

Assurances secondaires : les consommateurs détiennent-ils toute l'information utile ?

Sommaire exécutif

Juin 2019

Les consommateurs sont très sollicités par les assureurs ou institutions financières, qui rivalisent d'imagination pour leur offrir de nouveaux produits d'assurances. Les consommateurs se voient ainsi présenter des assurances qui sont pertinentes et incontournables, des assurances qui peuvent être intéressantes et parfois utiles, d'autres qui couvrent des besoins mineurs, mais aussi parfois des assurances dont l'utilité est fort douteuse. À certaines exceptions près, aucune assurance ne peut être classée péremptoirement dans l'une ou l'autre catégorie; un consommateur anxieux pourra ressentir le besoin d'avoir une assurance qu'un autre jugera inutile; un souscripteur pourra trouver insignifiant le montant d'une prime qui lui assure une certaine paix d'esprit alors que ce même montant pourrait déstabiliser le budget d'un consommateur à plus faible revenu...

Les consommateurs recherchent une certaine paix d'esprit et une certaine sécurité financière, besoins que serait susceptible de combler une assurance. Les assureurs n'hésitent pas à publiciser et à tenter de mousser leurs produits en misant justement sur ces besoins, en plus de susciter ou d'aggraver chez les consommateurs la crainte d'un événement dramatique, qui pourrait se produire et bouleverser leur vie, et ce même quand le risque est quasi inexistant, que les bénéfices annoncés sont quasi impossibles à obtenir, ou que les bénéfices auxquels s'attendrait raisonnablement le consommateur ne sont pas ceux que prévoit l'assurance.

Ou quand le risque couvert par une assurance le serait mieux par une assurance plus complète... que le consommateur possède peut-être même déjà – ce qu'ignorera fort probablement l'assureur s'il n'a pas, avant de proposer son produit, pris soin de s'informer des besoins réels et de la situation du consommateur. D'autres encore semblent causer plus de problèmes qu'elles n'en règlent, suscitant de nombreux mécontentements et plaintes de la part des consommateurs.

Quels sont les besoins des consommateurs en termes d'information relativement aux assurances secondaires ? Quels sont les principaux problèmes que les consommateurs rencontrent avec ces assurances ? Les renseignements qui leur sont fournis relativement à ces assurances sont-ils présentés, dans les promotions et autres représentations, de manière à les informer adéquatement sur tous les éléments essentiels du contrat ? Les consommateurs s'estiment-ils et sont-ils en mesure de prendre une décision éclairée lorsqu'ils contractent une assurance secondaire ?

Notre étude visait principalement à savoir si les encadrements et pratiques canadiens actuels permettent de garantir que les consommateurs disposent de l'information adéquate – notamment sur le prix, les protections réellement offertes, les exclusions – pour leur permettre de faire des choix éclairés lorsqu'ils contractent une assurance secondaire.

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de Laval
ACEF du Grand-Portage

ACEF du Nord de Montréal
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Centre EBO d'Ottawa
CIBES de la Mauricie

7000, avenue du Parc, bureau 201, Montréal (Qc) H3N 1X1

T : 514 521-6820 | Sans frais : 1 888 521-6820 | F : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

Nous avons sélectionné cinq produits d'assurances secondaires, complémentaires ou accessoires afin d'analyser ce qu'elles couvrent réellement, leur utilité, la publicité qu'en font les compagnies, afin de voir si les assurances choisies posaient des problèmes particuliers ou récurrents et, enfin, pour vérifier si certains aspects qui pourraient être problématiques sont bien encadrés par la réglementation canadienne. Nous avons aussi tenté de voir si des législations étrangères avaient adopté des réglementations qui encadreraient mieux ces problèmes identifiés et mériteraient donc une attention particulière.

Notre analyse des assurances solde sur carte de crédit, décès accidentel, maladie grave, assurance vie pour enfant et assurance contre le vol d'identité nous a permis de relever des cas de consommateurs insatisfaits de les avoir souscrites, rapportés par les médias traditionnels et les médias sociaux ainsi que par des groupes de défense des droits des consommateurs. Nombre de commentateurs et d'experts signalent que certaines de ces assurances peuvent ne pas être pertinentes, selon la situation particulière du souscripteur – notamment dans les cas où une assurance existante couvre déjà le risque.

