



LA DIRECTIVE SUR LA DISTRIBUTION D'ASSURANCE (DDA)

L'ESSENTIEL

Une Directive européenne visant à renforcer la protection des consommateurs de produits d'assurance. Elle vise à :

- Renforcer la motivation et l'adéquation du conseil au souscripteur.
- Réduire les conflits d'intérêts et améliorer la transparence.
- Assurer une concurrence non faussée parmi les différents distributeurs.
- Mettre en place une gouvernance et une surveillance des produits.
- Harmoniser les sanctions et autres mesures administratives.
- Renforcer les exigences professionnelles et organisationnelles.
- Harmoniser le marché européen sur la documentation précontractuelle à remettre aux clients (pour les produits Non Vie). Fais le lien avec le nouveau document IPID - objectifs : transparence de l'information, facilite la comparaison des produits entre eux, éclaire le client avant la souscription).

L'ESSENTIEL - DÉCEMBRE 2018

-
- 02 1. CINQ PILIERS QUI IMPLIQUENT DES RÉFLEXIONS ET OFFRENT DES OPPORTUNITÉS**
-
- 02 2. UN PÉRIMÈTRE D'APPLICATION TRÈS LARGE**
-
- 03 3. DEVOIR DE CONSEIL ET INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES**
-
- 03 4. POLITIQUE ET MODALITÉS DE RÉMUNÉRATION DES DISTRIBUTEURS**
-
- 04 5. POLITIQUE DE PRÉVENTION ET GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS**
-
- 04 6. GOUVERNANCE ET SURVEILLANCE DES PRODUITS**
-
- 05 7. MISE EN CONFORMITÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DES DISTRIBUTEURS**
-
- 05 8. HONORABILITÉ DES DISTRIBUTEURS**
-

02 1. CINQ PILIERS QUI IMPLIQUENT DES RÉFLEXIONS ET OFFRENT DES OPPORTUNITÉS

02 2. UN PÉRIMÈTRE D'APPLICATION TRÈS LARGE

03 3. DEVOIR DE CONSEIL ET INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES

03 4. POLITIQUE ET MODALITÉS DE RÉMUNÉRATION DES DISTRIBUTEURS

04 5. POLITIQUE DE PRÉVENTION ET GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

04 6. GOUVERNANCE ET SURVEILLANCE DES PRODUITS

05 7. MISE EN CONFORMITÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DES DISTRIBUTEURS

05 8. HONORABILITÉ DES DISTRIBUTEURS

1. CINQ PILIERS QUI IMPLIQUENT DES RÉFLEXIONS ET OFFRENT DES OPPORTUNITÉS

5 PILIERS

Devoir de conseil et informations précontractuelles



Politique et modalités de rémunération des distributeurs



Politique de prévention et gestion des conflits d'intérêts



Gouvernance et surveillance produits



Mise en conformité de la formation professionnelle des distributeurs et honorabilité



4 LEVIERS D'OPPORTUNITÉS

+ de personnalisation

- Renforcement de l'approche conseil
- Enrichissement et valorisation de la connaissance clients et des besoins des marchés cibles
- Enrichissement de l'offre de services

+ d'harmonisation

- Etat des lieux précis des pratiques commerciales, des outils, des documents, des processus, des compétences, ...
- **Nettoyer le portefeuille produits**, « faire le ménage » dans les gammes, supprimer des doublons ou d'anciennes générations de garanties

+ de transparence

- Renforcement de la protection et de l'information des consommateurs d'assurance via la mise à disposition d'une information claire et objective au sujet des caractéristiques du produit et du distributeur
- **Présentation de la nature de la rémunération** ou des avantages économiques du distributeur

+ de professionnalisation

- Renforcement de la formation ou du développement professionnel des distributeurs et de leur personnel prenant part directement à la distribution des contrats

2. UN PÉRIMÈTRE D'APPLICATION TRÈS LARGE

Réseaux distributeurs :

- Entreprises d'assurance et de réassurance, et leurs réseaux salariés
- Intermédiaires d'assurance : toute personne physique ou morale qui, contre rémunération, effectue de la distribution d'assurance : courtiers, agents généraux, mandataires d'assurance, mandataires d'intermédiaire, et leurs salariés
- Gestionnaires de réclamations et experts en sinistres

