

# Groupe consultatif de résidents sur l'assurance automobile en Ontario

2022

Rapport de la séance sur  
la réglementation des taux 12 février

**FSRA**  
Financial Services Regulatory  
Authority of Ontario

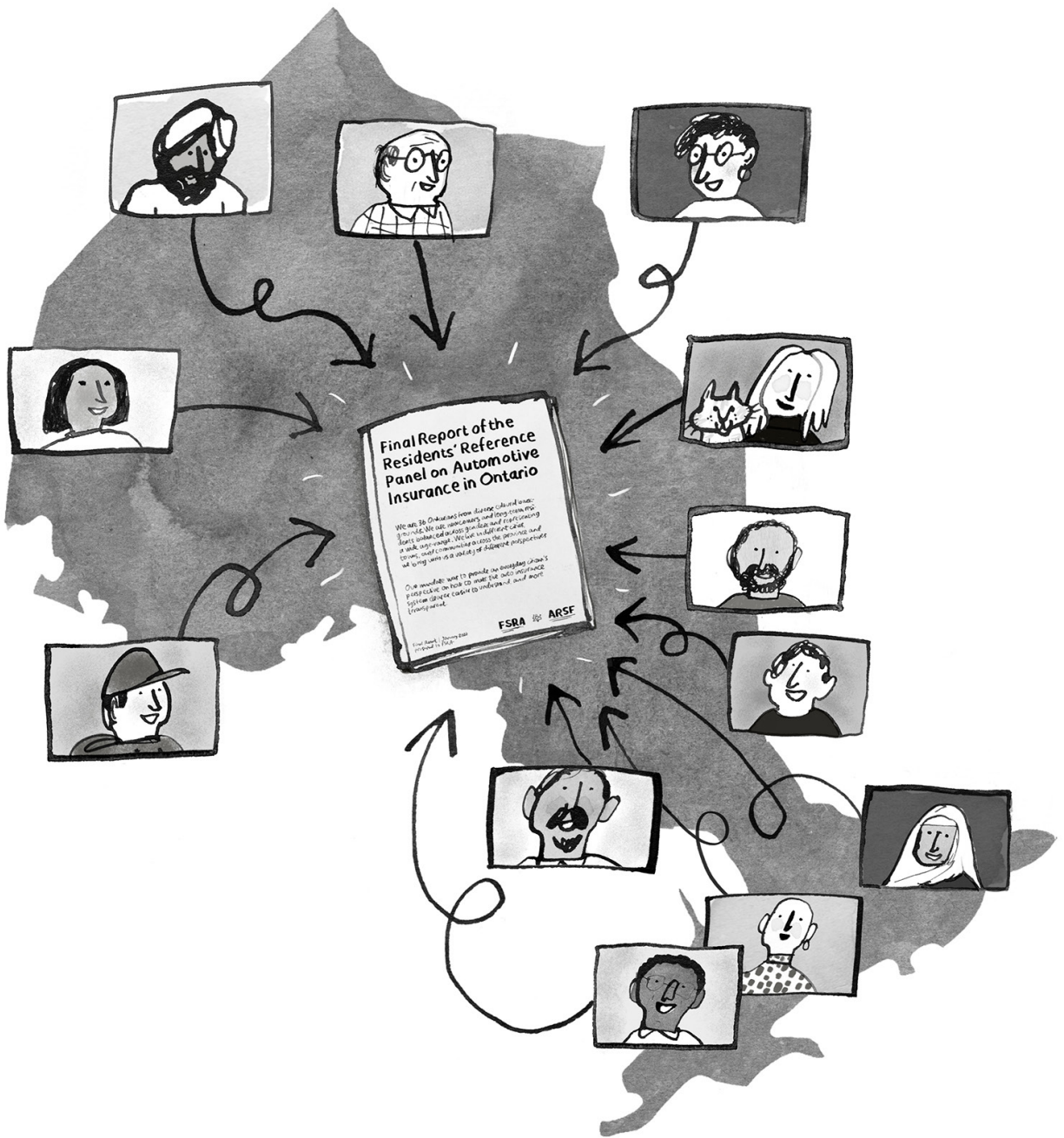


**ARSF**  
Autorité ontarienne de réglementation  
des services financiers



# Table des matières

<b>1. À propos du Groupe consultatif de résidents sur l'assurance automobile en Ontario de 2022 .....</b>	<b>5</b>
1.1 Qui a été convoqué?.....	6
1.2 Ce qu'on leur a demandé de faire .....	6
<b>2. Apprentissage : orientation .....</b>	<b>8</b>
2.1 Délibération : enjeux pour les consommateurs .....	9
2.2 Délibération : principes directeurs .....	11
<b>3. Apprentissage : réglementation des tarifs .....</b>	<b>13</b>
3.1 Apprentissage par l'expérience : magasinage d'assurance.....	14
3.2 Délibération : équité dans l'établissement des taux.....	15
3.3 Délibération : perspectives de l'industrie .....	16



# 1. À propos du Groupe consultatif de résidents sur l'assurance automobile en Ontario de 2022

Inspiré par le succès et les leçons tirées du processus de consultation de 2020, l'Autorité ontarienne de réglementation des services financiers (ARSF) a convoqué son deuxième Groupe consultatif de résidents sur l'assurance-automobile en Ontario pour fournir des conseils de façon continue. Le Groupe consultatif de 2022 s'est réuni trois fois en février et mars de la même année.

