



Mémoire d'Option consommateurs

Règlement sur les modes alternatifs de distribution

**Commentaires présentés à
l'Autorité des marchés financiers**

Le 7 décembre 2018

Table des matières

DESCRIPTION DE L'INTERVENANTE	3
MISE EN CONTEXTE	4
L'OFFRE DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS PAR UN CABINET SANS L'ENTREMISE D'UNE PERSONNE PHYSIQUE	6
Les renseignements devant être fournis à l'AMF.....	6
Les documents et renseignements devant être fournis au client.....	7
La conception, le fonctionnement et le contrôle de la plateforme, ainsi que les interdictions	11
L'OFFRE DE PRODUITS D'ASSURANCE PAR L'ENTREMISE D'UN DISTRIBUTEUR	12
Les renseignements à fournir à l'AMF.....	12
Les documents et renseignements à fournir au client.....	13
Le sommaire	14
La supervision du distributeur.....	16
Les interdictions	16
COMMENTAIRES SUPPLÉMENTAIRES	16
L'obligation de haute bonne foi	16
Le partage de la responsabilité entre le cabinet et le représentant	17
CONCLUSION	18

DESCRIPTION DE L'INTERVENANTE

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983. Option consommateurs compte sur une équipe d'une quinzaine de professionnels.

Au fil des ans, Option consommateurs a notamment développé une expertise dans les domaines du budget et de l'endettement, des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales et de la protection de la vie privée. Chaque année, nous rejoignons directement entre 7000 et 10 000 consommateurs, accordons de nombreuses entrevues aux médias, siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires et produisons des recherches, des mémoires et des guides.

Depuis sa création, Option consommateurs s'intéresse aux problèmes que rencontrent les consommateurs québécois en lien avec les produits et services financiers. En tant qu'association de consommateurs, elle reçoit tous les jours des plaintes de la part de consommateurs qui s'estiment lésés. Elle s'intéresse à toutes les modifications et améliorations pouvant être apportées au secteur des produits et services financiers. Dans le cadre de ses activités régulières, l'association renseigne la population sur ses droits et ses recours en publiant des textes sur son site web ainsi qu'en donnant des formations et des conférences. Au cours des dernières décennies, Option consommateurs a aussi oeuvré à titre de représentante des membres dans une soixantaine d'actions collectives, notamment en matière de services financiers et de cartes de crédit. Option consommateurs a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés. Dans cette optique, il est pertinent qu'elle puisse donner son avis sur le présent projet de réforme.

MISE EN CONTEXTE

En janvier dernier, dans le cadre des consultations devant la Commission des finances publiques concernant *Loi visant principalement à améliorer l'encadrement du secteur financier, la protection des dépôts d'argent et le régime de fonctionnement des institutions financières*¹, Option consommateurs a déposé un mémoire² dans lequel elle présentait plusieurs préoccupations. Ces préoccupations étaient basées sur certaines prémisses qui serviront également de base aux commentaires qu'Option consommateurs présente aujourd'hui concernant le projet de *Règlement sur les modes alternatifs de distribution*.

En matière d'assurance, il existe une asymétrie informationnelle importante entre le client et l'assureur. Cela est d'autant plus vrai que les produits d'assurance sont à la fois multiples et complexes. La *Loi sur la distribution de produits et services financiers*³ (ci-après LDPSF) vise notamment à pallier à cette asymétrie. Comme l'a écrit le professeur Deslauriers:

« L'objectif du législateur est, d'une part, d'instituer des mécanismes visant à pallier le déficit informationnel entre le consommateur profane et les spécialistes des produits d'assurance et, d'autre part, rendre imputable un offrant si une faute est commise au détriment du consommateur dans la vente de produits d'assurance ou dans la prestation des services objets d'un contrat d'assurance. »⁴

Dans ce contexte, nous pouvons assimiler le client qui se procure un produit d'assurance à un consommateur : vulnérable, il doit être considéré comme une personne crédule et inexpérimentée⁵. La vente de produits d'assurance par le biais d'Internet risque d'exacerber cette vulnérabilité, d'où l'importance d'encadrer de façon stricte la distribution de produits d'assurance en ligne. Or, déjà en 2015, Option consommateurs enjoignait le ministère des Finances à adopter des mesures visant à protéger les consommateurs et à mieux encadrer la distribution de services financiers par Internet ainsi que la distribution de tels produits sans représentant⁶.

Rien ne sert d'être naïf. Au Québec, certains services et produits d'assurance sont déjà offerts via Internet. Les consommateurs peuvent magasiner leurs produits d'assurance en utilisant des sites de comparaison, voire faire des demandes de soumission en ligne auprès d'assureurs. La distribution de produits d'assurance en ligne est déjà permise dans d'autres pays. Il est donc important d'adopter des

¹ Projet de loi n° 141 (sanctionné – 13 juin 2018), 1^{ère} sess., 41^e légis. (Qc) (ci-après Projet de loi n° 141).

² Mémoire d'Option consommateurs, « Projet de loi n° 141, *Loi visant principalement à améliorer l'encadrement du secteur financier, la protection des dépôts d'argent et le régime de fonctionnement des institutions financières* », présenté à la Commission des finances publiques, 18 janvier 2018, en ligne : <https://option-consommateurs.org/wp-content/uploads/2018/01/option-consommateurs-memoire-projet-de-loi-141-janvier-2018.pdf>.

³ *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, RLRQ, c. D-9.2.

⁴ Patrice DESLAURIERS, « L'impact de l'Internet sur l'offre de services par les représentants en assurance de dommages », septembre 2017, p. 9.

⁵ *Richard c. Time Inc.*, [2012] 1 R.C.S. 265.

⁶ Option consommateurs, « Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et de services financiers : des prémisses à reconsidérer », présenté au ministère des finances du Québec, septembre 2015, en ligne : <https://option-consommateurs.org/wp-content/uploads/2017/06/minfr-ldpsf-option-consommateurs.pdf>.

mesures contraignantes afin que le développement de ces nouvelles pratiques ne provoque pas de reculs pour la protection des consommateurs.

