

## MEMBRE FONDATEUR DE LA CNCEF ASSURANCE

Chambre Nationale des Conseils Experts Financiers – Assurance, dédiée aux professionnels du courtage en assurance

**CNCEF assurance est la marque de la CNCIAS, Chambre Nationale des Conseils Intermédiaires en Assurances**

Association Professionnelle sise au 103 boulevard Haussmann 75008 Paris - Immatriculée W751254389 R.N.A. - SIRET 878 643 915 00019 - NAF 9412Z

**URGENT** AUTORÉGULATION : LE SYCRA PRÉCONISE LA CNCEF ASSURANCE **URGENT**



## REJOIGNEZ UN SYNDICAT INDEPENDANT ET FEDERALISTE

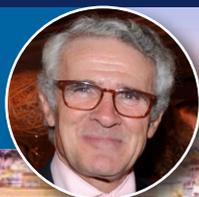


## ET ADHÉREZ A LA RÉFÉRENCE NATIONALE DES ASSOCIATIONS D'AUTORÉGULATION DU COURTAGE



**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2022**

vendredi 2 décembre 2022



Jean-François GLEIZAL, Président d'honneur et membre du Comité directeur du SYCRA élu 1<sup>er</sup> Vice-Président de la FMBA lors de l'AG Séville.

# Législation



© Dupif Photo Paris

**Dimitri COUDREAU**  
*Avocat Associé,  
FOCAL Avocat*

FOCAL AVOCAT est un cabinet de niche qui intervient en **conseil**, **contentieux** et **formation** en matière de :

- **Protection sociale complémentaire des salariés et fonctionnaires**  
mise en place, évolution et suppression des régimes de protection sociale santé, prévoyance, dépendance, retraite (droit du travail, droit des charges sociales, droit fiscal, droit des assurances, droit civil, ...)
- **Assurances de personnes**  
rédaction et interprétation des contrats d'assurance, accompagnement des distributeurs d'assurance dans le cadre de l'élaboration et la vie de leurs produits d'assurance, ...
- **Distribution d'assurance**  
rédaction et interprétation des accords de distribution d'assurance quel que soit le type d'assurance (IARD et assurance de personnes), accompagnement des distributeurs dans la mise en place de leurs réseau de distribution, audit des tunnels de distribution/souscription, ...



**Dimitri COUDREAU**  
Avocat associé  
+ 33 6 72 57 60 42  
dimitricoudreau@focal-avocat.fr

## Distributeurs d'assurance : La gouvernance produit au cœur des attentions de l'ACPR



**Introduites par la Directive sur la distribution d'assurance (DDA), les règles en matière de gouvernance produit constituent le premier maillon de la protection de la clientèle en matière d'assurance, et sa mise en œuvre par les distributeurs est au cœur des attentions de l'ACPR, au point que le sujet à fait l'objet d'une thématique à part entière de sa conférence annuelle tenue le 5 décembre dernier.**

Pour autant, la pratique démontre que les règles qui en découlent sont encore mal connues des professionnels de l'assurance, et que leur traduction opérationnelle doit être accentuée particulièrement en vue de gérer les réseaux de distribution.

### **MagaSYne : Quel est l'objectif de la gouvernance produit ?**

**Dimitri COUDREAU :** La gouvernance produit poursuit un double objectif qui résulte des termes mêmes de l'article L.516-1 du Code des assurances.

**Premièrement,** faire en sorte qu'avant même la commercialisation d'un produit d'assurance, au stade de sa conception, **l'intérêt des consommateurs d'assurance soit pris en compte par la mise en**

**œuvre d'un processus de validation des produits** faisant intervenir tous les services en charge d'élaborer le produit (technique/ souscription, juridique/ conformité, gestion, commerciale/ distribution, marketing/ communication, ...).

Cela doit se traduire notamment par la définition pour chaque produit d'un marché cible de souscripteurs ou d'adhérents, et par la mise en œuvre d'une stratégie de distribution adaptée au marché cible.

