



Mémoire de la FCAIQ sur la réforme de la loi 188

Tables des matières

1. Qui est la FCAIQ
2. Introduction
3. Distribution sans représentants
4. Centre d'information
5. Les pratiques commerciales
6. Assurance d'erreur professionnelle
7. Inspection professionnelle

1. Qui est la F.C.A.I.Q.

À l'heure où l'industrie des assurances est en profonde transformation, la Fédération des courtiers d'assurance indépendants du Québec (FCAIQ) souhaite permettre aux consommateurs et aux professionnels du milieu, de mieux distinguer les courtiers d'assurance indépendants des grandes entreprises.

L'objectif de la FCAIQ est de mieux faire comprendre la transformation actuellement en cours et d'en faire connaître tous les enjeux, notamment la notion d'indépendance, afin de permettre aux consommateurs et autres intervenants de l'industrie de faire des choix et prendre des décisions plus éclairées en toute connaissance de cause et en toute transparence.

La FCAIQ vise également à se doter des meilleurs moyens possibles pour faciliter la transmission de cette information aux consommateurs et de s'assurer à ce que les meilleurs intérêts de ces derniers soient protégés.

Pour cette raison, la FCAIQ a créé un sceau de certification qui permet d'identifier clairement et facilement un courtier certifié indépendant.



Considérant que l'Autorité des marchés financiers (AMF) oblige les courtiers qui ont des liens financiers avec un ou plusieurs assureurs de les divulguer aux consommateurs pour que ce dernier puisse faire un choix éclairé, la FCAIQ veut donner la même possibilité aux courtiers indépendants auprès des consommateurs.

Grâce à la FCAIQ, il est désormais plus facile d'identifier un courtier indépendant avant même de communiquer avec celui-ci, car le consommateur dispose d'un outil de transparence lui permettant de faire un choix éclairé.

2. Introduction

Voici les changements importants que la loi 188 a apportés en remplaçant la loi 134 :

Réorganisation des organismes

- La création de l'Autorité des marchés financiers (AMF) et la disparition du bureau des services financiers (BSF).
- La création de la chambre de l'assurance de dommages (Chad)
- La disparition de l'association des courtiers d'assurance du Québec et du conseil d'assurance de dommages
- La création du centre d'information du consommateur et la délégation au Bureau d'assurance du Canada (BAC).

La FCAIQ est en accord avec les bienfaits apportés à l'industrie pour les raisons suivantes :

- L'AMF détient une belle notoriété auprès du public et est un centre d'information incomparable autant pour le consommateur que pour les intervenants de l'industrie.
- La Chambre de l'assurance de dommages encadre bien la formation, la certification et la discipline de représentants certifiés.

Notre préoccupation au niveau des délégations est celle du centre d'information au Bureau d'assurance du Canada au détriment de la Chambre d'assurance de dommages.

Ce qui gouverne notre préoccupation c'est que le BAC est une association sectorielle qui représente les sociétés privées d'assurance et qui ne répond aucunement aux règlements de gouvernance. Notamment aucun représentant du public ne siège sur le conseil d'administration. À cet effet voici la mission du BAC que nous retrouvons sur leur site internet :

*Créé en 1964, le **Bureau d'assurance du Canada** est l'association sectorielle nationale qui représente les sociétés privées d'assurance habitation, automobile et entreprise du Canada. Ses sociétés membres représentent près de **90% du marché de l'assurance de dommages** au Canada. L'industrie de l'assurance de dommages emploie plus de **118 600 Canadiens**, paie des impôts de plus de **7 milliards de dollars en taxes et impôts** aux gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux et gère en tout des primes de **46 milliards de dollars**, dont environ la moitié provenant de l'assurance automobile.*

Le rôle du BAC est d'intervenir au nom de ses membres. Dans cette optique, le BAC :

- **il prévoit et règle les problèmes** qui peuvent survenir au sein de l'industrie
- **il pressent les occasions** de repérer, de façonner et d'influencer les changements de façon à répondre aux besoins commerciaux de ses membres
- **il exerce des pressions** sur les gouvernements fédéral et provinciaux en vue d'obtenir des modifications aux politiques publiques et des améliorations au cadre opérationnel des entreprises qui profiteront aux assureurs de dommages et à leurs clients.