Certains produits d'assurance sont fort complexes. Cela est notamment le cas en matière d'assurance vie et d'assurance habitation. De plus, les produits d'assurances protègent bien souvent les principaux actifs qui composent le patrimoine du consommateur. Celui qui choisit un produit d'assurance mal adapté à ses besoins risque de faire face à des conséquences très coûteuses, voire catastrophiques, pour son patrimoine. Ce risque est d'autant plus élevé que ce n'est généralement qu'en cas de réclamation (donc lors d'un sinistre) que l'on constate le caractère inapproprié ou incomplet de sa couverture, ou même de son inadmissibilité à un produit d'assurance.

Or, dans son mémoire concernant le projet de loi n° 141, Option consommateurs avait recommandé que la distribution de produits d'assurance par Internet ne soit autorisée que pour des produits d'assurance simples⁷. En permettant que tout produit d'assurance puisse être distribué sur Internet sans l'intervention d'une personne physique, il appert que le législateur n'a pas retenu cette recommandation. En conséquence, il est essentiel que de s'assurer que le projet de règlement proposé offre une protection adéquate aux consommateurs qui se procureront des produits d'assurance en utilisant Internet.

À plusieurs occasions, notamment dans l'Avis réglementaire et de consultation⁸ et lors de la séance d'information sur le projet de règlement sur les modes alternatifs de distribution du 17 octobre 2018⁹, l'Autorité des marchés financiers (ci-après AMF) a mentionné qu'un des objectifs du règlement proposé est de permettre au consommateur de bénéficier du même niveau protection, indépendamment du moyen utilisé pour se procurer un service financier. Il va de soi qu'Option consommateurs souscrit à cet objectif.

Aussi, dans les pages qui suivent, nous présenterons les commentaires d'Option consommateurs sur le projet de *Règlement sur les modes alternatifs de distribution* en insistant sur les aspects qui nous semblent les plus importants pour la protection des consommateurs et, au besoin, en proposant des améliorations.

Notons que l'absence de commentaires à l'égard de certains éléments du projet de règlement ne doit pas être interprétée comme constituant un assentiment tacite à leur teneur, pas plus que l'expression d'un désaccord.

⁷ Mémoire d'Option consommateurs, préc., note2, p. 15.

⁸ Avis réglementaire et de consultation: <https://bit.ly/2NwREnf>.

⁹ Séance d'information sur le projet de règlement sur les modes alternatifs de distribution du 17 octobre 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=UJaMwJp35DM&feature=youtu.be> (ci-après séance d'information du 17 octobre 2018).

L'OFFRE DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS PAR UN CABINET SANS L'ENTREMISE D'UNE PERSONNE PHYSIQUE

Les renseignements devant être fournis à l'AMF

L'article 4 du règlement proposé oblige un cabinet qui offre des produits et services par le biais d'une plateforme à divulguer sans délai à l'AMF une liste de renseignements. Nous comprenons que cette divulgation de renseignements vise à permettre à l'AMF d'exercer son pouvoir de surveillance. Nous comprenons également que cette divulgation doit être faite de façon contemporaine à la mise en ligne de la plateforme, mais pas nécessairement avant cette mise en ligne. Il en résulte qu'il pourrait y avoir un certain délai entre le moment où une plateforme est mise en ligne et permet la vente de produits et de services à des consommateurs et le moment où l'AMF serait à même de constater que cette plateforme ne respecte pas les exigences réglementaires. Aussi, afin de permettre à l'AMF de pouvoir réviser cette information et, si nécessaire, intervenir en temps utile, Option consommateurs recommande de modifier l'article 4 proposé afin de prévoir que cette divulgation soit faite dans un délai donné (p. ex. au moins dix jours) avant la mise en ligne de la plateforme.

Option consommateurs recommande de modifier l'article 4 proposé afin de prévoir que la divulgation des renseignements soit faite dans un délai donné (p. ex. au moins dix jours) avant la mise en ligne de la plateforme.

Afin de permettre à l'AMF d'exercer une veille sur l'évolution de l'offre de produits et services par Internet, l'article 5 prévoit l'obligation, pour le cabinet, de déclarer annuellement certains renseignements en lien avec les produits et services qu'il a vendus par le biais de sa plateforme. Nous souscrivons à cet objectif, mais sommes d'avis que cette liste de renseignements est insuffisante pour permettre une surveillance adéquate par l'AMF et que d'autres renseignements utiles pourraient s'y ajouter. Ainsi, le projet de règlement devrait prévoir la déclaration des mêmes renseignements que ceux prévus à l'article 22 du projet de règlement, dans un but d'uniformité, en plus de prévoir la déclaration de renseignements supplémentaires. Option consommateurs recommande donc que le cabinet ait l'obligation de divulguer annuellement les renseignements suivants à l'égard des produits et services souscrits à partir de sa plateforme :

- le nombre total de polices et d'attestations émises et le montant des primes souscrites *via* sa plateforme;
- le nombre de réclamations et le montant versé en indemnités;
- le nombre de cas de résolution;
- le nombre de résiliations *ab initio*;
- le nombre de réclamations refusées;
- le motif général de ces refus (p. ex. fausse déclaration, non admissibilité au produit d'assurance, non-respect de l'obligation de déclarer tous les éléments pertinents, etc.);
- parmi les réclamations refusées et les résiliations, le nombre de polices auxquelles on a souscrit uniquement par l'entremise de sa plateforme;
- le nombre de plaintes et le motif de ces plaintes.

