

Commission des services financiers de l'Ontario

Recherche

[Recherche avancée](#)

[Accueil](#) | [Plan du site](#) | [Formules](#) | [Services en ligne](#) | [English](#) | [Contactez](#)



Services offerts dans différents secteurs de services financiers

[Assurance](#) [Retraites](#) [Audiences/Décisions](#) [Permis/Enregistrement](#) [Qui nous réglementons](#) [À propos de la CSFO](#) [Publications](#)

[Page d'accueil](#) > [Publications](#) > [Bulletins](#) > [AutomobileBulletins](#) > [2003](#) : Sondage de 2003 des compagnies

Taille du texte :

d'assurance-automobile sur la satisfaction des demandeurs

Assurance multirisques - Bulletins - Auto

Bulletins sur les régimes de retraite

Bulletins de contrôle et de mise en application

Bulletins sur les changements à la délivrance de permis

Bulletins par secteur

Bulletin

No. A- 03/03

I.A.R.D.

– Auto

NOTE: Les bulletins affichés sur ce site Web vous sont offerts comme références historiques seulement. Les informations qu'ils renferment sont exactes à la date de publication, mais sont sujettes à changement et peuvent avoir été remplacées par un bulletin ultérieur. Les utilisateurs sont encouragés à vérifier ces informations avant de prendre toute décision.

Les bulletins affichés peuvent contenir des formules périmées. Pour la version actuelle des formules de la CSFO, veuillez consulter la [section formules](#) de ce site Web.

Sondage de 2003 des compagnies d'assurance-automobile sur la satisfaction des demandeurs

À l'attention de toutes les compagnies d'assurance autorisées à faire

souscrire de l'assurance-automobile en Ontario

Avec ce bulletin, la Commission des services financiers de l'Ontario (CSFO) publie la sixième édition annuelle des exigences relatives au sondage sur la satisfaction des demandeurs des compagnies d'assurance IARD (biens et risques divers) qui font souscrire des polices d'assurance pour voitures de tourisme.

On demande aux assureurs de remettre les résultats compilés du sondage à la CSFO, le **27 juin 2003**, au plus tard.

Chaque année, la CSFO examine et analyse tous les sondages, afin de s'assurer que les données soumises sont conformes aux exigences énoncées dans les *Lignes directrices pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile en Ontario* (Lignes directrices). L'année passée, certaines compagnies ont été contraintes de soumettre une deuxième fois leurs résultats, car les résultats présentés la première fois n'étaient pas conformes aux lignes directrices. Autre sujet de préoccupation : le nombre insuffisant d'interviews effectuées par

certaines organismes de recherche en marketing. Les organismes de recherche en marketing sont tenus d'essayer au moins cinq fois de contacter un demandeur. Dans les cas où le numéro de téléphone est incorrect ou hors service, les organismes doivent chercher le nouveau numéro et essayer d'appeler le demandeur.

Les lignes directrices de cette année ont été mises à jour afin de refléter ces nouvelles étapes à suivre et l'obligation pour les organismes de démontrer qu'ils ont bien suivi les étapes imposées lorsqu'ils n'ont pas atteint le nombre d'interviews requis. Vous trouverez ci-joint une copie des lignes directrices révisées et une série de questions et réponses élaborées pour vous aider à entreprendre le sondage. Veuillez signaler ces changements et les exigences imposées dans les lignes directrices à l'organisme de recherche en marketing dont vous retiendrez les services. Ces précautions éviteront à certains organismes de devoir déposer une deuxième fois leurs résultats. Si ces précautions sont respectées, la CSFO sera en mesure de compiler les résultats du sondage et de les publier dans des délais opportuns.

Afin d'assurer l'uniformité des données recueillies, les assureurs doivent retenir les services d'un organisme de recherche en marketing membre de l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM).

Conformément à la méthode suivie l'année passée, un sondage sur les sinistres de clients de la Facility Association (FA) sera effectué de façon centralisée et les résultats feront l'objet d'un rapport distinct. Les modalités du traitement des sinistres clos de la FA seront communiquées aux assureurs qui font souscrire de l'assurance dans le cadre de la FA, peu de temps après la distribution du présent bulletin.