Le BAC travaille sur de nombreux dossiers afin d'accroître le degré de compréhension de la population à l'égard de l'assurance habitation, automobile et entreprise. La compréhension du public est également favorisée dans les cinq centres d'information aux consommateurs régionaux du BAC où des employés dûment formés et possédant de nombreuses années d'expérience au sein de l'industrie ainsi que dans le domaine des relations avec les gouvernements répondent chaque année à des dizaines de milliers de demandes de renseignements présentées par les consommateurs.

3. Distribution sans représentant certifié

Au début de la loi 188, il y avait 3 exemptions à la certification, soit l'assurance voyage, l'assurance prêt et l'assurance hypothécaire. La raison de ces exemptions avait été justifiée par un droit historique étant lié à un produit fabriqué par eux. Cela a permis aux agences de voyages (fabricants de forfaits voyage) et aux banques (fabricant de prêts) d'offrir des produits d'assurances sans certification. Par la suite, principalement en 2009 suite au jugement réfutant la nomination de garantie de remplacement automobile en produit assurance par la cour d'appel, il a été permis aux concessionnaires de vendre ces produits d'assurance par l'introduction de la FPQ no 5. La FCAIQ est d'avis que dans l'intérêt ultime des consommateurs, il serait préférable de reculer surtout en ce qui concerne les concessionnaires suite aux erreurs magistrales de fausses représentations et de problèmes d'applications aux réclamations tel que constaté par l'AMF. Les sanctions récemment imposées par l'AMF en font d'ailleurs foi. Par contre, comme nous sommes conscients qu'il y aurait de grandes réticences à cet effet, que le tout pourrait discréditer l'endossement que les divers partis politiques ont démontré à travers les années en composant avec cette réalité sans agir (sûrement par méconnaissance de l'industrie ou par ignorance du problème) et qu'il faudrait quelques années pour arriver à corriger la situation, nous proposons une solution alternative étant beaucoup plus acceptable, mais des plus crédibles aux yeux de tous selon nous.

Afin de protéger le public, il serait plus adéquat que toute personne distribuant quelque produit d'assurance que ce soit doive détenir une certaine certification afin que les consommateurs sachent que peu importe par le biais de qui ils achèteront un produit d'assurance au Québec, cette personne fera l'objet d'un « minimum » de surveillance et d'encadrement. Qu'un produit, du fait de sa simplicité et/ou uniformité fasse l'objet d'une exclusion dans la loi quant au profil de qualification requis par un individu pour le distribuer est une chose ; ne pas soumettre ce même individu à un minimum de surveillance en pensant que la simplicité du produit fait en sorte que le consommateur n'est aucunement à risque en est une autre. Nous croyons donc que tout individu impliqué dans une transaction de vente se rapportant aux exclusions dans la loi devrait obligatoirement être enregistré à l'AMF et conséquemment être sujet au Code de déontologie qui prévaut en assurance de dommages et faire l'objet des mêmes contrôles et mode de surveillance (inspection, syndic, etc.) qu'un courtier d'assurance sans pour autant devoir détenir les mêmes qualifications ou formations que ce dernier. Une forme de représentant certifié « spécial ». Nous suggérons également de rendre les sanctions imputables à l'employeur et/ou l'entreprise puisque ceux-ci ont un rôle directionnel sur leurs employés effectuant la vente de ces produits donc se trouve en conflit d'intérêts.

Puisque les non certifiés actuels n'ont pas d'assurance d'erreur professionnelle, la FCAIQ propose de leur en imposer une, car les conséquences pécuniaires découlant d'une faute professionnelle peuvent être tout aussi importantes.

Dans la même veine, l'assurance titre pose actuellement problème, puisqu'elle est distribuée par les notaires principalement. Ces derniers peuvent être perçus comme des référenceurs pour un assureur direct ou comme distributeur en expliquant le produit, en le facturant et en conservant une partie importante de la facture du consommateur. La FCAIQ a beaucoup de difficulté à suggérer à l'AMF une solution viable, puisque le notariat fait partie des professions interdites par le code de déontologie des courtiers d'assurances.

