

Réglementation sur les modes alternatifs de distribution.

Commentaires de la Corporation des assureurs directs de dommages du Québec

La Corporation des assureurs directs de dommages du Québec (Cadd) remercie l’Autorité des marchés financiers (L’Autorité) de son invitation à commenter le projet de réglementation sur les modes alternatifs de distribution. La Cadd tient également à remercier les employés de l’Autorité pour leur disponibilité et leur collaboration dans le cadre de cette consultation.

1. Contexte

La date prévue pour la mise en vigueur de la réglementation laisse peu de temps aux assureurs directs de dommages pour modifier leurs systèmes et implanter la réglementation. Afin de permettre aux assureurs de faire les modifications technologiques de leurs sites, il devrait y avoir une période de transition de 12 mois entre l’entrée en vigueur de la réglementation et l’application de celle-ci.

Les membres de la Cadd sont d’avis que la réglementation devrait s’appliquer uniquement à la partie du site (ou de l’application) qui permet la souscription et l’achat d’une police d’assurance de dommages.

2. Personnes visées (Cabinet /Assureur)

Les assureurs directs étant encadrés par plusieurs lois, il y aurait lieu de se questionner sur l’obligation pour eux de former un cabinet pour distribuer leurs produits d’assurance.

Notre compréhension est que la réglementation ne s’applique pas à la partie informationnelle des sites des assureurs. La réglementation devrait s’appliquer uniquement aux seules parties du site qui visent à recueillir l’information nécessaire pour donner du conseil, faire une soumission et une offre d’assurance en bonne et due forme. Les plateformes des assureurs qui ne visent qu’à donner une soumission qui doit être complétée plus tard avec l’aide d’un agent ne devraient pas être sujettes au règlement, puisque dans ce cas, les dispositions de la Loi sur la distribution des produits et services financiers en matière de conseil au client trouveront application.

Par ailleurs, dans la partie service client des sites des assureurs, nous croyons que les sections relatives aux changements administratifs tels que numéro de téléphone, modes de paiements, etc., ne devraient pas être assujetties à la réglementation.

Il y aurait lieu également de préciser que le projet de règlement ne s'applique pas aux sites des assureurs dédiés au règlement des sinistres. En effet, il convient de distinguer entre les sites des experts en sinistre indépendants qui vendent leurs services aux consommateurs et les sites des assureurs visant à faciliter la gestion des sinistres de leurs clients. Dans ce dernier cas, les assureurs ne vendent aucuns services, ils ne font que mettre en application la protection prévue à la police d'assurance.

Aussi, les articles 6, 14 et 17 s'apparent davantage à une ligne directrice qu'à un règlement. Ces articles devraient donc être précisés ou enlevés.

3. Intervention d'un représentant

Nous comprenons que l'AMF s'attend à ce que les assureurs se conforment à l'article 71.1 de la LDPSF, soit de prendre les moyens pour fournir les services d'un agent en temps utile. Si un client qui effectue une soumission sur le web, en dehors des heures d'ouverture du cabinet, exprime le besoin de parler à un agent, l'assureur doit prendre en charge ce client et lui offrir une solution. Par exemple : L'assureur pourrait offrir la prise de rendez-vous pour un rappel dans les heures de disponibilité des agents et du client.

Nous sommes également d'avis que dans tous les cas, le client doit pouvoir compléter le processus de soumission.

4. Obligations réglementaires applicables (ex. devoir de conseil)

Parmi les cinq éléments mentionnés à l'article 8 de la réglementation, seul le point 4, « Moyen de rejoindre un agent », devrait être visible en tout temps car de faire autrement créerait notamment des enjeux importants au niveau de l'expérience mobile. Les autres points devraient plutôt être accessibles en tout temps, par exemple, être disponibles dans un onglet accessible à partir de n'importe quelle page du site.

5. Produits offerts (absence de limitation de certains produits)

Les assureurs directs sont très satisfaits que l'Autorité leur laisse la liberté de déterminer eux-mêmes les produits qu'ils souhaitent vendre par Internet.

Au niveau de l'adéquation entre l'offre et les besoins exprimés par le client, les exigences lorsque la transaction s'effectue par Internet nous semblent plus élevées que lorsque la transaction se fait avec l'intervention d'un représentant au téléphone ou en personne. Cette obligation ne se retrouve pas dans l'article 27 de la LDPSF.

