



Extrait de la « Revue de l'ACPR » numéro 32 (mai 2017)

Rubrique protection de la clientèle

Tout professionnel agissant sous un statut réglementé d'intermédiaire en assurance, en opérations de banque ou en services de paiement notamment, doit veiller à respecter les obligations d'information qui le concernent, afin de permettre au client potentiel de l'identifier. De natures diverses, ces obligations réglementaires doivent être mises en œuvre à différents instants de la relation pour répondre pleinement à leur objectif de protection et d'information du client.

QUELLES INFORMATIONS DOIVENT ÊTRE COMMUNIQUÉES À UN NOUVEAU CLIENT ?

Au plus tôt lors de l'entrée en relation, et avant la souscription d'un premier contrat, le client potentiel doit bénéficier d'informations précises sur l'intermédiaire : son nom ou sa dénomination, son adresse professionnelle, son numéro d'immatriculation à l'ORIAS et le moyen de vérifier cette inscription¹, la catégorie d'immatriculation au titre de laquelle il agit. S'agissant des mandataires d'intermédiaires, la pratique consistant à communiquer le nom du mandant, exigée pour l'intermédiation en opérations de banque, sera utilement transposée en matière d'assurance. Une information claire sur les procédures de traitement des réclamations, ainsi que sur l'identité de l'autorité de contrôle, est également attendue. L'existence de liens financiers éventuels avec un organisme d'assurance ou un établissement de crédit doit également être communiquée au client.

EXISTE-T-IL DES INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES À COMMUNIQUER LORS DE LA SOUSCRIPTION D'UN NOUVEAU CONTRAT ?

Oui, au-delà de l'obligation qu'a l'intermédiaire de s'identifier clairement lors de l'entrée en relation, d'autres informations, tenant aux circonstances dans lesquelles chaque contrat est proposé, doivent être communiquées à chaque nouvelle opération. En particulier, des informations claires et exactes sont attendues sur le degré d'indépendance de l'intermédiaire par rapport au marché, c'est-à-dire sur sa capacité réelle à saisir un nombre significatif de fournisseurs en vue de la conclusion du contrat. Cette information, qui peut varier selon la nature du produit commercialisé, doit permettre au client de comprendre la réalité du service qui lui est fourni. Sa clarté et sa transparence doivent être préservée, y compris dans les messages publicitaires ou les communications institutionnelles réalisées, notamment sur Internet. Une vigilance particulière doit être portée sur ce point par les acteurs " multicasquettes ", qui doivent veiller à ce que la présentation des partenaires soit clairement déclinée pour chacune de leurs activités.

SUR QUEL SUPPORT COMMUNIQUER CES INFORMATIONS ?

En matière d'informations, l'intermédiaire est tenu à une obligation de résultat mais reste libre des moyens à employer. Chaque intermédiaire peut ainsi librement décider des supports utilisés pour se présenter au client potentiel ou tracer les informations attendues avant la conclusion de chaque contrat. L'intermédiaire doit néanmoins s'assurer que tout nouveau client a reçu le ou les différents documents utilisés pour son identification initiale, afin de garantir que chacune des informations attendues a été transmise. Dans tous les cas, chaque document émanant d'un intermédiaire doit comporter à minima ses noms, adresse, et numéro d'immatriculation à l'ORIAS.

1. Adresse du site internet de l'ORIAS : www.orias.fr