

MANUEL

DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

Pour un guide simple et réussi

Produits d'assurance offerts par un distributeur

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2008
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2008
ISBN 978-2-550-51464-0



**AUTORITÉ
DES MARCHÉS
FINANCIERS**

	TABLE DES MATIÈRES	2
	AVANT-PROPOS	4
	PRÉSENTATION DU MANUEL DE RÉDACTION	5
1	POURQUOI UN GUIDE DE DISTRIBUTION?	6
	1.1 LE RÔLE D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION	6
	1.2 LES OBLIGATIONS ET LES RESPONSABILITÉS DES ASSUREURS	7
2	COMMENT ÉLABORER UN GUIDE DE DISTRIBUTION?	9
	2.1 LES EXIGENCES DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION	9
	2.2 PLAN DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION	9
	2.3 LA GRILLE DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION	11
	2.4 DIX CONSEILS POUR BIEN RÉDIGER UN GUIDE DE DISTRIBUTION	24
3	QU'EST-CE QUE LA RÉDACTION EN LANGAGE CLAIR ET SIMPLE?	26
	3.1 UN CONTENU STRUCTURÉ	27
	3.2 LA PROXIMITÉ AVEC LE LECTEUR	28
	3.3 LE CHOIX DES MOTS	29
	3.3.1 Les mots spécialisés	29
	3.3.2 Les mots courants	30
	3.3.3 Les mots concrets	31
	3.3.4 L'utilisation de synonymes	31
	3.4 LA PHRASE CLAIRE ET SIMPLE	32
	3.4.1 Des phrases courtes	32
	3.4.2 Une idée, une phrase	32
	3.4.3 Des phrases affirmatives à la voix active	33
	3.4.4 L'ordre des mots	34
	3.5 L'ENCHAÎNEMENT DES IDÉES	34
	3.5.1 Le paragraphe	34
	3.5.2 Les mots et les expressions de relation	35

3.6	LA CLARIFICATION DES IDÉES	36
3.6.1	L'ordre des idées	36
3.6.2	Les définitions	37
3.6.3	Les exemples	37
3.6.4	Les descriptions par énumération	37
3.6.5	Les tableaux	38
3.6.6	Les procédés de mise en relief	38
3.7	LA MISE EN PAGE	39
3.7.1	La présentation générale du texte	39
3.7.2	Les titres et les intertitres	39
3.7.3	Les procédés typographiques	39
3.7.4	Les caractères	40
3.7.5	L'alignement du texte	40
3.7.6	La mise en relief	41
4	RÉVISEZ VOTRE GUIDE DE DISTRIBUTION SELON LES DIRECTIVES DU MANUEL	43
4.1	LES TROIS PRINCIPES DE RÉVISION POUR UN GUIDE DE DISTRIBUTION	43
4.2	LA GRILLE D'AUTOCORRECTION DU GUIDE DE DISTRIBUTION	45
	BIBLIOGRAPHIE	46
	ANNEXE	
A	RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS ET DES RESPONSABILITÉS DES ASSUREURS	48
B	RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS ET DES RESPONSABILITÉS DES DISTRIBUTEURS	50
1	AVIS DE RÉOLUTION D'UN CONTRAT D'ASSURANCE	52
2	AVIS DE LIBRE CHOIX DE L'ASSUREUR OU DU REPRÉSENTANT	53
3	AVIS DE CONSENTEMENT PARTICULIER	55
4	GUIDE DE DISTRIBUTION	58

À QUI S'ADRESSE CE MANUEL?

Ce Manuel est destiné aux personnes responsables de la rédaction d'un guide de distribution fourni au consommateur dans le cadre de l'offre de produits d'assurance par l'entremise de distributeurs.

Depuis sa création, en 1999, le Bureau des services financiers a été responsable de l'encadrement des guides de distribution ainsi que de l'élaboration de ce manuel de rédaction. Toutefois, à la suite de l'adoption de la *Loi sur l'Autorité des marchés financiers*, ces fonctions ont été confiées, au 1^{er} février 2004, à l'*Autorité des marchés financiers* ci-après appelée l'Autorité.

QUELS SONT LES BUTS DE CE MANUEL?

Ce Manuel a été conçu pour :

- Aider les assureurs à élaborer un guide de distribution en fonction de leurs obligations découlant de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* et du *Règlement sur la distribution sans représentant* de l'Autorité.
- Fournir aux assureurs toute l'information nécessaire pour rédiger un guide de distribution dans un langage clair et simple, afin qu'il soit compris par le consommateur.
- Fournir aux assureurs une grille d'autocorrection de leur guide de distribution.

PRÉSENTATION DU MANUEL DE RÉDACTION

Le Manuel de rédaction d'un guide de distribution est un outil mis à la disposition des assureurs pour les aider à rédiger un guide pour leurs produits d'assurance offerts par l'entremise de distributeurs.

En première partie, nous définissons ce qu'est un guide de distribution et les exigences légales qui y sont rattachées.

Nous expliquons, dans la deuxième partie, comment élaborer un guide de distribution à l'aide d'une grille de rédaction basée sur les 9 parties que doit contenir un guide.

La troisième partie est consacrée entièrement aux différentes techniques utilisées pour la rédaction d'un document en langage clair et simple. Pour terminer, en quatrième partie, nous vous suggérons de réviser votre guide à l'aide d'une grille d'autocorrection.

Bonne lecture!

POURQUOI UN GUIDE DE DISTRIBUTION?

La *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (la Loi) prévoit que certains produits d'assurance peuvent être offerts par des distributeurs.

Un *distributeur* est la personne qui, dans le cadre de ses activités qui ne relèvent pas du domaine de l'assurance, offre de façon accessoire pour le compte d'un assureur, un produit d'assurance afférent uniquement à un bien qu'elle vend ou qui y fait adhérer un client (art. 408 de la Loi). Par exemple, une institution financière offre au client à qui elle a consenti un prêt hypothécaire, un produit d'assurance vie pour le remboursement de son hypothèque en cas de décès.

Cependant, avant d'offrir un tel produit par l'intermédiaire d'un distributeur, l'assureur doit obligatoirement préparer un guide de distribution. Le guide de distribution est un document d'information sur la nature et les limites du produit d'assurance offert. L'assureur remet ce guide à ses distributeurs qui, à leur tour, le présentent au consommateur intéressé par le produit. Par ailleurs, les distributeurs doivent décrire le produit au client, préciser la nature de la garantie et en indiquer clairement les exclusions.

1.1

LE RÔLE D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

Le guide de distribution aide le consommateur à déterminer si le produit d'assurance lui convient puisqu'il n'est pas en présence d'un représentant en assurance. Ce guide outille également la personne chargée de la distribution du produit d'assurance. Celle-ci doit expliquer le produit au consommateur, s'assurer qu'il en a vraiment besoin et, en cas de doute, lui suggérer de vérifier s'il n'est pas déjà protégé par un autre produit d'assurance.

Autrement dit, le guide de distribution n'est pas un document promotionnel, c'est un document d'information, rédigé en langage clair et simple, pour être lu et compris par le consommateur.

Le guide de distribution est un outil de référence pour le consommateur, et non un guide d'instructions qui s'adresse aux personnes chargées de distribuer le produit.

Le lecteur du guide de distribution est un consommateur du produit d'assurance offert.

Le lecteur du guide de distribution doit trouver dans le document toute l'information nécessaire pour prendre une décision éclairée sur l'opportunité d'acheter ou non le produit qui lui est offert.

Selon la Loi, les assureurs et les distributeurs ont des obligations et des responsabilités concernant la distribution d'un tel guide destiné au consommateur.

En effet, La Loi prévoit à l'article 410 qu'un « assureur ne peut offrir un de ses produits par l'entremise d'un distributeur sans avoir préalablement préparé un guide de distribution et lui en avoir remis un exemplaire ».

De plus, la Loi prévoit qu'un guide de distribution doit être rédigé conformément aux règles établies par l'Autorité, incluant celles qui apparaissent au *Règlement sur la distribution sans représentant* (article 413).

1.2 LES OBLIGATIONS ET LES RESPONSABILITÉS DES ASSUREURS¹

Résumé de certaines obligations et responsabilités des assureurs en regard de la Loi sur la distribution de produits et services financiers

Adopté en vertu de la Loi, le *Règlement sur la distribution sans représentant* prévoit qu'un guide de distribution élaboré par un assureur doit répondre à des exigences particulières. Ainsi, le guide de distribution décrit le produit offert, précise la nature du produit et met en relief les exclusions qui s'y rattachent. Il mentionne, entre autres, la façon de présenter une réclamation et le délai pour le faire. Il respecte les directives concernant la forme, la présentation visuelle et l'ordre de présentation des éléments de contenu obligatoires. Enfin, il doit être rédigé en langage clair et simple, avec le souci de rendre le texte compréhensible pour un consommateur qui n'a aucune connaissance spécialisée dans le domaine de l'assurance ou du droit.

Nous vous rappelons qu'il relève de la responsabilité de l'assureur de s'assurer que son guide de distribution réponde aux exigences de la Loi et du *Règlement sur la distribution sans représentant*.

- Avant de pouvoir offrir un de ses produits par l'entremise d'un distributeur, un assureur doit préparer un guide de distribution et lui en remettre une copie (article 410). C'est à lui que revient la responsabilité de transmettre tous les documents requis à l'Autorité (article 414). Il a également la responsabilité de s'assurer que son guide est rédigé et présenté conformément aux règles établies par l'Autorité (article 413).
- Une fois ces documents reçus par l'Autorité, l'assureur doit immédiatement utiliser son guide dans son réseau de distribution.
- Avant de remettre un guide de distribution à ses distributeurs, l'assureur doit d'abord en transmettre une copie à l'Autorité. Il doit faire de même chaque fois que le guide est modifié (article 414).
- Lorsqu'un assureur modifie un de ses guides de distribution, il doit sans délai faire parvenir la nouvelle version à ses distributeurs et prendre les mesures nécessaires pour retirer les anciens guides (article 415);

L'article 426 énonce certains types de produits pouvant être offerts par le biais de la distribution sans représentant. Nous vous rappelons que ceux-ci doivent nécessairement être des produits d'assurance collective.

1 Voir l'annexe A

Les produits visés par l'article 424 ne peuvent être que des produits d'assurance individuelle.

Par ailleurs, le gouvernement a le pouvoir de permettre qu'un produit d'assurance qui ne peut être offert par l'entremise d'un distributeur puisse le devenir. Il doit cependant consulter l'Autorité avant de prendre cette décision.

Le gouvernement a aussi le pouvoir de refuser qu'un produit d'assurance qui pourrait normalement être offert par l'entremise d'un distributeur, le soit. Ce pouvoir ne s'étend toutefois pas aux produits visés par les articles 424 et 426.

Ces deux types de décisions font l'objet de décrets du gouvernement.

COMMENT ÉLABORER UN GUIDE DE DISTRIBUTION ?

La Loi et le *Règlement sur la distribution sans représentant* sont clairs quant aux obligations et aux responsabilités des assureurs et des distributeurs dans le cadre de la distribution de produits d'assurance sans représentant.

2.1 LES EXIGENCES DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

La production d'un guide de distribution est au cœur de la Loi et du *Règlement sur la distribution sans représentant*, car le contenu prescrit et la forme attendue du document sont vus comme des garanties de la protection des intérêts du consommateur. C'est pourquoi le guide est important et doit être rédigé en fonction des directives que nous vous expliquons dans les parties 2 et 3 de ce Manuel.

Le *Règlement sur la distribution sans représentant* comprend des directives sur le contenu du guide de distribution que les assureurs sont tenus de rédiger lorsqu'ils vendent des produits par l'entremise de distributeurs.

Ce règlement comporte également des directives sur la forme (le style, les procédés d'écriture, la mise en page) que doit prendre le guide de distribution.

Ainsi, on indique que le texte :

- doit être rédigé en termes clairs et simples pour un message clair;
- doit être concis et composé de phrases courtes et directes;
- peut inclure des illustrations, de la couleur, des images et des énumérations en vue de faciliter la compréhension du consommateur et de lui transmettre l'information sous forme conviviale;
- doit inclure des définitions lorsque nécessaire pour faciliter la compréhension de l'information prévue au guide;
- ne doit pas être rédigé de façon fausse, trompeuse ou susceptible d'induire en erreur;
- doit inclure une table des matières;
- doit être rédigé en caractères équivalant à la police Bookman Old Style, d'au moins 10 points (ex. : Times New Roman, Arial).

2.2 PLAN DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

Pour vous aider à élaborer un guide qui satisfait aux exigences, voici le plan de rédaction regroupant en 9 parties l'information essentielle. Nous décrivons plus loin chacune de ces parties sous la forme d'une grille de rédaction.

