

La directive distribution en assurance ("insurance distribution directive" en anglais, ci-après "DDA") est entrée en vigueur le 23 février 2016.

La directive offre un nouveau cadre pour la distribution du produit d'assurance. Une innovation majeure est qu'elle ne s'applique plus uniquement aux intermédiaires, mais également à la vente directe réalisée par les assureurs, ce qui constitue un élément d'unification du cadre réglementaire.

La directive, qui pose le principe général selon lequel tout distributeur d'assurance doit agir de manière honnête, loyale et non trompeuse, en accord avec le meilleur intérêt des clients, prévoit de nouvelles modalités.

UNE INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE RENFORCÉE

L'assureur ou l'intermédiaire distribuant un contrat d'assurance doit donner au client les "informations objectives" sur le contrat d'assurance, afin de lui permettre de prendre une décision en connaissance de cause. Cette information prend la forme d'un document d'information standardisé, appelé "Product Information Document" ou PID. Il s'agit d'une nouveauté majeure, qui devrait faciliter la compréhension de l'information précontractuelle.

DES RÈGLES DE GOUVERNANCE DES PRODUITS

La directive instaure des mécanismes de surveillance et gouvernance des produits ("product oversight and governance"). Ces dispositions sont partagées entre le producteur et le distributeur, qui ont chacun un rôle à jouer. Il appartiendra au producteur de déterminer un marché cible de clients, de mettre en place des processus de conception des produits prenant en compte les risques que le produit peut faire encourir au marché cible, de suivre ses produits dans la durée (c'est-à-dire après leur commercialisation) et de sélectionner des stratégies de distribution adaptées. Le distributeur devra, quant à lui, prendre connaissance des informations sur le produit et la cible de marché, et remonter l'information nécessaire au producteur. Le point d'attention majeur pour l'ACPR est l'identification des obligations incombant au producteur du contrat, sans limiter les dispositions que doivent prendre les distributeurs, notamment le devoir de conseil.

LE PRINCIPE DE VENTE SAIN CONFIRMÉ

La directive stipule que tout contrat proposé doit être conforme aux exigences et aux besoins formulés par le client et être accompagné d'informations objectives et formulées de façon compréhensible. Ces dispositions s'inscrivent à rapprocher du devoir de conseil existant dans le code des assurances. Les actes délégués ont par ailleurs pour objectif de définir les modalités de mise en oeuvre d'un service de conseil, qui n'est pas attaché à un produit donné et consiste en une recommandation personnalisée réalisée sur la base d'une analyse au sein d'une gamme de produits.

LA GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

La directive DDA offre un cadre relatif à la gestion des conflits d'intérêts et plus précisément aux incitations financières. Ces dispositions sont fortement inspirées du cadre juridique relatif aux instruments financiers, bien que certaines dispositions relatives aux incitations apparaissent moins restrictives dans la DDA. En effet, la DDA prévoit qu'une incitation peut être acceptée dès lors qu'elle remplit deux conditions cumulatives : (1) ne pas nuire au respect de l'obligation d'agir au mieux des intérêts de ses clients, (2) ne pas avoir d'effet négatif sur la qualité du service rendu.

LA MISE EN PLACE D'UNE FORMATION CONTINUE

Les salariés des distributeurs, responsables de la distribution et collaborateurs participant directement à la distribution, doivent suivre une formation continue. Cette disposition constitue aussi une nouveauté sur le marché français.

Par ailleurs, deux règlements délégués ont été adoptés par la Commission Européenne pour l'application de cette directive.