

Le 6 mars 2024

Véronique Martel, directrice de la surveillance des pratiques commerciales
Autorité des marchés financiers
Place de la Cité, tour Cominar
2640, boulevard Laurier, bureau 400
Québec (Québec) G1V 5C1

c.c.

Patrick Déry, surintendant des institutions financières
Éric Jacob, directeur général du contrôle des marchés et surintendant de l'assistance aux clientèles et de l'encadrement de la distribution (intérim)
Nathalie Sirois, directrice principale de la surveillance prudentielle
Christian Beaulieu, directeur principal des opérations d'encadrement de la distribution
Mario Beaudoin, directeur des pratiques de distribution alternatives en assurance
Geneviève Komenda, coordonnatrice experte en surveillance et contrôle

Madame,

Nous avons été informés par certains de nos membres que l'AMF les avait approchés pour obtenir des détails sur leur plan quant à l'annulation des polices d'assurance des conjoints. Comme certaines de ces questions concernent plutôt l'industrie dans son ensemble, nos membres pourraient avoir de la difficulté à répondre en toute connaissance de cause. Il leur manque des données et du contexte pour fournir une réponse utile. De plus, chaque entreprise membre de l'ACIFA a des caractéristiques et des polices uniques.

Par contre, l'ACIFA, en tant qu'association, est bien positionnée pour répondre aux questions plus générales concernant l'industrie. Nous sommes donc heureux de fournir, au nom de nos membres, des réponses à certaines des questions posées lors de vos réunions. Nous comprenons que l'AMF a aussi demandé à certains de nos membres de lui fournir les données de leur entreprise relatives à l'attrition des polices d'assurance des conjoints. Ils vous transmettront ces données directement.

Contexte

Comme vous le savez, les membres de l'ACIFA ont obtenu une prolongation pour l'annulation des polices d'assurance des conjoints. La date limite a été reportée au 1^{er} janvier 2025 afin de réduire naturellement le nombre de polices. En 2023, alors que la date limite initiale approchait, nous avons demandé à l'AMF d'accorder une prolongation pour tirer profit de l'attrition naturelle.

L'AMF nous a demandé de préparer un rapport sur la réduction du nombre de polices en vigueur grâce à l'attrition, ainsi que le nombre prévu de polices restantes à la fin de 2029. Nous avons retenu les services d'une firme d'actuariat (RMS Canada) pour faire l'analyse. Les résultats indiquent qu'entre le 31 décembre 2019 et le 31 décembre 2024, il y a eu une diminution considérable, par attrition, du nombre de polices en vigueur, et que ce nombre continuerait de baisser si la date limite était repoussée. En effet, 65 % des polices en vigueur seraient naturellement éliminées d'ici la fin de 2029.

Nous estimons que l'attrition est une meilleure approche à adopter pour éliminer ces polices puisque l'annulation des polices actuelles ne constitue pas une bonne expérience client et n'apporte aucun avantage pour les consommateurs. Nous apprécions grandement la souplesse dont fait preuve l'AMF quant à la prolongation du délai, et nous croyons que les données démontrent que près de 10 % des polices seront naturellement éliminées chaque année. Nous évoluons dans la bonne direction.

Les distributeurs (établissements financiers) ont-ils des attentes ou des exigences différentes de celles des assureurs?

Il peut être utile de fournir des renseignements supplémentaires sur la structure de l'industrie, qui comprend un éventail de modèles opérationnels.

Le modèle le plus courant est celui où un distributeur (comme une banque ou une caisse populaire) offre une assurance protection de crédit ou une assurance de protection de solde à un consommateur, puis un assureur partenaire émet la police.

Un autre modèle est celui où le distributeur est aussi l'émetteur des polices, par l'intermédiaire de sa division interne des assurances. C'est d'ailleurs le modèle utilisé par les deux membres québécois de l'ACIFA, soit Desjardins Assurances et Banque Nationale Assurances.

D'après notre expérience, les distributeurs et les assureurs, peu importe le modèle utilisé, ont pris l'engagement commun d'offrir la meilleure expérience possible aux consommateurs en respectant toutes les exigences réglementaires en vigueur.

Quelle est la raison pour laquelle certains assureurs ont besoin de plus de temps, alors que d'autres ont déjà réduit leur volume d'affaires relatif aux polices d'assurance des conjoints à zéro? Est-il juste de reporter la date limite alors que certains assureurs ont déjà annulé toutes leurs polices d'assurance des conjoints?

Chaque établissement financier a sa propre tolérance au risque et a dû prendre des décisions sur la façon de composer avec l'incertitude, à savoir si l'AMF allait reporter la date limite ou non. Par contre, d'autres membres continuent d'espérer que l'AMF accordera une prolongation plus longue afin d'atténuer l'expérience possiblement négative pour les clients si les polices devaient être annulées.

Il est également primordial de souligner que l'annulation des polices d'assurance des conjoints est une tâche fastidieuse pour nos membres. Il est donc essentiel qu'ils aient suffisamment de temps si l'AMF tranche en faveur de l'annulation des polices. Nos membres croient toujours que la réduction naturelle du nombre de polices grâce à l'attrition est la meilleure approche à adopter pour toutes les parties.

