

PAR COURRIEL

Québec, le 30 septembre 2015

M. Richard Boivin  
Sous-ministre adjoint aux politiques relatives aux institutions financières et au droit  
corporatif  
Ministère des Finances  
8, rue Cook, 4<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 0A4

Objet : Mémoire sur le Rapport d'application de la Loi 188 (LDPSF)

---

Monsieur le Sous-ministre adjoint,

Nous avons procédé à une analyse attentive du *Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et services financiers* déposé à l'Assemblée nationale par M. Carlos Leitão, ministre des Finances, au mois de mai 2015 en application de l'article 580 de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers (RLRQ, chapitre D-9.2)*.

À cet effet, il nous fait plaisir de vous transmettre avec la présente le mémoire de notre société traitant plus spécifiquement des aspects concernant le régime de la distribution sans représentant, notre société étant directement visée par ces dispositions dans le cadre de la distribution de produits d'assurance de remplacement, d'assurance-vie et d'assurance invalidité en faveur de certains consommateurs de manière accessoire à l'exploitation de ses activités principales.

Par ailleurs, nous vous demandons de maintenir la confidentialité de la présente lettre et du mémoire que nous y joignons et, conséquemment, de ne pas publier ces documents sur le site Internet du ministère des Finances.

Nous demeurons disponibles pour répondre à toute question additionnelle ou pour fournir toute information jugée pertinente et complémentaire au mémoire joint à la présente lettre.

Veuillez agréer, Monsieur le Sous-ministre adjoint, l'expression de nos salutations distinguées.

Mario Champagne, MBA, ACAS  
Chef de la direction

p.j.

# GROUPE **PPP**

**Mémoire sur le  
Rapport sur l'application de la *Loi sur la distribution de  
produits et services financiers***

**Présenté au  
Ministère des Finances**

**Par  
Le Groupe PPP Itée et ses filiales**

**Septembre 2015**

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. Historique

D'entrée de jeu, il nous apparaît essentiel de vous présenter un résumé de la situation corporative de la société Le Groupe PPP Ltée (ci-après désignée « **PPP** ») ainsi qu'une description des activités des différentes filiales qui la composent afin d'illustrer en quoi les activités de PPP sont visées par le *Rapport sur l'application de la Loi sur la distribution de produits et services financiers* (ci-après le « **Rapport** »).

PPP a été constituée en 1980 sous le nom « Protection Prolongée des Concessionnaires Automobiles Ltée », pour ensuite devenir en 1999 « Le Groupe PPP Ltée ».

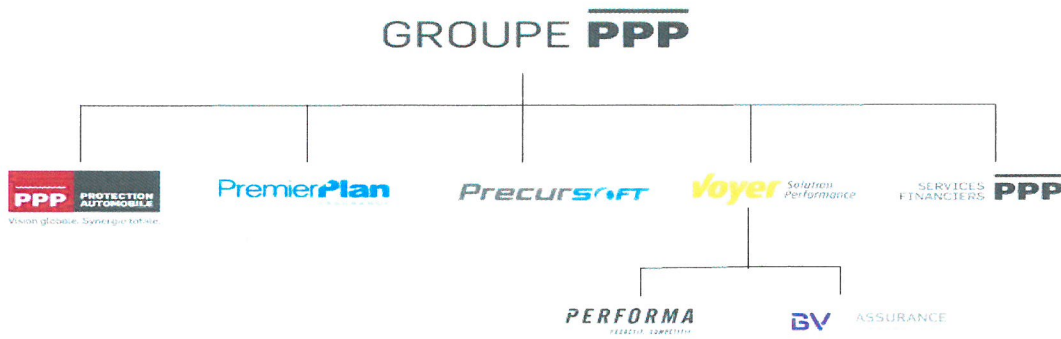
À toutes fins pratiques, l'actionnariat de PPP se compose de personnes qui détiennent et exploitent activement des concessions de véhicules automobiles neufs, ce qui est d'ailleurs une exigence essentielle de l'Autorité des marchés financiers.

