

Bulletin d'information juridique à l'intention  
des entrepreneurs et des décideurs

# lavery

DROIT ► AFFAIRES

## VOTRE CONTRAT D'ASSURANCE SUR LE WEB

NATHALIE DUROCHER

ndurocher@lavery.ca

Avez-vous magasiné votre dernière police d'assurance automobile sur le Web ?

Si oui, vous joignez les rangs de nombreuses personnes qui magasinent désormais leur assurance en ligne.

La vente d'assurance en ligne est un phénomène en pleine ascension : la publicité est omniprésente. Selon les statistiques disponibles, au Québec seulement, l'achat de produits d'assurance en ligne représentait 363 millions de dollars en janvier 2010. Cela représente une augmentation de 102 % comparativement à la même période en 2009 et tout indique qu'il s'agit d'une tendance qui se maintiendra.

### LE PORTRAIT ACTUEL

La vente d'assurance automobile est beaucoup plus présente sur Internet que la vente d'assurance habitation, d'assurance-vie ou d'assurance d'entreprise. Pourquoi ? Certaines polices d'assurances sont réglementées, comme la police d'assurance automobile, d'autres sont des produits de masse, tel que l'assurance-voyage. L'information requise pour souscrire à de telles polices peut tenir en un simple formulaire complété par le preneur. D'autres types d'assurances, telles l'assurance-vie et l'assurance d'entreprise, nécessitent plus de renseignements, par exemple la signature du preneur, la communication de documents et de renseignements complémentaires et, parfois même, une visite du courtier.

Nombreux sont les assureurs et les intermédiaires en assurances qui offrent présentement la possibilité de soumettre une proposition d'assurance automobile en ligne. Quelques-uns d'entre eux offrent l'assurance habitation.

Par ailleurs, rares sont ceux qui offrent la possibilité de conclure le contrat d'assurance en ligne. L'Internet constitue surtout un moyen privilégié pour entrer en communication avec les assurés potentiels mais, de façon générale, les moyens traditionnels sont encore utilisés pour communiquer et finaliser les transactions.

On observe également l'émergence de la tendance du dossier de l'assuré en ligne auprès de certains assureurs. Cette pratique permet à l'assuré de faire une réclamation d'assurance en ligne et de suivre le traitement de celle-ci par l'accès à son dossier sur Internet, un peu à l'image des comptes bancaires en ligne.

### LES NOUVEAUX ACTEURS

Avant la montée du phénomène d'assurance en ligne, la soumission d'assurance était souvent effectuée par l'intermédiaire d'un courtier. Le preneur répondait aux questions du courtier par téléphone et lui communiquait toute information pertinente au risque. Le courtier acheminait ensuite la demande de soumission à l'assureur qui émettait la police, les avenants, les engagements formels et les conditions particulières. Certains assureurs recevaient les demandes d'assurances directement.

Aujourd'hui, tant les assureurs, par vente directe, que les courtiers sont présents sur le Web. De nouveaux acteurs font également leur entrée, soit les agrégateurs et les gestionnaires de sites Internet. Les agrégateurs rassemblent plusieurs prix soumis par divers courtiers après que le preneur ait rempli son formulaire de soumission en ligne. Bien que le preneur n'en soit pas toujours clairement informé, les renseignements qu'il communique sont retransmis aux sites Internet de

### SOMMAIRE

VOTRE CONTRAT D'ASSURANCE SUR LE WEB

DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES :  
L'ENJEU AUTOCHTONE

DU SOUPER DE FAMILLE AUX ASSEMBLÉES  
ANNUELLES DES ACTIONNAIRES :  
LES MEILLEURES PRATIQUES POUR LA  
GOUVERNANCE DES ENTREPRISES FAMILIALES

différents courtiers lesquels soumettent alors un prix. Ces soumissions sont ensuite rassemblées dans un tableau comparatif, qui est communiqué par le site Internet de l'agrégateur au preneur afin qu'il puisse comparer rapidement le montant des primes de divers courtiers pour l'assurance qu'il sollicite. Enfin, le preneur reçoit généralement l'appel des différents courtiers afin de colliger l'information obtenue dans le but de souscrire le contrat d'assurance.

Les assureurs directs sont de plus en plus présents sur Internet. Ce phénomène a un impact direct sur les courtiers et rend le marché plus agressif au niveau de l'offre. Tous ces acteurs se fondent dans le même paysage et le preneur obtient facilement et rapidement plusieurs soumissions pour le produit d'assurance recherché, peu importe l'intermédiaire choisi.

