

3.1

Avis et communiqués

3.1 AVIS ET COMMUNIQUÉS

Avis relatif à l'application du Règlement sur les modes alternatifs de distribution

Le présent avis s'adresse à tous les cabinets et les sociétés autonomes qui offrent des produits et services financiers sans l'entremise d'une personne physique (« offre par Internet ») et à tous les assureurs qui offrent des produits d'assurance par l'entremise d'un distributeur (« distribution sans représentant »).

Il vise à expliquer la façon dont l'Autorité des marchés financiers (l'« Autorité ») entend appliquer certaines dispositions du *Règlement sur les modes alternatifs de distribution* (le « Règlement »), pris en vertu de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, RLRQ, c. D-9.2 (la « LDPSF ») et de la *Loi sur les assureurs*, L.Q. 2018, c.23, a. 3 (la « LA »). Sauf exception, les dispositions de ce règlement entreront en vigueur le 13 juin 2019.

Il reprend, dans l'ordre où elles ont été présentées, les explications données par l'Autorité lors de la publication pour consultation du projet de règlement sur les modes alternatifs de distribution et met en évidence les changements effectués à la suite de cette consultation.

I. Offre de produits et de services financiers par Internet

1. Contexte

La LA et la LDPSF contiennent de nouvelles dispositions, qui entrent en vigueur le 13 juin 2019 et qui clarifient l'encadrement de l'offre par Internet. La LA édicte que l'assureur traite avec son client soit par l'intermédiaire d'une personne physique, qui est un représentant ou un distributeur dans les cas permis au titre VIII de la LDPSF, soit par Internet. La LDPSF permet au cabinet d'offrir des produits et services sans l'entremise d'une personne physique.

Le Règlement précise qu'un cabinet agissant ainsi le fasse par l'entremise d'un espace numérique, tels un site Internet ou une application mobile, qui respecte les exigences prévues au Règlement.

2. Personnes visées

Conformément à l'article 70 de la LDPSF, la personne morale qui offre des produits et services financiers agit comme cabinet. Ainsi, à l'exception du distributeur visé au titre VIII de la LDPSF, toute personne morale qui offre un produit ou un service financier par Internet, incluant un assureur, doit être inscrite à titre de cabinet.

La LDPSF permet par ailleurs à tout cabinet d'offrir un produit ou un service financier par Internet, dans la mesure où l'offre s'effectue dans une discipline dans laquelle le cabinet est inscrit.

Le Règlement vise tous les cabinets qui, par l'entremise d'un espace numérique, permettent la conclusion d'un contrat en assurance, ou encore, l'obtention d'un service en planification financière ou en expertise en règlement de sinistres. À l'exception des dispositions portant spécifiquement sur l'offre de produits d'assurance (les articles 9 à 12, 14 al. 1 (2°) b) et 14 al. 2 du Règlement), les exigences prévues au chapitre II du Règlement sont applicables à tous les cabinets, peu importe la discipline.

Les obligations prévues au Règlement sont par ailleurs applicables, avec les adaptations nécessaires, à la société autonome.

L'adhésion à un contrat collectif d'assurance, de rentes ou de régime de retraite par l'entremise d'un espace numérique n'est pas visée par le Règlement. L'assureur demeure responsable de veiller à ce que

l'adhérent soit informé en temps utile des renseignements qui lui sont nécessaires à une prise de décision éclairée et à l'exécution du contrat, conformément à l'article 62 de la LA.

Seuls les cabinets dont l'espace numérique permet la conclusion du contrat (les sites transactionnels) sont soumis aux obligations prévues au Règlement. Ainsi, un cabinet qui dirige le client vers un autre cabinet ou un cabinet dont le processus d'offre commence par Internet, mais implique systématiquement l'intervention d'un représentant pour conclure la transaction n'est pas visé par le Règlement. Un cabinet dont le modèle d'affaires permet la conclusion par Internet ou par l'entremise d'un représentant y est quant à lui assujéti. Ainsi, dès que le cabinet permet, via son espace numérique, la conclusion d'un contrat, il doit respecter le Règlement.

2.1 Sites de comparaison

L'Autorité est d'avis que la plupart des sites de comparaison et autres entreprises présentes sur Internet qui dirigent le client vers le site d'un cabinet pour conclure un contrat d'assurance doivent être inscrits à titre de cabinets, même lorsque leurs sites ne sont pas transactionnels. C'est le cas lorsque ces personnes reçoivent une rémunération en fonction de la vente d'un produit d'assurance ou de la fourniture d'un service financier.

