



ASSURANT

Assurant Vie du Canada

5160 Yonge Street, Suite 500
Toronto (Ontario) M2N 7C7
Sans frais : 1-800-561-3232
Téléphone : 416-733-3360
Télécopieur : 416-733-7826

Le 16 février 2011

M^e Anne-Marie Beaudoin
Secrétaire
Autorité des marchés financiers
800, Square Victoria, 22^e étage
C.P. 246, Tour de la Bourse
Montréal (Québec) H4Z 1G3

Objet : Commentaires d'Assurant Vie du Canada sur le « Document de réflexion et de consultation sur la distribution sans représentant »

Les commentaires figurant dans les présentes sont formulés au nom d'Assurant Vie du Canada (AVDC). Permettez-moi de me présenter. Mon nom est François Genest. Je suis le président d'Assurant Vie du Canada. Je suis né à Montréal et j'ai reçu ma formation aux universités de Montréal et de Laval, J'appuie entièrement vos efforts pour protéger les citoyens du Québec. J'espère néanmoins que ces efforts n'entraîneront pas la perte de possibilités d'emploi pour les citoyens québécois.

Brève note concernant AVDC

AVDC est une petite compagnie d'assurance vie qui se spécialise en produits d'assurance vie et de rente qui sont utilisés pour financer les frais funéraires (« assurance de frais funéraires ») et les autres derniers frais (« assurance derniers frais »). AVDC offre ses services spécialisés sur le marché canadien depuis plus de 48 ans et A.M. Best lui attribue sa cote financière A- (excellente). AVDC ne commercialise au Québec que des produits d'assurance de derniers frais qui sont distribués par des maisons funéraires par l'entremise de la loi permettant la distribution sans représentant. Le gouvernement envisage actuellement la mise en vigueur d'une loi qui établirait l'assurance de frais funéraires et qui serait aussi distribuée par des maisons funéraires par l'entremise de la loi permettant la distribution sans représentant. Mes commentaires peuvent donc

s'appliquer aux deux types d'assurances, l'assurance de derniers frais et l'assurance de frais funéraires.

Assurance frais funéraires et derniers frais

Des renseignements contextuels sur notre secteur pourraient contribuer à mieux comprendre nos remarques. Nos produits visent à aider les consommateurs à régler les derniers frais en fin de vie, qui peuvent à l'occasion comprendre des funérailles.

Ce marché est mal servi. Les assureurs traditionnels ne font preuve d'aucun intérêt pour ce marché en raison de la faible valeur nominale des polices en relation à leurs frais normaux d'émission. Plus de 74,6 % des primes reçues par AVDC sont utilisées pour payer les prestations de décès. Afin de combler les lacunes de ce marché où les consommateurs ont plus de 70 ans et où la valeur nominale de la police est de 3 000 \$ à 4 000 \$, AVDC doit exercer ses activités en portant une attention sévère aux frais. Notre tarification actuarielle démontre que seule une tranche de 1,2 % du prix de nos produits constitue des frais pour nos dépenses administratives.

Entre notre marché et les autres ventes accessoires faites sans représentant, il existe certaines différences considérables, notamment l'admissibilité et la probabilité de perte. AVDC offre l'admissibilité à tous ses clients. Cette admissibilité est automatique. Aucun client potentiel ne peut être refusé ou se voir imposer une prime plus élevée. Le taux de prime est garanti pour la durée de la police. 100 % des clients potentiels sont acceptés aux fins de couverture, aucune réclamation n'est rejetée et nous n'avons eu aucune plainte au Québec à ces égards.

AVDC appuie entièrement l'objectif visé par le document de l'AMF visant à améliorer la divulgation de l'information au consommateur. Elle appuie la majorité des recommandations du Document de réflexion et de consultation de novembre 2010, sous réserve de certaines exceptions importantes. Nous commenterons d'abord les éléments auxquels nous apportons notre appui ferme.

A. Appui des recommandations

AVDC convient que le programme actuel de distribution sans représentant (« DSR ») fonctionne bien. Nous sommes d'accord avec toutes les recommandations énoncées dans la liste de la page 20, à l'exception des recommandations n° 9, « Créer un registre des distributeurs », et n° 11, « Divulguer, dans tous les cas et par écrit, la rémunération directe et indirecte du distributeur ».

