



CONSULTATIONS
PARTICULIÈRES

CFP – 024M
C.P. – P.L. 141
Améliorer l'encadrement
du secteur financier



Mémoire de la Chambre de l'assurance de dommages

*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

Déposé à la Commission des finances publiques, le 17 janvier 2018



CHAMBRE
DE L'ASSURANCE
DE DOMMAGES

chad.ca

Table des matières

Résumé	3
1. Présentation de la Chambre de l'assurance de dommages	5
2. Complexité de l'assurance de dommages	7
3. Rôle du représentant.....	9
3.1 Devoir de conseil	10
3.2 Recueillir personnellement les renseignements	11
3.3 Produit d'assurance qui convient le mieux	12
3.4 Renouvellement du contrat d'assurance.....	13
4. Distribution par Internet.....	15
4.1 Encadrement différent pour les assureurs et les cabinets qui offrent des produits en ligne .	16
4.2 Rôle du représentant en ligne	20
4.3 Site de comparaison	21
5. Fonds d'indemnisation des services financiers	23
6. Distribution sans représentant	24
7. Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance.....	30
8. Comité consultatif des consommateurs	30
9. Abolition de la ChAD et de la CSF	31
Conclusion.....	39
Annexe A – La ChAD en chiffres	41
Annexe B – Tableau des positions et des propositions de la ChAD	43
Annexe C – Distribution par Internet, encadrement différent entre assureurs et cabinets.....	47
Annexe D – Les mesures qui influencent la protection du public.....	49

Résumé

Principes directeurs qui sous-tendent la réflexion de la Chambre de l'assurance de dommages

Parce que l'assurance de dommages englobe des produits complexes.

Parce que l'assurance de dommages concerne la majorité des consommateurs.

Parce que l'assurance automobile, habitation, responsabilité civile et commerciale protège les biens les plus précieux des Québécois.

Pour toutes ces raisons, la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD) croit fermement que :

1. La présence d'un professionnel certifié et encadré est essentielle pour conseiller les assurés et;
2. l'approche préventive de la ChAD auprès de représentants certifiés est cruciale pour maintenir les plus hauts standards de professionnalisme nécessaires à la protection du public et à la confiance de celui-ci envers l'industrie.

Rôle du représentant

- Le projet de loi n° 141 (PL-141) propose d'abolir l'exclusivité du conseil en matière d'assurance aux professionnels. Pour assurer la protection du public, la ChAD considère que l'acte de conseil doit être réservé à des professionnels formés, certifiés et encadrés qui demeurent imputables de leurs gestes. Il faut éviter que des personnes non certifiées soient autorisées à donner des conseils.
- Le PL-141 propose que, lors du renouvellement du contrat d'assurance, si seule la prime est modifiée, le représentant n'ait plus à prendre les moyens requis pour que la garantie offerte réponde aux besoins du client. La ChAD s'oppose à cette proposition, puisqu'elle fait basculer sur les épaules du consommateur la responsabilité actuelle du représentant de s'assurer que le produit d'assurance convient toujours à ses besoins.

Distribution par Internet

- Le PL-141 devrait prévoir le même encadrement législatif et réglementaire pour les assureurs et les cabinets qui distribuent leurs produits en ligne.
- Le PL-141 devrait préciser que si le consommateur désire parler à une personne physique lors d'une transaction en ligne, celle-ci doit obligatoirement être un représentant certifié responsable de ses actes d'un point de vue déontologique.
- Le PL-141 devrait prévoir un encadrement pour l'ensemble des sites de comparaison, et ce, peu importe leur mode de rétribution.
- Le pouvoir réglementaire prévu dans le PL-141 ne pourra pas pallier ces lacunes en matière de protection du public.

Encadrement par la ChAD et confiance du public

- Plutôt que d'abolir un organisme de protection du public, la ChAD considère qu'il serait plus efficace d'améliorer la structure d'encadrement actuelle. Par exemple, la ChAD préconise sa migration vers un organisme d'autoréglementation (OAR) complet de première ligne spécialisé en assurance de dommages qui encadrerait les représentants ainsi que les cabinets en matière de déontologie.
- Depuis 20 ans, la ChAD rehausse les compétences professionnelles des représentants, soutient leur pratique, privilégie une approche préventive et assure la protection du public.
- La ChAD est bénéfique pour les professionnels et les consommateurs et pour la confiance de ces derniers envers l'industrie.
- À titre d'organisme d'autoréglementation de première ligne, la ChAD – spécialisée et agile – agit en complémentarité avec l'Autorité des marchés financiers. Elle constitue le premier rempart de protection pour le public.

Annexe B – Tableau des positions et des propositions de la ChAD

Annexe D – Les mesures qui influencent la protection du public

1. Présentation de la Chambre de l'assurance de dommages

Créée en vertu de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (LDPSF) en 1998, la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD) assure la protection du public en matière d'assurance de dommages et d'expertise en règlement de sinistres. L'actuel article 312 de la LDPSF prévoit qu'« une chambre a pour mission d'assurer la protection du public en maintenant la discipline et en veillant à la formation et à la déontologie de ses membres ». La ChAD encadre donc plus de 15 000 agents et courtiers en assurance de dommages et experts en sinistre. Elle les encadre de façon préventive et discipline leur pratique professionnelle.

Prévenir et accompagner dans les pratiques quotidiennes des professionnels

a) La formation continue obligatoire

Depuis 2002, les membres de la ChAD doivent suivre un programme de formation continue, condition *sine qua non* de la LDPSF pour le renouvellement de leur certificat. Parmi les obligations, les professionnels certifiés doivent accumuler 20 unités de formation continue (UFC) par période de deux ans, dont 3 UFC en Conformité. En plus de voir à ce que les professionnels certifiés répondent à leur obligation, la ChAD veille à la reconnaissance des activités de formation dans l'industrie. Pour ce faire, elle a bâti et mis à jour un profil de compétences qui tient compte des pratiques des agents, des courtiers et des experts en sinistre. De plus, depuis janvier 2016, la ChAD a introduit un cours obligatoire de deux heures en Conformité, en ligne, pour tous les membres de la ChAD. Ce cours, renouvelé chaque période, cible les lacunes les plus fréquemment observées. D'ailleurs, 93 % des professionnels ont mentionné que ce cours leur a permis d'acquérir de meilleures connaissances et habiletés¹.

b) L'inspection

Depuis 2005, à la suite d'un mandat confié par l'Autorité des marchés financiers (AMF), la ChAD a réalisé plus de 1 300 inspections de cabinets de courtage et d'expertise en règlement de sinistres indépendants de 24 représentants certifiés et moins. En moyenne, 130 inspections régulières et 11 visites de conformité sont effectuées annuellement, sur un bassin d'environ 900 cabinets inscrits.

c) Création d'outils pour améliorer la pratique des membres

Grâce aux constats que font les inspecteurs sur le terrain, aux problématiques observées par les enquêteurs au Bureau du syndic ainsi qu'aux questions posées lors de séances de formation, la ChAD est en mesure de créer et de mettre à jour des outils pour les professionnels. Pour ce faire, la ChAD

¹ Sondage réalisé auprès de 3 840 représentants certifiés membres de la ChAD ayant suivi le cours obligatoire *Cap sur la conformité*.

s'appuie aussi sur des comités composés de professionnels issus de l'industrie. Plusieurs outils, répartis dans près d'une trentaine de thèmes, ont été conçus pour soutenir la pratique professionnelle des représentants et pour prévenir les manquements aux obligations légales, réglementaires et déontologiques. Procédures, guides, modèles de lettre ou de contrat, fiches-conseils et formulaires sont des exemples d'outils de la ChAD utilisés par les représentants, les cabinets, les assureurs et l'AMF. C'est par ce soutien préventif que la ChAD dessine la pratique professionnelle.

Discipliner la pratique professionnelle

Comme le prévoit la LDPSF, le Bureau du syndic est chargé d'enquêter afin de déterminer si les actes posés par les membres de la ChAD dans le cadre de l'exercice de leur profession sont conformes aux codes de déontologie ainsi qu'à la LDPSF et à ses règlements. Le processus disciplinaire poursuit trois objectifs : protéger le public, dissuader le professionnel de recommencer et, par l'exemplarité, dissuader les autres professionnels d'agir de la même façon.

La ChAD un quasi-ordre professionnel qui contribue à définir la pratique professionnelle

La ChAD est un organisme d'autoréglementation (OAR) du domaine des services financiers inspecté par l'AMF et assujéti à certaines sections du *Code des professions*. La ChAD n'est pas un « réel » ordre professionnel, dans le sens où elle ne relève pas de l'Office des professions. Toutefois, les critères énoncés à l'article 25 du *Code des professions* pour constituer un ordre professionnel s'appliquent aux professionnels membres de la ChAD, à savoir :

- a) les connaissances requises pour exercer les activités professionnelles;
- b) le degré d'autonomie dont jouissent les personnes qui fournissent ces services et la difficulté pour le public de porter des jugements sur les actes posés, parce que le client n'a pas leur compétence ni leur formation;
- c) le caractère confidentiel des renseignements à connaître pour exercer;
- d) le caractère personnel et la confiance des rapports avec le client;
- e) la gravité du préjudice qui pourrait être subi par les gens qui ont recours aux services d'une personne du fait que sa compétence ou son intégrité ne serait pas contrôlée par un ordre.

Annexe A – La ChAD en chiffres

2. Complexité de l'assurance de dommages

Les produits d'assurance de dommages concernent la totalité des conducteurs automobiles et la majorité des propriétaires, des locataires et des entreprises. Bien que ces produits touchent presque tous les Québécois, 76 % des consommateurs trouvent l'assurance de dommages complexe² et une personne sur deux ne connaît pas les inclusions et les exclusions de son contrat d'assurance. Par exemple, 22 % des consommateurs croient qu'ils sont assurés pour les tremblements de terre alors qu'à peine 4 % des particuliers résidant au Québec ont souscrit l'avenant³. Les produits d'assurance de dommages demeurent donc complexes et mal compris du public.

L'assurance automobile, un produit de commodité?

Même si l'assurance automobile est un produit standardisé que certains qualifient de « commodité », il s'agit d'un produit complexe. Malgré le travail de simplification du langage de la police d'assurance automobile (F.P.Q. N° 1) effectué en 2014, le contrat est passé de 16 à 35 pages et compte 42 avenants. La complexité du produit et les risques d'erreurs étant encore présents, les explications et les conseils du représentant sont toujours utiles et nécessaires.

Des avenants qui se multiplient

Les produits d'assurance de dommages offerts sont de plus en plus à la carte, et ce, même en assurance des particuliers. Des protections très importantes, comme celles pour les dégâts d'eau, sont souvent offertes sous forme d'avenants et, pour ajouter à la complexité du produit, ces derniers se multiplient⁴. La protection de base étant donc de moins en moins inclusive, le courtier ou l'agent en assurance de dommages doit être très vigilant pour offrir aux consommateurs un produit qui correspond toujours à leurs besoins. Cette multiplication des protections disponibles sous forme d'avenants amplifie la vulnérabilité des consommateurs profanes quant aux divers produits offerts et rend d'autant plus indispensable le devoir de conseil des professionnels certifiés.

Un réel déséquilibre informationnel

En 1990, la Cour suprême du Canada reconnaissait que :

La personne ordinaire a souvent de la difficulté à comprendre les différences subtiles entre les diverses protections offertes. Les agents et les courtiers ont reçu une formation qui les rend aptes à saisir ces différences et à fournir des conseils adaptés à la situation de chaque

² Sondage effectué par Léger pour la ChAD auprès de 500 Québécois, janvier 2016.

³ CARBASSE, Mathieu (2015). [Le risque d'un séisme urbain majeur demeure largement sous-estimé.](#)

⁴ Par exemple, le Bureau d'assurance du Canada – Québec propose actuellement trois avenants liés aux dommages d'eau : 1) Eau du sol et égouts; 2) Eau au-dessus du sol; et 3) Eau du sol, égouts et débordement de cours d'eau.

individu. Il est à la fois raisonnable et opportun de leur imposer l'obligation non seulement de fournir des renseignements, mais encore de conseiller les clients⁵.

Cette décision phare est constamment citée par l'ensemble des tribunaux depuis.

En 2017, le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) mentionne, dans son *Rapport sur les constatations et énoncé de position – Les catastrophes naturelles et l'assurance des biens personnels*, que :

[L]'examen a permis de constater qu'il y a place à beaucoup d'amélioration dans les communications relatives aux polices et aux protections. Dans le document de discussion, on reconnaissait la valeur et la nécessité de communications claires et directes avec les consommateurs et les intermédiaires au sujet des garanties. La complexité et la confusion entourant les polices, les garanties, les limitations et les franchises peuvent limiter la capacité des consommateurs à prendre des décisions éclairées et leur intérêt pour des produits disponibles et abordables dont ils auraient besoin ou qui leur conviendraient⁶.

Un communiqué du Groupement des assureurs automobiles (GAA) publié en 2014 mentionne également que « [...] des études ont démontré que le niveau de compréhension du langage juridique des polices d'assurance était très limité et que 16 années de scolarité étaient requises pour qu'elles soient comprises, ce qui correspond à un grade universitaire au Québec⁷ ».

Bref, tous s'entendent pour dire que l'assurance de dommages est complexe : les consommateurs, les tribunaux, les régulateurs et l'industrie.

⁵ *Fletcher c. Société d'assurance publique du Manitoba*, [1990] 3 R.C.S. 191, paragr. 58.