Lors de sa conférence annuelle du 5 décembre dernier, l'ACPR a insisté sur la définition du marché cible en matière d'assurance vie, en précisant que plus les produits sont complexes, plus le marché cible doit être précisément défini. Cela implique de mettre en œuvre des critères positifs de définition du marché cible via les objectifs et besoins du client, leur tolérance

au risque et capacité à subir des pertes. Mais, le Régulateur s'attend également à la définition de critères négatifs permettant d'exclure certains consommateurs en considération de leur situation personnelle, financière, de leurs connaissances et expériences des mécanismes notamment financiers de l'assurance vie, etc.

**Secondement, organiser le fonctionnement des réseaux de distribution,** et notamment l'échange d'informations entre les concepteurs d'un produit d'assurance, et les distributeurs qui n'ont pas participé à la conception. Ces derniers doivent être en mesure de disposer de toutes les informations nécessaires à l'appréciation de l'ensemble des caractéristiques du produit d'assurance et la connaissance du processus de validation du produit, y compris le marché cible défini.

En conséquence, les distributeurs doivent être en mesure de comprendre les caractéristiques du produit, d'en présenter les bénéfices et risques, et de déterminer les personnes à qui il est destiné et, au contraire, celles pour lesquelles il n'est pas adapté.

### **Quels acteurs doivent mettre en œuvre les obligations de gouvernance produit ?**



**Dimitri COUDREAU**  
Avocat Associé,  
FOCAL Avocat

Toute la chaîne de distribution est concernée.

Tout d'abord les **concepteurs** des produits qui doivent élaborer une politique de gouvernance et surveillance des produits, laquelle détermine toutes les règles mises en œuvre dans le cadre du processus de validation. Cela vise bien évidemment les organismes assureurs qui portent le risque. Cette qualité peut également être partagée avec un intermédiaire en assurance, dès lors qu'il dispose d'un rôle décisionnel dans le cadre de l'élaboration des principales caractéristiques d'un produit <sup>1</sup>.

Lors de sa dernière conférence, l'ACPR a insisté sur la nécessité pour les concepteurs de mettre en œuvre le processus de validation des produits lorsqu'une « adaptation significative » est apportée à un produit existant. Or, l'enquête réalisée par le Régulateur démontre que cette notion d'adaptation significative est parfois appréciée de façon trop restrictive. En pratique, elle recouvre toute modifications des dispositions essentielles d'un produit, mais également toutes celles apportées aux droits et obligations (en matière d'assurance vie, cela vise notamment les modifications apportées aux modes de gestion, aux profils de risque, ...).

Ensuite, les **distributeurs** des produits qui participent à un double titre. D'une part, en mettant en œuvre une politique de distribution visant à garantir que les objectifs, les intérêts et les caractéristiques des clients sont dûment pris en compte. En pratique, cette politique doit conduire à établir une stratégie de distribution pour chaque produit,

compatible avec celle établie par le concepteur et au marché cible défini par ce dernier. D'autre part, les distributeurs, qui sont au contact direct des clients, doivent faire remonter les informations au(x) concepteur(s) dès lors qu'ils constatent que le produit d'assurance n'est pas en adéquation avec les intérêts, objectifs et caractéristiques du marché cible défini, ou s'ils constatent d'autres circonstances relatives au produit susceptibles d'entraîner des répercussions défavorables pour le client. Ces remontées d'informations peuvent conduire à la modification du produit en lui-même et/ou de sa stratégie de distribution.

### Existe-t-il un point de vigilance en particulier ?

Plusieurs points sont sensibles dans le cadre de la gouvernance produit, mais s'il faut en retenir un à propos duquel l'ACPR est particulièrement vigilante, il s'agit des chaînes de distribution.

Entre 2019 et 2021, le Régulateur a mené 8 contrôles auprès de courtiers grossistes co-concepteurs de produits d'assurance et animateurs de réseaux de distribution. Ces courtiers n'interviennent pas directement auprès des consommateurs d'assurance et n'assument donc pas la responsabilité du devoir d'information et de conseil qui s'attache à l'acte de distribution. Mais, ils constituent les réseaux de distribution et établissent les stratégies pour chaque produit. A ce titre, l'ACPR a relevé des lacunes importantes dans l'animation des réseaux (insuffisance dans la sélection des partenaires