Les activités de PPP ont grandement évolué depuis sa constitution. Originellement, PPP avait été créée afin de fournir des produits de garantie automobile supplémentaire (garantie mécanique) sous la juridiction de la *Loi sur la protection du consommateur*, lesquelles garanties étaient offertes aux consommateurs par les concessionnaires de véhicules automobiles neufs au moment de l'achat ou de la location d'un véhicule automobile. Ce produit est d'ailleurs toujours le produit vedette de PPP.

Plusieurs autres produits ont été développés depuis sa constitution, ces produits étant toujours destinés à être vendus ou offerts à des concessionnaires automobiles et leurs consommateurs via PPP et ses filiales.

Environ 35 ans après sa constitution, PPP est dorénavant une société employant approximativement 150 employés.

L'organigramme corporatif actuel de PPP se reproduit donc comme suit :



## 1.2. Activités exercées par PPP et ses filiales

Les activités exercées par les filiales de PPP sont diversifiées, mais touchent essentiellement le domaine de l'automobile. Vous trouverez ci-dessous une brève description des activités exercées par chacune des filiales de PPP mettant en relief la manière dont PPP est visée par le Rapport.

### 1.2.1. Voyer Solution Performance inc.

Voyer Solution Performance inc. est une entreprise dont la clientèle est concentrée dans la région de Montréal. Ses clients sont majoritairement des concessionnaires de véhicules automobiles neufs ainsi que quelques concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion.

Voyer Solution Performance inc. offre les services suivants au Québec :

- « Programme Allié »

Ce programme est une garantie automobile supplémentaire. Il protège les clients contre les revers d'une défaillance mécanique ou d'un accident.

- « Programme de Remboursement Protection ++ »

Ce programme permet aux consommateurs de demander le remboursement du prix de la convention de garantie automobile applicable à son véhicule ainsi que le prix de la convention de remboursement protection ++ jusqu'à un montant maximal de deux mille dollars (2 000,00 \$) suivant l'expiration de la garantie automobile supplémentaire, tant et aussi longtemps que le consommateur est le propriétaire du véhicule.

- « Assurance-crédit »

Ce programme inclut trois (3) bénéfices pour les clients :

- Assurance-vie : dans le cas où l'assuré décède, l'assureur rembourse la dette de l'assuré au créancier;
- Assurance invalidité : au cours d'une période d'invalidité totale de l'assuré, l'assureur paye les mensualités de l'assuré au créancier, en fonction de la couverture choisie;
- Assurance pour la perte involontaire d'un emploi : quand un assuré perd involontairement son emploi, l'assureur effectue les paiements mensuels de l'assuré en faveur du créancier.

- « Assurance de remplacement »

Ce produit est une assurance de remplacement entièrement indépendante de la police d'assurance automobile. Ce programme offre aux clients une paix d'esprit pour une période pouvant s'étendre jusqu'à huit (8) ans pour le remplacement de leur véhicule en cas de perte totale, le paiement des franchises, le remplacement des pièces d'origine dans le cas d'une perte partielle (sur les nouveaux véhicules et démonstrateurs) et le coût de location à court terme d'un véhicule.

- « Convention de financement »

Ce produit permet aux consommateurs de financer certains produits offerts par Voyer Solution Performance inc. selon certains termes et conditions.

PPP et ses filiales se sont toujours fait un devoir d'assurer la sécurité du public, le respect des droits des consommateurs et la qualité du service à la clientèle offerts par les concessionnaires qu'elle dessert. C'est pourquoi Voyer Solution Performance inc. offre deux (2) types de formation :

- « Formation F&I »

Cette formation d'une durée de quatre (4) jours est mise en place pour fournir tous les outils nécessaires aux personnes qui souhaitent travailler à titre de directeurs financiers dans le domaine de l'automobile.

