



Mémoire du Mouvement des caisses Desjardins

sur la consultation relative à la distribution sans représentant

présenté à

l'Autorité des marchés financiers

Février 2011

Introduction

Avec un actif de plus de 175 milliards de dollars, le Mouvement Desjardins est le premier groupe financier coopératif du Canada et le sixième dans le monde. S'appuyant sur la force de son réseau de caisses au Québec et en Ontario, ainsi que sur l'apport de ses filiales dont plusieurs sont actives à l'échelle canadienne, il offre toute la gamme des produits et services financiers à ses 5,8 millions de membres et de clients. Le Mouvement Desjardins, c'est aussi le regroupement d'expertise en gestion du patrimoine et en Assurance de personnes, en Assurance de dommages, en Services aux particuliers ainsi qu'en Services aux entreprises.

Dans le document de consultation dont l'objectif est de recueillir les commentaires de l'industrie reliée à la distribution sans représentant (DSR), l'Autorité des marchés financiers (l'Autorité) souhaite vérifier si l'encadrement de ce régime de distribution répond aux attentes et s'il est bien appliqué.

Le régime de la distribution sans représentant a été introduit en 1999 par la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (LDPSF). De façon générale, un produit d'assurance de personnes doit être offert par un représentant certifié auprès de l'Autorité. Le titre VIII de la LDPSF prévoit un régime d'exception pour la distribution de certains produits d'assurance, la DSR. Selon ce régime, un assureur peut offrir des produits d'assurance afférents à un bien ou y faire adhérer un client par l'entremise d'un distributeur dont les activités ne sont pas du domaine de l'assurance.

Rappelons que les produits visés par la DSR sont généralement des produits d'assurance de convenance conçus comme tels. Ils sont étroitement liés aux biens vendus par les distributeurs. Il s'agit de produits d'assurance simples, faciles à comprendre et à expliquer et qui répondent à un besoin temporaire et précis de protection, facilement identifiable, créé à un moment précis, sans qu'une analyse de besoins soit nécessaire.

Pour bénéficier de ce régime d'exception, l'assureur doit avoir préalablement préparé un guide de distribution (le guide) qui respecte les dispositions de la LDPSF et du *Règlement sur la distribution sans représentant*. Une copie du guide doit être remise à l'Autorité préalablement à sa distribution. De plus, en vertu du régime, l'assureur doit prendre toutes les mesures nécessaires afin que le distributeur ait une bonne connaissance du produit qui fait l'objet du guide.

Le document préparé par l'Autorité présente des constats et propose des orientations afin d'assurer l'efficacité du régime. Ces constats font suite à un questionnaire d'inspection de l'Autorité sur la DSR effectué en novembre 2009 auprès des assureurs faisant des affaires au Québec et auquel Desjardins Sécurité financière (DSF) a répondu.

Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance de personnes

Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance de personnes (DSF) est une filiale du Mouvement Desjardins. Elle est spécialisée en assurance vie, en assurance santé et en épargne-retraite tant individuelles que collectives.

DSF est le premier assureur en assurance crédit au Québec et parmi les premiers au Canada. DSF est présente dans le domaine de la distribution sans représentant depuis plus de 50 ans par le biais de ses distributeurs à travers le Québec. Elle distribue également depuis plusieurs années dans les autres provinces canadiennes. Au cours des années, elle a mis en place des structures et des processus visant à distribuer des produits d'assurance pouvant être distribués sans représentant le plus simplement possible et en ayant toujours comme objectif premier l'intérêt des consommateurs.

Au nom du Mouvement Desjardins, il nous fait plaisir de répondre au document de consultation afin de pouvoir illustrer nos propos par les processus d'affaires et modèles propres à DSF. De même, nous sommes disposés à collaborer en tout temps avec l'Autorité afin de trouver des solutions visant à améliorer la DSR et à maintenir l'accès aux consommateurs à des produits simples et peu coûteux répondant à des besoins précis.

Les produits de DSF admissibles à la DSR sont des produits d'assurance crédit et épargne (Assurance prêt, Assurance marge de crédit, Assurance vie-épargne) distribués principalement par les caisses Desjardins du Québec (institutions financières et coopératives de services financiers, ci-après institutions financières) et des produits d'assurance offerts par les agents du Centre de distribution directe (Centrale de télémarketing, ci-après CDD) au nom de l'assureur ou des caisses qui le mandatent à cet effet (Assurance voyage, Assurance accident - Accirance, Assurance vie 50+ et Assurance solde de crédit - Particuliers et Affaires). Certains d'entre eux sont des produits autorisés par les articles 424 et 426 de la LDPSF et d'autres le sont par décrets, tel que le prévoit l'article 428 de la même loi.

Les produits d'assurance crédit et épargne sont des produits d'assurance collective dont le créancier est le preneur. Les produits Assurance voyage, Assurance accident - Accirance et Assurance vie 50+ sont des produits d'assurance individuelle. En plus de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, nous devons mentionner que chaque produit doit obéir aux règles prescrites par le Code civil du Québec (C.c.Q.), la *Loi sur les Assurances* et le *Règlement d'application de la Loi sur les assurances* (RALA). Selon qu'il s'agisse d'un produit d'assurance collective ou individuelle, certaines des règles applicables peuvent différer.

