

**BIEN PROTÉGER**

**BIEN FORMER**

**BIEN ENCADRER**

**POUR LE BIEN DE TOUS**

## Mémoire de la Chambre de la sécurité financière

Déposé au Conseil canadien des responsables  
de la réglementation d'assurance (CCRRA)  
le 30 septembre 2016



Chambre de la  
Sécurité  
Financière

Consultation publique du CCRRA faisant suite au *Document de discussion sur les produits d'assurance voyage*

Le 30 septembre 2016

Secrétariat du CCRRA  
5160, rue Yonge  
C.P. 85  
Toronto (Ontario) M2N 6L9

Messieurs,

Le *Document de discussion sur les produits d'assurance voyage*, établi par le groupe de travail sur l'assurance voyage du Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) et publié le 4 juillet dernier, soulève d'importantes questions quant aux pratiques du secteur dans le marché de l'assurance voyage au Canada. La Chambre de la sécurité financière (CSF) vous transmet aujourd'hui son mémoire qui vise à vous faire part de sa position à l'égard des pratiques de distribution de l'assurance voyage et de ses recommandations à ce sujet.

En tant qu'organisme d'autoréglementation multidisciplinaire, nous avons la responsabilité d'encadrer les 32 000 professionnels de la distribution de produits et services financiers au Québec en veillant à la formation, la déontologie et la discipline de nos membres dans un but de protection du public.

La Chambre de la sécurité financière est entièrement d'accord avec le CCRRA qui estime que les pratiques du secteur de l'assurance voyage sont susceptibles de ne pas correspondre aux attentes des consommateurs canadiens. De même, nous partageons l'interprétation qu'il fait des problèmes qui se posent sur le cycle de vie du produit d'assurance voyage, notamment des pratiques commerciales pour sa distribution et la formation des personnes qui offrent ces produits.

Nous vous remercions de l'occasion qui nous est offerte de partager notre connaissance et notre expérience en ce qui a trait à la distribution de produits d'assurance au Québec. Vous pouvez compter sur notre entière collaboration pour vous aider à faire les recommandations appropriées pour améliorer la confiance et la protection des consommateurs de produits d'assurance voyage.

Veillez agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distingués.



Marie-Élaine Farley  
Présidente et chef de la direction

# TABLE DES MATIÈRES

<b>QUI NOUS SOMMES.....</b>	<b>4</b>
<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>5</b>
<b>1. La consultation .....</b>	<b>8</b>
<b>2. La distribution de l'assurance voyage au Québec .....</b>	<b>11</b>
2.1 La vente de l'assurance voyage par des représentants certifiés.....	12
2.2 La distribution sans représentant de l'assurance voyage .....	14
2.3 La vente directe de l'assurance voyage .....	17
2.4 La jurisprudence au Québec en matière de distribution d'assurance de personnes applicable à l'assurance voyage.....	20
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>24</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>25</b>
Réponses de la CSF aux questions du CCRRA.....	25

# QUI NOUS SOMMES

La Chambre de la sécurité financière (la « **CSF** ») est le premier et unique organisme d'autoréglementation (« **OAR** ») multidisciplinaire reconnu au Canada dont les quelque 32 000 membres sont les représentants qui agissent ou non pour les cabinets ou courtiers inscrits dans l'une ou l'autre des cinq disciplines de produits et services financiers spécifiées dans la *Loi sur la distribution de produits et services financiers*<sup>1</sup> (« **LDPSF** »), la législation québécoise qui régit notamment l'encadrement de la distribution des produits d'assurance au Québec. Ces disciplines sont les suivantes :

- le courtage en épargne collective ;
- l'assurance de personnes ;
- l'assurance collective de personnes ;
- le courtage en plans de bourses d'études ;
- la planification financière.

Les membres de la CSF certifiés dans la discipline de l'assurance de personnes peuvent offrir des produits d'assurance voyage individuel et donner des conseils à ce sujet, alors que les membres de la CSF certifiés dans la discipline de l'assurance collective de personnes peuvent offrir des produits comme un régime collectif d'assurance offert en milieu de travail qui inclut de l'assurance voyage.

Depuis l'amorce de ses opérations en 1999, la CSF s'acquitte d'une seule et unique mission confiée par la LDPSF : **assurer la protection du public**. Elle veille à cette fin à la formation continue et à la déontologie des professionnels de la distribution de produits et services financiers du Québec qui détiennent les certifications et inscriptions délivrées par l'Autorité des marchés financiers (l'« **AMF** »), et assure un encadrement vigilant des pratiques à l'aide d'un processus disciplinaire qui s'apparente à celui d'un ordre professionnel.

Pour réaliser sa mission, la CSF adopte des règles de déontologie et de formation continue pour que ses membres exercent leur activité de façon éthique, tout en veillant à leur développement professionnel à l'aide d'une formation continue obligatoire. La CSF administre aussi, avec le concours de ses membres, un processus disciplinaire qui permet d'appliquer ces règles et de voir à leur observance.

---

<sup>1</sup> RLRQ, c. D-9.2.

# SOMMAIRE

Organisme d'autoréglementation multidisciplinaire québécois dont l'unique mission est la protection du public, la CSF souhaite collaborer activement avec le Conseil canadien des responsable de la réglementation d'assurance (« **CCRRA** ») dont le présent travail vise l'amélioration de la confiance du consommateur et l'harmonisation des approches réglementaires touchant l'assurance voyage au Canada. Considérant son rôle et son expertise, la CSF concentrera ses commentaires sur les volets de l'offre et de la distribution de ce type d'assurance.

D'entrée de jeu, le CCRRA identifie d'importantes lacunes reliées aux produits d'assurance voyage et estime que les pratiques de cette industrie sont susceptibles de ne pas correspondre aux attentes des consommateurs canadiens. La CSF partage cette analyse. Elle estime que ces préoccupations sont valables pour l'ensemble des situations où la vente de produits financiers s'effectue sans représentant.

À cet égard, le rapport du CCRRA et des Organismes canadiens de réglementation en assurance (« **OCRA** ») sur la vente d'assurance accessoire invitait déjà à la prudence en 2008 et recommandait que les organismes de réglementation suivent de près l'évolution de la vente sans représentant.

Puisque les produits d'assurance sont complexes de nature et que le consommateur encourt un risque important s'il ne possède pas les protections requises ou s'il se voit refuser une réclamation, nous considérons que la simple remise d'information n'est pas suffisante pour le protéger, si celle-ci n'est pas accompagnée d'explications adéquates dispensées par une personne dûment formée.

C'est entre autres pour cette raison que l'achat et la vente des produits d'assurance individuelle sont des opérations qui devraient offrir le bénéfice d'une analyse de besoins basée sur une bonne connaissance de la situation du client, de même que l'accès à des conseils avisés fournis par un professionnel formé et encadré, et responsable de ses actes. Ce n'est qu'ainsi que le consommateur est adéquatement protégé.

