



Messages-clés des intervenants de l'industrie présents à la Table de concertation sur l'offre de produits d'assurance par l'entremise de concessionnaires d'automobiles, de véhicules récréatifs et de loisirs

Concernant l'Avis relatif à l'offre de produits d'assurance par l'entremise de concessionnaires d'automobiles, de véhicules récréatifs et de loisirs (l'« Avis »)

TABLE DE CONCERTATION



Question 1 : Qui participait à la Table de concertation sur l'offre de produits d'assurance par des concessionnaires d'automobiles, de véhicules récréatifs et de loisirs (la « Table ») ?

Ont participé à la Table, des représentants de :

- L'Autorité des marchés financiers (l'« Autorité ») ;
- L'Association des concessionnaires de véhicules de loisirs du Québec (l'« ACVLQ ») ;
- L'Association des commerçants de véhicules récréatifs du Québec (l'« ACVRQ ») ;
- L'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (l'« AMVOQ ») ;
- La Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (la « CCAQ ») ;
- Industrielle Alliance;
- SSQ Assurance.



Le choix de ces participants assurait la représentation d'assureurs et de distributeurs incarnant une très grande proportion du volume de ventes dans le marché.



Question 2 : À qui réfère-t-on par l'utilisation du terme « concessionnaires » ?

Le terme « concessionnaires » tel qu'utilisé dans l'Avis, dans le communiqué de presse et dans le présent document inclut les concessionnaires, les marchands et les commerçants d'automobiles, de véhicules récréatifs et de véhicules de loisirs, neufs et d'occasion.

Question 3 : Quel volume de ventes dans le marché est représenté par les concessionnaires d'automobiles, de véhicules récréatifs et de loisirs (les « concessionnaires ») présents à la Table ?

La Table a réuni des associations représentant environ 2 500 marchands de véhicules qui vendent approximativement 945 000 unités neuves ou usagées par année.

Question 4 : Qu'est-ce qui a mené à la création de la Table ?

Entre 2009 et 2017, l'Autorité a entrepris plusieurs actions ayant comme but de corriger les pratiques commerciales concernant l'offre de produits d'assurance par le biais des concessionnaires. Plusieurs avis ont été publiés visant à informer les assureurs et les concessionnaires de leurs obligations et de leurs responsabilités. De plus, des travaux de surveillance ont été effectués auprès des principaux





assureurs œuvrant dans ce marché. Des sanctions ont également été imposées à certains concessionnaires, cabinets et prêteurs. Or, malgré les actions et les interventions de l'Autorité, des lacunes en ce qui concerne les pratiques commerciales subsistent toujours, ce qui a mené à la création de la Table de concertation.

Question 5 : Quels produits d'assurance sont visés par la Table ?

Deux produits d'assurance peuvent être offerts par des concessionnaires :

- L'assurance complémentaire pour les dommages occasionnés au véhicule assuré — Assurance de remplacement (le « F.P.Q. n° 5 ») ;
- L'assurance sur la vie, la santé et la perte d'emploi d'un débiteur (assurance-crédit).



Question 6 : Quels enjeux ont été ciblés à la Table ?

Les enjeux suivants ont été reconnus par les participants :

- Pratiques de rémunération ;
- Lacunes en matière d'explications et de divulgations ;
- Pressions et techniques de vente utilisées ;
- Financement de la prime.



Question 7 : Quels objectifs ont été visés par la Table ?

La stratégie à établir devait comprendre des mesures visant à atteindre les objectifs suivants :

- Le respect des dispositions relatives à la distribution sans représentant ;
- Une aide à la prise d'une décision éclairée ;
- Des incitatifs qui favorisent le traitement équitable du consommateur ;
- Des consommateurs qui ne sont plus pénalisés ;
- Une supervision plus étroite et en continu des intervenants.



Question 8 : Combien de rencontres de la Table ont eu lieu ?

Entre octobre 2017 et juin 2018, la Table de concertation s'est réunie à sept (7) reprises.