Nous convenons que cette liste de renseignement est longue. Cependant, nous croyons que ces renseignements sont essentiels pour permettre de faire une surveillance adéquate des effets de la distribution d'assurance en ligne sans l'entremise d'une personne physique sur les consommateurs. Par exemple, l'ajout du nombre de réclamations refusées et du motif de refus, qui constituent des renseignements particulièrement importants, permettrait de savoir si les produits d'assurance qui ont été vendus étaient appropriés. Un nombre élevé de réclamations rejetées pourrait indiquer que les analyses des besoins des clients qui ont été effectuées étaient inadéquates et permettrait à l'AMF de détecter plus efficacement les problèmes résultant de la vente d'assurance en ligne. Il faut également se rappeler que plusieurs années peuvent s'écouler avant que survienne un sinistre. Les impacts réels de ces nouvelles pratiques ne pourront donc être constatés qu'au fil des ans. Aussi, il nous apparaît important que l'AMF dispose de l'ensemble des éléments pertinents pour pouvoir exercer efficacement son rôle de régulateur.

Option consommateurs recommande la modification de l'article 5 du projet de règlement afin que les renseignements suivants à l'égard des produits et services souscrits à partir de la plateforme d'un cabinet fassent partie de l'obligation de divulgation annuelle:

- le nombre de polices et d'attestations émises et le montant des primes souscrites au total *via* cette plateforme;
- le nombre de réclamations et le montant versé en indemnités;
- le nombre de résolutions;
- le nombre de résiliations *ab initio*;
- le nombre de réclamations refusées;
- le motif général de ces refus;
- parmi les réclamations refusées et les résiliations, le nombre de polices auxquelles on a souscrit uniquement par l'entremise de sa plateforme;
- le nombre de plaintes et leurs motifs.

Les documents et renseignements devant être fournis au client

Puisque que le client qui souhaite se procurer un produit ou service financier par l'entremise d'une plateforme pourrait ne pas bénéficier des explications et conseils d'un représentant, il est primordial qu'il puisse avoir en main toute l'information pertinente et qu'il puisse la comprendre afin de prendre une décision éclairée. Aussi, Option consommateurs considère qu'il est important qu'une attention particulière soit portée aux règles concernant les documents et renseignements à fournir au client. Peu de consommateurs connaissent les produits d'assurance, et ces derniers peuvent être complexes. De plus, le langage spécifique utilisé en matière d'assurance peut être un obstacle de taille pour le consommateur. Rappelons que près d'un Québécois sur deux (soit 49 %) éprouve de graves difficultés de lecture.¹⁰ Ajoutons à cela que près de 21 % des Québécois ont un faible niveau de numératie¹¹. Il est

¹⁰ Institut de la statistique du Québec, « Les compétences en littératie, en numératie et en résolution de problèmes dans des environnements technologiques: des clefs pour relever les défis du XXI^e siècle », Rapport québécois du Programme pour l'évaluation internationale des compétences des adultes (PEICA), décembre 2015, p. 219.

¹¹ *Id.*, p. 70.

donc essentiel que l'information transmise au client tienne compte de cet important déficit de connaissance.

Aussi, nous tenons à insister sur l'importance de l'obligation prévue à l'article 6 du projet de règlement à l'effet que les renseignements doivent être présentés sur la plateforme « dans une forme claire, lisible, précise et non trompeuse, de manière à mettre en évidence les éléments essentiels à une prise de décision éclairée quant au produit ou au service financier offert et de façon à ne pas porter à confusion ni induire en erreur. » Cette obligation, qui peut paraître simple en apparence, représentera un réel défi pour les cabinets qui choisiront d'offrir des produits et services par Internet. À titre d'exemple, le terme « avenant », couramment utilisé en assurance, risque de ne pas être compris de bien des consommateurs. Il en va de même du mot « prime » qui n'a pas le même sens dans le langage courant (il désigne alors quelque chose reçu en supplément) qu'en matière d'assurance. Il est essentiel que l'on s'assure que le vocabulaire utilisé puisse être compris de tous les consommateurs.

Cet article prend une importance particulière dans le cadre des sites de comparaison prix en assurances. Avec l'adoption du projet de loi n° 141, les sites de comparaison qui reçoivent une rémunération sont désormais dans l'obligation de s'inscrire auprès de l'AMF à titre de cabinet¹² et seront ainsi soumis aux obligations du chapitre II du règlement. Il sera donc important d'insister sur les obligations prévues à l'article 6, plus particulièrement sur celle indiquant qu'il faut « ... mettre en évidence les éléments essentiels à une prise de décision éclairée quant au produit... » afin que ces sites ne mettent l'accent sur le prix au détriment des autres caractéristiques des produits d'assurances présentés¹³.

Par ailleurs, afin que le client qui se procure un produit ou service financier en ligne puisse bénéficier de la même protection que s'il se l'était procuré par l'entremise d'un représentant, il est normal qu'il puisse bénéficier de la même information. Aussi, Option consommateurs appuie l'obligation prévue à l'article 7 du projet de règlement.

L'article 8 du projet de règlement prévoit une liste des renseignements devant être visibles en tout temps sur la plateforme. Là encore, Option consommateurs tient à insister sur l'importance de cette obligation. À la suite des questions posées lors de la séance d'information du 17 octobre 2018, nous comprenons que cela risque de représenter un défi pour les cabinets, notamment dans un contexte où leur plateforme pourrait être utilisée à partir d'appareils mobiles dotés d'un écran de petite taille, comme un téléphone cellulaire. Cependant, lorsqu'ils magasinent sur Internet, les consommateurs peuvent facilement avoir accès à des sites provenant d'entreprises ou de cabinets étrangers, voire même de personnes malveillantes. Les renseignements prévus à cet article sont des renseignements de base essentiels. Les consommateurs doivent y avoir accès en tout temps. Cela leur permettra de procéder à des vérifications minimales pour s'assurer qu'ils font affaire avec un cabinet légitime et autorisé à offrir des produits et services au Québec et, ainsi, prévenir le risque de fraude. Cela leur permettra également de demander l'aide d'un représentant lorsqu'ils en ressentent le besoin, ou encore de formuler une plainte ou de faire valoir leurs droits en cas de difficulté ou de litige.