- « Formation conseillers en ventes »

Cette formation de quatre (4) jours est mise en place pour fournir tous les outils nécessaires aux personnes qui souhaitent poursuivre une carrière à titre de vendeurs d'automobiles.

### **1.2.2. PPP Protection Automobile**

PPP Protection Automobile est une division de PPP dont la clientèle se situe majoritairement dans la grande région de Québec. Elle offre les mêmes produits et formations que Voyer Solution Performance inc. et, par conséquent, un climat de saine compétition règne entre les deux (2) entités. L'approche utilisée avec la clientèle est néanmoins différente et c'est la majeure distinction entre ces entités.

### **1.2.3. Premier Plan Assurance inc.**

Premier Plan Assurance inc. est un cabinet d'assurance de dommage offrant toute une gamme de produits d'assurance automobile, d'assurance habitation et d'assurance pour les entreprises.

### **1.2.4. Précursoft inc.**

Précursoft inc. a développé des solutions technologiques dans le but de combler les besoins des concessionnaires automobiles depuis les vingt (20) dernières années. Ayant une forte capacité d'écoute et d'expertise expansive, Précursoft inc. offre des solutions technologiques innovatrices, fiables et efficaces. Grâce à de la formation et du soutien personnalisé, elle contribue à une fidélisation de sa clientèle déjà bien établie. Précursoft inc. est en charge du côté technologique relié à chacun des produits décrits ci-haut et distribués par Voyer Solution Performance inc. et PPP Protection Automobile par le biais de deux (2) programmes distincts :

- « Le Portail »

Le Portail est un outil essentiel pour les concessionnaires de véhicules automobiles. Il facilite, améliore et renforce le travail et la performance du personnel des services financiers. Le Portail est convivial et parmi ses nombreux avantages, il:

- Fournit toutes les informations nécessaires sur les produits, tels que la garantie prolongée pour les automobiles, l'assurance de remplacement et diverses options d'assurance-crédit offertes par les filiales de PPP;
- Permet de préparer des devis en ligne et d'imprimer tous les documents requis;
- Permet d'enregistrer les réclamations de garantie prolongée en ligne;
- Permet de consulter tous les formulaires pertinents au travail des directeurs financiers ;
- Facilite l'exécution rapide et sans effort de tous les rapports mensuels exigés.

PPP est donc nécessairement visée par la Recommandation 1 du Rapport à l'effet qu'il faut « s'inspirer des recommandations du Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance pour mettre en place un cadre législatif souple qui permettra aux assureurs d'offrir leurs produits par Internet ».

- « Maestro F&I »

Ce logiciel est utilisé pour simplifier toutes les tâches quotidiennes relatives à la distribution des produits de PPP et de ses compétiteurs. Il contient un module de planification (notes, statistiques, fonctions d'agenda, etc.), un module d'inventaire qui inclut la capacité de créer des rapports sur mesure parfaitement adaptés à des situations particulières et à des besoins individuels, un module de détermination rapide des prix, un module de suivi pour les clients, un module de gestion des transactions, un module de production de rapports ainsi que des formations en ligne.

#### **1.2.5. BV Assurance inc.**

BV Assurance inc. est un cabinet d'assurance de dommages offrant toute une gamme de produits d'assurance automobile, d'assurance habitation et d'assurance entreprise. Elle est située à Saint-Hyacinthe. Sa clientèle est majoritairement locale.

#### **1.2.6. Services financiers PPP Itée**

Cette entité est la « propriétaire » de la convention de financement offerte par Voyer Solution Performance inc. et PPP Protection Automobile (nom d'emprunt de Le Groupe PPP Ltée) pour financer leurs produits.

#### **1.2.7. Performa Assurance inc.**

Performa Assurance inc. est un cabinet d'assurance de dommages représentant plusieurs assureurs dans le domaine de l'automobile. Elle est également détentrice de l'outil « Le Négociateur ».