**La CSF comprend qu'en certaines situations très ciblées, la distribution de produits d'assurance voyage par des distributeurs puisse se concevoir, notamment pour rejoindre les efforts d'harmonisation à l'échelle canadienne, mais dans des conditions strictes qui protègent l'intérêt du consommateur.**

Afin de protéger l'intérêt du consommateur, la CSF propose qu'un régime de permis restreint pour la distribution de produits d'assurance accessoire, dont l'assurance voyage, soit mis en place au Québec et que les distributeurs soient encadrés de façon égale aux représentants en assurance, avec les adaptations nécessaires.

La CSF est d'avis que la distribution sans représentant de l'assurance voyage ne devrait pouvoir être utilisée qu'à certaines conditions, soit :

- la formation et la supervision adéquates des distributeurs ;
- l'application d'un code de déontologie aux distributeurs ;
- la simplicité et la clarté des guides de distribution ;
- la gestion des conflits d'intérêts par les distributeurs ;
- la divulgation au client de la rémunération du distributeur ;
- l'obligation de déclarer au registre les plaintes qui concernent les distributeurs mandataires de l'assureur et leurs employés.

Peu importe le mode de distribution privilégié, le processus de demande d'assurance voyage devrait toujours favoriser l'accès à un représentant en assurance, certifié et dûment formé en assurance voyage, pour donner des conseils judicieux aux consommateurs, et ce, notamment afin de leur permettre de bien comprendre les garanties et les exclusions et pour les assister lors de la souscription.

**Il faut souligner qu'un régime de distribution sans représentant s'avère beaucoup plus risqué pour le consommateur que le régime primaire de distribution d'assurance par l'entremise d'un représentant dûment certifié et encadré par la LDPSF et le *Code de déontologie* de la Chambre de la sécurité financière. Par conséquent, il doit demeurer exceptionnel et offrir des protections adéquates.**

Au Québec, la distribution directe par les assureurs, notamment par l'utilisation de l'Internet, aurait pour effet direct de transférer des risques au client, d'alourdir sa responsabilité et de diminuer la qualité de la protection que les dispositions de la LDPSF sont censées lui donner. Ces conséquences vont à l'encontre des objectifs poursuivis par le CCRRA.

Même lorsque l'on prétend vouloir limiter la vente sans représentant à des produits d'assurance dits « simples », comme l'assurance voyage, et que l'on fournit de l'information sous la forme d'un guide de distribution, de nombreuses causes portées devant les tribunaux au Québec nous démontrent les risques et les préjudices réels et potentiels auxquels s'exposent les consommateurs, par exemple :

- Des clients croient régulièrement être assurés alors que ce n'est pas le cas puisqu'une clause d'exclusion s'applique.<sup>2</sup>
- Des vendeurs ou des préposés d'institutions de dépôt garantissent à une personne qu'elle est assurée sans que ce soit effectivement le cas.<sup>3</sup>
- Une personne ayant contracté une assurance sans lire les conditions afférentes n'a pas été indemnisée. Le juge a considéré qu'il revient au client « d'assumer le risque » de l'achat d'une assurance sans l'intervention d'un représentant et qu'il aurait dû lire les conditions qui étaient accessibles via un hyperlien.<sup>4</sup>

**Pour la Chambre, l'intervention d'un représentant formé et encadré qui engage sa responsabilité personnelle est le meilleur moyen pour favoriser la protection du public consommateur de produits et services financiers, dont l'assurance voyage. Il a la responsabilité légale d'expliquer les clauses d'exclusions et les garanties offertes et de s'assurer que son client comprend bien les tenants et aboutissants du produit qu'il se procure.**

<sup>2</sup> *Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance-vie c. Deslauriers*, 2012 QCCA 328, *Caisse d'économie Salaberry c. Cadieux*, AZ-82021443, J. E. 82-798 (QCCS); *Boullanger c. Assurance-vie Desjardins*, [2000] R.R.A. 152 (QCCS).

<sup>3</sup> *Caisse populaire de Rawdon c. Héritiers de feu Fernand Proulx*, [1985] C.S. 847; *Deslauriers c. Coopérants (Les), Société mutuelle d'assurance-vie*, [1993] R.R.A. 874 (QCCA); *Auger c. Caisse populaire St-Denis de Montréal*, [1992] R.R.A. 697 (QCCS), p. 20; *Caisse populaire Desjardins de Sept-Îles c. Tremblay*, [1986] R.R.A. 674 (rés.) (QCCS); *Safadi c. Compagnie d'assurance-voyage RBC*, (2005) AZ-50334012 (QCCQ), par. 8; *Beuparlant c. 9055-4411 Québec inc., faisant affaire sous le nom de Voyage Vasco University*, (2004) AZ-50213594 (QCCQ), par. 13-14; *Goulet c. 9017-6157 Québec inc. (Club voyages Excellence)*, (2004) AZ-50276953 (QCCQ), par. 2; *Verreault c. Caisse populaire Desjardins Sieur d'Iberville*, [2005] R.L. 521 (QCCQ), par. 25.

<sup>4</sup> 2011 QCCQ 8502.

# MÉMOIRE DE LA CHAMBRE DE LA SÉCURITÉ FINANCIÈRE

## 1. La consultation

La CSF apprécie l'opportunité qui lui est offerte de participer à la consultation du CCRRA relativement au *Document de discussion sur les produits d'assurance voyage*<sup>5</sup> (le « **Document** »), préparé par le groupe de travail sur l'assurance voyage du CCRRA et publié le 4 juillet dernier. Ce groupe de travail du CCRRA avait été établi à l'automne 2014, afin d'améliorer la confiance du consommateur à l'égard du marché de l'assurance voyage et de favoriser l'harmonisation des approches de la réglementation de l'assurance voyage au Canada.

Le Document de consultation aborde uniquement les produits offrant une protection complémentaire aux régimes d'assurance maladie provinciaux ou territoriaux canadiens (l'« **assurance voyage** »). La CSF comprend que le Document ne traite pas des produits d'assurance voyage offerts aux visiteurs, aux étudiants résidant temporairement au Canada et aux expatriés ainsi que des produits d'assurance voyage offerts aux Canadiens qui voyagent au Canada et des produits d'assurance collective de l'employeur aux termes desquels l'assurance ne fournit que des services administratifs.

Le Document vise à résumer l'interprétation préliminaire que le CCRRA fait actuellement du contexte et de l'état du marché canadien de l'assurance voyage qui permet aux Canadiens de se prémunir contre les difficultés financières pouvant être occasionnées lorsqu'ils voyagent à l'extérieur de leur province de résidence et qu'ils doivent recevoir des soins médicaux pour un accident ou une maladie survenu pendant leur voyage. Le Document traduit ce que les membres du groupe de travail ont appris d'un sondage réalisé par les membres du CCRRA en 2015 auprès d'assureurs réglementés visant à obtenir des renseignements sur les dix principaux produits d'assurance voyage des assureurs offerts

---

<sup>5</sup> Voir : CCRRA, *Document de consultation : Produits d'assurance voyage*, juillet 2016 [http://www.ccir-ccrra.org/fr/init/Travel\\_Insurance/Final%20French%20Version%20of%20Travel%20Issues%20Paper.pdf](http://www.ccir-ccrra.org/fr/init/Travel_Insurance/Final%20French%20Version%20of%20Travel%20Issues%20Paper.pdf)



au Canada pour l'année civile 2014, ainsi que des conclusions que le CCRRA a tirées d'une consultation publique lancée par le groupe de travail en février 2015.

