



Ligne directrice LD1 COMMUNICATION DE RENSEIGNEMENTS SUR LES PRODUITS

La présente ligne directrice a été approuvée par le Conseil d'administration de l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. (ACCAP). Il est entendu que les sociétés membres doivent s'y conformer, compte tenu de leur structure, de leurs produits et de leurs processus opérationnels, canaux de distribution compris. Elles sont priées de l'incorporer à leur programme de conformité.

Adoptée en mars 2005 (entrée en vigueur : 1^{er} janvier 2006 pour les nouveaux produits, 1^{er} janvier 2007 pour les produits existants)

TABLE DES MATIÈRES

1.	INTRODUCTION	2
2.	OBJECTIF	2
3.	DÉFINITION	2
4.	PORTÉE	2
5.	PRINCIPES GÉNÉRAUX	3
6.	NATURE DES RENSEIGNEMENTS	3
	i) <u>En ce qui concerne l'assureur établissant la police</u>	3
	ii) <u>En ce qui concerne le produit</u>	3
	a) Type de produit	3
	b) Caractéristiques et avantages du produit.....	3
	c) Caractéristiques et éléments garantis et non garantis.....	3
	d) Primes et charges	4
	e) Restrictions, réductions et exclusions.....	4
	f) Produit non résiliable et non renouvelable.....	4
	g) Définitions d'invalidité.....	4
	iii) <u>Droits et responsabilités du consommateur</u>	4
	a) Droit d'annulation	4
	b) Fausses déclarations ou omissions.....	5
	c) Changement de circonstances survenant entre le moment où la proposition est soumise et celui où le contrat est remis	5
	iv) <u>Autres renseignements</u>	5
	a) Date de prise d'effet de la protection	5
	b) Date du document	5

Ligne directrice LD1

COMMUNICATION DE RENSEIGNEMENTS SUR LES PRODUITS

1. INTRODUCTION

L'industrie des assurances de personnes et les responsables de la réglementation de l'industrie ont à cœur la bonne communication de renseignements sur les produits d'assurance. Le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA) atteste d'ailleurs de cet objectif dans ses *Principes régissant la protection des consommateurs* (2000) ainsi que dans son *Approche de réglementation des pratiques de l'industrie axée sur le risque* (2008).

Selon le Code de déontologie de l'ACCAP, les sociétés membres s'engagent à communiquer des renseignements clairs et justes. La présente ligne directrice renforce cet aspect en énonçant des pratiques relatives aux documents sur les produits d'assurance individuelle élaborés par les assureurs. Elle porte principalement sur les renseignements généraux sur les produits, utiles à la prise de décision des consommateurs. Elle ne vise pas les renseignements propres au consommateur, renseignements qui pourraient n'être connus qu'au moment de l'établissement du contrat (p. ex., primes qui peuvent varier selon les renseignements fournis aux fins de la souscription). Elle ne précise pas non plus quand et comment ces renseignements sont communiqués, reconnaissant que les assureurs utilisent différents modèles opérationnels.

2. OBJECTIF

L'objectif de la présente ligne directrice est d'énoncer des pratiques concernant la communication écrite (c'est-à-dire sur support papier ou électronique) par les sociétés d'assurances de personnes de renseignements sur leurs produits, et d'ainsi permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés quant aux produits qu'ils souscrivent.

3. DÉFINITION

Dans la présente ligne directrice, on entend par

« **renseignements sur le produit** » les renseignements de nature descriptive concernant le produit et l'assureur en cause, comme les livrets, les brochures, les propositions et les exposés de vente. Les renseignements peuvent être communiqués au moyen de plus d'un document ou sur plus d'un support.

4. PORTÉE

La présente ligne directrice s'applique à tous les produits individuels et avenants pouvant s'y rattacher établis par les sociétés membres, à l'exception des contrats individuels à capital variable (CICV) et de l'assurance voyage. Elle s'applique à tous les modes de distribution. En ce qui concerne le marketing direct et le télémarketing, elle s'applique en concomitance avec la ligne directrice LD9 – Marketing direct.

5. PRINCIPES GÉNÉRAUX

Les principes suivants s'appliquent à toute communication de renseignements sur le produit :

- i) Les renseignements fournis devraient être suffisants pour permettre au consommateur de prendre une décision éclairée en ce qui a trait à la souscription d'un produit.
- ii) Tous les renseignements devraient être présentés et formulés avec exactitude et dans un langage clair.
- iii) Les renseignements peuvent être communiqués par n'importe quel moyen, soit à un conseiller ou directement au consommateur.
- iv) Si les renseignements sont transmis par voie électronique ou verbalement, une copie papier devrait être disponible sur demande.
- v) L'on devrait indiquer au consommateur où s'adresser pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du produit ou de l'assureur.