Certaines assurances secondaires sont carrément qualifiées de pratiquement inutiles, d'autres de mauvais investissements, et d'autres encore de trompeuses, du fait des nombreuses exclusions qu'elles comportent et qui ne sont pas dévoilées au souscripteur ou du fait que le produit est présenté de façon à laisser croire au consommateur qu'il dispose de plus d'avantages que ce que lui offre réellement l'assurance. De plus, certaines des couvertures offertes par des assurances secondaires sont tellement restrictives que le souscripteur peut se croire à tort couvert beaucoup plus amplement qu'il ne l'est vraiment.

L'assurance solde sur carte de crédit, très répandue, semble entraîner plus de problèmes aux consommateurs qu'elle ne leur offre de véritable protection en cas de difficultés (refus d'indemnisation, non-admissibilité découverte tardivement, etc.), et ce, pour des bénéficiaires qui seraient de toute façon très minces.

Signalons toutefois que, sauf exception, aucune assurance n'est totalement inutile; l'utilité est tributaire de la situation particulière du souscripteur, des assurances qu'il détient déjà et de ses valeurs et priorités. Il n'en demeure pas moins que notre analyse d'un échantillon d'assurances secondaires montre que certaines devraient arriver bien loin dans la liste des assurances auxquelles les gens devraient souscrire, du fait soit d'un grand nombre d'exclusions, du coût élevé par rapport aux potentiels bénéficiaires, d'un possible chevauchement de protection dont le consommateur dispose déjà, etc.

Parmi ces assurances à l'utilité toute relative, plusieurs commentateurs incluent les assurances vie pour enfant; elles ne seront même utiles que si elles permettent à l'enfant de conserver son assurabilité sans examen à la majorité et de hausser le montant de son assurance vie.

Plusieurs sont d'avis que les assurances secondaires et leurs méthodes de vente, voire leur prix, devraient être strictement encadrées.

Notre enquête auprès des acteurs concernés (institutions financières, assureurs et organismes de surveillance et/ou de protection des consommateurs) nous a permis d'obtenir certaines données sur le nombre et la nature des plaintes que peuvent générer les différentes assurances secondaires examinées. Il ressort des données fournies par l'AMF que les assurances maladies graves et les assurances solde sur carte de crédit sont celles qui suscitent davantage de plaintes, principalement pour des problèmes liés aux réclamations. Les problèmes de représentations et de vente sont également importants.

Pour une majorité des assurances examinées, aucune donnée sur les taux de pénétration n'était publiquement accessible. Aussi, outre les données fournies par l'AMF, nous n'avons obtenu aucune information sur les plaintes que reçoivent les compagnies d'assurances. Or, malgré la difficulté d'obtenir des données, notre sondage nous a permis de tracer un portrait des taux de souscription aux différentes assurances étudiées et des problèmes qu'elles peuvent poser.

Ainsi, il appert que de nombreux consommateurs détiennent des assurances secondaires (près de 40 % des répondants détiennent une assurance décès accidentel et près de 25 % une assurance maladies graves). Les résultats indiquent qu'il existe un important problème d'information avant l'achat d'une assurance : en moyenne, le quart des répondants ont pris connaissance d'une information importante relativement à l'assurance à laquelle ils avaient souscrit en lisant la documentation sur l'assurance après l'achat. Entre le tiers et la moitié des répondants ont découvert des renseignements ou la liste des exclusions avec explications après l'achat d'une assurance, cette information ne leur ayant pas été divulguée au moment de l'achat. Enfin, le sondage a révélé qu'entre 7 et 17 % des répondants, selon les assurances, avaient rencontré un problème avec leur assurance. Tout cela confirme l'importance d'un encadrement serré, d'autant plus que la sollicitation auprès des consommateurs pour ces différentes assurances semble importante.