Mais qu'en est-il du service et des devoirs et obligations de chacun ?

### LE CADRE LÉGISLATIF

La formation du contrat, la vente et la distribution de produits d'assurance en ligne sont, entre autres, régis par le *Code civil du Québec*, la *Loi sur les assurances*, la *Loi sur la distribution des produits et services financiers*, la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, la *Loi sur la protection du*

consommateur et la *Charte de la langue française*. Ces lois sont d'application générale, c'est-à-dire qu'aucune loi spécifique n'encadre précisément la vente d'assurance en ligne. En pratique, cette situation crée certaines zones grises. Il existe également peu de décisions jurisprudentielles sur le sujet, compte tenu du caractère relativement récent du phénomène.

### LE DEVOIR DE CONSEIL ET D'INFORMATION

Tant le courtier que l'agent de l'assureur ont un devoir d'information et de conseil à l'égard des preneurs. Même si la vente d'assurance en ligne favorise un accès facile et rapide aux produits d'assurance, parfois même en dehors des heures ouvrables, ces derniers doivent s'assurer de respecter leurs obligations d'information quant au produit offert et s'assurer que celui-ci répond bien aux besoins du preneur. Comment s'y prendre alors pour bien s'acquitter de ces devoirs ?

À notre avis, une intervention du courtier ou de l'agent de l'assureur, lors de la soumission d'assurance en ligne, est nécessaire pour que ce dernier s'acquitte de ses obligations. À cet effet nous suggérons au preneur de communiquer avec le courtier ou l'agent d'assurance le plus tôt possible au cours du processus de soumission d'assurance en ligne.

Comment s'assurer que le preneur déclare le risque de façon adéquate, comprenne bien les questions posées et donne un consentement éclairé relativement au produit d'assurance vendu ?

Plusieurs possibilités et outils de communication sont possibles, notamment :

- ▶ à la suite de la transmission de la demande de soumission en ligne par le preneur, la révision par le courtier ou l'agent de l'assureur du formulaire rempli lors d'une conversation téléphonique avec le preneur;
- ▶ le clavardage avec le courtier d'assurance ou l'agent de l'assureur;
- ▶ l'utilisation de bulles d'information;
- ▶ la communication du consentement au moyen d'un « clic » et/ou par courriel et accusé de réception.

### TENDANCE « PAPER FREE »

Bien que l'équivalence fonctionnelle des documents technologiques soit maintenant reconnue et que les moyens technologiques à notre portée nous permettent de pratiquement tout sauvegarder, tout assuré devrait conserver une copie papier de son contrat d'assurance. Il en va ainsi de tout autre document ayant mené à la conclusion du contrat d'assurance. Donc, à moins qu'il soit possible de faire la preuve de l'intégrité de la version électronique du contrat d'assurance sauvegardée sur son ordinateur et que celle-ci ait été sauvegardée de façon sécuritaire et n'ait pas été altérée, il est recommandé de conserver une copie papier de ces documents.

### CONCLUSION

Le domaine de l'assurance est en pleine transformation. Internet représente un outil de mise en marché très intéressant pour les courtiers, les assureurs directs et d'autres intervenants de l'industrie de l'assurance. Il faut cependant l'utiliser avec prudence afin d'agir en conformité avec la législation régissant la formation du contrat d'assurance et surtout s'assurer que toutes les parties s'entendent sur le même risque et sur les conditions du contrat d'assurance.

## DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES : L'ENJEU AUTOCHTONE

FRÉDÉRIC PAGÉ

fpage@lavery.ca

SOPHIE PRÉGENT

spregent@lavery.ca

Une partie importante du territoire québécois fait l'objet de revendications de la part de divers groupes autochtones. Toute entreprise ayant un projet, que ce soit l'exploitation de ressources éoliennes, halieutiques, naturelles, ou plus simplement l'implantation d'un parc immobilier, d'un terrain de golf, ou d'un centre de villégiature, peut facilement se retrouver confrontée à des questions de droit autochtone. Que doit-elle savoir? Comment doit-elle agir?

### TERRITOIRE CONVENTIONNÉ OU NON ?

Signée en 1975, la Convention de la Baie James et du Nord québécois lie les gouvernements du Québec et du Canada ainsi que les Cris et les Inuits. Celle-ci a été signée en réponse aux revendications territoriales de ces groupes autochtones – auxquels se sont ajoutés les Naskapis en 1978 – sur la région désignée. Depuis, pour tout projet de mise en valeur en « territoire conventionné », les droits et obligations de chaque partie sont établis et le cadre des négociations est défini. Par ailleurs, sur le reste du territoire québécois, la situation est tout autre.