6. NATURE DES RENSEIGNEMENTS

En vertu de la présente ligne directrice et selon le produit en cause, les renseignements suivants devraient être fournis :

- i) **En ce qui concerne l'assureur établissant la police**
 - a) son nom
 - b) ses coordonnées
- ii) **En ce qui concerne le produit**
 - a) **Type de produit** : Indiquer son principal objectif (p. ex., assurance vie, assurance invalidité, assurance maladies graves, épargne).
 - b) **Caractéristiques et avantages du produit**
 - I. décrire les principales caractéristiques du produit et ses avantages, ou
 - II. si le produit ne prévoit pas de droit d'annulation, décrire tous ses avantages et caractéristiques (et préciser que le consommateur peut demander à examiner un contrat type)
 - c) **Caractéristiques et éléments garantis et non garantis**
 - I. Indiquer clairement quels sont les caractéristiques et éléments garantis (primes, capital décès, option de transformation, etc., s'il y a lieu) et ceux qui ne le sont pas.
 - II. Indiquer tout élément variable susceptible d'avoir une incidence sur les valeurs au titre du contrat et sur la période de versement des primes, et préciser que le rendement passé ne constitue pas une indication du rendement futur.

d) **Primes et charges**

- I. Indiquer en quoi consistent les paiements (primes, frais mensuels, etc.).
- II. Préciser la fréquence des paiements et, le cas échéant, toute différence de coût associée à cette fréquence.
- III. Préciser la structure des paiements, tout en indiquant clairement, s'il y a lieu, que l'assureur se réserve le droit de les augmenter (p. ex., ce qui est garanti, augmentation future, certaine ou éventuelle, des paiements).
- IV. Si une prime est précisée à l'égard du produit en cause, indiquer clairement que la prime réelle pourrait s'en écarter (risque privilégié, normal ou aggravé, p. ex.).
- V. Si un taux pour risque privilégié est indiqué, il doit être clairement identifié comme tel.
- VI. Préciser tout droit contractuel à une prime réduite en cours de contrat pour les personnes fournissant la preuve de leur bonne santé ou de leur assurabilité.
- VII. Préciser toutes les charges, outre la prime, dont il est important que le consommateur tienne compte lors de la prise de décision (p. ex., frais de rachat ou de transaction, rajustement de la valeur marchande, frais liés aux options en matière d'intérêts).

e) **Restrictions, réductions et exclusions**

- I. Indiquer clairement, s'il y a lieu, que le produit prévoit des restrictions, des réductions ou des exclusions, y compris une clause de maladies préexistantes.
- II. Préciser les circonstances – autres qu'une demande de la part de l'assuré – pouvant entraîner une réduction des prestations payables au titre du contrat.
- III. Indiquer s'il est possible que le montant des prestations soit réduit lorsqu'il est intégré à une autre source de revenu (prestations d'assurance invalidité ou prestations du RPC/RRQ, p. ex.).

f) **Produit non résiliable et non renouvelable** : Pour l'assurance accidents et maladie ou l'assurance invalidité, préciser s'il y a lieu que le produit n'est pas garanti comme étant renouvelable ou non résiliable (p. ex., certains produits d'assurance accidents et maladie ou d'assurance invalidité), et énoncer en même temps les circonstances dans lesquelles l'assureur peut augmenter la prime, réduire les prestations payables, résilier le contrat, ou refuser de renouveler celui-ci.

g) **Définitions d'invalidité** : Dans le cas de produits d'assurance invalidité, toutes les définitions d'invalidité totale et partielle que renferme le contrat doivent être reproduites.

iii) **Droits et responsabilités du consommateur**

a) **Droit d'annulation**

- I. Préciser, au moyen d'un énoncé, tout droit d'annulation dont le consommateur dispose et la période pendant laquelle il peut être exercé, le moment où commence à courir cette période, ainsi que toute restriction applicable au remboursement de la prime dans le cadre de ce droit d'examen.
- II. Si aucun droit d'annulation ne se rattache au produit, le préciser.

- b) **FausseS déclarations ou omissions** : Aviser le consommateur, au moyen d'un énoncé, que le produit demandé pourrait être nul et non avenu s'il fait de fausses déclarations dans la proposition.
- c) **Changement de circonstances survenant entre le moment où la proposition est soumise et celui où le contrat est remis** : Le cas échéant, préciser, au moyen d'un énoncé, qu'il incombe au consommateur d'aviser l'assureur de tout changement concernant son assurabilité survenant entre le moment où il soumet la proposition et celui où le contrat lui est remis.

iv) **Autres renseignements**

- a) **Date de prise d'effet de la protection** : Préciser la date de prise d'effet de la protection.
- b) **Date du document** : Préciser la date (c'est-à-dire le mois et l'année) à laquelle a été préparé chaque document renfermant des renseignements sur le produit.