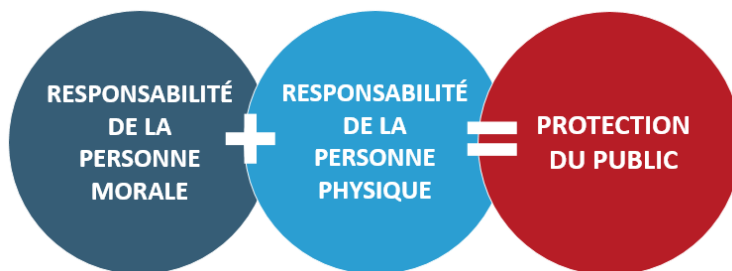
⁶ CCRRA (2017). [Les catastrophes naturelles et l'assurance des biens personnels](#).

⁷ Groupement des assureurs automobiles (2014). [Une nouvelle police d'assurance automobile au Québec – Pour que tout soit bien clair entre nous!](#)

3. Rôle du représentant

Au fil des ans, le législateur a reconnu le déséquilibre informationnel entre le consommateur et l'assureur, et l'importance du représentant certifié pour amoindrir ce déséquilibre. L'AMF reconnaît aussi qu'« il existe un fort déséquilibre informationnel entre le consommateur, souvent profane de l'assurance, et l'assureur, spécialiste de ses produits⁸ ». Le consommateur est donc en situation de désavantage par rapport à l'assureur.

Ce déséquilibre économique, informationnel et juridique ne doit pas être amplifié. La LDPSF doit continuer à rééquilibrer les forces en présence et encadrer toute la chaîne de distribution, du fabricant du produit jusqu'au consommateur, afin d'assurer sa mission de protection du public. En analysant les dispositions du projet de loi n° 141 (PL-141) qui modifient la LDPSF, il faut garder en mémoire que « la LDPSF est à l'assuré ce que la *Loi sur la protection du consommateur* est au consommateur : un outil de protection⁹ ».



De plus, le ministère de la Justice américaine révélait en 2015 qu'une des façons les plus efficaces de combattre la fraude d'entreprise est par la responsabilité des actes des individus qui y œuvrent¹⁰. Ainsi, la responsabilité de la personne morale – soit l'assureur ou le cabinet – additionnée à celle de la personne physique – ici, les représentants – diminue le déséquilibre économique, informationnel et juridique, assurant ainsi la protection du public.

Le PL-141 prévoit toutefois des modifications significatives qui diminueraient le rôle du représentant et, par conséquent, la protection du public, notamment quant au devoir de conseil, à la collecte des renseignements personnels du client, à la proposition du produit qui répond le mieux aux besoins du client et aux obligations lors du renouvellement du contrat d'assurance.

⁸ Autorité des marchés financiers (2012). [L'offre d'assurance par Internet au Québec](#).

⁹ *Bar et spectacles Jules et Jim inc. c. Maison Jean-Yves Lemay Assurances inc.*, 2014 QCCS 5443.

¹⁰ Ministère de la Justice américaine (2015). [Note de service](#).

3.1 Devoir de conseil

(art. 472 et 473 du PL-141 modifiant les art. 5 et 6 de la LDPSF)

Le PL-141 propose que le devoir de conseil ne soit plus un acte exclusivement réservé aux agents et aux courtiers en retirant de la définition d'agent¹¹ et de courtier en assurance de dommages¹² les mots suivants : « Il agit comme conseiller en assurance de dommages. »

Le PL-141 conserve la notion de conseil à l'article 27 de la LDPSF, mais retire l'exclusivité réservée aux représentants. Actuellement, la ligne est claire : aucun conseil ne peut être prodigué à un consommateur par une personne qui ne détient pas un permis délivré par l'AMF. Cette exigence permet une meilleure protection du public.

Par ailleurs, des extraits d'une décision de la Cour du Québec déposée par l'AMF¹³ abondent dans ce sens et sont très explicites :

[86] Le Tribunal estime que le législateur a voulu encadrer par la loi, l'activité de conseiller des produits en assurance de dommages. Le législateur a choisi délibérément d'inclure cette activité aux articles 3, 4, 5 et 6 de la LDPSF. On ne saurait qualifier ce choix de pure sémantique; il est délibéré.

[87] L'acte de conseiller est au cœur même des activités ciblées par la loi.

*[89] Le Tribunal conclut que la LDPSF prévoit que l'offre de produits d'assurance incluant l'octroi de conseils en regard aux produits d'assurance est une activité exclusive réservée aux détenteurs d'un certificat émis par l'Autorité, que l'on vende ou non des produits d'assurance*¹⁴.

Si le PL-141 est adopté tel que proposé, toute personne – sans certification ni obligations déontologiques – pourra offrir des conseils aux consommateurs. Ainsi, un concessionnaire automobile pourrait comparer différents produits (par exemple, la F.P.Q. N° 5 et la F.A.Q. N° 43) et donner des conseils en assurance (par exemple, sur la F.P.Q. N° 1). Il en va de même pour un courtier immobilier qui pourrait offrir des conseils en assurance habitation à ses clients. Pourtant, l'exercice des activités de courtier immobilier ou de concessionnaire automobile est jugé incompatible avec les activités du représentant en assurance de dommages pour cause d'apparence de conflit d'intérêts¹⁵.

¹¹ Article 5 de la LDPSF.

¹² Article 6 de la LDPSF.

¹³ *Autorité des marchés financiers c. 9111-3258 Québec inc.*, 2013 QCCQ 13994.

¹⁴ Nos soulignements.

¹⁵ Articles 2 et 3 du *Règlement sur l'exercice des activités des représentants*, chapitre D-9.2, r. 10.

Pour assurer la protection du public, la ChAD réitère donc que le PL-141 doit maintenir l'acte de conseil exclusivement réservé aux professionnels formés, certifiés et encadrés tel que précisé dans cette décision :

Il est bien établi qu'un courtier d'assurances a l'obligation d'informer et de conseiller son client, afin de lui permettre de prendre des décisions éclairées et réfléchies. Il n'est pas un simple vendeur ou courroie de transmission entre l'assuré et l'assureur, mais un professionnel de l'assurance¹⁶.

Si le législateur désire toutefois créer une exception pour une catégorie de personnes, il devrait préciser cette exception au PL-141 selon des critères définis.

3.2 Recueillir personnellement les renseignements

(art. 479 du PL-141 modifiant l'art. 27 de la LDPSF)

Le PL-141 propose que le représentant n'ait plus l'obligation de recueillir personnellement les renseignements du client.

En modifiant l'article 27 de la LDPSF, on permet la souscription de produits d'assurance par un moyen technologique : le consommateur pourrait, par exemple, remplir une soumission en ligne. La ChAD est favorable à l'idée de permettre au client de fournir lui-même ses renseignements en utilisant un moyen technologique; or, comme elle est libellée, la modification à l'article 27 permettra à un tiers non certifié n'ayant pas de connaissances ou de compétences en assurance de dommages de recueillir les renseignements personnels et confidentiels d'un client. Pour illustrer ce propos, un concessionnaire automobile pourrait désormais recueillir les renseignements personnels de son client en vue d'obtenir une soumission pour une F.P.Q. N° 1 et un courtier immobilier, en vue d'obtenir une soumission pour une assurance habitation.

L'AMF mentionne d'ailleurs que « la cueillette de renseignements personnels permettant d'identifier les besoins d'un client et la comparaison de produits afin de lui offrir un produit d'assurance sont des activités de conseil en assurance qui requièrent l'intervention d'un représentant certifié¹⁷ ».

Une question se pose alors : si le représentant en assurance de dommages utilise les informations recueillies par un tiers, qu'arrivera-t-il si celles-ci sont inexactes ou incomplètes? Qui en sera responsable? La ChAD considère que l'article 27 doit être modifié pour empêcher un tiers non certifié de recueillir les renseignements personnels et confidentiels d'un client.

¹⁶ 125057 Canada inc. (Tricots LG Itée) c. Rondeau, 2011 QCCS 94.

¹⁷ Autorité des marchés financiers (2015). [L'offre d'assurance par Internet au Québec](#).

Bref, peu importe le mode de cueillette des renseignements, il faut assurer l'adéquation entre les besoins du consommateur et le produit offert.

3.3 Produit d'assurance qui convient le mieux

(art. 479 du PL-141 modifiant l'art. 27 de la LDPSF)

Le PL-141 propose que le représentant n'ait plus l'obligation de proposer le produit d'assurance qui convient le mieux au client.

Cette modification est surprenante dans un contexte où les produits d'assurance sont de plus en plus complexes. Pourquoi retirer cette obligation?

LDPSF	PL-141
Art. 27 Un représentant en assurance doit recueillir <u>personnellement</u> les renseignements nécessaires lui permettant d'identifier les besoins d'un client <u>afin de lui proposer le produit d'assurance qui lui convient le mieux.</u>	Art. 27 Un représentant en assurance doit <u>s'enquérir de la situation de son client afin d'identifier ses besoins.</u> Il doit s'assurer de <u>conseiller adéquatement</u> son client dans les matières relevant des disciplines dans lesquelles il est autorisé à agir.

Si l'objectif de cet article est de conserver les mêmes obligations du représentant pour s'assurer que le produit vendu répond aux besoins du client, pourquoi changer le libellé de l'article 27? Y avait-il une lacune dans l'interprétation de l'article tel qu'il est actuellement? Avec ce changement, les tribunaux pourraient être amenés à l'interpréter différemment.

Un des principes d'interprétation des lois est basé sur le fait que « le législateur ne parle pas pour ne rien dire ». Généralement, ce principe est utilisé pour établir une différence entre deux textes de loi qui semblent similaires, comme le rappelle le *Guide de rédaction juridique* : « [...] il faut déduire, puisque le législateur ne parle pas pour ne rien dire, que s'il a utilisé dans la loi deux termes ou deux mots différents, c'est qu'il avait l'intention d'exprimer deux sens différents. Sinon il aurait utilisé seulement l'un ou l'autre de ces termes¹⁸ ».

¹⁸ LAUZIÈRE, Lucie (2012). [L'interprétation des lois](#).

3.4 Renouvellement du contrat d'assurance

(art. 480 du PL-141 modifiant l'art. 39 de la LDPSF)

Le PL-141 propose que, lors du renouvellement, si seule la prime est modifiée, le représentant n'ait plus à prendre les moyens pour que la garantie offerte réponde aux besoins du client.

Depuis 1998, les obligations du professionnel, lors du renouvellement de contrat d'assurance, consistent à « prendre les moyens requis pour que la garantie offerte réponde aux besoins du client¹⁹ ». L'objectif de protection du public de l'article 39 est bien expliqué par Sébastien Lanctôt :

Une des finalités de l'article 39 de la LDPSF est de mettre fin à l'automatisme quasi rituel qui jadis existait (avant l'adoption de la loi) et en vertu duquel il était permis à un courtier en assurance de dommages de renouveler automatiquement la police avec les mêmes garanties (la garantie inclut évidemment la « couverture ») et envoyer son compte, sans plus (c.-à-d. une espèce de « courroie de transmission »)²⁰.

Les tribunaux ont aussi à plusieurs reprises réitéré que le renouvellement ne doit pas se faire de façon automatique²¹, comme le démontre l'extrait suivant d'une décision de la Cour d'appel :

Dans le présent cas, ces conseils n'ont pas existé à l'occasion du dernier renouvellement. À la lumière de la preuve, il est raisonnable de croire que si ces conseils avaient existé, le montant de l'assurance aurait couvert la perte réelle.

De toute évidence, la demanderesse, qui est un consommateur moyen et n'a pas de connaissances spécialisées en assurance, n'a pas reçu de la défenderesse les conseils et informations nécessaires en relation avec la nature et l'étendue de sa couverture d'assurance.

La faute de la défenderesse est ainsi caractérisée : à l'occasion du dernier renouvellement, les moyens requis pour que la garantie offerte réponde aux besoins de la demanderesse n'ont pas existé. L'obligation imposée par l'article 39 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers n'a pas été respectée²².

¹⁹ Article 39 de la LDPSF.

²⁰ LANCTÔT, Sébastien (2007). *Les représentants en assurance : pouvoirs de représentation et obligations*. LexisNexis Canada.

²¹ Par exemple : *AMF c. Assurances Crédit Virage inc.*, 2014 QCBDR 92; *AMF c. Audren inc.*, 2013 QCDBR 101.

²² *Lambert Jutras & Ass. c. Centre de prévention du suicide de la Haute Yamaska*, 2008 QCCA 760.

De plus, « un cabinet doit mettre en place des procédures de renouvellement des contrats d'assurance et de révision des besoins des assurés conformes aux obligations déontologiques de conseiller consciencieux. Le renouvellement ne peut simplement être transmis par la poste²³ ».

Pourquoi revenir en arrière et augmenter les risques que le consommateur se retrouve dans une situation de sous-assurance, de limitation ou de négation de couverture, et ce, au risque de l'apprendre lors d'un sinistre?

Cette proposition au PL-141 fait malheureusement basculer sur les épaules du consommateur la responsabilité actuelle du représentant de s'assurer que le produit d'assurance convient toujours à ses besoins. Un assuré pourrait avoir le même contrat pendant de nombreuses années, tant et aussi longtemps que l'assureur décide de ne pas changer les protections, les limitations ou les exclusions de la police d'assurance. Cette situation est dangereuse et pourrait mettre en péril le patrimoine de certains consommateurs, car leurs besoins peuvent avoir changé pendant cette période sans qu'ils en réalisent l'impact sur leurs protections.

Cela dit, le PL-141 prévoit un nouveau pouvoir réglementaire à l'AMF²⁴ lui permettant de déterminer les formalités, les conditions et les restrictions applicables à un représentant en assurance de dommages lors du renouvellement de contrat. Cependant, cet éventuel encadrement réglementaire ne pourra pas remplacer ou supplanter l'obligation légale du représentant de s'assurer que la garantie offerte répond aux besoins du client lors des renouvellements si seule la prime a changé.