¹² *Loi visant principalement à améliorer l'encadrement du secteur financier, la protection des dépôts d'argent et le régime de fonctionnement des institutions financières*, projet de loi n° 141 (sanctionné – 13 juin 2018), 1^{ère} sess., 41^e légis. (Qc), art. 524 créant un ajout à la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, RLRQ, c. D-9.2, art. 71.

¹³ Il s'agit d'un enjeu pour les sites de comparaison de prix en assurance qu'Option consommateurs avait identifié dans son mémoire sur le projet de loi n° 141, précité, note 6, p.14-15.

Au sujet de l'obligation de rendre visible, en tout temps, le moyen de solliciter un représentant, nous croyons que celle-ci est cruciale. La possibilité de solliciter un représentant permet de protéger les consommateurs contre une déclaration inexacte, un choix de protection inadaptée et plus encore. Ce renseignement devrait donc être non seulement visible en tout temps sur la plateforme, mais aussi être visible en tout temps, de façon proéminente, peu importe où se trouve le consommateur sur la plateforme. Nous croyons qu'il serait également pertinent d'ajouter au règlement une obligation pour le cabinet de bloquer le processus de souscription d'assurance dès que le consommateur sollicite l'intervention d'un représentant, et ce, tant et aussi longtemps que le consommateur n'a pu obtenir l'assistance demandée. La demande d'intervention d'un représentant témoigne d'une difficulté de la part du consommateur et il serait inopportun de le laisser compléter une proposition d'assurance dans ces circonstances.

De même, Option consommateurs appuie les articles 9 et 10 du projet de règlement. Là encore, nous croyons que tous les renseignements qui y sont mentionnés ces renseignements sont essentiels pour permettre au consommateur de faire un choix éclairé.

L'article 11 du projet de règlement oblige le cabinet à « rendre disponible en tout temps sur sa plateforme un spécimen de la police pour chaque produit offert ». Nous comprenons des réactions de certains intervenants lors de la séance d'information du 17 octobre 2018 que des représentants de l'industrie s'opposent vraisemblablement à cette obligation en invoquant des enjeux en matière de concurrence. Nous invitons l'AMF à ne pas faire droit à ce type d'argument. D'une part, lorsqu'un consommateur fait affaire avec un représentant, ce dernier a en main un spécimen de la police des produits qu'il vend et peut s'y référer selon les questions que lui pose le consommateur. Pour offrir un niveau équivalent de protection au consommateur qui se procure un produit d'assurance en utilisant Internet, il faut aussi lui permettre de lire la police d'assurance qu'il s'apprête à acheter. De plus, cette obligation est la même pour tous les cabinets qui choisiront d'offrir des produits et services en ligne. Le choix est donc simple: soit le cabinet offre ses produits et services par Internet, avec toutes les obligations et la transparence que cela implique, soit il choisit de ne pas le faire et d'opter pour la vente et la distribution de ses produits par la voie traditionnelle, c'est-à-dire par l'entremise de représentants. Un cabinet ou un assureur qui ne souhaite pas que ses polices soient facilement accessibles en ligne n'est aucunement dans l'obligation d'offrir ses produits et services par Internet. Par ailleurs, nous sommes convaincus qu'il existe d'autres moyens pour permettre à un assureur de connaître le contenu des polices d'assurances offertes par ses compétiteurs. Option consommateurs recommande donc le maintien de l'article 11 du projet de règlement, tel qu'il est proposé.

Option consommateurs appui tels que proposés les articles à 7 à 11 du projet de règlement.

Option consommateurs recommande l'ajout d'un article qui prévoit que la plateforme doit suspendre le processus de souscription en ligne lorsque le client sollicite l'assistance d'un représentant jusqu'à ce que le client ait pu obtenir l'assistance demandée.

L'article 12 prévoit l'obligation, pour le cabinet, de transmettre certains renseignements au consommateur qui souscrit à un produit sans l'intervention d'un représentant, et ce, juste avant la souscription. Nous sommes d'accord avec cette obligation mais croyons qu'elle devrait être précisée. Ainsi, le paragraphe 1 prévoit que le cabinet présente au client « un résumé des renseignements

recueillis auprès du client ». Que doit comprendre ce résumé? Or, il est possible qu'un résumé ne contienne pas tous les renseignements recueillis. On le sait, le consommateur qui transmet une fausse information (même par inadvertance) ou qui omet de fournir une information pertinente s'expose à un refus de sa réclamation, voire à l'annulation de sa police d'assurance. Il est donc essentiel de lui permettre de corriger ou de compléter l'information qu'il a transmise avant la conclusion du contrat. Aussi, Option consommateurs recommande de modifier le premier paragraphe de l'article 12 afin de préciser le contenu du résumé, à savoir que celui-ci devrait contenir tous les renseignements qui ont été recueillis auprès du client et qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, l'établissement du risque ou la décision d'accepter la proposition.

De même, le second paragraphe prévoit que le cabinet doit fournir un résumé des options et modalités choisies par le client. Là encore, il est possible qu'un résumé ne soit pas suffisant pour permettre au client de réviser l'ensemble des choix effectués. Option consommateurs recommande donc que le second paragraphe de l'article 12 soit modifié afin de faire en sorte que le résumé doive contenir toutes les options choisies par le client.

Option consommateurs recommande la modification du premier paragraphe de l'article 12 afin de faire en sorte que le résumé doive contenir tous les renseignements qui ont été recueillis auprès du client et qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, l'établissement du risque ou la décision d'accepter la proposition.

Option consommateurs recommande également de modifier le second paragraphe de l'article 12 afin de faire en sorte que le résumé doive contenir toutes les options choisies par le client.