PRINCIPAUX ENJEUX RELIÉS À LA DSR

Dans son document, l'Autorité indique avoir recensé six (6) principaux enjeux reliés à la DSR. Pour chacun de ceux-ci, elle émet des recommandations. Par ailleurs, soulignons d'entrée de jeu que l'Autorité mentionne que les données utilisées dans son document pour établir ses constats, de même que les commentaires qui en découlent, expriment des moyennes, de sorte que ceux-ci pourraient ne pas s'appliquer parfaitement à certains réseaux de distribution, à certains types de produits ou même à certains assureurs.

I. La divulgation de l'information au consommateur

RECOMMANDATIONS DE L'AUTORITÉ

1. Réduire la longueur et la complexité du guide

L'Autorité soutient que les guides sont souvent complexes et volumineux puisque sont intégrées toutes les clauses de la police d'assurance ou du certificat qui atteste la couverture d'assurance notamment par l'utilisation d'une approche « guide-police » et « guide-certificat ». Selon l'Autorité, seules certaines clauses du contrat sont nécessaires pour prendre une décision éclairée, par exemple, celles relatives aux exclusions; le contrat d'assurance ou le certificat n'étant pertinent pour le consommateur que s'il a souscrit le produit. Par ailleurs, l'ajout de multiples clauses peut complexifier le guide en plus de diluer les éléments importants à travers d'autres informations moins pertinentes au moment de l'offre du produit d'assurance.

Toutefois, la LDPSF impose aux assureurs de nombreuses obligations lorsqu'un produit est distribué sans représentant dont celle de remettre un guide de distribution au consommateur préparé conformément aux exigences de l'autorité. De plus, toujours selon la loi, la personne qui distribue le produit doit le décrire au consommateur et lui préciser la nature de la garantie. Elle doit indiquer clairement les exclusions et limitations de garantie pour permettre au consommateur de discerner s'il ne se trouve pas dans une situation d'exclusion. Également, elle doit informer le client sur la façon de présenter une réclamation et le délai pour présenter cette réclamation et les procédures à suivre en cas de refus de l'assureur. Enfin, le distributeur doit informer le client qu'il dispose d'un délai lui permettant de résoudre le contrat sans pénalité si le produit ne lui convient plus. Notons par ailleurs, au Québec, qu'en plus de la LDPSF, le C.c.Q, la *Loi sur les assurances* et le RALA imposent également des obligations de divulgation aux assureurs.

Notez que pour les produits offerts par les institutions financières, DSF a opté pour l'approche « guide-certificat » et que pour son produit Assurance voyage, DSF a opté pour l'approche « guide-police ». Cette approche permet de s'assurer que l'information présentée dans le guide est conforme à celle que l'on retrouve dans le certificat ou la police, évite les divergences et la confusion et diminue les coûts sous-jacents à l'offre de ces produits.

Position du Mouvement Desjardins

Nous croyons que le guide de distribution, tel qu'il existe actuellement, combiné aux représentations verbales qui doivent être faites par le distributeur au consommateur, est un moyen efficace d'assurer une divulgation adéquate et complète au consommateur des renseignements pertinents dans la mesure où le travail est exécuté adéquatement.

Cela dit, nous sommes disposés à collaborer avec l'Autorité afin de discuter des solutions permettant de simplifier le guide et de présenter efficacement les éléments importants et faire certaines références à la police ou au certificat le cas échéant. Il va de soi que des dispositions claires devront être mises en évidence afin que le consommateur soit informé que ce guide simplifié ne constitue pas son contrat d'assurance mais plutôt un document explicatif afin de limiter les divergences menant à des insatisfactions et ultimement à des recours devant les tribunaux.

Enfin, nous suggérons que ce guide simplifié devra remplacer le guide préparé selon les exigences actuelles de l'Autorité et ne devrait pas constituer un document additionnel à remettre au consommateur en plus d'un guide et du certificat ou de la police. Cela engendrerait une hausse du risque pour le distributeur de commettre des erreurs et des insatisfactions de la part des consommateurs.

2. Limiter le nombre de produits d'assurance pouvant être offerts dans un même guide

L'Autorité soutient qu'afin de faciliter la compréhension des produits admissibles à la DSR, le nombre d'éléments accessoires au produit devrait être limité. En effet, les couvertures d'assurance devraient avoir un lien direct avec la nature du risque souscrit.

Rappelons que généralement selon la LDPSF, les produits admissibles à la DSR sont des produits d'assurance afférents à un bien que vend un distributeur.

Nous soumettons que pour tous les produits de DSF afférents à un bien, les couvertures d'assurance ont un lien direct avec la nature du risque souscrit et sont conçues pour couvrir l'ensemble des risques qui peuvent affecter le bien acheté. En effet, en assurance crédit, les protections offertes (vie et invalidité) permettent de protéger la dette et sont liées au prêt offert par le distributeur. Le consommateur n'a pas le choix, pour être admissible à la protection invalidité, il doit avoir souscrit à la protection vie. En assurance voyage, les protections offertes permettent de rembourser des dépenses engagées pour obtenir des soins de santé ou d'hospitalisation d'urgence à l'étranger ou encore la perte de bagages en voyage, ainsi qu'une protection annulation dans le cas où il ne peut effectuer son voyage.