Produits :

- Contrats d'assurance et de réassurance
- Assurance non vie destinée aux consommateurs et aux professionnels, hors grands risques (L. 111-6 c. ass)
- Assurance vie
- Produits d'investissement fondés sur l'assurance (PIA) : contrats comportant une durée de vie ou une valeur de rachat, totalement ou partiellement exposés aux fluctuations du marché

Les contrats de retraite complémentaire ne sont pas concernés. Les comparateurs d'assurances en ligne ne sont pas concernés non plus. Sont également exclus de la DDA les produits couvrant les grands risques.

- Ensemble du secteur assurance vie (Retraite, Epargne) et non-vie (Santé, Prévoyance, IARD)
- Ventes directes et intermédiées
- Individuel et collectif

3. DEVOIR DE CONSEIL ET INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES

Un renforcement de l'exigence de conseil

- Un devoir de conseil pour l'ensemble des métiers.
- Le distributeur de produits d'assurance, sur la base des informations obtenues du client, doit :
 - Spécifier les besoins et objectifs du client.
 - Fournir au client des informations objectives, formalisées et compréhensibles lui permettant de prendre une décision éclairée.

Le conseil dans la DDA, n'est pas une simple fourniture d'information et doit être motivé, formalisé, tracé et archivé. Il implique l'obligation de proposer un contrat cohérent par rapport aux exigences / besoins du client et la vérification de cette cohérence tout au long de la vie du contrat.

Le conseiller commercial doit disposer de l'ensemble des informations relatives au client présentes dans les outils d'aide à la vente du Groupe, doit pouvoir modifier et enrichir ces informations pendant chaque entretien qu'il fait avec son client et être en capacité de recueillir la validation du client attestant que celui-ci a bien été conseillé et de démontrer la bonne réception du Document d'Information sur le Produit d'Assurance (IPID) par le client (exemple : ajouter une case à cocher par le client et une phrase du type « Je déclare avoir reçu et pris connaissance du Document d'information sur le produit d'assurance de la part de mon conseiller commercial » dans le support qui formalise le devoir de conseil.

4. POLITIQUE ET MODALITÉS DE RÉMUNÉRATION DES DISTRIBUTEURS

Une rémunération en adéquation avec l'intérêt du client

- Les assureurs et les distributeurs ne rémunèrent et n'évaluent pas la performance de leurs salariés dans une mesure en conflit avec leur devoir d'agir dans les meilleurs intérêts de leurs clients.
- Le dispositif de rémunération des distributeurs ne doit pas être majoritairement basé sur des critères quantitatifs.

Un devoir de transparence vis-à-vis du client

Divulguer au client en phase précontractuelle de la nature de la rémunération du distributeur en lien avec le produit vendu.

- Faire évoluer les systèmes, outils ou paramètres de rémunération des distributeurs afin de prendre en considération les critères qualitatifs (respect et qualité du devoir de conseil, taux de fidélisation, taux d'attrition, suivi des formations).
- Mettre en place un dispositif d'évaluation des dispositifs de rémunération des forces de vente.
- Disposer d'un historique de vente pour chaque distributeur (par client et par produit).
- Mettre à jour les conventions de distributions afin de rappeler aux distributeurs externes qu'ils sont dans l'obligation de communiquer la rémunération reçue au titre de la vente d'un produit d'assurance.

5. POLITIQUE DE PRÉVENTION ET GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Une définition large

- « toute situation où les intérêts du candidat preneur d'assurance sont contrariés ou pourraient l'être parce que des intérêts divergents des siens pourraient l'inciter à conclure un contrat ou bénéficier d'un service qui ne répondraient pas à ses intérêts »

Un thème majeur

- Chaque entreprise d'assurance doit établir et maintenir une politique efficace en matière de conflit d'intérêts, qui soit consignée par écrit et adaptée à leur taille et à leur organisation ainsi qu'à la nature, à l'échelle et à la complexité de leurs activités.

