

# VOTRE CONTRAT D'ASSURANCE SUR INTERNET



**PAR ME NATHALIE DUROCHER**  
AVOCATE  
LAVERY  
**ME DINA RAPHAËL**  
ASSOCIÉE  
LAVERY

La vente d'assurance en ligne est un phénomène en pleine expansion. Une étude récente de la firme SECOR sur les préférences et les perceptions des consommateurs concernant l'utilisation d'Internet en matière d'assurance de dommages conclut que pour « un consommateur d'assurance typique, Internet est avant tout une source d'information, et ce, parmi d'autres »<sup>1</sup>:

- 22% des Québécois utilisent Internet pour la recherche de produits d'assurance ;
- 50% des consommateurs croient que consulter un professionnel de l'assurance est essentiel avant de procéder à un achat<sup>2</sup>.

Un cadre juridique doit être mis en place afin que la distribution par Internet se fasse dans un contexte où le consommateur est renseigné et conseillé.

## LE PORTRAIT ACTUEL

La vente d'assurance automobile est beaucoup plus présente sur Internet que la vente d'assurance habitation, d'assurance de personnes ou d'entreprise. Pourquoi? La police d'assurance automobile est réglementée et l'information requise pour souscrire une police d'assurance automobile peut tenir sur un simple formulaire rempli en ligne. D'autres types d'assurance, telles l'assurance vie et l'assurance d'entreprise, sont complexes et nécessitent une cueillette de renseignements plus importante.

Nombreux sont les assureurs qui offrent présentement la possibilité de soumettre une proposition d'assurance automobile en ligne, mais rares sont ceux qui offrent la possibilité de conclure le contrat d'assurance en ligne. En effet, 92% des Québécois hésitent à conclure leur contrat d'assurance sur Internet<sup>3</sup>. Internet constitue donc un moyen pour entrer en communication avec les consommateurs, mais les moyens traditionnels sont encore privilégiés pour conclure les transactions.



## LE CADRE LÉGISLATIF

En février 2012, l'Autorité des marchés financiers (« l'Autorité ») lançait une consultation publique sur l'offre de produits d'assurance par Internet<sup>4</sup>.

Plusieurs propositions sont avancées par l'Autorité sur des enjeux spécifiques. Certains intervenants tels que le *Bureau d'assurance du Canada*, la *Chambre de la sécurité financière*, la *Chambre de l'assurance de dommages*, la *Corporation des assureurs directs de dommages du Québec* et le *Regroupement des cabinets de courtage d'assurance du Québec* ont déposé des mémoires en mai dernier pour faire valoir leur opinion.

La formation du contrat d'assurance sur Internet est régie par diverses lois d'application générale sans qu'une loi, un règlement ou une ligne directrice spécifique n'encadre la vente d'assurance par Internet. Cette situation crée certaines zones grises.

Les enjeux sont majeurs tant pour les consommateurs que pour l'industrie, notamment concernant l'intervention ou non d'un représentant certifié.

Les représentants en assurance ont un devoir d'information et de conseil à l'égard des consommateurs. Même si la vente d'assurance en ligne favorise un accès facile aux produits d'assurance, les devoirs d'information et de conseil demeurent. Qu'advient-il du rôle du représentant en assurance dans le cadre de la distribution de produits d'assurance par Internet?

Comment s'assurer de la manifestation claire du consentement du consommateur qui remplit une proposition par Internet? L'architecture du site revêt une importance capitale quant à la divulgation complète des renseignements et à la manifestation non équivoque du consentement.

La vente d'assurance par Internet doit se faire dans le respect des dispositions législatives applicables. L'industrie doit se tenir au fait du développement des technologies, et être sensible aux risques de fraude ou de vol d'identité.

Au terme de la consultation publique, un cadre juridique favorisant une offre d'assurance équitable, transparente et sécuritaire, devrait être mis en place afin d'assurer que le consommateur bénéficie des mêmes protections, peu importe la plateforme choisie.

## CONCLUSION

Le domaine de l'assurance est en pleine transformation. Internet représente un outil de mise en marché très intéressant. Il faut cependant l'utiliser avec prudence afin d'agir en conformité avec la législation régissant la formation du contrat d'assurance et veiller à ce que le consommateur soit informé, conseillé et protégé! ➤

<sup>1</sup> Régimbal, Louis, *Assurance de dommages et Internet: Sondage sur les préférences et les perceptions des consommateurs*, p. 2 (15 mars 2012).

<sup>2</sup> *Ibid.*, pp. 2-3.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 3.

<sup>4</sup> Autorité des marchés financiers, *L'offre d'assurance par Internet au Québec*, février 2012.