Les assureurs sont d'avis que de présenter et mettre en évidence l'offre qui répond aux besoins exprimés par le client en plus de présenter d'autres offres qui pourraient l'intéresser, respectent la réglementation.

En effet, plusieurs produits différents peuvent être susceptibles de répondre aux besoins du client, et il est dans l'intérêt de ce dernier d'avoir accès à plusieurs options différentes, si celles-ci sont susceptibles de répondre à ses besoins.

6. Renseignements à fournir à l'Autorité

Nous sommes d'avis que les renseignements demandés devraient être uniquement pour le volet transactionnel des sites des assureurs et ne pas s'appliquer au volet informationnel de leurs sites internet.

- **Article 4**

Nous sommes d'avis qu'il y aurait lieu de nuancer l'application de cet article en fonction de la disponibilité du produit par Internet au moment de l'entrée en vigueur de la réglementation.

Pour les produits dont la distribution par Internet a débuté avant l'entrée en vigueur de la réglementation, les assureurs devraient avoir un délai raisonnable pour fournir cette information après l'entrée en vigueur de la réglementation.

Pour les autres produits non actuellement distribués par Internet, les assureurs sont d'accords pour fournir cette information avant que la distribution par internet ne débute. Il y aurait lieu également d'harmoniser le délai requis, dans les articles 4 et 21, pour informer l'Autorité de toute modification des renseignements. Pour les deux articles, le délai requis devrait être de 60 jours.

Les ajustements suivant sont proposés au libellé de l'article 4 :

Tout cabinet qui offre des produits et services sans l'entremise d'une personne physique qui permet de souscrire ou adhérer au contrat en recourant uniquement à la plateforme doit , avant d'offrir tels produits et services, divulguer dans les 60 jours à l'Autorité les renseignements suivants:

- 1° le nom attribué à la plateforme, lorsque celui-ci diffère du nom du cabinet;
- 2° le nom du produit et la catégorie à laquelle celui-ci est associé ou la nature des services financiers offerts sur la plateforme;
- 3° le lien hypertexte ou tout autre mécanisme permettant d'accéder à la plateforme;
- 4° les assureurs dont les produits sont offerts sur la plateforme du cabinet, s'il y a lieu;
- 5° ~~le fait que le client doit ou puisse, le cas échéant, souscrire ou adhérer au contrat en recourant à l'intervention d'un représentant ou uniquement en ayant recours à la plateforme;~~
- 6° le fait que la souscription ou l'adhésion s'effectuera sur la plateforme d'un ou plusieurs autres cabinets, le cas échéant, ainsi que le nom attribué à ce ou ces cabinets.

Le cabinet doit informer l'Autorité de toute modification à l'un de ces renseignements dans un délai de 60 jours suivant cette modification.

- **Article 5**

L'essentiel de l'information est fourni dans le formulaire annuel du CCRA. Les membres de la Cadd sont d'avis qu'il ne devrait pas être nécessaire de fournir les renseignements demandés à l'article 5.

7. Renseignements à fournir au client (présentation, visibilité, divulgation, spécimen de police, consentement, post souscription – adhésion)

Les assureurs membres de la Cadd sont d'avis que les exigences de renseignements devraient être les mêmes, quel que soit le canal de distribution utilisé par le client. Pour tous les canaux de distribution, nous sommes d'avis qu'il n'est pas requis de remettre au client un spécimen de police, et qu'un sommaire des couvertures et des principales exclusions suffit. Les obligations doivent être les mêmes, qu'il s'agisse d'un service par Internet ou en personne/téléphone.

Les exigences de renseignements à fournir, particulièrement en ce qui concerne le conseil et l'information, devraient être différentes envers les nouveaux clients et les clients actuels qui modifient un contrat d'assurance en vigueur.

- **Article 7.**

Les assureurs directs sont d'accord avec l'obligation de fournir l'information demandée à cet article.

- **Article 8.**

Seul le moyen de solliciter l'intervention d'un représentant du cabinet devrait être disponible en tout temps. Les autres renseignements devraient être facilement accessibles. Si cet article est appliqué tel que rédigé, il sera très difficile, voire impossible de s'y conformer pour les plateformes sur téléphone intelligent.

