

 **Les
Essentiels Plus**

Distribution et gouvernance des produits d'assurance

Laëtitia Lafaille • Axel Vigneron

2^e édition



L'ARGUS
de l'assurance
ÉDITIONS

Sommaire

Introduction	5
1. Comprendre les enjeux de la directive	9
Contexte de la directive	9
Parallèle avec la réglementation des marchés financiers	13
Un champ d'application élargi	14
2. Établir le processus de validation des produits	23
Les caractéristiques du processus de validation produits	23
Les étapes pour déterminer son processus de validation	29
Le dispositif de gouvernance produits chez le concepteur	39
3. Définir le marché cible et tester les produits	43
Appréhender le marché cible	43
Les étapes pour définir son marché cible	47
Les outils pour une bonne distribution du produit à son marché cible	53
Tester la compatibilité du produit avec le marché cible	57
4. Assurer une surveillance continue des produits	63
Les exigences réglementaires	64
Suivi du produit dans le temps par le concepteur	65
Suivi du produit dans le temps par le distributeur	73
5. Comment impliquer le distributeur	79
Mettre en place son dispositif de distribution	79
Concepteur-distributeur : établir une relation de confiance	83
Les autres impératifs applicables au distributeur	86
6. Appliquer des principes de rémunération transparents et prévenir les conflits d'intérêts	89
Des exigences communes à l'ensemble des distributeurs	89
Exigences spécifiques aux produits d'épargne	98
7. Tracer le devoir de conseil et former les réseaux	109
Le devoir de conseil et d'information dans le cadre de la DDA	109
Former le personnel en charge de la distribution	119
Index alphabétique	125

Appliquer des principes de rémunération transparents et prévenir les conflits d'intérêts

Le présent chapitre s'attache à détailler deux thèmes fortement corrélés entre eux : l'un est assimilable à une finalité principale de la DDA, à savoir la prévention des conflits d'intérêts ; l'autre est son principal moyen, la transparence des rémunérations. Le tout s'inscrit naturellement dans la réalisation de l'objectif essentiel de la DDA qu'est la protection du consommateur.

1. Des exigences communes à l'ensemble des distributeurs

1.1 Principe général en matière de conflits d'intérêts

Dans le texte de la directive, les mesures se rapportant aux conflits d'intérêts sont essentiellement données aux articles 17 et 19. L'article 17 se rapporte principalement aux principes généraux entourant les conflits d'intérêts et l'exigence de transparence, lesquels sont davantage détaillés par l'article 19. Ces articles reprennent pour partie les dispositions antérieures de DIA 1.

Depuis la transposition en droit français, c'est au titre II du livre V du Code des assurances, intitulé « informations à fournir par les distributeurs et règles de conduite » qu'il convient de se référer.

Pour l'ensemble des produits d'assurance hors épargne, la réglementation issue de la DDA se limite à poser un principe de vigilance des concepteurs et des distributeurs en matière de prévention et de gestion des conflits d'intérêts. En effet, si la directive donnait à la Commission européenne le pouvoir de prendre des dispositions supplémentaires en la matière, cette dernière n'a publié que le Règlement délégué 2017/2359 du 21 septembre 2017 relatif aux modalités de distribution des produits d'investissement fondés sur l'assurance restreint au

périmètre des seuls produits d'investissement (portant sur les articles 28 à 30 de la directive). La transposition française, en revanche, réaffirme pour tout produit d'assurance l'interdiction de schémas incitatifs, pouvant amener le distributeur à indiquer un produit, au détriment des intérêts du client.



CONSEIL

Produits d'assurance hors épargne : faut-il mettre en place une politique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts ?

