

Le 23 mai 2012

Anne-Marie Beaudoin
Secrétaire générale
Autorité des marchés financiers
800, square Victoria, 22^e étage
C.P. 246, tour de la Bourse
Montréal (Québec) H4Z 1G3
Télécopieur : 514-864-6381
Courriel : consultation-en-cours@lautorite.qc.ca

Objet : Consultation relative à l'offre d'assurance par internet au Québec

Madame,

Nous vous écrivons au sujet de l'avis de consultation émis par l'Autorité des marchés financiers (AMF) en février 2012 relativement au sujet mentionné en rubrique.

Services d'Assurance I.G. Inc. (IGIS) est une filiale de Société financière IGM Inc. (IGM), qui est une entreprise de services financiers diversifiée et l'un des plus importants gestionnaires et distributeurs de fonds communs de placement au Canada, comptant plus de 124 milliards de dollars d'actifs sous gestion au 31 mars 2012. Les filiales de IGM, incluant IGIS, possèdent les licences appropriées afin d'offrir différents produits et services financiers à travers le Canada.

L'essentiel de nos activités consiste à fournir une planification financière complète à des particuliers partout au Canada afin de les aider à atteindre leurs objectifs, surtout en matière de retraite. Le conseil est au cœur de nos activités.

Vous trouverez ci-après des commentaires généraux liés à l'avis de consultation.

A. Commentaires généraux

L'internet joue un rôle important notamment à deux niveaux, c'est une source d'information intéressante et un lieu pour effectuer des transactions. Il est de mise d'encourager les participants de l'industrie de l'assurance à profiter de ce moyen de communication. L'accessibilité à cette information est également un facteur utile pour le consommateur afin de bien se renseigner et faire des choix judicieux. Le but de la réglementation devrait être de s'assurer que l'information transmise sur internet est complète, de bonne qualité et sans fausse représentation.

Cependant, l'utilisation de l'internet peut être plus problématique lorsqu'il s'agit d'effectuer des transactions. La plupart des produits d'assurance sont complexes et peuvent difficilement être offerts par internet. Certains produits peuvent être plus faciles à offrir, par exemple l'assurance automobile, mais l'assurance vie et invalidité demande une analyse plus approfondie. Les conseils d'un expert en la matière sont grandement recommandés afin de bien comprendre le produit et ses effets.

Nos représentants qui offrent des produits d'assurance vie et invalidité s'assurent de bien connaître leur client et d'offrir un produit qui répond aux besoins spécifiques de ce dernier. Le représentant peut mettre des heures d'analyse avant d'arriver à recommander un produit d'assurance vie ou invalidité. Pour s'assurer que le consommateur obtienne une protection adéquate lorsque cette dernière deviendra nécessaire, le conseil est essentiel. Une erreur d'interprétation par le consommateur sur un produit d'assurance vie ou invalidité peut avoir des conséquences énormes sur ce dernier et ses proches.

Dans ces circonstances, nous recommandons que le consommateur puisse avoir accès à des conseils par des gens certifiés et qualifiés de l'industrie lorsqu'il s'agit de protection d'assurance pour la vie et l'invalidité. En ce sens, la réglementation québécoise assure déjà cet encadrement, grâce aux dispositions de la Loi sur la distribution de produits et services financiers (LDPSF) et à la réglementation d'application. Le représentant en assurance a l'obligation d'obtenir personnellement les renseignements sur le client pour lui proposer le produit d'assurance qui répond le mieux à ses besoins. Cette approche devrait être utilisée à travers le Canada.

B. Questions spécifiques

L'IDENTITÉ DU PRESTATAIRE ET L'IMPLICATION D'UN REPRÉSENTANT CERTIFIÉ

Beaucoup d'efforts sont faits par les régulateurs, notamment l'AMF, afin de sensibiliser la population à se renseigner lorsqu'elle fait affaire avec un professionnel du domaine financier. La première vérification consiste à s'assurer que le cabinet et le professionnel sont dûment enregistrés auprès du régulateur et que le professionnel détient la licence requise pour offrir les produits et services. De cette façon, il est possible d'éviter que le consommateur fasse l'objet d'une manœuvre dolosive par un tiers qui se dit expert dans un domaine financier.

Nous croyons qu'il est important de continuer dans ce sens afin de créer cette habitude chez le consommateur de vérifier avec qui il fait affaire. Nous sommes également d'avis, comme le propose l'AMF, de donner les informations relatives au prestataire de service sur la première page internet, tel que son nom légal, adresse, coordonnées, type d'inscription. Par contre, l'information pour formuler une plainte pourrait être ajoutée dans une section différente, compte tenu que la première page n'est pas le meilleur endroit pour ce type d'information.

LA DIVULGATION DE RENSEIGNEMENTS ESSENTIELS

Il s'agit selon nous d'une question très importante pour les raisons expliquées ultérieurement. Les produits d'assurance peuvent être très complexes et il est nécessaire de fournir au consommateur des explications afin qu'il puisse prendre la bonne décision. Il faut surtout qu'il comprenne la couverture d'assurance qui lui est offerte et les limites de cette couverture. Une mauvaise réponse donnée à un consommateur lors de l'achat d'un produit d'assurance en ligne peut engendrer des problèmes graves.

Même si un service conseil est disponible lors de l'achat en ligne, nous croyons que le consommateur pourrait ne pas l'utiliser croyant qu'il a le produit qui lui convient. De plus, un service conseil n'a pas la même valeur qu'un représentant en assurance qui a une relation à long terme avec son client et qui prend soin de voir l'ensemble de sa situation financière avant de proposer un produit.