Un processus de délibération, comme un groupe consultatif, vise à donner à un groupe très représentatif de résidents l'occasion de mieux s'informer et de participer activement aux processus de politiques publiques. Les groupes de référence renforcent la pratique démocratique en augmentant la confiance du public dans les institutions publiques et les résultats des politiques. Le Groupe consultatif de 2020 a montré à l'ARSF et à l'industrie de l'assurance-automobile que les gens ordinaires sont prêts à donner de leur temps pour se renseigner sur les problèmes techniques et complexes auxquels l'industrie est confrontée régulièrement. De plus, le Groupe consultatif a démontré qu'avec un soutien encadré, un groupe représentatif d'Ontariennes et d'Ontariens peut mener des conversations axées sur les principes qui établissent une compréhension commune et un terrain d'entente pour éclairer les politiques publiques.

La province compte plus de dix millions d'automobilistes couverts par une forme d'assurance-automobile. Toutes les personnes qui conduisent en Ontario sont légalement tenues d'avoir une assurance-automobile, qui est vendue par des entreprises privées. C'est en Ontario que les primes sont les plus élevées au pays. D'après une étude de consommation, beaucoup d'automobilistes se disent contrariés par les coûts ainsi que déçus par les options et le fonctionnement du système. En outre, un grand nombre se contentent de renouveler passivement leur contrat, sans magasiner ni les tarifs ni les options.

Le Groupe consultatif de 2022 a été chargé d'en apprendre davantage sur l'industrie de l'assurance-automobile et de délibérer sur des sujets précis touchant aux politiques, lesquels ont été déterminés par l'ARSF. Les séances d'hiver de 2022 étaient axées sur la réglementation des taux, les données et les analyses. Une journée d'apprentissage et de conversation sur des sujets précis a été élaborée pour appuyer chaque domaine. Les membres du Groupe consultatif ont travaillé ensemble pour fournir à l'ARSF des commentaires et des conseils qui refléteraient largement les intérêts des Ontariennes et Ontariens.

*Le premier groupe consultatif, le Groupe consultatif des résidents sur l'assurance-automobile en Ontario de 2020, a été chargé de fournir le point de vue du citoyen sur la façon de rendre le système d'assurance-automobile de l'Ontario plus clair, plus facile à comprendre et plus transparent.*

*Entre les mois d'octobre et de novembre de 2020, le Groupe consultatif a passé un total 26 heures à en apprendre davantage et à délibérer sur la façon dont l'ARSF pourrait améliorer la réglementation de l'assurance-automobile afin d'élargir l'éventail de choix offert aux consommateurs et d'améliorer leur expérience.*

*À la fin de son mandat, le Groupe consultatif des résidents sur l'assurance-automobile en Ontario de 2020 a rédigé un rapport final détaillant 15 recommandations sur 6 thèmes.*

## Qui a participé :

### Sexe :

Hommes (15)

Femmes (15)

### Âge:

18 - 29 (2)

30 - 44 (10)

45 - 64 (11)

65+ (7)

### Représentation autochtone, racialisée et francophone :

Autochtones, Premières Nations, Métis ou Inuit (1)

Groupes racialisés (10)

Francophone (4)

### Permis de conduire et statut du véhicule :

J'ai un permis de conduire et je possède ou loue un véhicule (27)

J'ai un permis de conduire et je ne possède pas de véhicule (2)

Je n'ai pas de permis de conduire (1)

### Situation du logement :

Propriétaire de son logement (19)

Locataire de son logement (11)

## 1.1 Qui a été convoqué?

Les participants ont été recrutés dans le cadre d'un processus de loterie civique et une invitation spéciale a été envoyée par la poste à tous ceux qui se sont portés volontaires ou qui ont participé au processus de 2020. Sept de ces 30 bénévoles faisaient partie du Groupe consultatif de 2020. Ils ont manifesté leur enthousiasme pour le processus et ont apporté une bonne connaissance de certains des enjeux. Les participants n'étaient pas des experts en assurance-automobile, mais ils présentaient une diversité de points de vue et d'interactions avec l'industrie. On a pris soin d'éviter les conflits d'intérêts : les représentants élus, les fonctionnaires chargés des politiques sur l'assurance-automobile et les employés d'assureurs travaillant dans le domaine de l'assurance-automobile n'ont pas été autorisés à se porter volontaires pour le groupe. Un résumé du processus de recrutement et de la loterie civique, ainsi que les biographies de tous les participants, se trouvent dans les annexes du rapport, un document d'accompagnement indépendant des rapports de réunion.

## 1.2 Ce qu'on leur a demandé de faire

Les résidents ont été convoqués pour trois séances en février et mars 2022. Chacune s'est déroulée un samedi à l'aide de Zoom, une plateforme de vidéoconférence en ligne. La première séance, qui a eu lieu le 5 février, était une séance d'orientation générale sur l'industrie de l'assurance-automobile afin que les participants aient une compréhension commune de l'industrie et des principaux enjeux qui l'affectent.