Nous commentons particulièrement l'appui des recommandations suivantes.

Divulgarion de l'information au consommateur. Nous convenons que la divulgation de l'information au consommateur devrait être aussi simple et claire que possible. À cette fin, nous estimons que les guides devraient clairement indiquer les caractéristiques de l'admissibilité et des exclusions. Une rubrique spéciale de la table des matières et de l'index, figurant en couleur contrastante et/ou en caractères gras, serait peut-être utile. Nous convenons également que le guide ne devrait pas constituer une répétition en bloc des modalités de la police. Nous sommes d'accord avec la période d'essai gratuite de 30 jours. Ces caractéristiques figurent actuellement dans nos guides.

Encadrement des distributeurs. Nous croyons en l'éducation et la formation continues des distributeurs. AVDC compte un formateur à plein temps et un site Web consacré à la formation continue et périodique au sujet de nos produits.

Nous serions également ravis d'élaborer des procédures d'encadrement comprenant a) des vérifications pour assurer que les guides courants sont utilisés, b) des manuels et de la formation en ligne pour le nouveau personnel et c) de la formation en personne au moins une fois par année.

B. Préoccupations concernant des recommandations particulières

Les funérailles, au Québec, sont financées par des fiducies funéraires. Les fiducies funéraires font concurrence à l'assurance en tant que source de financement des funérailles. Ces propositions ne concernent pas du tout la vente de fiducies funéraires. Il n'y aurait aucune exigence voulant que les commissions soient divulguées à l'égard des fiducies funéraires, ce qui placerait le financement par assurance en désavantage immédiat et continu sur un marché inéquitable.

Les funérariums tiennent à la confidentialité de leurs activités commerciales. Le fait que le funérarium choisisse le financement par fiducie ou par assurance ne devrait pas être une question d'intérêt public. Publier cette information pourrait faire en sorte que le funérarium fasse l'objet de pressions pour passer de l'assurance à une fiducie de la part des fiducies funéraires ou des associations qu'ils commanditent.

La divulgation des commissions est un calcul complexe pour notre entreprise. Voici quelques exemples de cette complexité. Près de 10 % de nos clients meurent au cours de la première année. Si un client meurt au cours de la première année, les commissions sont rétrofacturées et aucune commission n'est exigible. Certaines commissions ne sont exigibles qu'après que la police a été en vigueur pendant un an. Les commissions varient

également selon l'âge, le produit et la durée des paiements de prime. Ces commissions varient en fonction du volume d'affaires selon certains niveaux de ventes. La divulgation des commissions proposée exigerait de notre part des systèmes de traitement des données très complexes et très dispendieux.

La plupart de nos clients ne sont pas convoités par les compagnies d'assurance plus grandes. Les grandes compagnies n'offrent habituellement pas de couvertures d'un faible montant aux personnes plus âgées. Bien qu'un certain pourcentage de nos clients puisse connaître les ordinateurs, ce n'est pas le cas de la grande majorité. Il est très improbable que la majorité de nos clients se résoudra à visiter un site Web pour déterminer si un funérarium est inscrit à titre d'entité qui peut faire une distribution sans représentant (DSR). Nous croyons que presque personne ne vérifierait le statut d'un funérarium sur un site Web dans le cadre du processus déjà éprouvant sur le plan émotif qu'est la planification de funérailles ou des dernières dépenses. Nous sommes ainsi confrontés à la dépense d'une somme d'argent considérable pour afficher les renseignements et divulguer l'information sur les commissions que pratiquement aucun de nos clients n'utilisera.

Si les propositions entrent en vigueur telles qu'elles sont rédigées, elles auront un effet paralysant sur les affaires d'AVDC. Elles entraîneront une perte d'emplois que nous avons créés et retarderont la création d'emplois futurs. Cette perte d'emplois aura lieu sans que la protection des consommateurs n'augmente réellement. Nous vous demandons de ne pas mettre en œuvre ces propositions. Dans le cas contraire, nous demandons respectueusement que notre entreprise soit dispensée des recommandations particulières à la divulgation des commissions et à l'inscription à titre de DSR, soit les recommandations n^{os} 9 et 11.