distributeurs, absence de suivi de la qualité de la commercialisation par les réseaux de distribution) et, des mauvaises pratiques de certains réseaux particulièrement dans le cadre du démarchage téléphonique (présentation sous une fausse qualité, présentation erronée du produit, utilisation de fausses adresses de messagerie électronique pour signer le contrat en lieu et place du client, non remise au client de l'information précontractuelle...). L'Autorité de contrôle s'attend à ce que les distributeurs intégrant de tels réseaux soient correctement sélectionnés, notamment sur leur capacité à effectuer une distribution conforme aux textes de loi, régulièrement contrôlés et évalués, et le cas échéant sanctionnés en cas de manquement.

### Faut-il s'attendre à des sanctions sur ce sujet ?

On ne peut pas l'écarter tant l'ACPR a insisté, en préambule, sur le droit applicable depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2018. En outre, les dernières sanctions prononcées par l'ACPR en matière de protection de la clientèle, démontrent que le Régulateur n'hésite pas à utiliser l'ensemble de l'arsenal de sanctions disciplinaires dont il dispose dans le Code monétaire et financier (notamment l'interdiction d'exercice de l'activité d'intermédiation).

Cela étant, cette législation demeure encore relativement récente, et il est possible que le Régulateur stabilise officiellement le sujet dans le cadre d'une recommandation avant de sanctionner spécifiquement un acteur du marché.

<sup>1</sup> Cette situation de co-conception demeure toutefois relativement rare en pratique sur le marché de l'assurance. En théorie, elle a principalement vocation à se présenter lorsqu'un courtier grossiste intervient pour élaborer un produit. Mais, il semble que l'ACPR adopte une appréciation souple de cette notion.

## Traitement des réclamations : les évolutions applicables au 31 décembre 2022



**Le 17 mai dernier, l'ACPR a dévoilé sa nouvelle recommandation 2022-R-01 datant du 9 mai 2022, portant sur le traitement des réclamations, dans laquelle elle invite les professionnels du secteur à mettre en place une organisation simple et efficace pour apporter aux réclamants des réponses claires et motivées le plus rapidement possible. Assureurs et intermédiaires devront s'y conformer à compter 31 décembre 2022.**

Pour autant, la pratique démontre que les règles qui en découlent sont encore mal connues des professionnels de l'assurance, et que leur traduction opérationnelle doit être accentuée particulièrement en vue de gérer les réseaux de distribution.

### MagaSYne : Quel est le champ d'application de la recommandation ?

**Dimitri COUDREAU** : La définition même d'une recommandation n'évolue pas. Il s'agit d'une déclaration actant le mécontentement envers un

professionnel. Au contraire, une demande de service ou de prestation, d'information ou d'avis n'est pas une réclamation.

En revanche, l'ACPR élargit considérablement le champ de sa recommandation s'agissant des personnes considérées comme des réclamants. Il ne s'agit plus uniquement des clients, mais de toute personne, y compris en l'absence de relation contractualisée avec le professionnel : clients (particuliers ou professionnels), anciens clients, bénéficiaires, personnes ayant sollicité du professionnel la fourniture d'un produit ou service ou qui ont été

sollicitées par un professionnel, y compris leurs mandataires et leurs ayants droit.

Il en résulte que l'information délivrée au public sur le site internet des professionnels, concernant les modalités de réclamation, devra désormais être accessible à tous, et pas uniquement via l'espace personnel des clients.

Cet élargissement soulève la question de savoir à quel instant le dispositif de réclamation doit-il se déclencher en l'absence de lien contractuel avec les professionnels ? Ces derniers devront être en mesure de faire le tri, et éviter les écueils qui conduiraient à éluder certaines demandes constituant des réclamations, ou au contraire à engorger les services en charge de les traiter, et à terme les dispositifs de médiation.

L'ACPR précise également que sa recommandation s'applique quel que soit l'interlocuteur ou le service auprès duquel elle est formulée, y compris auprès d'un délégataire ou d'un mandataire du professionnel. Cela n'est pas nouveau, mais confirme la nécessité pour les professionnels d'organiser des circuits de traitement des réclamations, y compris contractuellement dans le cas de chaîne de distribution ou de sous-traitance d'une partie de l'opération d'assurance.