C'est aussi le cas lorsqu'elles se présentent comme un cabinet ou qu'elles donnent du conseil sur un produit et que la personne à qui elle réfère le client pour l'achat de ce produit les rémunère, de façon directe ou indirecte.

La collecte de renseignements sur les clients, à elle seule, ne déclenche cependant pas l'obligation de s'inscrire à titre de cabinet. Par ailleurs, peu importe sur quel espace numérique le client a amorcé sa démarche, celui qui lui vend un produit d'assurance doit s'assurer que ce dernier lui convient.

Au surplus, l'Autorité est d'avis qu'il appartient au cabinet de s'assurer que toute personne avec qui il a une entente d'indication de clients respecte les lois applicables et n'induit pas le client en erreur quant à l'étendue de son offre.

3. Intervention d'un représentant

La LDPSF autorise un cabinet à permettre à un client qui le désire de conclure un contrat par Internet sans qu'un représentant intervienne. Le cabinet doit néanmoins prendre les moyens nécessaires à ce que des représentants, rattachés au cabinet et autorisés à agir dans la discipline requise pour offrir le produit ou le service en question, agissent en temps utile auprès des clients qui en expriment le besoin.

Le troisième alinéa de l'article 14 du Règlement prévoit l'obligation pour le cabinet de suspendre, dans certaines situations, la conclusion d'un contrat par l'entremise de l'espace numérique lorsque le client exprime le besoin d'interagir avec un représentant et que celui-ci n'est pas immédiatement disponible. Le cabinet pourra identifier ces situations, en fonction par exemple du type de produits, du type de clients, du moment de la sollicitation de l'intervention du représentant, etc. Le cabinet pourrait bien entendu choisir de rendre des représentants disponibles en tout temps.

4. Autres obligations réglementaires

Il importe de préciser que les obligations prévues au chapitre II du Règlement s'ajoutent à celles déjà applicables à un cabinet conformément à la LDPSF et ses règlements.

Tel que mentionné à l'article 86.0.1 de la LDPSF, le cabinet qui offre un produit ou un service financier par Internet doit respecter des obligations applicables à un représentant.

Le cabinet qui offre des produits d'assurance par Internet doit notamment conseiller adéquatement le client comme s'il était un représentant. Il doit donc, par l'entremise de son espace numérique, s'enquérir

de la situation de son client afin d'identifier ses besoins et, le cas échéant, s'assurer que le produit qu'il lui offre lui convient. Dans tous les cas, le cabinet, comme un représentant, demeurera responsable de la fiabilité des renseignements nécessaires pour satisfaire cette obligation.

L'article 7 du Règlement oblige le cabinet offrant un produit ou un service par Internet à fournir, par l'entremise de son espace numérique, certains renseignements et documents spécifiques qu'un représentant doit fournir conformément à la LDPSF et aux règlements y afférents. Ceci inclut, par exemple, les exigences concernant la remise des renseignements recueillis pour l'analyse des besoins et la divulgation des liens d'affaires.

Le deuxième alinéa de l'article 14 du Règlement prévoit spécifiquement qu'un cabinet qui n'est pas en mesure de respecter les règles en matière de remplacement d'un produit d'assurance doit interrompre une transaction susceptible de remplacer un contrat existant.

5. Produits offerts

L'Autorité est d'avis que les exigences du Règlement permettent d'assurer une protection adéquate des consommateurs, combinée à un développement ordonné du marché, sans limiter les produits pouvant être offerts par Internet. En effet, les cabinets doivent mettre en place des processus d'offre par Internet, qui permettent de respecter leurs obligations légales et réglementaires, indépendamment du produit offert.

La LDPSF et la LA ne prévoient d'ailleurs pas une telle limitation quant aux produits offerts. La LA donne à l'Autorité le pouvoir d'ordonner à un assureur autorisé de cesser de distribuer par Internet les contrats qu'elle détermine. L'Autorité pourrait utiliser également les recours prévus en vertu de la LDSPF à l'encontre d'un cabinet qui contreviendrait au Règlement.