C'est pour ces raisons que cette obligation de moyen, qui repose actuellement sur les épaules du représentant, doit être maintenue, car elle est essentielle à la protection du public²⁵. La ChAD propose donc le statu quo et la conservation de l'article 39 dans sa forme actuelle.

La diminution du rôle du représentant

Le retrait de l'exclusivité de l'acte de conseil réservé aux représentants et de la collecte des renseignements du client ainsi que les changements quant à la proposition du produit d'assurance qui convient le mieux et les obligations lors du renouvellement : voilà quatre modifications qui diminuent le rôle du professionnel. Comment contrer le déséquilibre informationnel entre le consommateur et l'assureur si le rôle et les obligations du professionnel diminuent, voire tendent à disparaître?

²³ CARON, Vincent (2016). *Loi sur la distribution de produits et services financiers – Commentée et annotée*. Cowansville : Éditions Yvon Blais.

²⁴ Article 517 du PL-141 modifiant l'article 211 de la LDPSF.

²⁵ ChAD c. Bisailon, 2009, CanLII 20047 (QC CDCHAD) et ChAD c. Bernard, 2012 CanLII 12008 (QC CDCHAD).

4. Distribution par Internet

La communication par Internet est une tendance incontournable. Certes, elle offre une souplesse souhaitable pour le consommateur, mais elle doit être bien utilisée et encadrée. On conçoit aisément que le déséquilibre informationnel qui existe entre le consommateur et l'assureur pourrait être amplifié par la distribution en ligne, particulièrement s'il y a absence d'encadrement ou de conseil d'un représentant. Il y a fort à parier que certains risques identifiés par l'AMF – contrat invalide, protection inadéquate, absence de protection, protection inutile, etc.²⁶ – sont susceptibles d'être fortement accentués avec la distribution par Internet.

La ChAD reconnaît le besoin de moderniser la loi pour encadrer la vente en ligne. Il faut par contre diminuer le risque que le consommateur achète un produit qui ne convient pas à ses besoins ou qu'il souscrive une assurance dont la protection ou la demande d'indemnité lui seraient refusées pour manque ou défaut d'information pertinente. Ou encore, qu'il n'ait tout simplement pas de protection. Par exemple, des résidents au Royaume-Uni qui avaient acheté leur assurance en ligne ont découvert, après de fortes inondations en 2014, que leur produit ne couvrait pas les inondations²⁷.

Le consommateur ne réalise pas que des changements dans son quotidien, anodins à ses yeux, peuvent avoir un impact sur ses protections et même sur la validité de son contrat. Puisque les paramètres de souscription sont nombreux et varient d'un assureur à l'autre, il est quasi impossible pour le consommateur de savoir ce qu'il est important ou non de dévoiler à l'assureur. La loi doit protéger le consommateur contre ses propres erreurs ou, encore, contre ce qu'il ne sait tout simplement pas.

Les orientations de l'AMF concernant l'offre d'assurance par Internet

En avril 2015, après avoir tenu une consultation relative à l'offre d'assurance par Internet auprès des intervenants du secteur financier, l'AMF a publié *L'offre d'assurance par Internet au Québec*²⁸, formulant 11 orientations inspirées de celles du CCRRA.

Malheureusement, la très grande majorité de ces orientations ne sont pas retenues dans le PL-141, ce dernier demeurant muet sur de nombreux aspects de l'encadrement de la vente de produits d'assurance en ligne. Il est extrêmement préoccupant de constater que certaines orientations reconnues comme essentielles par l'AMF sont tout simplement écartées du PL-141, telles que :

- l'analyse des besoins;
- la convenance du produit;
- l'accès à un représentant certifié pour obtenir des conseils.

²⁶ Autorité des marchés financiers (2012). [L'offre d'assurance par Internet au Québec](#).

²⁷ [Rapport d'Accenture](#) (2016).

²⁸ Autorité des marchés financiers (2015). [L'offre d'assurance par Internet au Québec](#).

4.1 Encadrement différent pour les assureurs et les cabinets qui offrent des produits en ligne

Selon le PL-141, les assureurs qui souhaitent vendre des produits en ligne pourraient le faire sans aucune intervention humaine²⁹. Les assureurs n'auraient aucune obligation d'avoir des personnes certifiées à leur emploi. Aussi, si le consommateur le désire, il pourrait parler avec des « personnes physiques » pour obtenir de l'information et des conseils³⁰. Il est préoccupant de savoir que cette personne pourrait donner des conseils sans être certifiée, donc sans être imputable personnellement de ses actes, ce qui constitue un net recul pour la protection du public.

La situation est toutefois différente pour les cabinets. S'ils veulent offrir des produits d'assurance en ligne, et donc ne pas agir « par l'entremise d'un représentant »³¹, ils devraient avoir à leur emploi au moins un représentant certifié qui peut pratiquer dans la discipline dans laquelle il offre des produits, et ce, peu importe la taille, de leur cabinet³².

➤➤ **Note** : Il n'est pas clair si un assureur doit s'enregistrer comme cabinet (art. 70 et 71 de la LDPSF) pour vendre de l'assurance sans l'intermédiaire d'une personne physique ou si la nouvelle *Loi sur les assureurs* prévoit un régime d'exception (art. 68 de la *Loi sur les assureurs*) qui les dispense de l'application de la LDPSF au complet. Cette situation devrait être clarifiée pour éviter de multiples interprétations et pour maintenir le même niveau de protection pour le public qui traite en ligne avec un assureur ou un cabinet. Pourquoi ne pas encadrer la distribution uniquement dans la LDPSF comme c'est le cas actuellement, plutôt que de prévoir un encadrement distinct dans la *Loi sur les assureurs*?

Obligations du cabinet qui offre des produits en ligne

(art. 492 du PL-141 créant l'art. 86.0.1 à la LDPSF)

Le PL-141 prévoit à l'article 492 que « les dispositions des articles 17 à 19, 26 à 28, 31, 32, 35, 36, 38 et 39³³ de la LDPSF s'appliquent, avec les adaptations nécessaires, au cabinet qui offre, sans l'entremise d'une personne physique, un produit ou un service ».

²⁹ Article 3 du PL-141 créant la *Loi sur les assureurs*, nouvel article 59.

³⁰ Article 3 du PL-141 créant la *Loi sur les assureurs*, nouvel article 67.

³¹ Article 490 du PL-141 modifiant l'article 82 de la LDPSF.

³² Article 487 du PL-141 créant l'article 71.1 à la LDPSF.

³³ Avec les adaptations nécessaires, ces obligations s'appliquent au cabinet :

Art. 17 divulgation des émoluments;

Art. 18 vente liée interdite;

Art. 19 dix jours pour résoudre un contrat à l'occasion de la conclusion d'un autre contrat;

Art. 26 divulgation des liens d'affaires;

Art. 27 identification des besoins d'un client et conseil;

Art. 28 description du produit proposé au client en relation avec les besoins;

Le cabinet devient donc responsable de certaines obligations du représentant en assurance de dommages. Par ailleurs, le PL-141 ne prévoit pas les mêmes obligations pour les assureurs dans la *Loi sur les assureurs*.

Devoir d'information des assureurs et des cabinets en ligne

Les obligations d'information des assureurs dans le cadre de la vente par Internet sont prévues à l'article 62 de la *Loi sur les assureurs*, alors que celles des cabinets sont prévues à l'article 86.0.1 de la LDPSF. Selon que le consommateur souscrit un produit d'assurance par le site Web d'un cabinet ou par celui d'un assureur, les obligations d'information diffèrent. L'existence de deux régimes distincts peut créer de la confusion et un traitement inéquitable qui n'est pas souhaitable pour la protection du consommateur.

Assureur	Cabinet
Art. 62 de la <i>Loi sur les assureurs</i> Un assureur doit veiller à ce que l'assuré soit informé en temps utile des renseignements qui lui sont nécessaires à une prise de décision éclairée notamment sur les éléments suivants : 1° l'étendue de la garantie et les exclusions; 2° les délais pour déclarer un sinistre et ceux de l'assureur de payer l'indemnité; 3° l'information concernant une plainte.	Art. 492 du PL-141 créant l'art. 86.0.1 à la LDPSF Art. 28 de la LDPSF Le cabinet doit décrire la garantie et les exclusions <u>en fonction des besoins identifiés</u>.

Analyse de besoins et devoir de conseil des cabinets en ligne

(art. 492 du PL-141 créant l'art. 86.0.1 à la LDPSF)

Cabinet
L'article 27 de la LDPSF s'applique au cabinet, avec les adaptations nécessaires : « Un représentant en assurance doit s'enquérir de la situation de son client afin d'identifier ses besoins. Il doit s'assurer de conseiller adéquatement son client dans les matières relevant des disciplines dans lesquelles il est autorisé à agir. »

Art. 31 divulgation du nom des assureurs dont il est autorisé à offrir les produits;
Art. 32 divulgation d'un contrat d'exclusivité avec un seul assureur;
Art. 35 renseignements de nature médicale lors de l'adhésion;
Art. 36 renseignements de nature médicale à la suite d'un sinistre;
Art. 38 présentation d'un choix de produits de plusieurs assureurs;
Art. 39 au renouvellement, obligation de prendre les moyens requis pour que la garantie offerte réponde aux besoins du client, sauf si la modification ne concerne que la prime.

Contrairement au cabinet qui a un devoir de conseil en ligne (art. 27 de la LDPSF) et l'obligation de « s'enquérir de la situation de son client afin d'identifier ses besoins » (nouvel article 86.0.1 de la LDPSF), l'assureur n'a qu'un devoir d'information (art. 62 de la *Loi sur les assureurs*) et aucun devoir de conseil puisque l'article 27 de la LDPSF ne s'applique qu'aux cabinets. D'ailleurs, comment le devoir de conseil pourra-t-il se traduire si le produit est vendu sans l'intermédiaire du représentant?

M^e Patrice Deslauriers, professeur à la Faculté de droit de l'Université de Montréal, précise l'importante différence entre le devoir de conseil et le devoir de renseignement³⁴ :

L'obligation de conseil peut se définir comme l'« obligation de donner un avis à une personne, dans l'intérêt de celle-ci³⁵ ».

L'obligation de renseignement est différente de l'obligation de conseil en ce qu'elle n'implique que la communication de certaines informations, alors que l'obligation de conseil impose de porter un jugement sur la qualité de cette information³⁶. [...]

Cela implique d'ailleurs qu'un représentant en assurance de dommages soit tenu à un devoir de bien connaître son client, impliquant qu'il soit proactif afin d'obtenir les informations nécessaires pour se conformer à cette obligation et, plus largement, être à même de bien conseiller son client et ainsi s'acquitter de son devoir de conseil³⁷. [...]

On rappellera qu'en matière d'assurances, le devoir principal du représentant s'avère celui de conseiller son client.

Renouvellement de contrat des assureurs et des cabinets conclu en ligne³⁸

(art. 59 Loi sur les assureurs et pour les cabinets, nouvel art. 39 de la LDPSF)

Le PL-141 propose que si, lors du renouvellement du contrat d'assurance, seule la prime est modifiée, les assureurs et les cabinets n'ont plus d'obligation de s'assurer que le produit d'assurance convient toujours aux besoins du client.

Le nouveau pouvoir réglementaire de l'AMF (en vertu de l'art. 517 du PL-141 modifiant l'art. 211 de la LDPSF) lui permettra de déterminer les formalités, les conditions et les restrictions applicables à un

³⁴ DESLAURIERS, Patrice (2017). *L'impact de l'Internet sur l'offre de services par les représentants en assurance de dommages*.

³⁵ REID, Hubert (2003). *Dictionnaire de droit privé et lexiques bilingues : les obligations*. Cowansville : Éditions Yvon Blais.

³⁶ BAUDOUIN, Jean-Louis, Patrice DESLAURIERS et Benoît MOORE (2014). *La responsabilité civile*, 8^e édition – volume 2 : *Responsabilité professionnelle*. Cowansville : Éditions Yvon Blais.

³⁷ *Lemay c. Carrier*, 2006 QCCS 5652.

³⁸ Voir également les commentaires de la ChAD à la section 3.1 d).

représentant en assurance de dommages lors du renouvellement de contrat. Toutefois, ce nouveau pouvoir réglementaire de l'AMF ne s'applique pas au cabinet.

Cette situation est déplorable non seulement parce que cette responsabilité est maintenant basculée sur les épaules du consommateur³⁹, mais aussi parce que le consommateur pourra se retrouver face à deux régimes d'encadrement distincts s'il traite avec un représentant ou directement avec un cabinet.

Droit de résolution du consommateur qui souscrit un produit sur le site d'un assureur

(art. 64 de la Loi sur les assureurs)

Le PL-141 prévoit un droit de résolution de 10 jours lorsque le contrat d'assurance est souscrit auprès d'un assureur autrement que par le biais d'un représentant ou d'un cabinet.

Ce droit de résolution n'est toutefois pas spécifiquement prévu lorsque le contrat est souscrit par le biais d'un cabinet en vertu de la LDPSF, et ce, même s'il est souscrit sans conseil d'un certifié. Pourquoi établir cette distinction pour le consommateur qui choisit d'acheter un produit en ligne soit sur le site Web d'un assureur, soit sur celui d'un cabinet?

