

**Mémoire présenté à**  
**l'Autorité des marchés financiers (AMF)**

**Consultation relative**  
**aux pratiques commerciales**  
**dans le secteur du courtage**  
**en assurance de dommages**  
**au Québec**

Le 8 septembre 2005

**Corporation des assureurs directs de dommages**  
**du Québec (CADD)**

La Corporation des assureurs directs de dommages du Québec (CADD) est très reconnaissante à l'Autorité des marchés financiers (AMF) de l'invitation à participer à cette consultation sur les pratiques commerciales en assurance de dommages. C'est avec grand intérêt que nous avons pris connaissance des résultats de votre enquête ainsi que du document préparatif à la consultation, ce dernier détaillant une trentaine de questions et proposant certaines pistes ou orientations en termes de réglementation ou d'encadrement des représentants en assurance de dommages et des assureurs. Nous jugeons pertinent de commenter vos réflexions.

Comme vous le savez, les assureurs membres de la CADD distribuent généralement par le biais d'agents à leur emploi ou de travailleurs autonomes ayant adhéré à des ententes d'exclusivité; c'est-à-dire que, sauf en de rares exceptions, les réseaux de distribution exploités par nos membres ne distribuent que des produits qu'ils fabriquent eux-mêmes. Donc bon nombre des questions et des enjeux soulevés par l'enquête ne s'appliquent pas à nos membres. Notamment, les questions relatives à la concentration sont sans objet puisque nos agents doivent souscrire auprès d'un seul assureur. Par contre, votre document préparatif contient tout de même du matériel que nous croyons important de commenter, d'où notre motivation à vous soumettre ce mémoire.

Notre réflexion se fera en deux parties : premièrement, des commentaires d'ordre général sur le marché de l'assurance de dommages, le rôle des représentants et la protection du consommateur et, deuxièmement, des commentaires plus précis en réponse à des questions soulevées dans votre document préparatif.

## **Commentaires généraux**

### **1. L'intérêt du consommateur est mieux servi en présence d'un sain équilibre entre la réglementation et les lois du marché**

D'emblée, nous tenons à souligner que la CADD et ses membres favorisent un marché libre en assurance de dommages. Un marché où le consommateur peut faire un choix éclairé, en toute connaissance de cause. Un marché où les assureurs peuvent concevoir des produits d'assurance qui répondent aux besoins des consommateurs et choisir des réseaux de distribution appropriés à leur stratégie

d'affaires. Un marché où le rôle du représentant est principalement de conseiller le client sur la meilleure couverture pour ses besoins. Il en découle que le rôle du législateur dans un tel marché doit être pondéré et que l'encadrement réglementaire doit favoriser un marché sain et compétitif. Les intérêts du consommateur seront toujours mieux servis dans un marché qui lui offre différents choix.

### ***Un marché très compétitif...***

Le marché de l'assurance de dommages au Québec est très compétitif depuis fort longtemps et notre industrie demeure la moins concentrée du secteur financier. Le consommateur se voit offrir un nombre important de produits, fabriqués par plusieurs dizaines d'assureurs de dommages.

La CADD tient à rappeler que le marché québécois en assurance de dommages est sans nul doute le marché le plus concurrentiel et dynamique au Canada comme en témoignent l'effervescence publicitaire, la multiplicité des offres et le dynamisme au niveau de la tarification.

Le marché québécois de l'assurance de dommages demeure l'un des plus accessibles des provinces canadiennes. Nous nous devons de souligner le rôle des autorités réglementaires dont la volonté explicite est d'appuyer le développement et l'épanouissement de ce marché. Nous souhaitons que le Québec maintienne sa position de chef de file au Canada en matières d'assurance de dommages .