Les séances subséquentes ont consisté en des analyses approfondies d'une journée complète des secteurs de politique précis déterminés par l'ARSF.

- 12 février : La réglementation des tarifs, qui met l'accent sur l'interfinancement, est un sous-produit des efforts déployés pour classer toutes les personnes assurées en groupes avec d'autres qui ont un profil de risque semblable, mais non identique.

- 5 mars : Il a été question de données et d'analyses axées sur les pratiques de partage des données pour faciliter la surveillance et l'application des règles dans le système d'assurance-automobile.

Un rapport de réunion autonome, le présent rapport, pour chaque secteur de politique, a été rédigé et distribué aux participants pour obtenir leurs commentaires quant à son contenu. Chaque rapport contient ce qui suit :

- Un résumé de la séance d'orientation, suivi des résultats des délibérations de la journée.
- Un résumé des apprentissages et des activités de la journée, suivi des résultats des délibérations du Groupe consultatif.
- Des annexes avec les biographies des participants, une description de la loterie civique et les biographies des conférenciers invités sont offertes dans un document d'accompagnement : Annexes du rapport.

L'ARSF communiquera les rapports à son personnel, au Conseil d'administration et à d'autres intervenants pertinents, dont les comités techniques et consultatifs des consommateurs. L'ARSF rendra également les rapports publics sur son site Web.



# 2. Apprentissage : orientation

## 5 février 2022

Le Groupe consultatif des résidents sur l'assurance-automobile en Ontario de 2022 s'est réuni pour la première fois à 9 h le samedi 5 février, pour une séance d'orientation. La journée comprenait trois présentations de l'ARSF, deux discussions avec des conférenciers invités et deux activités en petits groupes. Les profils des conférenciers invités se trouvent dans les annexes du rapport.

Judy Pfeifer, directrice générale des relations publiques de l'ARSF, a accueilli les membres du groupe consultatif. Elle a parlé de l'engagement de l'ARSF à représenter l'intérêt public et à faire en sorte que les consommateurs contribuent aux décisions réglementaires. Judy a également présenté quelques faits saillants relatifs au groupe consultatif de 2020, expliquant de quelle façon ses recommandations finales ont éclairé les conversations avec les intervenants clés sur un certain nombre de dossiers. Elle a indiqué que la décision de convoquer un deuxième groupe consultatif est le résultat direct du succès de celui de 2020 et de l'engagement de l'ARSF à inclure les consommateurs dans le processus d'élaboration de politiques.

Les coprésidents du Groupe consultatif, Chris Ellis et Jasmin Kay, ont ensuite présenté un aperçu du mandat et du programme du Groupe consultatif. Par la suite, les membres se sont réunis en petits groupes pour une série de présentations.

Stephanie Windsor, conseillère principale, communications d'entreprise à l'ARSF, a ensuite pris la parole. Elle a présenté le parcours du consommateur d'assurance-automobile en décrivant les trois principaux points d'interaction entre le consommateur et l'écosystème de l'assurance, soit l'achat d'une police, le maintien et le renouvellement de l'assurance et la présentation d'une réclamation. Stephanie a également présenté les résultats d'une étude des besoins des consommateurs qui décrivent les préférences, les défis et les priorités exprimés par les consommateurs ontariens.

Ensuite, les participants ont entendu deux conférenciers invités : Rhona DesRoches (présidente, association FAIR) et Ellen Roseman (journaliste et défenseure des droits des consommateurs). Rhona et Ellen ont toutes deux parlé des difficultés des consommateurs à comprendre le fonctionnement de l'industrie de l'assurance-automobile. Le faible niveau de littératie financière des consommateurs et le manque de surveillance des données recueillies par les compagnies d'assurance ont été soulignés comme étant des défis systémiques.

Le Groupe consultatif a poursuivi son apprentissage après le dîner avec un exposé de Tim Bzowey, vice-président directeur, assurance-automobile et produits d'assurance. Tim a présenté aux participants le produit d'assurance-automobile et a décrit le système d'assurance-automobile de l'Ontario. Il a souligné que toutes les caractéristiques d'un produit (par exemple, les avantages) ont un coût. Lorsque les coûts sont modifiés, cela a des répercussions sur les avantages qui peuvent être offerts. Il a exhorté le groupe à examiner les compromis entre les coûts et les avantages.

La présentation de Tim a été suivie d'un groupe de trois conférenciers invités, chacun représentant différents groupes ou associations de l'industrie : Geoff Beechey (chef de la direction, Association canadienne des assureurs en relation directe), Trevor Foster (directeur, Bureau d'assurance du Canada) et Tim Goff (directeur, Courtiers d'assurances inscrits de l'Ontario). Ils ont discuté de la façon dont la nature du



processus de réclamation très conflictuel et l'incidence de la fraude contribuent aux prix élevés, mais ils ont aussi expliqué comment le système d'assurance-automobile de l'Ontario est en mesure d'offrir un meilleur service que le système du Québec, qui est moins coûteux. Lors de la période de questions, les participants ont soulevé des préoccupations au sujet de l'assurance basée sur l'utilisation, des données et de la protection des renseignements personnels.