PLAN DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

1 LES RENSEIGNEMENTS SUR LE PRODUIT ET LE DISTRIBUTEUR

2 LA RESPONSABILITÉ DE L'AUTORITÉ

3 LA TABLE DES MATIÈRES

4 L'INTRODUCTION

5 LA DESCRIPTION DU PRODUIT OFFERT

- A** La nature de la garantie
- B** Le résumé des conditions particulières
- C** Les exclusions, les limitations ou les réductions de garantie
- D** La fin de la protection d'assurance
- E** La résolution
- F** Autres renseignements

6 LA DEMANDE D'INDEMNITÉ OU DE RÉCLAMATION

- A** La présentation de la réclamation
- B** La réponse de l'assureur
- C** L'appel de la décision de l'assureur et le recours

7 LES PRODUITS SIMILAIRES

8 LA RÉFÉRENCE À L'AUTORITÉ

9 LES ANNEXES

Ce plan reprend donc les exigences de la Loi et du *Règlement sur la distribution sans représentant*. Il représente la structure de votre guide de distribution.

Vous devez :

- › traiter toutes les parties peu importe l'ordre que vous utiliserez (voir l'annexe 3);
- › utiliser leurs titres et sous-titres;
- › donner les renseignements qui vous sont demandés;
- › mettre en forme un document accessible, au contenu bien structuré et à la mise en page attrayante;
- › rédiger tout le contenu de votre guide de distribution selon les principes du langage clair et simple, que vous trouverez dans la partie 3 de ce Manuel.

Ce sont les parties 5 et 6 du plan de rédaction qui contiennent les renseignements jugés essentiels pour que le consommateur puisse comprendre le produit d'assurance offert par un distributeur.

Évidemment, les renseignements contenus dans la police d'assurance sont votre point de départ. Toutefois, la rédaction d'une police d'assurance n'obéit pas aux mêmes exigences de lisibilité que la rédaction du guide de distribution, car ces deux documents n'ont pas le même but.

Le guide de distribution informe le consommateur sur le produit d'assurance. Il permet de mettre en évidence les aspects du contrat qui sont susceptibles de l'intéresser : par exemple, la nature du produit, les conditions particulières limitant la portée de la couverture offerte, les conditions de résolution du contrat et les procédures de réclamation.

Vous devez maintenant examiner la police d'assurance pour en retirer l'information essentielle, du point de vue d'un consommateur. Votre travail est donc d'extraire l'information et de l'ordonner en fonction des exigences de la grille de rédaction qui vous est proposée dans cette deuxième partie.

2.3

LA GRILLE DE RÉDACTION D'UN GUIDE DE DISTRIBUTION

Nous détaillons ici le plan d'un guide de distribution sous la forme d'une grille de rédaction. Nous vous indiquons avec précision les éléments d'information qui doivent être développés dans le texte et l'ordre dans lesquels ils doivent être présentés. Il vous est permis de modifier l'ordre des rubriques en autant que le guide demeure facilement compréhensible pour le consommateur.

La grille de rédaction vous présente, entre autres, les renseignements jugés essentiels sur le produit d'assurance offert (y compris les exclusions, les limitations, les réductions de garantie) ainsi que sur la demande d'indemnité ou de réclamation.

De plus, tout au long de la présentation de cette grille, nous vous renvoyons, à l'aide de l'icône suivante, à une liste de dix conseils qui vous aideront dans votre démarche de rédaction. Cette liste se trouve à la page 24 du Manuel.

C1

Ces différents conseils ne remplacent pas une lecture attentive des principes de base sur le langage clair et simple énoncés à la partie 3.

GRILLE DE RÉDACTION DU GUIDE DE DISTRIBUTION

1 LES RENSEIGNEMENTS SUR LE PRODUIT ET LE DISTRIBUTEUR

Ces renseignements **doivent** figurer sur la page couverture du guide :

- Nom du produit d'assurance
- Type de produit d'assurance
- Coordonnées de l'assureur (nom, adresse, courriel, numéros de téléphone et de télécopie)
- Coordonnées du distributeur (nom, adresse, courriel, numéros de téléphone et de télécopie)

C1 Voir conseil n° 1 : Pour qui écrivez-vous ?

➤ Nom du produit d'assurance

Inscrivez le nom exact du produit, tel qu'il figure sur la police d'assurance. Si le produit n'a pas de nom distinctif, identifiez-le au moyen du numéro de la police d'assurance.

EXEMPLE

- 1) Nom du produit d'assurance : Assurance Liberté-Soleil
- 2) Nom du produit d'assurance : Assurance Accès-auto, police d'assurance 1234

➤ Type de produit d'assurance

Vous devez ensuite préciser le type de produit d'assurance visé par le guide.

EXEMPLE

Type de produit d'assurance : Assurance prêt automobile
(assurance collective)
OU
Assurance voyage
(assurance individuelle)

➤ Coordonnées de l'assureur

- Nom
- Adresse (électronique, le cas échéant)
- Numéros de téléphone et de télécopie du Service à la clientèle

› Coordonnées du distributeur

- Nom
- Adresse (électronique, le cas échéant)
- Numéros de téléphone et de télécopie du Service à la clientèle

IMPORTANT

Les coordonnées qui figurent à cet endroit sont celles du distributeur qui a effectivement remis le guide au consommateur. Ainsi, vous pouvez laisser l'espace en blanc pour que chaque distributeur puisse y inscrire ses propres coordonnées à l'aide d'une étiquette, par exemple.

2 LA RESPONSABILITÉ DE L'AUTORITÉ

En caractères contrastants, reproduisez sur la page couverture du guide la mise en garde suivante, adaptée du texte de l'annexe 4 du *Règlement sur la distribution sans représentant*, et ce, en fonction de l'intégration du Bureau des services financiers à l'intérieur de l'Autorité.

« L'Autorité des marchés financiers ne s'est pas prononcée sur la qualité du produit offert dans le guide. L'assureur est le seul responsable de toute différence entre le contenu du guide et celui de la police. »

3 LA TABLE DES MATIÈRES

Insérez une table des matières dans votre guide de distribution, de préférence, au début. Vous pouvez la placer avant l'introduction.

C2 Voir conseil n° 2 : *Organisez votre contenu*

4 L'INTRODUCTION

Dans vos mots et selon les particularités de votre produit d'assurance, rédigez une courte introduction dans le sens des explications données à l'annexe 4 du *Règlement sur la distribution sans représentant* :

« Présenter le rôle du guide de distribution, qui est de décrire le produit d'assurance offert et de faciliter la compréhension du client en lui transmettant l'information sous forme conviviale. Il vise à permettre au client d'apprécier, par lui-même, si ce produit d'assurance correspond à ses besoins, alors qu'il n'est pas en présence d'un conseiller en assurance de personnes ni d'un agent ou d'un courtier en assurance de dommages. »

Dans cette introduction, vous pouvez également décrire les grandes lignes du plan de votre guide ou encore préciser où se trouvent les éléments qui intéressent plus particulièrement le consommateur : les définitions, les exclusions et les restrictions, la procédure pour faire une réclamation, etc.

EXEMPLE

Introduction

Ce guide de distribution vous donne une description de la police d'assurance « Liberté-Soleil ». Il a pour but de vous renseigner sur ce produit d'assurance en vous transmettant l'information sous une forme accessible. Enfin, ce guide de distribution a été conçu pour vous permettre de déterminer si ce produit d'assurance convient à vos besoins, alors que vous n'êtes pas en présence d'un représentant en assurance.

C3 Voir conseil n° 3 : Définissez les mots spécialisés

5 LA DESCRIPTION DU PRODUIT OFFERT

A La nature de la garantie

Précisez la nature de la garantie d'assurance, c'est-à-dire décrivez ses principales caractéristiques en deux ou trois paragraphes.

EXEMPLE

Notre assurance prêt automobile vous permet de vous assurer pour rembourser le solde de votre prêt en cas de décès ou d'invalidité totale.

Elle comprend les deux protections suivantes :

- › une assurance vie qui assure le remboursement du solde de votre prêt, si vous décédez;
- › une assurance invalidité qui assure le remboursement des paiements mensuels de votre prêt, si vous devenez **totale**ment invalide.

Remarquez que l'expression « totalement invalide » est en caractères gras. Ceci signifie que l'assureur a défini cette expression à la section « Définitions » du guide.

B Le résumé des conditions particulières

Décrivez au consommateur les caractéristiques importantes de l'assurance offerte. Voici, entre autres, certaines des caractéristiques que vous devez aborder. Elles sont divisées selon que vous offrez une assurance de personnes ou une assurance de dommages. Nous vous recommandons d'ajouter une section portant sur les étapes à suivre pour souscrire une assurance avant de décrire les caractéristiques des produits.

Après avoir mis en évidence la ou les garanties offertes, vous pouvez inclure une référence aux clauses particulières de la police d'assurance. Il en est de même pour les exclusions, les limitations ou les réductions de garantie.

ASSURANCE DE PERSONNES

Les personnes à qui s'adresse la protection

EXEMPLE

Pour être admissible à cette assurance, vous devez :

- être une personne physique;
- avoir au moins 18 ans;
- avoir moins de 70 ans;
- être résident canadien;
- être **débiteur** d'un **créancier**.

Remarquez que les mots « débiteur » et « créancier » sont en caractères gras : cela signifie qu'ils sont définis à la section « Définitions » du guide.

Le montant de la protection

EXEMPLE

Quel est le montant de la protection ?

Il est établi selon le montant le moins élevé, soit :

- le montant de la protection de 50 000 \$; OU
- le solde de votre prêt.

Les modalités entourant la désignation du bénéficiaire

EXEMPLE

Qui est le bénéficiaire de cette assurance ?

Le **bénéficiaire** de cette assurance est votre **créancier**. Ainsi, les prestations lui seront versées directement. Il utilisera ces prestations pour rembourser votre prêt.

Remarquez que les mots « bénéficiaire » et « créancier » sont en caractères gras. Cela signifie qu'ils sont définis à la section « Définitions » du guide.

Le montant des primes, garanties ou non, et la périodicité de paiement

Le délai de carence en cas de réclamation
La durée du contrat
EXEMPLE La durée de cette assurance Cette assurance vous couvre pour la durée de votre prêt, pour un maximum de 48 mois. Ainsi, votre assurance se terminera après l'écoulement de 48 mois, et ce, même si vous n'avez pas terminé de rembourser votre prêt.
La date d'entrée en vigueur ou d'expiration du contrat et les conditions qui y sont rattachées
(ex. : examen médical)
La confirmation de l'assureur prévue à l'article 444 de la Loi
EXEMPLE Vous recevrez une lettre confirmant que vous êtes assuré dans les 30 jours de la signature du formulaire d'adhésion à l'assurance.
Les modalités ou les conditions de renouvellement
Si le renouvellement du contrat d'assurance ou de la protection offerte est garanti
Le délai de grâce lié au non-paiement de la prime, lorsqu'applicable
EXEMPLE Vous devez payer votre prime à chaque mois, en même temps que le remboursement de votre prêt. Toutefois, vous avez un délai de grâce de 30 jours. Par exemple, vous remboursez votre prêt le 12 de chaque mois. Vous payez également votre prime d'assurance à cette même date. Par contre si, pour une raison quelconque, vous ne pouvez pas payer votre prime à cette échéance, vous avez 30 jours pour le faire.
Tout autre élément susceptible d'influencer la décision du client

ASSURANCE DE DOMMAGES

Les biens ou les risques couverts

EXEMPLE

Les biens ou les risques couverts par cette assurance sont les suivants :



la perte ou le dommage causé à vos bagages pendant toute la durée de votre **voyage**.

Vous remarquerez que le mot « voyage » est placé en caractères gras : cela signifie qu'il est défini dans la section « Définitions » du guide.

Le montant de la couverture

EXEMPLE

Quel est le montant maximal de la couverture ?

Le montant maximal de la couverture pour la protection bagages est de 1 500\$ par personne. À chaque valise correspond un montant d'indemnisation maximal de 500\$.

La personne à qui l'indemnité sera versée

EXEMPLE

À qui sera versée l'indemnité ?

En cas de réclamation pour perte de bagages, l'indemnité vous sera versée directement. Vous pourrez ainsi remplacer les bagages perdus ou volés.

Le montant des primes et la périodicité de paiement

La franchise applicable en cas de réclamation

EXEMPLE

Quel est le montant de la franchise ?

Lorsque vous faites une réclamation à la suite du vol de vos bagages, vous devez payer une franchise de 50\$.

La durée du contrat

EXEMPLE

La durée de cette police d'assurance est d'un an.

Les modalités ou les conditions de renouvellement

EXEMPLE

Il est à noter que cette police d'assurance n'est pas renouvelable.

Tout autre élément susceptible d'influencer la décision du client

C Les exclusions, les limitations ou les réductions de garantie

Dans cette section de votre guide, mettez en évidence les règles et les événements pouvant donner lieu aux exclusions, aux limitations ou aux réductions de garantie de l'assurance visée par le guide de distribution.

Ces exclusions doivent être présentées de la manière suivante :

- › en caractères gras,
- › encadrées,
- › précédées des mots « mise en garde ».

EXEMPLE :

Exclusions, limitations ou réductions de garantie

MISE EN GARDE

Aucune demande d'indemnité ne sera acceptée si le décès est causé par :

- le suicide de l'assuré dans les 2 ans de l'entrée en vigueur de l'assurance;
- une consommation de drogues, de narcotiques ou de médicaments autres que ceux prescrits par un médecin légalement autorisé à pratiquer la médecine au Canada;
- une maladie lorsque le décès survient dans les 6 mois de l'entrée en vigueur de l'assurance, si cette maladie a été diagnostiquée 6 mois avant la prise de cette assurance;
- une guerre, une insurrection.

