

Le 31 mars 2010

Mme Anne-Marie Beaudoin
Directrice, Secrétariat
Autorité des marchés financiers
800, square Victoria, 22^e étage
C.P. 246, Tour de la Bourse
Montréal (Québec) H4Z 1G3

AMF.REC01080UR14 3403

Consultation au sujet du projet de Ligne directrice sur les pratiques commerciales

L'ACIFA a le plaisir de faire part à l'Autorité des marchés financiers (AMF) de ses commentaires quant au projet de Ligne directrice sur les pratiques commerciales.

À propos de l'ACIFA

L'ACIFA est un organisme sans but lucratif qui se consacre au développement d'un marché de l'assurance libre et souple. L'ACIFA a été fondée en 1997 pour donner un moyen d'expression aux institutions financières impliquées dans le commerce de l'assurance grâce à un certain nombre de méthodes de distribution. L'ACIFA est persuadée que la meilleure manière de servir les consommateurs est de leur proposer un choix sensé en matière d'achat de produits et de services d'assurance.

L'ACIFA est actuellement le seul organisme d'assurance dont les membres couvrent l'ensemble des principaux domaines du secteur de l'assurance. Nos membres offrent des assurances par l'intermédiaire de centres d'appels, d'agents et de courtiers, d'agents de voyages, de publipostage direct et d'Internet. Ils vendent des produits et services hautement novateurs, que les consommateurs achètent souvent pour compléter d'autres produits d'assurance. Les membres de l'ACIFA offrent une grande variété de produits d'assurance, notamment dans les domaines des voyages, de la vie, de la santé, des incendies, accidents et risques divers (IARD), de la réassurance, ainsi que différents types d'assurance crédit.

La diversité de ses membres permet à l'ACIFA d'avoir une vue d'ensemble du cadre de réglementation régissant le marché de l'assurance. L'ACIFA collabore avec le gouvernement et les autorités de réglementation (essentiellement provinciales) à l'élaboration d'un cadre législatif et réglementaire pour le secteur de l'assurance, afin de contribuer à garantir que les consommateurs soient en mesure d'obtenir les produits d'assurance correspondant à leurs besoins. Notre objectif est de nous assurer que des normes adaptées sont en place en matière de distribution et de promotion de l'ensemble des produits et services d'assurance.

Commentaires sur la ligne directrice

Approche basée sur des principes

L'ACIFA se prononce en faveur d'une approche fondée sur des principes en matière de réglementation, afin que cette dernière soit suffisamment souple pour s'adapter aux produits et canaux de distribution de chaque société. Nous émettons cependant quelques réserves en ce qui concerne l'approche consistant à superposer une ligne directrice « omnibus » aux dispositions législatives, lignes directrices et codes de déontologie existants. Cela générerait, nous semble-t-il, des frais administratifs additionnels et se traduirait par une redondance des exigences existantes, qui sont actualisées au besoin. Cela pourrait même signifier qu'il existerait plus d'une série d'exigences qui risqueraient de devenir hétérogènes ou de créer un conflit potentiel avec les procédures de gestion des réclamations et les exigences en matière de confidentialité couvertes par des prescriptions législatives spécifiques, à titre d'exemple.

Nous remettons également en question l'exigence qui requiert que « chaque institution s'approprie les attentes de la présente ligne directrice en élaborant des stratégies, politiques et procédures adaptées à sa nature, sa taille, la complexité de ses activités et son profil de risque ». Il s'agit d'une ligne directrice de nature très générale. Les sociétés ont établi des pratiques visant à respecter les lois, les codes, etc. La nécessité d'élaborer des stratégies spécifiques pour observer cette ligne directrice omnibus peut potentiellement se solder par la création de processus redondants au sein des organismes.

A1. Rôles et responsabilités du conseil d'administration

Nous appuyons le principe prônant de faire en sorte que le conseil d'administration et la haute direction participent activement à l'élaboration de pratiques commerciales saines, mettant l'accent sur les intérêts des consommateurs. Toutefois, les points à l'appui de cette orientation sont susceptibles d'aller à l'encontre des besoins de la société. Par exemple, celui qui préconise de « développer une structure de rémunération des hauts dirigeants orientée sur des résultats à long terme » est très normatif, et porte atteinte à la capacité de la société d'assigner au personnel de direction des objectifs à court et à long terme qui répondent aux besoins particuliers de l'organisme sur le moment.

Nous remarquons que cette section demande à la haute direction de :

- « s'assurer que l'encadrement de l'institution supporte l'atteinte des résultats attendus en matière de saines pratiques commerciales, notamment :
 - assurer, le cas échéant, une prestation de conseils de qualité ».

Puisque la section A3 est consacrée à la Prestation de conseils, nous estimons qu'il n'est pas nécessaire de l'évoquer dans la présente section.

A2. Conception, sélection, promotion et distribution de produits et services financiers

Cette section (première puce) stipule que « les politiques, procédures et contrôles mis en place devraient notamment permettre à l'institution :

- d'offrir un produit ou un service viable et qui permet au consommateur de profiter d'un niveau sain de concurrence sur les marchés financiers ».

L'intention de cette section n'est pas claire et devrait probablement être reformulée. Aucune société ne va offrir un produit qui n'est pas viable, ni n'est en mesure de contrôler ce que la concurrence est susceptible de proposer.