On a ensuite demandé aux participants de travailler en petits groupes. Chaque groupe a été chargé de déterminer trois défis auxquels les Ontariennes et Ontariens font face en matière d'assurance-automobile. La section 2.1 présente un résumé des problèmes liés aux consommateurs qui ont été soulevés dans les petits groupes.

À la suite de la discussion sur les enjeux, on a présenté aux participants les principes directeurs élaborés par le Groupe consultatif de 2020. Ces principes visent à offrir des conseils d'orientation à l'ARSF et à d'autres intervenants de l'écosystème de l'assurance-automobile. On a demandé aux participants de retourner en petits groupes pour déterminer si ces principes demeuraient adéquats pour orienter la prise de décisions. On a demandé au Groupe consultatif de se servir de l'apprentissage et des questions soulevées au cours de la journée pour apporter des modifications importantes aux principes de 2020. Les principes révisés sont décrits à la section 2.2.

Les présidents ont remercié les participants pour leur travail et ont levé la séance à 16 h.

## 2.1 Délibération : enjeux pour les consommateurs

Les participants, qui travaillent en cinq petits groupes, ont cerné les problèmes suivants liés aux consommateurs d'assurance-automobile en Ontario.

### **Le produit d'assurance-automobile n'est pas clair**

- Les Ontariennes et Ontariens ne comprennent pas ce que leurs polices couvrent et ce qui est exclu. Les conséquences de leurs décisions d'achat ne sont pas claires au moment de l'achat, ce qui entraîne souvent une mauvaise expérience et des considérations financières imprévues lors du processus de réclamation.
- Le langage et les documents utilisés par l'industrie sont très compliqués. En tant que produit obligatoire, l'assurance-automobile doit être compréhensible pour tous les Ontariens, peu importe leur niveau d'éducation ou leur maîtrise de l'anglais. Les documents et les produits d'assurance-automobile devraient être rédigés dans un langage clair afin que chacun comprenne ses droits et ses responsabilités.
- Les augmentations de prix ne sont pas expliquées aux consommateurs, ce qui donne l'impression que le processus est arbitraire et injuste et entraîne une baisse du niveau de confiance des consommateurs.
- Les Ontariennes et Ontariens veulent comprendre le processus de réclamation et l'incidence des différentes options de produit sur leur expérience de réclamation.

### **Les politiques et les processus de collecte des données ne sont pas clairs**

- Les Ontariennes et les Ontariens ne comprennent pas vraiment comment leurs données sont utilisées par l'industrie.
- Les Ontariennes et les Ontariens ont l'impression de ne pas avoir de contrôle sur la façon dont leurs données sont partagées au sein de l'industrie et au-delà.

### **La variabilité des prix et des produits dans l'ensemble du système d'assurance-automobile crée de la confusion**

- Les options de produits sont trop diversifiées d'un assureur à l'autre, et les coûts varient également considérablement. Il est donc difficile pour les consommateurs de comparer les options lorsqu'ils magasinent.
- Les prix facturés par les fournisseurs de services (p. ex., entreprises de remorquage, ateliers de réparation automobile, avocats, physiothérapeutes) varient. Les prix devraient être plus uniformes pour aider à contrôler la façon dont les fonds d'assurance collective sont utilisés.

### **Les coûts d'assurance sont trop élevés**

- C'est un défi pour tous les consommateurs et cela peut être particulièrement pénible pour certains groupes, comme les jeunes conducteurs.
- Les Ontariennes et Ontariens ne comprennent pas où vont leurs primes ni pourquoi le coût de leur assurance est si élevé. On suppose donc que les profits des compagnies d'assurance sont exorbitants et que les augmentations de taux sont injustes.

*« Lorsque les tarifs augmentent, les consommateurs veulent aussi connaître en détail les raisons de cette hausse... surtout si rien du côté du consommateur n'a vraiment changé. »*

*—Participant*

### **Les niveaux de service à la clientèle ne sont pas satisfaisants**

- Souvent, le personnel de première ligne ne possède pas les renseignements ou les compétences nécessaires pour aider les consommateurs à résoudre des problèmes tirés du monde réel concernant leur police d'assurance-automobile.
- Les consommateurs doivent souvent composer avec de multiples niveaux de service à la clientèle, ce qui est frustrant et prend du temps.
- Un virage vers le numérique serait un obstacle pour certains Ontariens, soit ceux qui ont une connaissance numérique limitée et ceux qui n'ont pas un accès fiable à la technologie ou à Internet.

### **Il est difficile de s'y retrouver dans le système d'assurance-automobile**

- Les Ontariennes et Ontariens ne savent pas à qui s'adresser s'ils ont un problème avec leur assureur ou veulent déposer une plainte à son égard.
- Il n'est ni facile ni simple de contester une demande de réclamation.
- L'Ontario a besoin d'un ombudsman de l'assurance-automobile.

## La littératie financière chez les consommateurs est faible

- Les Ontariennes et Ontariens ont du mal à prendre les « bonnes » décisions parce qu'ils ne comprennent pas toujours comment leurs choix et leurs comportements influent sur le prix de leur produit, leur expérience du produit ou leur admissibilité à la couverture.

