

# Les obligations de vigilance des professionnels du secteur assurantiel animant un réseau de distribution dans le suivi de la commercialisation des contrats

Plusieurs contrôles sur place réalisés par l'ACPR auprès de distributeurs animant des réseaux ont mis en évidence des carences importantes dans le suivi de la commercialisation de contrats d'assurance. Des pratiques préjudiciables aux intérêts de la clientèle se sont ainsi développées, notamment lors de ventes par voie de démarchage téléphonique. En particulier, faute d'avoir mis en place des indicateurs d'alerte suffisants et de suivre l'utilisation de leurs outils de souscription, ces distributeurs n'ont pas été en mesure de détecter que certains de leurs partenaires ne remettaient pas les documents d'information précontractuelle avant la signature du contrat ou ne recueillaient pas correctement le consentement du client.

L'organisation et l'animation d'un réseau de distribution relèvent de travaux préparatoires à la conclusion de contrats d'assurance<sup>1</sup> et sont des actes de distribution. Dès lors qu'ils animent un réseau, les professionnels sont soumis aux obligations prévues en matière de gouvernance et de surveillance des produits<sup>2</sup>. Ils sont responsables de la stratégie de distribution qu'ils développent et doivent vérifier que celle-ci permet d'atteindre le marché cible. Afin de prévenir et d'atténuer les préjudices pour la clientèle, ils doivent adopter des dispositifs garantissant que les objectifs, les intérêts et la situation des clients sont dûment pris en compte. La stratégie doit, par ailleurs, être révisée lorsque le distributeur constate des répercussions défavorables pour ces derniers. Cela implique de veiller à ce que les partenaires aient la compétence pour comprendre les caractéristiques du produit, de sélectionner et de suivre attentivement ce réseau de distribution dans la commercialisation des contrats.

La sélection, le suivi et l'accompagnement du réseau concourent à l'amélioration de la qualité de la distribution.

## La sélection des partenaires distributeurs

La sélection des partenaires distributeurs ne peut consister en une simple formalité administrative. Elle doit permettre de vérifier, en fonction des canaux de distribution employés, la capacité de ces

---

<sup>1</sup> Article R. 511-1 du code des assurances

<sup>2</sup> Articles 10 et 11 du règlement délégué (UE) 2017/2358 de la Commission du 21/09/2017

intermédiaires à commercialiser les produits d'assurance, conformément à la réglementation, et à mettre en place, à cet effet, des moyens humains et organisationnels suffisants (enregistrement et conservation des appels en cas de démarchage téléphonique, suivi et traitement des réclamations de la clientèle, outils de souscription utilisés, etc.). Ce dispositif nécessite une collecte d'informations et de points de vérifications précis auprès des candidats à l'accréditation, ainsi que des critères qualitatifs et quantitatifs de sélection, indispensables également pour la mise en place de mesures appropriées de vigilance et de suivi post sélection au regard de l'appréciation du dossier de candidature.

## **Des outils de souscription adaptés et le suivi de leur utilisation par le réseau de distribution**

Au titre de leur participation aux travaux préparatoires à la conclusion d'un contrat, les professionnels animateurs de réseaux doivent permettre aux distributeurs finaux de satisfaire à leurs propres obligations à l'égard de la clientèle (remise de l'information précontractuelle, devoir de conseil, etc.). Aussi, ils sont tenus de s'assurer de la qualité des outils de souscription en étant particulièrement vigilants à leur bonne utilisation et appropriation par leurs partenaires, ce en vue de prévenir les éventuels dérives et mésusages susceptibles de nuire aux intérêts des clients. Lorsque ceux-ci sont identifiés, des actions appropriées doivent être engagées (révision et/ou ajout de paramétrages, plan de remédiation ad-hoc, etc.).

## **La nécessité d'un dispositif de contrôle efficace de la qualité des ventes**

Le suivi de la qualité des ventes s'avère nécessaire pour prévenir les pratiques préjudiciables pour le client et ajuster au besoin la stratégie de distribution. Aussi, il appartient aux animateurs de réseaux de mettre en place des dispositifs de suivi périodique des partenaires, reposant notamment sur un suivi rigoureux et régulier d'indicateurs d'alerte qualitatifs et quantitatifs (taux de chute, taux de réclamation par partenaire, motifs des réclamations, etc.) avec, le cas échéant, la mise en œuvre d'actions de contrôle (ex : écoutes des appels de vente, analyse des dossiers de souscription ou encore de visite sur place des distributeurs...) et de mesures correctives, allant, si nécessaire jusqu'à la rupture du partenariat.

Dès lors qu'ils constatent des répercussions défavorables pour les clients, les distributeurs doivent par ailleurs être également en mesure d'alerter le concepteur du produit.

La gouvernance et la surveillance des produits concernent tous les acteurs de la chaîne de distribution, intermédiaires et assureurs, qui doivent veiller périodiquement à l'adéquation de leur stratégie de distribution et canaux de distribution choisis, en prenant en compte les intérêts des clients.

### **En savoir plus :**

- Intervention « [Les obligations des courtiers grossistes dans la gouvernance des produits](#) » lors la conférence du contrôle le 5 décembre 2022 (session de l'après-midi)