Quant à l'article 13 du projet de règlement, celui-ci porte sur les documents et renseignements à transmettre au client qui a souscrit ou adhéré au contrat par le biais de la plateforme sans qu'un représentant ne soit intervenu. Le paragraphe 3 de cet article prévoit que le cabinet doit fournir au client « la façon d'accéder à la police ou à l'attestation d'assurance ». Nous croyons que cette obligation devrait être plus proactive pour le cabinet: ce ne devrait pas être au client de devoir poser un geste pour obtenir une copie de sa police d'assurance ou de son attestation d'assurance. De plus, les produits offerts sur la plateforme peuvent évoluer de sorte que, après plusieurs années, il pourrait être difficile de récupérer la police à laquelle le client a souscrit des années plus tôt. Aussi, Option consommateurs recommande que le texte du paragraphe 3 cité plus haut se lise plutôt ainsi : « la police ou l'attestation d'assurance, ainsi que la façon dont elle lui sera transmise » De plus, Option consommateurs recommande l'ajout d'un article à l'effet que l'ensemble des documents à transmettre au client le soient sur un support durable qui permet d'en assurer l'accessibilité et l'intégrité¹⁴.

Option consommateurs recommande de remplacer le troisième paragraphe de l'article 13 par: « la police ou l'attestation d'assurance, ainsi que la façon dont elle lui sera transmise. »

Option consommateurs recommande l'ajout d'un article qui prévoit que les documents transmis par le cabinet doivent l'être sur un support durable qui permet d'en assurer l'accessibilité et l'intégrité

¹⁴ Tel que prévu dans la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, RLRQ, c. C-1.1.

En combinant les obligations prévues aux articles 6, 10 et 14 du projet de règlement, nous comprenons que l'information disponible sur la plateforme ou transmise aux consommateurs doit être rédigée dans un langage clair et que cette information doit être exacte. Pour y arriver, il est probable que le cabinet doive utiliser un vocabulaire qui diffère de celui utilisé dans la police d'assurance. Or, en voulant simplifier le langage utilisé, il est possible que certaines nuances se perdent, ce qui pourrait avoir comme impact de créer un écart entre ce que présente la plateforme et ce que prévoit la police d'assurance. En cas de réclamation refusée ou contestée, cet écart pourrait mener à un litige sur l'interprétation de la police ou de l'information fournie en ligne. Il serait tentant, compte tenu que la police doit être disponible en ligne selon l'article 11, de prévoir qu'en cas de disparité, le texte de la police doit primer. Cependant, dans les faits, nous croyons que, lorsqu'ils souscriront à un produit d'assurance en ligne, la plupart des consommateurs se fieront uniquement à l'information fournie sur la plateforme, information qui, rappelons-le, selon l'article 6, devra être précise et non trompeuse. Aussi, pour protéger adéquatement le consommateur et inciter les cabinets à un haut niveau de rigueur, Option consommateurs recommande l'ajout d'un article prévoyant qu'en cas de disparité entre l'information transmise sur la plateforme et les conditions de la police, on devra adopter l'interprétation qui sera la plus favorable au consommateur¹⁵.

Option consommateurs recommande l'ajout d'un article prévoyant qu'en cas de disparité entre l'information transmise sur la plateforme et les conditions de la police, l'interprétation qui sera la plus favorable au consommateur doit prévaloir.

La conception, le fonctionnement et le contrôle de la plateforme, ainsi que les interdictions

Option consommateurs recommande l'adoption des articles 14 à 19 du projet de règlement. Les obligations qui y sont décrites sont, à notre avis, de nature à protéger les consommateurs. Nous soulignons l'importance que les plateformes comportent des caractéristiques prévues à l'article 15. D'une part, il est important que le consommateur doive faire une action positive afin de choisir une modalité, confirmer une information ou donner son consentement. Cependant, même si une action du consommateur est requise, nous sommes d'avis que cela n'est pas toujours synonyme de consentement éclairé. À titre d'exemple, lors de la mise à jour d'un appareil mobile ou de la publication des nouvelles politiques sur les renseignements personnels d'une application, combien de consommateurs appuient sur la case « j'accepte » sans même avoir pris connaissance des clauses qu'ils acceptent ? D'autre part, il est important que les plateformes soient suffisamment sophistiquées pour pouvoir déceler qu'un produit ne répond pas aux besoins du client ou qu'il existe une incohérence dans les renseignements fournis et, le cas échéant, pour interrompre ou suspendre le processus d'adhésion. Ici aussi, nous croyons qu'il s'agit d'une exigence de taille pour l'industrie. Les risques d'incohérence ne se limitent pas à des incongruités entre la date de naissance et le nombre d'années d'expérience de conduite par exemple.

¹⁵ Pour la rédaction de cet article, l'AMF pourrait s'inspirer de l'article 17 de la *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ, c. P-40.1, ainsi que de l'article 1432 du *Code civil du Québec*, RLRQ, c. CCQ-1991.

Aussi, nous comprenons du projet de règlement déposé de même que des propos tenus par les représentants de l'AMF lors de la séance d'information du 17 octobre 2018, que l'AMF souhaite surveiller l'évolution de ce nouveau mode de distribution et intervenir lorsqu'elle le jugera nécessaire pour bien protéger les consommateurs. Il va de soi qu'Option consommateurs supporte cette volonté exprimée par l'AMF et invite le gouvernement provincial à allouer à l'AMF des ressources humaines et financières suffisantes pour lui permettre d'exercer pleinement son rôle de régulateur.

Option consommateurs appuie tels que proposés les articles 14 à 19 du projet de règlement.