Les principales caractéristiques du produit doivent être données clairement sur le site. Tel que nous avons expliqué, le but de ces sites devrait être de donner une bonne information au consommateur. Ce dernier doit pouvoir retrouver facilement l'information sur la garantie offerte ainsi que les limitations et les exclusions possibles. L'enjeu en matière d'assurance de personne est relié au fait qu'il s'agit d'un produit complexe et certaines mentions peuvent paraître anodines pour le consommateur, mais elles sont en réalité très importantes. Nous croyons qu'il devrait être nécessaire de mettre un avis à l'effet que le conseil d'un représentant en assurance permet une meilleure protection pour le consommateur.

a) Donner aux consommateurs la possibilité de vérifier l'exactitude des renseignements qu'ils fournissent

Nous suggérons une confirmation par étapes, c'est-à-dire que pour chaque section du produit, il y ait une validation par le consommateur. Par exemple, après les clauses concernant la couverture d'assurance, il y aurait un processus pour valider la compréhension de ces clauses, le même processus s'appliquerait après la section des exclusions, de la prime, du droit de résiliation, du choix de média pour recevoir le contrat, etc.

Nous croyons également utile, tel que proposé par l'AMF, que le sommaire de l'information relative au contrat soit soumis au consommateur avant qu'il accepte les termes du contrat. Il pourrait donc y avoir une étape, avant l'acceptation finale, qui donne un résumé des engagements choisis par le consommateur. Cette mesure permettrait une réflexion plus en profondeur par le consommateur.

b) Informer les consommateurs des termes et conditions

Le processus de validation par étapes tel que décrit au paragraphe précédent, est important pour s'assurer d'une bonne compréhension du produit. Par la suite, le client devrait avoir accès à son contrat dans la forme qu'il désire, soit de façon électronique ou papier.

c) Assurer la fiabilité des transactions pour les consommateurs

Seuls les sites offerts par les assureurs et intervenants de l'industrie devraient être reconnus et utilisés par les consommateurs afin de pouvoir garantir une fiabilité.

d) Protéger les renseignements personnels concernant les consommateurs

La collecte d'information lors de la demande d'un produit d'assurance doit être encadrée rigoureusement. Il revient donc aux assureurs et intervenants de l'industrie de prendre les mesures nécessaires afin de garantir la fiabilité et la sécurité de leur site.

e) Transactions requérant actuellement le papier (désignation de bénéficiaires)

La désignation de bénéficiaires est une étape importante dans le cadre du contrat d'assurance vie. Elle entre également dans le cadre d'une bonne planification successorale. Elle touche donc le consommateur qui contracte une assurance, mais aussi ses proches. Il est de la juridiction de chacune des provinces de réglementer la désignation de bénéficiaires. L'effet de ne pas nommer un bénéficiaire peut avoir des conséquences graves. Dans ces circonstances, nous sommes d'avis que l'exigence d'un écrit demeure essentielle pour les cas de désignations de bénéficiaires et de remplacement de bénéficiaires. Ces désignations sont intimement liées avec les normes en matières successorales qui requièrent un certain formalisme.

f) Résiliation du contrat d'assurance par l'assureur

Le consommateur ne devrait pas pouvoir annuler un contrat d'assurance de personne ou remplacer un tel contrat sans avoir obtenu les conseils nécessaires sur les effets d'une telle décision. Il existe actuellement dans la réglementation au Québec des dispositions bien précises lors d'un remplacement de produit d'assurance de personne pour donner aux consommateurs les avantages et inconvénients du produit choisi en remplacement du produit actuel. Ce mécanisme devrait rester en place pour éviter qu'un consommateur ne perde des droits importants.

Dans le cas où un consommateur veut terminer un contrat, il devrait aussi y avoir une notification spéciale pour aviser clairement le consommateur du choix qu'il veut prendre.

LA DISTRIBUTION SANS REPRÉSENTANT

La distribution sans représentant est permise dans un contexte bien précis, comme celui de l'assurance crédit. Ce produit peut être offert plus facilement par internet car le risque couvert est davantage circonscrit. Cependant, nous sommes d'avis que le guide de distribution devrait être mis en évidence sur le site internet. Il faudrait également que ce guide apparaisse dans le processus d'offre du produit, avant la conclusion du contrat. Le consommateur devrait cocher une case à l'effet qu'il a pris connaissance de ce guide avant d'accepter le contrat.

SITES DE COMPARAISON

Un site qui offre une comparaison des garanties offertes peut être dangereux. Nous comprenons qu'il est facile de comparer des garanties lorsqu'il s'agit par exemple d'un bien comme une voiture. Cependant, lorsqu'il s'agit d'une protection en assurance vie et invalidité, le produit doit répondre aux exigences personnelles du consommateur et à ses objectifs financiers. Il serait illusoire de croire que le fait de comparer des garanties et d'offrir ces détails d'information permette au consommateur de prendre une bonne décision.

LA PUBLICITÉ

Nous sommes d'avis que la publicité ne devrait pas être confondue avec les termes du contrat d'assurance. L'assuré doit comprendre lorsqu'il est rendu à l'étape de s'engager contractuellement. Cette étape est différente de l'étape initiale où différents produits et services lui sont offerts.

LES MÉDIAS SOCIAUX

Pour ce qui est des médias sociaux, il est maintenant pratique courante d'avoir une politique qui vise à encadrer l'utilisation des médias sociaux dans bien des entreprises. Cette pratique devrait également s'appliquer aux assureurs et cabinets.

Nous apprécions cette occasion de faire part de notre point de vue sur les règles et les lignes directrices proposées. Nous serions heureux de discuter de l'une ou l'autre de ces préoccupations avec vous au moment qui vous conviendra. Pour ce faire, veuillez communiquer avec le soussigné.

Bien cordialement,



Claude Paquin
Président,
Services financiers Groupe Investors, Québec
514-985-6701
claud.paquin@investorsgroup.com