Une de nos préoccupations prédominantes concernant les recommandations n^o 9, « Créer un registre des distributeurs », et n^o 11, « Divulguer la rémunération directe et indirecte du distributeur », est la question de savoir si ces recommandations se fondent sur une conclusion d'abus démontrée et une réaction proportionnelle à cet abus une fois découvert. À l'égard de la recommandation n^o 9, nous n'avons connaissance d'aucun signalement au Québec où des distributeurs non autorisés ont perçu des primes d'assurance de dépenses finales. Nous croyons que l'établissement et la mise à jour de la liste de ces distributeurs de façon continue constituerait un fardeau administratif. En outre, nous estimons qu'une telle liste pourrait confondre le client plutôt que de lui être utile. Par exemple, le public pourrait confondre les distributeurs avec les représentants titulaires d'un permis, à moins que la distinction entre les distributeurs et les

représentants titulaires d'un permis soit expliquée plus en détail, ce qui entraînerait peut-être une confusion additionnelle.

C. Commentaires sur les trois propositions (pages 14 à 16)

Notre inquiétude au sujet des trois propositions est que les sanctions règlementaires qu'elles comportent sont considérablement disproportionnées par rapport au préjudice réel démontré. En définitive, ces propositions entraîneraient la réduction du nombre de produits et des choix offerts aux consommateurs ainsi qu'une perte d'emploi et une création d'emploi ralentie. Nous ne voyons aucune preuve que la connaissance des commissions entraînerait une admissibilité accrue aux produits, une meilleure administration des réclamations ou un choix plus exhaustif pour les consommateurs, ce qui semble être les préoccupations principales de votre document. Exiger un produit unique avec une commission unique équivaut à une solution drastique et excessive pour un problème perçu qui n'a pas été corroboré.

Les exigences règlementaires qui restreignent ou limitent sévèrement l'activité sur un marché doivent être considérées minutieusement. Nous suggérons, avant qu'une telle mesure considérable soit prise, que les éléments suivants soient pris en compte :

- a) un énoncé clair et une preuve de l'existence de la pratique que l'on cherche à réglementer;
- b) une preuve que la pratique cause un préjudice considérable aux consommateurs selon des études éprouvées;
- c) une preuve ou une conclusion selon laquelle la règle ou le règlement réduirait ce préjudice subi par les consommateurs;
- d) une preuve ou une conclusion selon laquelle les avantages qui découleraient de la règle ou du règlement l'emporteraient sur les frais imposés par la règle ou le règlement; et
- e) une preuve ou une conclusion selon laquelle les consommateurs ne peuvent pas éviter raisonnablement le préjudice causé par la pratique.

Nous pensons qu'aucune des trois propositions ne pourrait respecter ces critères élémentaires.

Résumé

Nous saluons vos efforts visant à protéger les consommateurs du Québec. Nous appuyons ces efforts, particulièrement lorsqu'ils concernent une divulgation de l'information au consommateur améliorée et plus compréhensible. Nous convenons que

M^e Anne-Marie Beaudoin
Secrétaire
Le 16 février 2011
Page 6 de 6

le régime de distribution sans représentant se déroule bien. En outre, nous soutenons entièrement les efforts de formation continue de nos distributeurs.

Nous sommes surtout préoccupés par les recommandations nos 9 et 11 qui, selon nous, n'entraîneront pas dans notre cas une amélioration de la connaissance du consommateur, de l'admissibilité du consommateur, du choix du consommateur ou de l'administration des réclamations. Nous estimons plutôt que ces recommandations en particulier auront pour résultat la confusion accrue du consommateur, la perte d'emplois et des coûts plus élevés pour les compagnies d'assurance et, éventuellement, pour les consommateurs.

Nous croyons que les recommandations nos 9 et 11 ne sont pas fondées sur un préjudice corroboré et persistant pour les consommateurs. Nous estimons également qu'une approche unique de la DSR n'est pas appropriée. Nous sommes heureux de pouvoir vendre nos produits selon l'approche de la DSR. Cependant, si les recommandations nos 9 et 11 entrent en vigueur, nous demandons que le marché de l'assurance frais funéraires et derniers frais en soit dispensé.

Nous apprécions cette possibilité de commenter. Nous vous remercions de prendre le temps d'examiner cette lettre.

Veillez agréer l'expression de nos sentiments les plus sincères.



François Genest
Président