Les compagnies qui ont moins de 10 millions de dollars en primes directes souscrites (voitures de tourisme) ou moins de 300 dossiers de sinistres clos pour 2002 ne sont pas tenues de procéder au sondage. Les assureurs admissibles à cette exemption doivent en aviser la CSFO par écrit.

Si vous avez besoin de plus de renseignements ou si votre compagnie est admissible à l'exemption d'administration du sondage de 2003 sur la satisfaction des demandeurs, veuillez communiquer avec Jim Fox, conseiller principal, Bureau de l'ombudsman des assurances, CSFO, au 416 590-7277; télécopieur : 416 590-8480; courrier électronique: jfox@fSCO.gov.on.ca.

Veuillez agréer mes salutations les meilleures,

Bryan P. Davies

Directeur général et

Surintendant intérimaire des services financiers

Le 22 avril 2003

Pièces jointes :

- [Lignes directrices pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile de l'Ontario](#)
- [Questions et réponses sur le sondage sur la satisfaction des demandeurs](#)



Pour visualiser les fichiers PDF, vous devez avoir la version 7.0 d'Adobe Acrobat® Reader. Vous pouvez télécharger ce logiciel gratuit à partir du [site Web d'Adobe](#).

Page: 336 Trouver la page:



Version à imprimer



Marquer la page d'un signet



Envoyer cette page

[Avis importants](#) | [Confidentialité](#)

[Accueil](#) | [Ministère des Finances](#) | [Plan du site](#) | [Commentaires](#) | [English](#) | [Contactez](#)

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2006

Dernière mise à jour :
8/23/2005 3:35:04 PM

Commission des services financiers de l'Ontario
5160, rue Yonge
Toronto, ON M2N 6L9
1 800 668-0128
416 250-7250





Lignes directrices de 2003 pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile de l'Ontario

Annexe du Bulletin No. A- 03/03 de la CSFO

Avril 2003

Table des matières

I.	Introduction	1
		
II.	Collecte des données	2
		
A.	Méthode de collecte des données	2
		
B.	Contrôle de la qualité	2
		
C.	Taux de réponse	2
		
III.	Échantillon	3
		
A.	Taille de l'échantillon	3
		
B.	Maximiser les tentatives d'interviews.....	4
C.	Compagnies d'assurance qui vendent par l'intermédiaire de courtiers	4
		
D.	Délai	4
		
		
V.	Le questionnaire	6
		
	Annexes	
A.	L'instrument de sondage	7
		
B.	L'Association canadienne des organisations de recherche en marketing	10
		

I. Introduction

Les lignes directrices qui suivent ont été mises au point par un conseiller en études de marché mandaté par la Commission des services financiers de l'Ontario (CSFO). Ces lignes directrices englobent tous les aspects du sondage sur la satisfaction des demandeurs, notamment l'échantillonnage, la conception du questionnaire et les interviews. Elles ont été conçues pour assurer l'uniformité des méthodes de collecte de données utilisées par chacun des organismes participants ainsi que la plus haute qualité des données recueillies. De cette façon, les résultats obtenus pourront être interprétés et comparés en toute confiance.

Chaque compagnie d'assurance devra effectuer ce sondage annuellement et en transmettre les résultats à la CSFO chaque année. L'échantillon doit être constitué à partir des demandes de règlement dont le dossier a été clos pendant l'année civile précédente.

Les compagnies qui ont moins de 10 millions de dollars en primes directes souscrites (voiture de tourisme) ou moins de 300 dossiers de sinistres clos pour 2002 ne sont pas tenues de procéder au sondage. Les lignes directrices s'appliquent aussi aux dossiers de sinistres clos de la Facility Association (FA). Les assureurs qui acceptent des assurés dans le cadre de la FA doivent séparer les sinistres clos de la FA de leurs sinistres clos ordinaires. Le sondage sur la satisfaction des clients de la FA sera effectué de façon centralisée et les résultats feront l'objet d'un rapport distinct. Des instructions particulières seront fournies aux assureurs qui acceptent des clients de la FA.

La CSFO publie aussi un document complémentaire qui doit être utilisé avec les présentes lignes directrices.