Ainsi le Bureau d'assurance du Canada souligne que « Au Québec, la prime moyenne en assurance automobile est parmi les plus basses au Canada. Elle a augmenté de 11,4 % entre 1994 et 2003, alors qu'au Canada, en 2003 seulement (en excluant le Québec), la prime moyenne a augmenté de 20 % . »

De plus, dans son rapport annuel sur la tarification en assurance publié le 14 avril 2005, l'Autorité des marchés financiers fait les constats suivants :

« Premièrement, les assureurs ont continué d'afficher une présence médiatique soutenue. Les efforts publicitaires déployés expriment un besoin des assureurs d'adapter leurs stratégies de marketing à un environnement concurrentiel.

De surcroît, les diverses offres de promotion et de produits accessoires à l'assurance automobile demeurent appréciables, et les assureurs continuent d'innover sur ce plan, notamment en publicité.

Ensuite, on observe des mouvements importants chez les assureurs ou les groupes d'assureurs qui occupent les dixièmes rangs et suivants depuis quelques années. Certains d'entre eux s'ouvrent à de nouvelles clientèles, alors que d'autres se retirent de certains marchés pour se concentrer sur des créneaux spécialisés.

Par ailleurs, les nombreuses modifications apportées annuellement par les assureurs à leur manuel de tarification démontrent que chacun adapte ses pratiques et ses tarifs afin de maintenir sa compétitivité. En outre, il est généralement reconnu que des écarts de prix entre les assureurs, à un moment donné, sont également indicatifs d'une saine concurrence. »

### ***... et fortement encadré sur plusieurs niveaux***

Pour les assureurs, mentionnons la réglementation au niveau de la solvabilité, de la gouvernance de saine gestion, des produits et de la distribution. Nous notons également les efforts et la diligence de l'AMF dans le respect des saines pratiques de gouvernance au sein des institutions financières québécoises. En particulier, l'encadrement de l'assurance automobile est significatif : son régime sans égards à la faute, ses contrats statutaires, ses dépôts de tarifications, la constitution du GAA, etc. Le tout résulte en un marché très encadré.

Pour les représentants, l'encadrement touche l'octroi des certificats, les exigences de formation minimales et de la formation continue, le code de déontologie obligatoire et les règles de conduite professionnelles claires. Sans compter que seuls les représentants certifiés peuvent discuter d'assurances avec les clients.

Un encadrement trop restrictif ou trop sévère aura inévitablement des conséquences néfastes sur le marché. C'est souvent un frein à l'innovation. Nous réitérons donc notre inconfort face à une approche purement réglementaire pour nous assurer d'un marché sain et compétitif, où le consommateur sera bien servi.

## **2. L'intérêt du consommateur est mieux servi s'il est informé des éléments pouvant influencer son choix lors de l'achat de produits d'assurance**

Évidemment, nous sommes en faveur d'une transparence au niveau des transactions et d'une divulgation adéquate pour permettre au consommateur de faire un choix judicieux. Le principe fondamental demeure le libre choix du consommateur et son habileté à obtenir les informations nécessaires pour ce faire.

Nous entendons par divulgation adéquate celle qui touche les liens d'affaires, la concentration des volumes ou la rémunération des représentants, et dont la prise de connaissance peut influencer le choix du consommateur.

Rappelons que la réglementation actuelle contient déjà des provisions encadrant plusieurs pratiques commerciales, notamment concernant les liens d'affaires et la divulgation, et visant à protéger l'intérêt du consommateur. L'article 26 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers stipule, entre autres, que le représentant doit divulguer à son client l'existence de liens d'affaires qui pourraient exister entre lui-même, ou son cabinet, et l'assureur auprès duquel il choisit de placer le risque.

Nous appelons à la prudence quant à la quantité d'information devant être divulguée et ce, dans l'intérêt même du consommateur. Celui-ci serait mal servi si les informations pertinentes étaient diluées au sein d'autres moins judicieuses. Il en va aussi de la capacité de capter l'attention du client et d'exécuter cette divulgation avec constance.

Nous tenons à souligner que nos membres divulguent depuis déjà plusieurs années le mode de rémunération de leurs représentants aux conditions particulières de la police.

