

Préambule

Les Principes de conduite à l'intention des intermédiaires (les « Principes »), formulés par les OCRA, traduisent les normes réglementaires minimales communes s'appliquant aux intermédiaires en assurance au Canada. Ces Principes définissent les attentes relatives au comportement et à la conduite professionnels permettant d'assurer la mise en œuvre du traitement équitable des consommateurs.

Les intermédiaires en assurance sont censés mener leurs activités dans le respect des Principes qui s'appliquent à eux tout en se conformant à tous les règlements, lois, règles ou codes de réglementation applicables dans le territoire où ils exercent. Lorsqu'il existe des exigences, des règles ou des normes plus strictes ou plus précises que les Principes, celles-ci l'emportent sur les Principes.

Les Principes visent à servir de complément aux dispositions relatives aux intermédiaires de la *Directive – Conduite des activités d'assurance et traitement équitable des clients*, publiée par les OCRA et le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA), et s'y appuient. Ces Principes s'harmonisent également avec les Principes de base de l'assurance (Insurance Core Principles, ICP) de l'Association internationale des contrôleurs d'assurance.¹

Les Principes font du traitement équitable des consommateurs un élément fondamental de la culture d'entreprise des intermédiaires et le renforcent. Cela suppose l'honnêteté et la transparence dans la conduite des activités. Les attentes relatives à la conduite des activités d'assurance peuvent différer selon la nature du lien (direct ou indirect) avec le consommateur, le type de produit d'assurance proposé et le mode de distribution. Les intermédiaires qui ont des responsabilités de supervision doivent veiller à ce que leurs employés et leurs représentants respectent des normes de déontologie et d'intégrité élevées.²

Définition d'intermédiaire : On donne au terme « intermédiaire » un sens large qui peut varier selon les définitions applicables dans les différentes juridictions au Canada. Ce terme désigne les experts, les agents à titre individuel, les courtiers et les représentants, ainsi que les entreprises qui proposent des produits et services d'assurance, notamment les sociétés de gestion d'assurance et les tiers administrateurs. Il s'applique également à toutes les modes de distribution, y compris l'Internet.³

Définition de consommateur : Le terme « consommateur » désigne tout titulaire de police (et, selon le cas, tout titulaire de certificat) actuel ou potentiel avec lequel un assureur ou un intermédiaire interagit, y compris, s'il y a lieu, les autres bénéficiaires et demandeurs d'indemnités ayant un intérêt légitime dans la police.

¹ Association internationale des contrôleurs d'assurance. Principes de base de l'assurance (Insurance Core Principles), ICP 18 et ICP 19, mis à jour en novembre 2019. <https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/icp-on-line-tool>

² L'assureur est responsable du traitement équitable des consommateurs tout au long du cycle de vie du produit d'assurance car c'est lui, ultimement, qui assume les risques. La responsabilité ultime de l'assureur n'absout pas les intermédiaires de leurs propres responsabilités, qu'ils doivent assumer.

³ Cette définition s'harmonise avec la directive du CCRRA et des OCRA sur le traitement équitable des clients. Ces Principes s'appliquent à tous les intermédiaires qui sont autorisés à mener des activités dans un territoire donné, qu'ils soient détenteurs d'un permis, enregistrés ou dispensés de permis ou d'enregistrement.

Les Principes définissent les attentes relatives au comportement et à la conduite professionnelle pour assurer la mise en œuvre du traitement équitable des consommateurs :



1. Conformité / Résultats – L'intermédiaire doit se conformer à tous les règlements, lois, règles et codes réglementaire applicables auxquels il est assujéti.



2. Intérêts du consommateur – L'intermédiaire doit faire passer l'intérêt du consommateur avant le sien. Cela comprend ses activités d'élaboration, de marketing et de distribution de produits et la prestation des services qui s'y rattachent.



3. Conflits d'intérêts – L'intermédiaire doit identifier, divulguer et gérer tout conflit d'intérêts réel ou potentiel lié à une transaction ou à une recommandation. Il doit éviter de conclure ou de maintenir un contrat dans le cadre duquel il est impossible de gérer le(s) conflits d'intérêts ou qui nuit au traitement équitable du consommateur.



4. Conseils – Lorsqu'il formule des conseils à un consommateur ou à l'intention d'un consommateur, l'intermédiaire doit chercher à obtenir du consommateur des renseignements complets afin de comprendre et d'identifier ses besoins particuliers. L'intermédiaire doit formuler des conseils objectifs, exacts et rigoureux qui permettent au consommateur de prendre une décision éclairée. Les conseils doivent convenir aux besoins du consommateur, fondés sur la situation qu'il a décrite.



5. Communication – L'intermédiaire doit communiquer au consommateur des explications et des renseignements objectifs, complets, pertinents et exacts pour lui permettre de prendre des décisions éclairées.

L'intermédiaire doit :

- communiquer de manière convenable les renseignements pertinents à toutes les parties requises, notamment à l'assureur;
- communiquer des renseignements et des explications qui sont clairs et que le consommateur peut comprendre, quel que soit le modèle ou le mode de distribution utilisé.



6. Promotion des produits et des services – L'intermédiaire doit veiller à ce que la promotion des produits et services soit faite d'une manière claire et juste. Quel que soit le modèle ou le mode de distribution utilisé, l'intermédiaire doit veiller à ce que la promotion ne soit pas trompeuse et soit facile à comprendre. Dans la promotion de produits, tous les renseignements nécessaires et indiqués doivent être communiqués.



7. Réclamations, traitement des plaintes et règlement des différends – L'intermédiaire doit traiter les réclamations, les plaintes et les différends ou participer à leur règlement avec célérité et d'une manière juste.



8. Protection des renseignements personnels et confidentiels – L'intermédiaire doit prendre les mesures nécessaires et appropriées pour protéger les renseignements personnels et confidentiels. Il doit :

- recueillir seulement les renseignements qui lui sont nécessaires et appropriés pour la prestation du service ou la gestion du produit fourni;
- utiliser et communiquer ces renseignements seulement aux fins et pour la durée auxquelles le consommateur a consenti;
- se conformer à toutes les lois applicables régissant la protection de la vie privée pour gérer les renseignements comme il convient.



9. Compétence – L'intermédiaire doit maintenir un niveau de connaissances professionnelles adéquat pour assurer la mise en œuvre du traitement équitable des consommateurs. Il doit respecter les exigences en matière de formation continue et ses obligations doivent correspondre à sa formation et à son éducation. L'intermédiaire ne doit pas présenter d'une manière trompeuse son niveau de compétence ni mener des activités qui dépassent son niveau de connaissances et d'expérience professionnelles.



10. Supervision – L'intermédiaire qui a des obligations contractuelles ou des obligations de surveillance réglementaires est également responsable de la conduite de tout employé ou tiers qui participe à la distribution ou à la gestion d'un produit d'assurance. L'intermédiaire dispose de moyens comme des politiques et des procédures, des formations et des mécanismes de contrôle pour veiller au traitement équitable des consommateurs dans le cadre de ses obligations de surveillance.