc qu'il est également incompatible avec les fonctions de représentant en assurances de vendre des produits accessoires au véhicule routier.

Q4 Quelles mesures pourraient être prises pour éviter que survienne une vente liée à l'occasion de l'octroi d'un prêt automobile?

Dans un premier temps, il faut se demander si un représentant en assurances pourrait dans le cadre de ses fonctions exercer des activités reliées à l'octroi de prêts automobiles (article 29 de la LDPSF qui interdit à un représentant en assurances d'être assigné aux opérations de crédit).

Nous avons déjà conclu précédemment que les fonctions de vendeur, locateur ou réparateur de véhicules routiers sont incompatibles avec les fonctions de représentant en assurance de dommages en vertu de l'article 3 du Règlement sur l'exercice des activités des représentants. Or, même si une fonction n'est pas incompatible avec l'exercice des activités de représentant, ce dernier demeure toutefois tenu de se conformer aux dispositions du Code de déontologie des représentants en assurance de dommages portant sur le conflit d'intérêts ainsi qu'à l'obligation de « de se consacrer principalement à l'exercice de ses activités de représentant, à des activités administratives au sein d'un cabinet... ou à d'autres activités liées au domaine des services financiers » prévue à l'article 4 de ce même Règlement.

Le représentant en assurance de dommages qui vend un produit d'assurance et qui exerce des fonctions reliées à l'octroi de prêts automobiles se trouve-t-il en situation de conflit d'intérêts? Ce représentant se consacre-t-il principalement à l'exercice de ses activités de représentant?

La LDPSF définit ainsi l'agent et le courtier en assurance de dommages :

« 5. L'agent en assurance de dommages est la personne physique qui offre directement au public, pour le compte d'un cabinet qui est un assureur ou qui est lié par contrat d'exclusivité avec un seul assureur de dommages, des produits d'assurance de dommages. Il agit également comme conseiller en assurance de dommages.

6. Le courtier en assurance de dommages est la personne physique qui offre directement au public un choix de différents produits d'assurance de dommages de plusieurs assureurs ou qui offre à un cabinet, à un représentant autonome ou à une société autonome des produits d'assurance de dommages d'un ou de plusieurs assureurs. Il agit également comme conseiller en assurance de dommages. »

[Nos soulignés]

Par ailleurs, si on considère que le représentant en assurance de dommages peut exercer des fonctions reliées à l'octroi de prêts automobiles malgré les dispositions invoquées ci-dessus, la LDPSF adresse la problématique des ventes liées aux articles 18 à 22 qui sont repris intégralement ci-dessous :

« 18. Un représentant ne peut assujettir la conclusion d'un contrat à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance.

Il ne peut exercer de pressions indues sur le client ou employer des manoeuvres dolosives pour l'inciter à se procurer un produit ou un service financier.

19. Un représentant qui, à l'occasion de la conclusion d'un contrat, amène un client à conclure un contrat d'assurance doit lui remettre un avis, rédigé de la façon prévue par règlement de l'Autorité, lui indiquant qu'il peut, dans les 10 jours de la signature de ce contrat d'assurance, le résoudre.

20. Un client peut, par avis transmis par courrier recommandé ou certifié, résoudre, dans les 10 jours de sa signature, un contrat d'assurance signé à l'occasion de la conclusion d'un autre contrat.

En cas de résolution de ce contrat d'assurance, le premier contrat conserve tous ses effets.

21. Un contrat ne peut contenir de dispositions en permettant la modification dans l'éventualité où un client résoudrait ou résilierait un contrat d'assurance conclu à la même occasion.

Toutefois, un tel contrat peut prévoir que le client perd pour le reste du terme les conditions plus favorables qui lui sont consenties du fait de la conclusion de plus d'un contrat si le client résout ou résilie avant terme le contrat d'assurance.

22. Un représentant, une institution financière, un cabinet ou une entreprise finançant l'achat d'un bien ou d'un service et qui exige que le débiteur souscrive une assurance pour garantir le remboursement du prêt doit lui remettre un avis, rédigé de la façon prévue par règlement de l'Autorité, l'informant qu'il a la faculté de prendre l'assurance auprès de l'assureur et du représentant de son choix pourvu que l'assurance souscrite soit à la satisfaction du créancier qui ne peut la refuser sans motifs raisonnables. Ils ne

peuvent assujettir la conclusion d'un contrat de crédit à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance avec un assureur qu'ils indiquent.