Nous soumettons par ailleurs qu'en vertu du C.c.Q., un contrat d'assurance peut comporter plusieurs garanties et protections. L'article 2394 du C.c.Q. en prend acte lorsqu'il énonce :

Art. 2394. Les clauses d'un contrat d'assurance contre la maladie ou les accidents qui sont accessoires à un contrat d'assurance sur la vie, et les clauses d'assurance sur la vie qui sont accessoires à un contrat d'assurance contre la maladie ou les accidents, sont, les unes aux autres régies par les dispositions relatives au contrat principal.

Position du Mouvement Desjardins

En plus d'être contraire à la réglementation en vigueur actuellement au Québec, la proposition de l'Autorité n'est pas souhaitable en ce qu'elle entraîne une multiplicité de documents, un risque accru d'erreur de la part du distributeur, une hausse des coûts reliés à l'offre du produit et des insatisfactions, en plus de rendre l'achat complexe et peu attrayant pour le consommateur qui, dans ces cas, n'a pas autrement accès à un produit d'assurance pouvant couvrir les risques liés au bien qu'il acquiert.

À notre avis, le guide combiné à l'obligation du distributeur de donner au consommateur les explications requises par la loi, et de recevoir une confirmation des protections qu'il a choisies, lui permettant de comprendre le produit qu'il achète. Nous ajoutons que le guide incluant toutes les protections du produit constitue un document complet pour le consommateur et essentiel pour les personnes chargées de faire l'offre chez le distributeur puisqu'elles s'y réfèrent en tout temps pour donner les explications requises par la loi.

3. Mettre davantage en évidence les exclusions, les limitations et les clauses de conditions préexistantes

L'Autorité soumet que les limitations, les restrictions et les exclusions sont importantes et devraient à ce titre être mises davantage en évidence.

Position du Mouvement Desjardins

En complément à la réponse à la recommandation numéro 1, nous soumettons que la réglementation actuelle impose déjà que soient mises en évidence les exclusions, les restrictions et les limitations. En plus d'être mises en caractère gras, elles doivent être encadrées et précédées des mots « mise en garde ».

Nous soumettons qu'en plus de préparer les guides conformément aux exigences qui précèdent, DSF met les exclusions, restrictions et limitations en exergue depuis plus de dix (10) ans.

Nous sommes par ailleurs disposés à collaborer avec l'Autorité afin d'améliorer la disposition des exclusions, des limitations et des clauses de conditions préexistantes.

4. Exiger que la confirmation d'assurance soit un élément distinct du guide

Dans ses constats, l'Autorité indique que le guide n'est pas destiné à être partie intégrante du contrat d'assurance, par conséquent, il ne devrait pas être utilisé comme une « confirmation » et ainsi se substituer au certificat ou à la police qui confirme que le consommateur est couvert.

L'Autorité réfère à l'article 444 de la LDPSF qui stipule ce qui suit :

Art. 444. Un distributeur qui, à l'occasion d'un prêt, sollicite l'adhésion à une assurance sur la vie, la santé ou la perte d'emploi d'un débiteur doit donner au client, le cas échéant, dans les 30 jours de sa demande d'adhésion, une confirmation de l'assureur qu'il est assuré.

L'Autorité suggère que la portée de cet article soit élargie à l'ensemble des produits admissibles à la DSR et que cette confirmation soit personnalisée afin que les consommateurs soient mieux protégés.

▪ Produits offerts par les institutions financières

Chez DSF, l'admissibilité d'un consommateur aux produits offerts par les institutions financières s'évalue dans un premier temps au moment où il complète le formulaire d'adhésion à l'assurance avec l'aide du distributeur. C'est généralement la personne chargée de faire l'offre chez le distributeur qui pose les questions générales d'assurabilité, entre une (1) et cinq (5) questions simples, auxquelles on doit répondre par oui ou par non. Dans la mesure où le consommateur déclare n'avoir aucun problème de santé et qu'il répond ainsi par la négative à toutes les questions du formulaire d'adhésion, l'admission à l'assurance est confirmée sur-le-champ.

Le formulaire d'adhésion permet d'identifier le consommateur, le montant de la créance et autres renseignements sur celle-ci ainsi que les protections choisies. Par ailleurs, si un consommateur déclarait avoir un problème de santé et qu'une des réponses au formulaire était ainsi affirmative, un second formulaire plus détaillé est complété séparément par le consommateur. Ce second formulaire est transmis immédiatement à l'assureur pour analyse. L'assureur transmet alors au consommateur l'acceptation ou le refus à l'assurance, selon le cas, dans les trente (30) jours de la réception de l'information médicale requise.

▪ **Produits offerts par le CDD**

Lors de la conclusion de l'appel téléphonique, l'agent du CDD confirme à l'assuré les protections choisies. De plus, la proposition d'assurance, le guide de distribution et une confirmation écrite des protections choisies sont transmis par la poste à l'assuré immédiatement après la conclusion de l'appel.