Nos conclusions indiquent que les cadres législatifs existants, malgré le fait qu'ils puissent contribuer à amoindrir un certain nombre de problèmes, sont nettement insuffisants, au vu des problèmes ou problèmes potentiels que nous avons recensés. Notre examen des encadrements applicables au Canada nous a permis de constater de nombreuses lacunes, qui sont d'autant plus apparentes lorsqu'on compare l'encadrement canadien avec ceux qui ont été mis en place dans certaines juridictions étrangères.

Parce que c'est l'angle sous lequel nous avons examiné la question, et vu les problèmes observés, notre recherche nous amène à conclure qu'un meilleur encadrement de tout ce qui a trait à l'information pourrait régler la presque totalité de ces problèmes. Si l'on désire s'attaquer efficacement aux problèmes rencontrés et assurer que le consommateur soit bien informé lorsqu'on lui propose ou qu'il décide de souscrire une assurance secondaire, certains principes doivent nécessairement être respectés.

D'abord, l'information fournie aux consommateurs avant la souscription d'une assurance doit clairement identifier ce que couvre l'assurance et ce qui en est exclu. Ces éléments essentiels doivent faire l'objet de définitions complètes, que le consommateur sera en mesure de comprendre. Il faut éviter que le consommateur ait de fausses attentes sur ce qui est couvert. Il

faut aussi qu'il sache précisément que certains éléments qui sont vraisemblablement inclus dans la définition de la couverture sont par ailleurs exclus par des règles particulières, ou que certaines circonstances font en sorte que la couverture ne s'appliquera pas.

Les prestations qui pourront être versées au consommateur, et les circonstances qui feront en sorte qu'elles le seront, doivent-elles aussi être définies précisément.

Cette information doit être offerte au consommateur au moment opportun, soit avant ou au moment de la souscription. Le consommateur doit avoir en main l'information complète qui lui permettra de faire un choix éclairé. Ce n'est pas au moment de la réclamation que le consommateur doit apprendre ce qui est couvert ou ce à quoi il a droit, mais au moment de décider s'il désire s'assurer. Une réclamation ne devrait jamais pouvoir être refusée pour un motif que le consommateur ne pouvait raisonnablement prévoir.

Étant donné la nature des produits d'assurance, il appert évident que seul l'assureur est en mesure d'informer adéquatement le consommateur. Le fardeau d'information devrait donc lui revenir entièrement, ainsi que celui de s'assurer que le consommateur est en mesure de comprendre précisément les caractéristiques essentielles du produit. L'assureur devrait en tout temps être lié par les représentations qui sont faites sur son produit d'assurance, et le contrat, incluant ces représentations, devrait toujours être interprété en faveur du consommateur.

Le vendeur d'assurance devrait toujours agir dans le meilleur intérêt du consommateur. Le nombre d'assurances d'une utilité douteuse que nous avons identifiées montre bien que ce n'est pas toujours le cas, malgré les règles déontologiques qui devraient s'appliquer. Vu la complexité du produit, vu les risques que court le consommateur qui se croit assuré, mais qui découvrira qu'il ne l'est pas, il faut veiller à éviter que le vendeur d'assurance se trouve dans des situations de conflit d'intérêts. Il faut aussi assurer que le vendeur recueille suffisamment d'information auprès du consommateur pour être en mesure de ne lui proposer qu'un produit qui réponde à un besoin, qu'il soit approprié, et que le produit proposé soit le meilleur produit possible dans les circonstances.

Les consommateurs doivent avoir accès à la même quantité et à la même qualité d'information, ainsi qu'à des protections équivalentes, peu importe le canal par lequel ils se procurent une assurance secondaire.

L'assureur étant mieux en mesure de déterminer l'information qui lui est nécessaire pour évaluer ses risques, il devrait lui revenir dans tous les cas de chercher à obtenir les renseignements auprès du consommateur qui désire souscrire une assurance. Ainsi, il conviendrait de restreindre l'obligation de divulgation d'information qui incombe au consommateur, et d'interdire à l'assureur de refuser une indemnisation parce qu'un renseignement ne lui a pas été fourni alors qu'il ne l'avait pas expressément demandé.

Nos recommandations portent sur des applications concrètes de ces principes, en vue d'un marché plus sain et mieux équilibré et d'une meilleure protection du consommateur en matière d'assurances.