Le choix de mettre en place ou non une telle politique est laissé à la libre appréciation de chaque distributeur, dès lors qu'il ne commercialise pas de produits d'investissement fondés sur l'assurance (voir 2. ci-après). Bien que ne constituant pas une exigence opposable en tant que telle, il demeure néanmoins recommandé de formaliser les principales mesures actées par le distributeur pour la prévention et la gestion des conflits d'intérêts, afin de pouvoir justifier d'une bonne maîtrise du risque, en contrôlant la correcte application de la politique. Ce document de référence permet en effet d'avoir une vue d'ensemble claire des règles suivies par le distributeur, et de détecter plus aisément tout besoin d'actualisation des mesures. Il prévoit le cadre dans lequel les typologies de rémunérations pourront être acceptées, éventuellement sous conditions, ainsi que les pratiques proscrites.

Enfin, lorsqu'une telle politique est mise en place, il est essentiel de prévoir les mesures nécessaires à toute politique interne, à savoir un contrôle de sa correcte application, et une revue régulière à la lumière des revues de produits réalisées et des éventuelles situations de conflits d'intérêts identifiées.

► Un nouveau paradigme pour les distributeurs

Les conflits d'intérêts et la rémunération du distributeur sont régis par l'article L. 521 du Code des assurances. Ce dernier transpose pratiquement à l'identique l'article 17 de la Directive DDA, dont il constitue l'une des principales nouveautés. S'appliquant à l'ensemble des produits d'assurance, il s'articule autour de deux points essentiels.

Le premier paragraphe de cet article énonce le principe général devant guider toute démarche de conseil, touchant à la problématique des conflits d'intérêts : « Les distributeurs de produits d'assurance agissent de manière honnête, impartiale et professionnelle, et ce au mieux des intérêts du souscripteur ou de l'adhérent ».

Tout le dogme de la DDA en matière de conflits d'intérêts est posé et résumé par cette phrase, qui doit guider le distributeur dans l'ensemble de ses activités. C'est en outre à partir de ce principe que sont déclinées toutes les dispositions suivantes, contenues dans le chapitre 1^{er}, titre II, livre V du Code des assurances, portant sur les informations à fournir par les distributeurs et règles de conduite applicables à l'ensemble des produits d'assurance.

Du point de vue réglementaire et pour tout distributeur, il apparaît que la meilleure manière de traiter le sujet des conflits d'intérêts, de manière préventive et dans la durée, consiste à faire de la disposition précitée un principe de base, suivi par l'ensemble des collaborateurs. Ainsi, la politique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts peut par exemple prévoir une procédure systématique de validation des schémas de rémunération impliquant différents métiers, notamment les fonctions juridique et conformité.

► **Proscription de tout moyen d'influence sur le personnel quant à la formulation du conseil**

Afin de garantir la bonne application du principe de conseil dans le respect de l'intérêt supérieur du client, la réglementation française prévoit une interdiction claire faite aux distributeurs d'user de tout moyen d'influence vis-à-vis de son personnel de distribution, dans le dessein d'orienter le client vers un choix de produit différent de celui qui aurait été le plus adapté à son intérêt.

Cette proscription est décrite au III. de l'article L. 521-1 du Code des assurances, lequel apporte par ailleurs des précisions sans équivoque :

« [...] Un distributeur de produits d'assurance ne prend en particulier aucune disposition sous forme de rémunération, d'objectifs de vente ou autre qui pourrait l'encourager ou encourager son personnel à recommander un produit d'assurance particulier à un souscripteur éventuel ou à un adhérent éventuel alors que ce distributeur pourrait proposer un autre produit d'assurance correspondant mieux aux exigences et aux besoins du souscripteur éventuel ou de l'adhérent éventuel ».