Nouveau pouvoir réglementaire de l'AMF

(art. 515 du PL-141 créant l'art. 202.2 à la LDPSF)

Assureur	Cabinet
Art. 482 de la <i>Loi sur les assureurs</i> En plus des autres règlements qu'elle peut prendre en vertu de la présente loi, l'Autorité peut, par règlement, déterminer les normes applicables : 1° aux assureurs autorisés relativement à leurs pratiques commerciales et à leurs pratiques de gestion; [...]	Art. 202.2 de la LDPSF L'Autorité peut, pour chaque discipline, déterminer par règlement les renseignements et les documents qu'un cabinet qui agit sans l'entremise d'une personne physique doit fournir à un client ainsi que leur forme.

Faut-il comprendre que pour maintenir l'adéquation des régimes d'encadrement entre les cabinets et les assureurs, il faudra dans chaque cas s'assurer d'adopter deux règlements?

³⁹ Voir la section 3.1 d), qui explique que le consommateur perd une protection importante dans la LDPSF lors du renouvellement du contrat.

De plus, le pouvoir réglementaire de l'AMF à l'égard des cabinets est assez restreint, puisqu'il permet uniquement de déterminer les renseignements et les documents qui doivent être fournis aux consommateurs ainsi que leur forme.

Ce nouveau pouvoir réglementaire peut donc uniquement améliorer l'information à fournir au consommateur sans permettre d'autres mesures concrètes de protection du public, tel que l'accès à un représentant certifié pour obtenir des conseils.

Le pouvoir réglementaire de l'AMF à l'égard des assureurs est général, et il ne réfère pas spécifiquement aux obligations d'information en matière de vente par Internet.

Pourquoi prévoir un encadrement différent entre cabinet et assureur et ainsi amplifier la confusion auprès du consommateur?

Le consommateur qui désire assurer ses biens, son entreprise ou sa responsabilité pourra le faire en ligne par le site Web d'un cabinet ou d'un assureur. Toutefois, les obligations d'information et de conseil ainsi que le droit de résolution seront différents. La confusion du consommateur à l'endroit de l'industrie ne peut qu'être amplifiée par ce double régime. Pourquoi prévoir un encadrement dans la *Loi sur les assureurs* et un autre dans la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, pourquoi ne pas tout regrouper dans cette dernière?

De plus, le pouvoir réglementaire prévu dans le PL-141 n'est pas suffisant pour pallier les lacunes en matière de protection du public.

Annexe C – Distribution par Internet, encadrement différent entre assureurs et cabinets

4.2 Rôle du représentant en ligne

(art. 3 du PL-141, créant la *Loi sur les assureurs*, nouvel article 67)

Le PL-141 propose – pour l'internaute qui magasine sur le site d'un assureur – qu'il puisse en tout temps parler à une « personne physique ».

Là où le bât blesse, c'est qu'il n'y a aucune obligation pour cette personne d'être dûment certifiée dans la discipline dans laquelle elle offre des conseils. En retirant l'exclusivité de l'acte de conseil actuellement réservé aux représentants, le PL-141 ouvre la porte à ce que des conseils soient prodigués par des personnes qui n'ont ni la formation, ni la certification, ni les obligations déontologiques que requiert la protection du public.

Tant pour la protection du public que pour maintenir la confiance du consommateur envers l'industrie, la présence d'un professionnel certifié doté de connaissances spécialisées est souhaitable dans l'équation, et ce, qu'il soit chez l'assureur ou dans un cabinet d'agents ou de courtiers.

En distribuant par Internet sans la présence d'un représentant, comment assurer adéquatement la protection du consommateur? Quelles sont les propositions de garde-fous?

Le PL-141 ouvre la porte à la distribution par Internet sans assurer une protection adéquate du consommateur. Les dispositions annoncées sont insuffisantes et transfèrent le risque d'être sous-assuré, mal assuré ou pas assuré – risques soulevés par l'AMF dès 2012 – sur les épaules du consommateur. De plus, par quoi remplace-t-on l'absence du représentant afin d'atténuer ces risques?

D'ailleurs, l'encadrement de la vente en ligne devrait s'inspirer des expériences internationales, par exemple en France et en Grande-Bretagne où l'on a déjà mis en place des mesures de protection du public à cet égard.

Conseil d'une « personne physique » certifiée

Le PL-141 devrait spécifiquement prévoir que le consommateur qui désire communiquer avec une personne physique soit dirigé vers un représentant dûment certifié par l'AMF. Ainsi, le consommateur pourrait bénéficier du conseil d'un représentant qui est responsable de ses actes d'un point de vue déontologique.

D'ailleurs, si un consommateur choisit de traiter directement par Internet sans requérir les conseils d'un représentant, il bénéficiera seulement des informations disponibles sur le site et non pas de conseils lui permettant de faire un choix éclairé, puisque le conseil nécessite une personne qui exerce un jugement. Il devrait alors être informé des risques ou des conséquences d'une telle décision.

4.3 Site de comparaison

(art. 486 du PL-141)

Le nouvel alinéa à l'article 71 de la LDPSF prévoit qu'« une personne morale qui, sans agir comme cabinet, touche une commission ou une autre rétribution [en] fonction de la vente de produits financiers ou de la fourniture de services financiers doit être inscrite auprès de l'Autorité. À compter de son inscription, elle est, pour l'application de la présente loi, considérée agir comme cabinet dans la discipline dans laquelle ces produits et services ont été offerts⁴⁰ ».

Qu'arrivera-t-il si la rétribution n'est pas en fonction de la vente, mais plutôt en fonction d'autres critères comme le nombre de clics obtenus, les références générées, la publicité, etc.? Pourquoi cette entreprise n'aurait-elle pas l'obligation de s'inscrire comme cabinet auprès de l'AMF? Il est

⁴⁰ Nos soulignements.

difficile de comprendre que la protection du public dépendra du mode de rémunération d'un site de comparaison.

La ChAD préconise l'inscription et l'encadrement de l'ensemble des fournisseurs de services de comparaison de primes, puisqu'il est essentiel que tous les maillons de la chaîne entre le consommateur et le fabricant du produit soient encadrés. Les sites de comparaison qui agissent comme intermédiaires dans le processus devraient être dûment autorisés à agir par l'AMF et répondre à certaines obligations pour offrir un service fiable et sécuritaire aux consommateurs.

Il est pertinent que le consommateur sache à qui il fournit des renseignements, à qui ces renseignements sont ou seraient transférés et, au bout du compte, avec qui il traite. Des obligations en matière de divulgation devraient aussi être imposées aux sites de comparaison, quel que soit leur mode de rémunération.

D'ailleurs, l'AMF mentionne que « les sites de comparaison qui exercent de telles activités doivent être dûment inscrits auprès de l'Autorité à titre de cabinets et se soumettre à la réglementation applicable⁴¹ ».

Qui plus est, on note que certains sites ne divulguent pas le nom des assureurs avec qui ils font des affaires (ou leurs liens d'affaires avec d'autres entités)⁴². Aussi, certains formulaires contiennent des champs « critiques » remplis par défaut, telle l'absence d'antécédents judiciaires, créant ainsi de fausses déclarations potentielles. Ces préoccupations avaient d'ailleurs été soulevées par le Financial Services Authority (Grande-Bretagne) en juin 2011 comme pouvant constituer du conseil en assurance et possiblement des manquements aux pratiques suggérées dans son document sur les principes et les pratiques d'affaires⁴³.

Les assureurs et les cabinets de courtage devraient également avoir la responsabilité de s'assurer que les sites de comparaison avec lesquels ils font des affaires sont dûment autorisés à agir par l'AMF, et que leurs fournisseurs de services informatiques et Internet offrent et garantissent un service fiable et sécuritaire.

Dans l'étude réalisée par Option consommateurs en 2017 sur la distribution en ligne de produits d'assurance⁴⁴, il est mentionné que :

[...] il faut être encore plus prudent avec les sites de comparaison (SC). L'expérience européenne démontre que ces derniers posent de nombreux problèmes pour la protection

⁴¹ Autorité des marchés financiers (2015). [L'offre d'assurance par Internet au Québec](#).

⁴² Notamment le site www.assuranceautomobile.ca, aussi accessible à partir du www.autoaubaine.ca, un site de ventes d'autos d'occasion.

⁴³ Financial Services Authority (2011). *Proposed Guidance on the Selling of General Insurance Policies Through Price Comparison Websites*.

⁴⁴ Option consommateurs (2017). [Protection des consommateurs et distribution de produits d'assurance en ligne – Des enjeux inconciliables?](#)

des consommateurs dans un contexte de distribution de produits d'assurance en ligne (DPAL). Ces problèmes ont été constatés par les autorités européennes compétentes (particulièrement britannique). Nous croyons que ce type de problèmes pourrait se produire ici si le législateur n'intervient pas pour mieux encadrer les SC.

[...] il y a des problèmes particuliers avec les sites de comparaison (SC) : manque d'information, échantillonnage incomplet, accent mis sur le prix, pressions pour amener les consommateurs à acheter rapidement et manque de transparence sur le mode de rémunération de ces sites et sur la composition de leur échantillonnage⁴⁵.

Bref, avec l'évolution rapide des technologies et la multiplication possible de divers sites de comparaison, il importe que la protection du public demeure au centre des modifications législatives. La ChAD recommande donc que ces sites soient dûment inscrits et encadrés par l'AMF, peu importe leur mode de rémunération.

5. Fonds d'indemnisation des services financiers

Amélioration de la protection du public

(art. 526 du PL-141 qui remplace l'art. 258 de la LDPSF)

Le PL-141 améliore la protection du public en élargissant la portée du Fonds d'indemnisation des services financiers (FISF) à des produits vendus par des représentants dans la discipline où ils ne sont pas autorisés à agir. La ChAD appuie cette modification.

Amélioration de la gouvernance du FISF

(art. 528 du PL-141 créant l'art. 277.1 à la LDPSF)

Le PL-141 propose la création d'un comité d'indemnisation, comme la ChAD l'avait proposé en 2012. Le PL-141 propose aussi un nouveau pouvoir de révision au Tribunal administratif des marchés financiers (TMF). La ChAD appuie ces modifications.

Lacune du FISF en matière de protection du public : la distribution sans représentant

Malgré les modifications proposées, le FISF ne couvre toujours pas les produits d'assurance vendus par certains distributeurs. Actuellement, les consommateurs qui achètent un produit d'assurance sous le régime de la distribution sans représentant (DSR) ne sont pas admissibles au FISF. En effet,

⁴⁵ *Ibid.*

l'article 258 de la LDPSF prévoit que le Fonds d'indemnisation est affecté au paiement des indemnités payables aux victimes de fraudes, de manœuvres dolosives ou de détournements de fonds dont est responsable un cabinet, un représentant autonome ou une société autonome⁴⁶. Ainsi, les fraudes découlant de la vente de produits d'assurance conclue par des distributeurs⁴⁷ – par exemple, les concessionnaires automobiles qui distribuent la F.P.Q. N° 5 –, ne peuvent faire l'objet d'une réclamation auprès du FISF, car ceux-ci ne sont pas inscrits auprès de l'AMF. C'est donc dire qu'en cas de problèmes vécus avec les distributeurs, les consommateurs doivent, pour trouver réparation, se tourner vers les tribunaux civils, ce qui entraîne des coûts et des délais non négligeables.

Pourquoi un consommateur serait-il protégé s'il achète un produit d'un représentant certifié, mais ne le serait pas s'il l'achète directement auprès d'un concessionnaire automobile? Comment le consommateur peut-il comprendre que pour un produit identique, conçu par le même assureur, mais vendu par deux réseaux différents, il est admissible ou non au FISF en cas de fraude de la personne responsable de la distribution? Il s'agit ici d'une grave lacune en matière de protection du consommateur à laquelle il faut remédier.

Naturellement, si la couverture du FISF est étendue aux produits d'assurance distribués sans représentant, il faut que ces distributeurs contribuent également au financement du FISF.

6. Distribution sans représentant

La distribution sans représentant (DSR), prévue au titre VIII de la LDPSF (art. 408 et ss.), est un régime d'exception pour l'offre de certains produits d'assurance. Il s'agit de l'offre d'assurance accessoire à la vente d'un bien ou d'un service.

Dans le cadre de la consultation relative à la distribution sans représentant⁴⁸, il est surprenant de constater que parmi les 14 recommandations⁴⁹ formulées par l'AMF, seule une recommandation a

⁴⁶ Il est important de rappeler que la contribution des inscrits au FISF est basée sur le nombre de représentants qui leur sont rattachés, article 278 de la LDPSF.

⁴⁷ L'article 408 de la LDPSF stipule qu'« un assureur peut, conformément au présent titre, offrir des produits d'assurance par l'entremise d'un distributeur. Le distributeur est la personne qui, dans le cadre de ses activités qui ne sont pas du domaine de l'assurance, offre de façon accessoire, pour le compte d'un assureur, un produit d'assurance afférent uniquement à un bien qu'elle vend ou qui y fait adhérer un client ».

⁴⁸ Autorité des marchés financiers (2010). [Consultation relative à la distribution sans représentant](#).

⁴⁹ Liste des 14 recommandations de l'AMF liées à la DSR :

1. Réduire la longueur et la complexité du guide
2. Limiter le nombre de produits d'assurance pouvant être offerts dans un même guide
3. Mettre davantage en évidence les exclusions, restrictions, limitations et les clauses de conditions préexistantes
4. Exiger que la confirmation d'assurance soit un élément distinct du guide
5. Faciliter l'accès au guide

été partiellement maintenue dans le cadre du PL-141, soit celle de rendre les assureurs imputables des actes de souscription de leurs distributeurs. La ChAD considère que des améliorations importantes doivent être apportées à l'encadrement de la DSR⁵⁰.