Recommandations

Quant à l'information

- Attendu que plusieurs produits d'assurances secondaires sont complexes et qu'ils comportent des couvertures restrictives et de multiples exclusions;
- Attendu que les couvertures de plusieurs assurances secondaires ne sont pas suffisamment explicites pour permettre au consommateur de bien comprendre ce qui est couvert et ce qui ne l'est pas;
- Attendu que les exclusions de plusieurs assurances secondaires ne sont pas assez clairement divulguées pour permettre au consommateur de prendre une décision éclairée;
- Attendu que plusieurs produits d'assurance secondaires présentent des définitions (de maladies couvertes notamment) que les consommateurs ne peuvent vraisemblablement comprendre;
- Attendu qu'une offre d'assurance qui ne précise pas suffisamment la couverture ou les bénéfices offerts est susceptible d'induire en erreur le consommateur et de leur laisser entendre que l'assurance est plus avantageuse qu'elle ne l'est en réalité;
- Attendu que les consommateurs pourraient voir leur situation financière sérieusement aggravée s'ils n'étaient au final pas admissibles à l'assurance qu'ils ont contractée ou si les bénéfices auxquels ils s'attendaient ne sont pas ceux qui sont offerts par l'assurance;
- Attendu que le consommateur ne sera correctement informé et ne pourra faire un choix éclairé que si l'information qui lui est offerte au moment opportun, et qu'elle est exacte, exhaustive et compréhensible;
- Attendu que les renseignements fournis aux consommateurs relativement aux assurances secondaires ne sont pas toujours présentés de manière à les informer adéquatement de tous les éléments essentiels du contrat (couvertures et exclusions notamment);
- Attendu qu'il existe déjà des dispositions provinciales qui balisent l'information qui doit être donnée aux clients;
- Attendu que l'information présentée aux consommateurs demeure problématique, malgré cet encadrement;
- Attendu que les problèmes les plus souvent rapportés et médiatisés sont ceux qui touchent aux réclamations et sont le plus souvent liés aux définitions et exclusions des contrats;
- Attendu que l'existence de lignes directrices et de dispositions claires en matière de divulgation d'information précontractuelle serait susceptible d'assurer que les consommateurs disposent d'une information plus complète et plus adéquate;
- Attendu que la Directive européenne sur la distribution d'assurances (DDA) exige que soit fourni un document d'information pré contractuel standardisé de 2 pages qui comprend les principales garanties, exclusions et restrictions des produits;
- Attendu que notre sondage a révélé que : plus de la moitié des Canadiens possède une assurance secondaire; qu'une proportion non négligeable estime ne pas avoir reçu tous les renseignements nécessaires lors de la souscription; que plus de la moitié indiquent n'avoir appris une information importante qu'après l'achat;

- Attendu que notre sondage a aussi révélé que les renseignements manquants ont surtout trait aux exclusions, aux informations liées à l'annulation, à ce qui doit être déclaré et au possible double-usage avec les autres assurances détenues;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'imposer aux assureurs de poursuivre leurs efforts de simplification (langage clair et simple) des contrats d'assurance et autres documents d'information liés aux assurances;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'imposer aux assureurs la remise aux consommateurs d'un document d'information pré contractuel standardisé de 2 pages qui comprendrait les principales garanties, exclusions, restrictions des produits et prestations; ce document devrait obligatoirement être signé ou paraphé par le consommateur et le consentement négatif devrait être strictement interdit;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux de décréter que tout contrat d'assurance qui aurait été conclu sans qu'un tel document, conforme au modèle prescrit, ait été remis au préalable au consommateur soit réputé nul;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'interdire tout refus d'indemnisation sur la base d'une exclusion qui n'aurait pas été dévoilée expressément et de façon compréhensible au consommateur;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'interdire toute limite d'indemnisation sur la base d'une interprétation restrictive de la couverture et des bénéficiaires qui n'aurait pas été dévoilée expressément et de façon compréhensible au consommateur;