Le CCRRA identifie dans le Document des problèmes et lacunes reliés aux produits d'assurance voyage et estime que les pratiques du secteur de l'assurance voyage au Canada sont susceptibles de ne pas correspondre aux attentes des consommateurs en raison de ces lacunes dans les connaissances et dans les écarts dans les attentes.

La CSF a partagé son expérience à l'occasion de plusieurs consultations publiques au cours des dernières années relativement à la distribution de produits d'assurance avec ou sans représentant et a pris position à ce sujet.

C'est ainsi qu'elle a déjà transmis au CCRRA et aux OCRA un mémoire en 2008 dans lequel la CSF commentait la vente d'assurance accessoire incluant notamment l'assurance voyage<sup>6</sup> (le « **Mémoire de la CSF sur la vente d'assurance accessoire** »).

En 2011, la CSF a déposé auprès de l'AMF un mémoire en réponse à sa consultation sur la distribution sans représentant<sup>7</sup> (le « **Mémoire de la CSF sur la distribution sans représentant** »).

En 2012, la CSF a déposé aussi auprès de l'AMF un mémoire dans le cadre de sa consultation sur l'offre d'assurance par Internet<sup>8</sup> (le « **Mémoire de la CSF sur l'offre d'assurance par Internet** »).

---

<sup>6</sup> Voir : Chambre de la sécurité financière, *Consultation du groupe de travail sur la vente d'assurance accessoire (OCRA/CISRO)*

<sup>7</sup> Voir : Chambre de la sécurité financière, *Mémoire de la Chambre de la sécurité financière en réponse à la consultation relative à la distribution sans représentant*

<sup>8</sup> Voir : Chambre de la sécurité financière, *Consultation de l'Autorité des marchés financiers sur l'offre d'assurance par Internet au Québec*

Enfin, la CSF a déposé auprès du ministre des Finances du Québec en septembre 2015 un mémoire en réponse à la consultation qui faisait suite au *Rapport sur l'application de la LDPSF*<sup>9</sup> (le « **Mémoire de la CSF sur l'application de la LDPSF** ») qui soulevait d'importantes questions quant à l'efficacité du système d'encadrement de la distribution de produits et services financiers au Québec, dont l'assurance voyage. Ce mémoire de la CSF apporte aussi un éclairage important aux questions soulevées par la présente consultation du CCRRA à l'égard des risques qu'encourent les consommateurs dans le cadre de la distribution d'assurance sans représentant.

La CSF est heureuse de participer à la discussion suscitée par le CCRRA et d'apporter son point de vue sur la distribution de l'assurance voyage. L'avis de la CSF se veut constructif afin d'aider le CCRRA dans la préparation de ses recommandations aux organismes de réglementation canadiens afin de les aider à répondre aux enjeux et à favoriser le traitement équitable des consommateurs. Considérant sa mission et son rôle, la CSF concentrera ses commentaires plus particulièrement sur l'offre et la distribution de l'assurance voyage.

---

<sup>9</sup> Voir : Chambre de la sécurité financière, *Mémoire sur la consultation publique faisant suite au Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et services financiers*

## **2. La distribution de l'assurance voyage au Québec**

Tel qu'indiqué dans le Document, l'assurance voyage est un produit d'assurance relativement complexe qui garantit une protection en cas d'urgence médicale imprévue pendant un voyage. Tout comme le CCRRA, la CSF constate que les polices d'assurance voyage sont habituellement offertes au Québec sous forme de forfait d'assurance de personnes contre les accidents et la maladie (remboursement des frais d'hospitalisation et de soins médicaux d'urgence engagés à la suite d'une maladie soudaine et imprévue ou d'une blessure accidentelle ainsi que des pertes qui découlent de l'annulation ou de l'interruption d'un voyage pour des raisons de santé) et d'assurance de dommages pour la protection des biens (remboursement des pertes ou l'endommagement de biens personnels et le retard des bagages personnels). Le Document indique aussi qu'il ne semble pas exister de produits d'assurance voyage standards et que ces produits vont donc de la protection unique pour l'annulation de voyage à la couverture complète, lesquels peuvent être offerts séparément ou en forfait pour un voyage particulier ou pour plusieurs voyages. La CSF a aussi constaté que les assureurs combinent souvent différentes couvertures d'assurance voyage afin de créer différents régimes de protection. Ainsi, un produit d'assurance voyage offre souvent plusieurs régimes (de base, général ou supérieur).

***L'assurance voyage peut donc s'avérer assez complexe à comprendre pour les consommateurs.***

Considérant que la juridiction de la CSF ne s'applique pas à la discipline de l'assurance de dommages, les commentaires de la CSF seront axés sur le volet se rapportant à la distribution des éléments d'assurance de personnes de produits d'assurance voyage. Les commentaires seront inspirés du régime d'autoréglementation que la CSF a comme mission d'appliquer auprès des représentants en assurance de personnes et d'assurance collective de personnes au Québec et du régime législatif en place dans cette province.

## 2.1 La vente de l'assurance voyage par des représentants certifiés

Au Québec, le régime primaire de distribution des produits d'assurance individuelle et collective de personnes, incluant l'assurance voyage, est prévu aux articles 3, 4 et 12 de la LDPSF qui exigent en tout temps, sauf exception, l'intervention d'un représentant en assurance certifié auprès de l'AMF pour offrir au public ces produits.

Tel que plus amplement abordé dans le Mémoire de la CSF sur la vente d'assurance accessoire, les représentants en assurance doivent, dans le cadre de ce régime primaire de distribution et à titre de membre de la CSF, respecter les normes déontologiques prévues au *Code de déontologie de la Chambre de la sécurité financière* (le « **Code** ») et à la LDPSF.

Ces instruments législatifs contiennent des dispositions relatives à l'analyse des besoins du client et à la divulgation d'information.

Entre autres, l'article 12 du Code prévoit que :

*« Le représentant doit agir envers son client ou tout client éventuel avec probité et en conseiller consciencieux, notamment en lui donnant tous les renseignements qui pourraient être nécessaires ou utiles. Il doit accomplir les démarches raisonnables afin de bien conseiller son client. »*

L'article 13 du Code se lit ainsi :

*« Le représentant doit exposer à son client ou à tout client éventuel, de façon complète et objective, la nature, les avantages et les inconvénients du produit ou du service qu'il lui propose et s'abstenir de donner des renseignements qui seraient inexacts ou incomplets. »*

L'article 14 du Code prévoit :

*« Le représentant doit fournir à son client ou à tout client éventuel les explications nécessaires à la compréhension et à l'appréciation du produit ou des services qu'il lui propose ou lui rend. »*

L'article 15 du Code prévoit :

*« Avant de renseigner ou de faire une recommandation à son client ou à tout client éventuel, le représentant doit chercher à avoir une connaissance complète des faits. »*

L'article 16 du Code prévoit que :

*« Nul représentant ne peut faire, par quelque moyen que ce soit, des déclarations ou des représentations incomplètes, fausses, trompeuses ou susceptibles d'induire en erreur. »*

Finalement, l'article 28 de la LDPSF précise que :

*« Un représentant en assurance doit, avant la conclusion d'un contrat d'assurance, décrire le produit proposé au client en relation avec les besoins identifiés et lui préciser la nature de la garantie offerte. Il doit, de plus, indiquer clairement au client les exclusions de garantie particulières compte tenu des besoins identifiés, s'il en est, et lui fournir les explications requises sur ces exclusions. »*

Ces exigences déontologiques qui constituent un moyen appréciable d'assurer la protection du public sont applicables uniquement aux représentants en assurance qui sont détenteurs d'un certificat délivré par l'AMF.