## 2.2 Délibération : principes directeurs

Le Groupe consultatif de 2022 était d'avis que les principes élaborés dans le cadre du processus de 2020 étaient toujours pertinents. Par conséquent, ils n'ont pas apporté de changements importants aux principes originaux, mais ils en ont ajouté deux nouveaux. Le Groupe consultatif de 2022 voulait s'assurer que :

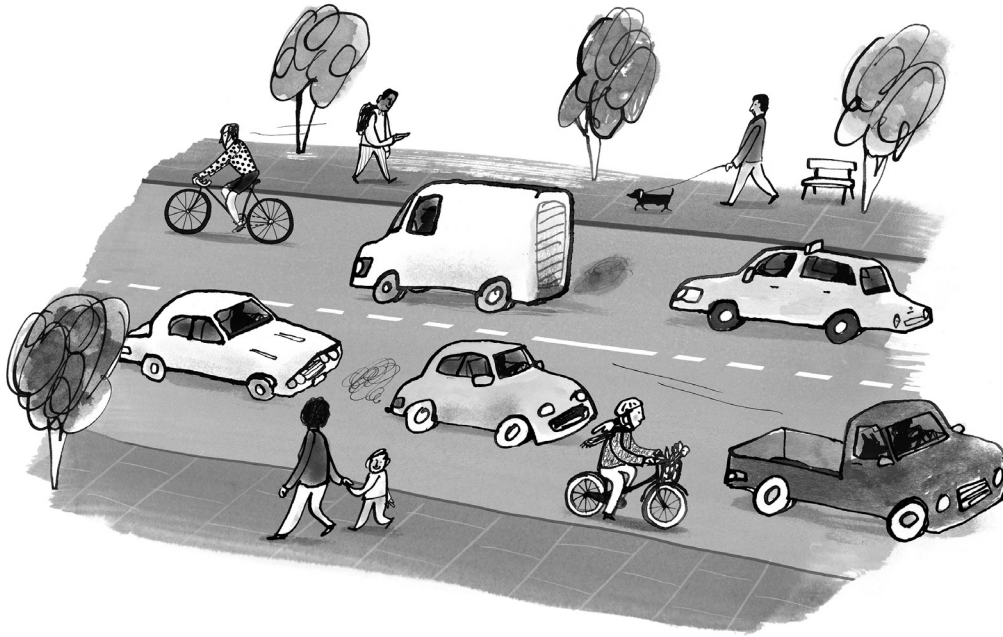
- les pratiques de collecte et d'échange de données protègent la vie privée et les intérêts des consommateurs;
- le système d'assurance-automobile est à l'épreuve du temps afin de pouvoir s'adapter aux changements technologiques et sociaux émergents, ainsi qu'à ceux qui ne se profilent pas encore à l'horizon.

Les principes directeurs pour la réglementation et le fonctionnement de l'assurance-automobile, actualisés par le Groupe consultatif de résidents sur l'assurance-automobile en Ontario de 2022, sont les suivants :

1. **Une assurance axée sur le consommateur et sur les soins.** Le système de l'assurance-automobile devrait faire passer le consommateur en premier, et s'efforcer de créer des politiques et des processus transparents qui garantissent à tous les consommateurs, peu importe la situation, une expérience positive, à la hauteur de leurs attentes, de l'étape de la souscription à celle de la réclamation. Le règlement des réclamations se doit d'être à la fois juste et rapide. En cas de blessure, les gens devraient pouvoir accéder de façon fiable aux soins dont ils ont besoin.
2. **Rentable.** Le système de l'assurance-automobile devrait être efficient et chercher sans cesse à innover pour créer des options plus économiques. De nouvelles options et approches devraient être encouragées, en particulier lorsqu'elles permettent de réduire les coûts et d'offrir un plus grand choix au consommateur.
3. **Offerte au consommateur à un prix équitable.** Les primes d'assurance-automobile devraient être abordables et dépendre essentiellement du comportement de la personne au volant.
4. **Facile à comprendre.** Toute communication concernant l'assurance-automobile, de la souscription à la réclamation, devrait être rédigée en langage clair, simple, précis et accessible. La population devrait être capable de comprendre ce qu'elle souscrit et avoir accès à des renseignements de qualité pour pouvoir prendre des décisions éclairées. Les communications, le cas échéant, devraient être uniformes afin que les consommateurs puissent facilement comprendre les différences entre les fournisseurs.
5. **Digne de confiance.** Tous les acteurs du système devraient avoir un comportement fiable et responsable, et dans le cas contraire, devoir rendre des comptes. Cela constitue le fondement d'un système éthique de l'assurance-automobile en Ontario.
6. **Protection des données des consommateurs, de la vie privée et de la sécurité.** Le système d'assurance-automobile devrait protéger les intérêts des consommateurs en ce qui concerne la collecte, la gestion, l'exactitude et la protection des données des consommateurs. Les consommateurs

devraient avoir un contrôle raisonnable sur leurs propres données et avoir le pouvoir de s'assurer qu'elles sont exactes. Le fournisseur doit donner un avis clair sur la façon dont les données personnelles sont ou seront utilisées.