L'OFFRE DE PRODUITS D'ASSURANCE PAR L'ENTREMISE D'UN DISTRIBUTEUR

Les renseignements à fournir à l'AMF

L'article 21 du projet de règlement impose à l'assureur de transmettre à l'AMF certains renseignements « avant d'offrir un produit d'assurance par l'entremise d'un distributeur », mais n'indique pas de délai. Dans le cadre de l'article 4, les renseignements doivent être transmis sans délai. De même, soulignons qu'à l'article 66 de la *Loi sur les assureurs* auquel fait référence l'article 21 du projet de règlement, le législateur utilise aussi l'expression « sans délai ». Par l'utilisation du mot « avant », nous comprenons que l'objectif de cet article est de permettre à l'AMF d'exercer son pouvoir de surveillance de façon préalable. Cependant, le terme « avant » est très vague et, pour respecter cette obligation, un assureur pourrait transmettre ces renseignements uniquement la veille, sinon dans les minutes qui précèdent l'offre de produits par l'entremise d'un distributeur, ce qui affecterait grandement la possibilité pour l'AMF d'intervenir en temps utile en cas d'irrégularité. Aussi, tout comme pour l'article 4, et par souci de cohérence, Option consommateurs recommande de modifier l'article 21 proposé afin de prévoir que cette divulgation soit faite dans un délai donné (p. ex. au moins dix jours) avant qu'un produit d'assurance ne soit offert par l'entremise d'un distributeur.

Également, afin de permettre à l'AMF d'exercer une meilleure surveillance, Option consommateurs recommande que les assureurs doivent aussi, dans le cadre de l'article 21, transmettre à l'AMF les plans de la formation dispensée aux distributeurs en vertu des articles 34 et 35 du règlement proposé. Nous croyons que l'ajout de cette obligation permettra à l'AMF de vérifier que la formation qui sera dispensée aux distributeurs correspondre minimalement aux exigences réglementaires.

Option consommateurs recommande de modifier l'article 21 proposé afin de prévoir que la divulgation des renseignements qui y est prescrite soit faite dans un délai donné (p. ex. au moins dix jours) avant qu'un produit d'assurance ne soit offert par l'entremise d'un distributeur.

Option consommateurs recommande que cet article 21 soit également modifié afin d'obliger les assureurs à transmettre à l'Autorité des marchés financiers les plans de la formation qu'ils doivent dispenser aux distributeurs en vertu des articles 34 et 35.

L'article 22 oblige l'assureur à divulguer annuellement à l'AMF certains renseignements. À l'instar des commentaires ci-haut sur l'article 5 du projet de règlement, Option consommateurs est d'avis que des

renseignements supplémentaires seraient nécessaires pour permettre à l'AMF d'exercer son rôle de surveillance. Option consommateurs recommande donc que l'article 22 du projet de règlement soit modifié afin d'obliger les assureurs à transmettre aussi annuellement :

- le nombre de résiliations *ab initio*;
- le nombre de réclamations refusées;
- le motif général de ces refus (p. ex. fausse déclaration, non admissibilité au produit d'assurance, non-respect de l'obligation de déclarer tous les éléments pertinents, etc.);
- le nombre de plaintes et leurs motifs.

Option consommateurs recommande la modification de l'article 22 du projet de règlement afin d'obliger les assureurs à transmettre aussi annuellement :

- le nombre de résiliations *ab initio*;
- le nombre de réclamations refusées;
- le motif général de ces refus;
- le nombre de plaintes et leurs motifs.

Les documents et renseignements à fournir au client

Option consommateurs appuie dans leur ensemble les articles 23 à 27 du projet de règlement. Notamment, selon l'article 23, l'assureur doit confier au distributeur le mandat de remettre certains documents précis aux consommateurs, dont une fiche de renseignements conforme au modèle contenu à l'annexe 2 du projet de règlement. Nous appuyons cette obligation, pour le distributeur, de remettre au consommateur un document qui l'informe de ses droits lorsqu'on lui offre de souscrire à un produit d'assurance auprès d'un distributeur.

Option consommateurs appuie tels que proposés les articles à 23 à 27 du projet de règlement.

L'article 28 du projet de règlement oblige les assureurs à disposer d'un service d'assistance pour répondre aux questions des distributeurs. Nous sommes d'accord avec cette proposition, mais croyons qu'un service d'assistance devrait également être accessible pour répondre aux questions des consommateurs. Aussi, Option consommateurs recommande que l'article 28 soit modifié afin d'obliger les assureurs à disposer également d'un service d'assistance pour leurs clients.

Option consommateurs recommande la modification de l'article 28 afin d'obliger les assureurs à disposer également d'un service d'assistance pour les clients.

Le sommaire

L'article 29 présente de façon globale la forme et le contenu du sommaire. Cependant, le dernier alinéa de cet article permet à l'assureur de « référer le client vers les sections pertinentes de la police d'assurance pour obtenir des détails additionnels ». Nous y voyons un risque qu'un assureur abuse de ce type de référence. Forcer un consommateur à se référer à la police pour en comprendre le sommaire enlève en bonne partie l'utilité d'un tel sommaire, en plus d'en compliquer la lecture. Ceci est d'autant plus préoccupant que le consommateur n'a pas nécessairement en main la police d'assurance lorsqu'on lui transmet le sommaire.

De plus, le paragraphe 3 de l'article 29 pose également des exigences quant à la lisibilité et l'intelligibilité du sommaire. Nous sommes bien sûr en accord avec les principes qui y sont exprimés. Ici aussi, l'assureur devra s'employer à utiliser un langage accessible afin de permettre au client de comprendre le produit qu'il s'apprête à se procurer. Tel que discuté plus haut, il est possible que cela résulte en des écarts entre le sommaire et la police d'assurance. Ici aussi, on peut prévoir que des assureurs incluront une clause à l'effet que la police doit primer. Pour les mêmes motifs que ceux exprimés précédemment, Option consommateurs recommande l'ajout d'un article qui prévoit qu'en cas de discordance entre le sommaire et la police d'assurance, l'interprétation la plus favorable au consommateur devrait prévaloir.

Option consommateurs recommande l'ajout d'un article prévoyant qu'en cas de disparité entre le sommaire et la police d'assurance, l'interprétation la plus favorable au consommateur doit prévaloir.

