# E-distribution de produits d'assurance : Le CCRRA publie ses recommandations

1 juin 2013

En janvier 2012, le Comité du commerce électronique du Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (« **CCRRA** »)[1] publiait un document de discussion intitulé *Le commerce électronique des produits d'assurance*, par lequel il invitait les assureurs et les intermédiaires à échanger sur certains enjeux ciblés de la distribution d'assurance en ligne.

Plusieurs intervenants se sont prononcés; 25 propositions ont été soumises au CCRRA. L'organisme vient tout juste de publier son rapport sous forme d'énoncé de principes dans lequel il formule des recommandations à l'intention des fournisseurs de produits d'assurance par Internet.

## CONTENU EN BREF

L'énoncé de principes porte sur les 11 enjeux suivants :

1. Renseignements et conseils aux consommateurs
2. Identification du fournisseur et du processus de plainte
3. Renseignements nécessaires à la compréhension du produit
4. Résumé des renseignements fournis dans la proposition
5. Copie de la proposition et du contrat
6. Fiabilité des transactions
7. Protection des renseignements personnels
8. Désignation de bénéficiaires
9. Résiliation du contrat d'assurance par l'assureur
10. Sites de comparaison
11. Médias sociaux

## RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS

Voici les grandes lignes du rapport du CCRRA et ses recommandations. La version intégrale des recommandations est disponible à l'adresse suivante : http://www.ccir-ccrra.org/fr/init/Elec_Commerce/electronic_com.asp

### 1. RENSEIGNEMENTS ET CONSEILS AUX CONSOMMATEURS

Le CCRRA rappelle que les consommateurs doivent avoir accès à tous les renseignements nécessaires pour comprendre le produit offert et prendre une décision éclairée. Quel que soit le moyen de communication choisi par le consommateur, le produit sélectionné doit répondre à ses besoins. Puisque certains produits d'assurance sont plus complexes que d'autres et que le besoin de conseils peut varier d'une personne à l'autre, le CCRRA est d'avis que les conseils doivent être adaptés selon la nature du produit d'assurance offert et le profil du client. Par conséquent, le CCRRA estime que le consommateur devrait être informé, au début du processus en ligne, de l'importance des conseils sur les produits offerts et de la façon d'obtenir ces conseils.

*Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.*

**2. IDENTIFICATION DU FOURNISSEUR**
Le CCRRA mentionne que le consommateur doit avoir accès aux renseignements et coordonnées lui permettant d'identifier le fournisseur du produit d'assurance, de vérifier qu'il s'agit bien d'une entité réglementée et inscrite auprès d'un organisme de réglementation de sa province. L'organisme recommande également que les coordonnées et la marche à suivre pour déposer une plainte soient mentionnées sur le site Internet, incluant un lien vers le site de l'organisme de réglementation régissant l'entité.

**3. RENSEIGNEMENTS NÉCESSAIRES À LA COMPRÉHENSION DU PRODUIT**
Le CCRRA indique qu'afin de s'assurer que le consommateur prenne une décision éclairée, il doit avoir accès à certains renseignements précis sur le produit, notamment, la garantie offerte, les exclusions et limitations du produit, le type de consommateur à qui est destiné le produit, le montant de la prime, le droit de mettre fin au contrat d'assurance, etc. Ces renseignements doivent être présentés dans un langage clair et simple, et au moment opportun.

**4. POSSIBILITÉ DE VÉRIFIER L'EXACTITUDE DES RENSEIGNEMENTS FOURNIS**
En matière d'e-distribution de produits d'assurance, c'est le consommateur qui remplit lui-même le formulaire de proposition sur Internet. Ce processus peut engendrer certaines erreurs. Pour éviter les conséquences de ces erreurs, tant pour le consommateur que pour le fournisseur, le CCRRA recommande de donner aux consommateurs la possibilité de confirmer les renseignements fournis.

**5. MODALITÉS ET CONDITIONS**
Le CCRRA souligne l'importance que le consommateur ait un exemplaire de la proposition et du contrat afin de pouvoir s'y référer après la transaction. Bien que le format des documents doit permettre au consommateur de les conserver, la méthode de communication des documents n'est cependant pas précisée.