Assurez-vous que l'information indiquée dans le guide corresponde au contenu de la police d'assurance. Évitez les renvois à la police d'assurance pour les renseignements importants.

C4 Voir conseil n° 4 : Attention aux longues énumérations

C5 Voir conseil n° 5 : Les phrases longues : à éviter !

D La fin de la protection d'assurance

Énoncez les circonstances qui peuvent mettre fin à la protection offerte par le produit d'assurance :

EXEMPLE

Quelles circonstances mettent fin à l'assurance invalidité ?

L'assurance prend fin à la première de ces situations :

- au paiement total de votre prêt;
- lorsque vous atteignez 75 ans;
- à la date de signature d'un transfert de votre propriété.

E La résolution

Détaillez la procédure à suivre pour résoudre le contrat d'assurance en indiquant notamment que la Loi prévoit qu'un client peut, par avis transmis par courrier recommandé ou certifié à l'assureur, résoudre un contrat d'assurance dans les 10 jours suivant sa signature, sans pénalité (article 441).

Voici une liste de procédures à clarifier :

- › Quels documents sont requis ?
- › Quel est le délai prévu pour la résolution ?
- › Quelles sont les pénalités applicables ?
- › Où faut-il transmettre l'avis de résolution (nom et adresse) ?
- › Quel est l'effet de la résolution ?

Notez que vous devez inclure dans votre guide de distribution un « Avis de résolution d'un contrat d'assurance », dont vous trouverez copie à l'annexe 1 de ce Manuel.

L'Autorité a par ailleurs adopté deux directives. La première a pour effet d'éviter qu'un consommateur puisse résoudre son contrat d'assurance après avoir débuté son voyage ou sa location d'automobile lorsque ce contrat a une durée de 10 jours ou moins.

DIRECTIVE² :

L'article 441 ne s'applique pas lorsque le contrat principal a une durée de 10 jours ou moins et que sa consommation a débuté au moment de la demande de résiliation du contrat d'assurance annulation.

La deuxième vise à éviter qu'un consommateur puisse annuler un contrat d'assurance annulation signé dans un délai de 11 jours ou moins précédant le début du contrat principal (location d'automobile, voyage, etc.) puisque ceci ferait en sorte qu'un consommateur pourrait décider, la veille de son départ, qu'il ne veut plus de son assurance annulation, constatant que tout est en ordre et qu'il peut partir comme prévu. Cela brimerait l'assureur qui aurait tout de même assumé le risque durant la période précédant le voyage ou la location d'automobile.

DIRECTIVE² :

L'article 441 ne s'applique pas dans le cas d'un contrat d'assurance annulation pris dans un délai de 11 jours ou moins précédant le voyage ou la location d'automobile.

C6 Voir conseil n° 6 : Un texte cohérent

2 Directive tirée du Bulletin du Bureau des services financiers de février 2000

F Autres informations

Indiquez au consommateur comment il peut obtenir plus d'information sur le produit offert, comment joindre l'assureur ou le distributeur et comment se procurer une copie du contrat d'assurance.

6 LA DEMANDE D'INDEMNITÉ OU DE RÉCLAMATION

Dans cette partie, le consommateur doit trouver toutes les étapes relatives à une réclamation, soit :

- la présentation de la réclamation;
- la réponse de l'assureur;
- l'appel de la décision de l'assureur et le recours.

C7 Voir conseil n° 7 : *Un concept, un mot*

A La présentation d'une réclamation

Expliquez la procédure à suivre pour présenter une réclamation et précisez :

- la nature des documents à transmettre;
- le nombre de copies nécessaires;
- la façon de remplir le formulaire de réclamation;
- l'identité de la personne ou des personnes autorisées à présenter une telle réclamation;
- le délai à l'intérieur duquel la réclamation ou l'avis de sinistre doit être transmis à l'assureur;
- les mesures spécifiques que doit prendre un assuré.

B La réponse de l'assureur

Indiquez ici :

- les délais dont dispose l'assureur pour informer un assuré ou un bénéficiaire que sa réclamation est acceptée;
- le délai à l'intérieur duquel l'assureur doit verser l'indemnité;
- de quel délai dispose l'assureur pour informer un assuré ou un bénéficiaire du refus de sa réclamation et des motifs qui ont justifié cette décision.

C L'appel de la décision de l'assureur et le recours

Décrivez la procédure à suivre par un assuré qui veut en appeler du refus de sa réclamation ou du non-règlement par l'assureur. En termes généraux, précisez les droits dont bénéficie l'assuré lorsque l'assureur refuse sa réclamation. Inscrivez notamment qu'il peut consulter l'Autorité ou son propre conseiller juridique.

7 LES PRODUITS SIMILAIRES

Indiquez s'il existe sur le marché d'autres assurances pouvant comporter des garanties similaires à l'assurance visée par le guide de distribution.

EXEMPLE

Il existe sur le marché des produits d'assurance comportant les mêmes protections d'assurance que celles décrites dans ce guide de distribution.

Nous vous rappelons qu'au moment d'offrir le produit d'assurance au consommateur, le distributeur doit lui demander s'il est déjà couvert par une assurance semblable et, en cas de doute, l'inviter à vérifier. Veuillez vous reporter à l'article 430 de la Loi.

C8 Voir conseil n° 8: Utilisez des illustrations

8 LA RÉFÉRENCE À L'AUTORITÉ

Donnez les coordonnées de l'Autorité de la manière suivante :

Pour toute information supplémentaire à propos des obligations qu'ont envers vous l'assureur et le distributeur, vous pouvez joindre l'Autorité:

Autorité des marchés financiers
Place de la Cité, tour Cominar
2640, boulevard Laurier, 4^e étage
Québec (Québec) G1V 5C1

Québec : 418 525-0337
Montréal : 514 395-0337
Ailleurs au Québec : 1 877 525-0337
Télécopie : 418 525-9512

C9 Voir conseil n° 9: La mise en page

9

LES ANNEXES

Insérez, lorsqu'applicable, à la fin de votre guide de distribution :

- › un Avis de résolution d'un contrat d'assurance (voir l'annexe 1 de ce Manuel);
- › l'Avis de libre choix de l'assureur ou du représentant (annexe 2) si votre distributeur offre un financement pour l'achat d'un bien ou d'un service et exige que le débiteur souscrive une assurance pour garantir le remboursement du prêt (article 443 de la Loi);
- › L'Avis de consentement particulier (annexe 3) si le distributeur recueille des renseignements personnels de nature médicale ou sur ses habitudes de vie (article 437 de la Loi).

IMPORTANT

Les annexes 1, 2 et 3 de ce présent manuel ont été reproduites à partir du *Règlement sur la distribution sans représentant*. Toutefois, les numéros de téléphone qui y sont indiqués n'existeront plus à partir du 1^{er} avril 2008. Vous devrez les remplacer, dans vos guides de distribution, par les suivants :

de Québec : 418 525-0337
de Montréal : 514 395-0337
sans frais : 1 877 525-0337

De plus, les annexes 1, 2, 3 et 4 réfèrent toujours au « Bureau des services financiers ». Vous devrez, dans vos guides de distribution, les remplacer par l'« Autorité des marchés financiers ».

Il peut également être utile d'inclure un espace réservé aux notes personnelles du consommateur, à la fin de votre guide :

NOTES PERSONNELLES

Montant de la couverture _____

Prime _____

Autres _____

C10 Voir conseil n° 10 : Une bonne révision !

2.4 DIX CONSEILS POUR BIEN RÉDIGER UN GUIDE DE DISTRIBUTION

C1

CONSEIL 1

Pour qui écrivez-vous ?

Dès le départ, dans votre rédaction, préoccupez-vous du point de vue de votre lecteur. Que veut-il savoir en priorité ? Quelles questions se posera-t-il ? Comment le rejoindre adéquatement ? Référez-vous à la section 3.2 du Manuel.

C2

CONSEIL 2

Organisez votre contenu

Pour être compris, votre guide de distribution doit être organisé de manière logique et évidente (annexe 4). Pour ce faire, planifiez bien la structure de votre contenu, clarifiez vos idées et concevez une mise en page d'une grande lisibilité. Reportez-vous aux sections 3.1, 3.6 et 3.7 du Manuel.

C3

CONSEIL 3

Définissez les mots spécialisés

Votre guide contient des mots spécialisés et vous formulez des définitions ? Ayez soin de les mettre en évidence dans un endroit stratégique, un glossaire par exemple, ou encore en note de bas de page. Référez-vous aux sections 3.3.1 et 3.6.2 du Manuel.

Cependant, attention : il vaut mieux utiliser des mots plus courants que définir une multitude de termes spécialisés. Référez-vous aux sections 3.3.2 et 3.3.3 du Manuel.

C4

CONSEIL 4

Attention aux longues énumérations

Pour une rubrique telle « Le résumé des conditions particulières », il n'est pas recommandé d'énumérer les conditions en une liste interminable. Variez vos procédés de rédaction et de mise en relief. Par exemple, insérez des questions reflétant l'intérêt du lecteur de manière à guider la lecture. Ensuite, donnez une réponse courte, elle-même subdivisée en points numérotés :

À qui s'adresse cette assurance ?

À toute personne qui répond aux exigences suivantes :

- › est âgée de 18 ans ou plus;
- › réside au Canada;
- › travaille au Québec.

En regroupant l'information qui répond spécifiquement aux questions les plus souvent posées, vous facilitez la recherche d'information, vous découpez le texte en morceaux détachables et faciles à trouver. Référez-vous aux sections 3.2, 3.6.4 et 3.6.6 du Manuel.

C5

CONSEIL 5

Les phrases longues : à éviter!

Les phrases en langage clair et simple devraient comprendre entre 15 et 25 mots. Elles ne comportent habituellement qu'une seule idée. Il est préférable d'utiliser des phrases affirmatives à la voix active. Reportez-vous aux sections 3.4.1 à 3.4.3 du Manuel.

C6

CONSEIL 6

Un texte cohérent

Écrire simplement ne veut pas dire qu'il faut éviter les mots de relation (alors, puisque, car, etc.), au contraire. Tous ces mots structurent le texte et indiquent l'enchaînement des idées. Reportez-vous à la section 3.5 du Manuel.

C7

CONSEIL 7

Un concept, un mot

Évitez absolument de désigner un même concept par divers mots qui vous semblent être des synonymes. Par exemple, conservez le mot automobile tout au long du guide. L'emploi de voiture, véhicule, etc., peut semer la confusion. Référez-vous à la section 3.3.4 du Manuel.

C8

CONSEIL 8

Utilisez des illustrations

Vous abordez dans votre guide certains concepts difficiles? N'hésitez pas à varier la manière de les traiter: définissez, décrivez, donnez des exemples, mais aussi proposez des illustrations ou des schémas. Référez-vous à la section 3.6 du Manuel.

C9

CONSEIL 9

La mise en page

Une mise en page soignée souligne la logique de votre contenu et améliore la compréhension du lecteur. La présentation, les titres et les intertitres ainsi que les procédés de typographie et de mise en relief influencent la lisibilité de votre guide de distribution. Reportez-vous à la section 3.7 du Manuel.

C10

CONSEIL 10

Une bonne révision!

Vous avez extrait l'information de la police d'assurance, vous avez scrupuleusement suivi la grille de rédaction et vous avez rédigé selon les principes de rédaction en langage clair et simple? Il ne vous reste plus qu'à bien réviser votre guide à l'aide de la grille d'autocorrection fournie dans la partie 4 de ce Manuel.

QU'EST-CE QUE LA RÉDACTION EN LANGAGE CLAIR ET SIMPLE ?

Cette section vous fournit des conseils pratiques pour rédiger votre guide de distribution en respectant l'une des directives du *Règlement sur la distribution sans représentant*, soit la rédaction du contenu en langage clair et simple. Celle-ci permet, à l'aide d'un ensemble de techniques d'écriture et de présentation de textes, de produire des documents qui peuvent être lus et compris par un public très large dans lequel se trouve une proportion non négligeable de faibles lecteurs. Elle a aussi pour but d'augmenter la lisibilité des textes.

Qu'est-ce que la lisibilité d'un texte ?

La lisibilité d'un texte est une mesure des éléments linguistiques et non linguistiques qui favorisent la lecture et la compréhension du texte.

La lisibilité est évaluée sur les plans :

- du vocabulaire;
- de l'organisation et du style de la phrase;
- de l'organisation logique du texte;
- des éléments langagiers et visuels qui contribuent à faire comprendre de quoi parle le texte.

Un texte clair et simple

Un texte clair et simple se distingue par :

- son organisation logique, rigoureuse et claire;
- un contenu compréhensible dès la première lecture;
- une présentation visuelle qui facilite la lecture.

Cette façon de rédiger favorise la lecture sélective plutôt que la lecture continue. Le lecteur qui fait une lecture sélective d'un document ne suit pas l'ordre d'enchaînement des rubriques. Il lit selon une sélection personnelle de points à éclaircir. La lecture continue, quant à elle, se fait selon l'ordre des rubriques.