Les cabinets devront s'assurer que la vente par Internet est adaptée aux produits offerts et qu'elle répond aux besoins du client. Dans le cadre de ses activités, l'Autorité veillera à ce que les moyens déployés par les cabinets soient conséquents avec les types de produits offerts par Internet.

6. Renseignements à fournir à l'Autorité des marchés financiers

Tout cabinet qui offre un produit ou un service financier par Internet doit en informer l'Autorité sans délai. Les tribunaux interprètent généralement sans délai comme signifiant immédiatement. Ceci dit, en cas de contrainte hors du contrôle du cabinet, cela signifie le plus rapidement possible. Un formulaire prévu à cet effet est disponible sur le site Internet de l'Autorité. La personne morale qui souhaite devenir un cabinet doit d'abord s'inscrire à titre de cabinet et ensuite divulguer qu'elle offre par Internet. Les divulgations annuelles requises doivent être effectuées par l'entremise de la demande de maintien d'inscription du cabinet. Outre le volume de transactions, l'article 5 du Règlement exige que le cabinet divulgue annuellement à l'Autorité le nombre de cas de résolution d'un contrat d'assurance conclu par Internet.

7. Renseignements à fournir au client

7.1 Présentation des renseignements

Lorsque le client transige par Internet, il prend une décision à l'égard du produit ou du service financier offert sur la base des renseignements qui lui sont présentés par le cabinet, par l'entremise de l'espace numérique. Le Règlement précise donc que ces renseignements doivent être présentés dans une forme claire, lisible, précise et non trompeuse, de manière à mettre en évidence les éléments essentiels à une prise de décision éclairée quant au produit ou au service offert et de façon à ne pas porter à confusion ni à induire en erreur.

7.2 Renseignements accessibles pour le client

Afin de permettre leur repérage aisément par le client, le Règlement prévoit que certains renseignements doivent être aisément accessibles sur l'espace numérique, notamment les renseignements relatifs à l'identification du cabinet, à la validation de son inscription auprès de l'Autorité et à la formulation d'une plainte. L'exigence qu'un représentant du cabinet puisse agir en temps utile auprès du client qui en exprime le besoin est un élément clé du cadre de protection des consommateurs; le moyen d'interagir avec un représentant doit donc être visible en tout temps.

7.3 Divulgations liées à l'offre d'un produit d'assurance

Le Règlement prévoit que certains éléments doivent être portés à la connaissance du client avant la conclusion d'un contrat d'assurance. Un cabinet doit par l'entremise de son espace numérique fournir tous les renseignements requis, indépendamment des renseignements qui pourraient être fournis par un représentant qui interviendrait de façon ponctuelle pendant la transaction ou qui finaliserait la transaction avec le client, lorsque le cabinet offre cette alternative. En cohérence avec l'article 28 de la LDPSF, le cabinet doit présenter les garanties, exclusions et limitations qui sont en relation avec les besoins identifiés.

7.4 Spécimen de la police

Le représentant a généralement en sa possession les spécimens des polices qu'il offre et peut y référer pour donner des précisions additionnelles au client. De la même manière, l'article 10 du Règlement exige donc que soit aisément accessible un spécimen de la police pour chaque produit offert par un cabinet par l'entremise de son espace numérique ainsi que des avenants disponibles, le cas échéant.

Conformément à l'article 38 du Règlement, les cabinets bénéficient d'une période transitoire d'un an, à compter du 13 juin 2019, pour se conformer à cette obligation.

7.5 Validation du consentement

Afin d'éviter de potentielles erreurs et de s'assurer de la validité du consentement du client, l'article 11 du Règlement exige que le cabinet présente au client, immédiatement avant la conclusion du contrat, un récapitulatif des renseignements qui ont servi à déterminer ses besoins et à compléter la proposition. Il doit également donner accès au client à un récapitulatif des options et des modalités que le client a choisies relativement au produit qu'il s'apprête à acquérir, notamment le moment où la garantie entrera en vigueur. Ainsi, le client pourra valider ces renseignements et les corriger, au besoin, avant de finaliser la transaction.

7.6 Post conclusion de la transaction

Dès que le client a franchi l'étape finale de souscrire au produit, le cabinet doit lui confirmer qu'une telle transaction a été réalisée et, lorsqu'applicable, lui remettre l'assurance provisoire.