Le Guide de distribution remis au consommateur disparaît

(art. 531, 535, 537 du PL-141 abrogent les art. 410 à 418, 420, 429, 430 et 435 de la LDPSF)

Toutes les dispositions de la LDPSF concernant le Guide de distribution seraient abrogées (art. 410 à 418 de la LDPSF), soit l'obligation des assureurs de le préparer et d'en remettre une copie à l'AMF ainsi que leur obligation de « prendre toute autre mesure appropriée afin que ses distributeurs en aient une bonne connaissance » du produit (art. 420 de la LDPSF).

Il est toutefois vrai que les guides de distribution sont longs et complexes, plutôt rédigés dans un jargon juridique et peu intelligible pour le lecteur moyen, créant ainsi une certaine confusion. Des efforts sont donc requis pour améliorer la lisibilité des documents d'information en les rédigeant en langage simple, clair et facile à comprendre. Alors, pourquoi faire disparaître complètement cette obligation d'information plutôt que d'améliorer l'information à fournir aux consommateurs?

Comme l'AMF le recommandait, il faudrait entre autres :

- réduire la longueur et la complexité du guide;
- limiter le nombre de produits d'assurance pouvant être offerts dans un même guide;
- mettre davantage en évidence les exclusions, restrictions, limitations et les clauses de conditions préexistantes;
- énoncer, dans le guide, le coût total du produit d'assurance à prime unique et ses modalités de remboursement en cas de résiliation.

Le guide devrait donc être remplacé par un simple document explicatif qui inclurait également le processus d'indemnisation et le traitement des plaintes.

-
6. Prolonger de 10 à 30 jours la période de résolution du contrat d'assurance
 7. Rendre les assureurs imputables du respect des obligations de leurs distributeurs
 8. Procéder à l'inspection des distributeurs
 9. Créer un registre des distributeurs
 10. Exiger des assureurs qu'ils contrôlent le caractère accessoire de la vente d'assurance
 11. Divulguer, dans tous les cas et par écrit, la rémunération directe et indirecte du distributeur
 12. Énoncer, dans le guide, le coût total du produit d'assurance à prime unique et ses modalités de remboursement en cas de résiliation
 13. Établir des scripts d'appels qui rencontrent les exigences de la DSR
 14. Prolonger la période de résolution du contrat d'assurance

⁵⁰ Mémoire de la ChAD, Rapport sur l'application de la LDPSF, 30 septembre 2015 et réponse à la consultation de l'AMF sur la DSR de 2010.

Abolition de certains pouvoirs réglementaires de l'AMF

(art. 533 du PL-141 qui abroge les art. 420 à 423 de la LDPSF)

Certains pouvoirs réglementaires de l'AMF disparaissent, entre autres ceux concernant :

- la connaissance des produits offerts par les distributeurs et les personnes physiques chargées de la distribution (art. 423 al. 5 et 6 de la LDPSF);
- les mesures que doit prendre un assureur afin que les distributeurs aient une bonne connaissance du produit (art. 423 al. 7 de la LDPSF).

Cette diminution à l'égard de l'encadrement et de la réglementation de la DSR constitue une brèche significative dans la protection du public, déjà mal assurée dans le cadre actuel de la DSR. D'ores et déjà, la consultation menée par l'AMF en 2010-2011 faisait état de nombreux problèmes. Malgré les représentations en faveur d'un resserrement des règles par les OAR, les associations de consommateurs et le Bureau d'assurance du Canada, le PL-141 annonce une diminution de l'encadrement au lieu de l'améliorer.

Le nouveau pouvoir réglementaire général de l'AMF (art. 482 de la *Loi sur les assureurs*) permettrait d'imposer certaines obligations aux assureurs, mais, malheureusement, le PL-141 ne permet pas à l'AMF d'imposer ces règles directement aux distributeurs.

Présence d'une personne physique

(art. 530 du PL-141 modifiant l'art. 408 de la LDPSF)

Le PL-141 oblige la présence d'une personne physique pour distribuer un produit d'assurance au nom d'un distributeur. Cette nouvelle disposition empêche la vente en ligne de produits d'assurance comme mode de distribution dans le régime de la DSR.

Cependant, aucun encadrement quant aux qualifications et connaissances de cette personne physique n'est prévu, pas plus qu'un régime de certification, même restreint ou de supervision. Cette modification n'offre aucune mesure de protection du public, puisque cette personne physique n'aura pas d'obligations en ce sens.

L'assureur est responsable des actes de souscription des distributeurs

(nouvel art. 65 de la *Loi sur les assureurs*)

L'assureur est responsable des actes visant la souscription d'un contrat d'assurance posés par les distributeurs. Cette nouvelle disposition constitue la mise en œuvre partielle de la recommandation 7 formulée par l'AMF en 2010 dans le cadre de la consultation relative à la DSR⁵¹.

⁵¹ Autorité des marchés financiers (2010). [Consultation relative à la distribution sans représentant](#). Nos soulignements.

Recommandation 7 : Rendre les assureurs imputables du respect des obligations de leurs distributeurs :

Considérant que les distributeurs ne sont pas des individus titulaires d'un certificat délivré par l'Autorité les autorisant à agir dans le domaine de l'assurance de dommages ou de l'assurance de personnes, qu'ils ne sont pas encadrés par la Chambre de l'assurance de dommages ni par la Chambre de la sécurité financière, et qu'ils offrent des produits d'assurance pour le compte d'un assureur, ce dernier devrait être davantage imputable des manquements de ses distributeurs.

Le fait de rendre les assureurs imputables du respect des obligations de leurs distributeurs obligera ceux-ci à prendre les moyens nécessaires pour s'assurer que leurs distributeurs se conforment à la loi, en se dotant notamment de procédures de supervision.

Or, il est important de rappeler sur quelle base les constats de l'AMF s'appuyaient :

Or, lors de la compilation des plaintes reçues au Service du traitement des plaintes de l'Autorité, nous avons pu constater que 45 % des plaintes répertoriées en 2008 et en 2009 étaient en lien avec la souscription. Elles portaient sur l'inadmissibilité des consommateurs et sur les erreurs évidentes des distributeurs.

La ChAD constate que la proposition du PL-141 va moins loin que celle de l'AMF et est insuffisante pour assurer la protection du public selon les statistiques compilées, car elle toucherait seulement 45 % des plaintes des consommateurs en lien avec la DSR.

La ChAD considère que les assureurs devraient être imputables de l'ensemble des obligations des distributeurs, et pas seulement des actes visant la souscription.

L'AMF ne reçoit plus les plaintes des consommateurs en DSR

(art. 510 du PL-141)

Le PL-141 prévoit l'abrogation de l'article 187 de la LDPSF. L'AMF ne recevra donc plus les plaintes des consommateurs contre les distributeurs. Par conséquent, les consommateurs insatisfaits seront laissés à eux-mêmes pour se plaindre auprès du distributeur ou de l'assureur. Ils devront alors supporter seuls le fardeau du respect de leurs droits. Pourquoi abroger cet article?

Une plainte éventuelle d'un consommateur auprès de l'assureur serait consignée au registre de plaintes et, en cas d'insatisfaction, elle pourrait être escaladée à l'AMF (nouvel article 54 de la *Loi sur les assureurs*). Or, l'examen du dossier de plainte par l'AMF n'a aucune portée concrète, puisque le seul « remède » (art. 55 de la *Loi sur les assureurs*) consisterait à offrir un service de conciliation ou de médiation non obligatoire et payant pour le consommateur et l'assureur.

Le PL-141 diminue l'encadrement du régime d'exception de la DSR

Dans les situations où la DSR a fait l'objet d'une analyse des pratiques de distribution – par exemple la distribution de l'assurance de remplacement –, l'AMF a constaté d'importantes lacunes menant à

la publication d'un *Avis relatif à l'offre de l'assurance de remplacement*⁵², lequel a dressé une liste de pratiques non conformes :

1. Le distributeur fait défaut de dévoiler au client la rémunération qu'il reçoit pour la vente du produit lorsqu'elle excède 30 % de son coût.
2. Le distributeur fait défaut d'offrir au consommateur les deux options d'indemnisation.
3. Le solde d'une dette précédente est ajouté au prix d'achat du nouveau véhicule.
4. Le distributeur fait une comparaison entre l'assurance de remplacement et l'avenant valeur à neuf.
5. Le distributeur offre au client un F.P.Q. N° 1 (Formulaire de police d'assurance automobile du Québec).
6. Une copie du guide de distribution n'est pas remise au client avant la vente du produit d'assurance par le distributeur.
7. Le distributeur impose au client la souscription d'une assurance de remplacement.
8. Lors d'une perte partielle, le distributeur oblige le client à faire réparer le véhicule auprès de sa concession.
9. Le distributeur vend une assurance de remplacement à un client détenant un avenant valeur à neuf.
10. Le représentant en assurance omet délibérément de proposer la valeur à neuf lors de la vente du F.P.Q. N° 1 afin de permettre au distributeur de vendre au client l'assurance de remplacement.

À la lumière de ces constats, il semble que certains assureurs ne prennent pas toutes les mesures appropriées pour que les distributeurs respectent le cadre légal et réglementaire existant. De nombreuses pratiques ont d'ailleurs été dénoncées et sanctionnées par l'AMF au fil des ans à cet égard⁵³. Compte tenu de ces exemples, il est difficile de voir de quelle façon la protection du public serait améliorée avec un encadrement moindre par l'AMF et un transfert aux assureurs de certaines responsabilités de surveillance des pratiques commerciales des distributeurs.

Les principes de bases en assurance de l'Association internationale des contrôleurs d'assurance

Les principes de bases en assurance (PBA) établis par l'Association internationale des contrôleurs d'assurance⁵⁴ (IAIS) considèrent les distributeurs comme des « intermédiaires » quant aux produits d'assurance. Ils sont donc tenus de respecter les mêmes obligations que les représentants :

⁵² Autorité des marchés financiers (2015). [Avis relatif à l'offre de l'assurance de remplacement – pratiques non conformes](#).

⁵³ Voir, notamment : Autorité des marchés financiers (2015). [L'Autorité cible certaines pratiques commerciales en assurance automobile](#). Autorité des marchés financiers (2017). [Une entente intervient entre l'Autorité, Industrielle Alliance, assurance et services financiers inc. et Banque Laurentienne du Canada](#). Autorité des marchés financiers (2017). [Une entente intervient entre l'Autorité des marchés financiers et Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance-vie](#).

⁵⁴ IAIS (2011). [Principes de base, normes, orientations et méthodologie d'évaluation pour le secteur des assurances](#).

18.0.12 Les assureurs recourent à divers canaux de distribution pour commercialiser et vendre leurs produits d'assurance. Au nombre de ces canaux peuvent figurer divers partenaires, comme les concessionnaires automobiles, les bureaux de poste, les détaillants et les agents de voyage, qui proposent une assurance portant sur les produits et services qu'ils vendent. Dans de nombreux cas, cette activité représente une intermédiation sur les produits d'assurance qui les concernent⁵⁵.

Or, le PBA 18.1 prévoit que « le contrôleur veille à ce que les intermédiaires d'assurance aient l'obligation d'être titulaires d'un agrément » (tel qu'une licence ou un certificat de pratique).

Considérant ces éléments, la ChAD se serait attendue à ce que le PL-141 impose aux distributeurs qu'ils soient tenus par l'autorité de contrôle (en l'occurrence, l'AMF) à détenir un permis, comme c'est le cas dans certaines provinces canadiennes.

Proposition de solution pour améliorer la protection du public : un permis restreint

Des enquêtes récentes de régulateurs outremer indiquent des lacunes graves dans le mode de la DSR et un taux de rejet des demandes d'indemnisation substantiellement plus élevé que dans le réseau de distribution avec conseil par un professionnel certifié⁵⁶.

La mise en place d'un encadrement permettant à des non-certifiés de distribuer un produit d'assurance accessoire à la vente d'un bien pourrait se faire par un régime de permis restreint. Ce type de régime est déjà utilisé dans quelques provinces canadiennes pour certains produits⁵⁷, et quelques régulateurs prévoient l'implanter ou l'étendre, notamment en lien avec l'assurance voyage. Les détenteurs de permis auraient ainsi à respecter des normes de déontologie et de formation en lien avec le produit d'assurance vendu.

En résumé, la ChAD considère que l'abrogation par le PL-141 des dispositions des articles 445 et suivants concernant le certificat restreint⁵⁸ constitue une réduction des moyens concrets donnés à l'AMF pour mieux encadrer et assurer la protection du public. Il serait préférable d'améliorer le régime de permis restreint en le simplifiant plutôt que de l'abolir.

⁵⁵ Nos soulignements.

⁵⁶ BARBE, Jean-François (2017). [Ventes directes et indemnisation](#).

⁵⁷ Notamment en Alberta, au Manitoba et en Saskatchewan, pour une douzaine de produits d'assurance.

⁵⁸ Article 540 du PL-141.

7. Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance

(art. 580 du PL-141 qui modifie les art. 38.1 et 38.2 de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*)

Le PL-141 propose d'abolir le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance

Le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance (FESG) soutient financièrement des projets :

- *d'éducation financière;*
- *de recherche;*
- *de sensibilisation.*

De plus, le FESG soutient financièrement des étudiants inscrits à la maîtrise ou au doctorat en vertu d'un programme de bourses d'excellence.

Plus spécifiquement, les projets de recherche visent l'amélioration des connaissances dans les domaines notamment des valeurs mobilières, des produits dérivés, de l'assurance, de la distribution de produits et services financiers et de la gouvernance des sociétés. Les projets d'éducation financière ciblent le développement des connaissances, des compétences ou des habiletés des consommateurs de produits et services financiers, et les projets de sensibilisation peuvent être des campagnes sociétales sur la gestion des finances personnelles⁵⁹.