Question 9 : D'autres rencontres sont-elles prévues ?

Oui, des rencontres auront lieu à l'été et à l'automne 2018, puis d'autres seront prévues par la suite afin de valider l'application des mesures développées.



Question 10 : Quelles mesures constituent la stratégie d'intervention privilégiée découlant de la Table ?

La stratégie d'intervention découlant de la Table comprend les mesures suivantes :

1. Élimination de l'option 1 du F.P.Q. n° 5, soit l'option établissant une obligation de remplacer le véhicule chez le concessionnaire désigné ;
2. Prolongation du délai d'acquisition de la rémunération afin d'assurer une meilleure corrélation entre la durée de vie du produit et le délai d'acquisition de la rémunération (recommandation à 180 jours minimum) ;
3. Mise en place d'une fiche de renseignements que l'Autorité rendra disponible sur son site web, à compter du 1^{er} décembre 2018. Cette fiche vise à attirer l'attention du consommateur sur certains éléments liés à l'offre du produit d'assurance. L'Autorité considère que le fait de compléter, de signer et de remettre cette fiche de renseignements aux consommateurs au moment de procéder à l'offre de produits d'assurance, permettra à ces derniers d'être mieux informés et de prévenir les mauvaises pratiques commerciales.

L'assureur devrait être en mesure de constater et de pouvoir démontrer à l'Autorité que chaque consommateur a pu bénéficier de ces informations, par exemple en obtenant une copie signée de la fiche de renseignements auprès du concessionnaire.

4. Interdiction de vendre des produits similaires d'un même assureur, ayant des taux de rémunération différents ;
5. Mise en place de mesures de contrôle par l'assureur qui contiennent, notamment, les éléments suivants :
 - i. Divulcation de la rémunération par écrit, sur la fiche de renseignements ;
 - ii. Tout personnel assigné à la supervision de la conformité est indépendant de celui qui fait le suivi des ventes ;
 - iii. Tout personnel assigné à la supervision de la conformité ne reçoit pas de rémunération variable en lien avec la vente de produits d'assurance des concessionnaires qu'il supervise ;
 - iv. Mise en place d'indicateurs de gestion permettant de déceler les mauvaises pratiques commerciales ;
 - v. Formation des distributeurs par les assureurs.
6. Partage d'information entre l'Autorité et les assureurs, notamment quant aux motifs récurrents des signalements reçus des consommateurs ;
7. Divulcation annuelle des assureurs afin de dresser un portrait du marché avant, puis après l'application de la stratégie d'intervention ;



8. Développement de stratégies d'éducation financière du consommateur par l'Autorité, notamment en lien avec les thèmes abordés sur la fiche de renseignements utilisée au point de vente ;
9. Rencontres avec les participants de l'industrie.

L'AVIS

Question 11 : À qui s'adresse l'avis ?

L'Avis s'adresse à l'ensemble des intervenants qui sont ou qui seront actifs dans le marché de l'offre de produits d'assurance par le biais des concessionnaires.

Question 12 : Quels sont les objectifs de l'avis ?

L'avis cherche à atteindre les objectifs suivants :

- Informer l'ensemble de l'industrie des attentes de l'Autorité suite aux travaux de la Table ;
- Assurer un *Level Playing Field* et prévoir l'éventuelle arrivée de nouveaux assureurs dans le marché ;
- Préciser les responsabilités des assureurs envers leurs distributeurs et les obligations des distributeurs ;
- Réitérer les obligations découlant de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* et de la *Loi sur les assurances* en matière de distribution sans représentant.

Question 13 : Que contient l'avis ?

L'avis décrit le contexte ayant mené à la création de la Table de concertation. Il décrit certaines mesures discutées et retenues à la Table. Il exprime de quelle façon ces mesures constituent de saines pratiques commerciales. Cet avis fait un rappel de certaines attentes de l'Autorité en matière de saines pratiques commerciales énoncées dans la *Ligne directrice sur les saines pratiques commerciales* donnée par l'Autorité en vertu de la *Loi sur les assurances* (la « LA »). Il explique aussi les attentes de l'Autorité face aux mesures découlant de la Table.