Les assureurs directs sont d'avis qu'il serait préférable qu'ils puissent utiliser leur marque de commerce pour identifier leur site ou tout autre nom autorisé par l'AMF. Le nom légal d'un cabinet a souvent peu de notoriété et pourrait éventuellement engendrer de la confusion chez le consommateur.

Les obligations de renseignements à fournir au client en vertu du projet de règlements sont plus grandes pour les transactions par Internet que pour les transactions effectuées en personne ou par téléphone. Nous sommes d'avis qu'il ne devrait pas y avoir de différence.

- **Article 9**

9.1 Il nous semble suffisant pour que le client puisse identifier si la plateforme lui convient, que celle-ci indique la ligne de produits pour lesquels elle est disponible. Il est impossible d'identifier plus amplement le type de clientèle à qui s'adresse la plateforme avant d'avoir recueilli les informations du client.

9.2 Quelle est l'application de cet article dans la mesure où la possibilité de parler à un agent est présente en tout temps sur la plateforme ?

- **Article 10**

En ce qui concerne l'article 10, nous sommes d'avis qu'un résumé des principales protections et exclusions identifiées en fonction des besoins exprimés par le client serait suffisant. On ne peut énumérer toutes les exclusions, par exemple les dommages dus à la guerre, la pollution, etc. Dans la mesure où l'agent n'a pas d'obligation de faire une énumération exhaustive de toutes les protections et exclusions à la police sauf celles en relation avec les besoins identifiés (art.28 LDPSF), la même logique devrait être applicable en ligne.

Au **point 6** de cet article on parle d'un droit de résolution alors qu'à **l'article 30 au point 10** on parle d'un droit de résiliation. Il y aurait lieu d'ajuster la terminologie et de confirmer si on parle bien du droit de résolution de l'article 64 de la Loi sur les assureurs.

Il y aurait lieu également de revoir et préciser l'application du droit de résolution pour les cas où la prise d'effet de la couverture débute durant la période de résolution de 10 jours. Des interruptions de couverture pourraient survenir et entraîner des enjeux légaux importants. Nous comprenons également que si un agent certifié intervient lors du processus d'achat par Internet, le droit de résolution ne s'applique pas.

- **Article 11**

L'article 11 prévoit que le cabinet doit rendre disponible en tout temps sur sa plateforme un spécimen de police pour chaque produit offert.

Cet article devrait uniquement s'appliquer pour les clients qui détiennent un contrat d'assurance en vigueur. Le fait de rendre disponible l'ensemble des formulaires sur le site Internet, sans égard à l'admissibilité du client, pourrait créer de la confusion dans l'esprit du client. Celui-ci pourrait considérer le tout comme une « offre sans conditions » et exiger qu'on lui vende une couverture pour laquelle il n'est pas admissible, par exemple, une couverture dégâts d'eau dans une zone inondable.

Les autres obligations de renseignement prévues au projet de règlement devraient suffire pour lui permettre de faire un choix éclairé. Cette obligation particulière n'existe pas non plus pour les autres canaux de distribution.

8. Conception, fonctionnement et contrôle de la plateforme

- **Article 15**

15.2 Les exigences demandées sont supérieures à celle de l'article 27 de la LPDSF. Cet article devrait être reformulé et harmonisé avec les exigences de l'article 27 de la LPDSF pour permettre au client de faire un libre choix après que l'obligation de conseil ait été complétée via la plateforme.

L'exigence de veiller à ce que la plateforme soit en mesure de "détecter et, lorsque nécessaire, suspendre ou mettre fin automatiquement à une action initiée sur la plateforme lorsque le produit ne convient pas aux besoins du client" impose aux assureurs un fardeau que l'on ne retrouve pas actuellement dans la LPDSF, sans compter qu'elle est susceptible d'être extrêmement difficile à implanter en pratique. Cette exigence devrait par conséquent être retirée.

- **Article 18**

L'article 18 ne devrait pas s'appliquer aux consommateurs qui ont uniquement demandé une soumission d'assurance de dommages par Internet ou par téléphone.

- **Article 19**

L'interdiction de la publicité prévue à l'article 19.1 doit être revue. En effet, le terme "publicité" est susceptible d'inclure la référence à des produits qui pourraient être complémentaires à ceux choisis par le client et dont ce dernier pourrait bénéficier ou qui viendrait protéger son patrimoine. Plusieurs assureurs offrent également des rabais à l'achat de plusieurs produits et il est dans l'intérêt du consommateur que celui-ci en soit informé. Cette information fait partie, selon nous, du devoir de conseil qui incombe aux assureurs. Il est d'ailleurs à noter que cette interdiction n'est pas présente pour les autres canaux de distribution.