La lecture sélective s'applique mieux aux écrits administratifs, souvent consultés pour répondre à des questions précises.

L'utilisation des techniques du langage clair et simple est donc idéale pour la rédaction d'un guide de distribution car le lecteur à qui vous vous adressez est un consommateur. Il doit lire aisément votre document et surtout comprendre tout ce qui est écrit.

Les techniques d'écriture en langage clair et simple ont pour but d'augmenter la lisibilité des textes. L'enjeu est important : votre document doit être lu et compris par le consommateur.

Tout au long de la description de la grille de rédaction du guide, nous vous avons offert des conseils de rédaction que nous reprenons ici de manière détaillée.

3.1 UN CONTENU STRUCTURÉ

La structure du texte doit être mise en évidence par divers procédés. La règle de base s'applique à tous les procédés : le rédacteur doit concevoir un système de signalisation cohérent qui correspond bien à la structure du texte.

- Choisissez, au départ, un mode de subdivision des parties, soit les chiffres ou les lettres.
- Ajoutez des procédés visuels et typographiques pour bien démarquer les parties et mettre certains contenus en relief :
 - caractères **gras** ou *italiques*;
 - grosseur de points (entre 10 et 12);
 - MAJUSCULES/minuscules;
 - type de caractère, avec ou sans empattements;
 - couleurs;
 - encadrés;
 - puces : points, tirets, flèches;
 - alternance entre énumérations verticales et horizontales.

Conservez une uniformité rigoureuse dans l'utilisation de ces procédés.

- Au début de chaque partie du texte, rédigez une courte introduction annonçant ce dont il sera question dans les paragraphes qui suivent. Ces énoncés d'anticipation jouent un rôle important dans la compréhension du contenu d'un document.
- Les énoncés d'anticipation sont également recommandés avant de procéder à une énumération. Prenez soin de rédiger un énoncé qui permette non seulement d'anticiper le contenu de l'énumération, mais aussi de lui donner du sens. Exemple : Voici les trois motifs d'exclusion d'une demande d'assurance vie : 1. ... 2. ... 3.
- En cours de développement, utilisez les expressions qui annoncent des subdivisions du contenu : d'une part, d'autre part...; premièrement, deuxièmement...; d'un côté, de l'autre côté...; d'abord, ensuite, enfin. Ces expressions se présentent toujours en groupe, veillez à ne pas mêler les groupes, par exemple en utilisant « premièrement » et « ensuite ».
- Lorsque la rédaction du document est terminée, rédigez une table des matières détaillée, en reproduisant avec exactitude le mode de subdivision utilisé dans le texte et les mots qui figurent dans le document.

➤ Le but d'un système de signalisation est de faire en sorte que le lecteur comprenne rapidement ce qu'il est susceptible de trouver comme information dans le document et qu'il puisse en retirer ce dont il a besoin. Le système de signalisation fait émerger l'organisation du texte, il la rend claire et évidente.

Les systèmes simples sont les plus efficaces. Le guide de distribution est divisé en sections qui se subdivisent en points principaux. Un système de signalisation efficace informe le lecteur sur ce qu'il s'apprête à lire et lui offre des points de repère tout au long de la lecture du document.

Une table des matières détaillée lui fournit le plan d'ensemble qu'il peut consulter pour repérer les points qui l'intéressent. La table des matières et le système de signalisation des parties vont de pair : ce sont des outils de navigation à l'usage du lecteur, conçus pour le guider dans sa lecture et faciliter sa recherche d'information.

3.2 LA PROXIMITÉ AVEC LE LECTEUR

D'une manière générale, adressez-vous directement à votre lecteur : utilisez le pronom « vous » pour dialoguer avec lui ou le « je » pour rapporter ses paroles.

EXEMPLE

Ai-je besoin d'une assurance vie supplémentaire?

Vous pouvez vous procurer le formulaire de réclamation auprès de votre distributeur.

Quant à l'auteur du document, il s'agit ici d'une organisation. Le « nous » est alors le pronom utilisé pour renvoyer à l'instance qui s'exprime dans le texte.

EXEMPLE

Notre produit d'assurance vous permet de vous assurer en cas de décès.

L'usage du « nous » permet de produire l'image d'une équipe de personnes travaillant au sein de l'organisation.

D'une manière générale, pour être compris, il faut emprunter le plus souvent possible le point de vue du lecteur. Dans le guide de distribution, cela signifie que l'information sera présentée de manière à refléter les besoins d'un consommateur et ce que le produit d'assurance lui offre pour les combler. Un découpage de la matière sous forme de questions posées par le consommateur est une stratégie d'écriture efficace.

Ainsi, au point intitulé « Le résumé des conditions particulières », insérez des questions reflétant l'intérêt du lecteur de manière à guider la lecture plutôt que de simplement énumérer des conditions. Les listes interminables ne sont pas lisibles, elles découragent le lecteur. En regroupant l'information qui répond spécifiquement aux questions les plus souvent posées relativement au produit d'assurance ciblé, vous facilitez la recherche d'information, vous découpez le texte en morceaux détachables et faciles à trouver.

EXEMPLE

Ai-je besoin d'assurance maladie supplémentaire lorsque je sors du Canada?

Quel est le montant maximal que je peux réclamer en cas de perte de mes bagages?

En cas de perte de mes bagages, quels documents dois-je fournir pour ma réclamation?

Qu'est-ce qu'une invalidité totale?

Quand les prestations d'invalidité commencent-elles?

Pour parvenir à sélectionner l'information pertinente et à la classer de manière à tenir compte des besoins et des intérêts du lecteur, vous devez :

- › très bien connaître le produit que vous décrivez (le contenu de la police);
- › garder en tête le lecteur à qui vous vous adressez (le consommateur du produit d'assurance);
- › vous rappeler sans cesse les objectifs du guide de distribution (informer et protéger le consommateur).

3.3 LE CHOIX DES MOTS

En langage clair et simple, la préoccupation première n'est pas de surprendre le lecteur, mais bien de lui faciliter la lecture. Les mots choisis seront donc de niveau courant, pris dans leur sens habituel et de valeur concrète plutôt qu'abstraite. Voyons maintenant pourquoi ces caractéristiques favorisent la lisibilité des textes.

3.3.1 Les mots spécialisés

Dans tout contrat d'assurance, on trouve un certain vocabulaire spécialisé, souvent à caractère juridique. Le vocabulaire spécialisé a pour caractéristique d'être défini de manière restreinte lorsqu'il appartient à un contexte particulier. Ainsi, le terme « invalidité totale », dans la vie courante, renvoie à un état de santé dégradé pouvant affecter tout être vivant. Dans le cadre d'un contrat d'assurance, il peut s'agir, par exemple, d'une incapacité d'accomplir les tâches liées à sa fonction principale au travail et cette incapacité peut être limitée dans le temps. La deuxième définition appartient au vocabulaire spécialisé du contrat d'assurance, la première, au vocabulaire courant.

Dans le guide de distribution, vous ne pourrez pas éviter complètement le vocabulaire spécialisé, car votre source d'information est un contrat d'assurance.

Il serait donc souhaitable de sélectionner les mots spécialisés que vous jugez nécessaire d'utiliser et de les définir pour faciliter la compréhension de votre lecteur. Définir veut dire ici préciser les limites de sens qui restreignent la portée de certains mots dans le contexte du contrat d'assurance. Ces définitions regroupées peuvent constituer un glossaire. Celui-ci devrait figurer au début ou à la fin du guide, ou en notes de bas de page.

Il est important de répéter la note de bas de page ou l'identification du mot pour le renvoi au glossaire (gras ou italique, par exemple) chaque fois que le mot spécialisé figure dans le texte. Le lecteur ne parcourra pas nécessairement le guide de distribution en entier, en lecture continue. Vous devriez utiliser un des procédés de mise en relief que nous présentons plus loin pour mettre en évidence les mots spécialisés (voir la section 3.7 de ce Manuel).

EXEMPLE

Mots à définir :

adhérent, ayants droit, conjoint, débiteur, emprunteur, personne morale, etc.

Pour favoriser une lecture efficace de votre guide, retravaillez tous les passages de la police qui peuvent être difficiles à comprendre. Dans la mesure du possible, évitez d'utiliser un langage spécialisé. Transmettez toute l'information qui peut être présentée dans un langage clair et simple.

3.3.2 Les mots courants

Les mots courants se distinguent des mots savants et des mots de la langue parlée populaire. Ce sont les mots de la vie de tous les jours que le lecteur reconnaîtra sans peine parce qu'il les utilise fréquemment. L'étendue du vocabulaire varie beaucoup d'une personne à l'autre. Lorsque vous avez le choix, optez toujours pour le mot le plus utilisé.

SPÉCIALISÉS/ SOUTENUS	COURANTS	SPÉCIALISÉS/ SOUTENUS	COURANTS
accroître échéancier fractionner requis s'inscrire dans solliciter diversifier	augmenter calendrier diviser nécessaire faire partie de demander varier	équivaloir lexique restreindre subséquemment considérant distinct	égaler vocabulaire limiter après à cause de différent

EXEMPLE

Mots spécialisés ou de niveau plus soutenu et leur équivalent en langage courant

SPÉCIALISÉS/SOUTENUS	COURANTS
■ acquittement de la dette	■ paiement complet de la dette
■ chirurgie élective	■ chirurgie facultative
■ premier déboursé de l'emprunt	■ premier versement , premier paiement mensuel
■ l'emprunteur assume le paiement d'une somme	■ l'emprunteur doit payer
■ la prime est payable en un versement forfaitaire	■ la prime est payable en un seul versement
■ il vous incombe de demander	■ vous devez demander

Les mots courants sont souvent plus courts (pas toujours) que les mots savants, ce qui les rend plus faciles à lire. Ce sont des mots français ou acceptés en langue française, tels qu'ils sont définis dans le dictionnaire.

Préférez toujours le sens courant du mot plutôt qu'un sens spécialisé ou technique : le sens courant est celui qui vient à l'esprit du lecteur lorsqu'il lit un mot.

Évitez les mots étrangers, les mots vieillis ou d'usage régional restreint, les mots spécialisés, les sigles et les abréviations.

Si vous devez utiliser des mots spécialisés, prenez soin de les définir dans un glossaire, comme nous l'avons indiqué plus haut. Les sigles et les abréviations, lorsqu'ils sont absolument nécessaires, seront expliqués clairement en toutes lettres avant d'être réutilisés.

3.3.3 Les mots concrets

Les mots concrets sont plus faciles à comprendre que les mots abstraits en raison de leur précision et de leur valeur descriptive. Ainsi, plutôt que d'évoquer des « situations fâcheuses », nommez-les : un accident de voiture, des bagages perdus, un vol de retour annulé, etc. Les mots concrets sont descriptifs et renvoient au monde connu du lecteur. Les mots abstraits sont analytiques et exigent plus d'effort à la lecture.

3.3.4 L'utilisation de synonymes

Pour chaque concept amené dans le texte, utilisez le même mot ou la même expression. Ne multipliez pas les synonymes, ils nuisent à la compréhension rapide d'un document. Cette consigne s'applique également aux pronoms de rappel (il, elle, celui-ci, etc.). Il vaut mieux répéter un nom plusieurs fois, s'il y a le moindre doute que le pronom de rappel engendre de la confusion sur le mot qu'il est censé remplacer. Les mots-clés doivent être répétés tels quels.

Le guide de distribution n'est pas un exercice de style, mais un document utilitaire, facile à comprendre. D'une manière générale, cherchez le mot juste et gardez-le plutôt que le mot rare, original ou les mots en trop grande variété.

EXEMPLE

À éviter :

- › l'accident, le sinistre, l'évènement;
- › la maladie, l'affection.

3.4 LA PHRASE CLAIRE ET SIMPLE

La phrase claire et simple possède certaines caractéristiques que vous pouvez aisément retenir.

3.4.1 Des phrases courtes

Ainsi, une phrase simple qui comporte une seule proposition est plus facile à lire qu'une phrase complexe, comprenant plusieurs propositions. Une phrase courte est donc plus lisible qu'une phrase longue. Cela tient à la capacité de retenir le sens global de la phrase et à la difficulté, pour certains, d'établir un rapport logique entre deux propositions.

D'une manière générale, les phrases en langage clair et simple doivent comprendre entre 15 et 25 mots. Ce calcul est basé sur les résultats de nombreuses recherches en lisibilité.

3.4.2 Une idée, une phrase

La phrase simple ne comporte habituellement qu'une idée. Cette idée devient plus compréhensible du fait qu'elle est circonscrite dans une phrase. Le principe d'une idée par phrase s'applique d'autant plus que l'idée est importante.

EXEMPLE

Il vaut mieux écrire :

À la date indiquée dans cet avis, présentez-vous à notre bureau. Vous devez apporter votre contrat d'assurance.

Plutôt que :

Vous devez vous présenter à nos bureaux, à la date indiquée sur cet avis, et apporter votre contrat d'assurance.

3.4.3 Des phrases affirmatives à la voix active

Rédigez des phrases affirmatives plutôt que négatives, si vous souhaitez mettre l'accent sur ce qu'il faut faire.