## **2. COMMENTAIRES SUR LE RAPPORT**

La description des activités de PPP et de ses filiales démontre indéniablement le fait que les entités du groupe mettent tout en œuvre afin de protéger les intérêts des consommateurs en encadrant rigoureusement son personnel, notamment par les formations qu'elles donnent, son but ultime demeurant de fournir aux consommateurs le meilleur service à la clientèle possible pour qu'ils soient en mesure de prendre une décision éclairée quant à l'achat de divers produits accessoires au domaine de l'automobile.

Elles ont également un souci d'adapter leurs méthodes de distribution à l'avancement des technologies et souhaitent fournir la possibilité aux consommateurs de se procurer leurs produits par Internet en leur fournissant le plus d'outils possibles par le biais de la plateforme « Le Négociateur » telle que décrite ci-haut.

Il est également important de noter que PPP et ses filiales se font toujours un devoir de collaborer activement avec les organismes qui régissent leurs activités, notamment en consultant régulièrement l'Autorité des marchés financiers et l'Office de la protection du consommateur quant à des questions particulières.

Vous aurez sans doute remarqué que PPP et ses filiales sont également directement visées par le Rapport en ce qu'elles sont des distributeurs sans représentant dans le cadre de la distribution de l'assurance de remplacement, de l'assurance-vie et de l'assurance invalidité distribuées par le biais de Voyer Solution Performance inc.

Vous trouverez par conséquent dans cette section de notre mémoire, nos commentaires sur les recommandations qui ont été faites dans le Rapport en regard de la distribution sans représentant.

## **2.1. Guide de distribution**

Nous comprenons que le guide de distribution est un outil primordial visant à octroyer au consommateur tous les instruments nécessaires à sa prise de décision éclairée dans le cadre de l'acquisition d'un produit en lien avec son véhicule automobile. C'est d'ailleurs ce qui est ressorti de la consultation publique tenue par l'Autorité des marchés financiers du 26 novembre 2010 au 25 février 2011 lors de laquelle certaines recommandations ont proposé la création d'un gabarit de guide comprenant l'ensemble des informations obligatoires présentées plus clairement au consommateur et dans un langage adapté à son niveau de compréhension. Ces recommandations coïncident d'ailleurs particulièrement avec certains objectifs du Rapport énoncés aux pages 5 et 11, soit de « simplifier le cadre réglementaire et n'imposer que le fardeau strictement nécessaire, de façon à permettre un fonctionnement efficace de l'industrie des services financiers et, en particulier, du secteur de l'assurance » et de « soutenir la confiance des consommateurs envers l'industrie ».

Nous croyons que le guide de distribution tel que présenté au consommateur actuellement ne remplit pas pleinement l'objectif de permettre au consommateur de prendre une décision éclairée dans le cadre de l'achat d'un produit, puisqu'il est trop volumineux. Tout comme l'Autorité des marchés financiers l'a exprimé, nous sommes d'avis que plusieurs consommateurs ne prennent pas le temps nécessaire afin de lire l'entièreté des informations pertinentes à leur compréhension dans le guide de distribution.

Dans ce contexte, nous sommes pleinement en accord avec le fait de prévoir un guide simplifié qui contiendrait toutes les informations essentielles résumées pour le consommateur. Il est primordial qu'un tel document existe en complément d'une reproduction exacte du certificat de la proposition et/ou du certificat d'assurance pour permettre au consommateur, dans un premier temps, de prendre connaissance uniquement des informations essentielles lui permettant de se positionner face à son achat.

Nous ne contestons néanmoins pas le fait que le certificat doit contenir tous les éléments imposés par la législation ou la réglementation actuelle. Le guide simplifié serait donc utilisé en complément de ce certificat.



## 2.2. Période de résolution

La page 16 du Rapport fait état de la situation quant à la période octroyée au consommateur pour résoudre un contrat offert par un distributeur sans représentant et l'Autorité des marchés financiers propose en effet d'allonger la période de résolution prévue à l'article 441 de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (ci-après désignée « LDPSF ») de dix (10) à trente (30) jours, afin de permettre au consommateur de réviser sa décision et de vérifier si un autre produit lui conviendrait davantage.

