



Annexe à la Recommandation ACPR 2013-R-01, concernant le recueil *via* des interfaces numériques

Dans la recommandation ACPR 2013-R-01 portant sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le cadre du devoir de conseil en assurance vie, l'ACPR a précisé ses attentes en matière de collecte d'informations de telle sorte que les organismes d'assurance et les intermédiaires d'assurance recueillent des informations adéquates pour être en capacité de fournir un conseil adapté.

Ces dernières années, les contrats d'assurance, traditionnellement souscrits en face à face, sont de plus en plus souvent proposés *via* des applications marchandes qui facilitent la conclusion des contrats avec la promesse commerciale d'un gain de temps pour l'internaute ou/et des frais moins élevés. La diversification des canaux de communication (téléphone, ordinateur, tablette, etc.) et la démocratisation des connexions à Internet, tendent à favoriser ce mode de souscription en ligne.

Les textes relatifs à la commercialisation des contrats d'assurance vie n'introduisent aucune distinction entre les différents modes de distribution et les exigences de collecte d'informations et de fourniture de conseil sont identiques quelles que soient les modalités de commercialisation. Elles sont même renforcées sur ces points compte tenu des dispositions du code de la consommation concernant la vente à distance, qu'elle soit faite par téléphone, par l'utilisation de sites internet ou par courrier. De même, la recommandation ACPR 2013-R-01 est applicable aux modes de commercialisation à distance.

L'utilisation d'un mode de commercialisation utilisant des interfaces numériques accentue la nécessité d'un recueil précis au travers des questionnaires disponibles notamment sur les sites internet. La clarté des questions et la pertinence du choix des réponses proposées revêtent encore plus d'acuité. En outre pour les opérations 100% en ligne, le processus de vente se déroulant de façon automatique, les algorithmes qui traitent les données personnelles du candidat doivent être particulièrement efficaces, y compris dans le traitement des anomalies et des incohérences, pour assurer la pertinence des informations collectées et ainsi leur exploitation.

C'est pour cela que l'ACPR a complété sa recommandation par la présente annexe apportant des éléments de déclinaison opérationnelle des bonnes pratiques lorsque la commercialisation des contrats d'assurance est réalisée au moyen d'une interface numérique. Cette annexe porte sur les modalités du recueil et la traçabilité de l'information (partie 4.1), sur l'exploitation des informations (point 4.3) et sur les moyens et procédures mis en place (point 4.4). Le point 4.2 portant sur le contenu des informations ne nécessite pas de complément dans cette annexe.

Préambule :

Lorsque le client est seul face à une interface numérique, les principes de fonctionnement et l'ergonomie de cette interface doivent permettre d'offrir au client des éléments d'assistance et d'explication adaptées et comparables à ce dont il peut bénéficier dans un entretien en face à face. Les formulations utilisées doivent être claires afin d'éviter toute interprétation et les informations, notamment explicatives ou d'avertissement, doivent être présentées dans une police lisible et être facilement accessibles.

Les éléments de déclinaison opérationnelle proposés ci-dessous pour la commercialisation des contrats d'assurance utilisant une interface numérique (site internet ou application notamment) sont des suggestions de bonnes pratiques. Les professionnels adaptent ces préconisations en fonction de leur typologie de clientèle et de la complexité des produits proposés ainsi qu'en fonction des technologies auxquelles ils ont recours.

Paragraphe de la Recommandation ACPR 2013-R-01		Éléments de déclinaison opérationnelle pour les interfaces numériques
1. Modalités de recueil et traçabilité des informations		
4.1.1	Informé le client que le recueil des informations est effectué dans son intérêt et a pour finalité la délivrance d'un conseil/service adapté/approprié	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rappeler au client/prospect que les obligations réglementaires (devoir d'information et de conseil) applicables au professionnel commercialisant des contrats d'assurance vie concernent tous les canaux de distribution, y compris à distance, et que des obligations renforcées, propres à la commercialisation à distance, s'appliquent, notamment des obligations d'identification, d'informations précontractuelles, de vérifications d'identité. <p>Indiquer explicitement en amont du questionnaire le fait que la fourniture d'une information complète et sincère est une condition indispensable à la délivrance d'un conseil de qualité et que le recueil d'informations est effectué dans l'intérêt du client.</p>