Le FESG octroie des sommes importantes annuellement à différents projets d'éducation, de recherche et de sensibilisation. La moitié des sommes perçues par l'AMF à titre d'amendes, de sanctions ou de pénalités administratives sont actuellement versées au FESG⁶⁰. Le PL-141 prévoit que ces sommes seront dorénavant versées au ministre des Finances.

À l'avenir, de quelle façon les projets de recherche, d'éducation et de sensibilisation seront-ils financés?

8. Comité consultatif des consommateurs

(art. 583 du PL-141 créant les articles 58.1 à 58.12 de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*)

Le PL-141 prévoit la mise en place d'un nouveau comité, soit le Comité consultatif des consommateurs de produits et utilisateurs de services financiers.

⁵⁹ Autorité des marchés financiers. [Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance](#).

⁶⁰ Article 38.2 de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*.

La mission de ce comité sera de « faire valoir auprès de l'Autorité l'opinion des consommateurs de produits et utilisateurs de services financiers⁶¹ ». Ce comité pourra commenter les politiques, les règles, les lignes directrices et les publications de l'AMF concernant les consommateurs. Ce comité n'a cependant qu'un pouvoir de recommandation. Il s'agit d'une bonne initiative, certes, mais la création de ce comité n'ajoute aucune mesure concrète de protection du public ou d'encadrement des professionnels.

La Commission des valeurs mobilières de l'Ontario a mis sur pied un Comité consultatif des investisseurs qui a pour « objectif de permettre aux investisseurs de faire entendre leur voix et de faire valoir leurs préoccupations dans le processus d'élaboration des règles et des politiques⁶² ». Toutefois, les membres de ce comité sont principalement issus de l'industrie des services financiers⁶³.

Les critères de sélection des membres de ce comité devraient être précisés davantage pour assurer une indépendance de ceux-ci par rapport à l'industrie. Le ministre des Finances pourrait, par exemple, en nommer les membres.

9. Abolition de la ChAD et de la CSF

(art. 529 du PL-141 qui abroge les art. 283.1 à 379 de la LDPSF)

Le PL-141 prévoit la disparition de l'ensemble des dispositions concernant les chambres, les syndic, le comité de révision et les comités de discipline, ainsi que le mécanisme de révision des décisions du syndic offert au consommateur.

La présence d'OAR dans l'encadrement des services financiers est un modèle reconnu qui a fait ses preuves

Le modèle d'encadrement des services financiers au Québec est composé d'un organisme public ayant un pouvoir de surveillance, d'analyse et de contrainte (l'AMF) et d'OAR de première ligne (tels que la ChAD, l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières [OCRCVM] et la Chambre de la sécurité financière [CSF]).

Le modèle québécois est précurseur : certaines provinces le regardent d'ailleurs avec intérêt pour repenser le leur. De plus, l'Association internationale des contrôleurs d'assurance (AICA), qui regroupe les régulateurs du domaine de l'assurance de près de 200 juridictions dans le monde, publiait dans son document sur les principes de bases en assurance que les OAR sont un moyen

⁶¹ Nouvel article 58.8 de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*.

⁶² Commission des valeurs mobilières de l'Ontario. [Groupe consultatif des investisseurs](#).

⁶³ Ontario Securities Commission. [Panel Members](#).

efficace d'assurer les hauts standards de professionnalisme. Il est donc curieux de constater que le Québec fait fi de cette reconnaissance canadienne et internationale en envisageant d'abolir la ChAD et la CSF, des OAR qui façonneront d'ores et déjà un modèle inspirant.

La ChAD, spécialisée en assurance de dommages, saisit les enjeux sur le terrain, agit en amont pour prévenir les problèmes et travaille de pair avec le régulateur.

La ChAD compte une trentaine d'employés, dont plusieurs professionnels qui détiennent une certification en assurance de dommages. Agile et près de la réalité de ses membres, elle est le garde-fou de la culture de conformité dans l'industrie, car elle comprend la réalité des pratiques sur le terrain et identifie rapidement les enjeux et les nouveaux problèmes découlant de l'évolution de ces pratiques. Elle assure le respect des obligations déontologiques des professionnels qui guident les rapports qu'ils entretiennent entre eux et avec leurs clients, les assureurs et le public.

Ainsi, depuis 20 ans, par une approche préventive, par le respect des obligations déontologiques et par la formation continue, la ChAD veille à maintenir les plus hauts standards de professionnalisme nécessaires à la protection des consommateurs et à la confiance de ceux-ci envers l'industrie. Pourquoi abolir ce premier rempart de protection pour le public?

Fin d'un conseil d'administration suivant les pratiques de bonne gouvernance

En 2011, la ChAD a modifié la composition de son conseil d'administration (C. A.) pour lui permettre de mieux assumer son mandat de protection du public, et ce, avec plus de crédibilité, en introduisant entre autres cinq administrateurs indépendants. Cette nouvelle composition du C. A. correspond aux orientations observées ailleurs au Canada dans le secteur financier. De plus, en 2016, le projet de loi n° 98⁶⁴ qui modifiait le *Code des professions* et qui a été sanctionné en 2017 allait dans le même sens en modifiant la gouvernance du système professionnel.

Fin de l'encadrement par les pairs

Depuis la création de la ChAD, plusieurs professionnels certifiés prennent part aux travaux des divers comités de la ChAD. Cette participation est essentielle, car elle maintient la ChAD en contact direct avec la pratique sur le terrain. La réalité des pratiques et leurs aspects déontologiques sont cernés plus rapidement et traités, par exemple, dans des articles ou des outils pertinents. Les professionnels contribuent ainsi à établir les règles d'encadrement et à faire évoluer la pratique. Cette implication est toutefois menacée avec le PL-141.

Avec la disparition de l'encadrement par les pairs, les professionnels risquent de perdre ce lien par lequel ils avaient la possibilité d'influencer positivement leur pratique. Pourtant, l'apport des

⁶⁴ *Loi modifiant diverses lois concernant principalement l'admission aux professions et la gouvernance du système professionnel.*

professionnels qui portent un regard éclairé sur leur réalité est essentiel pour faire évoluer les pratiques et s'assurer que l'encadrement vise toujours les plus hauts standards de professionnalisme. Ce principe de l'autoréglementation est pourtant un des fondements des ordres professionnels.

Fin d'une approche préventive

Au lieu de miser uniquement sur la coercition, la ChAD se distingue par son approche préventive, laquelle a fait ses preuves depuis 20 ans. D'ailleurs, le ministre des Finances a reconnu la qualité de son travail⁶⁵.

Agile, flexible et disponible, la ChAD entretient une proximité avec l'industrie et a une fine connaissance des enjeux en assurance de dommages qui lui permettent de créer des outils pratiques, lesquels sont consultés plus de 1 880 fois par mois : articles-conseils, procédures, lettres types, formulaires, aide-mémoire, etc. La ChAD propose également des activités de formation pertinentes en complémentarité avec le marché. Dans le but de maintenir les plus hauts standards de professionnalisme, la ChAD a aussi développé un cours obligatoire sur la conformité qui vise à corriger des lacunes fréquemment observées sur le plan déontologique.

Cette culture de conformité, bien implantée en assurance de dommages, est bénéfique pour les professionnels, mais aussi pour le consommateur et la confiance qu'il porte envers l'industrie. Pourquoi y mettre fin? D'ailleurs, presque tous les professionnels, soit 91 %, estiment que les fonctions d'encadrement préventif de la ChAD sont importantes⁶⁶.

Fin d'un processus de révision des décisions du syndic pour le consommateur

Le PL-141 propose d'abolir un recours disponible pour le consommateur. Lorsque le syndic décide de ne pas porter plainte devant le Comité de discipline de la ChAD, le consommateur peut actuellement demander l'avis à un comité de révision constitué au sein de l'AMF⁶⁷. Ce comité peut confirmer la décision du syndic, demander un complément d'enquête ou demander à un autre syndic de vérifier s'il y a lieu ou non de porter plainte devant le Comité de discipline. Le PL-141 ne prévoit pas un tel recours disponible gratuitement pour le consommateur.

⁶⁵ Ministère des Finances (2015). [Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et services financiers](#).

⁶⁶ Sondage Web Léger-ChAD effectué auprès de 1 605 professionnels certifiés, membres de la ChAD, en janvier 2017.

⁶⁷ Articles 351.1 et suivants de la LDPSF.

Fin du jugement par les pairs

(art. 594 du PL-141)

Le PL-141 prévoit abolir le Comité de discipline de la ChAD, dont les fonctions seront transférées au Tribunal administratif des marchés financiers (TMF).

Comme on le connaît actuellement, le Comité de discipline de la ChAD est assujéti au *Code des professions*, et ce, comme tous les ordres professionnels au Québec. Lorsqu'une cause est entendue, le président est accompagné de deux membres issus de la même profession que le défendeur. Chacune des trois personnes composant le banc du Comité de discipline a le même poids décisionnel, la décision étant rendue à la majorité des membres.

Les nouveaux articles 112 et 113 de la *Loi sur l'encadrement du secteur financier* prévoient que le président du TMF est accompagné de deux assesseurs qui le conseillent, lorsqu'il y a seulement entrave aux règles déontologiques. Contrairement aux membres du Comité de discipline de la ChAD, les assesseurs du TMF n'auront aucun pouvoir décisionnel. On met donc fin au jugement par les pairs.

Par ailleurs, vu la formulation de l'article 113, il faut se demander ce qu'il arrivera lorsque la contravention ne visera pas uniquement les règles déontologiques, mais aussi d'autres dispositions réglementaires ou législatives. Si une plainte comporte des infractions « mixtes », est-ce que des assesseurs seront nommés? Par exemple, si l'AMF poursuit devant le TMF, dans un même dossier, un cabinet, un dirigeant et des représentants, et ce, pour différents manquements (gestion déficiente du cabinet, supervision inadéquate par le dirigeant et dossiers clients des représentants incomplets), des assesseurs seront-ils nommés pour entendre ce dossier?

Reconnaissance de l'importance du rôle des OAR par l'Association internationale des contrôleurs d'assurance

Selon les dispositions du PL-141, le Québec semble aller à contre-courant des préoccupations internationales. L'Association internationale des contrôleurs d'assurance⁶⁸, dont la mission est d'encourager un encadrement efficace de l'industrie de l'assurance – et dont l'AMF est membre –, reconnaît l'importance du rôle des OAR dans la promotion des normes professionnelles et l'application d'un système disciplinaire efficace.

Rôle des organismes d'autorégulation :

18.2.15 *Un organisme d'autorégulation (OAR) est un organisme non gouvernemental qui exerce un certain degré de contrôle prudentiel sur un secteur ou une profession. Les fonctions*

⁶⁸ Cette organisation regroupe les régulateurs du domaine de l'assurance de près de 200 juridictions dans le monde.

prudentielles d'un tel organisme peuvent contribuer au contrôle des intermédiaires via la régulation de ses membres et les obligations liées aux normes professionnelles⁶⁹.

Rôle des normes professionnelles :

18.3.13 Lorsqu'ils existent, les OAR et les organismes professionnels peuvent jouer un rôle dans la promotion des normes professionnelles dans les cas où ils éditent des normes ou des codes auxquels leurs membres doivent se conformer. Les normes imposées par les OAR ou les organismes professionnels dont les membres sont des spécialistes de l'assurance pourraient porter sur des aspects tels que :

- agir avec intégrité et selon des normes éthiques élevées;
- agir au mieux des intérêts de chaque client;
- fournir un service de haute qualité;
- traiter équitablement les clients.

18.3.15 Le contrôleur peut souhaiter confirmer que lorsqu'il s'appuie sur l'adhésion à un organisme professionnel, cet organisme applique un système disciplinaire efficace. Il peut néanmoins décider de ne pas dépendre entièrement de tels processus et conserver le droit de traiter directement les questions ayant trait à la conduite professionnelle des individus⁷⁰.

Le modèle d'encadrement par des OAR reconnu par l'AMF dans le domaine des valeurs mobilières (l'OCRCVM) est utile, efficace et ne crée pas de confusion. Pourquoi alors le maintenir en valeurs mobilières et l'abolir dans le domaine de l'assurance?

Finalement, pourquoi les consommateurs de produits et services financiers n'auraient-ils pas droit à un système professionnel comme les 46 ordres professionnels qui encadrent près de 400 000 individus au Québec? Pourquoi abolir un système professionnel qui a fait ses preuves pour étatiser l'encadrement des professionnels en le confiant à l'AMF?

Régulateur intégré?

Le modèle d'encadrement mis en place en 2002, lors de l'adoption de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*, prévoit un modèle d'encadrement avec un régulateur (l'AMF) accompagné d'OAR spécialisés et de première ligne. Ils travaillent en étroite collaboration et, pour s'assurer du respect de leur mission et de leurs activités respectives, le régulateur inspecte les OAR. Il existe donc deux niveaux de remparts pour mieux assurer la protection du public.

Pourquoi la révision des lois du secteur financier ne prévoit-elle pas la disparition de l'OCRCVM, un OAR reconnu par l'AMF, mais prévoit l'abolition de la ChAD et de la CSF? Il est donc faux de prétendre qu'en intégrant la ChAD et la CSF, l'AMF deviendrait un régulateur intégré puisque l'OCRCVM demeure.

⁶⁹ Nos soulignements.

⁷⁰ Nos soulignements.

Guichet unique pour les consommateurs?