4. Centre d'information

La FCAIQ recommande de transférer le centre d'information sur les assurances du BAC à la Chad. Cette recommandation résulte du fait que le BAC ne répond pas aux normes minimales de gouvernance et que la Chad y répond en tout point. Nous croyons que ce transfert apportera les avantages suivants :

- Créer une compétence technique en assurance à la Chad.
- Permettre de rapprocher le consommateur du processus de plainte déontologique.
- Permettre d'augmenter le niveau de confiance du consommateur de ne pas être initialement référé à un organisme de défense des assureurs, mais plutôt à un organisme sous-jacent du ministère des Finances.
- Permettre d'avoir un système de gestion déontologique unique, équitable et uniformisé, procurant une protection équivalente à travers l'ensemble des canaux de distribution pour les représentants certifiés ou non.

5. Les pratiques commerciales

Limitation de l'actionnariat à 20%

La FCAIQ est en accord avec les fondements d'une limitation de l'actionnariat d'un assureur dans un cabinet de courtage dans le but de protéger le conseil objectif et impartial de la distribution par courtage.

Historiquement cette limitation a permis aux cabinets d'être contrôlés par des entrepreneurs indépendants guidés par les intérêts de leurs clients

En 2005, l'affaire « Spitzer/AIG » a déclenché une grande polémique dans les médias. La dénonciation d'un représentant de SFL concernant les pratiques non éthiques (bonus, cadeaux, voyages...) dans l'industrie de l'assurance de personne a résulté à l'ouverture d'une enquête de l'AMF sur les pratiques en assurance. Cette enquête a rapidement dévié sur les liens entre assureurs et cabinets de courtage en assurance de dommages. Après 2 ans et la découverte de liens non conformes à la réglementation, l'AMF a imposé des sanctions monétaires à quelques assureurs fautifs. L'AMF a également inscrit de nouveaux règlements, non conformes à la limitation de 20%, permettant l'actionnariat jusqu'à 100% par l'entremise de sociétés apparentées ou de prête-nom. Cette réalité est toujours existante aujourd'hui. De plus, la problématique de concentration des volumes d'affaires est sous-jacente à cette réalité malgré qu'elle ne soit pas implicite. Cette enquête a donc démontré que la majorité des cabinets ne respectant pas la limitation de 20% sont majoritairement concentrés.

Il est déplorable de constater qu'aujourd'hui, lorsqu'un consommateur se présente dans un cabinet ne respectant pas la loi 188, et la limitation de son actionnariat, il est pour lui impossible d'en être informé. Ne rien faire a pour effet de cautionner cette situation. Nous reconnaissons qu'il n'est pas simple de démontrer que cette situation peut causer préjudice au consommateur par contre on le laisse bien volontiers sous l'impression d'être dans une entreprise familiale ou gérée par un entrepreneur indépendant. De plus, dans l'industrie, cela a mené avec le temps, à une culture d'omerta imposée par les assureurs délinquants et leur prête-nom, créant un malaise et une iniquité envers ceux qui respectent la loi.

Le fait que la divulgation ne soit pas contrôlée, que le registraire ne demande que les actions votantes comme déclaration obligatoire et que la revente de toute détention non conforme soit impossible impose une ouverture d'esprit afin de corriger la situation.

Il serait possible de sanctionner les fautifs, mais nous croyons que cela diviserait profondément l'industrie du courtage et serait improductif. Nous préconisons donc, de permettre l'actionnariat ou la propriété de clientèle jusqu'à 100% en introduisant une nouvelle catégorie d'entreprise ou d'assurance soit : L'AGENCE telle que nous pouvons l'observer en Europe. Cette catégorie pourrait regrouper les cabinets contrôlés par les assureurs et les agents ne distribuant pas uniquement les produits d'un seul assureur. Une condition essentielle en termes de transparence pour le consommateur doit consister en l'imposition de la prédominance du nom et de la marque de commerce de l'assureur sur toute publicité, enseigne, documentation, etc.

Exemple :

Nom courtier, division de

Nom Assureur

ou

Agence « Nom Assureur »

Nom courtier

Nous croyons qu'il sera plus simple d'imposer le statut d'AGENCE à tout cabinet dépassant 50% de propriété ou de contrôle (des actions ou de la clientèle) par un assureur ou ses sociétés apparentées pour les raisons suivantes :

- L'imposition des nouvelles normes comptables internationales pour les sociétés apparentées obligeant notamment aux assureurs de divulguer ces actifs depuis la dernière année.
- Nouvelles sanctions pour ceux qui ne divulgueraient pas leur propriété par l'entremise d'ententes cachées, entre autres par l'entremise de professionnels agissant sous le sceau de la confidentialité, pénalisant toutes les parties impliquées.

