



AMVOQ  
Association des marchands  
de véhicules d'occasion  
du Québec

Québec, ce 4 mars 2011

L'Autorité des marchés financiers  
**Me Anne-Marie Beaudoin**  
800, Carré Victoria, 22<sup>e</sup> étage  
C.P. 246, Tour de la Bourse  
Montréal, QC H4Z 1G3

**Objet :** Commentaires de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec en regard de la consultation sur la distribution sans représentant

---

Madame,

Notre association a été un peu surprise que l'Autorité lance cette consultation quelques mois à peine après avoir assumé la juridiction sur la garantie de remplacement transformée en assurance de remplacement.

La distribution sans représentant par les marchands de véhicules de l'assurance crédit et de l'assurance de remplacement ne pose pas de problème. Notre association n'a reçu aucune plainte d'aucun consommateur, dirigée soit contre le marchand, soit contre l'assureur, ni n'a eu connaissance de quelque problème que ce soit relatif à l'application des contrats et à l'indemnisation. Il nous apparaît que les consommateurs sont satisfaits tant des produits, des coûts que de la façon de faire des marchands d'automobiles.

Que ce mode de distribution soit perfectible, ça va de soi. Il y a toujours des améliorations à apporter à un système ou à un produit, mais de là à ce qu'ils soient remaniés dans certains éléments essentiels, il y a une marge. À notre sens, il faudrait que l'Autorité nous fasse la démonstration que la protection des usagers et des acheteurs impose cette transformation et cette démonstration est loin d'être faite en l'absence d'évidence de dysfonctionnement mis en lumière par les plaintes ou les doléances de consommateurs.

## **Guide de distribution**

Que tous les éléments essentiels du contrat soient clairement accessibles et définis pour le consommateur ou l'acquéreur, ça va de soi. L'étendue des couvertures, les conditions, les exclusions doivent être facilement accessibles et compréhensibles pour l'acquéreur du produit. Un document de quelques pages rédigé en langage clair suffit. Il serait intéressant que le guide puisse être consulté sur le site de l'AMF. Sur le site de chaque marchand, il pourrait même y avoir un hyperlien pour accéder directement au guide sur le site de l'AMF.

## **La formation**

La distinction que fait l'AMF pour justifier une obligation de divulgation dans le cas de distribution sans représentant nous semble relever de certains préjugés à l'égard des marchands d'automobiles. L'AMF semble oublier que les concessionnaires ou marchands d'occasion, sont pour un très grand nombre des professionnels de qualité et qui, sous le rapport du professionnalisme, n'ont rien à envier aux courtiers ou agents d'assurance. Les marchands d'automobiles ne sont pas des ignares. Généralement, ils connaissent bien le produit qu'ils vendent, parfois, depuis de nombreuses années.

Si la protection des consommateurs est son véritable objectif, l'AMF pourrait renforcer les obligations relatives à la formation, à l'égard des fabricants des produits distribués sans représentant et créer un régime de certification avec leur collaboration.

## **La divulgation de la rémunération**

Nous ne pouvons faire abstraction des intérêts corporatistes qui nous semblent, à tort je l'espère, être pris en compte. L'AMF n'a pas à intervenir dans la concurrence entre les divers intervenants du marché, à moins que cette concurrence cause préjudice aux consommateurs ou acquéreurs.

Actuellement, rien n'oblige les courtiers à déclarer la totalité de leurs commissions, de leurs bonis, de leurs commissions contingentes et autres avantages liés à la vente d'assurance. Pourquoi les marchands de véhicules auraient cette obligation?

La distinction fondée sur la formation pour obliger la divulgation, de toutes les commissions reçues par les marchands d'automobiles et non par les courtiers ou agents d'assurance, nous apparaît relever d'une lecture de la situation qui ne colle pas à la réalité. Les courtiers, tout comme les marchands de véhicules, sont en affaires, le profit est le moteur de leurs activités. Prétendre qu'ils peuvent orienter le consommateur vers le produit le moins cher et se priver de revenus, surtout quand ils sont des agents captifs ou membres de cabinets liés financièrement à un assureur, m'apparaît faire preuve d'angélisme.

## **Délai de résiliation de contrat en matière d'assurance de remplacement**

C'est un produit et un marché qui a été créé de toutes pièces par les marchands d'automobiles. C'est un marché qui fonctionne bien depuis 1991. Pourquoi l'AMF sent-elle le besoin aujourd'hui d'intervenir et de suggérer un délai de carence de 30 jours? Changer les règles du jeu et donner un délai de 30 jours de résiliation n'amélioreront rien pour le consommateur. La décision qu'il pourrait prendre en 30 jours, il peut la prendre en 10 jours. Si on fait un parallèle avec la Loi sur la protection du consommateur, elle donne 2 jours de possibilité de résiliation, après avoir reçu copie du contrat de financement, à la condition de ne pas avoir pris livraison du véhicule, dans le cas de véhicule neuf. Cette prescription de la loi s'applique à l'égard de biens qui peuvent atteindre plusieurs dizaines de milliers de dollars. Le seul résultat d'une telle modification serait de créer de l'incertitude et de la confusion.

## **Conclusion**

Toucher au système actuel, qui va bien depuis à peu près de 20 ans, n'est pas plus justifié par des plaintes ou des demandes de consommateurs que ne l'est la divulgation des commissions.

Pourquoi l'AMF modifierait-elle un produit et un mode de distribution au sujet desquels elle a peu ou pas de plainte, à peu près pas de remarque, à toutes fins pratiques, aucune demande en provenance des consommateurs. L'AMF a comme mission de protéger le consommateur, protéger les individus et non de s'immiscer dans la concurrence entre les intervenants du marché. Nous réitérons qu'il n'y a pas actuellement de situation ou de contexte qui justifie l'AMF à intervenir. Nous croyons que la consultation elle-même n'était pas justifiée.

Veillez agréer l'expression de nos sentiments les meilleurs.



**ME RICHARD CLICHE**  
Directeur général et conseiller juridique