EXEMPLE

Préférez :

Apportez votre certificat de naissance.

Ou encore :

Voici les pièces que vous devez obligatoirement apporter : certificat de naissance...

Plutôt que :

N'oubliez pas votre certificat de naissance.

Par contre, si vous souhaitez mettre en évidence une restriction, la phrase négative conserve tout son poids :

EXEMPLE

Si vous ne payez pas votre prime à la date prévue, votre police cessera.

La double négation sème généralement la confusion :

EXEMPLE

Préférez :

Il serait utile de...

Plutôt que :

Il ne serait pas inutile de...

De même, la phrase à la voix active est plus lisible que la phrase à la voix passive.

EXEMPLE

Préférez :

Nous traiterons vos réclamations dans les meilleurs délais.

Plutôt que :

Les réclamations seront traitées par l'assureur dans les meilleurs délais.

3.4.4 L'ordre des mots

La phrase la plus courante et la plus simple s'organise de la manière suivante : sujet – verbe – complément. Évidemment, un texte entier construit sur ce modèle serait monotone. Cependant, un texte utilitaire ne se lit pas comme un article de revue ou un roman. Le lecteur n'entreprend pas nécessairement la lecture entière du document. Ce lecteur cherche de l'information ponctuelle. L'information sera d'autant plus facile à trouver si elle est exprimée dans des phrases simples, de structure prévisible.

Dans une phrase plus longue, rappelez-vous que tout ce qui figure en début de phrase est perçu comme plus significatif que ce qui arrive à la fin. Ce principe doit guider la construction de votre phrase complexe.

De même, rapprochez le verbe du sujet ou le verbe du complément d'objet et repoussez les compléments circonstanciels aux extrémités, au début ou à la fin de la phrase.

EXEMPLE

Préférez :

Avant de remplir ce formulaire, prenez le temps de lire le guide de distribution.

Plutôt que :

Prenez le temps, avant de remplir ce formulaire, de lire le guide de distribution.

3.5 L'ENCHAÎNEMENT DES IDÉES

Un texte cohérent est un texte qui se suit. Les idées s'enchaînent au lieu de s'empiler dans le texte. Les procédés suivants jouent le rôle d'indicateurs de changement d'idée.

3.5.1 Le paragraphe

Le rôle du paragraphe est de représenter visuellement le passage d'une idée à l'autre. Il rythme la lecture et repose l'œil, car il est plus facile de lire un texte structuré en petits paragraphes.

Dans le cas du guide de distribution, vous avez intérêt à rédiger des paragraphes courts, de quatre à cinq phrases. Il est préférable que chaque paragraphe aborde un seul sujet, c'est-à-dire qu'il ne comporte qu'une seule idée principale, placée au début. Les phrases suivantes donneront l'information complémentaire ou des explications.

3.5.2 Les mots et les expressions de relation

Vous pouvez établir différentes relations entre les idées : l'addition, l'opposition, la cause, la conséquence, la condition et la restriction sont autant d'exemples de relations logiques entre des idées. Ces relations doivent être mises en évidence par des expressions appropriées.

EXEMPLES

- Vous devez apporter votre certificat de naissance et votre carte d'assurance sociale. De plus, vous devez remettre un chèque de 35\$ pour l'ouverture de votre dossier. (addition)
- Tous les bagages sont protégés par le contrat d'assurance, à l'exception de [...] ou sauf si... (restriction)

Mots et expressions de relation

ADDITION	OPPOSITION	CAUSE	CONSÉQUENCE	CONDITION	RESTRICTION
à cela s'ajoute ajoutons que aussi d'ailleurs d'autre part de même de plus en particulier et même plus précisément	alors que à moins que bien que cependant malgré que même si par contre quel que quoique quoi que sans que tandis que toutefois	à cause de ainsi car c'est que en effet en raison de étant donné que grâce à parce que puisque sous l'effet de	ainsi alors aussi bref c'est ainsi que c'est pourquoi de ce fait donc en conséquence en résumé par suite pour cette raison si bien que voilà pourquoi	à la condition de à moins que au cas où du moment que en admettant que pourvu que	à l'exception de bien que ceci dit cependant du moins encore que excepté même si pour... que on notera que quoi qu'il en soit sans sauf

Structure du texte

En résumé – un guide de distribution devrait s'organiser de la façon suivante :

Une idée directrice ou un sujet par chapitre. Chaque paragraphe est construit autour d'une idée principale ou un thème. Chaque phrase qui compose ce paragraphe ne devrait contenir habituellement qu'une idée liée à l'idée principale du paragraphe. Ainsi, chacune de ces phrases vient appuyer ce que vous voulez exprimer dans ce paragraphe.

3.6 LA CLARIFICATION DES IDÉES

3.6.1 L'ordre des idées

Voici quelques façons d'organiser l'information :

- du général au spécifique;
- du positif au négatif (vue contrastée ou par opposition);
- du plus important au moins important;
- étape par étape (de la première à la dernière);
- de ce qui concerne la majorité à ce qui concerne la minorité;
- du connu au nouveau;
- du plus simple au plus compliqué;
- du familier à l'inhabituel.

Tout ce qui est placé au début de la phrase et au début de texte est considéré comme le plus important par le lecteur.

Certains concepts abordés dans le guide ne peuvent être simplement énoncés pour être compris. Vous pouvez recourir à l'un des procédés suivants pour en clarifier le sens.

3.6.2 Les définitions

Rédigez un glossaire pour expliquer des mots techniques ou des mots utilisés dans un sens restreint. Ce glossaire peut être placé au début ou à la fin du guide. Vous pouvez également choisir de définir les mots en notes de bas de page.

Quel que soit votre choix, identifiez les mots définis en utilisant soit le soulignement, les caractères gras, les caractères italiques ou les majuscules. Appliquez cette directive pour l'ensemble des définitions contenues dans le guide. Ainsi, le lecteur saura que ces mots sont définis à l'intérieur du guide. À cet effet, ajoutez une mention au tout début du guide qui indique au lecteur la manière dont vous avez identifié vos définitions et dans quelle section elles se trouvent.

3.6.3 Les exemples

Illustrez certaines situations complexes par un exemple vécu. Le procédé rend le texte plus vivant, car le lecteur s'identifie aux personnes plutôt qu'aux idées. L'exemple a l'avantage supplémentaire de se présenter comme une histoire, une forme très familière à la plupart des lecteurs. Les exemples sont, de préférence, mis en relief pour les distinguer du texte informatif dans lequel ils prennent place.

3.6.4 Les descriptions par énumération

Les notions abordées dans le guide entraînent souvent l'énumération de caractéristiques particulières. Prenez soin de faire précéder ces énumérations par des énoncés qui précisent le sens et la portée de ce qui suit, comme dans l'exemple suivant:

EXEMPLE

Voici la liste des documents à transmettre pour soumettre votre réclamation :

- › votre certificat de naissance;
- › le formulaire de réclamation, rempli et signé par le réclamant;
- › le formulaire de réclamation, rempli et signé par le médecin traitant.

3.6.5 Les tableaux

Pour comparer des données ou encore pour faire voir le rapport entre une situation et ses conséquences, un tableau est souvent un procédé de clarification.

EXEMPLE

RÉGIMES	DÉBUT DU VERSEMENT DE LA PRESTATION	CALCUL DE LA PRESTATION
Avec indemnisation rétroactive	Dès que la période d'attente sélectionnée s'est écoulée	La prestation est calculée à partir du premier jour d'invalidité totale
Sans indemnisation rétroactive	Dès que la période d'attente sélectionnée s'est écoulée	La prestation est calculée à partir du premier jour d'invalidité totale qui suit la période d'attente sélectionnée

3.6.6 Les procédés de mise en relief

Différents procédés techniques s'offrent à vous pour mettre en relief une partie de l'information. La mise en relief est un procédé de clarification, car elle aide le lecteur à se concentrer sur l'information la plus importante. Voici les principaux procédés de mise en relief (pour des explications détaillées à leur propos, reportez-vous au point 3.7 du Manuel) :

- › les caractères **gras**, l'*italique* ou le soulignement;
- › l'augmentation de la taille du caractère;
- › les MAJUSCULES;
- › les couleurs, les **ombragés**;
- › l'encadré;
- › l'alternance entre les énumérations verticales et les énumérations horizontales;
- › les titres et intertitres.

3.7 LA MISE EN PAGE

Les divers procédés de mise en page peuvent améliorer la lisibilité de votre texte. Ils soulignent la logique de votre contenu et favorisent la compréhension du lecteur.

Nous vous encourageons à rédiger votre guide sous forme de brochure, attrayante et facile à consulter.

3.7.1 La présentation générale du texte

Évitez de présenter l'information de manière dense et touffue, ce qui donne l'impression qu'elle est difficile et ennuyeuse. Aérez donc votre texte à l'aide des actions suivantes :

- séparez votre guide en parties ou sections bien délimitées afin que le lecteur les repère facilement.
- rédigez des paragraphes courts, comportant un maximum de quatre ou cinq phrases, et laissez suffisamment d'espace entre chacun.
- gardez des marges généreuses tout autour du texte.
- augmentez la hauteur de l'interligne ainsi que l'espace entre les paragraphes.
- intercalez dans le texte suivi des encadrés, des tableaux ou des illustrations.
- n'hésitez pas à laisser des espaces vides à certains endroits. En plus d'aérer la présentation, ils permettront au lecteur de prendre des notes.

3.7.2 Les titres et les intertitres

Les titres structurent votre texte. Assurez-vous qu'ils soient facilement repérables par le lecteur en utilisant les procédés typographiques adéquats, comme la mise en forme des caractères, la couleur, etc.

3.7.3 Les procédés typographiques

Le *Règlement sur la distribution sans représentant* de la Loi exige que le texte du guide de distribution soit imprimé dans un caractère équivalant à la police Bookman Old Style, dans un corps d'au moins 10 points. De plus, les interlignes doivent comporter au moins 2 points et les textes de la rubrique concernant l'exclusion, la limitation ou la réduction de garanties doivent être en caractères gras, encadrés et précédés des mots « mise en garde ».

3.7.4 Les caractères

Choisissez des caractères courants et faciles à lire, tels Bookman, Courier ou Times New Roman. Évitez l'utilisation de caractères de fantaisie et le mélange de plusieurs types de caractères dans un même document. Selon le caractère choisi, vous écrirez en 10, 11 ou 12 points, l'effet visuel n'étant pas le même d'un caractère à l'autre. (Le paragraphe qui précède est un exemple des exigences du Règlement.

Habituellement, on n'utilise pas plus de deux caractères dans un document, soit un pour le corps du texte et un autre pour les titres. Les caractères avec empattements conviennent plus particulièrement pour le corps du texte, car l'œil suit plus facilement la ligne formée par les empattements. De leur côté, les caractères sans empattements, bien nets, font ressortir les titres.

Vous pouvez augmenter la taille du caractère, pour les titres par exemple, ou pour mettre l'accent sur des mots en particulier. Cependant, attention : ne changez jamais l'espacement entre les lettres, que ce soit en les rapprochant ou en les écartant. Le résultat est rarement heureux visuellement et diminue la lisibilité.

3.7.5 L'alignement du texte

Pour faciliter la lecture, choisissez l'alignement du texte à gauche. En examinant les exemples suivants, vous verrez qu'un texte justifié crée des espaces irréguliers entre les mots, alors que l'alignement à droite nuit à la lecture. L'alignement à gauche, plus lisible, est de rigueur. Les titres et les intertitres seront également alignés à gauche.

TEXTE ALIGNÉ À GAUCHE	TEXTE JUSTIFIÉ	TEXTE ALIGNÉ À DROITE
Évitez de justifier votre texte. Cette disposition rend la lecture plus difficile, car elle provoque des espaces irréguliers entre les mots.	Évitez de justifier votre texte. Cette disposition rend la lecture plus difficile, car elle provoque des espaces irréguliers entre les mots.	Évitez de justifier votre texte. Cette disposition rend la lecture bien difficile, car elle provoque des espaces irréguliers entre les mots.

3.7.6 La mise en relief

Comme nous l'avons vu précédemment, la mise en relief typographique fait ressortir l'information importante, les mots-clés, les définitions, les explications, etc.

Voici quelques conseils et mises en garde concernant son utilisation.