Ces Agences permettraient également aux agents d'assureurs directs de vendre des produits disponibles par d'autres assureurs (ex : non-standards), et ainsi éviterait la fusion des titres d'agent et de courtier tel que suggéré par la Chambre de l'assurance de dommage.

Les ententes de distributions entre les cabinets d'assurance de dommages et les assureurs.

La FCAIQ demande à L'AMF d'interdire, les clauses contradictoires au code de déontologie des représentants certifiés comme courtier d'assurance de dommages régie par la Chambre de l'assurance de dommage.

En terminant, nous croyons que le consommateur a droit à la transparence et de savoir s'il transige réellement avec un intervenant ayant comme seule priorité les intérêts de ses clients ou si l'intervenant se trouve en conflit d'intérêts entre ceux de son client et ceux de son propriétaire assureur.

Afin d'illustrer la situation, nous avons annexé la liste des 45 plus grands courtiers du Québec en indiquant les liens de propriété des assureurs.

6. Assurance d'erreur professionnelle

La loi 188 impose à tout certifié de détenir une police d'assurance d'erreur professionnelle. Il est par contre de notoriété publique qu'aucun agent ou presque ne détient une telle police.

Cette situation met le consommateur dans une position de négociation commerciale inégale lorsqu'un assureur direct n'acquiesce pas à sa demande lors d'un litige. Il serait donc préférable d'imposer cette obligation autant pour les agents, les agences et les cabinets de courtage pour permettre ainsi au consommateur de faire face à un assureur d'erreur professionnel (distinct de l'employeur) qui l'indemniserait et imposerait par la suite des correctifs opérationnels dans son acceptation du risque ou dans l'établissement de sa prime de renouvellement. Cette démarche est également beaucoup plus facile pour le consommateur qui fait face à un intervenant impartial. Cette lacune crée actuellement un avantage financier aux assureurs directs et une fausse impression de protection pour le consommateur.

Il va sans dire également que le consommateur a souvent l'impression qu'après avoir passé par le département des plaintes de l'assureur que ses recours sont épuisés et qu'il doit se résigner à accepter la décision finale qui en fait, provient du même assureur faisant l'objet du litige. Encore une fois, absence d'impartialité dans le processus !

7. Organisme Autoréglementation complet

La procédure d'inspection professionnelle a été introduite par l'AMF bien après l'arrivée de la loi 188. Une distinction a été faite divisant les cabinets inspectés dans leurs procédures opérationnelles et déontologiques en plus ou moins de 25 employés certifiés. La FCAIQ comprend et accepte très bien la pertinence d'une telle distinction, car cela a permis à la Chad (qui inspecte les 25 certifiés et moins) de bâtir ce département, d'embaucher le personnel compétent et de structurer la procédure. Cette fonction a permis d'apporter des correctifs importants dans les entreprises qui ont pu bénéficier de ce service et le consommateur en est le grand gagnant.

Il serait souhaitable de connaître le nombre d'inspections faites par l'AMF (pour les 25 certifiés et plus), mais nos recherches ne nous ont permis que de découvrir quelques rares inspections ayant été faites jusqu'à maintenant. Nous avons plutôt découvert que les assureurs directs ont eu la permission de s'auto-inspecter et que les grands cabinets de courtage n'ont eu aucune possibilité en ce sens.

Deux instances distinctes et différentes (Chad et AMF) pour faire respecter la même réglementation ne peuvent faire autrement que de créer des différences de plus en plus importantes et de l'inconsistance et de l'iniquité dans l'application de la déontologie et la protection du public. Cette réalité laisse le consommateur négocier souvent avec 2 façons d'opérer.

La FCAIQ demande donc à l'AMF de déléguer à la Chad cette partie afin d'inclure l'ensemble des entreprises et ainsi rendre équitable et uniforme cette obligation essentielle dans une optique de respect des normes pour la protection du consommateur.