Position du Mouvement Desjardins

Nous sommes d'avis que notre modèle répond entièrement aux attentes de l'Autorité puisque la confirmation est un document distinct du guide, elle est personnalisée et donne au consommateur toute l'information concernant les protections qu'il a choisies en plus de réduire au minimum les délais de confirmation des protections et évite dans les cas d'acceptation immédiate la multiplicité de documents.

5. Faciliter l'accès au guide

L'Autorité propose de rendre les guides disponibles sur son site Web afin d'en faciliter l'accès en tout temps, de permettre au consommateur de les consulter à son gré et de comparer les produits disponibles sur le marché de la DSR, même avant l'acquisition du bien visé.

Au soutien de cette proposition, l'Autorité mentionne qu'en DSR, le produit est souscrit de façon accessoire à l'achat d'un bien, que le consommateur ne se voit offrir l'accès au guide que lorsqu'il a pris sa décision d'achat du bien et dispose ainsi de quelques minutes seulement pour prendre sa décision en égard à l'assurance qui lui est offerte.

Relativement à cette dernière préoccupation de l'Autorité, nous soumettons que le consommateur dispose d'un délai de résolution de son contrat d'assurance sans pénalité qui lui permet de reconsidérer son achat dans le cas où il estime que le produit acheté ne lui convient plus.

Par ailleurs, nous ne sommes pas convaincus que cette proposition atteindra l'objectif souhaité. Bien que la loi requière déjà que l'Autorité mette à la disposition du public les guides de distribution des assureurs, nous estimons que la proposition de l'Autorité de mettre tous les guides sur son site Web risque de semer la confusion chez le consommateur. En effet, il se retrouvera devant une multitude de produits et de guides sans les mises en garde appropriées, et sans avoir reçu les explications relatives à un produit d'assurance particulier que doit obligatoirement donner le distributeur au moment d'en faire l'offre et ainsi établir si un produit lui convient. De même, en l'absence de ces mises en garde, un consommateur ayant acquis un produit d'assurance pourrait arguer que la version du guide qu'il consulte à un moment postérieur à son adhésion est différente de la version qui lui avait été remise par le distributeur au moment de l'adhésion et exiger que de nouvelles conditions plus avantageuses s'appliquent à lui. Cette situation pourrait engendrer de l'insatisfaction et beaucoup de questionnements auprès de l'assureur.

Cela dit, nous soumettons que si l'Autorité désire quand même mettre de l'avant cette proposition, elle devra se doter de procédures rigoureuses afin d'assurer une mise à jour constante et fidèle de l'information qu'elle diffusera sur son site, en plus de devoir conserver toutes les versions antérieures des guides, afin d'éviter que la confusion et les insatisfactions ne causent de préjudice indu aux consommateurs et aux assureurs et pour lequel elle pourrait ultimement être tenue responsable.

Position du Mouvement Desjardins

Nous estimons qu'il serait préférable que l'Autorité exige des distributeurs et des assureurs qu'ils rendent accessibles les guides de distribution sur leurs sites Web pertinents. L'Autorité pourrait alors diriger le consommateur de son site vers ces sites via un hyperlien. Ceci assure un meilleur contrôle de l'exactitude de l'information qui s'y retrouve, les distributeurs et assureurs demeurant responsables de toute divergence ou confusion s'il y a lieu.

II. La résolution du contrat

RECOMMANDATION DE L'AUTORITÉ

6. Prolonger de 10 à 30 jours la période de résolution du contrat d'assurance

L'AUTORITÉ propose de prolonger de 10 à 30 jours de la signature du contrat d'assurance le délai de résolution d'un contrat d'assurance prévu à l'article 441 de la LDPSF. Elle prétend que le consommateur disposera d'un temps suffisant pour lui permettre de réviser sa position et, le cas échéant, vérifier si un produit « traditionnel » lui conviendrait mieux.

En 2009, DSF a participé aux travaux du comité de l'ACCAP afin de modifier la ligne directrice relative à l'assurance crédit collective (LD-7). Les membres du comité avaient alors accepté de prolonger le délai de 10 jours qui y était stipulé à 20 jours de la signature de la demande, estimant qu'il était suffisant. DSF a alors modifié ses pratiques afin de rendre conformes à la LD-7 les délais qu'elle applique à tous ses produits admissibles à la DSR, dont la nature le permet.

Position du Mouvement Desjardins

Malgré ceci, nous acceptons que le délai soit prolongé à 30 jours comme le propose l'Autorité. DSF a déjà commencé cette pratique pour certains de ses produits. Nous soumettons par ailleurs qu'un délai supérieur n'atteindrait pas les fins escomptées et qu'il devrait ainsi s'agir d'un délai maximal. Enfin, nous faisons nôtres les commentaires de l'ACCAP relatifs au maintien de l'exception prévue à la Directive de l'Autorité sur l'application de l'article 441 de la LDPSF aux contrats d'assurance voyage, émise le 20 janvier 2001.