De plus, plusieurs circonstances peuvent mener à l'annulation des polices. Par exemple, l'annulation d'une carte peut entraîner la résiliation de la couverture du conjoint, mais elle ne découlerait pas de la résiliation de la couverture en tant que telle. Elle serait plutôt le résultat indirect de l'annulation de la carte. Il s'agit d'un cas différent de l'annulation directe d'une couverture du conjoint, qui constitue une expérience négative pour les clients.

Autres facteurs à considérer

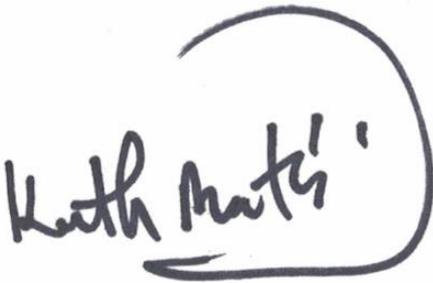
La discussion initiale sur les attentes de l'AMF quant à l'annulation des polices d'assurance des conjoints, au cours de laquelle l'AMF a indiqué qu'il n'y avait aucun intérêt pécuniaire en jeu, était axée sur une interprétation juridique pour laquelle nous n'étions pas d'accord et sur laquelle l'AMF insistait. Cependant, nos membres offrent la couverture des conjoints depuis plus d'une décennie (et continuent de l'offrir dans toutes les provinces, sauf au Québec), et pour fermer un volume d'affaires qui a considérablement augmenté au fil des années, sans engendrer de préoccupation, il faut du temps.

La nature juridique de la situation liée aux assurances des conjoints est importante. En effet, nous ne croyons pas que ces polices sont visées par les plaintes déposées auprès de l'AMF ou de l'industrie. Elles peuvent être annulées par les clients, s'ils le désirent. De plus, nous ne croyons pas qu'elles causent des préjudices aux consommateurs. Nous avons précédemment soulevé ces points à l'AMF et nous sommes d'avis qu'ils ont été pris en considération lors de la décision initiale visant à repousser la date limite pour annuler les polices en vigueur. Selon nous, ces points sont toujours valables.

À la lumière de l'évolution de la situation et des changements continus qui surviennent dans le monde de l'assurance pour l'AMF et l'industrie, notamment les percées technologiques, les risques relatifs à la cybersécurité et la transformation de l'environnement concurrentiel, nous croyons que l'annulation immédiate ou rapide de ces polices (ce qui nécessiterait des ressources et des efforts considérables pour offrir, malheureusement, une expérience négative aux clients) n'est pas la solution. Nous sommes reconnaissants des efforts importants déployés par l'AMF quant à son engagement continu à traiter les consommateurs de façon juste et à la protection des consommateurs. Ces priorités doivent être la fondation du partenariat entre l'AMF et l'ACIFA.

Si vous souhaitez obtenir de plus amples renseignements de la part de l'ACIFA ou rencontrer des représentants de notre Association au sujet de ce projet ou de toute autre question, veuillez communiquer avec Keith Martin, Directeur général de l'ACIFA, à l'adresse keith.martin@cafii.com ou au numéro 647-647-7725.

Cordialement,

A handwritten signature in black ink that reads "Keith Martin". The signature is enclosed within a large, hand-drawn circular scribble.

Keith Martin, Directeur général, ACIFA

À propos de l'ACIFA

L'ACIFA est une association sectorielle à but non lucratif qui se consacre au développement d'un marché de l'assurance ouvert et flexible. Notre association a été créée en 1997 pour donner une voix aux institutions financières qui vendent des assurances par l'entremise de divers canaux de distribution. Nos membres proposent des assurances par l'intermédiaire de centres d'appels, d'agents et de courtiers, d'agences de voyage, de publipostage, de succursales d'institutions financières et d'Internet.

L'ACIFA croit que les consommateurs sont mieux servis lorsqu'ils ont un choix significatif dans l'achat de produits et services d'assurance. Nos membres offrent l'assurance voyage, l'assurance vie, l'assurance maladie, l'assurance dommages et l'assurance-crédit collective dans tout le Canada. En particulier, l'assurance-crédit collective et l'assurance voyage sont les gammes de produits sur lesquels se concentre l'ACIFA, car nos membres ont un point commun.

La diversité des membres de l'ACIFA permet à notre association d'avoir une vue d'ensemble du régime réglementaire qui régit le marché de l'assurance. Nous travaillons avec les gouvernements et les organismes de réglementation (principalement provinciaux et territoriaux) afin d'élaborer un cadre législatif et réglementaire pour le secteur de l'assurance qui contribue à garantir que les consommateurs canadiens obtiennent les produits d'assurance qui répondent à leurs besoins. Notre objectif est d'assurer la mise en place de normes appropriées pour la distribution et la commercialisation de tous les produits et services d'assurance.

Les 14 membres de l'ACIFA comprennent les branches d'assurance des principales institutions financières du Canada – BMO Assurance, Assurance CIBC, Desjardins Assurances, Banque Nationale Assurances, RBC Assurances, Assurance Scotia, et TD Assurance – ainsi que les principaux acteurs de l'industrie : Assurant, Assurance-vie-Canada, Chubb Compagnie d'Assurance-Vie du Canada, CUMIS Services Incorporated, la Banque Canadian Tire, Manuvie (La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers), et Securian Canada.