La puce 3 demande à l'institution « d'analyser les questions d'ordre financier, comptable et fiscal et d'évaluer les risques liés au produit ou service, en considérant notamment les changements (menaces, débouchés) associés à l'environnement ou découlant des orientations de l'institution qui pourraient éventuellement nuire aux consommateurs ».

Nous trouvons cet énoncé très général, et donc difficile à interpréter. Il serait utile de préciser ce que l'AMF cherche à faire accomplir aux compagnies d'assurance.

Puces 10, 11 et 12

- « prévoir une évaluation minutieuse des principales caractéristiques d'un nouveau produit ou service et des documents d'information afférents par des personnes compétentes émanant de tous les secteurs concernés de l'institution, incluant un produit ou service en provenance d'une tierce partie;
- s'assurer que l'information relative au produit ou au service est claire, pertinente, véridique et non trompeuse et que le tout respecte la législation ou la réglementation en vigueur, le cas échéant;
- prévoir la révision du matériel publicitaire et des autres communications destinées aux consommateurs, indépendamment de la personne ou de l'organisme qui a préparé ou conçu ces documents ».

Nous pensons que ces 3 puces pourraient n'en former qu'une seule, laquelle pourrait être plus claire. Nous ne savons pas ce que l'AMF jugerait comme étant une « évaluation minutieuse » du produit et des documents d'information.

La puce 15 demande à l'institution de « prévoir le maintien d'un dossier sur la révision diligente effectuée par l'institution à l'égard du produit ou du service ». S'agit-il du même examen que celui mentionné ci-dessus sous l'appellation « évaluation minutieuse »? Si tel est le cas, ces points pourraient éventuellement aussi être fusionnés. Sinon, il serait utile de pouvoir comprendre quel autre examen ce point envisage.

Comme observation générale, nous suggérons de ne conserver au sein de la section A2 de la ligne directrice que la puce numéro 2, c.-à-d. « cibler les consommateurs pour qui le

produit ou le service est susceptible de répondre à leurs besoins de même que ceux pour lesquels il est susceptible de ne pas convenir ».

Elle pose le principe, à chaque société d'élaborer des moyens de s'y tenir qui sont adaptés à son produit ou modèle de distribution.

A3. Prestation de conseils

Nous avons été ravis de constater que la section sur la Prestation de conseils faisait remarquer que : « Certains produits et services financiers offerts sur le marché présentent peu de risques pour les consommateurs et ne requièrent pas de conseils. »

La puce 6 demande aux assureurs « d'établir un programme de formation continue permettant aux personnes assumant la prestation de conseils : ...etc. » C'est pertinent pour les agents, mais les courtiers indépendants sont responsables de leur propre formation. Nous recommandons de modifier le passage pour refléter le fait que ce sont les assureurs qui valident les personnes assumant la prestation de conseils.

B3-1. Traitement et règlement des réclamations

Nous suggérons que la 4^e puce, « permettent de divulguer son processus de traitement des réclamations, dont les règles concernant le versement des indemnités, et de faciliter son accès pour le consommateur, aux places d'affaires de l'assureur ou en ligne », soit supprimée. Les procédures de gestion des réclamations participent de l'avantage concurrentiel d'un assureur. Les assureurs cherchent en permanence des moyens d'améliorer leur service à la clientèle, et le traitement des réclamations est un domaine de concurrence clé; de ce fait, les procédures concernant les réclamations sont confidentielles. En outre, une grande partie du processus lié aux réclamations est intégrée au système par le biais de contrôles, de révisions et d'exigences d'arbitrage. Ils n'est pas possible de les partager. À titre d'exemple, l'arbitrage et le traitement des demandes de remboursement de médicaments ou de frais dentaires sont automatisés. Que fournirions-nous à un consommateur qui nous interroge sur la procédure? Ce principe établit un degré d'exigence qui ne peut être satisfait.

La 6^e puce exige que les assureurs « utilisent des méthodes d'évaluation de la validité des réclamations et des pertes qui sont raisonnables, le cas échéant, afin, par exemple, d'éviter le rejet d'une réclamation fondée sur des motifs tels que la non-divulgaration par le consommateur d'un facteur de risque qu'il n'aurait pu raisonnablement s'attendre à devoir divulguer ». Nous recommandons que la phrase se limite à « utilisent des méthodes d'évaluation de la validité des réclamations et des pertes qui sont raisonnables », afin qu'elle n'ait pas de répercussions sur les droits de résiliation de l'assureur.

Au sujet de la 9^e puce :

- « prévoient que les personnes ou les sociétés qui agissent en son nom connaissent et respectent :
 - la politique et les procédures de l'institution relatives au traitement et au règlement des réclamations pour qu'elles puissent divulguer une information appropriée au consommateur et l'assister adéquatement dans la phase d'élaboration de la demande de réclamation et pendant tout le processus de gestion de la réclamation ».

Cela semble impliquer qu'un expert fournisse des conseils en matière de réclamation. Nous vous suggérons de supprimer la clause invitant à « l'assister adéquatement dans la phase d'élaboration de la demande de réclamation ».

L'ACIFA est reconnaissante d'avoir eu la possibilité de faire des commentaires sur le projet de ligne directrice de l'AMF.

Veillez agréer l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Dave Minor, président
Association canadienne des institutions financières en assurance
Téléphone : 416 308 9018
Dave.minor@td.com