### DES REVENDICATIONS, PARTOUT!

On croit souvent à tort que si une entreprise n'exerce pas d'activités dans le Grand Nord, elle n'a pas à se soucier des questions de droit autochtone. Or, les revendications des différents groupes autochtones, qui concernent normalement un droit de regard plus au moins grand sur l'élaboration des projets, couvrent une large partie du territoire québécois. De plus, elles se superposent souvent. Il est donc avisé de s'y attarder. Ainsi, une entreprise située à moins d'une demi-heure de Montréal pourrait se retrouver sur un territoire revendiqué et recevoir des mises en demeure ou des procédures visant la cessation de ses activités de la part des peuples autochtones revendiquant le territoire. Il importe donc de s'attarder sérieusement à ces questions.

### PAR QUOI COMMENCER?

Le fait qu'il s'agisse d'un territoire faisant l'objet de revendications ayant été prouvées ou d'un territoire sur lequel des groupes autochtones revendiquent des droits non encore officiellement reconnus n'a que peu d'importance. Les droits revendiqués n'ont pas à être prouvés pour que naisse l'obligation de consulter les groupes autochtones sur le projet envisagé. Cette obligation découle du droit constitutionnel, en particulier de l'article 35 de la *Loi constitutionnelle de 1982*.

Les tribunaux canadiens ont établi que le devoir de consultation appartient à la Couronne. Ainsi, en théorie, les promoteurs n'ont pas l'obligation de consulter eux-mêmes les différents groupes autochtones à chaque fois qu'ils envisagent de démarrer un projet. En pratique toutefois, les aspects techniques de la consultation sont souvent pris en charge par les promoteurs, qui ont intérêt à s'assurer d'une certaine acceptabilité du projet puisqu'ils seront les premiers à subir le contrecoup d'un blocage de celui-ci par voie judiciaire si la consultation entre la Couronne et les groupes autochtones présents sur le territoire ne progresse pas assez vite, ne se règle pas à la convenance du promoteur ou achoppe tout simplement. C'est pourquoi la plupart des promoteurs ou leurs actionnaires considèrent qu'une importante participation dans la consultation autochtone constitue une bonne pratique d'affaire. Ils s'assurent ainsi de la viabilité du projet.

### ÉTABLIR LE CONTACT AVEC LES GROUPES AUTOCHTONES

Pour une entreprise, la première chose à faire est de vérifier auprès des différents ministères provincial et fédéral des affaires autochtones si un ou plusieurs groupes autochtones ont exprimé d'une quelconque manière des revendications sur le territoire visé. Une fois que le ou les groupes autochtones ayant formulé des revendications sur le territoire sont identifiés, il est indispensable d'établir une communication avec eux.

Une des questions qui revient souvent lorsqu'un promoteur réalise que son projet peut se retrouver en territoire autochtone est « à quel moment est-il opportun d'établir le contact avec les groupes autochtones ? ». La réponse : le plus tôt possible. En effet, il est primordial d'établir de bonnes relations avec les divers groupes se trouvant sur le territoire qui sera exploité. Les groupes autochtones n'apprécieront pas être les derniers informés de l'existence d'un projet. Cela pourrait créer un sentiment de « mise à l'écart » et envenimer, dès le départ, des relations qui autrement auraient pu être cordiales et coopératives.

Il faut envisager de parcourir le territoire pour rencontrer les différents groupes et les informer sur le projet, et, surtout, écouter, être attentif à leurs préoccupations et accueillir les revendications avec un esprit d'ouverture. Beaucoup de temps doit être consacré à cet exercice et il vaut mieux l'avoir prévu en conséquence.

### CE QUE LES PROMOTEURS PEUVENT FAIRE

Les groupes autochtones ne sont pas systématiquement opposés au développement industriel. Au contraire, lorsque cela est fait dans le respect de leurs croyances et de leur culture, ils accueillent favorablement le développement économique et veulent en tirer profit. Il est important pour un promoteur de tirer également profit de ses relations avec les communautés autochtones, notamment en concluant des ententes de fourniture de services avec des entreprises locales exploitées par les autochtones. Aussi, ces populations pourraient facilement être employées par le promoteur dans le cadre de ses opérations. Dans un tel cas, le promoteur devra investir dans la formation de cette main-d'œuvre et adopter des horaires de travail compatibles avec la culture et le mode de vie des autochtones, par exemple, en tenant compte des saisons de chasse. Il en tirera un grand bénéfice, notamment, une plus grande acceptation de son projet par la communauté locale.