Sous l'angle de la prévention des conflits d'intérêts, la nouvelle réglementation se veut inclusive par défaut . Ainsi, toute mesure pouvant conduire à l'apparition de conflits d'intérêts sera réputée non-conforme aux dispositions de la DDA. Ce point est important car il est de nature à remettre en cause certaines pratiques existantes. Cela ne signe pas la fin des rémunérations variables ou des objectifs quantitatifs mais témoigne d'une nécessité d'introduire d'autres critères pour la réalisation des objectifs. Ainsi, un salarié ou un distributeur lié par une clause d'exclusivité avec un fournisseur pourra être rémunéré en partie en fonction d'un volume d'affaires ou d'un chiffre d'affaires global apporté au cours de l'année à condition que des objectifs qualitatifs complètent ce schéma de rémunération, de façon à s'assurer que le distributeur ne privilégie pas un contrat ou un produit en particulier. Dans le cas d'une relation entre entités (entre concepteur et distributeur ou entre deux distributeurs), les critères de rémunération devront également reposer sur des éléments qualitatifs tels que le nombre ou la nature des réclamations. Le critère du maintien en portefeuille quant à lui, ne constitue pas toujours un critère fiable pour apprécier la qualité du conseil délivré au client. Par ailleurs, une attention particulière pourra ainsi être apportée, outre les schémas de rémunération, aux challenges ou concours commerciaux qui pourraient

être proposés sur un produit. Le concepteur comme le distributeur devraient s'interroger systématiquement sur le caractère significatif des gains potentiels, les seuils commerciaux à atteindre, leur progressivité, le caractère individuel ou collectif du concours ainsi que sa périodicité, ou encore l'inclusion de critères qualitatifs tels que les évaluations de clients. Ce questionnement s'appliquera également aux produits pour lesquels le distributeur ne dispose pas d'offre alternative.

CONSEIL

Sur le plan opérationnel, trois mesures au moins sont à prendre de concert :

- procédures : de la même manière que l'intérêt du client est désormais pris en compte au travers de la gouvernance des produits, et ce dès les phases amont de la conception d'un produit, il est nécessaire que la prise en compte prioritaire des intérêts du client soit actée dans toute procédure suivie par les personnels commerciaux, et que toute consigne ou pratique antérieure pouvant aller à l'encontre de ce principe soit modifiée ;
- contrôles : afin de garantir l'adéquation des procédures ainsi modifiées, la problématique des conflits d'intérêts devrait être internalisée dans les plans de contrôle du distributeur, ou tout du moins adaptée aux nouvelles exigences si de tels points de contrôle existaient déjà ;
- formations : dans la mesure où les situations de conflits d'intérêts sont principalement rencontrées par les personnels commerciaux en contact avec la clientèle, la prise en compte comme fil directeur des formations futures de la problématique des conflits d'intérêts, ainsi que du principe d'action au mieux des intérêts du client, reste la meilleure protection préventive contre l'émergence de risques de conflits d'intérêts. Elle permettra en outre une traçabilité des moyens de maîtrise déployés par le distributeur.

1.2 Principe général de transparence de la rémunération du distributeur

Il convient avant tout de bien comprendre ce qui est entendu par rémunération dans le cadre de la DDA, et du présent chapitre. En effet, le texte de la directive entend la notion de rémunération sous un angle large, selon la définition ci-après (point 9 de l'article 2 de la directive).

IMPORTANT

Définition d'une rémunération :

« Toute commission, tout honoraire, toute charge ou tout autre type de paiement, y compris tout avantage économique de toute nature ou tout autre avantage ou toute autre incitation financier ou non financier, proposé ou offert en rapport avec des activités de distribution d'assurances ».

Il est important de relever à cet égard que l'exigence de transparence de la rémunération s'applique tant à la rémunération du distributeur qu'à celle de son personnel chargé de la distribution.

D'une manière générale, toute mesure prise par le distributeur ayant pour effet d'influencer ou d'éloigner son personnel commercial de sa mission première de conseil au mieux de l'intérêt du client, est non-conforme à la DDA. Les deux champs d'influence potentiels sur le conseil fourni, identifiés explicitement, sont les leviers de la rémunération et de l'évaluation des performances du personnel. Pour autant, il est important de relever qu'est également prohibée toute autre mesure produisant le même effet, tels les challenges commerciaux.