II. Collecte des données

A. Méthode de collecte des données

Toutes les compagnies doivent recueillir leurs données au moyen d'interviews téléphoniques.

B. Contrôle de la qualité

Afin d'assurer le respect des normes de contrôle de la qualité, il faut confier ce projet uniquement à des sociétés de recherche qui sont membres en règle de l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM). On trouvera de plus amples renseignements sur l'ACORM dans l'annexe B ci-jointe.

En outre, les sondages sur la satisfaction doivent être enregistrés auprès du Conseil canadien de la recherche par sondages (CCRS), un organisme mis sur pied par l'industrie de la recherche par sondages afin de fournir aux répondants le moyen de vérifier la validité d'un sondage. Les personnes qui désirent vérifier si le sondage auquel elles ont participé, ou auquel elles projettent de participer, provient bien d'une société de recherche peuvent obtenir une réponse immédiate en composant le numéro sans frais du CCRS, 1 880 554-9996.

C. Taux de réponse

En raison de l'incidence que peut avoir le taux de réponse sur l'exactitude des résultats, il importe que les sondages répondent à des exigences minimales. Par contre, l'industrie de la recherche s'entend sur le fait qu'il est devenu difficile et coûteux d'obtenir des taux de réponse élevés et que pour y arriver, il faut parfois ennuyer les personnes qui ne veulent pas participer. **Le taux de réponse minimal acceptable est de 25 %.**

Les taux de réponse devraient être calculés à l'aide de la formule recommandée par l'Association professionnelle de recherche en marketing (APRM), qui est la suivante :

$$\text{Taux de réponse} = \text{Contacts coopératifs} \div \text{Total des numéros admissibles}$$

III. Échantillon

A. Taille de l'échantillon

Un facteur important dont il faut tenir compte en choisissant le nombre de répondants à interviewer est le nombre de dossiers que compte chaque compagnie dans son registre de 2002 des dossiers de sinistres clos. Dans le cas des compagnies qui comptent au moins 18 000 dossiers dans leur registre de 2002 des dossiers de sinistres clos, l'échantillon minimal par compagnie sera de 800 dossiers de sinistres clos, ce qui permettra d'obtenir des résultats globaux qui sont exacts dans une proportion de $\pm 3,5\%$, 19 fois sur 20. Les compagnies qui désirent réduire cette marge d'erreur peuvent opter pour un échantillon plus important.

Les compagnies dont le registre de 2002 des dossiers de sinistres clos comprend moins de 18 000 dossiers doivent choisir un échantillon qui leur permettra d'obtenir une marge d'erreur maximale de $\pm 3,5\%$, 19 fois sur 20.

Dans le calcul de la marge d'erreur pour une population finie, la marge d'erreur standard devrait être de 1.

REMARQUE : La taille de l'échantillon doit être choisie par l'organisme de recherche en marketing d'après le nombre total de dossiers de sinistres clos dans le registre de la compagnie, comme il est décrit ci-après.

REGISTRE DES DOSSIERS DE SINISTRES CLOS

Dans le cadre du sondage, le total des dossiers de sinistres clos dans le registre de 2002 ne comprend pas les sinistres sans versement, les demandes d'indemnités pour frais funéraires ou en cas de décès ni les sinistres de la Facility Association.

Le registre de 2002 des dossiers de sinistres clos est la liste des quatre types suivants de dossiers de sinistres relatifs à des véhicules de tourisme qui ont été clos au cours de 2002 :

- sinistres associés à l'Annexe sur les indemnités d'accident légales (AIAL), à l'exclusion des versements pour frais funéraires ou en cas de décès;
- sinistres associés à la garantie collision et indemnisation directe en cas de dommages matériels ID-DM (combinée);

- sinistres associés à la garantie accidents sans collision ni versement (GASCV) (à l'exclusion des sinistres associés à l'assurance contre le bris des glaces);
- sinistres associés à l'assurance contre le bris des glaces.