L'article 30 du projet de règlement prévoit l'ensemble des renseignements que doit contenir le sommaire. Option consommateurs est d'avis que tous ces renseignements devraient effectivement s'y trouver. Au 15^e paragraphe de cet article, il est prévu que le sommaire doit inclure « l'adresse du site Internet de l'assureur lui donnant accès au résumé de la politique portant sur le traitement des plaintes ». Nous craignons que cette expression soit interprétée de façon trop large et permette à l'assureur d'y inscrire l'adresse de la page d'accueil de son site Internet. Il pourrait alors être difficile pour le client de trouver l'information qu'il y cherche. Aussi Option consommateurs recommande que ce paragraphe soit modifié afin d'obliger l'assureur à fournir la façon d'accéder à la page de son site Internet donnant accès au résumé de la politique de traitement des plaintes. De même, si le sommaire est transmis de façon électronique, le sommaire devrait contenir un hyperlien menant vers cette politique.

Par ailleurs, Option consommateurs recommande également l'ajout d'un 16^e et d'un 17^e paragraphe, qui se liraient comme suit:

« 16° la façon d'accéder à la police d'assurance sur le site Internet de l'assureur;

« 17° la façon dont la police, l'attestation d'assurance ou l'assurance provisoire lui sera transmise. »

Option consommateurs recommande que le paragraphe 15 de l'article 30 soit modifié afin d'obliger l'assureur à fournir la façon d'accéder à la page de son site Internet donnant accès au résumé de la politique de traitement des plaintes, et qu'advenant que le sommaire soit transmis sur un support électronique, il contienne un hyperlien menant à cette politique.

Option consommateurs recommande l'ajout, à l'article 30, des paragraphes suivants:
«16° la façon d'accéder à la police d'assurance sur le site Internet de l'assureur;
«17° la façon dont la police, l'attestation d'assurance ou l'assurance provisoire lui sera transmise.»

L'article 31 du projet de règlement oblige l'assureur à transmettre au client un résumé des renseignements recueillis auprès de celui-ci. Nous répétons ici les mêmes commentaires que ceux faits précédemment au sujet de l'article 12. Or, il est possible qu'un résumé ne contienne pas tous les renseignements recueillis. De plus, puisque le client traite ici avec un distributeur, il est possible que les renseignements notés par cet intermédiaire ne reflètent pas parfaitement ceux fournis par le client. Compte tenu des conséquences graves que peut entraîner une fausse déclaration, advenant une telle situation, il serait important de permettre au consommateur de la rectifier. Aussi, Option consommateurs recommande de modifier le premier paragraphe de l'article 31 afin de préciser que le résumé doit contenir tous les renseignements qui ont été recueillis après du client et qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, du risque ou la décision d'accepter la proposition.

Option consommateurs recommande la modification du premier paragraphe de l'article 31 afin de préciser que le résumé doit contenir tous les renseignements qui ont été recueillis après du client et qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, l'établissement du risque ou la décision d'accepter la proposition.

L'article 33 prévoit l'obligation, pour l'assureur, de rendre disponible sur son site Internet les sommaires et les polices tous les produits offerts par des distributeurs. Ici encore, il est à prévoir que des assureurs opposeront à cette obligation des arguments d'ordre concurrentiel. Comme nous l'avons exprimé précédemment, nous sommes d'avis que les intérêts commerciaux ne devraient en aucun cas primer sur la protection du consommateur. Cette obligation de faire en sorte que le sommaire et la police soient disponibles pour le client permettra à ce dernier d'avoir accès à ces documents en temps opportun. De plus, elle facilitera le travail de surveillance de l'AMF. Cette règle s'appliquant à tous les assureurs qui choisiront d'offrir un produit d'assurance par l'entremise d'un distributeur, nous n'y voyons aucun avantage ou désavantage qui ne viserait que certains membres de l'industrie au détriment d'autres membres. Ici encore, il revient à chaque assureur de choisir ou non d'utiliser un tel mode de distribution, avec toutes les obligations et contraintes que cela peut impliquer. Option consommateurs recommande donc le maintien de l'article 33 tel qu'il est proposé.

Option consommateurs recommande le maintien de l'article 33 tel que proposé.

La supervision du distributeur

Option consommateurs appuie les articles 34 et 35 tel que proposés. Par ailleurs, tels que mentionné ci-haut, elle recommande que les plans de la formation qui sera dispensée aux distributeurs soient divulgués à l'AMF en application de l'article 21 du projet de règlement.

Les interdictions

Option consommateurs appuie l'interdiction des pratiques visées par l'article 36 du projet de règlement.

Option consommateurs est d'avis qu'une autre pratique ayant cours auprès de certains distributeurs de produit d'assurance devrait également être visée par une interdiction. En effet, lorsqu'un consommateur contracte un prêt ou une hypothèque auprès d'une institution financière, il n'est pas rare que le conseiller de cette institution insiste pour que le consommateur achète également un produit d'assurance vie ou invalidité. Cette insistance est telle qu'on demandera alors au consommateur qui refuse ce produit de signer un document à l'effet qu'il a été informé des bienfaits de ce produit mais qu'il le refuse explicitement¹⁶. Nous sommes d'avis qu'une telle pratique a pour effet d'induire une pression induite sur le consommateur, d'autant plus que les représentations sont alors faites par un représentant du distributeur qui peut être perçu par le consommateur comme un spécialiste en la matière. Afin d'éviter cette pratique, Option consommateurs recommande que soit ajoutée à l'article 36 une interdiction, pour le distributeur et l'assureur, d'exiger d'un client qu'il signe un document à l'effet qu'il refuse de souscrire à un produit d'assurance qui lui est proposé.

Option consommateurs recommande que l'article 36 soit modifié afin d'interdire à un distributeur et à un assureur d'exiger d'un client qu'il signe un document à l'effet qu'il refuse de souscrire à un produit d'assurance qui lui est proposé.