- Les caractères gras sont particulièrement utiles pour les titres, les intertitres, les énoncés de récapitulation. N'oubliez pas que la section portant sur les exclusions doit être rédigée entièrement en caractères gras.
- Les caractères italiques peuvent aussi servir à mettre un mot en évidence, mais ils ont surtout un rôle conventionnel : titres d'ouvrages, extraits cités, mots étrangers. Par contre, s'il y en a trop, ils ne veulent plus rien dire et deviennent fatigants à lire.
- Manipulez le soulignement avec beaucoup de précaution : dans presque tous les cas, il réduit considérablement la lisibilité. Il s'agit d'un vestige de l'époque de la machine à écrire, alors que le soulignement était le seul procédé de mise en relief possible.
- Vous pouvez utiliser les majuscules pour les titres ou pour mettre un mot du texte en évidence. Par contre, il faut absolument éviter d'écrire un long passage en majuscules. Cela rend la lecture difficile.
- Les couleurs comme les ombragés et les dégradés améliorent l'apparence de votre document et peuvent mettre en valeur certains renseignements. Cependant, évitez en tout temps d'imprimer des caractères pâles sur un fond de couleur foncée.
- Les encadrés sont très pratiques. Ils permettent d'ajouter de l'information complémentaire sans alourdir le texte et ils dynamisent la présentation du contenu. Mettez-y des exemples ou des explications, développez-y des points connexes, etc.
- De même, des illustrations, des schémas et des tableaux facilitent la compréhension du texte tout en coupant la monotonie du texte. Ils doivent cependant être pertinents et simplifiés au maximum.
- Les énumérations sont utiles pour faire voir rapidement une liste d'éléments, de conditions, d'exceptions, ou encore, pour montrer les niveaux d'importance des événements ou l'ordre dans lequel ils sont présentés.
- Les énumérations doivent se faire sous forme de liste verticale et non à l'intérieur d'une phrase. Elles sont marquées par des puces en forme de flèches, de tirets ou de points. Veillez à leur logique et à leur uniformité. Par exemple, utilisez toujours des tirets pour une énumération de premier niveau et des points pour une énumération de deuxième niveau, ou encore, des puces graphiques distinctives. Assurez-vous aussi de garder tous les éléments d'une énumération sur une même page. Le consommateur pourra ainsi saisir facilement l'information dans son ensemble.

EXEMPLE

Énumération verticale à deux niveaux

En tant que rédacteur, vous devez concevoir un système de signalisation cohérent, qui correspond bien à la structure du texte :

- au départ, choisissez un **mode de subdivision des parties**, soit les chiffres ou les lettres;
 - démarquez les parties et mettez certains contenus en relief en utilisant des procédés visuels et typographiques :
 - caractères **gras** ou *italiques*;
 - grosseur de points (entre 10 et 12);
 - MAJUSCULES/minuscules;
 - type de caractère, avec ou sans empattements;
 - couleurs;
 - encadrés;
 - puces : points, tirets, flèches;
 - alternance entre énumérations verticales et horizontales;
 - avant de procéder à une énumération, rédigez avec soin un énoncé qui permet non seulement d'anticiper le contenu de l'énumération, mais aussi de lui donner du sens.

RÉVISEZ VOTRE GUIDE DE DISTRIBUTION SELON LES DIRECTIVES DU MANUEL

Votre guide est un document d'information qui décrit les caractéristiques d'un produit d'assurance offert par l'entremise de distributeurs. Il permet au consommateur de déterminer si le produit d'assurance lui convient. Ce guide sert également d'outil à la personne chargée de distribuer le produit auprès du consommateur.

Autrement dit, le guide de distribution n'est pas un document promotionnel, c'est un document d'information, rédigé en langage clair et simple, pour être lu et compris par le consommateur.

La rédaction d'un premier guide peut vous sembler laborieuse et contraignante à cause des nombreuses exigences de la Loi et du *Règlement sur la distribution sans représentant*. Il est donc primordial que vous portiez une attention particulière à l'élaboration de ce guide.

4.1 LES TROIS PRINCIPES DE RÉVISION POUR UN GUIDE DE DISTRIBUTION

La révision de votre guide doit porter sur trois aspects :

- Le respect des directives énoncées dans le *Règlement sur la distribution sans représentant* et reprises dans la grille de rédaction de ce Manuel, en regard des éléments de contenu obligatoires, de l'ordre d'enchaînement de ces éléments de contenu et des règles de présentation.
- L'utilisation des procédés d'écriture en langage clair et simple.
- Le respect des règles de grammaire et de l'orthographe d'usage.

Pour vous aider à réviser votre guide, nous vous fournissons au point 4.2, une grille d'autocorrection qui vous permettra de vérifier si vous avez respecté toutes les directives qui vous ont été données au fil de la lecture de ce Manuel.

N'hésitez pas à faire ce travail d'autocorrection. Il soulèvera peut-être quelques oublis que vous pourrez corriger avant l'envoi de votre guide à l'Autorité.

De plus, il existe, à l'usage des rédacteurs, de multiples ouvrages concernant la rédaction qui vous seront précieux tout au long de votre démarche. Pour résoudre la plupart des problèmes courants de rédaction, nous vous suggérons en particulier la consultation régulière des ouvrages suivants :

- Bescherelle, *L'art de conjuguer*, Hurtubise HMH
- Bureau de la traduction, 1996. *Le guide du rédacteur*, 2^e édition, Ottawa, Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux
- J. Hanse, *Nouveau dictionnaire des difficultés du français moderne*, Duculot
- *Le Petit Robert, Dictionnaire de la langue française*
- Marie-Éva de Villers, *Multidictionnaire de la langue française*, Éditions Québec Amérique

4.2 LA GRILLE D'AUTOCORRECTION DU GUIDE DE DISTRIBUTION

	FAIT	À REVOIR
PLAN DE PRÉSENTATION ET GRILLE DE RÉDACTION DE VOTRE GUIDE DE DISTRIBUTION		
J'ai bien suivi tous les points du plan du guide présenté à la partie 2 du Manuel.		
J'ai rédigé un texte suivi.		
J'ai respecté l'ordre d'enchaînement des parties, tel qu'il est indiqué dans le plan du guide.		
J'ai repris les titres et sous-titres selon les directives données dans le plan, en conformité avec l'Annexe 4 du <i>Règlement sur la distribution sans représentant</i> .		
J'ai mis en relief les exclusions, les limitations et les réductions de garantie, en utilisant des caractères gras et un encadré. Cette section est précédée des mots « Mise en garde ».		
Mon texte est écrit à interlignes d'au moins 2 points et dans une police équivalant à Bookman Old Style de 10 points; il est justifié à gauche seulement.		
J'ai rédigé une table des matières détaillée, fidèle au contenu et à la pagination du document.		
L'information rapportée dans le guide n'est pas rédigée de manière à tromper le lecteur ou à l'induire en erreur. Le guide de distribution ne comporte aucune fausse information.		
UTILISATION DES PROCÉDÉS D'ÉCRITURE EN LANGAGE CLAIR ET SIMPLE		
J'ai mis en place des indicateurs qui informent le lecteur sur la structure d'ensemble du texte et lui permettent de repérer les parties qui l'intéressent.		
L'information est amenée en tenant compte du point de vue du lecteur.		
Dans l'ensemble du guide, je m'efforce d'établir une relation de proximité avec le lecteur, en m'adressant directement à lui.		
Le vocabulaire utilisé dans le guide est courant, concret et les synonymes sont peu nombreux.		
D'une manière générale, les phrases sont courtes, à la voix active, davantage affirmatives que négatives et ne comportent qu'une idée.		
L'ordre des mots dans la phrase suit surtout le modèle courant sujet – verbe – complément. Le sujet est rapproché du verbe et le verbe, de son complément d'objet.		
Pour marquer la progression des idées, j'utilise le paragraphe, les expressions et les mots de relation ainsi que les énoncés de transition.		
L'ordre d'enchaînement des idées tient compte des attentes des lecteurs.		
Le texte comprend des procédés de clarification des idées, tels les exemples, les définitions, les tableaux, des procédés de mise en relief de l'information importante.		
La mise en page est aérée, suit des règles uniformes et facilite la lecture du document.		
RESPECT DES RÈGLES DE GRAMMAIRE ET DE L'ORTHOGRAPHE D'USAGE		
J'ai vérifié la variation de la forme des verbes selon le temps et le mode, l'accord du verbe avec son sujet, le genre des noms, l'accord du participe passé, l'accord des adjectifs.		
J'utilise les mots dans le sens courant consigné dans le dictionnaire.		
J'ai respecté les règles de ponctuation, en particulier les règles qui gouvernent l'usage de la virgule.		

BIBLIOGRAPHIE

BEAUDET, Céline. « Lisibilité textuelle et configuration des énumérations dans un texte procédural », *Revue canadienne de linguistique appliquée*, 2002, vol. 5, n° 1-2 : 7-22.

BEAUDET, Céline. « Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique », *Recherches en rédaction professionnelle*, 2001, vol. 1, n° 1, document disponible en ligne, <http://www.usherb/flsh/rrp> : 5-16.

BEAUDET, Céline. *Guide de rédaction en milieu communautaire*, avec la collaboration de Nicole Charette et de Marie-Claude Poulin, Sherbrooke, GGC Éditions, « Coll. » Pratiques professionnelles, 1999, 140 p.

BISSON, Monique, Hélène CAJOLET-LAGANIÈRE et Normand MAILLET. *Guide d'écriture des imprimés administratifs*, préparé à la Direction de la francisation de l'Office de la langue française, Québec, Publications du Québec, 1992, 136 p. « Guide de l'Office de la langue française ».

CAJOLET-LAGANIÈRE, Hélène, Pierre COLLINGE et Gérard LAGANIÈRE. *Rédaction technique, administrative et scientifique*, 3^e éd. ent. rev. et augm., Sherbrooke, Éditions Laganière, 1997, 468 p.

CANADA. CENTRE CANADIEN D'INFORMATION JURIDIQUE. CENTRE DE RESSOURCES SUR LE LANGAGE CLAIR ET SIMPLE. MULTICULTURALISME ET CITOYENNETÉ. *Plain Language Resource Centre Catalogue*, Ottawa, Multiculturalisme et citoyenneté Canada, 1992, 69 p.

CANADA. CENTRE CANADIEN D'INFORMATION JURIDIQUE. CENTRE DE RESSOURCES SUR LE LANGAGE CLAIR ET SIMPLE. MULTICULTURALISME ET CITOYENNETÉ. *Catalogue du Centre de ressources sur le langage clair et simple*, Ottawa, Multiculturalisme et citoyenneté Canada, 1992, 69 p.

CANADA. MULTICULTURALISME ET CITOYENNETÉ. SECRÉTARIAT NATIONAL À L'ALPHABÉTISATION. *Pour un style clair et simple*, Ottawa, Multiculturalisme et citoyenneté Canada, 1991, 62 p.

CANADA. MULTICULTURALISME ET CITOYENNETÉ. SECRÉTARIAT NATIONAL À L'ALPHABÉTISATION. *Plain Language Clear and Simple*, Ottawa, Multiculturalisme et citoyenneté Canada, 1991, 62 p.

CANADA. TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX. BUREAU DE LA TRADUCTION. *The Canadian Style: a Guide to Writing and Editing*, 2^e éd. revue et augmentée, Toronto, Dundurn Press, 1997, 311 p.

CLERC, Isabelle et Céline BEAUDET. « Écrire pour être compris », *Actes du Forum Alpha*, Québec, (à paraître).

FALCIONE, Raymond L. *The Guide to Better Communication in Government Service*, avec la collaboration de James G. Dalton, Glenview, Scott, Foresman, 1984, 132 p. « Scott, Foresman PROCOM series ».

FÉDÉRATION CANADIENNE POUR L'ALPHABÉTISATION EN FRANÇAIS. *Écrire simplement, Guide d'application des techniques d'écriture simple*, Vanier, Les publications FCAF, 2^e édition, 1995, 62 p.

FERNBACH, Nicole. *La lisibilité dans la rédaction juridique au Québec*, Ottawa, Centre canadien d'information juridique, 1990, 128 p.

FERNBACH, Nicole. *Bibliographie sur la lisibilité et l'emploi de la langue courante*, Toronto, Centre canadien d'information juridique, 1990, 24 p.

GAUTHIER, Josée, Micheline PICHÉ et Nicole VINETTE. *De la majuscule au point final: guide d'aide à la rédaction*, Ottawa, Fédération nationale des femmes canadiennes-françaises, 1988, 3 t. en 1 vol.

GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DU SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS CANADIEN. *Accroître le pouvoir du consommateur*, Ottawa, Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien, 1998, 134 p. « Document d'information », n° 3.

Lisibilité et intelligibilité, Montréal, Université du Québec à Montréal, 1996, 246 p. « Revue québécoise de linguistique », vol. 25, n° 1.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES. *Écrire pour être compris*, Paris, Direction de la Communication, 3^e édition, 1995, 42 p.

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DE BELGIQUE, SERVICE DE LA LANGUE FRANÇAISE, CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE. *Écrire pour être lu*, Bruxelles, 1998, 80 p.

MINISTÈRE DES APPROVISIONNEMENTS ET SERVICES CANADA. *Pour un style clair et simple*, Groupe Communication Canada, Ottawa, 1991, 62 p.

PLAIN LANGUAGE ACTION NETWORK, « About Plain Language », document disponible en ligne, <http://www.plainlanguage.gov/main.htm>, mise à jour : 16 avril 2001.

« Plain Train – Plain Language Online Training », document disponible en ligne, <http://www.web.net/~plain/PlainTrain/index.html>.

« Plain Train – Plain Language Online Training », document disponible en ligne, version française, <http://www.web.net/~plain/PlainTrain/Francais/index.html>.

STRAUVEN, Christiane. *La lisibilité des textes administratifs*, Bruxelles, Service de la langue française, Direction générale de la culture et de la communication, 1993, 44 p. « Français & société », n° 7.

RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS ET DES RESPONSABILITÉS DES ASSUREURS EN REGARD DU TITRE VIII DE LA LOI SUR LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS

Voici la liste des différentes obligations et responsabilités qui découlent de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (la Loi) et qui doivent être respectées par les assureurs en matière de distribution sans représentant :

- Avant de pouvoir offrir un de ses produits par l'entremise d'un distributeur, un assureur doit préparer un guide de distribution et lui en remettre une copie (article 410);
- Le guide de distribution doit décrire le produit d'assurance offert, préciser la nature de la garantie et mettre en évidence les exclusions de garantie. Il précise également comment présenter une demande de réclamation et le délai pour le faire. Il indique aussi le délai accordé à l'assureur pour payer les sommes assurées en cas de réclamation ainsi que les démarches et le délai que l'assuré doit respecter lorsque l'assureur refuse d'accueillir la réclamation (article 411);
- Le guide doit contenir une mention selon laquelle il existe sur le marché, à la connaissance de l'assureur, des assurances pouvant comprendre des garanties semblables au produit offert lorsque ces assurances existent (article 412);
- Le guide de distribution doit être écrit et présenté selon les règles établies par l'Autorité (article 413);
- Avant de remettre un guide de distribution à ses distributeurs, l'assureur doit d'abord en transmettre une copie à l'Autorité. Il doit faire de même chaque fois que le guide est modifié (article 414 al 1 et 3).
- Le guide doit être accompagné d'une copie de la police d'assurance relative au produit faisant l'objet du guide ainsi que la liste des noms et adresses des distributeurs qui offrent, pour le compte de l'assureur, le produit faisant l'objet du guide (article 414 al 2);
- Lorsqu'un assureur modifie un de ses guides de distribution, il doit sans délai faire parvenir la nouvelle version à ses distributeurs et prendre les mesures nécessaires pour retirer les anciens guides (article 415);
- L'Autorité peut ordonner à un assureur de modifier un de ses guides de distribution, de la façon et dans le délai qu'il indique, aussi souvent qu'il l'estime nécessaire. L'assureur doit alors faire parvenir le guide modifié à l'Autorité dans le délai indiqué. L'Autorité peut, avant la fin du délai, le prolonger (article 416);
- Un assureur peut, avant la fin du délai accordé pour faire une modification, informer l'Autorité qu'il cesse de distribuer le produit d'assurance faisant l'objet du guide. L'assureur doit aussitôt avertir ses distributeurs de sa décision. Il doit également prendre les mesures nécessaires pour retirer les guides de distribution et les formulaires de contrat relatifs à ce produit. Cette procédure doit être respectée chaque fois que l'assureur cesse de distribuer un produit (article 417);
- Un assureur doit, sans délai, informer l'Autorité du nom et de l'adresse de tout nouveau distributeur par l'entremise duquel il offre un produit d'assurance et donner la description de ce produit. Il doit faire de même lorsqu'il cesse de faire affaire avec un distributeur (article 418);
- L'assureur doit, en plus de préparer un guide de distribution, prendre les mesures nécessaires pour que ses distributeurs aient une bonne connaissance du produit d'assurance, compte tenu de sa complexité (article 420);

- L'assureur doit maintenir un service de consultation pour répondre aux demandes d'un distributeur ou d'un client au sujet d'un guide de distribution (article 421);
- Un assureur doit, à la demande de l'Autorité, lui dévoiler la rémunération qu'il verse à un distributeur pour la vente d'un produit (article 432);
- Nous vous rappelons qu'un assureur peut offrir des produits par l'entremise d'un distributeur, dans la mesure où il respecte le titre VIII de la *Loi sur la distribution de produit et services financiers*. Le distributeur est la personne qui, dans le cadre de ses activités qui ne sont pas du domaine de l'assurance, offre de façon accessoire, pour le compte d'un assureur, un produit d'assurance afférent uniquement à un bien qu'elle vend ou qui y fait adhérer un client (article 408).
- Un employé d'un assureur dont les fonctions principales consistent à offrir du crédit peut agir comme distributeur pour faire adhérer un client à un produit visé au paragraphe 1° de l'article 426 (article 409).
- Lorsqu'un assureur ne respecte par un ordre de l'Autorité, celle-ci peut rendre une ordonnance lui enjoignant de cesser de distribuer le produit par l'intermédiaire de distributeurs (article 419).
- L'article 426 énonce certains types de produits pouvant être offerts par le biais de la distribution sans représentant. Nous vous rappelons que ceux-ci doivent nécessairement être des produits d'assurance collective. Par contre, les produits visés par l'article 424 ne peuvent être que des produits d'assurance individuelle.
- En terminant, le gouvernement a le pouvoir de permettre qu'un produit d'assurance qui ne peut être offert par l'entremise d'un distributeur puisse le devenir. Il doit cependant consulter l'Autorité avant de prendre cette décision (article 428).
- Le gouvernement a aussi le pouvoir de refuser qu'un produit d'assurance qui pourrait normalement être offert par l'entremise d'un distributeur, le soit. Ce pouvoir ne s'étend toutefois pas aux produits visés aux articles 424 et 426 (article 427).

Ces deux types de décisions font l'objet de décrets du gouvernement.

RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS ET DES RESPONSABILITÉS DES DISTRIBUTEURS EN VERTU DE LA LOI SUR LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS

Voici la liste des différentes obligations et responsabilités qui découlent de la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (la Loi) et qui doivent être respectées par les distributeurs :

- un distributeur doit prendre les dispositions nécessaires afin que toute personne à qui est confiée la tâche de distribuer un produit d'assurance ait une bonne connaissance du guide de distribution relatif à ce produit (article 429);
- lorsque le guide contient une mention à cet effet, la personne chargée de distribuer le produit doit informer le client qu'il existe sur le marché d'autres assurances pouvant comporter des garanties similaires. Elle doit en outre demander au client s'il n'est pas déjà couvert par une telle assurance et, en cas de doute, l'inviter à vérifier (article 430);
- la personne chargée de distribuer le produit d'assurance doit le décrire au client, lui préciser la nature de la garantie et lui indiquer les exclusions. Elle doit de plus divulguer la rémunération reçue par le distributeur lorsque celle-ci excède 30% du coût du produit d'assurance (article 431);
- un distributeur qui peut offrir pour un même bien plus d'un produit d'assurance doit, lorsqu'il offre un de ces produits à un client, lui dévoiler la rémunération versée par l'assureur pour chacun d'eux (article 433);
- la personne chargée de distribuer le produit d'assurance doit informer le client sur la façon de présenter une réclamation et le délai pour le faire. Elle doit porter à sa connaissance le délai accordé à l'assureur pour payer les sommes assurées. Elle doit également l'aviser des démarches à entreprendre, dans les délais qu'elle précise, si éventuellement l'assureur fait défaut d'accueillir la réclamation (article 434);
- la personne chargée de distribuer le produit d'assurance doit remettre au client une copie du guide de distribution avant de lui vendre le produit ou de l'y faire adhérer (article 435);
- un distributeur dont le client n'a pas reçu les renseignements exigés par l'article 431 est responsable de tout préjudice en résultant pour ce client (article 436);
- un distributeur qui recueille auprès d'un client des renseignements personnels de nature médicale ou sur ses habitudes de vie doit respecter les articles 35 et 36 de la Loi, compte tenu des adaptations nécessaires. Les articles 92, 93, 94 et 102 s'appliquent également à un distributeur, compte tenu des adaptations nécessaires (article 437);
- lorsqu'un assureur informe un distributeur de sa décision de cesser de distribuer un produit d'assurance par son entremise, ce dernier doit lui retourner sans délai l'exemplaire du guide de distribution et les formulaires de contrat relatifs à ce produit. Un distributeur qui, après avoir reçu cet avis, fait souscrire à un client ce produit d'assurance est responsable de tout préjudice que le client peut subir (article 438);
- un distributeur ne peut assujettir la conclusion d'un contrat à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance auprès d'un assureur qu'il indique. Il ne peut exercer de pressions indues sur le client ou employer des manœuvres dolosives pour l'inciter à se procurer un produit ou un service financier (article 439);
- un distributeur qui, à l'occasion de la conclusion d'un contrat, amène un client à conclure un contrat d'assurance doit lui remettre un avis lui indiquant qu'il peut, dans les 10 jours de la signature de ce contrat d'assurance, le résoudre. L'avis remis au client doit être rédigé de la façon prévue par règlement de l'Autorité (article 440);

- un distributeur offrant un financement pour l'achat d'un bien ou d'un service et qui exige du débiteur qu'il souscrive une assurance pour garantir le remboursement du prêt doit lui remettre un avis l'informant qu'il a la faculté de prendre l'assurance auprès de l'assureur et du représentant de son choix, pourvu que l'assurance souscrite soit à la satisfaction du créancier. L'avis doit être rédigé de la façon prévue par règlement de l'Autorité. Un distributeur ne peut assujettir la conclusion d'un contrat de crédit à un contrat d'assurance avec un assureur qu'il indique (article 443 al 1);
- un distributeur qui, à l'occasion d'un prêt, sollicite l'adhésion d'un client à une assurance sur la vie, la santé ou la perte d'emploi d'un débiteur doit donner au client, le cas échéant, dans les 30 jours de sa demande d'adhésion, une confirmation de l'assureur qu'il est assuré (article 444).
- Nous vous rappelons qu'un contrat ne peut contenir de dispositions en permettant la modification dans l'éventualité où un client résoudrait ou résilierait un contrat d'assurance conclu à la même occasion (article 442).
- De la même façon, un contrat de crédit ne peut stipuler qu'il est conclu sous la condition que le contrat d'assurance pris auprès d'un tel assureur demeure en vigueur jusqu'à l'échéance du terme ni que la fin d'une telle assurance fait encourir au débiteur la déchéance du terme ou la réduction des droits (article 443 al 2).

ANNEXE
1
(ARTICLE 2)

AVIS DE RÉSOLUTION D'UN CONTRAT D'ASSURANCE

AVIS DONNÉ PAR LE DISTRIBUTEUR

Article 440 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers

LA LOI SUR LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS VOUS DONNE DES DROITS IMPORTANTS.

- La loi vous permet de mettre fin au contrat d'assurance que vous venez de signer à l'occasion d'un autre contrat, **sans pénalité, dans les 10 jours de sa signature**. Pour cela, vous devez donner à l'assureur un avis par courrier recommandé dans ce délai. Vous pouvez à cet effet utiliser le modèle ci-joint.
- Malgré l'annulation du contrat d'assurance, le premier contrat conclu demeurera en vigueur. Attention, il est possible que vous perdiez des conditions avantageuses qui vous ont été consenties en raison de cette assurance; informez-vous auprès du distributeur ou consultez votre contrat.
- Après l'expiration du délai de 10 jours, vous avez la faculté d'annuler l'assurance en tout temps, mais des pénalités pourraient s'appliquer.

Pour de plus amples informations, vous pouvez contacter le Bureau des services financiers au : (418) 525-6273 ou 1-877-525-6273

AVIS DE RÉSOLUTION D'UN CONTRAT D'ASSURANCE

À : _____
(nom de l'assureur)

(adresse de l'assureur)

Date : _____
(date d'envoi de cet avis)

En vertu de l'article 441 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers,
j'annule le contrat d'assurance n° : _____
(numéro du contrat s'il est indiqué)

conclu le : _____
(date de la signature du contrat)

à : _____
(lieu de la signature du contrat)

(nom du client)

(signature du client)

Le distributeur doit remplir au préalable cette section.

Cet envoi doit être transmis par courrier recommandé.

Au verso de cet avis doivent apparaître les articles suivants de la loi : art. 439, 440, 441, 442 et 443.

AVIS DE LIBRE CHOIX DE L'ASSUREUR OU DU REPRÉSENTANT

Article 443 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers

LA LOI SUR LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS VOUS DONNE DES DROITS IMPORTANTS

- On exige de vous une couverture d'assurance pour garantir le remboursement d'un prêt.
- Toutefois, vous êtes libre de souscrire cette couverture d'assurance auprès de l'assureur ou du représentant de votre choix. **Vous pouvez donc vous procurer l'assurance de trois façons différentes :**

1. en prenant l'assurance que l'on vous offre.

Si vous faites ce choix, vous bénéficiez alors de l'article 19 de la loi qui vous permet de mettre fin au contrat d'assurance que vous venez de signer à l'occasion d'un autre contrat, sans pénalité, dans les 10 jours de sa signature. Toutefois, vous devrez alors souscrire une autre assurance équivalente qui doit être à la satisfaction du créancier qui ne pourra la refuser sans motifs raisonnables;

2. en prenant une assurance équivalente à celle exigée qui doit être à la satisfaction du créancier qui ne pourra la refuser sans motifs raisonnables;

3. en démontrant que vous possédez déjà une assurance équivalente à celle exigée qui doit être à la satisfaction du créancier qui ne pourra la refuser sans motifs raisonnables.