De plus la Chad est depuis sa création l'organisme de référence dans l'industrie. Elle a réussi haut la main la majorité des mandats qui lui ont été confiés soit la certification, la formation continue ainsi que la discipline. Sa structure a même réussi à intégrer des représentants du public et des intervenants de tous les secteurs de l'industrie soit les agents, les courtiers, les experts en sinistres et les assureurs directs.

La transformation que la FCAIQ souhaite voir s'accomplir pour le bien de l'industrie et une protection ultime et crédible pour les consommateurs est maintenant de voir la Chad devenir un organisme d'autoréglementation complet. C'est pourquoi les fonctions que l'AMF avait conservées dans le passé devraient être dorénavant cédées à la Chad.

Pour permettre une notion de leadership et rendre sa présidence plus redevable envers le public et l'industrie, il serait par contre très important d'exiger que la présidence de cet organisme soit confiée obligatoirement à un certifié tel que c'était lors de sa création. De plus, tel est habituellement la norme dans tous les autres OAR.

8- Distribution internet

La FCAIQ reconnaît les grandes tendances actuelles notamment, la présence de l'internet et la consommation croissante par ce mode de communication. Nous croyons cependant qu'il serait irresponsable et inacceptable de simplement s'appuyer sur ces grandes tendances pour expliquer que l'on abandonne la protection du public ou encore que l'on cède cette protection aux grandes entreprises ayant pour principale raison d'être la délivrance des meilleurs résultats financiers possibles à leur actionnaire plutôt que la protection des meilleurs intérêts des consommateurs.

Nous croyons également que l'internet a amené une nouvelle notion dans la consommation en générale soit celle de vouloir prendre ses propres décisions seules en ayant puisé au préalable le maximum d'information disponible bien souvent en provenance de l'internet également. Cette notion a pour effet de libéraliser la consommation au sens large. Contrairement à ce qui est mentionné dans le Rapport de mai 2015, nous ne croyons pas que le conseil est une valeur ajoutée considérant la complexité de l'industrie et ses produits (même automobile). Nous reconnaissons cependant que certains consommateurs puissent malgré tout préférer contracter eux-mêmes un produit d'assurance par le biais de l'internet, mais nous jugeons essentiel qu'il le fasse en toute connaissance du risque qu'il prend à se faire.

Il nous apparaît également important de ne pas tomber dans le piège des mots pouvant être présentés comme des synonymes, mais dans les faits, ne l'étant aucunement :

Il faut distinguer « l'information » de « l'expertise » lorsque l'on parle d'un domaine aussi important pour les consommateurs que l'assurance. En fait, nous ne sommes pas dans un domaine où l'enjeu maximal d'une mauvaise transaction est le prix payé, mais plutôt la valeur de ce qui est assuré ; la différence est monumentale ! Pour l'assurance d'une résidence de \$750,000 ou le client payerait \$2,000 de prime annuellement, l'écart entre les deux est de \$748,000 !!! En plus de représenter souvent le principal actif du consommateur dans toute sa vie. Aucun client ne pourrait prétendre être compétent et disposer d'expertise en assurance par le simple fait qu'il ait obtenu certaines informations sur l'internet. La profession requiert des années de formation, le maintien d'un droit de pratique, l'obtention d'unités de formation continue, le respect d'un code de déontologie, etc.

Il faut également distinguer « l'accompagnement » du « conseil ». L'accompagnement est un mot souvent utilisé par les apôtres de la distribution internet, mais il ne sert qu'à guider le consommateur à travers le site de l'assureur et lui donner un certain cheminement transactionnel (et non le conseiller). Il ne sert que le côté pratique d'une transaction ainsi que les seuls intérêts de l'assureur. Le conseil quant à lui n'a pour seule vocation la protection du consommateur.

La distribution par Internet devrait considérer selon nous 3 aspects extrêmement importants :

- Si un assureur désirait offrir des produits d'assurances sur Internet sans l'implication d'un représentant, sa première obligation avant même que le client ait pu fournir quel qu'information que ce soit quant à ses besoins devrait être de faire une page initiale ou le client serait avisé en gros caractères du fait qu'il ne recevra aucun conseil professionnel par le biais de ce mode d'achat. Également, que ce mode de distribution ne fasse l'objet d'aucun code déontologique, n'est pas sous la surveillance d'instance telle la Chad et que le client fait cette transaction à son seul risque.

