

Nouvelle étude d'Option consommateurs : la vente de produits d'assurance en ligne sans l'apport d'un représentant affaiblira les protections des Québécois.

Montréal, le 1^{er} décembre 2016 – Alors que le **projet de loi omnibus modifiant l'encadrement du secteur financier devrait être déposé dans un avenir rapproché**, Option consommateurs (OC) a présenté à la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD) et à la Chambre de la sécurité financière son étude [Protection des consommateurs et distribution de produits d'assurance en ligne. Des enjeux inconciliables?](#)

« L'étude d'OC met en lumière les risques associés à la vente de produits d'assurance par Internet. Il faut éviter que le consommateur se retrouve sans protection, sous-assuré ou avec un produit inutile ou inadéquat », a expliqué Maya Raic. « Rappelons que trois consommateurs sur quatre jugent l'assurance de dommages complexe. Actuellement, plus de 50 % d'entre eux ne connaissent pas toutes les exclusions et les inclusions de leur contrat et n'en comprennent pas tous les éléments. »

L'étude d'OC examine des modèles du Royaume-Uni et de la France et apporte un éclairage majeur sur la manière de protéger le consommateur dans ce genre de transaction. OC propose une série de modifications législatives et de mesures préventives afin de bien protéger les Québécois. Des seize recommandations, trois retiennent particulièrement l'attention de la ChAD.

1. Souscription hybride : rappel de l'importance du rôle du représentant certifié

Premier constat : en raison de la complexité des produits et du déséquilibre informationnel, il serait peu avisé de permettre la distribution de produits d'assurance en ligne sans l'intervention d'un représentant, sauf exception. OC recommande que soit adopté un modèle de souscription hybride. Les consommateurs pourraient alors fournir l'information en ligne et le représentant certifié s'assurerait que le produit soit adapté à leurs besoins. Le représentant communiquerait avec le consommateur, lui évitant ainsi de se retrouver en situation de sous-assurance ou surassurance. Cette recommandation d'OC rejoint celle de la ChAD.

2. Allègement du fardeau de divulgation pour le consommateur

Actuellement, selon le *Code civil du Québec*, le consommateur doit déclarer toutes les circonstances de nature à influencer l'établissement de la prime, l'appréciation du risque ou la décision de l'accepter. En d'autres mots, le fardeau repose sur les épaules du consommateur. S'il néglige de transmettre toute l'information pertinente à l'assureur, il s'expose à une négation de la protection ou une réduction de l'indemnisation au moment d'une réclamation. La distribution par Internet vient bouleverser toute cette conception, car elle laisse le consommateur seul face à son écran. Pour ouvrir la voie de façon sécuritaire à la distribution de produits d'assurance en ligne, OC propose d'inverser le fardeau. Ainsi, en France et au Royaume-Uni, les assureurs ne peuvent nier une couverture s'ils n'ont pas posé les questions pertinentes au moment de la souscription. Bien entendu, le consommateur demeure responsable d'y répondre

honnêtement. Adopter une telle disposition au Québec réduirait le risque de voir les contrats d'assurance annulés ou les indemnités réduites.

Cette approche doit être étudiée si on autorise la vente en ligne sans l'intervention d'un représentant certifié pour certains produits, comme l'assurance automobile. L'accès à un représentant doit également être assuré en tout temps. D'autant plus que selon un sondage mené par la ChAD, seulement un tiers des Québécois se sont dits à l'aise d'acheter une assurance automobile en ligne sans l'intervention d'un représentant. Cette proportion est encore moins élevée pour l'assurance habitation (26 %).

3. Le cas des sites de comparaison

Considérant l'émergence des sites de comparaison de produits d'assurance et les questions soulevées pour la protection du public, OC a également testé plusieurs de ces sites outre-mer. Certains de ces portails mettent davantage l'accent sur le prix que sur les éléments du contrat. « Bien que le coût soit une donnée importante, la nature des protections incluses au contrat doit primer, il en va de la protection du patrimoine des Québécois, rappelle Maya Raic. Comme le recommande OC, il est primordial que les sites de comparaison de prix soient bien encadrés ».

La divulgation des liens d'affaires et du mode de rémunération de ces sites présentent également des lacunes. Enfin, plusieurs de ces comparateurs exercent une pression sur les internautes en les poussant à acheter rapidement sans prendre le temps de réfléchir.

La protection du public doit avoir préséance

La ChAD croit important que le législateur québécois s'inspire de l'ensemble des recommandations d'OC. « Il est important que l'encadrement de la vente d'assurance en ligne soit assez souple pour tenir compte de l'évolution des nouvelles technologies, mais la protection du public doit demeurer la priorité », conclut Maya Raic.

À propos de la Chambre de l'assurance de dommages

La Chambre de l'assurance de dommages a pour mission d'assurer la protection du public en matière d'assurance de dommages et d'expertise en règlement de sinistres. Elle veille à la formation continue obligatoire de près de 15 000 agents et courtiers en assurance de dommages, ainsi que d'experts en sinistre. Elle encadre de façon préventive et discipline la pratique professionnelle des individus œuvrant dans ces domaines.

— 30 —

Source :

Joëlle Calce-Lafrenière, directrice des communications, Chambre de l'assurance de dommages

Renseignements :

Mylène Demers, conseillère principale, CASACOM, 514 261-5840 ou mdemers@casacom.ca