7. **À l'épreuve du temps.** Le système d'assurance-automobile devrait être prêt à faire face aux transformations sociales et technologiques, ainsi qu'aux changements inattendus du marché. Les stratégies visant à faire face à ces changements devraient tenir compte des principes susmentionnés.



# 3. Apprentissage : réglementation des tarifs

12 février 2022

La réglementation des tarifs a été le premier sujet touchant aux politiques abordé par le Groupe consultatif de 2022. La séance comprenait trois présentations du personnel de l'ARSF et trois activités en petits groupes. L'ARSF demandait l'avis des consommateurs sur les considérations liées à sa nouvelle stratégie triennale de réforme du taux et de la souscription de l'assurance-automobile. La stratégie vise à rendre la surveillance de l'ARSF plus dynamique, souple et transparente en permettant aux consommateurs de se concentrer sur les pratiques de taux et de souscription équitables, en favorisant la santé du marché et en favorisant la prise de décisions éclairées. La séance du Groupe consultatif a été conçue pour recueillir les commentaires des consommateurs sur les expériences de magasinage liées à l'assurance-automobile, l'équité dans l'établissement des taux et la transparence.

Bruce Green, directeur, opérations relatives aux taux à l'ARSF, a fait la première présentation. Bruce a présenté des définitions clés et des concepts de base qui sous-tendent les taux d'assurance-automobile, ainsi que la façon dont ils sont établis et approuvés. Il a parlé de trois facteurs qui déterminent les taux, soit les coûts prévus des réclamations, les dépenses et les profits, et la façon dont cela varie d'un assureur à l'autre. Bruce a expliqué que les augmentations de taux n'affectent pas tous les conducteurs de façon égale et que le prix des primes varie en fonction des facteurs de risque individuels (p. ex., âge, dossier de conduite, type de véhicule, emplacement). Bruce a demandé aux participants de donner leur avis sur l'établissement des taux et les pratiques de souscription, sur la façon de les rendre plus équitables et sur le genre de renseignements qui aiderait à améliorer l'expérience de magasinage des consommateurs.

Après une période de questions animée avec Bruce, les panélistes ont été divisés en cinq groupes pour une **activité virtuelle d'achat d'assurance-automobile**. Les résultats de cette activité sont résumés à la section 3.1.

Après la pause du matin, Bruce a fait un exposé sur l'interfinancement. Il a expliqué que l'interfinancement se produit dans presque tous les secteurs d'activités de l'assurance où l'on s'efforce de classer tous les assurés en groupes avec d'autres qui présentent des risques « semblables » (mais pas identiques). Cela peut entraîner une hausse du prix pour certains groupes de consommateurs et faire baisser artificiellement le prix pour d'autres groupes, particulièrement lorsque l'abordabilité des produits est importante, comme l'assurance-automobile obligatoire de l'Ontario. L'interfinancement est une caractéristique de la plupart des types d'assurance : Assurance-maladie – Le régime d'assurance-maladie du Canada est un exemple classique. Les résidents paient des impôts qui financent l'assurance-maladie pour tous les Canadiens et les résidents permanents afin que chaque personne puisse obtenir les soins dont elle a besoin.

Dans le domaine de l'assurance-automobile, l'interfinancement est une fonction qui consiste à classer les conducteurs en groupes de personnes présentant des risques similaires et à déterminer ensuite un prix pour ce groupe. Il vise à rendre l'assurance accessible et abordable pour tous les conducteurs, mais il peut alourdir le fardeau de l'augmentation des primes, certains consommateurs payant plus que ce que leur

profil de risque individuel justifie. Par exemple, les conducteurs qui n'ont pas de réclamation à leur dossier peuvent assumer une partie des coûts engendrés par les chauffeurs qui ont une réclamation à leur dossier. Bruce a expliqué que le système d'assurance-automobile de l'Ontario est une boucle fermée où la somme totale de tous les paiements de primes doit être suffisante pour couvrir le coût du système (réclamations, fonctionnement et profit). Même s'il y aura toujours un certain degré d'interfinancement dans un système fermé, l'ARSF cherche à savoir comment le système pourrait être plus équitable et cherche à obtenir des commentaires sur ce que l'équité signifie pour les consommateurs.

Après la pause-repas, le Groupe consultatif s'est divisé en cinq petits groupes pour examiner de quelle façon, dans le **contexte de l'interfinancement, les prix peuvent être plus équitables du point de vue de la réglementation sans compromettre ses avantages pour les groupes qui en ont besoin** (p. ex., les nouveaux arrivants, les jeunes conducteurs). Les résultats de cette discussion sont résumés à la section 3.2.

La présentation finale de la journée a été donnée par Stephanie Windsor, conseillère principale, communications d'entreprise à l'ARSF. Stephanie a parlé du travail de l'ARSF avec ses comités consultatifs d'intervenants, ses comités consultatifs techniques et ses groupes consultatifs de consommateurs. Elle a présenté le Comité consultatif technique pour la transformation de la réglementation des taux de l'assurance-automobile, a parlé de son mandat et de certains des travaux qu'il a récemment terminés.

