

LA GOUVERNANCE ET LA SURVEILLANCE PRODUITS : QUELLES INCIDENCES POUR LE COURTAGE ?



Cécile TAILLEPIED - Avocat à la Cour - SALPHATI AVOCATS

La Directive sur la distribution d'assurance (DDA)¹, qui devra être transposée en droit français au plus tard le 28 février 2018, contient de nombreuses nouvelles dispositions applicables au monde de la distribution d'assurance (voir notre article sur la DDA, revue Courtage plus n°304,

février 2016). Parmi celles-ci, l'article 25 de la Directive, toujours dans un souci de protection accrue du consommateur, prévoit des règles relatives à « **la gouvernance et la surveillance des produits** » ou « **POG** » (Product Oversight and Governance). Chargée d'orienter les autorités compétentes pour la rédaction des futurs actes délégués (devant être pris en 2017) et pour permettre aux différents acteurs du marché d'**anticiper leur mise en conformité**, l'EIOPA (ou Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles - AEAPP) a présenté en avril 2016 ses orientations préparatoires² sur les modalités de gouvernance et de surveillance des produits par les concepteurs (qu'ils soient entreprises d'assurance ou intermédiaires d'assurance) et les **distributeurs** de produits d'assurance. Si l'EIOPA pourrait revoir sensiblement cette version après l'adoption des actes délégués par la Commission européenne, nous disposons aujourd'hui des grandes lignes directrices permettant de déterminer les nouvelles obligations résultant de POG.

ELABORATION DU PRODUIT ET MISE EN PLACE DE LA DISTRIBUTION

Désormais, pour la création d'un nouveau contrat d'assurance ou la modification d'un contrat déjà sur le marché, l'**assureur** (ou le courtier concepteur) devra appliquer un **processus de validation**. Ce processus supposera que soit, pour chaque produit :

- identifié un **marché cible** (c'est à dire le ou les groupes de clients pour lequel/lesquels le produit peut être conçu) ;
- évalué tous les risques pertinents pour ce marché cible ;
- déterminé une stratégie de distribution adaptée.

1 - Directive UE n°2016/97 signée le 20 janvier 2016 par le Conseil de l'UE et le Parlement européen, entrée en vigueur le 23 février 2016

2 - EIOPA, BoS 16/071

Selon les recommandations de l'EIOPA, le produit d'assurance devra être **testé** avant sa commercialisation. L'assureur est invité à vérifier si le produit est adapté au marché cible dans différents scénarios de crise (comme par exemple en cas de crise économique). Si les résultats des tests révèlent qu'il n'est pas conforme aux intérêts, objectifs et caractéristiques de ce marché, le produit ne devrait pas être commercialisé.



En outre, l'assureur est invité à choisir des **canaux de distribution appropriés** en tenant compte des caractéristiques de la cible et du produit. Il devra mettre à la disposition des courtiers des renseignements précis et de qualité adéquate sur le produit, le processus de validation et le marché cible, pour leur permettre de placer le contrat auprès de la bonne cible.

De son côté, le **courtier** devra mettre en place une politique de distribution lui permettant d'obtenir tous les renseignements nécessaires notamment sur le produit et le marché cible concerné. De même, il devra développer une **stratégie de distribution adaptée** au marché cible déterminé par la compagnie.

Précisons que ces politiques de gouvernance et de surveillance (tant de l'assureur que du courtier) devront être exposées dans un document écrit et mises à la disposition des membres du personnel concernés.

DEVOIR DE SUIVI ET DE CONTRÔLE

Une fois le produit sur le marché, l'**assureur** (ou le courtier concepteur) devra régulièrement vérifier qu'il continue de correspondre aux intérêts, objectifs et caractéristiques du marché cible. Cette disposition a pour objet d'éviter les ventes abusives auprès de la clientèle. Par ailleurs, les modalités de gouvernance et de surveillance produits devront être révisées régulièrement pour voir si elles sont à jour et modifiées le cas échéant. Lorsque l'assureur constate un **risque**

de préjudice pour le client, il doit prendre toutes mesures pour corriger la situation et notifier rapidement toute mesure correctrice pertinente aux distributeurs concernés et aux clients.

De plus, la compagnie devra s'assurer que le contrat est bien distribué aux clients faisant partie du marché cible et veiller à ce que les courtiers distributeurs agissent conformément aux objectifs déterminés par ses soins. Si l'assureur considère que le distributeur ne respecte pas ces objectifs, il prend des mesures correctives à son encontre.

De son côté, le courtier n'échappera pas à un devoir de suivi. Il devra en effet procéder à une révision régulière des modalités de distribution des produits pour s'assurer qu'elles sont toujours valables et les modifier le cas échéant. Par ailleurs, il devra informer le concepteur sans délai excessif s'il a connaissance du fait que le produit ne correspond pas aux intérêts, objectifs et caractéristiques du marché cible ou de l'existence d'autres circonstances liées au produit augmentant le risque de préjudice pour le client.

INTERROGATIONS ET CONSÉQUENCES PRATIQUES

Cette nouvelle réglementation pose en l'état plusieurs questions. En présence d'un marché cible défini par l'assureur, le distributeur (courtier par exemple) pourra-t-il proposer le produit d'assurance hors de la cible sans nécessairement engager sa responsabilité ? Dans l'affirmative, sera-t-il tenu à un devoir de conseil et d'information accru ? La proposition d'un produit d'assurance à une personne rentrant dans le marché cible signifiera-t-elle que ce produit est nécessairement adapté au client ? S'il s'avérait que le produit proposé au client n'était au final pas adapté à la cible prédéfinie par l'assureur, quelle entité engagerait sa responsabilité ?

Outre les interrogations qu'elle suscite, POG imposera surtout aux distributeurs de s'adapter pour répondre aux exigences de distribution et de revoir rapidement les conventions d'intermédiation les liant aux concepteurs. C'est en effet cette convention qui permettra de déterminer clairement les obligations de chacun notamment en matière d'échange d'informations (comme sur le produit et sur le marché cible) ainsi que les conséquences du non-respect de ces dernières.

Enfin, précisons que les concepteurs et les distributeurs devront documenter et conserver leur politique de gouvernance et de surveillance afin de répondre d'un éventuel contrôle des autorités compétentes.

Cécile TAILLEPIED - Avocat à la Cour
SALPHATI AVOCATS - Tél. : 01 76 77 26 87
www.salphati.com - ctaillepied@salphati.com

ARTICLE :
XXxx
A Venir