Ce genre de dispositions peut se retrouver dans une entente contractuelle définissant les obligations de chacune des parties, soit « Entente sur les répercussions et les avantages » (plus connues sous le vocable anglais « Impact and Benefit Agreement » ou « IBA »).

### CONCLUSION

Aujourd'hui, la mise sur pied d'un projet d'affaire requiert plus souvent qu'autrement de franchir une étape où la négociation avec un ou plusieurs groupes autochtones s'impose. Il importe de communiquer avec ces derniers le plus tôt possible et de faire preuve d'ouverture et d'écoute quant à leurs préoccupations. Pour toute question touchant vos relations avec l'un ou l'autre des groupes autochtones au Québec, n'hésitez pas à communiquer avec l'équipe de droit autochtone de Lavery.

## DU SOUPER DE FAMILLE AUX ASSEMBLÉES ANNUELLES DES ACTIONNAIRES : LES MEILLEURES PRATIQUES POUR LA GOUVERNANCE DES ENTREPRISES FAMILIALES

JEAN-SIMON DESCHÊNES

jsdeschenes@lavery.ca

*avec la collaboration de Francis Dufresne, stagiaire en droit*

Les entreprises familiales représentent plus de 80 % des entreprises du Québec. Aux États-Unis, en 2006, plus du tiers des entreprises du prestigieux *Fortune 500* étaient des « family-controlled » et des « family-owned businesses ». Pourtant, seulement 30 % de ces sociétés parviendront entre les mains de la deuxième génération. Par la suite, on parle de 17 % pour la troisième génération, 7 % pour la quatrième et 5 % pour les suivantes. Pourquoi si peu? C'est que les entreprises familiales sont administrées d'une façon particulière et que leur transmission soulève des problématiques particulières.

Malgré que les conflits internes constituent de grandes menaces pour les entreprises familiales et leur survie, bien peu d'entre elles ont mis en place des processus visant à les contrer. Seule une entreprise sur trois a misé sur la prévention comme alliée. L'objet de cet article est donc de vous permettre de débiter cette réflexion en vous fournissant quelques conseils pratiques visant à assurer la pérennité de votre entreprise familiale.

### UN BON CONSEIL D'ADMINISTRATION

Plusieurs éléments sont à considérer afin d'optimiser la composition et le fonctionnement du conseil d'administration. Dépendamment de la taille et de la complexité de l'entreprise, un conseil d'administration composé de cinq à neuf membres est idéal. Chaque membre du conseil d'administration doit comprendre son rôle d'administrateur et savoir faire la

distinction entre celui-ci et ses fonctions de dirigeant, le cas échéant. Il est important que le conseil d'administration soit composé en partie de membres de la famille, mais la présence d'administrateurs externes indépendants peut également être bénéfique. D'ailleurs, une étude menée aux États-Unis auprès d'entreprises familiales de trois générations ou plus a démontré que l'élément le plus important ayant favorisé la survie et le succès de ces entreprises était un conseil d'administration actif et en majeure partie composé d'administrateurs indépendants.

### À CHACUN SON RÔLE

Aux fins d'assurer une bonne gestion de l'entreprise et de favoriser un choix judicieux de ses dirigeants, il est important de définir les compétences, la formation et l'expérience nécessaires à chacun des postes, dont les tâches doivent être soigneusement décrites. Ainsi, bien qu'il soit tout à fait normal qu'à compétences égales, priorité sur un autre candidat soit accordée à un membre de la famille, le choix doit pouvoir se justifier objectivement pour éviter les conflits internes auprès des employés ou des dirigeants externes à la famille. De même, on pourra plus facilement faire la distinction entre la gouvernance et les affaires familiales. Au surplus, la définition des tâches évitera que des actionnaires membres de la famille qui ne participent pas aux activités de l'entreprise ne s'ingèrent dans la gestion de celle-ci et qu'ils laissent ce rôle aux gestionnaires en poste.