La CSF réitère donc son avis selon lequel le régime primaire de distribution avec représentant du Québec permet au consommateur de produit d'assurance, dont l'assurance voyage, de pouvoir compter sur l'assistance d'un représentant certifié qui l'aide à trouver les protections d'assurance voyage qui conviennent le mieux à ses besoins et à sa situation. Il s'agit du meilleur moyen de favoriser la protection du public consommateur de produit d'assurance voyage.

**La CSF est en mesure d'affirmer au CCRRA que la vente des produits d'assurance voyage par des représentants certifiés offre aux clients du Québec le bénéfice d'une analyse de besoins basée sur une bonne connaissance de la situation de ces clients, de même que l'accès à des conseils judicieux, donnés par un membre de la CSF dûment formé, encadré et responsable des actes qu'il pose auprès de son client et qui doit agir en conformité avec le Code. Dans ce cas, le consommateur d'assurance voyage nous semble adéquatement protégé.**

## 2.2 La distribution sans représentant de l'assurance voyage

Au Québec, l'assurance voyage fait partie de la liste très limitée des produits d'assurance qui peuvent être distribués sans les conseils d'un représentant dûment formé et encadré qui a des obligations de conseil. C'est le régime d'exception prévu au titre VIII de la LDPSF qui le prévoit.

En effet, l'article 424 de la LDPSF prévoit que l'assurance voyage est réputée être un produit d'assurance afférent uniquement à un bien que l'assureur peut, en vertu de l'article 408 de la LDPSF, offrir au public par l'entremise d'un distributeur qui, dans le cadre d'activités qui ne sont pas du domaine de l'assurance, offre de façon accessoire un produit d'assurance afférent uniquement à un bien qu'il vend ou qui y fait adhérer un client.

C'est en vertu de ce régime d'exception de la distribution sans représentant que les agents de voyage peuvent, à titre de distributeurs, offrir eux-mêmes à leurs clients des produits d'assurance voyage individuels en leur remettant, avant la vente des produits, un guide de distribution préparé par l'assureur qui doit décrire le produit d'assurance voyage offert, préciser la nature de la garantie et mettre en relief les exclusions de garantie. Dans le cadre de ce même régime d'exception, l'article 425 de la LDPSF prévoit aussi qu'une institution de dépôts ou un employé d'un assureur peut aussi distribuer des produits d'assurance voyage en étant réputé agir alors comme distributeur.

**En résumé, les agents de voyage, les employés des institutions de dépôts et les employés des assureurs peuvent offrir actuellement de l'assurance voyage au Québec en vertu de ce régime d'exception de la distribution sans représentant.**

Les protections en assurance voyage qui font partie des protections d'assurance incluses dans certaines cartes de crédit et qui sont payées à même les frais annuels perçus par les émetteurs de ces cartes peuvent être également distribués en vertu de ce régime d'exception de la distribution sans représentant par les émetteurs de carte de crédit puisqu'elles font partie des assurances qui sont aussi réputées être des produits d'assurance afférents uniquement à un bien en vertu de l'article 424 de la LDPSF.

La CSF a toujours indiqué dans ses mémoires passés, dont le Mémoire de la CSF sur la vente d'assurance accessoire, le Mémoire de la CSF sur la distribution sans représentant et le Mémoire de la CSF sur l'application de la LDPSF, qu'elle jugeait que l'offre, l'achat et la vente des produits d'assurance individuelle étaient des opérations qui devraient naturellement offrir au client le bénéfice d'une analyse de besoins basée sur une bonne connaissance de la situation de ce client, de même que l'accès à des conseils judicieux, donnés par un membre formé, responsable des actes qu'il pose avec son client et agissant en conformité avec le Code. Ce n'est qu'ainsi que le consommateur est adéquatement protégé.

**Le régime de la distribution sans représentant présente beaucoup plus de risques pour le consommateur. Il doit demeurer exceptionnel et offrir des protections adéquates aux consommateurs.**

Bien que la CSF soit d'avis qu'il est important de ne pas marginaliser le régime primaire de la distribution d'assurance avec représentant parce qu'il offre une meilleure protection aux consommateurs, le régime de distribution sans représentant peut être acceptable en certaines circonstances très ciblées et pour des produits très spécifiques pour lesquels les risques de préjudice à l'endroit des consommateurs sont limités, sous réserve du respect de plusieurs conditions.

**La CSF a toujours été d'accord avec l'idée de responsabiliser ultimement les assureurs pour les gestes de leurs distributeurs, mais croit que les dispositions prévues actuellement au titre VIII de la LDPSF pour la distribution sans représentant ne rendent pas les distributeurs suffisamment imputables de leur conduite.**

En effet, le consommateur a un recours civil contre le distributeur qui l'aurait floué, mais il en supporte tout le fardeau. Des infractions de nature pénale sont prévues, mais elles nécessitent une preuve hors de tout doute raisonnable.

Le rapport du CCRRA et des Organismes canadiens de réglementation en assurance sur la vente d'assurance accessoire (2008)<sup>10</sup> mentionne d'ailleurs que :

*« Le Groupe de travail estime que l'exercice d'une forme de surveillance au moyen de la délivrance de permis général ou restreint ou de l'utilisation d'un guide de distribution favoriserait une responsabilisation accrue dans le processus de distribution, et fournirait un mécanisme additionnel d'application de la loi qui pourrait se révéler indispensable pour régler adéquatement les problèmes liés à la vente d'assurance accessoire.*

*Étant donné l'importance de la vente d'assurance accessoire au Canada et les répercussions négatives possibles pour les consommateurs sur leur couverture d'assurance, le Groupe de travail recommande que les organismes de réglementation suivent de près cette activité. »*

À la recommandation du CCRRA, le Manitoba, l'Alberta et la Saskatchewan ont mis en place des régimes de permis restreint pour encadrer la distribution d'assurance « accessoire » aux termes desquels une personne responsable et formée doit être désignée pour prendre charge de la supervision des distributeurs. Le Titre VIII, chapitre III, de la LDPSF prévoit déjà un mécanisme d'obtention d'un certificat restreint par un distributeur. Cependant, le gouvernement du Québec n'a jamais exercé son pouvoir à cet égard.