Aucun autre message ne devrait apparaître sur cette page et le consommateur devrait obligatoirement accepter cette condition pour pouvoir continuer dans le processus.

À notre connaissance, il n'y a qu'un seul autre secteur d'activité étant sujet à un code de déontologie qui distribue ses services par internet et il s'agit des valeurs mobilières par le biais du courtage à escompte. Ceci dit, il est d'une évidence absolue que les avis étant fait aux consommateurs sont volontairement banalisés/cachés/évités lorsque l'on constate la grosseur de caractères de ses avis (TRÈS TRÈS petit) et l'endroit au les avis sont faits (à la dernière page du prospectus au bas).

- Si quelques personnes que ce soit devaient intervenir dans le processus de vente internet (téléphone, centre d'appel, clavardage, etc.), ces personnes devraient obligatoirement être certifiées comme la loi le prévoit ;
- Advenant qu'un tel droit de distribuer sur internet sans aucune intervention de certifié soit octroyé, il devrait l'être pour tout intervenant de l'industrie ayant ce désir donc un cabinet de courtage désireux d'offrir cette même méthode de distribution devrait pouvoir le faire et selon les mêmes conditions, car les fondements seraient les mêmes.

Aparté : nous tenons à soumettre aux ministères des Finances qu'une interdiction d'utiliser l'exemption du gain en capital de 750 000\$ pour le transfert à la génération suivante a contribué à l'érosion des entreprises indépendante respectant la règle du 20% des cabinets en assurance de dommage. L'entrepreneur vendant cette dernière à un assureur plutôt qu'à son enfant a ainsi accès à l'exemption du gain au capital et cela a causé la disparition de la majorité des PME dans notre secteur et dans bien d'autres.

Merci !

Déposé le 30 septembre 2015

Annexe – Liste de 45 plus grands cabinets du Québec et lien des assureurs

Source: Le Journal de l'Assurance - édition septembre 215 / Registraire des entreprises du Québec

Nom du Cabinet	Assureur actionnaire	volume de prime (M\$)	Nombre de courtiers	Nombre d'employés
Lussier Dale Parizeau		355	400	600
BFL Canada		200	116	178
Univesta	Intact	195	200	300
Groupe Cyr & Lyras/la Turquoise	Intact	180	203	270
EGR	Intact	158	120	150
Essor Assurance	Intact	140	150	200
PMT Roy	Intact	125	175	250
PMA Assurances	Intact	120	175	200
GPL		100	71	100
Vézina Assurances		82	50	80
Groupe DPJL	Intact	80	80	130
Harmonia Assurance	Intact	65	75	100
Généralys Assurance	Intact	50	70	100
RGA Assurance		50	70	100
Assurances Fort		45	54	ND
Invessa Assurance		43	63	ND
Racine & Chamberland		42	54	70
Lareau Assurances		40	65	83
Assurances Groupe Vézina	Intact	40	70	100
MP2B	Intact	40	34	60
Ostiguy Gendron	Intact	40	35	45
DPA Assurance	Intact	37	47	54
Langelier Assurances		35	33	55
Burrowes Courtiers d'Assurance		35	26	ND
Groupe Viau		35	41	50
Groupe Verrier		30	25	ND
Cantin Gagnon Assurances	Intact	30	43	55
Leclerc Assurance	Aviva	30	33	60
Courtiers Multi Plus		30	33	38
Assurancia Groupe Tardif	Intact	30	52	60
Deslauriers et Associés		28	39	51
Gagnon Rochette	Intact	25	34	42
J.A. Lemieux & Fils	Intact	25	38	52
Unicour Assurances	Intact	22	30	ND
Favreau Gendron	Intact	22	29	35
Paré Assurances	Intact	21	38	48
Courtika	Intact	20	ND	40
Chapdelaine Assurances		20	30	40
Assurance Jones		20	24	ND
Seymour Alper		20	26	ND
Dubé Cooke Pedicelli		20	27	40
ABZ		20	25	ND
Assurances Provencher Verreault		20	25	ND
Lemieux Assurances	Intact	20	29	40
Groupe BLP & Rivard Assurances	Intact	20	24	27
Bessette (Roméo Bessette & Fils)	Intact	20	19	29
Volume prime avec assureur actionnaire		1555	55%	
Volume prime sans assureur actionnaire		1250	45%	
		2805		