III. L'encadrement des distributeurs

Avant d'émettre des commentaires particuliers sur chacune des quatre recommandations qui suivent, nous souhaitons soumettre des commentaires relativement aux pratiques de DSF liées à l'encadrement des distributeurs et leur supervision.

DSF a mis en place un processus rigoureux de distribution. Il touche tous les produits admissibles à la DSR et les personnes qui font l'offre chez le distributeur ou qui ont été mandatées par lui. Il s'étale de la conception des produits au traitement des insatisfactions et des plaintes en passant par la rédaction des guides de distribution. Il inclut les activités d'accompagnement, de coaching et de formation ainsi que le mouvement de personnel chez le distributeur, de même qu'un processus de gestion de la conformité de l'offre des produits admissibles à la DSR aux exigences de la loi.

▪ Produits offerts par les institutions financières

DSF a une équipe de spécialistes qui travaillent à la conception et à l'amélioration de programmes de formation sur les produits et du matériel destiné aux personnes chargées de faire l'offre des produits chez les distributeurs. En collaboration avec l'équipe de conformité réglementaire chez DSF, ils s'assurent que les programmes et le matériel tiennent compte des exigences de la loi. Ces spécialistes diffusent toute l'information requise afin que les personnes chargées de faire l'offre des produits d'assurance chez les distributeurs aient une bonne connaissance des produits, selon un plan d'action précis, défini avec chaque distributeur. Ce plan d'action tient compte des besoins de mise à jour, du savoir-faire et du mouvement de personnel chez le distributeur.

Nous soumettons que DSF et ses distributeurs ont mis en place un processus de suivi périodique lié à la distribution des produits offerts par les institutions financières.

La personne chargée de faire l'offre chez le distributeur exerce une pratique conforme à la législation lorsqu'au moment de l'offre d'un produit d'assurance distribué sans représentant, elle remet le guide de l'adhérent, elle donne les explications requises par la loi, elle répond aux questions du membre et elle remplit chacune des sections de la demande d'assurance. Soulignons enfin qu'un contrôle trimestriel est obligatoire pour toutes ces personnes chez les distributeurs de DSF. Selon les résultats de ce contrôle, des activités de perfectionnement et de sensibilisation à la loi sont effectuées par les spécialistes chez DSF.

▪ **Produits offerts par le CDD**

Comme ces produits sont offerts par téléphone par les agents du CDD, le processus de distribution auquel il est fait référence dans les commentaires généraux inclut pour ces produits l'élaboration des scripts d'appel, les activités de formation des personnes qui font l'offre de ces produits et des programmes d'assurance qualité. En collaboration avec les responsables de la conformité réglementaire, les spécialistes en formation s'assurent en tout temps que les programmes de formation et le matériel destiné aux agents tiennent compte des exigences de la loi.

De façon plus précise, dès leur entrée en fonction, les agents du CDD suivent un programme de formation de base de 12 semaines. Cette formation inclut les exigences de la loi et permet aux agents de se familiariser avec le guide de distribution. Par la suite, les agents bénéficient de formation continue portant sur les caractéristiques du produit et les exigences de la loi.

Tous les appels téléphoniques sont enregistrés. Chaque agent fait l'objet d'écoute et d'un suivi mensuel dans le cadre d'un programme d'assurance qualité établi selon des normes rigoureuses. L'agent effectue un appel considéré conforme au script lorsqu'il décrit adéquatement les caractéristiques du produit et divulgue les éléments obligatoires prescrits par la loi. Les activités de suivi et de coaching sont effectuées afin de s'assurer du respect de la conformité des appels.

Ainsi, nous croyons que chaque assureur devrait se doter d'un plan précis de formation et de supervision des distributeurs afin de s'assurer qu'ils aient une connaissance adéquate des produits qu'ils distribuent et que l'offre des produits d'assurance admissibles à la DSR est conforme aux exigences de la loi. Ce plan devrait tenir compte notamment des mouvements de personnel de même que des besoins de mise à jour des connaissances par le distributeur.

RECOMMANDATIONS DE L'AUTORITÉ

7. **Rendre les assureurs imputables du respect des obligations de leurs distributeurs**

En l'absence d'encadrement de la part de la Chambre de l'assurance de dommages ou de la Chambre de la sécurité financière, l'Autorité soutient que les assureurs devraient être davantage imputables du respect des obligations de leurs distributeurs, ce faisant ils prendront les moyens nécessaires pour qu'ils se conforment à la loi en se dotant notamment de procédures de supervision.

Nous sommes en accord avec ce principe. La loi impute au distributeur la responsabilité d'informer le consommateur. En effet, il est prévu aux articles 431 et 436 de la LDPSF que le distributeur peut être tenu responsable du préjudice que subirait un consommateur qui n'aurait pas reçu les renseignements lui permettant de donner un consentement libre et éclairé, par exemple, pour juger si au moment de l'adhésion, il est en situation d'exclusion.

Toutefois, l'assureur, en tant que manufacturier de produits d'assurance et à titre de mandant du distributeur est également exposé à des recours en dommages contre lui dans le cas où un préjudice au consommateur résulterait d'un manque d'information.