Vous pourrez changer d'assureur ou de représentant en tout temps, pourvu que vous mainteniez, jusqu'à la fin du contrat de prêt, une assurance équivalente à celle exigée qui doit être à la satisfaction du créancier qui ne pourra la refuser sans motifs raisonnables. On ne peut vous obliger à choisir ou maintenir un contrat d'assurance d'un assureur en particulier, ni refuser votre crédit ou rappeler votre prêt pour cette raison.

Pour annuler l'assurance, vous pouvez utiliser la section ci-dessous intitulée « Avis de résolution d'un contrat d'assurance ». Pour de plus amples informations, vous pouvez contacter le Bureau des services financiers au : (418) 525-6273 ou 1-877-525-6273.

DESCRIPTION DE LA COUVERTURE EXIGÉE

(Section complétée par le distributeur)

Pour garantir le solde de votre prêt, nous avons exigé que vous souscriviez :

☐ une assurance de dommages :

de : _____ \$
(couverture)

(détails)

☐ une assurance de personnes de type :

(vie, invalidité et autres)

de : _____ \$
(couverture)

AVIS DE RÉSOLUTION D'UN CONTRAT D'ASSURANCE

Article 440 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers

À : _____
(nom de l'assureur)

(adresse de l'assureur)

Date : _____
(date d'envoi de cet avis)

En vertu de l'article 441 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers,
j'annule

le contrat d'assurance n° : _____
(numéro du contrat s'il est indiqué)

conclu le : _____
(date de la signature du contrat)

à : _____
(lieu de la signature du contrat)

(nom du client)

(signature du client)

Le distributeur doit remplir au préalable cette section.

Cet envoi doit être transmis par courrier recommandé.

Au verso de cet avis doivent apparaître les articles suivants de la loi : art. 439, 440, 441, 442 et 443.

ANNEXE
3
(ARTICLE 4)

AVIS DE CONSENTEMENT PARTICULIER

VOUS ÊTES LIBRE DE DONNER CE CONSENTEMENT OU NON

Articles 92 et 437 de la Loi sur la distribution de produits et services financiers

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

- Nous détenons, aujourd’hui, des renseignements à votre sujet.
- Nous avons besoin de votre consentement pour permettre à certains de nos préposés d’avoir accès à ces renseignements.
- Ces préposés auront aussi accès aux mises à jour des renseignements, faites pendant la durée du consentement.
- Ces préposés utiliseront les renseignements disponibles **afin de vous solliciter pour de nouveaux produits et services financiers.**

VOUS ÊTES LIBRE D’ÉTABLIR LA DURÉE DE VALIDITÉ DE VOTRE CONSENTEMENT

- Si vous accordez un consentement pour une période indéterminée, vous pourrez en tout temps y mettre fin en le révoquant. À la fin du présent formulaire, vous trouverez un modèle de révocation que vous pourrez utiliser ou dont vous pourrez vous inspirer.
- Si vous voulez accorder un consentement pour une période limitée, vous pourrez le faire en fixant vous-même cette période. Le présent formulaire prévoit à la section « consentement particulier » un endroit où vous pourrez inscrire la période désirée.

**LA LOI SUR LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS
VOUS DONNE DES DROITS IMPORTANTS**

Sans cette autorisation spécifique, le distributeur ne pourra utiliser ces renseignements à d’autres fins que celles pour lesquelles ils ont été recueillis. **Le distributeur ne peut vous contraindre à donner ce consentement ni refuser de continuer à faire affaires avec vous du seul fait que vous refusez de le lui donner; l’article 94 de la loi vous protège.** Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le Bureau des services financiers au : (418) 525-6273 ou au 1-877-525-6273.

Les renseignements que nous détenons à votre sujet, aujourd’hui, ont été recueillis dans le cadre de :

(objet(s) du dossier)

Voici les catégories de renseignements nécessaires que nous souhaitons que l'un de nos préposés utilise ainsi que les produits et services qu'il pourra vous offrir. Pour plus de précisions sur le contenu de chacune de ces catégories, vous pouvez vous référer au verso.

Veillez autoriser les catégories auxquelles vous consentez.

Catégories de renseignements nécessaires à être communiqués ¹	Pour quels produits ou services? ²	Autorisation du client ³	Initialer ⁴
À remplir par le distributeur	<i>À remplir par le distributeur</i>	☐ oui ☐ non	
		☐ oui ☐ non	
		☐ oui ☐ non	
		☐ oui ☐ non	
		☐ oui ☐ non	
		☐ oui ☐ non	

Directives au distributeur (*reproduction non requise*) :

1. Le distributeur doit indiquer au verso le contenu de chacune des catégories.
2. Le distributeur doit préciser la nature des produits et services qu'il souhaite offrir au client. Chaque catégorie de renseignements doit être associée à une fin particulière. Si une catégorie est nécessaire à plusieurs fins, le distributeur doit la répéter pour chacune d'elles.
3. L'autorisation du client peut être donnée par téléphone dans la mesure où les interlocuteurs peuvent s'assurer de leur identification respective. Dans ce cas, le présent formulaire servira de script pour le préposé. Le contenu détaillé de chacune des catégories doit être lu au client. Le distributeur doit transmettre au client le formulaire rempli dans les 10 jours suivant le consentement verbal.
4. Dans le cas d'un formulaire électronique, les initiales peuvent être remplacées par une fenêtre de confirmation. L'avis de consentement doit toutefois être mis à la disposition du client grâce à tout moyen en permettant la lecture ou l'impression.

Conformément à la Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé, **vous pouvez demander que l'on vous donne accès aux renseignements que l'on détient sur vous.**

CONSENTEMENT PARTICULIER

Après avoir pris connaissance de ce qui est indiqué ci-dessus, je, soussigné(e),

_____ consens à ce que les renseignements
(nom du client)

détenus par le distributeur soient utilisés aux fins mentionnées plus haut.

Ce consentement sera valide jusqu'à révocation ou pour la période suivante :

_____ JJ/MM/AA (à remplir par le client)

Je peux révoquer en tout temps ce consentement par l'envoi d'un avis. Je peux utiliser le modèle d'avis ci-joint ou m'en inspirer.

_____ (signature du client)

_____ (date de la signature du consentement)

_____ (Identification du client, adresse ou n° de folio ou n° de contrat, etc.)

**JE RÉVOQUE LE CONSENTEMENT PARTICULIER DONNÉ AU DISTRIBUTEUR
PAR L'AVIS SUIVANT**

À : _____
(nom du distributeur)

_____ (adresse du distributeur)

En date du : _____

Par la présente, je, soussigné(e), _____ vous avise que
(nom du client)

j'annule le consentement particulier visant à vous permettre d'utiliser les renseignements qui me concernent à de nouvelles fins.

Consentement que je vous ai donné le : _____
(date du consentement)

_____ (nom du client)

_____ (signature du client)

_____ (Identification du client, adresse ou n° de folio ou n° de contrat, etc.)

GUIDE DE DISTRIBUTION

Nom du produit d'assurance :

Type de produit d'assurance :

Coordonnées de l'assureur :

Nom :

Adresse (adresse électronique, le cas échéant) :

N° de téléphone et de fax du service à la clientèle :

Coordonnées du distributeur :

Nom :

Adresse (adresse électronique, le cas échéant) :

N° de téléphone et de fax du service à la clientèle :

Responsabilité du Bureau des services financiers

En page titre du guide, indiquer, en caractères contrastants, la mise en garde suivante :

« Le Bureau des services financiers ne s'est pas prononcé sur la qualité du produit offert dans le présent guide. L'assureur est seul responsable des divergences entre les libellés du guide et de la police ».

Introduction : Présenter le rôle du guide de distribution qui est de décrire le produit d'assurance offert et de faciliter la compréhension du client en lui transmettant l'information sous forme conviviale. Il vise à permettre au client d'apprécier, par lui-même, si ce produit d'assurance correspond à ses besoins, alors qu'il n'est pas en présence d'un conseiller en assurance de personnes, ni d'un agent ou d'un courtier en assurance de dommages.

Rubrique 1 : **Description du produit offert**

a) Nature de la garantie

Préciser la nature du produit d'assurance.

b) Résumé des conditions particulières

Décrire les caractéristiques importantes de l'assurance offerte, dont **notamment** : (« ap » pour assurance de personnes et « ad » pour assurance de dommages) :

- ☐ les personnes à qui s'adressent la protection (ap);
- ☐ le montant de la protection (ap) ;
- ☐ les biens ou risques couverts par l'assurance (ad);
- ☐ le montant de la couverture (ad) ;
- ☐ les modalités entourant la désignation de bénéficiaire (ap);
- ☐ la personne à qui l'indemnité sera versée (ad);
- ☐ les primes à être payées par l'assuré, garanties ou non, et la périodicité de paiement (ad et ap);

- ☐ la franchise applicable en cas de réclamation (ad);
- ☐ le délai de carence en cas de réclamation (ap)
- ☐ le tableau des indemnités (ad);
- ☐ la durée du contrat (ad et ap) ;
- ☐ la date d'entrée en vigueur ou d'expiration du contrat d'assurance et les conditions qui y sont rattachées, le cas échéant, comme un examen médical par exemple (ap);
- ☐ la confirmation de l'assureur prévue à l'article 444 de la Loi (ap);
- ☐ les modalités ou conditions de renouvellement (ad et ap) ;
- ☐ si le renouvellement du contrat d'assurance (ou de la protection offerte) est garanti ou non(ad et ad) ;
- ☐ le délai de grâce relié au non-paiement de la prime (ad et ap);
- ☐ tout autre élément susceptible d'influencer la décision du client (ad ou ap).

Une référence aux clauses particulières de la police peut être faite après que le guide ait mis en relief les garanties offertes.

Exclusions, limitations ou réductions de garantie

Mettre en relief les règles et les événements pouvant donner lieu aux exclusions, limitations ou aux réductions de la garantie de l'assurance visée par le guide de distribution. Ces exclusions doivent être rédigées de façon à permettre au client de discerner s'il ne se trouve pas dans une situation d'exclusion.

En plus d'être en caractères gras, ces exclusions doivent être encadrées et précédées des mots « mise en garde ».

Une référence aux clauses particulières de la police peut être faite après que le guide ait mis en relief les exclusions.

Pour faciliter la compréhension du client, les exclusions peuvent, au choix de l'assureur, être placées immédiatement après chacune des protections offertes.

Résiliation

Indiquer la procédure à suivre pour résilier le contrat d'assurance, dont notamment les documents requis, le délai prévu pour la résiliation, les pénalités applicables, le cas échéant, le nom et l'adresse de la personne à qui l'avis doit être transmis et l'effet de la résiliation;

c) Fin de la protection d'assurance

Énoncer les autres circonstances mettant fin à la protection offerte par le produit d'assurance;

d) Autres informations

Indiquer de quelle façon le client peut se procurer plus d'informations sur le produit offert. Indiquer qu'il peut joindre l'assureur ou le distributeur et comment il peut se procurer une

copie du contrat d'assurance faisant l'objet du guide de distribution.

Rubrique 2 : Demande d'indemnité ou de réclamation

Expliquer les différentes étapes relativement à la présentation d'une réclamation, soit :

a) Présentation de la réclamation

Indiquer la procédure que doit suivre un assuré ou un bénéficiaire pour présenter une réclamation à l'assureur et plus particulièrement préciser la nature des documents à transmettre, le nombre de copies, la façon de compléter la réclamation, la ou les personnes autorisées à présenter une telle réclamation.

Indiquer aussi le délai à l'intérieur duquel la réclamation ou l'avis de sinistre doit être transmis à l'assureur.

Indiquer les mesures spécifiques que doit prendre un sinistré.

b) Réponse de l'assureur

Indiquer les délais dont dispose l'assureur pour informer l'assuré ou un bénéficiaire que sa réclamation est acceptée ainsi que le délai à l'intérieur duquel l'assureur doit verser l'indemnité. Indiquer également les délais dont dispose l'assureur pour informer un assuré ou un bénéficiaire que sa réclamation est refusée et des motifs qui ont justifié cette décision.

c) Appel de la décision de l'assureur et recours

Décrire la procédure à suivre par un assuré ou un bénéficiaire en cas de refus de sa réclamation ou de non règlement par l'assureur.

Préciser, en termes généraux, les droits dont bénéficie un assuré dans le cas où un assureur fait défaut de respecter ces engagements et notamment inclure une référence à l'effet que le consommateur pourrait consulter le Bureau des services financiers ou son propre conseiller juridique.

Rubrique 3 : Produits similaires

Indiquer s'il existe sur le marché d'autres assurances pouvant comporter des garanties similaires à l'assurance visée par le guide de distribution.

Rubrique 4 : Référence au Bureau des services financiers

Pour toutes informations additionnelles sur les obligations de l'assureur et du distributeur envers le client, indiquer les coordonnées du Bureau des services financiers.

NOTES PERSONNELLES :

Montant de la couverture :

Prime :

Autre :

FACULTATIF**ACCUSÉ DE RÉCEPTION :**

Vous accusez réception de ce guide de distribution à l'occasion de l'acquisition du produit d'assurance :

(nom du produit d'assurance)

Date :

(date de l'accusé de réception)

Par :

(nom du distributeur)

(signature du client)

(nom du client)

(adresse du client)