4.1.2	<p>Recueillir les informations du client au moyen de questions claires, précises et compréhensibles</p> <p>La mise en place d'un arbre de décision approprié, par exemple sous la forme d'un questionnement logique, peut permettre un questionnement proportionné</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présenter des exemples, utiliser des termes précis et adaptés à l'aide de montants, durées, pourcentages etc. ▪ Assister le client dans le remplissage du questionnaire : questions compréhensibles, ressources en ligne permettant d'explicitier certains termes ou notions (infobulles et autres), pop-up d'alertes ou d'informations <ul style="list-style-type: none"> ○ Ex. : possibilité, pour l'internaute, de se faire préciser certains termes (en cliquant dessus ou sur une icône « besoin d'aide »)
4.1.3	<p>En vue d'améliorer la qualité des informations recueillies :</p> <ul style="list-style-type: none"> - attirer l'attention du client sur le fait que la fourniture d'une information complète et sincère est une condition indispensable à la délivrance d'un conseil/service adapté/de qualité - accompagner le client durant le processus d'évaluation et en lui fournissant les renseignements lui permettant de comprendre les questions et leur finalité - inviter le client à apporter les modifications nécessaires lorsque les informations fournies présentent entre elles des incohérences manifestes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permettre l'accès à une assistance adaptée pour éclairer le client sur des difficultés de compréhension (exemple : hotline, tchat...) ▪ Prise en compte <i>intuitu personae</i> du client pour adapter et compléter l'information (ex. : client non résident, personnes vulnérables, situation fiscale, personnes âgées). ▪ Certains blocages ou alertes devraient être mis en place lorsque le système perçoit des anomalies. ▪ Si le questionnaire peut être complété en plusieurs fois, mettre en place un système qui rappelle les réponses précédemment apportées et s'assurer que les réponses données sont toujours d'actualité. ▪ Lorsque des données sont collectées hors du cadre de la relation en ligne (en agence, par téléphone ou par un tiers/autre prestataire), le client doit être informé de la nature des données recueillies et de la source d'information. ▪ Dans le cas d'une pluralité de prestataires, prévoir un message d'alerte de l'internaute lorsqu'il est redirigé vers un autre site/prestataire ▪ Présenter au client une synthèse des informations saisies sur sa situation attirant son attention sur les éventuelles contradictions relevées.
4.1.4	<p>De mettre en place une procédure interne sur les modalités d'actualisation des informations recueillies (périodicité, nature des modifications de la situation du client susceptibles de modifier le profil, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre à profit les connections du client pour lui rappeler la nécessité et l'intérêt de mettre à jour sa situation. Prévoir, au besoin, des systèmes de recueil d'informations post-souscription sur un rythme adapté.
4.1.5	<p>D'actualiser, en tant que de besoin, les informations recueillies antérieurement afin que le conseil/service fourni soit adapté/approprié au profil du client :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prévoir des alertes automatiques lorsqu'un évènement rend la situation actuelle du client en décalage avec la situation jusqu'alors connue afin

	<ul style="list-style-type: none"> - au moment de la souscription du contrat d'assurance vie/fourniture du service - à l'occasion d'un nouveau versement, d'un rachat partiel ou d'un arbitrage entre supports, lorsque ces opérations sont susceptibles d'entraîner une modification significative du contrat d'assurance vie 	<p>de permettre au professionnel d'ajuster son conseil.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prévoir des contrôles dynamiques de l'adéquation du profil client au produit lors d'une opération ultérieure du client (ex. : arbitrage, versement complémentaire conséquent sur un fonds apparaissant en décalage avec le profil investisseur du client). ▪ Dès lors que le client actualise ses informations personnelles : <ul style="list-style-type: none"> ○ Croiser automatiquement les informations préalablement obtenues et les nouvelles fournies ; ○ Détecter l'incidence de ces nouveaux éléments sur le profil investisseur ; ○ S'assurer que le profil d'investisseur est toujours cohérent.
4.1.6	<p>S'assurer de la traçabilité des informations recueillies en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - vérifiant que le document de recueil des informations a bien été remis au client ou tenu à sa disposition, par exemple en cas de vente à distance - veillant à la conservation des informations recueillies et à leur accessibilité pendant toute la relation avec le client et au-delà, conformément aux règles attachées à la prescription 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurer la traçabilité de la prise de connaissance de la finalité du questionnaire et de la reconnaissance par le client de la sincérité des réponses. ▪ Conserver de manière chronologique dans des conditions de sécurité et de durabilité l'ensemble des questionnaires et mises à jour enregistrées par le client : <ul style="list-style-type: none"> ○ Exemple : conserver dans un coffre-fort numérique les documents remis par le client et ceux édités dans le cadre du conseil et de la souscription du produit dans des conditions de sécurité et de durabilité. ▪ Assurer la preuve de la remise des documents précontractuels. : <ul style="list-style-type: none"> ○ Exemple : parallèlement à la souscription, adresser des courriers électroniques récapitulant les différentes étapes intervenues (récapitulatif des informations recueillies) et adresser un courrier électronique précédemment à la souscription proprement dite pour formaliser et motiver le conseil, <i>ie.</i> expliquer en quoi le contrat est adapté à la situation du client ▪ En cas de commercialisation par plusieurs canaux, s'assurer que les exemples présentés sont les