La CSF est d'avis que la distribution sans représentant de l'assurance voyage ne devrait pouvoir être utilisée qu'à certaines conditions, soit :

- a) une formation et une supervision adéquates des distributeurs ;
- b) l'application d'un code de déontologie aux distributeurs ;
- c) la simplicité et la clarté des guides de distribution ;
- d) la gestion des conflits d'intérêts par les distributeurs ;
- e) la divulgation au client de la rémunération du distributeur ;
- f) l'obligation de déclarer au registre les plaintes qui concernent les distributeurs mandataires de l'assureur et leurs employés.

**La CSF comprend par ailleurs qu'en certaines situations très ciblées, la distribution de produits d'assurance voyage par des distributeurs puisse se concevoir, notamment pour rejoindre les efforts d'harmonisation à l'échelle canadienne, mais dans des conditions qui ne mettent pas en péril l'intérêt du consommateur.**

<sup>10</sup> Voir : CCRRA, [Rapport final - vente d'assurance accessoire](#)



C'est pourquoi la CSF recommande depuis quelques années déjà que, pour cette gamme très limitée de situations de distribution sans représentant, un régime de permis restreint pour la distribution de produits d'assurance accessoire, dont l'assurance voyage, soit mis en place au Québec et que les distributeurs soient encadrés de façon égale aux représentants en assurance, avec les adaptations nécessaires.

### **2.3 La vente directe de l'assurance voyage**

Des pratiques d'offre et de distribution d'assurance directe par les assureurs se sont développées au fil du temps, notamment la vente en ligne. La CSF constate qu'actuellement, plusieurs assureurs offrent directement au Québec de l'assurance voyage sur leur site Internet.

Tel qu'indiqué dans le Document, les produits d'assurance voyage peuvent paraître fort complexes aux consommateurs, selon la nature du produit, le type de consommateur concerné et sa situation. Cette complexité des produits d'assurance voyage offerts sur le marché nécessite des explications et des conseils adaptés à la situation particulière de chaque consommateur. Généralement, et peu importe le véhicule choisi pour contracter, une information complète devrait être recueillie et ultimement analysée par un représentant certifié à même de renseigner et de conseiller le consommateur sur le produit d'assurance voyage qui convient le mieux à ses besoins avant de transmettre une proposition d'assurance à l'assureur.

**À première vue, même si la possibilité de magasiner et de conclure son contrat d'assurance voyage en ligne ou autrement, en lien direct avec l'assureur peut sembler attrayante pour le consommateur, celle-ci comporte des risques dont le consommateur n'est pas nécessairement (sinon pleinement) conscient lors de sa prise de décision.**

Le consommateur ne connaît pas tous les produits d'assurance voyage sur le marché, ni les exclusions, restrictions et limitations de couverture d'assurance, ni toutes les conséquences du choix d'un produit par rapport à un autre.

La distribution d'assurance voyage directe peut aussi inciter les consommateurs à choisir un produit uniquement en fonction du prix et non en fonction des couvertures offertes, sans considération pour les exclusions applicables ou les autres conditions du contrat

d'assurance qui visent des questions aussi importantes que l'assurabilité et la validité du contrat, tel qu'illustré dans le Document à l'aide de plusieurs exemples concrets.

L'approche consistant à permettre aux consommateurs de faire toutes les transactions d'assurance voyage sans supervision parce qu'elles se font en ligne ou suite à un simple publipostage laisse les consommateurs assumer les risques de régler leurs problèmes lorsqu'ils surviennent, souvent au moment d'une réclamation. Bien que la littératie financière permette de mieux outiller et d'informer le consommateur et l'aide à prendre de meilleures décisions, elle n'est pas suffisante. En effet, tel que l'indique la Stratégie québécoise en éducation financière :

*« Sans être le remède à tous les maux financiers, l'éducation financière constitue un complément important à l'encadrement des marchés et à la protection des consommateurs. Elle ne peut se substituer à une réglementation juste et efficace, mais peut être un facteur favorisant une plus grande participation des consommateurs dans les marchés financiers, et ce, aussi bien en matière d'inclusion socioéconomique que d'enrichissement de leur patrimoine financier. »<sup>11</sup>*

Chaque situation étant un cas d'espèce, une analyse complète et des conseils adéquats devraient donc nécessairement impliquer l'intervention d'un représentant certifié. Or, l'activité de distribution directe d'assurance voyage par les assureurs tend à faire perdre de sa valeur au conseil offert par un professionnel en services financiers ou à limiter l'accès à ce conseil.

**C'est ainsi que l'utilisation de l'Internet peut avoir l'effet de transférer des risques au client, d'alourdir sa responsabilité et de diminuer la qualité de la protection que les dispositions de la LDPSF sont censées lui donner.**

---

<sup>11</sup> Stratégie québécoise en éducation financière, Édition 2016, p. 6, <https://www.lautorite.qc.ca/files/pdf/education-financiere/strategie-education-financiere-2016.pdf>

À ces risques s'ajoutent ceux qui sont spécifiques à l'utilisation de l'Internet, concernant par exemple :

- a) la protection des renseignements personnels ;
- b) la cybersécurité ;
- c) la rétention et la destruction de l'information ;
- d) la fraude et l'usurpation d'identité ;
- e) les questions de conflits de lois ;
- f) l'identification du prestataire, du preneur et du bénéficiaire.

Sans encadrement adéquat, les pratiques d'offre et de distribution directe d'assurance voyage risquent de porter préjudice au consommateur, en plus d'augmenter le déséquilibre des forces et l'asymétrie informationnelle entre l'assureur du produit d'assurance voyage et le consommateur. C'est justement pour pallier cette asymétrie que le législateur du Québec a adopté la LDPSF et qu'il a voulu réglementer la relation entre le consommateur et l'intermédiaire aux fins de l'offre, de la distribution, de la vente et du service après-vente en assurance.

**Pour toutes ces raisons, l'offre directe d'assurance voyage devrait être ajustée aux principes et aux objectifs poursuivis par la LDPSF. La Chambre serait donc favorable à un mode de souscription hybride des produits d'assurance de personnes qui pourrait offrir, à certaines conditions, une offre de distribution de produits par Internet acceptable pour le consommateur sans diminuer la protection que lui offre l'encadrement actuel.**

Ce mode devrait à la fois impliquer :

- l'usage d'Internet comme moyen de véhiculer de l'information sur les produits d'assurance et de débiter le processus de divulgation d'information au moyen d'un formulaire de soumission réglementaire ; et
- l'intervention d'un représentant certifié pour réviser, compléter et finaliser ce formulaire, compléter la proposition et l'analyse des besoins, et ensuite voir au suivi du dossier (en utilisant Internet dans le respect des règles de conduite qui le régissent par ailleurs).

On ne devrait pas présumer que le prototype du consommateur de produit d'assurance voyage raisonnablement informé, averti et prudent est une réponse forcément concluante, et que l'on peut faire reposer sur ses épaules toutes les responsabilités, même celles qui devraient plus normalement incomber tantôt au législateur, tantôt au régulateur, et tantôt aux réglementés.