**6. FIABILITÉ DES TRANSACTIONS**
Le CCRRA rappelle certaines conséquences négatives que pourrait entraîner l'utilisation d'un système informatique non sécuritaire. Il incombe aux fournisseurs de produits d'assurance en ligne d'utiliser des systèmes assurant la fiabilité des transactions conclues sur le Web.

**7. PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS**
Afin d'éviter le risque de fuite de renseignements personnels, l'usurpation d'identité, les fraudes, les détournements et le blanchiment d'argent, le CCRRA réitère l'importance de protéger les renseignements personnels des consommateurs.

**8. DÉSIGNATION DES BÉNÉFICIAIRES**
Le document de discussion du CCRRA posait la question à savoir si on devait autoriser la désignation ou les changements de bénéficiaires par voie électronique. En l'absence de dispositions législatives précises autorisant la désignation de bénéficiaires par voie électronique, le CCRRA mentionne que les assureurs continuent actuellement d'exiger que les désignations soient faites sur support papier. Or, la Colombie-Britannique et l'Alberta ont récemment apporté des changements à la réglementation qui pourraient rendre les assureurs plus enclins à accepter des désignations de bénéficiaires par voie électronique. Le Comité du CCRRA prend position à ce sujet et recommande que les assureurs aient en place des systèmes efficaces pour offrir aux consommateurs la possibilité de désigner et de changer les bénéficiaires par voie électronique.

**9. RÉSILIATION DU CONTRAT**
Dans le document de discussion de janvier 2012, le CCRRA posait la question à savoir si on devait permettre aux assureurs de résilier un contrat par voie électronique, si les deux parties y donnaient leur consentement. Or, le CCRRA mentionne que la Colombie-Britannique et l'Alberta ont

*Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.*

récemment choisi de maintenir l'exigence de l'envoi d'un avis de résiliation d'assurance sur support papier. Malgré les avis partagés sur le sujet dans le cadre de la consultation, le CCRRA choisit le *statu quo* sur cette question; l'organisme ne recommande aucun changement aux pratiques existantes de résiliation de contrat pour le moment.

**10. SITES DE COMPARAISON**

Le CCRRA soulève certaines questions liées aux sites de comparaison, notamment quant à leur indépendance, la divulgation de l'information aux consommateurs, si ces sites participent ou non à des transactions d'assurance et s'ils sont assujettis à la réglementation. Le constat global du CCRRA au sujet des sites de comparaison indique qu'aucune règle additionnelle n'est nécessaire pour le moment. Il ajoute cependant que ces sites devraient être visés par les mêmes obligations que les entités assujetties au cadre réglementaire actuel et que les organismes de réglementation devraient faire respecter la législation applicable à leur égard.

**11. MÉDIAS SOCIAUX**

En raison de l'utilisation croissante des médias sociaux dans l'industrie de l'assurance, notamment à des fins de marketing, le CCRRA se prononce sur le sujet en réitérant que les médias sociaux sont une forme de communication comme une autre. L'organisme réitère que les règles concernant, notamment, l'éthique, la publicité, la pertinence et la tenue de dossiers doivent être suivies lorsque les assureurs et les représentants utilisent les médias sociaux.

**PROCHAINES ÉTAPES**

Le CCRRA invite maintenant les membres de l'industrie à formuler leurs commentaires sur ses recommandations d'ici le 26 juillet 2013. Le Comité de commerce électronique du CCRRA examinera les commentaires des intervenants. Les recommandations définitives seront ensuite adoptées et publiées par le CCRRA. Il est à noter que les mémoires communiqués seront rendus publics par le CCRRA.

**CONCLUSION**

Ces recommandations serviront de guide aux régulateurs des différentes provinces dans le but d'harmoniser la pratique et l'encadrement de l'offre et de la distribution de produits d'assurance au Canada. Considérant l'implication de l'Autorité des marchés financiers à l'élaboration de l'énoncé de principes du CCRRA, ces recommandations laissent entrevoir l'orientation que prendra l'encadrement de la distribution de produits d'assurance par Internet au Québec. Dans l'intervalle, il sera intéressant de voir la réaction de l'industrie à l'égard des balises suggérées par le CCRRA.

---

[1] Le CCRRA est un forum national qui permet aux organismes de réglementation des provinces canadiennes de collaborer en vue d'améliorer la réglementation des assurances pour veiller à l'intérêt du public.

*Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.*