En plus du registre des dossiers de sinistres clos, les assureurs doivent fournir à leur organisme de recherche un sommaire des pourcentages que représente chaque type de sinistre, dont voici un exemple :

Exemple de sommaire de pourcentage

Type de sinistre Nombre de sinistres Pourcentage

	<u>Nombre de demandes</u>	<u>%</u>
<i>AIAL</i>	<i>4 000</i>	<i>40 %</i>
<i>Collision et ID-DM</i>	<i>3 000</i>	<i>30 %</i>
<i>GASCV</i>	<i>2 000</i>	<i>20 %</i>
<i>Glaces</i>	<i>1 000</i>	<i>10 %</i>
 <i>TOTAL :</i>	 <i>10 000</i>	 <i>100 %</i>

Les sinistres sans versement, les demandes d'indemnités pour frais funéraires ou en cas de décès et les sinistres de la FA doivent être exclus du calcul du sommaire de pourcentages.

B. Maximiser les tentatives d'interviews

Les organismes de recherche par sondages doivent essayer au moins cinq fois de contacter les demandeurs. Dans les cas où le numéro de téléphone est inexact ou hors service, les organismes de recherche sont tenus de chercher le nouveau numéro et d'essayer à nouveau d'appeler le demandeur.

C. Compagnies d'assurance qui vendent par l'intermédiaire de courtiers

Les compagnies d'assurance qui vendent des assurance automobile par l'intermédiaire de courtiers indépendants doivent en informer les organismes de recherche par sondages, afin que la déclaration explicative à la question 1 soit insérée.

D. Délai

Chaque compagnie doit effectuer le sondage annuellement et transmettre les résultats à la CSFO au plus tard le 27 juin 2003.

IV. Transmission des données

Une fois les données recueillies, l'organisme de recherche par sondages doit les transmettre à la Commission des services financiers de l'Ontario, à l'attention de Jim Fox.

Les organismes de recherche doivent soumettre les résultats de chaque compagnie d'assurance dans une enveloppe séparée et les données de chaque compagnie sur une disquette séparée.

Chaque dossier de la disquette doit comporter :

- le mois et l'année de la demande de règlement
- l'identificateur des demandes de règlement.

Il faut fournir les renseignements suivants à la CSFO :

- une disquette renfermant les données en format +SPSS/PC et indiquant clairement le nom de la compagnie d'assurance, le nom de l'organisme de recherche par sondages et de sa personne-ressource;
- une liste imprimée des codes;
- un sommaire imprimé des pourcentages du registre des dossiers de sinistres clos de la compagnie;
- un imprimé de la fréquence des réponses avec détails sur la taille de l'échantillon et les pourcentages (arrondis sans décimales) pour chaque catégorie de réponses;
- un imprimé de la fréquence (ou tableaux croisés) détaillé par type de sinistre, avec des détails sur la taille de l'échantillon et les pourcentages (arrondis sans décimales) pour chaque catégorie de réponses.

Les documents suivants doivent être fournis à la CSFO si le nombre d'interviews requis ne peut être atteint :

- un rapport imprimé des appels démontrant que chaque numéro a été appelé au moins cinq fois avant d'abandonner;
- la confirmation écrite que les numéros hors service et incorrects ont été vérifiés et réessayés.

REMARQUE : La CSFO examinera et analysera tous les sondages afin de s'assurer que les données fournies sont conformes à toutes les exigences énoncées dans les Lignes directrices pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile de l'Ontario. Si les sondages ne respectent pas les critères établis dans ces lignes directrices ou s'il y a des divergences quant aux données fournies, les assureurs pourraient être tenus, selon la gravité du problème, de déposer à nouveau ces données ou de procéder à un nouveau sondage.

V. Le questionnaire

L'instrument du sondage figurant à l'annexe A ci-jointe a fait l'objet d'une préenquête complète visant à assurer la clarté des questions pour les répondants.

Toutes les compagnies doivent administrer le questionnaire tel quel pour évaluer la satisfaction des demandeurs.

REMARQUE : Les compagnies qui décident d'ajouter des questions au sondage doivent les poser à la fin du questionnaire afin qu'aucun élément impartial n'entre dans l'évaluation de la satisfaction.

Annexe A : L'instrument du sondage

Bonjour/bonsoir. Puis-je parler à **(nom du demandeur ou de la demandeuse)**.