Position du Mouvement Desjardins

En raison de cette possibilité de recours contre eux, il est dans l'intérêt des assureurs de superviser les distributeurs afin de faire en sorte qu'ils aient une bonne connaissance du produit et fassent toutes les divulgations requises par la loi. Par ailleurs, comme la législation y pourvoit déjà, nous estimons qu'il n'est pas nécessaire qu'elle soit amendée pour y introduire des dispositions additionnelles à cet effet. De même, nous soumettons qu'il est impératif que les articles précités demeurent afin que le distributeur qui commet une faute soit également imputable de ses manquements.

8. **Procéder à l'inspection des distributeurs**

Position du Mouvement Desjardins

Tel que mentionné précédemment, nous sommes favorables à ce que chaque assureur se dote d'un plan précis de formation et de supervision des distributeurs qui tienne compte de ses produits et de leur mode de distribution.

Par ailleurs, nous réitérons qu'en vertu de sa mission de veiller à la protection du public, l'Autorité a déjà les pouvoirs pour faire appliquer la loi. Elle est en mesure d'identifier, à l'aide de questionnaires d'inspection, les distributeurs qui omettent de s'y conformer et est autorisée à émettre des avis et des sanctions aux distributeurs délinquants sans qu'il ne soit nécessaire de réglementer davantage.

En effet, nous privilégions une approche de réglementation basée sur des grands principes plutôt qu'une approche basée sur des règles précises et détaillées. C'est d'ailleurs l'approche adoptée par le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) et d'autres organismes concernant la réglementation des pratiques commerciales de l'industrie de l'assurance. Dans cette optique, nous croyons qu'on ne devrait pas imposer aux assureurs et aux distributeurs des exigences réglementaires additionnelles croyant que le consommateur n'aurait rien à gagner; au contraire, le processus d'adhésion n'en serait que plus long et plus coûteux.

9. Créer un registre des distributeurs

L'Autorité envisage de créer un registre public de distributeurs afin de permettre aux consommateurs, avec la mise en ligne des guides de distribution, de consulter la liste des produits que chaque distributeur peut offrir et de s'assurer qu'ils transigent avec un distributeur autorisé.

Les assureurs ont l'obligation de transmettre sans délai à l'Autorité la liste à jour des coordonnées des distributeurs par l'entremise desquels ils offrent des produits admissibles à la DSR.

Position du Mouvement Desjardins

Sous réserve des commentaires formulés à la recommandation numéro (5), relative à la disponibilité des guides sur le site Web de l'Autorité, et dans la mesure où l'Autorité demeure responsable de la conformité de l'information diffusée sur le registre à la liste que doivent transmettre les assureurs, nous ne nous objectons pas à cette proposition.

10. Exiger des assureurs qu'ils contrôlent le caractère accessoire de la vente d'assurance

L'Autorité soutient que l'assureur devrait vérifier la cohérence entre le bien vendu par le distributeur et le produit d'assurance offert et s'assurer que les preneurs d'assurance collective peuvent agir à ce titre.

Position du Mouvement Desjardins

Nous sommes d'accord avec ce principe et DSF, en tant que manufacturier de produits d'assurance admissibles à la DSR, négocie toutes les ententes avec ses partenaires distributeurs en ce sens. L'assureur ne devrait cependant en aucun cas être tenu responsable des actes ou des omissions de ses distributeurs qui outrepassent les limites de leur entente.

IV. La divulgation de la rémunération des distributeurs

RECOMMANDATION DE L'AUTORITÉ

11. Divulguer, dans tous les cas et par écrit, la rémunération directe et indirecte du distributeur

L'Autorité propose de divulguer par écrit la rémunération directe et indirecte qui est versée par l'assureur à un distributeur et d'abolir le seuil minimal de 30 % prévu par la LDPSF au-delà duquel il doit y avoir divulgation selon la LDPSF. Elle invoque que le distributeur qui n'est pas dans le domaine de l'assurance n'a pas à connaître les besoins du consommateur ni de déterminer si le produit lui convient contrairement au représentant. En conséquence, la motivation du distributeur à offrir le produit d'assurance est susceptible d'être liée à la rémunération qu'il en retire. Il y a donc risque que le consommateur acquière un produit dont il n'a pas besoin ou qu'il paie trop cher pour ce produit.

Dans son document, l'Autorité indique que les réponses au questionnaire d'inspection effectué en 2009 ont révélé que, pour certains distributeurs, la rémunération pouvait s'élever jusqu'à 49 % du coût du produit, sans qu'il n'y ait divulgation.

Elle propose les trois (3) solutions de divulgation suivantes :

Méthode 1

Divulgation de la rémunération dans le guide de distribution

Méthode 2

Rémunération divulguée dans un formulaire distinct du guide de distribution formulé selon la teneur prescrite par l'Autorité

Méthode 3

Rémunération versée directement au distributeur par le consommateur

Pour chaque solution proposée, l'Autorité estime que les distributeurs devraient avoir l'obligation de :

1. porter l'écrit mentionnant la rémunération du distributeur au consommateur;
2. lui faire parapher la section qui comporte la divulgation de la rémunération;
3. conserver au dossier du client une copie du document indiquant que la divulgation a été faite.