Un contrat de crédit ne peut stipuler qu'il est conclu sous la condition que le contrat d'assurance pris auprès d'un tel assureur demeure en vigueur jusqu'à l'échéance du terme ni que la fin d'une telle assurance fait encourir au débiteur la déchéance du terme. Un débiteur n'encourt pas la déchéance de ses droits en vertu du contrat de crédit lorsqu'il résout ou résilie ce contrat d'assurance ou met fin à son adhésion pourvu qu'il ait alors souscrit une assurance auprès d'un autre assureur qui soit à la satisfaction du créancier qui ne peut la refuser sans motifs raisonnables. »

[Nos soulignés]

Les règles prévues à la LDPSF et aux règlements, incluant celles se rapportant aux ventes liées, doivent s'appliquer pareillement à tous les cabinets et à tous les représentants par l'entremise desquels le cabinet exerce ses activités.

Par conséquent, le marchand d'automobiles devra exercer ses activités par l'entremise d'un ou de plusieurs représentants dûment certifiés et, ceux-ci devront respecter les dispositions prévues à la LDPSF et à ses règlements.

Afin d'appliquer les articles 18 à 22 au contexte de la présente question, il serait donc interdit d'assujettir la conclusion du contrat relatif à l'octroi du prêt automobile à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance. Le représentant ne pourra exercer des pressions indues sur le client ou utiliser des manoeuvres dolosives pour l'inciter à se procurer le produit financier (ex. : utiliser des façons de faire au moment de la vente laissant croire au consommateur qu'il est forcé d'acheter la garantie de remplacement offerte par le marchand d'automobiles afin d'obtenir le financement qu'il désire sur son véhicule). Le représentant devra remettre au client, un avis l'informant qu'il peut résoudre le contrat d'assurance dans les 10 jours de sa signature. Le contrat relatif à l'octroi du prêt automobile ne pourra contenir de dispositions permettant sa modification dans l'éventualité où le client résilierait le contrat d'assurance souscrit à la même occasion. Enfin, le contrat de crédit ne peut stipuler qu'il est conclu à la condition que le contrat d'assurance demeure en vigueur jusqu'à l'échéance du terme ou que la fin de l'assurance fait encourir au débiteur la déchéance du terme.

Actuellement, le fait qu'un consommateur puisse résilier le contrat de garantie de remplacement dans les 10 jours suivant sa signature, des informations et des questionnements provenant des consommateurs révèlent que certains sont inconfortables de le faire. Pour certains consommateurs, le fait de résilier cette garantie est synonyme de perte d'argent et de plus, il existe des craintes à l'effet que cette résiliation pourrait influencer la qualité de service qu'ils sont en droit de s'attendre suite à l'achat de leur automobile.

- Q5** Est-ce que le directeur commercial serait en mesure de se conformer aux exigences de formation tant en assurance de dommages qu'en assurance de personnes et de satisfaire ultérieurement aux règles relatives à la formation continue obligatoire élaborées par la Chambre de la sécurité financière (CSF) et la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD)?

Les règles prévues à la LDPSF et aux règlements, incluant celles se rapportant à la formation minimale dans le Règlement relatif à la délivrance et au renouvellement du certificat de représentant et celles relatives à la formation continue obligatoire dans les Règlements sur la formation continue obligatoire de chacune des Chambres, doivent s'appliquer pareillement à tous les représentants.

Tous les représentants en assurance doivent satisfaire aux règles de formation pour chacune des disciplines pour lesquelles ils sont certifiés afin d'obtenir et de renouveler leurs certificats.

- Q6** Le directeur commercial consacra-t-il principalement son temps à l'exercice des activités de représentant, à des activités administratives au sein du cabinet ou à d'autres activités liées au domaine des services financiers?