Question 14 : Pourquoi un engagement est-il signé par les assureurs présents à la Table ?

La signature d'un engagement témoigne de la volonté des assureurs à instaurer et maintenir de saines pratiques commerciales qui favoriseront un traitement équitable des consommateurs.

La signature d'un engagement représente aussi une reconnaissance par les assureurs que les pratiques décrites dans l'Avis sont de bonnes pratiques auxquelles devrait adhérer l'ensemble des intervenants offrant des produits d'assurance par l'entremise de concessionnaires.





Question 15 : Que contient l'engagement signé par les assureurs ?

L'engagement reproduit les éléments mentionnés dans l'avis et réitère les obligations législatives et réglementaires imparties aux assureurs et aux concessionnaires.

Question 16 : Qui procède à la signature de l'engagement découlant de la Table ?

Pour le moment, les assureurs procédant à la signature de l'engagement sont ceux qui ont participé à la Table de concertation, soit :

- Industrielle Alliance;
- SSQ Assurance.

L'Autorité invite d'ailleurs l'ensemble des assureurs qui sont ou qui seront actifs dans ce marché à s'engager à mettre en œuvre les saines pratiques commerciales décrites dans l'avis.

Question 17 : À compter de quelle date s'appliqueront les mesures décrites dans l'avis ?

L'Autorité s'attend à ce que de saines pratiques commerciales soient mise en place dès la publication de l'avis décrivant les mesures découlant de la Table de concertation.

L'Autorité rendra disponible sur son site web à compter du 1^{er} décembre 2018, une fiche de renseignements, de même que le nouveau F.P.Q. n° 5. Ce dernier devra obligatoirement être utilisé dès sa publication.

F.P.Q. n° 5

Question 18 : Pourquoi avoir éliminé l'option 1 du F.P.Q. n° 5 ?

L'Autorité a constaté qu'une majorité des polices vendues le sont sous l'Option 1 et que les consommateurs ne sont généralement informés qu'au moment de la réclamation qu'ils doivent obligatoirement se procurer leur véhicule de remplacement auprès du concessionnaire qui leur a initialement vendu le véhicule et l'assurance de remplacement. Ceux-ci se font alors, dans certains cas, offrir des conditions d'acquisition moins avantageuses que celles dont ils pourraient bénéficier s'il ne s'agissait pas du remplacement de leur véhicule. L'Autorité est d'avis que cette situation nuit au traitement équitable du consommateur.

DÉLAI D'ACQUISITION

Question 19 : Pourquoi le délai d'acquisition de la rémunération devrait être de 180 jours minimum ?

L'Autorité considère qu'une saine pratique de rémunération doit prévoir un délai d'acquisition de la rémunération en corrélation avec la durée de vie du produit d'assurance. Or, la durée de vie moyenne des produits concernés se situe entre 5 et 7 ans et dans certains cas, le produit peut avoir une durée de vie allant jusqu'à 15 ans.



FICHE DE RENSEIGNEMENTS

Question 20 : Quel est l'objectif de la fiche de renseignements utilisée au point de vente ?

Son objectif est d'assurer des divulgations adéquates et complètes, conformes aux dispositions législatives et réglementaires, sur le contexte entourant l'offre de produits d'assurance.

Question 21 : Un distributeur est-il dans l'obligation d'utiliser la fiche de renseignements ?

L'Avis fait un rappel de certaines attentes de l'Autorité en matière de saines pratiques commerciales énoncées dans la *Ligne directrice sur les saines pratiques commerciales* donnée par l'Autorité en vertu de la *Loi sur les assurances* (la « LA »). Il explique aussi les attentes de l'Autorité face aux mesures découlant de la Table, dont l'utilisation de la fiche de renseignements.

Question 22 : À quel moment doit être présentée et signée la fiche de renseignements ?