Enfin, il faut aussi opposer à la nécessité de la divulgation le contrepond des recours dont dispose le consommateur s'il a la perception d'avoir été lésé. Celui-ci bénéficie d'un guichet unique et d'une démarche claire en cas de litiges, le tout assuré par l'AMF et la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD).

## **Quelques commentaires spécifiques**

À titre de justification de cette démarche, vous citez, en introduction à votre rapport, les enquêtes poursuivies aux États-Unis, plus spécifiquement dans l'État de New York, où ont été dénoncées plusieurs actions frauduleuses. Il est important de noter que ces cas de fraudes touchent uniquement l'assurance commerciale. Par ailleurs, nous sommes ravis de constater que votre enquête n'a relevé aucune action frauduleuse au Québec.

Par contre, votre rapport fait état d'une série de pratiques commerciales qui pourraient, selon vous, faire en sorte que certains courtiers n'auraient pas les intérêts des clients à cœur, vu leur relation avec un ou des assureurs qu'ils représentent.

Les questions à poser deviennent alors : « Est-ce que les consommateurs sont réellement lésés par ces pratiques? » ou « Y a-t-il uniquement apparence de conflit d'intérêt? ». Évidemment les pistes d'actions à prescrire dépendent des réponses.

### ***Des pratiques commerciales connues du milieu***

Les pratiques commerciales soulignées dans le rapport de l'AMF étaient en place depuis plusieurs années et selon nous connues des intervenants du milieu, y compris le législateur et les autorités réglementaires. Ni les assureurs, ni les courtiers à notre connaissance n'ont tenté de cacher ces pratiques.

Il est probablement vrai de dire que le consommateur typique n'est pas forcément au courant de ces pratiques. Serait-il pertinent de mieux renseigner le consommateur quant aux pratiques commerciales des assureurs et des courtiers ? La réponse est très certainement oui. Cela nécessiterait-il un encadrement additionnel ou l'interdiction de certaines pratiques ? Pas forcément.

Dans un marché réellement libre où chacun bénéficie d'une information suffisante, les acheteurs vont naturellement discipliner le marché en vertu des choix qu'ils vont faire.

L'assurance de dommages est généralement constituée de contrats renouvelables annuellement. En d'autres mots, le consommateur doit revoir sa protection et sa décision d'achat à chaque année, tant pour l'automobile que pour l'habitation. L'achat de l'assurance ne devrait pas être un procédé mystérieux et hors d'atteinte, sa fréquence

dépassant largement plusieurs autres produits financiers (hypothèque, assurance-vie, régime de retraite...).

### ***Informez plutôt qu'interdire***

Le marché aurait donc fort à gagner d'un consommateur plus instruit, plus aux faits et mieux équipé pour faire des choix judicieux. N'oublions pas qu'un acheteur plus sophistiqué devient un outil puissant pour discipliner des marchés.

Le mandat de l'AMF, tel que cité dans votre documentation, couvre à la fois la protection du public et son éducation.

« L'Autorité des marchés financiers a pour mission :

- de prêter assistance aux consommateurs de produits et services financiers, notamment en établissant des programmes d'éducation en la matière, en assurant le traitement des plaintes des consommateurs et en offrant à ces derniers des services de règlement des différends; (...) »

Nous pensons qu'il y a là une opportunité pour l'AMF, de concert avec l'industrie, d'entreprendre auprès du consommateur une campagne d'information de ses droits et privilèges. Soyez assurés de la collaboration de nos membres dans l'élaboration et la mise en œuvre d'un tel programme de sensibilisation. Nous pourrions prêter main forte pour la conception et la réalisation du programme ainsi que pour le volet diffusion.

En fin de compte, le consommateur aura assumé sa part de responsabilité pour ses affaires et les représentants qui font preuve de mauvais jugement dans leurs recommandations aux consommateurs se verraient sanctionnés par la loi du marché, et non par une loi entérinée par le législateur. Nous sommes convaincus que la loi du marché demeure un incitatif plus important.