L'article 4 du Règlement sur l'exercice des activités des représentants prévoit l'obligation de « se consacrer principalement à l'exercice de ses activités de représentant, à des activités administratives au sein d'un cabinet... ou à d'autres activités liées au domaine des services financiers ». [Nos soulignés]

L'expression « se consacrer principalement à l'exercice de ses activités de représentant » est large et porte à interprétation. Différents éléments peuvent être considérés afin de déterminer si un représentant certifié en assurance se consacre principalement à ses activités de représentant. Ces facteurs peuvent comprendre entre autres, le temps consacré à chacune de ses fonctions et le revenu qu'il tire de chacune des fonctions. Puisque le directeur commercial ne peut exercer les fonctions de représentant en assurances pour les motifs exprimés dans les pages précédentes, celles-ci doivent nécessairement être exercées par une personne distincte du directeur commercial. Par conséquent, le représentant en assurances consacra principalement son temps à l'exercice des activités de représentant alors que le directeur commercial exercera les fonctions de vendeur.

La distribution sans représentant

- Q7** En raison de la multiplicité des produits d'assurance pouvant être offerts par les marchands d'automobiles, serait-il plus opportun qu'un meilleur encadrement et qu'une formation minimale soient exigés?

Les différentes méthodes de distribution prévues par la LDPSF sont déjà très difficiles à suivre et à comprendre pour les consommateurs. En effet, ces derniers ne distinguent pas entre assureurs, courtiers et représentants et les produits d'assurance sont très complexes. L'introduction d'une nouvelle méthode de distribution ne ferait qu'augmenter l'état de confusion chez les consommateurs.

Le mode de distribution par cabinets et représentants certifiés exerçant leurs activités par l'entremise de représentants dûment certifiés, offre aux consommateurs diverses protections additionnelles que l'on ne retrouve pas dans le mode de distribution par distributeurs titulaires de certificats restreints.

Entre autres, les cabinets doivent souscrire une assurance pour couvrir leur responsabilité ainsi que celle de tous les représentants par l'entremise desquels ils exercent leurs activités. Les cabinets cotisent également au fonds d'indemnisation des services financiers dont le rôle est de payer des indemnités aux victimes de fraude, de manoeuvres dolosives ou de détournement de fonds dont est responsable un cabinet.

Outre ces obligations, les cabinets ont également les devoirs et responsabilités énumérées ci-dessous :

- Responsable du préjudice causé à un client pour toute faute d'un représentant dans l'exécution de ses fonctions (article 80 de la LDPSF);

- Le cabinet et ses dirigeants ont le devoir d'agir avec honnêteté et loyauté dans leurs relations avec leurs clients et devoir d'agir avec soin et compétence (article 84 de la LDPSF);
- Le cabinet et ses dirigeants ont le devoir de veiller à la discipline de leurs représentants et de s'assurer que ces derniers agissent conformément à la Loi et à ses règlements (article 85 de la LDPSF);
- Devoir de veiller à ce que ses dirigeants et employés agissent conformément à la Loi et à ses règlements (article 86 de la LDPSF).

Enfin, les représentants, par l'entremise desquels les cabinets exercent leurs activités, ont également divers devoirs et obligations dont l'objectif est la protection des consommateurs. Ces devoirs et obligations comprennent notamment :

- L'obligation de se conformer au Code de déontologie des représentants de la Chambre de l'assurance de dommages;
- L'obligation de détenir une assurance pour couvrir sa responsabilité;
- Le devoir d'agir avec honnêteté et loyauté, compétence et professionnalisme (article 16 de la LDPSF);
- Le devoir de décrire le produit d'assurance ainsi que ses exclusions (article 28 de la LDPSF);
- Lors du renouvellement du contrat d'assurance, l'obligation de s'assurer que la garantie offerte réponde aux besoins du client (article 39 de la LDPSF);
- L'obligation de suivre de la formation continue obligatoire afin de pouvoir procéder au renouvellement de son certificat de représentant.

Étant donné la protection accrue afférente au mode de distribution par cabinets et représentants dûment certifiés, nous considérons inacceptable de permettre la distribution sans représentant ou la distribution par titulaires de certificats restreints.