Si l'article L. 521-1 III du Code des assurances ne fait explicitement état que d'incitations positives, toute incitation négative serait également comprise comme un moyen d'influencer le conseil formulé au client.

IMPORTANT

Les dispositions de la DDA sont ainsi censées protéger a priori les personnels commerciaux de distributeurs, contre toute mesure empêchant ces personnels de se conformer au principe du conseil fourni dans le meilleur intérêt du client. Dans le cadre de la mission d'intérêt général de protection du consommateur, portée par les autorités de contrôle, justifier d'un dispositif efficace de prévention des conflits d'intérêts est désormais un enjeu prioritaire de conformité pour les distributeurs européens, comme pour les concepteurs.

1.3 Application concrète de la transparence de la rémunération

► Élargissement de l'application du principe à tous les distributeurs

Déjà dans la DIA 1, l'application du principe d'une rémunération transparente n'était pas laissée à la libre appréciation de chaque distributeur. En droit national, les obligations s'y rapportant étaient pour l'essentiel concentrées à l'article L. 520-1 du Code des assurances désormais abrogé.

La DDA est venue consolider ces bases dans le nouvel article L. 521-1 du Code des assurances, lesquelles avaient peu évolué depuis leur apparition en 2006. Une modification notable apportée par la directive est l'élargissement du périmètre des assujettis, passant des intermédiaires précédemment aux distributeurs actuellement. Cela inclut donc les distributeurs exerçant à titre accessoire (se reporter au chapitre premier pour une définition).

► Information du client sur les modalités de rémunération des intermédiaires

Les dispositions des articles L. 521-1 et L. 521-2 du Code des assurances prévoient quatre obligations principales :

Distribution et gouvernance des produits d'assurance

Laëtitia Lafaille

Responsable des sujets de gouvernance et de réglementation au sein du cabinet Addactis, Laëtitia Lafaille est diplômée de l'ESSEC et titulaire d'un master I en droit des affaires de l'Université Paris I. Mandatée par les acteurs du marché de l'assurance, elle pilote l'implémentation de dispositifs conformes et pérennes et de solutions stratégiques innovantes en leur apportant son expertise juridique. Elle les accompagne également dans toutes leurs démarches et relations avec le superviseur français.

Axel Vigneron

Spécialiste de la conformité en assurance, Axel Vigneron est diplômé de Sciences Po Paris et a exercé à la fois dans le conseil et en compagnie d'assurance. Son expertise porte sur l'ensemble de l'offre assurantielle vie et non-vie, où il intervient sur les principales missions de la fonction clé de vérification de la conformité, notamment sur les enjeux de conception et de distribution des produits, de protection de la clientèle, ainsi que sur les projets de mise en conformité réglementaire.

Entrée en vigueur le 1^{er} octobre 2018, la directive sur la distribution d'assurances (DDA) a fait basculer le nouveau paradigme réglementaire des assureurs et distributeurs vers les preneurs d'assurance.

Cette réglementation a la particularité de toucher l'ensemble de la chaîne de l'assurance, de la conception du produit à l'exécution du contrat, du back office à la relation avec la clientèle et ainsi transversalement tant les dimensions stratégiques que commerciales des organismes assurantiels.

Cet ouvrage présente de manière concise l'ensemble des enjeux que recouvre la DDA : la gouvernance et la surveillance des produits (processus de validation, définition du marché cible et tests, surveillance continue des produits), la coordination à mettre en place entre les organismes concepteurs et les distributeurs, la prévention des conflits d'intérêts et le principe de rémunération transparente, et enfin, le devoir de conseil et de formation des personnels commerciaux.

Il apporte aux opérationnels une restitution commentée des textes mis à jour de la transposition française, une analyse des questions majeures qu'ils soulèvent pour chaque acteur, ainsi que des comparatifs et des conseils de mise en place.

ISBN 978 2 35474368-0



9 782354 743680



**Les
Essentiels Plus**