Suivant notre analyse des pratiques actuelles en matière de résolution, nous sommes néanmoins d'avis qu'un délai de dix (10) jours est largement suffisant pour permettre au consommateur de maintenir ou non sa décision. Notre position s'appuie sur le fait que le prolongement d'un tel délai aurait sans aucun doute pour effet de causer un préjudice non souhaité aux commerçants en brisant l'équilibre fragile entre la protection du consommateur et l'importance de la stabilité des contrats.

En effet, le processus de résolution d'un contrat en matière d'assurance-crédit et d'assurance de remplacement donne lieu à des démarches administratives complexes et coûteuses pour les assureurs et les distributeurs. D'ailleurs, la *Loi sur la protection du consommateur* prévoit des délais de résolution pour certains types de contrat. Par exemple, l'article 73 de *Loi sur la protection du consommateur* octroie au consommateur un délai de deux (2) jours suivant la prise de possession d'une copie du contrat par les deux parties pour résoudre un contrat assorti d'un crédit, sans frais ni pénalité. Lors de la rédaction de la *Loi sur la protection du consommateur*, le législateur s'est, sans aucun doute, penché sur la raisonnable d'un tel délai et a manifestement choisi de prévoir un délai très court.

Ainsi, pour éviter la survenance d'un préjudice financier et administratif aux distributeurs et aux assureurs et pour éviter les impacts financiers majeurs en découlant pour les assureurs et les distributeurs si on appliquait un délai de résolution trop long, nous sommes d'avis qu'un délai de dix (10) jours est amplement suffisant pour permettre de remplir les objectifs de protection envers le consommateur, surtout dans le contexte des dispositions de la LDPSF.

## 2.3. Imputabilité des assureurs et distributeurs agissant à titre de mandataires

Les pages 16 et 17 du Rapport font état d'une présumée problématique au niveau du régime de distribution sans représentant en ce que ce régime assujettirait des personnes qui n'ont aucun lien avec le secteur financier à des dispositions précises et contraignantes alors qu'elles n'offrent des produits et services financiers qu'accessoirement à leurs activités principales. La seconde partie de cette problématique se situerait au niveau du fait que la plus grande partie de la responsabilité quant à la distribution reposerait sur une personne qui n'est pas nécessairement en mesure d'assumer cette responsabilité.

C'est pourquoi l'Autorité des marchés financiers propose de rendre les assureurs imputables du respect des obligations de leurs distributeurs et de confirmer le rôle des distributeurs à titre de mandataires de l'assureur afin d'imposer le respect de la réglementation à l'assureur plutôt qu'au distributeur.

Or, nous croyons que la LDPSF énonce suffisamment de règles et d'obligations tant pour les assureurs que pour les distributeurs pour permettre la protection du consommateur.

Avec respect, nous sommes totalement en désaccord avec l'affirmation contenue dans le Rapport à la page 17 à l'effet que :

« Une autre faiblesse importante du régime de DSR est qu'il fait reposer la majeure partie de la responsabilité de la distribution sur une personne qui n'est pas nécessairement en mesure d'assumer cette responsabilité. »

[nos soulignés]

Les dispositions de la LDPSF adoptées, il y a de nombreuses années, nous permettent d'affirmer sans hésitation que le législateur a déjà bien encadré le processus de vente de produits accessoires à l'automobile par l'adoption de multiples règles rigoureuses. Certaines de ces dispositions rigoureuses applicables à la distribution sans représentant sont d'ailleurs encore plus contraignantes et strictes que celles qui gouvernent, entre autres, les cabinets et les représentants d'assurance. L'obligation de remettre un guide de distribution contenant tous les éléments prescrits par la loi en est d'ailleurs une bonne illustration.