Les participants ont de nouveau été séparés en cinq petits groupes, **et on leur a demandé d'examiner et de commenter le travail du Comité consultatif technique quant à la réglementation des taux**. Les résultats de cette discussion sont résumés à la section 3.3.

La séance a été levée à 16 h avec les remerciements des présidents.

### 3.1 Apprentissage par l'expérience : magasinage d'assurance

Chaque groupe a reçu deux profils de consommateurs hypothétiques différents à utiliser et un site Web d'assurance-automobile différent sur lequel magasiner. En plénière, chaque groupe a fait part du devis généré en fonction de son profil et ce qu'il aimait et n'aimait pas au sujet de l'expérience.

L'activité a fait ressortir que l'expérience de magasinage n'était pas uniforme d'un fournisseur à l'autre, que certains groupes avaient une bonne expérience, tandis que c'était le contraire pour d'autres. L'un des groupes n'a pas été en mesure d'obtenir un devis. La convivialité, le nombre d'étapes nécessaires pour obtenir un devis et les renseignements fournis variaient d'un fournisseur à l'autre.

*« Le processus de demande était un peu difficile... nous ne pouvions pas revenir en arrière et corriger quelque chose. »  
—Participant*

Les participants n'ont pas non plus trouvé d'explication sur la façon dont leur devis a été calculé. Même si les profils des conducteurs étaient semblables, à l'exception d'un facteur de risque, ils ont donné des résultats très différents, à la consternation de certains participants.

Les participants ont également trouvé difficile de déchiffrer ce que la politique offerte couvrirait. Ils étaient d'avis qu'il serait difficile de comparer les devis de différents fournisseurs, ce qui nuit à la motivation profonde de faire le tour du marché.

*« Pour moi, la page sommaire était la plus difficile à comprendre [avec tous] les termes énumérés... Je ne sais pas ce que ma couverture impliquerait. »  
—Participant*

Un groupe s'est demandé comment faire la distinction entre une condamnation mineure et une condamnation majeure, car cette information n'était pas facilement accessible dans la demande, même si elle faisait l'objet d'une question.

En général, cette expérience de magasinage virtuel n'a pas rendu les participants confiants quant à leur compréhension de la façon de magasiner une assurance ou de la motivation à faire le tour du marché dans la vraie vie.

### 3.2 Délibération : équité dans l'établissement des taux

On a attribué à chaque petit groupe une liste de paires de conducteurs (p. ex., ceux vivant dans la grande région de Toronto par rapport à ceux vivant ailleurs, les jeunes conducteurs par rapport aux vieux conducteurs) qui illustre, de façon théorique et simplifiée, la mesure dans laquelle un groupe subventionne l'autre. Ce ne sont pas tous les petits groupes qui ont travaillé sur chaque paire, mais au moins deux groupes ont tenu compte de chaque paire. On a demandé à chaque petit groupe de réévaluer leurs paires (ou non, ils avaient la possibilité de maintenir le degré actuel d'interfinancement) pour refléter ce qu'ils croyaient collectivement être un équilibre « plus juste ». En plénière, les groupes ont fait part de leurs paires et de la raison d'être de l'équilibre choisi.

Dans l'ensemble, les participants ont exprimé le désir de trouver un équilibre « socialement équitable » entre les groupes de consommateurs, même si cela signifiait de maintenir des coûts plus élevés pour certains consommateurs. Il convient toutefois de noter que de nombreux participants auraient aimé avoir plus de renseignements et plus de temps pour avoir cette conversation axée sur les valeurs.

*« L'équité est différente pour différentes personnes. Il est difficile [d'arriver à un consensus]... lorsque tout le monde pense différemment. »*

*—Participant*

- On s'entend généralement pour dire que l'équité liée aux antécédents de conduite serait mieux définie par une approche fondée sur les récompenses. Les bons conducteurs devraient être récompensés pour leur bonne conduite et les mauvais conducteurs devraient être responsables des coûts de leur mauvaise conduite. Cela laisse entendre que les Ontariennes et Ontariens pensent que les bons conducteurs qui subventionnent le coût des mauvais conducteurs devraient cesser.
- On s'entend généralement pour dire que l'équité liée à l'expérience de conduite serait mieux définie par une approche progressive. Les conducteurs devraient payer moins au fur et à mesure qu'ils progressent en matière de niveaux de conduite, et ce, d'une façon plus définie, uniforme et publiquement acceptée. En outre, les participants ont pensé qu'il pourrait y avoir des façons pour les consommateurs d'acquérir plus d'expérience au-delà du programme de base pour les jeunes conducteurs. Cela laisse entendre que les Ontariennes et Ontariens croient que les conducteurs d'expérience ne devraient pas subventionner l'assurance des conducteurs moins expérimentés, mais que l'âge n'est pas un indicateur adéquat de l'expérience.
- On s'entend généralement pour dire que l'équité liée à la géographie, pour la grande région de Toronto, les régions à l'extérieur de la grande région de Toronto et les régions urbaines et non urbaines, devrait être réexaminée. Les Ontariennes et Ontariens, peu importe où ils vivent, devraient partager le coût de l'assurance. Cela laisse entendre que les Ontariennes et Ontariens pensent que l'endroit où ils vivent ne devrait pas être un facteur important dans l'établissement des taux d'assurance.

