

Trois-Rivières, le 11 mars 2011

consultation-en-cours@lautorite.qc.ca
(L'original suivra par la poste)

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

Re : Consultation relative à la distribution sans représentant



40 ans au service
du consommateur

Cher consœur,

Le soussigné a été chargé de répondre pour l'Office à la consultation tenue par l'Autorité. Nous vous remercions de l'opportunité qui nous est donnée de fournir des commentaires.

Le document de l'Autorité nous apparaît être le fruit d'une réflexion sérieuse et être favorable aux intérêts des consommateurs. Dans l'ensemble, les constats et recommandations de l'Autorité sont on ne peut plus appropriés. Aussi, nous nous contenterons de quelques brefs commentaires dans les rubriques présentées humblement ci-dessous.

Divulcation de l'information

Les guides de distribution semblent volumineux et complexes. Cela est particulièrement préoccupant lorsqu'on considère le faible taux d'alphabétisation d'une portion importante des Québécois. Les recommandations de l'Autorité apparaissent donc tout-à-fait pertinentes. Par ailleurs, l'ajout d'une exigence relative à l'utilisation d'un langage clair, simple et succinct, similaire à celle contenue à l'article 25 de la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC), si elle n'existe pas par ailleurs, nous semble souhaitable.

Résolution du contrat

Nous partageons le constat de l'AMF à l'effet que les consommateurs connaissent peu les délais de résolution prévus par la Loi. La recommandation de l'AMF de porter le délai prévu à la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (LDPSF) de dix à 30 jours semble une solution appropriée lorsque combinée avec l'obligation de porter ce délai à la connaissance du consommateur à l'aide du guide de distribution.

.../2

Encadrement des distributeurs

Encore une fois, les constats et recommandations de l'Autorité nous semblent appropriés.

Divulgarion de la rémunération des distributeurs

L'obligation faite au distributeur de divulguer sa rémunération nous semble adéquate dans le contexte de la distribution sans représentant, notamment parce que les distributeurs ne sont pas soumis aux obligations déontologiques des représentants.

Par contre, nous ne sommes pas convaincus que l'abolition du seuil déclenchant la divulgation suffirait à améliorer l'information transmise aux consommateurs. Nous soumettons que le seuil peut avoir comme effet de servir de signal d'alarme alors que la divulgation dans tous les cas risque d'inonder le consommateur de données qu'il ne peut pas nécessairement déchiffrer (qu'est-ce qu'une rémunération acceptable ?). Ensuite, la création de structures servant à camoufler la divulgation reste alléchante afin de tromper le consommateur en divulguant une rémunération moindre que celle qui est reçue en réalité. Finalement, l'Office est d'avis que dans une telle matière, des efforts suffisants de surveillance et de sanction du non respect de la loi sont absolument nécessaires à son respect.

Soulignons aussi qu'une divulgation effectuée tant verbalement que par écrit, telle qu'adoptée en matière de vente de garantie supplémentaire couvrant des biens de consommation¹, nous semble comporter des avantages non négligeables (Pour un exemple d'une telle divulgation, voir la page : http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/DocumentationCommerçant/AvisGarantieLegale_AvisPapier.pdf.) Cette piste de solution nous semble pouvoir se joindre élégamment à la « proposition 2 » faite à la page 15 du document de consultation de l'Autorité.

Financement des primes uniques

L'Office est d'avis que la recommandation de l'Autorité d'exiger la divulgation, dans le guide de distribution, du coût total de la prime ainsi que des frais de crédit exigés sur celle-ci serait de nature à mieux informer les consommateurs. Une telle exigence pourrait être remplie en laissant un espace en blanc dans le guide afin que le distributeur y inscrive le coût de la prime, les frais de crédit portant sur celle-ci (le cas échéant), de même que l'obligation totale du consommateur à cet égard.

Nous devons par contre inviter l'Autorité à la prudence avant d'intervenir en matière de financement des primes d'assurance puisque le contrat de crédit conclu pour le financement de primes d'assurance est visé par les dispositions de la LPC en matière de crédit (art. 5, par. a) *in fine* de la LPC). Notons que dès que le montant total payé est différent de la prime unique, il y a financement de prime et les dispositions de la LPC s'appliquent. À cet égard, l'Office offre son entière collaboration à l'Autorité pour toute question concernant ces matières.

Il faudra notamment s'assurer que l'information fournie au consommateur quant aux modalités de remboursement de la prime versée, le cas échéant, n'entre pas en contradiction avec la LPC et son règlement d'application (RPC). Il existe notamment des cas exceptionnels où le consommateur est tenu de payer moins au commerçant fournissant le crédit que ce que ce dernier doit verser à l'assureur. Une mention en ce sens pourrait être prévue.

Recours à la télévente (« télémarketing »)

On peut se questionner quant à l'opportunité que l'on ait recours à la télévente pour commercialiser un produit aussi complexe que l'assurance. Aussi, on peut se demander si l'interdiction pure et simple de ce mode de mise en marché ne devrait pas être envisagée, si cela n'a pas déjà été fait. Évidemment, une telle mesure ne pourrait être prise à la légère et nécessiterait une réflexion approfondie, tant sur son opportunité que sur sa faisabilité. En tout état de cause, est-ce qu'une surveillance accrue et une application plus stricte de la LDPSF ne serait pas envisageable en cette matière ?

Toutefois, s'il doit être permis de distribuer des produits d'assurance sans représentant par télévente et qu'il faille adapter ces exigences à ce mode de mise en marché, l'Office est d'avis qu'une solution acceptable aux problématiques posées serait de faire courir le délai de résolution à compter de la date de réception du guide de distribution. Ainsi, en matière de contrat de consommation conclu à distance et oralement, le gouvernement du Québec prévoit un délai de résolution particulier qui ne court qu'à compter de la réception du contrat écrit (voir l'art. 6.5 du RPC). Ce droit accordé au consommateur pourrait, peut être, être adapté au contexte de la distribution sans représentant de produits d'assurance par télévente.

Espérant que les commentaires ci-dessus vous seront utiles, nous vous prions d'agréer, chère consœur, l'expression de nos salutations les plus cordiales.

(s)

Marc Migneault, avocat
(514) 253-6556, poste 3426
marc.migneault@opc.qouv.qc.ca

c.c. : Mario Beaudoin
Chef du Service de la conformité
Autorité des marchés financiers
mario.beaudoin@lautorite.qc.ca

¹ Voir l'art. 228. de la LPC de même que les arts 91.9 à 91.13 du *Règlement d'application de la LPC*.