Nous mentionnons d'emblée que dans le cas de vente par téléphone, l'obligation de parapher sera difficile d'exécution. Nous tenons toutefois pour acquis que l'accord verbal du client obtenu lors de la conclusion de l'appel satisfait cette obligation.

À ce stade-ci, nous ne privilégions pas d'amender la loi afin que soient introduites de nouvelles obligations. Nous sommes d'avis que l'obligation actuelle de divulguer toute rémunération supérieure à 30 %, combinée avec les obligations de décrire la nature du produit, expliquer comment est calculé le coût de l'assurance et informer le consommateur qu'il existe sur le marché d'autres produits similaires, lui permet de comparer et de décider si le produit lui convient.

Notez que le RALA prévoit également que le preneur d'un contrat-cadre sur la vie et la santé des débiteurs et des épargnants ne peut recevoir une rémunération qui excède les frais réellement encourus pour la perception des primes d'assurance et l'administration du contrat-cadre. Ce faisant, les conseillers qui sont chargés de faire l'offre chez le distributeur ne reçoivent pas de rémunération. Elle est versée au preneur du contrat-cadre.

Nous soumettons qu'en vertu de ses pouvoirs et de sa mission de veiller à la protection du public, l'Autorité est en mesure d'identifier, à l'aide de questionnaires d'inspection, les distributeurs qui omettent de se conformer à la loi et est autorisée à émettre des avis et des sanctions, lesquelles pourraient être rendues publiques le cas échéant, sans qu'il ne soit nécessaire de régler davantage.

Cela dit, si de nouvelles exigences devaient être ajoutées, nous désirons exprimer les réserves et les suggestions qui suivent relativement aux trois (3) solutions proposées par l'Autorité afin de susciter une réflexion et tenter de réduire la complexité et la confusion pouvant découler de chacune de celles-ci.

Enfin, nous soumettons que la recommandation, si elle est adoptée, devrait s'étendre à l'ensemble des réseaux de distribution dans l'industrie de l'assurance.

Méthode 1

Divulgarion de la rémunération dans le guide de distribution

Cette méthode comporte les désavantages suivants :

Les guides devront être modifiés à chaque fois que sera modifiée la rémunération. De nouveaux cahiers de conformité devront être complétés et les guides devront être remplacés dès la modification en respectant la procédure prévue par le règlement de l'Autorité à cet effet. La rémunération pouvant varier d'un distributeur à l'autre, un guide différent devra être préparé pour chacun des distributeurs même s'ils offrent le même produit.

Méthode 2

Rémunération divulguée dans un formulaire distinct du guide de distribution formulé selon la teneur prescrite par l'Autorité

L'Autorité propose la teneur qui suit :

« Le coût de l'assurance, excluant la rémunération directe et indirecte du distributeur, est XXXX \$.

La rémunération du distributeur de XXXX \$.

Ces deux montants correspondent à la prime totale de XXXX \$ qui vous est chargée pour ce produit d'assurance. »

D'une part, pour certains produits d'assurance de DSF admissibles à la DSR, il ne sera pas possible de divulguer la rémunération sous cette forme. Par exemple, pour le produit Assurance solde de crédit, il n'est pas possible de connaître le montant de la prime payable au moment de l'achat de ce produit puisqu'elle dépend du solde de la dette future.

D'autre part, nous soumettons que cette solution multiplie le nombre de documents à remettre au consommateur et risque d'engendrer de nombreuses modifications à nos systèmes informatiques ayant des impacts sur les coûts.

Si cette méthode devait être privilégiée par l'Autorité, nous suggérons que seule la rémunération versée au distributeur fasse l'objet de la divulgation sur ce formulaire excluant le coût de l'assurance. Nous soumettons que pour certains types de produits, il soit possible de divulguer la rémunération selon une approximation exprimée en pourcentage soit : la rémunération versée au distributeur pour ce produit d'assurance équivaut à environ 10 % de la prime que vous payez pour cette assurance. Ce pourcentage serait basé sur la rémunération réellement versée au cours de l'année qui précède. Elle serait facilement vérifiable par l'Autorité le cas échéant.

Méthode 3

Rémunération versée directement au distributeur par le consommateur

Cette méthode est difficilement applicable en pratique. Elle créera une multiplicité de transactions, de l'incompréhension et de l'insatisfaction de la part des clients. Nous soumettons que cette méthode aurait pour effet de limiter l'accès aux consommateurs à des produits de convenance répondant à des besoins précis, laissant bon nombre de ceux-ci sans couverture d'assurance.

Position du Mouvement Desjardins

Ainsi, en réponse précise à ces recommandations, DSF soumet que les obligations actuelles prévues par la loi ne doivent pas être modifiées. Nous sommes d'accord que doit faire partie du montant de la rémunération toute somme directe ou indirecte versée à ce titre.

Nous soumettons qu'en vertu de ses pouvoirs et de sa mission de veiller à la protection du public, l'Autorité est en mesure d'identifier, à l'aide de questionnaires d'inspection, les distributeurs qui omettent de se conformer à la loi et est autorisée à émettre des avis et des sanctions, lesquelles pourraient être rendues publiques le cas échéant, sans qu'il ne soit nécessaire de régler davantage.