### LA RELÈVE, ÇA SE PASSE AUJOURD'HUI

La cession d'une entreprise s'échelonne sur une longue période comportant plusieurs étapes. L'entreprise familiale aura intérêt à commencer le processus le plus rapidement possible – certains préconisent que ce processus devrait s'enclencher dès qu'un nouveau dirigeant est nommé. Une première étape sera de créer des systèmes de développement de carrière. L'objectif est

d'améliorer la compétence des employés en leur offrant la formation nécessaire pour qu'ils deviennent des candidats aptes à devenir dirigeants. À ce sujet, l'entreprise doit avoir recours à des conseils provenant tant de l'intérieur de la famille que de l'extérieur. En ce qui a trait au choix du candidat en tant que tel, l'entreprise aura intérêt à favoriser un candidat qui fait l'objet d'un consensus parmi toutes les parties concernées (conseil d'administration, membres de la famille, haute direction, etc.) afin d'assurer son intégration.

### L'ACTIONNARIAT

La convention entre actionnaires est un outil extrêmement efficace pour prévenir les conflits entre actionnaires et intégrer la nouvelle génération à l'actionariat. Pour cette raison, la convention devrait être révisée au fil de la croissance de l'entreprise pour s'assurer qu'elle reflète toujours les valeurs de l'entreprise et qu'elle répond à ses besoins.

### INCLURE LA FAMILLE

Selon les chercheurs John A. Davis et Renato Tagiuri, de la prestigieuse *Harvard Business School*, la complexité liée à la gestion d'une entreprise familiale est due au fait que les intérêts de la famille s'ajoutent à ceux des actionnaires et de l'entreprise généralement présents dans les entreprises non familiales. Messieurs Davis et Tagiuri vont même jusqu'à préconiser l'intégration formelle de la famille dans les règles internes de l'entreprise. Il pourrait être opportun de constituer un conseil de famille qui aura pour rôle de traiter des questions d'ordre familial, laissant ainsi au conseil d'administration le champ libre pour traiter de toute question relative aux opérations de l'entreprise. Ce conseil aidera à préciser les rôles et responsabilités des membres de la famille et permettra leur intégration dans les discussions d'affaires. On peut aussi prévoir des assemblées familiales annuelles, d'une ou deux journées, auxquelles l'ensemble des membres de la

famille, y compris les membres de la belle-famille et les enfants d'un certain âge, sont convoqués.

Il va sans dire que ce type d'approche ne convient pas à toutes les familles. Il importe d'y penser, d'en discuter et d'en arriver à un consensus au sein de la famille sur le rôle qu'elle devra jouer au sein de l'entreprise.

### AIDE EXTÉRIEURE

En cas de conflit tel que la communication entre les membres de la famille, la direction et les administrateurs qui deviendrait difficile, l'entreprise ne doit jamais hésiter à faire appel à de l'aide extérieure. Le recours à un médiateur ou à un conseiller est susceptible de tempérer les esprits, spécialement lorsque le conflit tire son origine de blessures du passé.

### CONCLUSION

Plusieurs sujets sont susceptibles de provoquer de fortes tensions au sein d'une entreprise familiale. Mentionnons les discussions relatives au futur de l'entreprise (qui dans près de 50 % des cas engendrent des problèmes), au rôle de la belle famille au sein de l'entreprise, au rendement et à la fixation de la rémunération des membres de la famille. Tous ces sujets constituent des bombes à retardement.

Une saine gouvernance constitue sans doute un gage de pérennité et assure une meilleure transmission de l'entreprise. Le défi de tout entrepreneur est d'assurer la profitabilité et la continuité de son entreprise. Ce défi est de surcroît complexifié pour le dirigeant d'une entreprise familiale, car il doit en plus assurer la sérénité des relations familiales.

Par où commencer? En suscitant la discussion. La mise en place de telles pratiques ne se fait pas du jour au lendemain. Une mise en place graduelle et consensuelle des pratiques les plus adaptées à votre entreprise est sans aucun doute gage de succès et de pérennité.

#### LAVERY, UN APERÇU

- ▶ En affaires depuis 1913
- ▶ 175 avocats
- ▶ Plus important cabinet indépendant du Québec
- ▶ Réseau national et international World Services Group (WSG)

#### CONTACTS

MONTRÉAL  
1, Place Ville Marie 514 871-1522

QUÉBEC  
925, Grande Allée Ouest 418 688-5000

OTTAWA  
360, rue Albert 613 594-4936

To receive our newsletter in English, please email us at [info@lavery.ca](mailto:info@lavery.ca).

Droit de reproduction réservé. Ce bulletin destiné à notre clientèle fournit des commentaires généraux sur les développements récents du droit. Les textes ne constituent pas un avis juridique. Les lecteurs ne devraient pas agir sur la seule foi des informations qui y sont contenues.

▶ [lavery.ca](http://lavery.ca)