La très grande majorité des plaintes traitées par la ChAD et la CSF transitent déjà par l'AMF. Lorsque l'AMF reçoit une plainte d'un consommateur et qu'un élément concerne la déontologie d'un représentant en assurance de dommages, l'AMF transfère la plainte à la ChAD.

À cet égard, les consommateurs ne semblent confondre la ChAD, la CSF et l'AMF lorsqu'il s'agit de savoir où porter plainte. Dans le sondage Indice 2016 réalisé par CROP pour l'AMF, 51 % des consommateurs s'adresseraient à l'AMF, 22 % à l'Office de la protection du consommateur (OPC) et la balance auprès de cinq organismes dont les trois OAR⁷¹. La « confusion » invoquée auprès des consommateurs serait donc plutôt avec l'OPC.

En 2016-2017, l'AMF a répondu à 21 793 demandes téléphoniques provenant des consommateurs tous les secteurs financiers confondus : valeurs mobilières, épargne collective, assurance de personnes, assurance de dommages, etc.⁷². En 2016, 25 000 personnes ont communiqué avec le centre d'information du BAC – secteur Québec, y compris le GAA, pour des questions portant uniquement sur l'assurance de dommages, dont 61 % en assurance automobile⁷³.

Il est donc faux de prétendre qu'en intégrant la ChAD, l'AMF deviendrait le guichet unique pour les consommateurs, car ceux-ci s'adressent davantage au BAC qu'à l'AMF pour des questions en assurance de dommages.

Le PL-141 devrait plutôt miser sur la conjugaison des forces en présence.

Double encadrement?

L'existence de deux organismes ne veut pas dire double encadrement. À cet égard, Option consommateurs écrit :

Il existe en fait [au Québec] un seul système d'encadrement cohérent, comportant deux facettes, chacune étant indispensable à une protection de type prudentielle. Nous considérons que le regroupement de ces deux facettes au sein de l'AMF pourrait aussi conduire à l'affaiblissement de l'encadrement des représentants au profit de l'encadrement des cabinets. Nous préférons que les chambres demeurent des entités séparées, chargées spécifiquement de l'encadrement des représentants.

Chaque province canadienne fonctionne avec plusieurs organismes d'encadrement, dont les commissions ou les surintendants des institutions financières et les conseils d'assurance (Insurance Council), qui sont des organismes similaires à la ChAD et à la CSF. D'ailleurs, la réforme ontarienne ne prévoit pas la disparition du Registered Insurance Brokers of Ontario (RIBO). Au contraire, elle

⁷¹ CROP (2016). [Indice d'autorité. Rapport d'analyse – Vague 3.](#)

⁷² AMF (2017). [Rapport annuel 2016-2017.](#)

⁷³ BAC (2016). [Rapport d'activités Québec.](#)

prévoit le renforcement de son rôle⁷⁴, notamment en étendant sa juridiction aux entreprises et individus qui ne sont plus membres en règle du RIBO et en prévoyant que les auditions disciplinaires soient publiques.

L'AMF et la ChAD ont toutes deux des missions qui visent la protection du public, mais avec des pouvoirs distincts bien définis dans les différentes lois qui encadrent le secteur des services financiers, comme c'est le cas pour l'OCRCVM. Il n'y a pas de chevauchement, les champs de compétence de l'AMF et de la ChAD étant clairement établis dans la LDPSF. Deux organismes ne sont donc pas synonymes de dédoublement.

La complémentarité des chambres et de l'AMF s'exerce avec des OAR spécialisés de première ligne qui travaillent de concert avec l'organisme de réglementation, comme le prévoit le modèle d'encadrement présenté dans la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*. L'équilibre entre les responsabilités de la personne morale et celles de la personne physique est nécessaire à la protection du public, et l'attribution des pouvoirs distincts entre l'AMF et les chambres traduit cet équilibre. Le respect des obligations déontologiques dont la ChAD est le porte-étendard assure des standards de professionnalisme bénéfiques pour les consommateurs.

De plus, l'encadrement par l'autoréglementation allège la charge des autorités publiques et devrait donc être privilégié. Contrairement à l'AMF, les chambres agissent hors du périmètre gouvernemental.

Chevauchement en matière de discipline?

Depuis la création du Comité de discipline de la ChAD en 2000, 401 représentants certifiés ont fait l'objet de mesures disciplinaires. Depuis que le TMF (anciennement le Bureau de décision et de révision) a autorité sur le domaine des assurances en 2010, 25 dossiers concernant l'assurance de dommages ont été traités pour des manquements relatifs aux activités du cabinet. Or, dans seulement six de ces dossiers, des certifiés de ces mêmes cabinets ont reçu des sanctions disciplinaires par le Comité de discipline de la ChAD pour des manquements à leur code de déontologie.

De plus, sur les 25 dossiers en assurance de dommages soumis au TMF, 11 provenaient des inspections préventives de cabinets réalisées par la ChAD. Un travail de collaboration s'effectue à cet égard.

Force est de constater qu'il n'y a donc pas de chevauchement entre les responsabilités confiées aux tribunaux (Comité de discipline de la ChAD et TMF) pour les représentants et les cabinets en assurance de dommages.

⁷⁴ Assemblée législative de l'Ontario. Projet de loi 177, Loi de 2017 pour un Ontario plus fort et plus juste (mesures budgétaires). Annexe 36.

L'abolition de la ChAD et de la CSF : un affaiblissement pour la protection du public

La concentration des pouvoirs réglementaires au sein d'une seule entité (l'AMF), qui a une vision horizontale de l'ensemble des produits et services financiers, peut mener à une plus grande fragilité du système d'encadrement. Par exemple, la crise financière de 2007-2009 a démontré les failles du Financial Services Authority (FSA) au Royaume-Uni, un organisme qui assure deux mandats fondamentalement distincts, soit la stabilité financière des institutions et entreprises du secteur financier et le traitement équitable des consommateurs.

Ainsi, depuis le 1^{er} avril 2013, le FSA a été remplacé par deux entités différentes ayant des mandats distincts, soit le Prudential Regulatory Authority (PRA), responsable d'encadrer la stabilité financière des institutions, et le Financial Conduct Authority (FCA), chargé de surveiller le traitement équitable des consommateurs.

Certes, le système québécois est perfectible; il n'en demeure pas moins qu'il serait plus efficace de l'améliorer plutôt que d'en amputer une portion. De plus, il importe de conserver la responsabilité déontologique des professionnels, qui est au cœur du système d'encadrement professionnel actuel.

D'ailleurs, la ChAD préconise sa migration vers un OAR complet de première ligne spécialisé en assurance de dommages. En reconnaissant ainsi l'expertise développée par la ChAD au cours des 20 dernières années, on assurerait le maintien de la professionnalisation des représentants certifiés et de leurs obligations, auquel s'ajouteraient :

- l'encadrement déontologique des cabinets;
- l'inspection de tous les cabinets, puisque la ChAD réalise depuis 2005 les inspections des cabinets de 24 représentants et moins, qui représentent 75 % de l'ensemble des cabinets;
- l'inspection des compétences des représentants, pour permettre une meilleure protection du public.

À titre d'OAR complet, la ChAD serait inspectée par l'AMF, qui surveillerait la façon dont elle s'acquitte de ses mandats pour accomplir sa mission de protection du public, tel que le prévoit la loi actuelle⁷⁵. L'AMF approuverait les normes régissant la pratique des individus et des cabinets, et contrôlerait les vérifications effectuées par l'OAR. La complémentarité des deux paliers serait ainsi assurée par ces responsabilités accrues des OAR auprès des cabinets et des membres, et une meilleure coordination avec le régulateur pour aligner les orientations.

⁷⁵ Articles 74 à 91 de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*.

Conclusion

L'assurance de dommages représente un réel filet de sécurité pour le patrimoine des entreprises et des consommateurs québécois. Par ailleurs, plusieurs sondages ont démontré que l'assurance – automobile, habitation, responsabilité civile ou commerciale – demeure complexe aux yeux de tous. Ainsi, peu d'assurés comprennent leur contrat et, malheureusement, le préjudice matériel et financier d'une mauvaise protection est non négligeable. Ayant reconnu ce déséquilibre informationnel entre le consommateur profane et l'assureur, le législateur avait misé sur l'importance du représentant certifié pour l'amoindrir. La ChAD constate toutefois que plusieurs éléments dans le PL-141 contreviennent à cette logique de rééquilibrage sous-jacente à la protection du public.

L'importance du professionnel

Le rôle du représentant certifié est une pierre angulaire dans la protection des assurés. C'est par ses conseils judicieux que le consommateur est en mesure de faire un choix éclairé. Ainsi, il est inconcevable que le PL-141 retire l'exclusivité de l'acte de conseil actuellement réservé aux professionnels formés, certifiés, encadrés et imputables de leurs gestes. La responsabilité de la personne physique – ici, les représentants certifiés – doit s'additionner à celle des personnes morales – soit l'assureur et le cabinet – pour maintenir l'équilibre des forces en présence.

Meilleur encadrement de la vente en ligne

Le consommateur pourra dorénavant souscrire de l'assurance en ligne, une modernisation à l'encadrement que la ChAD salue. Toutefois, la ChAD tient à partager d'importantes préoccupations quant au transfert des responsabilités des professionnels sur les épaules du consommateur. Non seulement le PL-141 offre la possibilité à des personnes ne détenant ni certification ni obligations déontologiques d'offrir du conseil, mais deux régimes distincts, selon que l'achat se fasse par le site d'un assureur ou d'un cabinet, sont proposés. Cette situation ne peut malheureusement qu'amplifier la confusion du consommateur et nuire à sa confiance envers l'industrie.

L'objectif ultime est de diminuer le risque qu'un consommateur achète un produit ne convenant pas à ses besoins ou qu'il souscrive une assurance dont la protection ou la demande d'indemnité lui seraient refusées pour manque ou défaut d'information pertinente. La loi doit protéger le consommateur contre ses propres erreurs ou, encore, contre ce qu'il ne sait tout simplement pas. La présence d'un professionnel certifié doté de connaissances spécialisées est donc souhaitable dans l'équation, tant pour la protection du public que pour le maintien de sa confiance envers l'industrie. Enfin, le pouvoir réglementaire prévu dans le PL-141 ne pourra pas pallier ces lacunes en matière de protection du public.

Améliorer le système d'encadrement actuel

Le Québec ne devrait pas faire fi des reconnaissances canadiennes et internationales à l'égard de son modèle d'encadrement des services financiers. L'abolition de certains OAR spécialisés, agiles et près

de la réalité sur le terrain, se fera assurément sentir dans la culture de conformité instaurée au cœur de la pratique des professionnels.

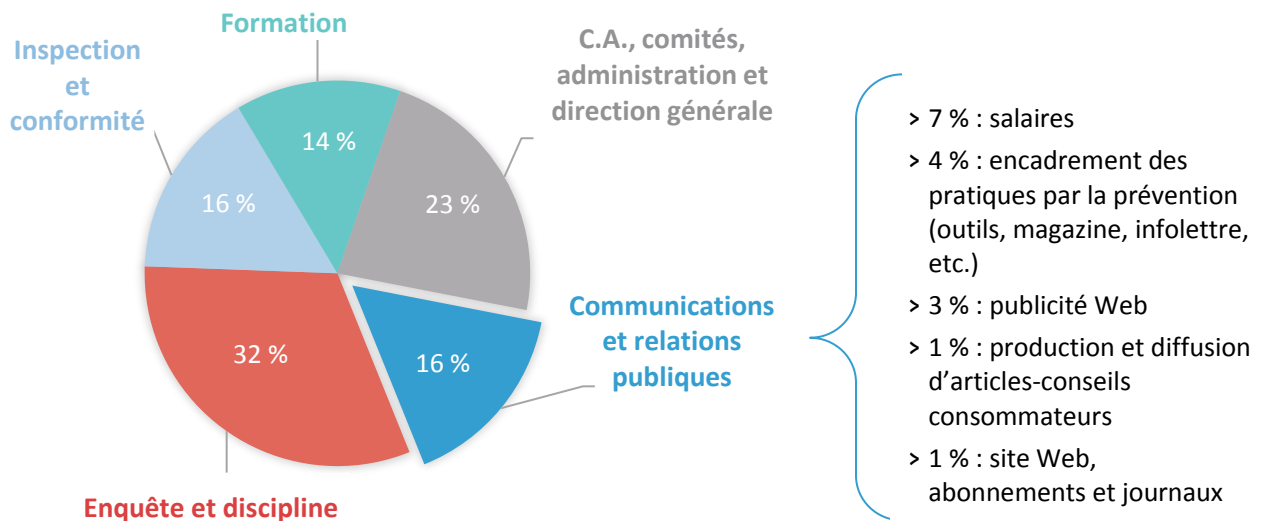
La ChAD considère qu'il serait plus efficace d'améliorer la structure en place que de l'amputer. Depuis près de 20 ans, la ChAD rehausse les compétences professionnelles des représentants, soutient leur pratique, privilégie une approche préventive et assure la protection du public.

La ChAD invite donc le ministre des Finances à tenir compte de ses recommandations dans le cadre de sa réforme de l'encadrement du secteur financier afin de redonner ses lettres de noblesse au modèle québécois, d'assurer une protection nécessaire du consommateur et, aussi, de maintenir la confiance du public envers l'industrie.