Dans l'éventualité où l'Autorité décide d'aller de l'avant avec cette proposition, nous privilégions la méthode numéro 1, considérant que la méthode numéro 2 alourdit le processus. Toutefois, nous soumettons que si l'Autorité retient la méthode numéro 2, la rémunération devrait être exprimée sous forme de pourcentage représentant une moyenne des sommes versées à chaque distributeur pour la vente du même produit d'assurance pour l'année qui s'est terminée. Fait important, pour la méthode numéro 1, nous soumettons que la rémunération devrait également être exprimée sous forme de pourcentage représentant une moyenne des sommes versées à chaque distributeur pour la vente du même produit d'assurance pour l'année qui s'est terminée, et ce, pour les motifs déjà mentionnés précédemment.

V. Le financement des primes uniques

RECOMMANDATION DE L'AUTORITÉ

12. Énoncer, dans le guide, le coût total du produit d'assurance à prime unique et ses modalités de remboursement en cas de résiliation

Nous soumettons que DSF n'applique pas cette pratique pour les produits pouvant être offerts par les institutions financières et supposons que cette recommandation ne vise pas les produits d'assurance voyage pour lesquels la prime est payable en un versement en raison d'un départ immédiat. Par conséquent, nous n'émettrons pas de commentaires relativement à cette recommandation.

VI. Le recours au télémarketing

RECOMMANDATIONS DE L'AUTORITÉ

13. Établir des scripts d'appels qui rencontrent les exigences de la DSR

L'Autorité soutient qu'en contexte de télémarketing, le consommateur n'a aucun document en main lors de la souscription du produit d'assurance, de sorte que des scripts d'appels, devant contenir les éléments prévus au régime de la DSR, devraient être utilisés par les distributeurs et être remis à l'Autorité au moment du dépôt du guide.

Position du Mouvement Desjardins

Tel que mentionné précédemment, DSF a en place un processus rigoureux de distribution. Il vise tous les produits admissibles à la DSR. À chaque étape du processus de distribution, l'équipe de conformité réglementaire chez DSF dresse une liste des dispositions réglementaires qui s'appliquent à ces étapes et s'assurent qu'au meilleur de leur connaissance les activités satisfont aux exigences de la loi. Pour les produits de DSF offerts par téléphone par le CDD, le processus inclut l'élaboration des scripts d'appel, les activités de formation et les programmes d'assurance qualité. Le contenu de chaque script d'appel tient compte des exigences de la Ligne directrice de l'ACCAP sur le marketing direct (LD-9), lesquelles semblent être à la satisfaction de l'Autorité. En tout temps, lorsqu'ils font l'offre, les agents du CDD peuvent référer au script d'appel, au guide de distribution et à d'autres outils tels que l'Aide-mémoire sur les obligations du distributeur préparé par l'équipe de formation de DSF. Notez que le guide de distribution est systématiquement transmis dès la terminaison de l'appel lorsqu'une vente en résulte. Tous les appels sont enregistrés et chaque agent fait l'objet mensuellement d'un contrôle d'assurance qualité.

Ainsi, nous estimons qu'il n'est pas utile que les scripts soient remis systématiquement à l'Autorité pour analyse puisqu'en outre des éléments prescrits par la LD-9, ils contiennent des éléments à caractère commercial et font régulièrement l'objet de remaniements. Nous soumettons qu'une telle exigence ne fait qu'alourdir le processus et ne crée aucune valeur ajoutée pour le consommateur.

Nous soumettons que l'Autorité devrait exiger que tous les distributeurs qui offrent des produits par téléphone se dotent de procédures d'enregistrement des appels. Ainsi, en cas de plaintes, l'Autorité pourra requérir copie des enregistrements et émettre des avis ou des sanctions aux distributeurs qui omettent de se conformer aux exigences de la LD-9.

14. Prolonger le délai de résolution du contrat d'assurance

L'Autorité soumet qu'en contexte de télémarketing, le consommateur n'a aucun document en main lors de la souscription du produit d'assurance. Il ne peut donc pas les consulter pour évaluer la pertinence de sa décision. Elle soumet que la proposition numéro six (6) demeure pertinente dans ce contexte.

Position du Mouvement Desjardins

Nous soumettons les mêmes commentaires qu'à la proposition numéro six (6) relativement à la prolongation du délai de résolution du contrat d'assurance à trente (30) jours de la signature de la demande d'assurance.

Conclusion

En terminant, nous réitérons qu'il est essentiel de maintenir le régime de la DSR afin d'offrir aux consommateurs des produits simples et peu coûteux qui répondent à des besoins précis sans qu'une analyse de besoins soit nécessaire.

Le Mouvement des caisses Desjardins privilégie l'approche de la réglementation par principe plutôt que sur des règles précises et détaillées.

Nous sommes disposés à collaborer en tout temps avec l'Autorité des marchés financiers afin de trouver des solutions visant à améliorer ce régime qui a fait ses preuves et qui satisfait, selon les sondages, plusieurs consommateurs qui autrement n'auraient pas accès à des produits d'assurance.