- On s'entend pour dire que l'équité et le revenu sont liés; les conducteurs à faible revenu ne devraient pas payer plus que leur juste part d'assurance ou même moins. C'est une question qui pourrait faire l'objet d'une enquête approfondie à l'avenir. Certains groupes ont suggéré que le coût du véhicule pourrait être un moyen de déterminer ce que devrait être une juste part de l'assurance, c'est-à-dire que les conducteurs de voitures de luxe devraient investir davantage dans le fonds d'assurance. Cela laisse entendre que les Ontariennes et Ontariens pensent qu'il est juste de tenir compte de la façon dont le revenu entre en ligne de compte dans la détermination des taux.
- Le sujet le plus controversé lié à l'équité était la différence entre l'assurance basée sur l'utilisateur et l'assurance traditionnelle. De façon générale, les participants ont indiqué que l'équité liée à l'utilisation universelle et à l'assurance traditionnelle serait mieux définie par une approche uniforme, sans distinction de prix entre les deux. Certains groupes étaient fermement convaincus que tout avantage sur le plan du taux pour les utilisateurs d'assurance basée sur l'utilisateur exerce des pressions injustes sur les consommateurs pour qu'ils renoncent à leur droit à la vie privée, même s'ils y tiennent. Cela donne à penser que les Ontariennes et Ontariens accordent de l'importance au choix et se méfient de la façon dont les rabais peuvent être utilisés pour compromettre le droit à la vie privée.

### 3.3 Délibération : perspectives de l'industrie

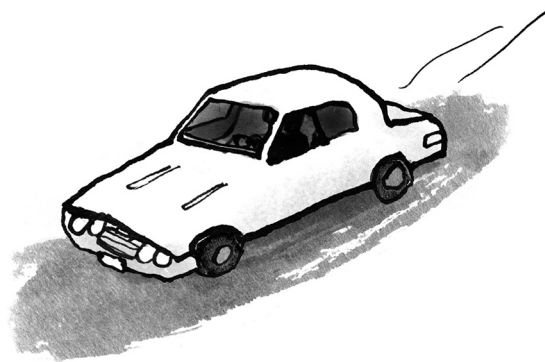
Dans le cadre de cette activité, le personnel des affaires publiques de l'ARSF a rassemblé des commentaires écrits de conseillers de l'industrie sur le Comité consultatif technique pour la transformation de la réglementation des taux de l'assurance-automobile. Le personnel de l'ARSF s'est assuré que le matériel était dépersonnalisé et anonyme. On a demandé au Groupe consultatif de présenter des commentaires d'« examen par les pairs » sur la compréhension qu'a l'industrie de ce que les consommateurs veulent. Les documents portaient sur les questions liées à la transparence, et on a demandé à chaque groupe d'examiner et de souligner les lacunes ou les écarts entre les points de vue de l'industrie et des consommateurs. On a également demandé aux petits groupes de trouver des façons dont l'ARSF et l'industrie pourraient améliorer la transparence pour les consommateurs.

Les participants étaient d'avis que les approches actuelles pour fournir des renseignements aux consommateurs sont inefficaces pour ce qui est de donner aux gens les moyens de magasiner, de comparer et de prendre de bonnes décisions qui répondent à leurs besoins. Ils ont suggéré ce qui suit :

- La création de comparateurs (p. ex., pour comprendre comment ils se comparent à d'autres conducteurs comme eux-mêmes ou en moyenne sur le plan des taux) aiderait les consommateurs à comprendre leur position dans le système des taux et entre les entreprises.
- Une plus grande uniformisation des transactions typiques améliorerait le processus d'interaction avec les assureurs pour le consommateur. Voici des exemples d'uniformisations mentionnés directement et indirectement par les participants :
  - *Un ensemble standard de termes en langage clair avec des explications pour aider les consommateurs à s'orienter dans leurs interactions avec les assureurs.*
  - *Un devis de « référence » standard qui peut être utilisé pour comparer les taux entre différents fournisseurs d'assurance.*
  - *Un ensemble standard de questions dans un format normalisé pendant le processus de devis afin que les consommateurs sachent à quoi s'attendre et que les renseignements soient prêts.*



- *Une façon d'enregistrer et d'appliquer les renseignements liés aux consommateurs entre les assureurs pour rendre le processus d'achat plus efficace.*
  - *Un « rapport » ou une explication d'un devis ou d'un renouvellement, avec un contenu ou un format normalisé pour faciliter les comparaisons entre les fournisseurs d'assurance. Le rapport devrait détailler les prix et d'autres considérations.*
- Les participants ont indiqué qu'ils voulaient que l'ARSF établisse les normes pour le secteur. Ils étaient d'avis que le rôle de l'ARSF devrait être de veiller à ce que l'industrie de l'assurance-automobile interagisse avec les consommateurs et les traite équitablement.
- Ils étaient également d'avis que même si l'ARSF pouvait fournir certains outils éducatifs, la responsabilité de l'éducation des consommateurs et de l'alphabétisation incombe principalement à l'industrie elle-même.



Groupe consultatif de  
résidents sur l'assurance  
automobile en Ontario

La séance sur la réglementation  
des taux 12 février