

Préambule

Les Principes de conduite à l'intention des intermédiaires en assurance (les « Principes ») formulés par les OCRA traduisent les normes réglementaires communes aux intermédiaires en assurance au Canada. Ils définissent les attentes relatives à la conduite professionnelle et à la déontologie pour le traitement équitable des clients.

Il est attendu que les intermédiaires en assurance mènent leurs activités dans le respect des Principes qui s'appliquent à eux tout en se conformant à l'ensemble des lois, règlements, règles et codes réglementaires applicables dans tous les territoires où ils exercent ces activités. Toutes les exigences, règles ou normes de déontologie plus strictes que les Principes prévalent sur ces derniers.

Les Principes visent à servir de complément et de suite 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). Ils sont également conformes aux principes de base de l'assurance (Insurance Core Principles, ICP) de l'Association internationale des contrôleurs d'assurance.¹

Les Principes renforcent le traitement équitable des clients tout au long du cycle du produit d'assurance en tant qu'élément fondamental de la culture d'entreprise des intermédiaires. Ils supposent honnêteté et transparence dans la conduite des activités. Les attentes relatives à la conduite des activités d'assurance peuvent différer selon la nature de la relation avec le client, le type de produit d'assurance proposé et la méthode de distribution. Les intermédiaires qui ont des responsabilités de supervision doivent prendre les mesures appropriées pour veiller à ce que leur personnel et leurs représentants respectent des normes élevées de déontologie et d'intégrité.²

Définition d'intermédiaire : Le terme « intermédiaire » reçoit un sens large qui peut varier selon les définitions applicables dans les différents territoires du Canada. Il englobe les experts en sinistre, les agents, les courtiers et les représentants, ainsi que les entités qui distribuent des produits et des services d'assurance, dont les agences générales et les tiers administrateurs. Il s'applique également à toutes les méthodes de distribution, y compris par Internet.³

Définition de client : Le terme « client » 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'indemnité ayant un intérêt légitime dans la police. Le client peut également désigner tout consommateur, ce qui inclut tous les consommateurs actuels et potentiels de produits d'assurance.

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 clients tout au long du cycle de vie du produit d'assurance, car il est l'ultime porteur du risque, ce qui ne décharge toutefois pas les intermédiaires de leurs propres responsabilités.

³ Cette définition est conforme à la directive du CCRRA et des OCRA sur le traitement équitable des clients. Ces Principes s'appliquent à tous les intermédiaires autorisés à exercer des activités dans un territoire, qu'ils soient titulaires de permis, inscrits ou dispensés de permis ou d'inscription.

Les Principes définissent les attentes relatives à la conduite professionnelle et à la déontologie pour le traitement équitable des clients :



1. Conformité / Résultats – L'intermédiaire doit se conformer à l'ensemble des lois, règlements, règles et codes réglementaire qui lui sont applicables.



2. Intérêts du client – L'intermédiaire devrait faire passer l'intérêt du client avant le sien, y compris dans ses activités d'élaboration, de commercialisation, de recommandation, de distribution et de service après-vente de produits.



3. Conflits d'intérêts – L'intermédiaire devrait déceler, déclarer et gérer tout conflit d'intérêts réel ou potentiel lié à une transaction ou à une recommandation. Il devrait éviter de conclure ou de maintenir une entente dans le cadre de laquelle il est impossible de gérer les conflits d'intérêts ou qui nuit au traitement équitable du client.



4. Conseils – Lorsqu'il formule des conseils à un client ou à son égard, l'intermédiaire devrait chercher à obtenir des renseignements appropriés de sa part afin de comprendre et de cerner ses besoins particuliers. Il devrait fournir des conseils objectifs, exacts et rigoureux qui permettent au client de prendre une décision éclairée. Les conseils devraient convenir aux besoins du client selon l'information fournie sur sa situation.



5. Communication d'information – L'intermédiaire devrait communiquer au client des explications et des renseignements objectifs, appropriés, pertinents, opportuns et exacts pour lui permettre de prendre des décisions éclairées. Il devrait :

- communiquer adéquatement les renseignements à toutes les parties concernées, notamment à l'assureur;
- présenter les renseignements et les explications d'une manière claire et compréhensible pour le client, quels que soient le modèle ou le moyen de distribution utilisés.



6. Promotion des produits et des services – L'intermédiaire devrait veiller à ce que la promotion des produits et services soit faite d'une manière claire et juste. Quels que soient le modèle ou le moyen de distribution utilisés, il devrait veiller à ce que la promotion n'induisse pas en erreur et soit facile à comprendre. Dans la promotion de produits, tous les renseignements nécessaires et appropriés devraient être communiqués.



7. Demandes d'indemnisation, traitement des plaintes et règlement des différends –

L'intermédiaire devrait régler les demandes d'indemnisation, les plaintes et les différends ou coopérer à leur règlement promptement et de manière équitable.



8. Protection des renseignements personnels et confidentiels – L'intermédiaire devrait prendre les mesures nécessaires qui conviennent pour protéger et gérer les renseignements personnels et confidentiels. Il doit se conformer à toutes les lois applicables en matière de protection des renseignements personnels.

Le client devrait être assuré que l'intermédiaire :

- recueille seulement les renseignements qui lui sont nécessaires et utiles pour la prestation du service ou la gestion du produit fourni;
- utilise et communique ces renseignements seulement aux fins et pour la durée auxquelles le client a consenti ou que la loi prévoit;



9. Compétence – L'intermédiaire devrait avoir un niveau adéquat de connaissances professionnelles, et se tenir à jour grâce à la formation continue pour assurer le traitement équitable des clients. S'il y a lieu, il doit satisfaire aux exigences de formation continue. Il ne devrait pas présenter de façon inexacte son niveau de compétence ni mener des activités qui dépassent son niveau de connaissances et d'expérience professionnelles, et ses tâches doivent correspondre à sa formation et à son éducation.



10. Supervision – L'intermédiaire qui a des obligations contractuelles ou réglementaires de supervision est également responsable de la conduite de tout membre du personnel ou tiers qui participe à la commercialisation, à la distribution ou au service après-vente d'un produit d'assurance. Il devrait disposer de moyens comme des politiques et des procédures, de la formation et des mécanismes de contrôle pour veiller au traitement équitable des clients relativement à ses obligations de supervision.