À cet égard, bien que la *Loi sur la protection du consommateur* ne trouve pas application en l'instance, car les contrats d'assurance en sont exclus, il est intéressant de considérer le message de la Cour suprême dans l'arrêt *Time*,<sup>12</sup> qui suggère de considérer le client comme un consommateur moyen, crédule et inexpérimenté, et non comme une personne raisonnablement prudente et diligente. Dans le cadre d'un produit comme un produit d'assurance voyage, l'approche de l'arrêt *Time* est de mise.

Il faut également être prudent avec une approche qui tente de départager les produits « simples » d'assurance voyage de ceux qui sont « complexes » à des fins de réglementation. L'évaluation du produit d'assurance voyage doit toujours se faire en fonction de la situation du client. Un produit « simple » d'assurance voyage peut ne pas répondre à la situation complexe ou spécifique du client et un produit « complexe » d'assurance voyage peut l'être trop dans la situation simple d'un client, et ce, peu importe le niveau de connaissance de ce dernier.

#### **2.4 La jurisprudence au Québec en matière de distribution d'assurance de personnes applicable à l'assurance voyage**

La jurisprudence québécoise en matière de distribution de produits d'assurance de personnes appuie, sous plusieurs aspects, la position de la CSF sur la distribution de l'assurance voyage qui requiert l'intervention d'un représentant en assurance.

**Ce que l'on remarque principalement dans les décisions rapportées sur la distribution sans représentant de l'assurance de personnes au Québec est le manque répétitif de transmission d'informations au client et le manque de compréhension de la part du consommateur.**

---

<sup>12</sup> *Richard c. Time Inc.*, [2012] 1 R.C.S. 265.

On constate de la jurisprudence que les consommateurs se croient, dans bien des cas, assurés alors que ce n'est pas le cas, notamment en raison d'une clause d'exclusion<sup>13</sup> ou en raison d'une maladie préexistante<sup>14</sup>. Nous en venons à la conclusion que dans des situations où le client n'a pas eu le bénéfice des conseils d'un représentant qui a l'obligation de bien lui expliquer les clauses d'exclusion et les garanties offertes et de s'assurer que le client a bien compris, que le client porte un fardeau additionnel de responsabilité qui peut être lourd de conséquence.

Plusieurs cas démontrent que les consommateurs se pensent assurés en raison des garanties qu'on leur avait offertes alors que ce n'était pas le cas.<sup>15</sup> De plus, certains cas démontrent que les clients avaient tendance à croire sans réserve que les représentations qui leur ont été faites l'ont été par des personnes compétentes en la matière alors que ce n'était pas le cas.<sup>16</sup> Bien que le consommateur ait souvent eu gain de cause, il ne faut pas sous-estimer les nombreux soucis et difficultés que le consommateur devra subir pour faire valoir ses droits devant les tribunaux.<sup>17</sup>

De plus, comme la vente d'assurance par le biais de la distribution sans représentant n'est qu'accessoire à un autre contrat pour les distributeurs, on remarque que ceux-ci ne portent

---

<sup>13</sup> *Caisse d'économie Salaberry c. Cadieux*, AZ-82021443, J.E. 82-798 (QCCS) ; *Boulangier c. Assurance-vie Desjardins*, [2000] R.R.A. 152 (QCCS).

<sup>14</sup> *Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance-vie c. Deslauriers* 2012 QCCA 328, .

<sup>15</sup> *Caisse populaire de Rawdon c. Héritiers de feu Fernand Proulx*, [1985] C.S. 847 ; *Deslauriers c. Coopérants (Les), Société mutuelle d'assurance-vie*, [1993] R.R.A. 874 (QCCA) ; *Auger c. Caisse populaire St-Denis de Montréal*, [1992] R.R.A. 697 (QCCS), p. 20 ; *Caisse populaire Desjardins de Sept-Îles c. Tremblay*, [1986] R.R.A. 674 (rés.) (QCCS) ; *Safadi c. Compagnie d'assurance-voyage RBC*, (2005) AZ-50334012 (QCCQ), par. 8 ; *Beauparlant c. 9055-4411 Québec inc., faisant affaire sous le nom de Voyage Vasco University*, (2004) AZ-50213594 (QCCQ), par. 13-14 ; *Goulet c. 9017-6157 Québec inc. (Club voyages Excellence)*, (2004) AZ-50276953 (QCCQ), par. 2 ; *Verreault c. Caisse populaire Desjardins Sieur d'Iberville*, [2005] R.L. 521 (QCCQ), par. 25.

<sup>16</sup> *Banque nationale du Canada c. Fraser*, AZ-84021385, J.E. 84-785 (QCCS), p. 4 ; *Dufour c. Dufour Pontiac Chevrolet Buick GMC inc.*, 2015 QCCQ 6449, par. 35-38.

<sup>17</sup> *Gauthier c. CAA, bureau de Sherbrooke* 2006 QCCQ 4833, par. 18-19.

pas toujours attention aux détails et qu'ils tendent à traiter l'adhésion au contrat d'assurance comme une simple formalité. On retrouve de nombreux exemples de comportements peu diligents dans le cadre de la vente d'assurance voyage au Québec.<sup>18</sup>

Pour ce qui est de la vente d'assurances sur Internet, une décision dans le domaine de l'assurance voyage est particulièrement intéressante. Dans *Dugal c. Voyage à Rabais.com*,<sup>19</sup> une personne ayant acheté une assurance sans lire les termes et conditions afférents n'a pas été indemnisée, car le juge a considéré que c'est au client « d'assumer le risque » de l'achat d'une assurance sans l'intervention d'un représentant et qu'il aurait dû lire les conditions qui étaient accessibles pour lecture via un hyperlien.

Un autre cas intéressant est celui de *Forcier c. Agence de voyage Exodus inc.*<sup>20</sup> où la vente d'une assurance voyage s'est faite par téléphone et où aucun questionnaire de nature médicale n'était requis, aucune question sur l'état médical n'était posée, aucun examen médical n'était exigé. Dans ce cas particulier, aucune indication n'a été faite par la préposée de l'existence d'exclusions dans le contrat d'assurance.

Quelques décisions permettent aussi de mettre en lumière le fait que beaucoup de consommateurs méconnaissent l'étendue de la protection qui leur est offerte par leurs assurances. Par exemple, des clients refusent parfois l'assurance voyage proposée par un agent de voyage en se croyant déjà protégés par l'assurance offerte par leur carte de crédit, alors qu'ils n'y sont pas admissibles.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> *Foisy c. Voyage Kari-Ann*, AZ-97036562, B.E. 97BE-998 (QCCQ), p. 4-5 ; *Blaquière c. Voyages Michel Barrette*, 2007 QCCQ 2892 ; *Bourassa c. 3306151 Canada inc. (Voyages Algonquin)*, 2006 QCCQ 3413, par. 37-38 ; *Truchon c. Voyages Tournesol inc.*, B.E. 2005BE-486 (QCCQ), par. 15 ; *Blanchette c. Canassistance inc.*, 2016 QCCQ 402, par. 23-25.

<sup>19</sup> 2011 QCCQ 8502.

<sup>20</sup> (2004) AZ-50216335 (QCCQ).