Le cabinet doit également, conformément à l'article 12 du Règlement, l'informer du droit de résolution prévu à l'article 20 de la LDPSF, lorsqu'applicable. Il doit également informer le client du droit de résolution prévu à l'article 64 de la LA et lui fournir l'avis de résolution prévu à l'Annexe 1 du Règlement. Il importe de rappeler que l'article 64 de la LA crée un droit de résolution de 10 jours uniquement lorsqu'aucun représentant n'agissait auprès du client au moment de la conclusion du contrat. Ainsi, le droit de résolution n'est pas applicable lorsque la transaction est conclue avec un représentant, même si le processus a débuté par l'entremise d'un espace numérique.

Le cabinet doit également indiquer au client comment accéder à la police. Ainsi, ce document pourrait être transmis directement via l'espace numérique du cabinet ou rendu disponible à une adresse à laquelle le client indique accepter de recevoir le document.

8. Conception, fonctionnement et contrôle de l'espace numérique

L'espace numérique utilisé par un cabinet pour offrir par Internet doit assurer une protection adéquate des consommateurs et ce cabinet doit mettre en place des mesures afin de mitiger les risques associés à l'automatisation de processus.

Dans ce contexte, le Règlement prévoit des exigences applicables au cabinet quant à la conception, au fonctionnement et au contrôle de l'espace numérique. Il établit les exigences minimales de l'espace numérique et requiert que le cabinet adopte une procédure décrivant la conception, le fonctionnement et les mesures de contrôle de son espace numérique. *Les cabinets bénéficient d'une période transitoire d'un an pour se conformer à cette exigence d'adoption d'une procédure.*

La conception, le fonctionnement et le contrôle de l'espace numérique du cabinet doivent atteindre les objectifs décrits dans le Règlement. Le cabinet doit notamment requérir du client une action à chaque fois qu'une confirmation ou un consentement est requis. Cela peut être le cas lorsque le client doit confirmer l'exactitude de champs préremplis ou consentir à ce que des renseignements sur lui soient obtenus auprès d'un tiers. L'espace numérique doit également détecter lorsqu'une contradiction ou une irrégularité dans les renseignements fournis par le client peut mener à un résultat inapproprié ou lorsque le client ne répond pas aux critères d'admissibilité du produit. Lorsque nécessaire, la transaction doit dans ces cas être suspendue ou arrêtée.

La traçabilité des transactions est un élément essentiel pour assurer la protection des consommateurs. Les renseignements que doit consigner le cabinet au dossier client doivent permettre de retracer le processus complet suivi par le client et comprendre les interactions avec un représentant, le cas échéant. L'Autorité est d'avis que ces renseignements seront indispensables, notamment pour départager la responsabilité du représentant à l'égard d'une transaction donnée.

Des indications plus précises sur les attentes de l'Autorité et sur les bonnes pratiques en matière de gouvernance des outils technologiques pourraient être publiées ultérieurement.

II. Distribution sans représentant

1. Renseignements à fournir à l'Autorité

L'Autorité doit bien connaître les pratiques du marché afin d'assumer pleinement son rôle de surveillance et de développement réglementaire. Elle exige donc que l'assureur lui transmette, pour chaque produit offert par le mode de la distribution sans représentant, une divulgation initiale et une divulgation annuelle contenant les renseignements prescrits.

L'assureur doit informer l'Autorité dans un délai de trente jours d'un changement aux renseignements prescrits par le Règlement qui ont été fournis initialement. Il doit par ailleurs aviser l'Autorité sans délai de modifications à la liste de distributeurs, conformément à l'article 66 de la LA. Il doit également informer l'Autorité du motif de la fin d'un engagement avec un distributeur.

2. Renseignements à fournir au client

Le régime de la distribution sans représentant repose sur la transmission d'une information adéquate, précise et complète au client.

Le Règlement prévoit une divulgation de renseignements répartie sur plus d'un document. Les éléments propres au contexte de la distribution sans représentant sont mis en évidence dans une fiche de renseignements dont le contenu est prescrit par l'Autorité. Les renseignements sur le produit offert, permettant au client de prendre une décision éclairée quant à ce produit, sont présentés au client, quant à eux, dans un sommaire conçu par l'assureur.

L'assureur doit veiller à ce que le distributeur remette au client la fiche de renseignements et le sommaire. Le Règlement prévoit les modalités de remise de ces documents lorsque l'offre s'effectue à distance, par exemple au téléphone.

