Clarifications concernant l'offre de produits d'assurance par Internet

19 janvier 2023

Auteurs

Marie-Claude Cantin

Associée, Avocate

Gabrielle Mathieu

Avocate principale

Au début de l'année 2022, l'Autorité des marchés financiers (l' « **AMF** ») a mené des consultations particulières sur l'offre de produits financiers par Internet. À la suite de ces consultations, l'AMF a publié à la fin décembre 2022 des explications à l'égard du *Règlement sur les modes alternatifs de distribution* (le « ***RMAD*** »)[1].

Voici quelques éléments essentiels sur lesquels l'AMF apporte des clarifications :

Définitions

L'AMF précise le sens de certains termes et expressions apparaissant au *RMAD* permettant ainsi de clarifier les obligations des cabinets quant à l'offre de produits d'assurance par Internet :

> « Fournir » ou « présenter » un renseignement : implique de le livrer, le donner, le rendre au client sans que celui-ci ait une action à réaliser. Le client ne doit pas avoir à chercher le renseignement pour le trouver. Ainsi, il n'est pas suffisant de rendre ces renseignements accessibles ni de référer à la police pour obtenir ceux-ci[2].
> « Rendre visible en tout temps » : le client doit toujours voir cette information, peu importe la page où il se trouve. Le moyen de contacter un représentant est le seul élément qui doit être visible en tout temps sur l'espace numérique transactionnel. Des modalités permettant de présenter cette information doivent être aussi prévues pour les sites adaptés aux personnes non voyantes ou pour les personnes faisant appel à un assistant vocal[3].
> « Rendre disponible un représentant » : l'AMF requiert seulement qu'un représentant soit disponible durant les heures normales d'ouverture de bureau[4].
> « Rendre accessible aisément un renseignement » : le client peut choisir de prendre connaissance du renseignement et le trouver facilement. L'information doit être accessible en un ou deux clics. Par exemple, un hyperlien ou une icône sont des façons de rendre accessible un renseignement[5].

Pour cette obligation, l'hyperlien peut être utilisé pour rediriger le client vers un site ou un document externe à l'espace numérique[6]. Les documents externes qui sont accessibles par hyperliens doivent

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

être à jour, par exemple le spécimen de police d'assurance.

Résumé de la politique sur le traitement des plaintes

L'AMF précise que le résumé de la politique portant sur le traitement des plaintes auquel le *RMAD* réfère doit être celui du cabinet opérant le site transactionnel et non celui d'un tiers. Ainsi, un cabinet de courtage en assurance de dommages ne peut référer au résumé de la politique d'un assureur[7].

Identification du cabinet

Un cabinet peut afficher les logos de partenaires sur son espace numérique, seulement si cela ne prête pas à confusion. Le client doit savoir quel cabinet exploite l'espace et être capable de le distinguer des partenaires qui n'offrent pas les produits ou services[8].

Garanties, exclusions et limitations

L'AMF souligne qu'elle a constaté au cours de ses activités de surveillance que les garanties semblent bien présentées dans les espaces numériques. Cependant, la présentation des exclusions et parfois celle des limitations n'est pas faite avec autant de rigueur.

Puisque les exclusions et les limitations sont des informations nécessaires à la prise de décision éclairée du client, l'AMF invite les cabinets à y porter attention et à choisir celles-ci à partir d'une analyse judicieuse[9].

Suspension de la transaction

L'AMF vient clarifier comment appliquer les critères de l'article 14 du RMAD, plus particulièrement le paragraphe 3 de cet article qui prévoit qu'un cabinet doit suspendre une transaction **amorcée par l'entremise de l'espace numérique lorsqu'aucun représentant ne peut agir immédiatement auprès d'un client qui en exprime le besoin et qu'il y a un risque que ce dernier ne soit pas en mesure de prendre une décision éclairée.**

L'AMF précise que c'est au cabinet d'apprécier ses risques et de les gérer. Afin de déterminer s'il existe un tel risque, l'AMF propose les solutions suivantes :

> Le cabinet pourrait faire une mise en garde au client : « Voulez-vous poursuivre le processus malgré le fait qu'aucun représentant n'est disponible pour le moment? »;
> Le cabinet pourrait afficher les disponibilités de ses représentants;
> Si le client décide de conclure le contrat par l'entremise de l'espace numérique, le cabinet pourrait s'assurer qu'un représentant le contacte dans les 24 heures suivantes.

La suspension de la transaction n'a pas à être immédiate, elle peut être faite à la fin de la transaction avant la conclusion du contrat.

Par ailleurs, l'interruption de la transaction ou une suspension temporaire est également nécessaire si une contradiction ou une irrégularité dans les renseignements que le client fournit peut mener à un résultat inapproprié[10]. L'espace numérique doit être en mesure de détecter une telle contradiction automatiquement.

Si des contradictions sont détectées, l'AMF considère qu'il est préférable d'interrompre la transaction. Il est aussi possible de suspendre temporairement celle-ci, le temps de communiquer des avertissements au client quant aux conséquences de fausses déclarations et à l'importance de connaître sa situation complète, par exemple, et lui permettre d'effectuer des corrections, le cas échéant[11].

Pour mieux comprendre les obligations du RMAD, nous vous invitons à consulter notre bulletin Loi

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

141 : Aide-mémoire pour l'offre de produits d'assurance par internet et la distribution sans représentant.

---

1. Cet outil est disponible uniquement en français pour l'instant; *Règlement sur les modes alternatifs de distribution*, RLRQ, c. D-9.2, r. 16.1.
2. Autorité des marchés financiers, Explications à l'égard du règlement – Le RMAD expliqué article par article (ci-après « **Explications** »), art. 7, 9, 11, 12 et 12.2. La même interprétation doit être faite de l'expression « expliquer une information » ou « donner un renseignement » en vertu de l'article 12.1 du RMAD.
3. Explications, art. 8.
4. Explications, art. 8.
5. Explications, art. 8 et 10.
6. Explications, art. 8 et 10. Pour les documents et sites externes, le moyen de rejoindre le représentant n'a pas à être affiché en tout temps. Il est important de noter qu'en vertu de l'article 9 *RMAD*, un document qui doit être « fourni » ou « présenté » au client ne peut pas se trouver sur un site externe.
7. Explications, art. 8.
8. Explications, art. 8, par. 1.
9. Explications, art. 9.
10. Par exemple, il y a contradiction si le client déclare ne pas avoir d'enfant, mais sélectionne tout de même une assurance pour ses enfants.
11. Explications, art. 14.

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