<sup>21</sup> *Benoît-Lemondé c. Toutant*, 2008 QCCQ 3104. Voir aussi *André c. Desjardins Sécurité financière*, 2012 QCCQ 14702.

La jurisprudence québécoise confirme donc que les consommateurs de produits d'assurance voyage ne comprennent souvent pas les tenants et aboutissants des produits qu'ils achètent. On remarque aussi que les règles de distribution sans représentant mises en place ne permettent pas toujours de prévenir les fausses représentations, ainsi que de prévenir des ventes d'assurances tout simplement inutiles au client.

Enfin, il n'est pas rare que les consommateurs d'assurance voyage ne reçoivent pas toute l'information pertinente au moment opportun pour prendre une décision éclairée.

## CONCLUSION

Dans son mémoire, la CSF s'est intéressée à la situation de l'assurance voyage, un domaine où le CCRRA croit que les façons de faire sont susceptibles de ne pas correspondre aux attentes des consommateurs canadiens. La CSF estime que ces constatations proviennent en grande partie du fait que la vente de ce type de produit se fait souvent sans représentant. L'intervention d'un professionnel formé et encadré qui engage sa responsabilité personnelle reste le meilleur moyen d'éviter des dérives et d'assurer aux Canadiens la meilleure protection lorsque vient le temps de contracter une assurance.

La vente de produits d'assurance voyage par des distributeurs pourrait se concevoir, mais uniquement dans des situations ciblées et sous réserve de l'application de conditions strictes qui protègent l'intérêt du consommateur. À cet effet, et pour soutenir les efforts d'harmonisation à l'échelle canadienne, la CSF propose la mise en place au Québec d'un régime de permis restreint pour la distribution de produits d'assurance accessoire, dont l'assurance voyage.

En terminant, la CSF désire attirer l'attention sur le fait que les lacunes soulevées par le CCRRA ne se limitent pas à la seule industrie de l'assurance voyage. Il s'agit en fait d'un exemple concret des conséquences directes, pour les consommateurs, d'un affaiblissement du rôle conseil des professionnels du domaine des services financiers. Ce risque, les gouvernements, les législateurs, les organismes d'autoréglementation ainsi que les entreprises qui composent l'industrie doivent le garder à l'esprit dans les autres cas où l'on tente de faire l'économie des conseils d'un professionnel, notamment par la vente d'assurance sur Internet.



## **Réponses de la CSF aux questions du CCRRA**

La CSF est d'accord avec la compréhension du CCRRA à l'égard des sujets et des problèmes présentés dans le Document dans le cadre de la commercialisation de l'assurance voyage au Québec, que les principaux problèmes reliés à l'assurance voyage au Québec semblent avoir été relevés adéquatement dans le Document et que les bonnes questions semblent avoir été posées aux intervenants de l'industrie de l'assurance voyage dans le Document en vue d'atténuer les problèmes et les lacunes soulevés dans le Document.

Voici donc les réponses de la CSF aux questions soulevées dans le Document concernant la vente et la distribution de l'assurance voyage au Québec :

### ***Conception d'un produit d'assurance voyage***

**1. Quels termes ou quelles expressions devrait-on définir et normaliser afin de permettre aux consommateurs de mieux comprendre les produits d'assurance voyage, de pouvoir comparer plus facilement les produits et de prendre des décisions éclairées ?**

**2. Quelles autres mesures liées à la conception des produits les intervenants du secteur pourraient-ils mettre en place pour aider les consommateurs à mieux comprendre la portée de la couverture offerte ainsi que les conditions et les exclusions, afin qu'ils puissent prendre des décisions éclairées ?**

### **RÉPONSE**

Bien que la CSF n'ait pas juridiction en matière de conception des produits d'assurance par les assureurs, la CSF encourage les organismes de réglementation responsable de la conception des produits d'assurance voyage à mieux définir et normaliser les expressions s'appliquant aux modalités importantes de l'assurance voyage et à adopter les mesures requises liées à la conception des produits d'assurance voyage pour aider les consommateurs et même les distributeurs de ces produits à mieux comprendre les couvertures offertes ainsi que les conditions et exclusions reliées à ces produits assez complexes.

## **Contrôle**

**3. Quel type de contrôles devrait-on mettre en place chez les assureurs ou à d'autres niveaux pour veiller au traitement équitable des consommateurs de produits d'assurance voyage ?**

### **RÉPONSE**

La CSF est d'accord pour que des mesures de contrôle soient mises en place chez les assureurs ou à d'autres niveaux pour veiller au traitement équitable des consommateurs de produits d'assurances voyage dès la conception de ces produits et jusqu'au moment où toutes les obligations aux termes du contrat d'assurance voyage ont été satisfaites. Des mesures de supervision précises dans l'encadrement de la distribution de leurs produits d'assurance voyage devraient donc être prises par les assureurs afin que des informations claires sur ces produits soient communiquées aux consommateurs avant, pendant et après la vente de tout produit d'assurance voyage afin de réduire le risque de ventes qui ne répondent pas aux besoins des clients et afin que les conseils qui leur sont donnés soient de grande qualité.

## ***Clauses d'exclusion, de restriction et de limitation***

**4. De quelle manière les intervenants du secteur pourraient-ils aider les consommateurs à mieux connaître et comprendre les clauses d'exclusion, de restriction et de limitation, particulièrement celles qui ont trait aux maladies préexistantes ?**

### **RÉPONSE**

Tel que traité plus amplement au début du présent mémoire, la CSF est d'avis que l'offre et la distribution de produits d'assurance voyage sont des opérations qui devraient naturellement offrir au client le bénéfice de conseils judicieux donnés par un représentant en assurance certifié et dûment formé pour l'assurance voyage, responsable des actes qu'il pose avec son client, et agissant en conformité des règles de déontologie reconnues par les organismes réglementaires. C'est le meilleur moyen pour que les consommateurs soient adéquatement assistés pour être en mesure de mieux connaître les clauses d'exclusion, de restriction et de limitation qui peuvent s'appliquer à leur contrat d'assurance voyage.

**5. Quelles modifications pourraient être apportées au processus de demande d'assurance afin que les consommateurs possèdent des connaissances suffisantes pour bien comprendre les exclusions relatives aux maladies préexistantes et pour remplir une proposition d'assurance voyage, de manière à favoriser la confiance des consommateurs dans le processus de tarification ?**

### **RÉPONSE**

Peu importe le mode de distribution privilégié par l'assureur, le processus de demande d'assurance voyage devrait toujours favoriser l'accès à un représentant en assurance certifié dûment formé et encadré pour pouvoir donner des conseils judicieux aux consommateurs afin de leur permettre de bien comprendre les exclusions relatives aux maladies préexistantes en assurance voyage et pour les assister lorsqu'ils remplissent une proposition d'assurance voyage.

À cet égard, il pourrait être intéressant d'exiger que les guides de distribution fassent systématiquement mention de l'existence, au Québec, de représentants dûment certifiés et soumis à un régime déontologique et disciplinaire, de même qu'à un programme de formation continue, et que ces professionnels aient l'obligation d'analyser les besoins du client, de lui expliquer les produits d'assurance qui lui sont proposés, de s'assurer qu'il les comprend et que ceux-ci conviennent à ses besoins.