(SI CETTE PERSONNE PEUT VENIR À L'APPAREIL, CONTINUER)

(SI CETTE PERSONNE NE PEUT VENIR À L'APPAREIL, PRENDRE DES DISPOSITIONS POUR RAPPELER)

(LORSQUE LE DEMANDEUR OU LA DEMANDEUSE RÉPOND) Bonjour/bonsoir. Mon nom est (____) et j'appelle de **(nom de l'organisme de recherche)** au nom de **(nom de la compagnie d'assurance)**. Nous effectuons un très bref sondage auprès d'Ontariens et d'Ontariennes qui ont présenté récemment des demandes de règlement. Seriez-vous disposé(e) à répondre à quelques questions? Toutes vos réponses seront traitées confidentiellement.

(Remarque : Les répondants qui ont des questions ou des commentaires à formuler ou qui désirent vérifier la validité du sondage peuvent communiquer sans frais avec le Conseil canadien de la recherche par sondages en composant le 1 800 554-9996, en précisant le n° d'enregistrement du projet _____. Il faut alors prendre des dispositions pour rappeler.)

(SI LA RÉPONSE EST POSITIVE) Merci.

(SI LA RÉPONSE EST NÉGATIVE) Quand serait-il préférable pour moi de rappeler?
(FIXER UNE HEURE ET UNE DATE)

1. Pouvez-vous me dire tout d'abord si vous vous êtes occupé(e) personnellement de la demande présentée en **(mois/année)** à la compagnie **(nom de la compagnie d'assurance)** ou était-ce un autre membre de votre ménage? *(S'IL S'AGIT D'UNE AUTRE PERSONNE)* Serait-il possible de parler à cette personne?
(SI CE N'EST PAS POSSIBLE, PRENDRE RENDEZ-VOUS)

(FAIRE LA PRÉCISION SUIVANTE UNIQUEMENT DANS LE CAS DES COMPAGNIES QUI FONT SOUSCRIRE DE L'ASSURANCE PAR L'ENTREMISE DE COURTIER) Veuillez répondre aux questions suivantes en fonction de l'expérience que vous avez eue avec **(nom de la compagnie d'assurance)**, mais non en fonction de votre expérience avec votre courtier ou courtière qui représente plusieurs compagnies d'assurance.

2. Dans quelle mesure vous souvenez-vous des rapports que vous avez eus avec la compagnie (**nom de la compagnie d'assurance**) en ce qui a trait à la demande de règlement que vous avez présentée en (**mois/année**), même si votre seul contact avec la compagnie a été au moment d'obtenir un règlement? Vous en souvenez-vous très clairement, clairement, pas très clairement ou pas du tout?

Très clairement

Clairement

Pas très clairement (*REMERCIER LA PERSONNE ET METTRE FIN À L'INTERVIEW*)

Pas du tout (*REMERCIER LA PERSONNE ET METTRE FIN À L'INTERVIEW*)

3. En pensant à la demande de règlement que vous avez présentée à la compagnie (**nom de la compagnie d'assurance**) en (**mois/année**), diriez-vous que vous avez été très satisfait(e), assez satisfait(e), par très satisfait(e) ou très insatisfait(e) de la façon dont la compagnie (**nom de la compagnie d'assurance**) a traité votre demande?

Très satisfait(e)

Assez satisfait(e)

Pas très satisfait(e)

Très insatisfait(e)

Sans opinion

4. Concernant le temps écoulé avant le règlement de votre demande, c'est-à-dire entre le moment où vous l'avez présentée initialement et le moment où elle a été réglée, avez-vous été très satisfait(e), assez satisfait(e), par très satisfait(e) ou très insatisfait(e)?