### ***Les questions posées par l'AMF***

Votre document préparatif à la consultation posait une trentaine de questions assez précises. Tel que souligné antérieurement, nous n'avons pas l'intention de formuler des réponses pour chacune de ces questions parce que bon nombre d'entre elles traite de

cas ou de situations qui ne nous concernent pas. Cela dit, une liste de questions a quand même retenu notre intérêt parce qu'elles se penchent sur des situations pertinentes ou rejoignent des principes qui nous sont chers. Pour chacune de ces questions nous formulons une réponse.

**Question 5.** Quels sont les services offerts par les courtiers qui les distinguent des agents oeuvrant pour les assureurs directs ? Est-ce que cette distinction demeure lorsqu'il y a une concentration des affaires avec un ou plusieurs assureurs ?

Réponse : La liste des éléments communs, pour ne pas dire identiques, entre agents et courtiers s'étire considérablement. Tous deux sont soumis aux mêmes règles en ce qui concerne les permis, la formation et les règles de conduite professionnelles. Tous deux ont un rôle de conseiller vis-à-vis du consommateur, l'informant des couvertures pouvant répondre à ses besoins. La principale différence entre agents et courtiers est que l'agent offre directement au public un choix de différents produits d'assurance de dommages d'un seul assureur, alors que le courtier représente plus d'un assureur, et à ce titre il est généralement mandataire à la fois de l'assureur et de l'assuré.

**Question 21.** Si l'Autorité voulait encadrer les pratiques commerciales initiées par les assureurs, quels éléments devraient y être définis ?

Réponse : Nous croyons fermement que l'AMF encadre déjà suffisamment les activités des assureurs au Québec. Un encadrement supplémentaire ne viendrait qu'alourdir inutilement le fardeau administratif des assureurs. Nous souhaitons que l'AMF évite de formuler une nouvelle réglementation en matière de pratiques commerciales. Il serait, à notre avis, préférable de mettre en application les articles de la loi traitant de la divulgation des liens d'affaires.

**Question 24.** Seriez-vous d'accord si l'Autorité suggérait le concept de la rémunération sur une base individuelle et selon des critères qui sont connus par le client au moment de la vente ?

Réponse : La divulgation au niveau de la rémunération devrait, selon nous, se limiter aux seuls cas où le mode ou la structure de la rémunération peuvent causer préjudice ou apparence de préjudice au consommateur. Les éléments spécifiques d'une éventuelle divulgation devront être bien réfléchis. Sachez que nos membres divulguent systématiquement le mode de rémunération des agents, conformément à la Loi.

**Question 25.** Croyez-vous que l'Autorité devrait exiger la divulgation de certains éléments, tels que l'existence d'un prêt, des liens d'actionariat et des ententes de transferts de blocs ?

Réponse : Nous croyons que l'existence de liens d'affaires entre l'assureur et le cabinet devrait très certainement être dévoilée, par souci de transparence. D'une part, ces liens d'affaires n'ont pas été tissés en cachette, donc pourquoi vouloir en nier l'existence? À cet effet, la Loi sur la distribution de produits et services financiers prévoit, à l'article 26, que ces liens doivent être dévoilés. Nous sommes en faveur d'une mise en application de cet article.

À ce titre, nous comprenons qu'il est de l'intérêt du consommateur d'être informé si son courtier concentre son volume auprès de l'assureur qui lui est proposé, parce que celui-ci se présente comme représentant plus d'un assureur. Cette nécessité n'existe pas si le consommateur transige auprès d'un agent relié à un cabinet appartenant à un assureur direct, car ni l'agent ni le cabinet ne se présente comme représentant plus d'un assureur.

Par contre, nous ne croyons pas nécessaire de dévoiler la hauteur des liens, soit la proportion du capital-action détenu par l'assureur, ou la taille du prêt, etc.

**Question 29.** Tel qu'il est appliqué dans le secteur de l'assurance de personnes par le biais d'une ligne directrice de l'ACCAP, est-ce que le consommateur pourrait bénéficier d'un droit d'examen de dix jours pour son contrat d'assurance lors de l'achat d'un produit d'assurance de dommages ?