Puisque la fiche de renseignements vise à permettre une prise de décision éclairée par le consommateur, le distributeur doit présenter et faire signer la fiche de renseignements avant que le consommateur souscrive ou adhère au produit.

Question 23 : Que contient la fiche de renseignements utilisée au point de vente ?

Les éléments suivants devraient figurer dans la fiche :

- Assurance non obligatoire chez un assureur désigné ;
- Assurance non obligatoire pour l'obtention d'un meilleur taux d'intérêt ;
- Obligation de remise du guide de distribution ;
- Existence de produits d'assurance similaires ;
- Divulgation de la rémunération ;
- Conséquences du financement de la prime ;
- Droit de résolution dans les 10 premiers jours ;
- Référence à l'Autorité pour l'obtention d'information objective.

Question 24 : Comment sera déterminé le contenu final de la fiche de renseignements utilisée au point de vente ?

À deux reprises, à des moments distincts du processus d'élaboration, différents modèles de fiches de renseignements seront présentés à des groupes de consommateurs par l'entremise de *Focus Groups*. Plusieurs éléments seront vérifiés auprès des consommateurs dont, notamment, les suivants :

- La mention d'ordre légal quant à l'objectif de la fiche et les responsabilités de l'assureur et du commerçant ;
- L'objectif de la fiche selon le consommateur ;
- Le lien entre la fiche et le contrat ;
- Le nom du formulaire ;
- L'ordre des rubriques ;



- L'ordre des éléments à l'intérieur des rubriques ;
- La quantité d'informations présentées ;
- Les pictogrammes accroche-œil ;
- Les couleurs utilisées ;
- Le choix des mots dans les titres de rubriques (compréhension – accessibilité) ;
- Le choix des mots dans les différents éléments (compréhension - accessibilité) ;
 - o Exemple de mot à vérifier : similaire
- L'utilisation de questions versus d'affirmations ;
- Le moment de la remise du formulaire ;
 - o En arrivant chez le concessionnaire ?
 - o En entrant dans le bureau du F&I ?
 - o Au début de la discussion sur les assurances ?
 - o À la fin de la discussion sur les assurances ?
 - o Lorsque le choix d'assurance est confirmé ?
- La compréhension du % ;
- La nécessité de s'identifier et de signer le formulaire ;
- L'utilité de la mention du nom et du type de produit d'assurance au moment de l'offre d'assurance, puis au moment de contacter l'assureur, le cas échéant.



PRODUITS SIMILAIRES

Question 25 : Qu'est-ce que des produits similaires à taux de rémunération différent ?

Ce sont deux ou plusieurs produits d'assurance offrant des protections qui sont très semblables et de la même nature, mais pour lesquels le taux de rémunération diffère.

Selon l'Avis, un concessionnaire ne peut offrir des produits similaires d'un même assureur à des taux de rémunération différents.



MESURES DE CONTRÔLE

A) RÉMUNÉRATION

Question 26 : Que doit inclure le montant de rémunération divulgué ?

La rémunération divulguée doit inclure l'ensemble des incitatifs directs et indirects.

Les directives sur les obligations de divulgation des distributeurs du Bureau des services financiers¹ publiées le 9 avril 2001 définissent la rémunération ainsi :

« Toute somme, bénéfique ou avantage de nature monétaire reçu par un distributeur en contrepartie de la distribution d'un produit d'assurance et qui comprend notamment les éléments suivants : commissions, salaires, redevances, sommes versées à titre de dédommagement, bénéfices versés en fonction du volume des ventes, bénéfices versés pour la vente d'autres produits offerts parallèlement au produit d'assurance (ex : garantie de remplacement) ».



¹ La fusion du Bureau des services financiers au sein de l'Autorité a eu lieu en 2004.

B) FORMATION

Question 27 : Que devra minimalement contenir la formation des distributeurs mise en place par les assureurs ?