COMMENTAIRES SUPPLÉMENTAIRES

L'obligation de haute bonne foi

Lorsqu'il prend une assurance, le consommateur a envers l'assureur une lourde obligation. En effet, selon l'article 2408 du *Code civil du Québec*, il doit notamment déclarer à l'assureur toute circonstance de nature à influencer sa couverture d'assurance ou sa prime. Il est reconnu par les auteurs et la jurisprudence qu'il s'agit là d'une obligation spontanée basée sur la plus haute bonne foi¹⁷. Option consommateurs craint que l'utilisation de formulaires de soumission sur Internet en l'absence d'un représentant puisse comporter, pour le consommateur, un risque important de refus en cas de réclamation, voire d'annulation de son assurance.

¹⁶ Marie Annik GRÉGOIRE, *Contrat d'hypothèque immobilière de type parapluie: les consommateurs sont-ils bien informés?* dans La Revue du notariat, vol. 119, n° 2, 2017, p. 277 et 295.

¹⁷ Voir Patrice DESLAURIERS, « L'impact de l'Internet sur l'offre de services par les représentants en assurance de dommages », septembre 2017, p. 33.

Lorsqu'un consommateur fait appel aux services d'un représentant certifié, ce dernier est en mesure de constater les hésitations que pourrait avoir le consommateur à l'égard de certaines questions. Aussi, lorsqu'une réponse lui semble incomplète, le représentant peut demander au consommateur des précisions. Or, la situation est toute autre s'il s'agit, pour le consommateur, de répondre à un questionnaire en ligne. Le consommateur, profane, devrait pouvoir se fier au questionnaire mis à sa disposition pour connaître les circonstances et les renseignements pertinents qu'il a l'obligation de divulguer.

Malgré toute la bonne volonté qui sera vraisemblablement mise de l'avant par l'industrie pour le développement de questionnaires complets et rédigés dans un langage clair, il subsiste un risque que le consommateur omette de divulguer un renseignement qu'un assureur pourrait considérer comme important. Or, on ne peut s'attendre à ce qu'un consommateur profane devine tous des détails subtils qu'un assureur s'attend à recevoir de lui en l'absence d'indication. Pour pallier à ce risque important pour le consommateur, Option consommateurs recommande l'ajout au projet de règlement, dans le chapitre portant sur l'offre de produits et de services financiers par un cabinet sans l'entremise d'une personne physique, d'un article qui établit une présomption en faveur du client. Cette présomption établirait que le client qui répond adéquatement et honnêtement aux questions qui lui sont posées *via* la plateforme, sera réputé satisfaire à son obligation de déclarer toutes les circonstances connues de lui qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, du risque ou de la décision d'accepter la proposition.

Option consommateurs recommande l'ajout, dans la chapitre portant sur l'offre de produits et de services financiers par un cabinet sans l'entremise d'une personne physique, d'un article qui prévoit que le client qui répond adéquatement et honnêtement aux questions qui lui sont posées *via* la plateforme sera réputé satisfaire à son obligation de déclarer toutes les circonstances connues de lui qui sont susceptibles d'influencer l'assureur dans l'établissement de la prime, du risque ou de la décision d'accepter la proposition.

Le partage de la responsabilité entre le cabinet et le représentant

Le régime qui sera mis en place lors de l'entrée en vigueur du projet de règlement établira un principe de responsabilité partagée entre le cabinet et le représentant lorsqu'un client qui utilise une plateforme pour souscrire à un service financier sollicitera le conseil ou l'assistance d'un représentant. D'ailleurs, il appert que ce partage de la responsabilité inquiète déjà certains membres de l'industrie.¹⁸ Lors de la séance d'information du 17 octobre 2018, les représentants de l'AMF ont indiqué que, le cas échéant, l'établissement de ce partage de responsabilité sera évalué au cas par cas. Nous sommes conscients que, pour le moment, il est difficile d'établir une règle précise sans connaître l'étendue et la nature des problèmes qui surviendront. Cependant, Option consommateurs croit qu'il ne devrait pas revenir au client de déterminer à qui incombe cette responsabilité pour faire valoir ses droits. Il pourrait également être difficile pour le client de savoir à quelle organisation adresser sa plainte ou sa réclamation. De plus, Option consommateurs craint qu'en cas de réclamation, ce litige sur le partage de la responsabilité puisse susciter un débat, judiciaire ou non, entre le cabinet et son représentant, ou même un renvoi du

¹⁸ Guillaume POULIN-GOYER, *Vente d'assurance en ligne : gare à la responsabilité partagée!* dans Finances et Investissement, 14 novembre 2018, en ligne : <https://bit.ly/2E8ncbO> .

consommateur d'un intervenant à l'autre, ce qui risquerait d'imposer au client des délais supplémentaires importants dans le traitement de sa réclamation.

Aussi, il nous apparaît essentiel que l'AMF dispose de tous les renseignements pertinents pour documenter de telles situations et qu'elle puisse intervenir en temps opportun. C'est aussi dans cette optique qu'Option consommateurs a proposé, dans ses commentaires sur l'article 5 du projet de règlement, que davantage de renseignements soient divulgués à l'AMF. Nous croyons que cela lui permettra d'établir, postérieurement à l'entrée en vigueur du règlement, des règles plus précises permettant de déterminer l'attribution de la responsabilité de chacun des intervenants. Bref, nous invitons l'AMF à demeurer extrêmement vigilante sur ce point afin de réagir rapidement si trop de problèmes devaient survenir.

CONCLUSION

Option consommateurs voit d'un bon œil le projet de règlement actuel malgré les modifications qu'elle croit nécessaires d'y apporter. Par contre, malgré les balises qui seront mise en place à la suite de l'entrée en vigueur du règlement afin de permettre au consommateur de faire un choix éclairé lorsqu'il souscrit à une assurance sur Internet ou par l'entremise d'un distributeur, il subsiste toujours un risque de créer un régime distinct de celui qui est applicable à la vente de produit d'assurance par l'entremise d'un représentant certifié. Pour éviter que ce risque se réalise, il est important que l'AMF veille à l'application du règlement. Pour qu'elle puisse y parvenir, il faudra que le gouvernement lui fournisse le soutien qui lui permettra d'avoir les ressources humaines et matérielles nécessaire à la réalisation de son mandat.