### ***Convenance***

**6. Par quels moyens les intervenants du secteur peuvent-ils veiller à ce que les consommateurs se fassent offrir des produits d'assurance voyage qui conviennent à leurs besoins ?**

### **RÉPONSE**

L'offre, l'achat et la vente des produits d'assurance voyage sont des opérations qui devraient toujours permettre d'offrir au client le bénéfice d'une analyse de besoins basée sur une bonne connaissance de la situation de ce client et cette analyse devrait être effectuée par un représentant en assurance certifié et dûment formé pour l'assurance voyage, responsable des actes qu'il pose avec son client et agissant en conformité avec des règles de déontologie reconnues par les organismes réglementaires.

## ***Questionnaires médicaux***

**7. De quelle façon peut-on améliorer l'utilisation des questionnaires médicaux dans le processus de tarification des produits d'assurance voyage, de manière à assurer le traitement équitable des clients ?**

### **RÉPONSE**

Il faudrait s'assurer que tout client qui remplit un questionnaire médical dans le processus de tarification des produits d'assurance voyage puisse, en tout temps, bénéficier de l'assistance d'une personne dûment formée pour lui permettre de bien comprendre les questions posées et le conseiller dans ses réponses à des questions d'ordre médical qui sont souvent complexes et techniques et très difficiles à comprendre pleinement même pour des spécialistes du domaine médical. Cette assistance aiderait à éviter que des mauvaises réponses soient données par le consommateur et puissent ainsi lui causer des conséquences très graves, tels le refus ou l'annulation de sa protection d'assurance voyage. Il ne faudrait plus permettre qu'un demandeur d'assurance voyage puisse répondre aux questions médicales pour le compte des autres personnes qui voyagent avec lui et exiger que tout voyageur assuré par une assurance voyage réponde lui-même à ces questions.

## ***Documents d'information***

**8. De quelle manière les assureurs pourraient-ils veiller à ce que l'information figurant dans les documents d'information soit limitée à l'essentiel et à ce que la forme des documents favorise la compréhension rapide de l'information de base ?**

**9. De quelle façon les intervenants du secteur pourraient-ils améliorer les documents d'information pour que les consommateurs les comprennent plus facilement ?**

### **RÉPONSE**

La CSF est d'accord avec les constats émis dans le Document par le CCRRA. La CSF est d'avis que les documents d'information sur l'assurance voyage sont généralement longs et complexes pour les consommateurs, ce qui alourdit le fardeau des consommateurs pour comprendre et évaluer les produits qui leur sont proposés. La CSF préconise donc un document d'information rédigé dans un langage clair, simple et succinct et que les clauses d'exclusion, de restriction ou de limitation ressortent de manière apparente (par exemple, en caractères gras) afin que le consommateur puisse aisément les repérer, les comprendre ou, à défaut, de lui donner l'opportunité de communiquer avec un préposé ou mandataire de l'assureur ou un représentant certifié dûment formé qui soit en mesure de répondre à

ses questions, le tout afin d'éviter des situations malheureuses comme l'illustre la jurisprudence. À cet égard, il devrait y avoir des mécanismes de contrôle adéquats pour vérifier dans quelle mesure de telles explications ont été données au consommateur.

### ***Communication de l'information en temps opportun***

**10. De quelle manière les intervenants du secteur peuvent-ils veiller à ce que les consommateurs soient informés des éléments clés de la couverture d'assurance voyage en temps opportun, soit avant leur décision de souscription ?**

#### **RÉPONSE**

Dans un contexte d'assurance voyage, les consommateurs sont souvent bousculés dans le temps et ne peuvent prendre suffisamment connaissance de l'information fournie ni requérir de précisions ou d'explications en temps opportun pour prendre une décision éclairée. Le processus de demande d'assurance voyage avant la décision sur la souscription devrait prévoir l'implication d'un représentant en assurance certifié dûment formé en assurance voyage pour pouvoir donner des conseils judicieux aux consommateurs sur les éléments clés de la couverture d'assurance voyage en temps opportun.

### ***Cartes de crédit***

**11. Comment les intervenants du secteur pourraient-ils s'assurer que chaque consommateur reçoit l'information se rapportant aux produits d'assurance voyage intégrés à une carte de crédit de manière appropriée et en temps opportun ?**

#### **RÉPONSE**

Comme l'assurance voyage intégrée à une carte de crédit est un produit accessoire à la carte de crédit souvent offert avec un ensemble d'autres produits et que la couverture d'assurance est habituellement acceptée automatiquement par l'assureur sans que le consommateur ait à remplir de demande d'assurance, nous voyons difficilement comment le consommateur peut être adéquatement informé sur l'assurance dont il bénéficie au moment où cette assurance est requise.

## ***Responsabilité des assureurs***

**12. De quelle façon les assureurs peuvent-ils garantir l'efficacité des contrôles et de la surveillance de leurs canaux de distribution et l'utilisation des bons canaux pour leurs produits d'assurance voyage, ainsi que pour d'autres couvertures qui ne constituent pas de l'assurance voyage et qui sont intégrées à ces produits ?**

### **RÉPONSE**

Bien que la CSF soit d'avis qu'il est important de ne pas marginaliser le régime primaire de la distribution d'assurance avec représentant parce qu'il offre une meilleure protection pour le consommateur, le régime de la distribution sans représentant avec guide de distribution peut être acceptable en certaines circonstances très ciblées, notamment pour la distribution de l'assurance voyage sous réserve de plusieurs conditions. La CSF est d'avis que la distribution sans représentant de l'assurance voyage au Québec ne devrait pouvoir être utilisée qu'à certaines conditions, soit :

- a) une formation et une supervision adéquates des distributeurs ;
- b) l'application d'un code de déontologie aux distributeurs ;
- c) la simplicité et la clarté des guides de distribution ;
- d) la gestion des conflits d'intérêts par les distributeurs ;
- e) la divulgation au client de la rémunération du distributeur ;
- f) l'obligation de déclarer au registre les plaintes qui concernent les distributeurs mandataires de l'assureur et leurs employés.

La CSF comprend par ailleurs qu'en certaines situations très ciblées, la distribution de produits d'assurance voyage par des distributeurs puisse se concevoir, notamment pour rejoindre les efforts d'harmonisation à l'échelle canadienne, mais dans des conditions qui ne mettent pas en péril l'intérêt du consommateur. C'est pourquoi la CSF recommande depuis quelques années déjà que, pour cette gamme très limitée de situations de distribution sans représentant, un régime de permis restreint pour la distribution de produits d'assurance accessoire, dont l'assurance voyage, soit mis en place au Québec et que les distributeurs soient encadrés de façon égale aux autres représentants en sécurité financière, avec les adaptations nécessaires.

Par ailleurs, pour ne pas diminuer la qualité de la protection que les dispositions de la LDPSF sont censées donner aux consommateurs, la CSF est d'avis que la distribution directe par l'assureur devrait toujours impliquer l'intervention d'un représentant dûment certifié et encadré.