Quant aux représentations

- Attendu qu'il arrive fréquemment que les représentations faites par les représentants ne permettent pas aux consommateurs d'évaluer correctement si un produit d'assurance secondaire leur convient ;
- Attendu que les assurances sont généralement des produits vendus plutôt que magasinés et achetés;
- Attendu que des consommateurs sont parfois assurés en double ou en triple pour un même risque;
- Attendu que certaines pratiques de vente amènent des consommateurs à se procurer des assurances dont ils n'ont pas besoin ou auxquelles ils ne sont pas admissibles;
- Attendu que les consommateurs sont mal informés des statistiques qui leur permettraient d'évaluer le risque réel contre lequel on leur propose de s'assurer;
- Attendu que les conseillers et représentants en assurance devraient toujours agir dans le meilleur intérêt des consommateurs, tenir compte de leurs besoins et ne leur proposer que le produit qui convient le mieux à leurs besoins;
- Attendu que notre sondage a révélé que près du tiers des répondants à notre sondage ont découvert sur leur relevé de compte des frais pour des assurances dont ils ignoraient l'existence;
- Attendu que des interventions musclées des autorités réglementaires dans des juridictions étrangères ont eu pour effet de discipliner le marché;

Union des consommateurs recommande aux organismes de surveillance et de réglementation compétents d'exercer une vigilance accrue relativement aux offres et aux représentations précontractuelles effectuées dans le domaine des assurances secondaires afin d'assurer que la lettre et l'esprit de la loi sont respectés et d'intervenir rapidement lorsque ce n'est pas le cas;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'imposer aux assureurs l'obligation d'effectuer ou de s'assurer qu'est effectué une analyse des besoins d'un client avant la vente d'une assurance secondaire dans une réglementation;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux de prévoir à la loi que l'assureur est en tout temps lié par les représentations qui sont faites sur son produit d'assurance, et que le contrat portant sur des assurances secondaires, incluant ces représentations, est toujours interprété en faveur du consommateur;

Union des consommateurs recommande aux organismes de réglementation et de surveillance de veiller à une application stricte, notamment, des règles relatives aux représentations fausses ou trompeuses, de sévir contre les contrevenants et d'imposer des amendes en cas de violations aux lois;

Union des consommateurs recommande d'imposer aux assureurs, aux conseillers et aux représentants d'assurances l'obligation de toujours agir dans le meilleur intérêt du consommateur, d'éviter les pratiques susceptibles de générer des conflits d'intérêts et de ne proposer au consommateur que le produit qui convient le mieux à ses besoins;

Quant à la possibilité de se procurer des assurances secondaires via différents canaux de distribution

- Attendu que les consommateurs se procurent les différentes assurances secondaires via différents canaux de distribution;
- Attendu que l'information fournie aux consommateurs peut différer selon le canal de distribution par lequel ils se sont procuré leur assurance;

Union des consommateurs recommande que les législateurs s'assurent que les consommateurs disposent du même degré d'information et de protections égales, peu importe le canal de distribution,

Quant au déséquilibre informationnel

- Attendu qu'il revient actuellement au consommateur de divulguer toute information susceptible d'avoir une incidence sur son assurabilité;
- Attendu que le non-dévoilement d'information par un assuré au moment de l'adhésion à une assurance est l'une des raisons régulièrement invoquées par les assureurs pour refuser une réclamation;
- Attendu qu'il devrait revenir à l'assureur de s'assurer de demander précisément tous les renseignements qu'il souhaite obtenir;
- Attendu que les législations française, anglaise et new-yorkaise ont prévu des règles qui assurent un meilleur équilibre quant à ces exigences;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux de restreindre, dans le cadre de contrats de consommation, le fardeau de divulgation d'information qui est imposé aux consommateurs;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux d'interdire aux assureurs de mettre fin à un contrat ou de refuser une indemnisation parce qu'un consommateur ne leur aurait pas fourni un renseignement qu'ils n'auraient pas requis expressément.

Union des consommateurs recommande que le gouvernement fédéral veille à ce que les législations provinciales qui s'imposent soient harmonisées afin d'assurer que tous les Canadiens soient en mesure de bénéficier du plus haut niveau de protection en matière d'assurance.

English version available.