Très satisfait(e)

Assez satisfait(e)

Pas très satisfait(e)

Très insatisfait(e)

Sans opinion

Les questions suivantes concernent le service que vous avez reçu de la principale personne avec qui vous avez eu des rapports dans le cadre de votre demande. *(INTERVIEWEURS : SI LE RÉPONDANT OU LA RÉPONDANTE A EU DES RAPPORTS AVEC PLUS D'UNE PERSONNE, LUI DEMANDER D'ÉVALUER SEULEMENT LA PERSONNE AVEC LAQUELLE IL OU ELLE A EU LE PLUS DE RAPPORTS.)* Avez-vous été très satisfait(e), assez satisfait(e), pas très satisfait(e) ou très insatisfait(e) du service que vous avez reçu de la principale personne avec qui vous avez eu des rapports dans le cadre de votre demande en ce qui a trait aux aspects suivants : *(CHANGER L'ORDRE DES QUESTIONS 5 À 8)*

5. Son amabilité? *(RÉPÉTER L'ÉCHELLE DES RÉPONSES AU BESOIN)*

Très satisfait(e)
Assez satisfait(e)
Pas très satisfait(e)
Très insatisfait(e)
Sans opinion

6. Son niveau de connaissances et de savoir-faire? *(RÉPÉTER L'ÉCHELLE DES RÉPONSES AU BESOIN)*

Très satisfait(e)
Assez satisfait(e)
Pas très satisfait(e)
Très insatisfait(e)
Sans opinion

7. La justice avec laquelle elle a traité votre demande? *(RÉPÉTER L'ÉCHELLE DES RÉPONSES AU BESOIN)*

Très satisfait(e)
Assez satisfait(e)
Pas très satisfait(e)
Très insatisfait(e)
Sans opinion

8. La mesure dans laquelle elle vous a tenu(e) au courant de l'état de votre demande pendant qu'elle était traitée? (*RÉPÉTER L'ÉCHELLE DES RÉPONSES AU BESOIN*)

Très satisfait(e)

Assez satisfait(e)

Pas très satisfait(e)

Très insatisfait(e)

Sans opinion / sans objet

Nous sommes arrivés à la fin de notre sondage. Je vous remercie beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer.

Annexe B : Feuille de renseignements sur l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM)

L'Association :

- Elle a été établie en 1975.
- Elle est le porte-parole des principales organisations de recherche en marketing du Canada et *la* source de renseignements sur l'industrie au pays.
- Elle représente ses membres dans leurs rapports avec le public, les gouvernements, les médias ainsi que les milieux de l'éducation et des affaires.
- Elle veille au maintien et à l'amélioration des normes de recherche ainsi que des règles d'éthique professionnelle et de déontologie.
- Elle interroge ses membres sur d'importantes questions d'ordre public touchant la recherche en marketing et les sondages d'opinion et fait connaître la position de ses membres.
- Elle fait la promotion de la recherche en marketing en tant qu'outil important dans le cadre du processus décisionnel des organismes publics.
- Son conseil d'administration est constitué de sept membres représentatifs des diverses organisations faisant partie de l'Association.

Les organisations membres :

- Les organisations membres doivent être constituées en personne morale, exercer des activités au Canada depuis au moins deux années consécutives et compter, au minimum, six employés à temps plein.
- Elles offrent des services de recherche, de mise au point de la méthodologie et d'échantillons, de préparation de questionnaires, d'interviews, de traitement de données, d'analyses statistiques et de rédaction de rapports.
- Elles respectent les normes élevées sur le plan de l'éthique et de l'exercice de la profession qui sont établies par le conseil d'administration.
- Elles font régulièrement l'objet de vérifications indépendantes pour assurer que leurs pratiques de recherche sont irréprochables.
- Elles répondent de leurs actes devant les membres du public, les compagnies et les organisations auxquels elles assurent leurs services.

**Pour de plus amples renseignements sur l'ACORM et ses membres,
communiquez avec :**

L'Association canadienne des organisations de recherche en marketing
2121 Argentia Road, Bureau 404
Mississauga ON L5N 2X4

Tél. : 905 826-5437

Télec. : 905 826-4873

Site Web : <http://www.camro.org>



Questions et réponses concernant le sondage de 2003 sur la satisfaction des demandeurs

Annexe du Bulletin No. A- 03/03 de la CSFO

Avril 2003

Questions et réponses concernant le sondage sur la satisfaction des demandeurs

Ces questions et réponses ont pour but de vous aider à mieux comprendre le contenu du Bulletin No. A- 03/03 de la CSFO.

Q1. En quoi consistent les demandes d'indemnités relatives aux voitures de tourisme?

