

Principes du conseil en assurance

Point sur la transposition de la directive sur la distribution d'assurance (DDA)

La transposition de la directive sur la distribution d'assurance prévoit trois modalités de conseil : une obligation « socle » (i.e. obligatoire dans tous les cas de distribution) prévoit que tout contrat conseillé est cohérent avec les besoins et exigences du client (niveau 1); cette première obligation peut être prolongée par un service de recommandation personnalisée du contrat qui correspond « le mieux » au client (niveau 2) ; enfin, l'intermédiaire peut se prévaloir de fournir son service de recommandation sur la base d'une analyse impartiale d'un nombre suffisant de contrats offerts sur le marché¹(niveau 3). Dans tous les cas, le processus commercial doit comprendre un recueil et une reformulation des attentes du client ainsi que la présentation et l'explication des produits proposés ou recommandés.

Le niveau 1 obligatoire : proposer un contrat cohérent (approprié) avec les besoins et exigences du client.

La transposition de la DDA dans le code des assurances français utilise le terme « conseil » pour la diligence obligatoire. En effet, cette obligation « socle » apparaît très proche de la notion de « devoir de conseil », telle que connue en France car forgée de longue date par la jurisprudence et dont l'obligation de formalisation avait été introduite dans le code des assurances à l'occasion de la transposition de la directive intermédiation. Le choix de transposition traduit la volonté de maintenir cet acquis et souligne la continuité entre les dispositions préexistantes et les nouvelles.

Le I du nouvel article L. 521-4 prévoit que le distributeur précise par écrit les exigences et les besoins du client, lui apporte des informations objectives afin que celui-ci puisse prendre une décision en connaissance de cause, conseille un contrat cohérent avec les exigences et les besoins précisés et indique les raisons qui motivent ce conseil. Pour les contrats d'assurance-vie, les diligences sont similaires, avec la précision que le contrat proposé doit être « approprié » pour le souscripteur et le conseil tenir compte de sa situation financière et de ses objectifs d'investissement, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière.

¹ La DDA prévoyait de manière optionnelle un niveau de vente sans conseil, applicable aux seuls produits « non complexes ». Cette option n'a pas été retenue par la France lors de la transposition. À noter que la notion de produits complexes de la directive est différente de celle de la recommandation de l'ACPR 2016-04, laquelle reste pleinement valable.

Le niveau 2 facultatif : recommander le contrat qui correspond le mieux (adéquat) aux besoins et exigences du client.

Le niveau 2 revient à fournir au client un service de recommandation personnalisée consistant à lui expliquer pourquoi, parmi plusieurs contrats, un ou plusieurs contrats correspondent « le mieux » à ses exigences et ses besoins.

Un tel service ne se conçoit que si le distributeur est en mesure de présenter au client plusieurs contrats (ou options au sein d'un contrat) qui tous, sont cohérents avec ses exigences et ses besoins ; puis il doit mener un travail d'analyse comparative afin de distinguer parmi ces contrats, un ou plusieurs qui apparaissent optimaux pour le client. Pour l'assurance-vie, cette exigence est ainsi décrite : « *un ou plusieurs contrats (...) plus adéquats à ses exigences et besoins et en particuliers plus adaptés à sa tolérance aux risques et à sa capacité à subir des pertes* ». Ainsi, il s'agit d'une modalité de conseil différente à plus haute valeur ajoutée.

Le niveau 3 : recommander, sur la base d'une analyse impartiale.

Cette modalité se distingue de la seconde par le fait que la recommandation est fondée sur une analyse impartiale et personnalisée d'un nombre suffisant de contrats offerts sur le marché. Une telle promesse de service ne se conçoit donc que basée sur l'analyse d'une pluralité de contrats, émanant de différents producteurs, en nombre et d'une nature tels qu'ils sont représentatifs des contrats offerts sur le marché.

Le recueil des exigences et des besoins dans les différentes modalités de conseil

Les thèmes sur lesquels il convient de recueillir des informations auprès du client sont les mêmes pour les différents types de conseil. C'est davantage la profondeur et la largeur du questionnement qui peuvent varier : s'agissant de la vérification de cohérence, la collecte peut se concevoir sous forme de questions fermées, sous réserve que le client puisse néanmoins exprimer des attentes qui lui sont propres. En cas de recommandation, ce recueil doit être approfondi voire élargi.

S'agissant du conseil en assurance-vie, la recommandation R.2013-01 de l'ACPR concerne toutes les modalités, y compris la diligence obligatoire de niveau 1.

La motivation du conseil

Au niveau 1, les motivations du conseil donné peuvent être synthétiques et standardisées mais doivent permettre au client, en s'appuyant sur la mise en regard de ses principaux besoins et exigences avec les principales caractéristiques du contrat proposé, d'en comprendre aisément la cohérence. La motivation doit être claire, compréhensible et ne pas renvoyer de façon elliptique aux conditions générales ou à une documentation non synthétique.

Aux niveaux 2 et 3, la motivation doit être nécessairement plus personnalisée et mettre clairement en évidence pourquoi le ou les contrats (ou options) proposés correspondent le mieux aux exigences

et aux besoins du client. Dans le cas de l'assurance-vie, les motivations de la recommandation doivent être précisées dans une déclaration d'adéquation, remise au client.

Quand et comment annoncer le niveau de conseil ?

Lorsqu'un distributeur entend proposer un service de recommandation personnalisée, une information générale doit être délivrée au client lorsqu'il entre en contact avec le professionnel, afin de lui permettre d'identifier clairement le type de service qui lui est proposé.

Cette information devra ensuite être confirmée de façon individualisée – et éventuellement plus détaillée - au client, une fois la découverte des besoins et exigences réalisées mais toujours avant la conclusion du contrat. Plus généralement, dès lors qu'un service de recommandation est annoncé au client, celui-ci doit comprendre clairement en quoi il consiste et se distingue du premier niveau de conseil.

Si ponctuellement, le distributeur constate qu'il ne sera pas en mesure de fournir un service de recommandation personnalisée, il doit en informer sans délai le client, de façon claire et en expliquant les conséquences.

De même, le service de recommandation de niveau 3 doit être clairement annoncé et expliqué.

Le cadre d'exercice du conseil

Les distributeurs veillent, lorsqu'ils proposent ou recommandent des produits d'assurance, à agir de manière honnête, impartiale et professionnelle et ce au mieux des intérêts du client. Ils s'attachent à une bonne gestion des conflits d'intérêts et à se procurer auprès des concepteurs de produits les informations nécessaires pour comprendre les caractéristiques et le marché cible défini pour chaque produit, afin de prendre en compte ces éléments quelle que soit la modalité de conseil considérée.

Formalisation et traçabilité

L'ACPR attend des distributeurs qu'ils mettent en place des processus d'information et de conseil cohérents, lisibles et distinguant bien les différentes prestations proposées et réalisées, de sorte que les clients soient en capacité de les identifier et de les comprendre. La formalisation du recueil des besoins et exigences et du conseil et la conservation de ces éléments sont nécessaires.