Compétition déloyale

Les obligations et les coûts imposés par la LDPSF aux représentants certifiés par rapport à ceux associés à la distribution sans représentant feront en sorte qu'il sera déloyal de les mettre tous les deux en compétition, d'autant plus que le fardeau des explications aux consommateurs sur les différences entre le produit vendu par le concessionnaire et l'avenant valeur à neuf, reposera principalement sur le représentant certifié qui transige le contrat d'assurance automobile primaire du consommateur.

Nous reproduisons ici un extrait du *Journal des débats* de la Commission des finances publiques qui a siégé en 1998 pour étudier le projet de loi 188, Loi sur la distribution des produits et services financiers, alors qu'un député a ouvertement admis qu'il utilisait les informations personnelles des clients afin de lui offrir des produits d'assurance alors que la loi est claire que les renseignements personnels ne peuvent être utilisés à d'autres fins que celles pour lesquelles ils ont été recueillis.

« Moi, je me souviens, pour avoir été, avant d'être député, dans l'entreprise privée. J'étais dans un domaine qui n'était pas l'assurance mais qui était la location automobile, le leasing. Lorsque mes vendeurs, l'entreprise louait une voiture à une compagnie, après avoir fait l'étude de crédit du consommateur, nous pouvions non seulement proposer de louer la voiture mais proposer l'assurance qui venait avec. Et nous avions toute l'information. C'était très facile pour les vendeurs, pour nous, de dire : Voilà, en plus de ton paiement mensuel, pour 30 \$ de plus par mois, ou 35 \$, on va te mettre l'assurance. Connaissant la position financière du citoyen, du consommateur, c'était facile pour nous de voir jusqu'à quel point on pouvait monter le prix. Très souvent, on faisait, par ce

biais-là, un démarchage privilégié parce qu'on avait l'information et aussi nous avons le pouvoir au départ⁷. » [Nos soulignés]

En permettant la vente de la nouvelle F.P.Q. par des représentants non certifiés, le consommateur ne sera pas protégé.

Q8 Si oui, quelle formation minimale devrait être requise du directeur commercial affecté par le marchand d'automobiles à la vente de produits d'assurance?

En fonction des réponses fournies aux questions précédentes, il n'est pas opportun de répondre à cette question puisque nous soutenons que la distribution de produits d'assurance devrait être faite par une personne dûment qualifiée et certifiée et non pas par un simple distributeur.

La divulgation de la rémunération versée par un assureur à un marchand d'automobiles

Q9 De quelle façon devrait être faite la divulgation de la rémunération lorsqu'elle excède 30 % du coût du produit ou lorsque le marchand d'automobiles offre plus d'un produit d'assurance, et ce, afin de s'assurer que cette rémunération a effectivement été portée à la connaissance du client? Devrait-on exiger que cette divulgation soit faite avant la vente du produit et par écrit?

En fonction des réponses fournies aux questions précédentes, il n'est pas opportun de répondre à cette question puisque nous soutenons que la distribution de produits d'assurance devrait être faite par une personne dûment qualifiée et certifiée et non pas par un simple distributeur.

L'encadrement des administrateurs de produits d'assurance offerts par l'entremise des marchands d'automobiles

Les questions 10 à 13 du document de consultation concernent l'encadrement des administrateurs de produits d'assurance offerts par l'entremise des marchands d'automobiles. Comme ces questions ne touchent pas les assureurs de dommages, elles ne sont donc pas abordées dans le présent mémoire.

⁷ COMMISSION DES FINANCES PUBLIQUES, *Journal des débats, Étude détaillée du projet de loi 188*, Les travaux parlementaires, 35^e législature, 2^e session, 11 juin 1998.

CONCLUSION

Le BAC tient à remercier l'Autorité de l'opportunité de pouvoir commenter le document sur la Consultation relative à la distribution de produits d'assurance par les concessionnaires et autres marchands d'automobiles.

À cet effet, le BAC considère que tout produit d'assurance doit être vendu par des gens certifiés afin d'offrir les services et les conseils auxquels les consommateurs sont en droit de s'attendre. De plus, nous soutenons que si ces produits sont vendus chez les concessionnaires d'automobiles, ils devraient l'être par des représentants certifiés dans le respect des différentes lois et règlements actuels, et ce, par une personne différente du directeur commercial.