R1. Les demandes d'indemnités relatives aux voitures de tourisme sont des demandes associées à des risques assurés concernant une voiture de tourisme, selon la définition du *Plan statistique automobile du Bureau d'assurance du Canada*. Cela signifie que les demandes de règlement concernant des véhicules utilitaires, des véhicules publics, des garages, des constructeurs et des concessionnaires de véhicules automobiles ne doivent pas être déclarées.

Q2. Les Lignes directrices pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile de l'Ontario renferment l'expression « dossier de sinistre clos ». Qu'entend-on par cette expression?

R2. Dans le cadre des activités normales de gestion des sinistres, les dossiers restent ouverts tant que la question des indemnités auxquelles peut avoir droit le demandeur n'a pas été entièrement réglée. Il s'agit alors d'un dossier ouvert ou actif. Toutefois, lorsque l'assureur a versé toutes les indemnités à un demandeur et que toutes les tâches connexes ont été accomplies, le dossier est alors considéré comme un « dossier de sinistre clos ».

Q3. À quel genre de sinistres s'appliquent Les Lignes directrices pour des sondages sur la satisfaction des demandeurs dans le cadre de l'assurance-automobile de l'Ontario?

R3. Les lignes directrices sur la satisfaction des demandeurs s'appliquent uniquement aux **quatre types de sinistres relatifs à des véhicules de tourisme** suivants : les sinistres prévus à l'Annexe sur les indemnités d'accident légales (AIAL), à l'exception des demandes d'indemnités pour frais funéraires et en cas de décès, et les sinistres associés à la garantie collision et indemnisation directe en cas de dommages matériels (ID-DM), à la garantie accidents sans collision ni versement (GASCV) et à une assurance contre le bris des glaces. Les sinistres de la FA et les sinistres sans versement sont exclus.

Q4. Les compagnies qui acceptent des assurés dans le cadre de la Facility Association (FA) devraient-elles inclure les données à leur sujet dans celles portant sur les autres assurés?

R4. Non. Les assureurs qui acceptent des assurés dans le cadre de la FA devraient remettre leur registre de dossiers de sinistres clos à la FA. Cette dernière retiendra les services d'un organisme de recherche en marketing qui effectuera un sondage au nom de la FA.

Q5. Si une compagnie ne réussit pas à effectuer le nombre requis d'interviews, comment devrait-elle traiter les demandes d'indemnités des personnes ayant plus d'un type de sinistres clos associés à la même date de sinistre?

R5. Si le nombre d'interviews requis ne peut pas être atteint, les personnes ayant plus d'un sinistre clos associé à la même date de sinistre devraient être répartis de la façon suivante : les personnes qui ont présenté une demande prévue à l'AIAL et un autre type de demande devraient être considérées comme des demandeurs en vertu de l'AIAL; celles qui ont présenté une demande associée à la garantie collision ID-DM et une demande ou plus en vertu de la garantie accidents sans collision ni versement et d'une assurance contre le bris des glaces devraient être considérées comme des demandeurs en vertu d'une garantie collision ID-DM. On doit interviewer seulement une fois les demandeurs ayant plus d'un type de sinistres clos associés à la même date de sinistre.

Q6. Comment les assureurs devraient-ils traiter les sinistres clos sans versement, par exemple lorsque la garantie n'existait pas, que le montant des dommages était inférieur à la franchise ou que la demande d'indemnités a été rejetée pour d'autres raisons?

R6. Les sinistres clos sans versement devraient être exclus du registre des dossiers de sinistres clos ainsi que du calcul du sommaire de pourcentages selon les types de sinistres effectué par la compagnie.

Q6. Dans quelle mesure les nouvelles questions occasionneront-elles des frais pour les assureurs?

R6. La CSFO a communiqué avec certains organismes de recherche en marketing qui ont indiqué que les dépenses supplémentaires engagées par les assureurs en raison des nouvelles questions seront au maximum de 1 000 \$ à 3 000 \$, selon la taille de l'échantillon.