- Formaliser une Politique de Groupe de prévention et de gestion des conflits d'intérêts, pérenne, afin de servir de cadre à l'élaboration d'une cartographie et de dispositifs permettant, au quotidien, la prévention et la gestion des conflits d'intérêts.
- Mettre en place un registre de suivi des conflits d'intérêts.

6. GOUVERNANCE ET SURVEILLANCE DES PRODUITS (GSP)

Une gouvernance produits stratégique et durable

- Pour la création et modification significative de produit, il est nécessaire de déterminer un marché cible, également une stratégie de distribution en adéquation avec les caractéristiques du produit (complexité, risques, stratégie d'investissement).
- Un suivi tout au long de la vie des produits est nécessaire.

Une gouvernance en lien avec les distributeurs

- Pour sa distribution, il est nécessaire de choisir des distributeurs en liens avec le marché cible (canaux de distribution et clientèle).

Le distributeur doit respecter le marché cible et la stratégie de distribution défini par le concepteur. En cas de ventes hors cibles, les distributeurs doivent remonter ces cas aux concepteurs dans le cadre de la surveillance produit.

- Rédiger la Politique Groupe de gouvernance et surveillance produits.
- Mettre en place des canaux de communication adaptés afin d'informer les distributeurs des procédures à suivre.
- Définir un circuit d'approbation pour la création / modification de produit, le formaliser et l'historiser.
- Mettre à jour la cartographie des produits et marchés cibles en cas d'évolutions de produits existants.
- Mettre en place un processus de revue et de suivi des produits (collecte et remontée des données relatives à la commercialisation du produit et alertes vers le concepteur).

7. MISE EN CONFORMITÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DES DISTRIBUTEURS

Une exigence accrue et un cadre nouveau

- Obligation de posséder les connaissances nécessaires à l'exercice de l'activité de distribution d'assurance.
- Suivi d'au moins 15 heures de formation professionnelle continue par an.
- Lien entre le niveau de connaissances professionnelles et le niveau de complexité des produits distribués.

Une obligation de contrôle et une responsabilité de suivi

- Nécessité de contrôle de la conformité des aptitudes et connaissances des distributeurs aux obligations réglementaires.
- Suivre l'acquisition des connaissances via des quiz à la fin des sessions de formation.

- Identifier une personne responsable de la bonne application au sein du Groupe des exigences de formation ainsi que des politiques et procédures approuvées.
- Mettre en place un registre du personnel contenant toutes les informations pertinentes à la formation des distributeurs.
- Disposer d'outils permettant la sauvegarde des résultats des quizz pour chaque personne ayant suivi une session de formation (élément à intégrer dans le registre).
- Bénéficier d'outils permettant de dispenser des sessions de formation en distanciel.
- Bénéficier d'outils permettant la mise en place de quizz et tests à destination des conseillers commerciaux en vue de la validation des sessions de formation.

8. HONORABILITÉ DES DISTRIBUTEURS

Une exigence d'honorabilité supplémentaire

- La DDA exige des distributeurs des produits d'assurance d'être des professionnels honorables.

Les collaborateurs concernés doivent être honorables cela signifie par exemple « ne pas avoir commis d'infractions portant notamment sur des activités financières ». Cela peut faire l'objet de contrôle, AG2RLM devra être en mesure de présenter un justificatif qui atteste du respect de ces exigences.

« Les personnes physiques qui travaillent pour une entreprise d'assurance ou de réassurance (...) et qui exercent une activité de distribution d'assurances ou de réassurances doivent être des personnes honorables. Elles ont au minimum un casier judiciaire ou tout autre équivalent national vierge de toute infraction pénale grave liée soit à une atteinte aux biens, soit à d'autres faits punissables portant sur des activités financières, et elles ne doivent jamais avoir été déclarées en faillite, à moins qu'elles n'aient été réhabilitées conformément au droit national. »

- Art. 10 DDA

- Etablir des processus de contrôles périodiques et continus du casier judiciaire.
- Mettre à jour les conventions de distribution en place avec les courtiers et partenaires afin d'y intégrer l'exigence de contrôle d'honorabilité du personnel concerné.
- Mettre en place un registre de conservation des justificatifs de capacité professionnelle et d'honorabilité.