		<p>mêmes quels que soient les canaux utilisés.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vérifier que le contrat et les allocations d'actifs choisis par le client correspondent au conseil fourni, si le client souhaite suivre le conseil fait par le professionnel, et attirer son attention dans le cas contraire sur les incohérences.
3. Sur l'exploitation des informations		
4.3.1	<p>Identifier et gérer les réponses manifestement incohérentes entre elles et/ou incomplètes apportées par le client en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mettant en place des mécanismes d'alerte à l'occasion du recueil des informations - attirant, le cas échéant, l'attention du client sur cette situation (par exemple, informations sur sa situation financière, ses objectifs de souscription et ses connaissances, et son expérience en matière financière) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Effectuer des contrôles de cohérences entre les réponses apportées en tenant compte des liens et des interactions éventuelles entre les questions, par exemple : <ul style="list-style-type: none"> ○ entre l'objectif d'investissement et la durée du placement ; ○ entre la connaissance et l'expérience financières et les placements retenus. ▪ Mettre en place des « pop-up » ou avertissements qui expliquent précisément les problèmes de cohérence relevés. ▪ Générer des alertes, blocages automatiques en l'absence d'informations signalées comme obligatoires ou de réponses manifestement incohérentes ou de situations particulières pouvant nécessiter l'intervention d'un conseiller (exemple : majeur sous tutelle, clientèle vulnérable, situation fiscale, client non résident). ▪ Détecter les modifications intempestives des réponses au questionnaire.
4.3.2	<p>Exploiter l'ensemble des informations recueillies nécessaires pour déterminer le profil du client <i>et</i> lui fournir un conseil adapté</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliser l'ensemble des données collectées pour déterminer le profil du client. Éviter de poser de questions qui ne seront pas ensuite exploitées. ▪ Utiliser les données clients à disposition (<i>via</i> un autre canal, produit, prestataire) quand la transmission de celles-ci a été autorisée, pour évaluer la véracité des éléments renseignés, lorsque cela est possible. ▪ Être en mesure de justifier les choix retenus dans la modélisation de l'algorithme utilisé. ▪ Assurer la traçabilité de l'ensemble du processus, de la prise de connaissance des informations clients à la préconisation d'un produit afin : <ul style="list-style-type: none"> ○ de présenter au client les conclusions de l'analyse effectuée (par exemple, en

		<p>présentant le profil d'investisseur retenu en utilisant des termes précis et en utilisant pour l'allocation d'actifs correspondant des exemples chiffrés) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ de conserver sur un support durable et accessible au client les éléments recueillis en ligne.
4.3.3	S'assurer que les personnes en charge de la commercialisation disposent des connaissances suffisantes pour exploiter les outils et/ou documents de recueil des informations]	S'assurer que les personnes en charge des développements et suivis informatiques, notamment la maîtrise d'ouvrage, disposent de connaissance concernant les obligations réglementaires liées à la commercialisation des contrats d'assurance
4. Sur les moyens et procédures mis en place		
4.4.1	<ul style="list-style-type: none"> - De mettre en œuvre les moyens et procédures nécessaires pour s'assurer du respect des règles de protection de la clientèle sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client 	<p>Le professionnel doit mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ les moyens et procédures internes, y compris a posteriori, afin de s'assurer de l'efficacité du questionnaire client et notamment sur sa capacité à prendre en compte tous les cas de figures (profils client, comportement du client à la saisie, incidents techniques, reprises...); ▪ les moyens techniques permettant à l'internaute, avant la conclusion du contrat de vérifier l'ensemble des éléments et de corriger certaines erreurs commises dans la saisies de données le cas échéant ; ▪ offrir un espace personnel à chaque contractant où les informations personnelles et contractuelles pourront être disponibles à tout moment.
4.4.2	<p>Pour les entités tenues de se doter d'un dispositif de contrôle interne :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de prendre en considération dans le dispositif de contrôle interne les modalités de recueil, la gestion et l'exploitation des informations fournies par le client ainsi que le fonctionnement de l'outil utilisé - d'être en mesure de justifier des moyens et procédures mis en place pour le recueil des informations relatives à la connaissance du client. 	<p>Pour les entités tenues de se doter d'un dispositif de contrôle interne :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ prendre en compte l'utilisation de ces interfaces numériques dans les contrôles permanents et périodiques.