**Dimitri COUDREAU**  
Avocat Associé,  
FOCAL Avocat

## Quelles sont les modalités de traitement des réclamations attendues ?

Dans les grandes lignes, les nouvelles recommandations du Régulateur reprennent celles datant de 2016 (recommandation 2016-R-02 du 14 novembre 2016 sur le traitement des réclamations, modifiée le 6 décembre 2019). Mais, plusieurs éléments nouveaux traduisent l'objectif d'améliorer l'identification et le suivi des réclamations dans l'intérêt des consommateurs.

A ce titre, les professionnels concernés devront veiller à organiser une bonne traçabilité des recommandations.

D'une part, bien qu'aucun canal d'expression des réclamations ne soit privilégié par l'ACPR, les professionnels devront inviter les réclamants à formaliser leur mécontentement au moyen d'un support écrit durable lorsqu'il ne peut être donné immédiatement satisfaction à une demande formulée à l'oral ou par messagerie instantanée. A partir de là, tout l'historique de la réclamation pourra être retracé, permettant d'effectuer un audit du dispositif.

D'autre part, bien que les délais de traitement des réclamations demeurent inchangés (à savoir dix jours pour en accuser réception et, au maximum deux mois pour traiter la réclamation, sauf en cas de délai plus court imposé par la loi), leur point de départ fait l'objet d'une précision significative. Désormais, ces délais courent en présence d'une réclamation formulée par

écrit. Ces dernières devront recevoir une réponse écrite, claire, adaptée au cas d'espèce et argumentée.

En conséquence, les réclamations formulées à l'oral, ne présentant aucune complexité, pourront être traitées immédiatement.

L'ACPR recommandait déjà depuis 2016 que les salariés en charge du traitement des réclamations disposent, notamment, de la connaissance des produits, services et contrats distribués et/ou assurés. Désormais, ces derniers devront avoir une connaissance de la réglementation applicable. On ne peut que saluer une telle exigence de l'Autorité de contrôle. Cela induira la nécessité de former les personnels concernés, grâce à des modules adaptés à niveau de traitement des réclamations auquel ils interviendront.

## Faut-il procéder à une analyse du dispositif de traitement des réclamations ?

Ce point de la recommandation fait l'objet d'une évolution très sensible par rapport à la précédente mouture. En effet, ce n'est plus uniquement un suivi de la mise en œuvre du traitement des réclamations qui doit être fait, mais une analyse de la qualité du dispositif en procédant notamment à l'examen de la volumétrie, de la nature, des délais de traitement des réclamations et de la qualité des réponses apportées. Si cela était déjà exigé pour les entités tenues de se doter d'un contrôle interne, ces exigences deviennent la norme pour tous les professionnels entrant dans le champ de la recommandation.

Les éventuels dysfonctionnements, manquements à la réglementation ou mauvaises pratiques commerciales qui pourront être décelés, devront être corrigés dans des délais raisonnables. Par ruissellement, cela devra également s'appliquer aux réseaux de distributions et délégataires habituellement en relation avec la clientèle. A ce titre, les professionnels devront veiller à disposer des clauses ad hoc dans leurs accords de partenariats, afin d'être en mesure de pratiquer des éventuels audits, et de formuler à leur tour des recommandations.

Enfin, les instances de gouvernance appropriées du professionnel, voire de son groupe, devront disposer au moins annuellement d'une synthèse comportant une analyse de la qualité du dispositif mis en place, ainsi qu'une description des éventuels dysfonctionnement et manquements à la réglementation ou mauvaises pratiques commerciales identifiés, et les mesures correctives envisagées ou mises en œuvre. D'un point de vue opérationnel, ces dernières mesures pourraient également se traduire par la modification des politiques de distribution, voire de gouvernance et surveillance des produits d'assurance.

En conclusion, cette nouvelle recommandation traduit sans équivoque une montée en puissance des exigences du Régulateur sur le sujet. Si de nombreux professionnels de l'assurance disposent d'ores et déjà de standards élevées, l'intégration de ces exigences pour des structures de plus petite taille, dans le courtage et le monde mutualiste, est un sujet opérationnel.