Q7. Pourquoi faut-il poser la question dans un ordre bien précis

R7. La CSFO a consulté un organisme de recherche en marketing qui a recommandé de poser ces nouvelles questions après les questions du sondage actuel. On assurera ainsi la continuité par rapport aux sondages antérieurs. De plus, les questions 5 à 8 de l'instrument du sondage doivent être introduites par renouvellement au hasard afin d'éviter qu'un aspect qualitatif particulier du service évalué soit mis en évidence.

Q8. Que devons-nous fournir à l'organisme de recherche en marketing chargé du sondage pour qu'il soit en mesure de choisir l'échantillon?

R8. Afin que les organismes de recherche puissent choisir un échantillon représentatif, les assureurs doivent leur fournir un registre des dossiers de sinistres clos. Le registre est la liste des quatre types de dossiers de sinistres relatifs à des véhicules de tourisme qui ont été clos au cours de 2002, **peu importe** l'année où la police a été souscrite.

Par exemple, pour le sondage de 2003, le registre des dossiers de sinistres clos comporterait les quatre types de dossiers de sinistres clos pour la période allant du 1^{er} janvier 2002 au 31 décembre 2002.

REMARQUE : Les organismes de recherche **doivent** s'assurer que l'échantillon choisi est représentatif du registre des dossiers de sinistres clos d'une compagnie particulière. Par exemple, si le registre des dossiers de sinistres clos d'une compagnie comporte 20 % de sinistres prévus à l'AIAL, 20 % de sinistres associés à la garantie collision ID-DM, 50 % de sinistres associés à la garantie accidents sans collision ni versement et 10 % de sinistres associés à l'assurance contre le bris des glaces, l'échantillon choisi de demandeurs devraient correspondre à ces mêmes pourcentages. Les assureurs **doivent** fournir à leur organisme de recherche un sommaire des pourcentages relativement à leur registre de 2002 des dossiers de sinistres clos afin qu'il soit en mesure de choisir un échantillon représentatif.

Q9. Les résultats du sondage peuvent-il être pondérés par les organismes de recherche en marketing pour les compagnies qui ne peuvent répondre à l'exigence de quotas par type de sinistre à cause de la petite taille de leur registre de dossiers de sinistres clos?

R9. Les organismes de recherche en marketing qui ne peuvent pas se conformer aux quotas de types de sinistres **parce qu'ils ne peuvent mener davantage d'interviews** à cause de la petite taille du registre de

dossiers de sinistres clos d'une compagnie, devraient pondérer les résultats par type de sinistre de façon à refléter le registre des dossiers clos de la compagnie.

REMARQUE : Un organisme de recherche en marketing qui ne peut pas mener le nombre requis d'interviews doit produire un rapport à remettre à la CSFO sur le résultat des tentatives d'appel, afin de démontrer que tout a été mis en oeuvre pour terminer l'étude. Les organismes de recherche doivent maximiser le nombre de tentatives qu'ils font pour interviewer chaque demandeur. Il faut tenter de trouver les bons numéros de téléphone et communiquer de nouveau avec les demandeurs quand ils ont déménagé ou quand le numéro de téléphone que l'on possède n'est pas le bon numéro. Les organismes de recherche en marketing doivent fournir une confirmation écrite qu'ils ont bien vérifié tous les faux numéros et que chaque numéro a été appelé au moins cinq fois.

Q10. Existe-t-il des exigences techniques particulières que pourraient demander les organismes de recherche en marketing?

R10. Les assureurs pourraient fournir à leur organisme de recherche les codes de sinistre du BAC pour l'aider à définir les types de sinistres. La liste des dossiers de sinistres clos envoyée au fournisseur devrait contenir un code ou une méthode permettant de distinguer clairement les quatre catégories de types de sinistres.

Q11. Les assureurs peuvent-ils avoir recours aux services d'organismes de recherche en marketing qui ne sont pas membres de l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM)?

R11. Non, les assureurs doivent avoir uniquement recours à des organisations de recherche qui sont membres de l'ACORM. La société Deloitte & Touche effectue régulièrement des vérifications des méthodes de recherche utilisées par les membres de l'ACORM afin de s'assurer que les normes de l'Association sont respectées.

Q12. Quel est le délai de présentation des résultats à la CSFO?

R12. Les résultats doivent être présentés à la CSFO au plus tard le **27 juin 2003**.