Conformément à l'article 37 du Règlement, les assureurs qui ont déposé avant le 13 juin 2019 un guide de distribution auprès de l'Autorité peuvent continuer à l'utiliser durant l'année suivant l'entrée en vigueur du Règlement. Pendant cette période, la remise de ce guide équivaut à la remise de la fiche de renseignements et du sommaire et le guide doit être accessible sur le site Internet de l'assureur. Les assureurs dont les distributeurs remettent déjà une fiche de renseignements doivent par ailleurs continuer à en exiger la remise pendant la période transitoire d'un an.

2.1 Fiche de renseignements

Le contenu de la fiche de renseignements cible des éléments ayant trait à des obligations prévues à la LDPSF, telle la divulgation de la rémunération reçue par le distributeur, ou qui répondent à des sources d'insatisfactions récurrentes de consommateurs. Cette fiche ne peut pas être modifiée.

2.2 Sommaire

Le sommaire doit répondre à des exigences en matière de présentation des renseignements et de contenu minimal. Les renseignements à fournir s'apparentent à ceux qui étaient exigés dans un guide de distribution. Cependant, le Règlement permet une plus grande souplesse à l'assureur dans la façon de présenter l'information. L'assureur peut, lorsque nécessaire, référer aux sections pertinentes du contrat afin de ne pas alourdir inutilement le sommaire. Le sommaire doit toutefois mentionner la façon d'accéder au spécimen de la police ou à l'attestation d'assurance sur le site Internet de l'assureur. Le Règlement exige qu'un exemple de formule de calcul de la portion de la prime remboursable en cas de résiliation soit donné au sommaire lorsque la police prévoit une telle formule.

L'assureur doit rendre accessibles un spécimen de la police ou une attestation d'assurance, dans le cas d'une assurance collective, pour chaque produit offert par un distributeur, ainsi que tout avenant disponible. Une période transitoire d'un an est octroyée aux assureurs à cet égard.

L'assureur doit également rendre accessible sur son site Internet le sommaire du produit. L'assureur qui se prévaut de la période transitoire prévue à l'article 37 et qui continue à utiliser un guide de distribution lors de l'année suivant l'entrée en vigueur du Règlement doit rendre ce guide accessible par Internet.

3. Supervision du distributeur

Conformément à l'article 65 de la LA, « l'assureur est responsable des actes visant la souscription d'un contrat d'assurance ou l'adhésion à celui-ci posés par les distributeurs ou les personnes physiques à qui ces derniers confient la tâche de traiter avec des preneurs ou des adhérents. »

À cet effet, le Règlement requiert que l'assureur mette en place des mesures adéquates de supervision, de surveillance et de formation du distributeur.

4. Interdictions

Le Règlement prévoit des interdictions spécifiques aux assureurs qui offrent, par l'entremise de distributeurs, l'assurance de remplacement et l'assurance sur la vie, la santé et la perte d'emploi d'un débiteur. Ces interdictions ciblent des pratiques de rémunération des distributeurs qui nuisent au traitement équitable du consommateur.

5. Distribution sans représentant par Internet

Un assureur qui offre un produit directement par Internet doit respecter les obligations du chapitre II du Règlement. Aussi, l'Autorité rappelle que l'exception prévue à l'article 425 de la LDPSF n'est valable que lorsqu'un assureur distribue un produit d'assurance-voyage par ses employés.

Un assureur pourrait cependant permettre à un distributeur d'offrir ses produits d'assurance en ligne, c'est-à-dire sur le site Internet de ce distributeur. Il appartiendrait alors à l'assureur de veiller à la conformité du site utilisé par son distributeur, notamment en s'assurant que la fiche de renseignements et le sommaire sont remis au client aux moments prévus par règlement. Par ailleurs, les règles applicables aux cabinets qui offrent sans l'entremise d'une personne physique ne sont pas applicables aux distributeurs qui offrent par Internet.

Renseignements additionnels

Des renseignements additionnels peuvent être obtenus au Centre d'information de l'Autorité aux coordonnées suivantes :

Québec : 418 525-0337
Montréal : 514 395-0337
Autres régions : 1 877 525-0337
Télécopieur : 418 647-9963
www.lautorite.qc.ca

Le 15 mai 2019