Il faut également se souvenir que les distributeurs sont déjà assujettis à une multitude de législations comme la *Loi sur la protection du consommateur* et la LDPSF. Nous sommes donc d'avis que les lacunes exposées dans le Rapport à ce niveau sont surestimées et ne nécessitent aucunement de modifier le titre des distributeurs pour les rendre mandataires des assureurs dans le cadre de la distribution de produits d'assurance et d'imputer une responsabilité additionnelle aux assureurs. Aucun fait survenu ni aucune problématique particulière vécue par le passé ne justifie de telles propositions.

#### **2.4. Programme d'inspection des distributeurs**

Toujours à la page 16 du Rapport, l'Autorité des marchés financiers propose de développer un programme d'inspection spécifique des distributeurs afin de vérifier s'ils respectent leurs obligations. Elle propose en outre la création d'un registre public permettant aux consommateurs de vérifier si les distributeurs sont autorisés à leur offrir des produits. Plus précisément, les recommandations soumises lors de la consultation publique sur la distribution sans représentant entre le 26 novembre 2010 et le 25 février 2011 sont à l'effet que les assureurs devraient se doter de systèmes de supervision et vérifier la cohérence entre le bien vendu et le produit d'assurance qui est offert.

Dans le même ordre d'idées que celui qui prévalait dans notre argumentation soumise au paragraphe précédent, nous ne voyons pas la nécessité de prévoir des règles encore plus nombreuses et contraignantes que celles auxquelles sont assujettis les cabinets et représentants d'assurance. Nous sommes d'avis que l'application de cette recommandation causerait un préjudice indu aux distributeurs en favorisant un groupe habilité à offrir les mêmes produits que les concessionnaires automobiles. Il n'y a d'ailleurs pas plus de plaintes à l'égard de la distribution sans représentant et nous croyons que le Regroupement des cabinets de courtiers d'assurance du Québec laisse

depuis longtemps faussement croire à la population qu'il existe beaucoup de plaintes à l'égard des concessionnaires automobiles. C'est pourquoi nous manifestons notre désaccord exprès face à cette mesure.

## **2.5. Divulgence de la rémunération**

La page 17 du Rapport recommande de prévoir l'obligation de divulguer clairement la rémunération par écrit dans tous les cas plutôt que de seulement l'obliger lorsqu'elle excède trente pour cent (30%) de la prime versée, dans le but de rompre les tactiques d'évitement utilisées par certains distributeurs, augmentant ainsi le degré de contrainte lié à l'exigence actuellement prévue à l'article 431 de la LDPSF.

Nous sommes en désaccord avec la proposition de l'Autorité des marchés financiers quant à la divulgation de la rémunération des distributeurs en tout temps. Il est selon nous indéniable que l'article 431 de la LDPSF permet déjà de maintenir un degré primordial de transparence face aux consommateurs qui procèdent à l'acquisition d'un produit d'assurance. Inutile de mentionner que l'obligation de déclarer une rémunération qui excède trente pour cent (30%) cadre déjà parfaitement avec l'objectif de protection du consommateur visé par le législateur. Dans le but d'éliminer toutes tactiques d'évitement utilisées par certains distributeurs, nous ajoutons cependant que la divulgation de toute forme, directe ou indirecte, de rémunération équivalente à plus de trente pour cent (30%) devrait être ordonnée.

Nous nous permettons encore une fois de nuancer notre position quant à cette recommandation. En effet, nous croyons fermement que la méthode de divulgation de la rémunération actuellement en vigueur, soit par écrit ou verbalement, ne nécessite pas davantage de précision. Notre expérience démontre que les consommateurs sont parfaitement satisfaits d'une telle divulgation et que leur protection n'en est aucunement affectée.

## **2.6. Distribution de produits par Internet**

À la page 13 du Rapport, il est reconnu qu'il est devenu essentiel d'encadrer l'offre de produits d'assurance par le biais d'Internet. Par le fait même, une telle offre serait explicitement permise alors que rien n'est actuellement prévu à cet effet. Il s'agit, pour le moment, d'une pratique simplement tolérée à défaut d'être formellement interdite.