Réponse : La CADD est disposée à recommander à ses membres d'appuyer proposition qui permettrait au consommateur d'examiner un contrat d'assurance de

dommages sur une période de dix jours ouvrables et qu'il puisse le résilier sans pénalité avant la fin de cette période d'examen.

Sur cette période le consommateur pourrait ainsi obtenir, s'il le désire, des informations additionnelles sur le contrat ainsi que sur les liens d'affaires qui pourraient exister entre le courtier et l'assureur émetteur.

**Question 30.** Si l'introduction de « cabinet indépendant » était une avenue envisageable, quels critères l'Autorité devrait-elle retenir pour définir la notion d'indépendance ?

Réponse : Nous ne voyons pas l'intérêt de créer une désignation de « cabinet indépendant ». Une fois les principes de la divulgation acceptés, cette notion ne devient-elle pas caduque ? Le consommateur sera informé des liens d'affaires s'ils existent.

## **En conclusion**

Rappelons tout d'abord que nous sommes convaincus que le marché québécois est très concurrentiel en matière d'assurance de dommages . L'offre est significative et le consommateur bénéficie d'une grande gamme de choix, non seulement en termes de réseaux, mais également en termes de manufacturiers. Le marché est stable et les prix sont très compétitifs.

Rappelons aussi, qu'à ce jour, votre enquête n'a pas relevé de cas de fraude. Vous avez plutôt constaté des pratiques commerciales, bien connues de plusieurs intervenants du milieu, et vous vous questionnez si celles-ci pourraient inciter à des comportements qui ne seraient pas nécessairement dans l'intérêt du consommateur.

Nous sommes d'avis que l'encadrement actuel du marché de l'assurance de dommages au Québec est amplement suffisant, et qu'en ajouter pourrait avoir un effet pervers sur l'industrie. Nous sommes en faveur d'une transparence pondérée au niveau des représentants vis-à-vis du consommateur. Nous suggérons plutôt une application plus soutenue des articles de lois existants qui traitent de la divulgation des liens d'affaires. Également, nous suggérons une campagne de sensibilisation pour éduquer le consommateur quant à ses droits et aux services auxquels il doit pouvoir avoir accès. Nous croyons que les bénéfices de se conformer à la loi du marché et à la volonté des consommateurs sont un incitatif plus puissant que le risque de sanctions envers ceux qui contreviennent à la Loi.

### **Le profil de la CADD**

La CADD a été constituée en 1991 et sa mission est de promouvoir les intérêts de ses membres à titre d'assureurs directs de dommages en les représentant auprès des divers organismes de l'industrie de l'assurance de dommages, des gouvernements et des consommateurs. La CADD compte actuellement douze membres, dont sept sont des assureurs à chartre québécoise :

1. Allstate du Canada, compagnie d'assurances
2. La Capitale assurances générales inc.

3. La Compagnie d'assurances Belair inc.
4. Compagnie d'assurances générales RBC
5. La Compagnie Mutuelle d'assurances Wawanesa
6. La Federated, Compagnie d'assurances du Canada
7. Desjardins, Groupe d'assurances générales (DGAG)
8. Groupe Promutuel Fédération de sociétés mutuelles d'assurance générale
9. L'Industrielle Alliance, compagnie d'assurances générales
10. Innovassur, Assurances générales inc.
11. Primum compagnie d'assurances
12. SSQ, Société d'assurances générales inc.

Depuis plus de 15 ans, le marché québécois des assureurs directs est en constante progression. À titre d'information, les membres de la CADD ont souscrit au Québec, en 2003, plus de deux milliards de dollars en assurance automobile, en assurance habitation et en responsabilité civile. Nos membres, des institutions financières dûment autorisées à pratiquer l'assurance, avec près de 52 % du marché des particuliers en assurance de dommages au Québec, sont des acteurs de premier plan dans ce secteur financier. De plus, les compagnies membres de la Corporation procurent de l'emploi à plus de 6 000 personnes, sans compter les emplois indirects.