Cette formation devra viser l'acquisition, la compréhension et l'application de connaissances, notamment dans les domaines suivants :

- Le produit d'assurance, notamment la clientèle cible, la protection offerte, les critères d'admissibilité et les exclusions applicables ;
- Les obligations légales et réglementaires du distributeur, notamment la remise de la documentation et la divulgation de l'information ;
- La politique de traitement des plaintes de l'assureur ;
- Les pratiques favorisant le traitement équitable du consommateur ainsi que les comportements proscrits ;
- La façon de présenter, le cas échéant, une réclamation et le délai pour présenter cette réclamation.

Question 28 : À quelle fréquence l'assureur doit-il former les distributeurs et évaluer leurs connaissances ?

L'assureur devrait mettre en place des mesures de contrôle permettant l'évaluation des connaissances acquises par les employés des concessionnaires sur une base régulière, mais également et plus particulièrement :

- Avant que ne débutent les activités de distribution de produits ;
- Lorsqu'un changement est apporté au produit ou au cadre législatif.

C) AUTRES MESURES

Question 29 : Pourquoi des visites de supervision des distributeurs pourraient être planifiées par les assureurs ?

Les attentes de l'Autorité décrites dans l'Avis comprennent la mise en place par les assureurs, de structures, de processus de surveillance et une reddition de compte afin qu'ils s'assurent du respect de leurs obligations. Les visites de supervision peuvent faire partie d'un processus de surveillance, au même titre, par exemple, que l'utilisation d'indicateurs de gestion clés permettant de déceler les mauvaises pratiques commerciales.

Question 30 : Les visites de supervision des distributeurs par des assureurs sont-elles une obligation exigée par l'Autorité ?

Les attentes de l'Autorité décrites dans l'Avis comprennent la mise en place par les assureurs, de structures, de processus de surveillance et une reddition de compte afin qu'ils s'assurent du respect de leurs obligations.

Question 31 : L'assureur peut-il établir la fréquence raisonnable des visites de supervision des distributeurs selon une approche basée sur les risques ?

Les attentes de l'Autorité décrites dans l'Avis comprennent la mise en place par les assureurs, de structures et de processus de surveillance. Conséquemment, le recours par l'assureur à une approche basée sur les risques pour déterminer la fréquence des visites de supervision des distributeurs représente l'une des stratégies potentielles d'élaboration d'un processus de surveillance.

Question 32 : Puisque les mesures de contrôle énumérées dans l'Avis ne sont pas exhaustives, quelles autres mesures, en guise d'exemple, pourraient être mises en place afin de s'assurer de la conformité de la distribution ?

Voici une liste non-exhaustive de mesures potentielles :

- Utilisation d'un registre de suivi de la conformité ;
- Quiz surprise imposé aux distributeurs et portant sur leurs obligations ;
- Visites à l'improviste ;
- Suivi des activités par concessionnaire ;
- Suivi de toutes les dénonciations et plaintes ;
- Escalade des mesures correctives pouvant mener à l'annulation de l'entente ;
- Sondage client en lien avec la conformité réglementaire ;
- Utilisation de client-mystère.

GÉNÉRALITÉS

Question 33 : Est-ce qu'un concessionnaire aura les mêmes obligations peu importe l'assureur avec qui il entend faire affaires ?

Oui. Les obligations des distributeurs, de même que la définition des saines pratiques commerciales, sont des éléments précisés dans des lois, des règlements, des lignes directrices, des avis. Les obligations d'un concessionnaire restent les mêmes, peu importe l'assureur de qui il offre les produits.

Question 34 : Quels sont les bénéfices découlant de la stratégie d'intervention pour les consommateurs ?

Les bénéfices devraient être nombreux pour les consommateurs :

- Ils auront accès à des informations en temps opportun et dans un langage clair, permettant une prise de décision éclairée ;
- Les pratiques de rémunération favoriseront davantage le traitement équitable du consommateur ;
- Les consommateurs auront l'opportunité de choisir un concessionnaire pour le remplacement de leur véhicule ;
- Les consommateurs seront généralement mieux informés ;
- Les distributeurs seront généralement mieux formés et mieux encadrés par les assureurs.