9. Distribution sans représentant (Renseignements à l'Autorité et au client, fiche, sommaire)

Les membres de la Cadd sont en accord avec la position de l'Autorité à l'effet que les règles applicables aux cabinets qui offrent sans l'entremise d'une personne physique ne seraient pas applicables aux distributeurs qui offrent par Internet.

La réglementation présentée introduit cependant davantage de contraintes pour la vente par Internet qu'en personne. Il y aurait lieu que la réglementation soit adaptée dans le contexte où la transaction avec le client se ferait par téléphone.

L'article 21 prévoit que l'assureur doit aviser l'Autorité d'une modification aux renseignements prévus à cet article "sans délai". Il y aurait lieu de remplacer l'expression "sans délai" par "de façon diligente".

Au niveau de la prohibition de la publicité prévue à l'article 29, nous réitérons nos commentaires à cet égard énoncés quant à l'article 19.

De même, en ce qui a trait aux paragraphes 6, 7 et 8 de l'article 30, nous réitérons nos commentaires énoncés pour l'article 10. Nous réitérons également nos commentaires faits pour l'article 11 en ce qui concerne l'article 33.

Il y aurait lieu de s'assurer que les termes utilisés à l'annexe 2 pour la résolution/annulation du contrat soient conformes aux dispositions légales qui y sont liées. À l'annexe 2, on parle de « 10 jours suivant l'achat de l'assurance », alors que l'article 64 de *la Loi sur les assureurs* réfère à la « réception de la police ». L'annexe 1 réfère quant à elle à la « signature du contrat ». Il pourrait être opportun d'arrimer la terminologie, surtout dans le contexte de la vente en ligne où il n'y a pas de signature de contrat.

De plus, nous réitérons nos commentaires formulés quant à l'article 10, en lien avec l'application du droit de résolution. En effet, l'exercice du droit de résolution par un consommateur ayant acquis un produit d'assurance d'un distributeur pourrait également donner lieu à une interruption de couverture susceptible d'entraîner des enjeux légaux importants.

Quant à la fiche à remettre au client, nous sommes à l'aise avec le contenu et le fait qu'elle n'a pas besoin d'être signée lorsque le produit est vendu par un distributeur autre qu'un concessionnaire. Toutefois, la présentation de la fiche et la manière dont l'information est mentionnée devraient être laissées à la discrétion des assureurs comme c'est le cas pour toutes les autres sections de la réglementation qui touchent à la communication au client.

- **DSR : Supervision du distributeur**

Nous questionnions grandement cette section de la réglementation étant donné que l'article 65 de la *Loi sur les assureurs* prévoit déjà que les assureurs sont responsables des actes de leur distributeur.

Les règles proposées mettent, à plusieurs égards, l'emphase sur les responsabilités de l'assureur, au point où il devient en pratique l'unique responsable de l'application de ces règles. La CADD est d'avis que la responsabilité devrait être partagée avec les distributeurs ou, qu'à tout le moins, le respect par l'assureur des dispositions en matière de supervision du distributeur puisse servir de moyen de défense à la responsabilité visée à l'art. 65 de *la Loi sur les assureurs*.

- DSR- par Internet

Les assureurs directs de la Cadd s'attendent à ce que le cadre juridique des technologies de l'information s'applique.

Dans le contexte où les règles s'appliquant aux cabinets ne s'appliqueront pas à la distribution sans représentants, nous comprenons que la plateforme utilisée pour la distribution par Internet ne sera pas soumise à la réglementation.

Conclusion

Le présent document résume la position des assureurs membres de la Corporation des assureurs directs de dommages du Québec (Cadd). La Cadd est disponible pour collaborer à toute consultation additionnelle qui serait requise dans le cadre de l'implantation de la réglementation sur les réseaux alternatifs de distribution.

Si des informations ou précisions additionnelles étaient requises suite à la lecture de ce document, nous vous invitons à contacter monsieur Denis Côté, directeur général de la corporation, au 581 986-9762 ou par courriel à Denis.cote@outlook.com.