Malgré tout, il est essentiel de rappeler l'importance du courtier pour assurer la protection du public, tel que le réitère le Rapport. À notre avis, le législateur sait qu'il est aujourd'hui incontournable de permettre l'achat de produits d'assurance par le biais d'Internet.

Nous partageons assurément la position selon laquelle les plateformes Internet sur lesquelles sont offerts divers produits d'assurance doivent être encadrées par l'obligation d'afficher certaines informations prescrites pour permettre au consommateur de prendre une décision libre et éclairée. Pour assurer la protection des consommateurs, il faut que ceux-ci bénéficient du même niveau d'information que lorsqu'ils transigent par le biais d'un courtier. Il va de soi que les plateformes utilisées devraient faire preuve d'un degré de performance suffisant pour remplir cet objectif. Certains consommateurs veulent en effet connaître sommairement les caractéristiques

du produit qu'ils achètent avant de prendre leur décision. Si trop de renseignements doivent être parcourus avant de pouvoir confirmer un achat, ces consommateurs risquent de ne pas les lire attentivement ou en entier et de ne pas prendre connaissance des informations essentielles. Il faut nécessairement éviter cette situation.

Pour ce faire, les plateformes devraient, à priori, être en mesure de fournir un niveau d'information concis et très accessible. Pour les consommateurs désireux d'en savoir davantage, des sections du type « En savoir plus » devraient être aménagées et très visibles sur la plateforme. Idéalement, le consommateur devrait être forcé de renoncer à en savoir plus et recevoir une mise en garde qui s'impose pour ne pas y accéder. Ainsi, le consommateur aurait le choix de sélectionner l'icône « Je veux en savoir plus » ou bien « Je renonce à en savoir plus ».

De plus, un courtier devrait toujours être accessible pour répondre aux interrogations d'un consommateur. Idéalement, un tel support serait téléphonique et accessible vingt-quatre heures sur vingt-quatre (24/24), sept jours sur sept (7/7). À défaut d'une telle accessibilité, le support devrait pouvoir permettre à un consommateur de fournir ses disponibilités pour être contacté par un courtier qui répondrait à ses interrogations préalablement à la conclusion de son achat.

Bien entendu, le fait pour les assureurs de pouvoir offrir des produits d'assurance en ligne n'a pas nécessairement comme résultat d'encadrer les affaires de PPP qui agit, via les concessionnaires automobiles, en quelque sorte à titre d'entremetteur entre les consommateurs et les assureurs. Nous sommes d'avis que ce rôle d'entremetteur devrait lui aussi bénéficier d'un encadrement législatif afin que les distributeurs sachent exactement ce qui est permis et ce qui ne l'est pas. Le caractère silencieux de la nouvelle mouture de la LDPSF à ce sujet risquerait sans doute de faire apparaître des questionnements quant à l'agissement de certains distributeurs et concessionnaires.

### **3. CONCLUSION**

Pour conclure notre mémoire, vous aurez constaté que PPP et ses filiales ont à cœur la préservation de l'apport des distributeurs sans représentant dans l'acquisition d'un produit d'assurance et souhaitent poursuivre leurs actions dans le but d'augmenter l'attrait de ce mode d'acquisition de produits auprès des consommateurs, tout en protégeant leurs intérêts.

PPP et ses filiales mettent également en place toutes les mesures requises dans le but de s'adapter à la modernisation des systèmes de vente auprès des consommateurs et à l'accroissement de la volonté de ceux-ci à transiger en ligne, la technologie devenant de plus en plus omniprésente dans toutes les sphères de l'industrie.

Nos commentaires ayant nécessairement été teintés par ces dernières affirmations, nous espérons que nos commentaires auront été reçus de manière constructive et nous vous prions d'agréer, monsieur le Ministre, l'expression de nos salutations distinguées.