Annexe A – La ChAD en chiffres

30 employés

Budget de 5,4 millions de dollars¹ :

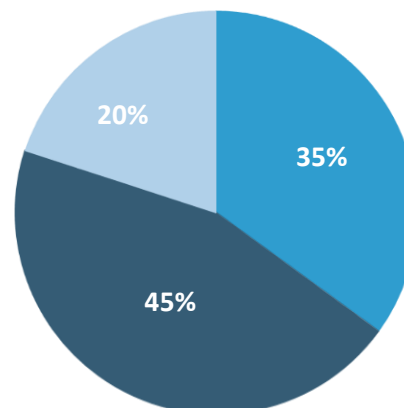


Cotisations des membres



15 281 membres¹

35 % Agents en assurance de dommages
45 % Courtiers en assurance de dommages
20 % Experts en sinistre



¹. Au 31 décembre 2016

Approche préventive



Formation continue obligatoire (depuis 2002)

- 11 226 formations reconnues
- 3 552 formateurs accrédités
- 796 organismes de formation reconnus



Inspection des cabinets (depuis 2005)

- 1 300 inspections des cabinets de courtage et d'expertise en règlement de sinistres indépendants de 24 représentants et moins.



Les cabinets de 24 représentants et moins représentent 75 % des cabinets de l'industrie.

Outils pratiques pour aider les professionnels à se conformer



- 39 outils (procédure, modèle de lettre, tableau comparatif, etc.)
- 1 800 consultations en moyenne par mois.



Discipline (depuis 1999)

- 3 588 dossiers de plaintes au Bureau du syndic.
Répartition moyenne selon le certificat des membres :



- 443 plaintes formelles au Comité de discipline.
Répartition moyenne selon le certificat des membres :



Annexe B – Tableau des positions et des propositions de la ChAD

Numéro de l'article	Article du PL-141	Position de la ChAD	Proposition de la ChAD
Rôle du représentant			
472 et 473 (5 et 6 LDPSF)	Devoir de conseil n'est plus un acte exclusif au représentant.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Conserver l'exclusivité de l'acte et du devoir de conseil aux représentants.
479 (27 LDPSF)	Obligation de recueillir personnellement les informations retirée.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public et permet la collecte d'informations par des tiers non certifiés.	Permettre au consommateur de transmettre ses informations par un moyen technologique sans être recueillies par des tiers non certifiés.
479 (27 LDPSF)	Proposition du produit d'assurance qui convient le mieux retirée.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Statu quo : maintenir l'obligation du représentant de proposer le produit qui convient le mieux.
480 (39 LDPSF) et 3 (59 LA)	Renouvellement du contrat d'assurance : aucune obligation si seule la prime est modifiée.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Statu quo : maintenir l'obligation de s'assurer que le produit convient toujours aux besoins du client.
Distribution par Internet			
3 (59 et 67 LA) et 487 (71.1 LDPSF)	Encadrement différent proposé pour les assureurs et les cabinets.	En désaccord avec la proposition, car il y a un régime d'encadrement différent pour les assureurs et les cabinets.	Assurer un même encadrement pour les assureurs et les cabinets qui distribuent par Internet.
3 (67 LA)	Possibilité pour le consommateur de parler à une personne physique (non certifiée), s'il le désire.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Assurer que toute personne qui parle au consommateur concernant un produit d'assurance est un représentant certifié.

Numéro de l'article	Article du PL-141	Position de la ChAD	Proposition de la ChAD
3 (62 LA) et 492 (86.0.1 LDPSF)	Devoir d'information des assureurs et devoir de conseil des cabinets différents.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public et crée un régime différent pour les assureurs et les cabinets, et, donc, de la confusion pour le consommateur.	Prévoir l'encadrement pour les cabinets et pour les assureurs dans la LDPSF seulement.
3 (64 LA)	Droit de résolution de 10 jours pour les consommateurs.	En accord avec le principe, mais l'étendre aux cabinets.	Préciser ce droit de résolution dans la LDPSF pour les cabinets et pas seulement dans la LA.
486 (71 LDPSF)	Encadrement des sites de comparaison si rémunérés en fonction de la vente de produits.	En désaccord avec la proposition, car elle ne protège pas suffisamment le public et crée une confusion injustifiée entre les sites de comparaison encadrés ou non.	Encadrer tous les sites de comparaison, peu importe le mode de rémunération.
Fonds d'indemnisation des services financiers (FISF)			
526 (258 LDPSF)	Élargissement de la portée du FISF aux produits vendus par les représentants dans la discipline non prévue par leur certificat.	En accord avec la proposition. Par contre, la ChAD déplore qu'il ne couvre pas les produits d'assurance offerts par des distributeurs. Cette lacune crée une inégalité et de la confusion pour le consommateur.	Modifier l'article 258 de la LDPSF actuel pour inclure les produits d'assurance vendus par les distributeurs ainsi que leur contribution au FISF.
528 (277.1 LDPSF)	Amélioration de la gouvernance du FISF.	En accord avec la proposition.	

Numéro de l'article	Article du PL-141	Position de la ChAD	Proposition de la ChAD
Abolition de la ChAD et de la CSF			
529	Disparition des dispositions concernant les chambres, les syndic, le comité de révision et les comités de discipline.	En désaccord avec la proposition, car elle élimine des OAR spécialisés, de proximité, efficaces, qui se démarquent par leur approche préventive et qui sont appréciés par les consommateurs et les professionnels de l'industrie.	Maintenir les chambres, les syndic, le comité de révision et les comités de discipline.
Distribution sans représentant (DSR)			
531, 535, 537 (410 à 418, 420, 429, 430 et 435 LDPSF)	Disparition du Guide de distribution.	En accord avec l'abolition du Guide dans sa forme actuelle, mais l'obligation d'information doit être conservée dans une autre forme.	Remplacer le Guide par un document simplifié pour améliorer l'information communiquée aux consommateurs.
533 (420 à 423 LDPSF)	Abolition de certains pouvoirs réglementaires de l'AMF concernant la DSR (connaissance des produits par les distributeurs et mesures des assureurs concernant cette connaissance).	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Statu quo : maintenir les pouvoirs réglementaires de l'AMF à l'égard de la DSR.
510 (187 LDPSF)	Plaintes des consommateurs à l'AMF concernant la DSR.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la protection du public.	Statu quo : maintenir le processus de plainte des consommateurs auprès de l'AMF.
540	Abolition du régime de permis restreints.	En désaccord avec la proposition, car elle diminue la portée d'un moyen d'encadrement d'un mode de distribution problématique.	Prévoir un permis restreint <u>spécifique</u> pour la DSR.

Numéro de l'article	Article du PL-141	Position de la ChAD	Proposition de la ChAD
Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance (FESG)			
580 (38.1 et 38.2 LAMF)	Abolition du FESG.	En désaccord avec la proposition, car le FESG constitue un moyen concret pour soutenir des projets d'éducation financière, de recherche et de sensibilisation auprès du public.	Statu quo : maintenir le FESG.
Comité consultatif des consommateurs de produits et services financiers			
583 (58.1 à 58.12 LAMF)	Création d'un nouveau comité consultatif de consommateurs.	Considère qu'il s'agit d'une bonne initiative, mais la ChAD propose des précisions.	Préciser les critères de sélection pour assurer l'indépendance du comité par rapport à l'industrie.

Légende :

- LA : *Loi sur les assureurs*
- LDPSF : *Loi sur la distribution de produits et services financiers*
- LAMF : *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*

Annexe C – Distribution par Internet, encadrement différent entre assureurs et cabinets

	ASSUREURS	CABINETS
<i>Obligation d'avoir une personne certifiée à son emploi</i>	Non. Aucune obligation pour l'assureur d'avoir une personne certifiée à son emploi.	Oui. Le PL-141 permet aux cabinets de distribuer, sans la présence d'une personne physique, tant qu'ils ont à leur emploi <u>une</u> personne certifiée dans la discipline appropriée (art. 487 du PL-141 créant l'art. 71.1 à la LDPSF).
<i>Consommateur peut communiquer avec une personne physique</i>	Oui. Le consommateur doit pouvoir communiquer avec une personne physique, s'il le souhaite (art. 67 de la <i>Loi sur les assureurs</i>).	Ne le prévoit pas. Rien dans les modifications à la LDPSF ne prévoit spécifiquement que le cabinet doit permettre au consommateur de communiquer avec une personne physique (certifiée ou pas).
<i>Intervention recommandée d'un représentant certifié</i>	Non. Aucune obligation d'informer le consommateur de l'importance du conseil ou de son droit de demander des conseils.	Non. Seulement l'obligation d'avoir <u>un</u> représentant certifié à son emploi (art. 487 du PL-141 créant l'art. 71.1 à la LDPSF).
<i>Devoir d'information</i>	Oui. L'assureur a un devoir d'information, notamment sur les éléments suivants : 1° l'étendue de la garantie et les exclusions; 2° les délais pour déclarer un sinistre et ceux de l'assureur de payer l'indemnité; 3° l'information concernant une plainte (art. 62 de la <i>Loi sur les assureurs</i>).	Oui. L'art. 28 de la LDPSF s'applique au cabinet avec les adaptations nécessaires. Le cabinet doit décrire la garantie et les exclusions <u>en fonction des besoins identifiés</u> (art. 492. PL-141 créant l'art. 86.0.1 à la LDPSF).
<i>Devoir de conseil</i>	Non. L'assureur n'a pas de devoir de conseil.	Oui. L'art. 27 de la LDPSF s'applique au cabinet avec les adaptations nécessaires. Le cabinet doit identifier les besoins et conseiller adéquatement le consommateur (art. 492. PL-141, art. 86.0.1. LDPSF).

Délai de résolution	Oui. Délai de résolution de 10 jours du consommateur (art. 64 de la <i>Loi sur les assureurs</i>). Existe seulement si l'assuré traite en ligne avec un assureur et non pas avec cabinet.	Non. PL-141 ne prévoit rien dans la LDPSF concernant le délai de résolution.
Encadrement législatif	Pas de disposition spécifique dans la <i>Loi sur les assureurs</i> . Aucune disposition similaire à celles applicables au cabinet.	Les dispositions des articles 17 à 19, 26 à 28, 31, 32, 35, 36, 38 et 39 de la LDPSF ¹ s'appliquent, <u>avec les adaptations nécessaires</u> , au cabinet qui offre, sans l'entremise d'une personne physique, un produit ou un service (art. 492 du PL-141 créant l'art. 86.0.1 à la LDPSF).
Pouvoir réglementaire	Pouvoir réglementaire général de l'AMF sur les pratiques commerciales des assureurs (art. 482 de la <i>Loi sur les assureurs</i>).	L'AMF peut <u>déterminer par règlement</u> les <u>renseignements</u> et les <u>documents</u> qu'un cabinet qui agit sans l'entremise d'une personne physique doit fournir à un client ainsi que leur <u>forme</u> (art. 516 du PL-141, art. 202.2 LDPSF).

¹ 17. divulgation des émoluments;
18. vente liée interdite;
19. dix jours pour résoudre un contrat à l'occasion de la conclusion d'un autre contrat;
26. divulgation des liens d'affaires;
27. identification des besoins d'un client et conseil;
28. description du produit proposé au client en relation avec les besoins;
31. divulgation du nom des assureurs dont il est autorisé à offrir les produits;
32. divulgation d'un contrat d'exclusivité avec un seul assureur;
35. renseignements de nature médicale lors de l'adhésion;
36. renseignements de nature médicale à la suite d'un sinistre;
38. présentation d'un choix de produits de plusieurs assureurs;
39. au renouvellement, obligation de prendre les moyens requis pour que la garantie offerte réponde aux besoins du client, sauf si la modification ne concerne que la prime.

Annexe D – Les mesures qui influencent la protection du public

Mesures qui diminuent la protection du public

- Le **rôle-conseil** n'est plus exclusif aux agents et aux courtiers : des personnes sans formation spécialisée, sans certificat de pratique et sans code de déontologie pourront donner des conseils aux consommateurs sans être responsables de leurs actes.
- Au **renouvellement** du contrat d'assurance, il n'y a plus l'obligation de s'assurer que le produit vendu correspond toujours aux besoins de l'assuré, si seule la prime est modifiée : cela pose un risque pour le consommateur moyen qui ne comprend pas toujours que ses besoins évoluent et l'impact de ces changements sur son contrat d'assurance.
- Lors de transactions par **Internet** :
 - si le consommateur veut parler à une personne, cette dernière n'a pas l'obligation d'être un représentant certifié;
 - existence de régimes d'encadrement différents pour les assureurs et les cabinets;
 - les sites de comparaison ne sont pas tous encadrés, alors qu'ils agissent comme intermédiaires dans la transaction d'assurance.
- **Abolition de la ChAD** : un organisme de protection du public de première ligne, spécialisé en assurance de dommages, qui a fait ses preuves.
- Abolition du **Comité de révision des décisions du syndic**, qui permet à un plaignant insatisfait d'une décision du syndic de la ChAD concernant sa plainte d'en demander la révision à un comité de l'AMF.
- **Traitement des plaintes** : fin d'un service de médiation gratuit pour les consommateurs.
- La **distribution sans représentant** (DSR), un régime d'exception qui est élargi (plus de produits), mais moins encadré par l'AMF :
 - Abolition du Guide de distribution, et donc des exigences liées aux informations devant être communiquées au public;
 - fin de la supervision par l'AMF des pratiques des distributeurs et de leur connaissance des produits offerts;
 - fin des possibilités pour les consommateurs de porter plainte auprès de l'AMF.
- Abolition du **Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance**.

Mesures qui augmentent la protection du public

- **Élargissement du FISF** aux clients victimes de fraude d'un représentant sans égard à la discipline de son certificat.
- **Assureurs responsables des actes de souscription des distributeurs.**

Autre mesure sans réelle incidence sur la protection du public

- Création du **Comité consultatif des consommateurs au sein de l'AMF**. Ce comité est consultatif seulement, et n'a pas de pouvoir décisionnel ou contraignant.