



DR

ANALYSE DE

HENRI DEBRUYNE

président du MEDI (Monitoring European Distribution of Insurance)

Le 1^{er} juillet 1994, l'Union européenne décidait de créer un marché unique de l'assurance. Il aura fallu vingt-et-un ans pour que cette volonté devienne réalité. L'accord politique formalisé le 30 juin dernier sur la directive IDD après l'adoption de MIFID 2 achève le processus législatif initié voici deux décennies.

Le marché unique est enfin à portée de vue !

L'objectif de la commission européenne est atteint. La réforme de la distribution des produits financiers et d'assurance est actée. Elle vise à renforcer la protection des consommateurs, réduire les conflits d'intérêt, rehausser le professionnalisme requis pour présenter des opérations d'assurance et améliorer les règles concurrentielles tout en stimulant les activités transfrontalières. L'objectif était ambitieux. Il a suscité de nombreuses réserves, parfois de franches oppositions, mais ces deux directives, étroitement liées, sont finalement assez équilibrées. Si quelques incertitudes demeurent encore

L'adoption d'un corps de règles pour la distribution des produits d'investissements financiers et d'assurance constitue un pas décisif.

sur l'IDD (*Insurance Distribution Directive, ex-IMD 2*, la directive sur la distribution de l'assurance), le dispositif est quasiment abouti. L'adoption d'un corps de règles pour la distribution des produits d'investissements financiers et d'assurance constitue un pas décisif. En effet, ce sont les actions de tous les distributeurs qui sont désormais encadrées et pas seulement celles des intermédiaires comme dans DIA 1. À l'échelle européenne, cela étend la protection des consommateurs de 50 % en assurance vie à près de 100 % et, en assurance non-vie, de 60 % à près de 90 %. Toutes les formes de vente de produits d'assurance effectuées

par des personnes physiques ou morales moyennant rémunération sont donc concernées : les intermédiaires traditionnels et leurs collaborateurs, les salariés des compagnies, des mutuelles et des banques, les comparateurs, etc. La seule exception concerne les produits d'assurance accessoires à un bien ou un service et dont la prime annuelle est inférieure à 600 €. Le balayage est donc très large et ne devrait laisser dans l'ombre que peu de contrats ! La professionnalisation des fonctions de distribution est renforcée. Les conditions de compétence et de formation initiale sont rehaussées et, désormais, la formation continue devient obligatoire. Ces obligations englobent toutes les personnes qui sont en contact avec les clients, y compris les collaborateurs des bureaux et des agences, les per-

sonnels des plates-formes ainsi que ceux qui aident à la réalisation des affaires (spécialistes, experts).

RESPONSABILITÉ ENTRE LE DISTRIBUTEUR ET SON CLIENT

Le devoir de conseil est le cœur de la réforme. Il vise à créer un lien particulier, et donc une responsabilité, entre le distributeur et son client. Certes, la directive prévoit que le produit peut être vendu sans conseil, mais c'est une latitude laissée aux États et il est vraisemblable qu'elle ne sera pas offerte en France. Les pouvoirs publics y sont hostiles et se sont déjà exprimés clairement. Le conseil est une recommandation personnelle. Il doit respecter un certain formalisme afin de justifier de la bonne adéquation entre la solution proposée et les besoins préalablement cernés par la phase d'analyse.

La formalisation du conseil devient obligatoire.

Pour les intermédiaires et tous ceux qui mettent en avant, de manière claire ou implicite, leur capacité à donner du conseil, c'est une reconnaissance majeure. Ils ne seront plus dans l'affirmation *pro domo*. Désormais, leur métier a une réalité et une importance consacrée par les textes. Toutefois, ils ne seront pas les seuls puisque tous les distributeurs seront astreints à la même obligation. Il faudra qu'ils adoptent une formalisation rigoureuse. *De facto*, nous allons vers une forme de professionnalisation du conseil en quelque sorte : analyse de la situation du client, compréhension de ses besoins, formulation de propositions et justification de celles-ci.

Les directives imposent la mise en place de **politiques de prévention et de gestion de ces conflits**. Il faudra donc les **identifier pour anticiper** leurs conséquences et, lorsqu'ils n'auront pas pu être supprimés, **en informer les clients**.

Ce conseil devra être assorti d'une explicitation des bases sur lesquelles il est établi. Ceux qui revendiquent de donner un conseil indépendant devront justifier d'avoir fondé leur avis sur la comparaison d'un nombre suffisant de contrats du marché.

OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE CONFIRMÉES ET ÉTENDUES

La gestion des conflits d'intérêts devient un dispositif majeur. Elle renforce l'obligation de conseil

en donnant un cadre à sa crédibilité. Il faut donc bannir tout ce qui est de nature à amoindrir l'objectivité de l'offre ou tout ce qui conduirait à ne pas agir honnêtement, de manière équitable et professionnelle, pour servir au mieux les intérêts des clients. Ainsi, les obligations de transparence, déjà présentes dans DIA 1, sont confirmées et étendues. La transparence statutaire est concernée en premier lieu. Elle oblige à indiquer de manière précise le statut de l'intervenant, ses liens juridiques, contractuels ou informels, économiques, voire capitalistiques avec les assureurs.

Ensuite, la prestation et le conseil seront rendus d'une façon indépendante ou selon des contraintes statutaires ou d'engagements. De même, la transparence s'étendra au produit ou au service proposé. Sur ce plan, les informations seront données sous une forme normée qui favorise les comparaisons, et dans un langage clair et accessible !

Enfin, la transparence de la rémunération devient une obligation formelle et totale pour les produits d'investissements assuranciers. Pour les autres produits, seules la nature et l'origine de la rémunération sont obligatoires. La rémunération est-elle constituée d'honoraires, de commissions, de salaires ? Est-elle assortie de formes d'intéressements et/ou liée à des volumes d'activité ? Si oui, comment ces paramètres sont-ils calculés ? Les systèmes de rémunération doivent éviter tout conflit entre les intérêts des distributeurs et ceux des clients. En fait, ils doivent être neutres. C'est-à-dire qu'ils ne doivent pas être liés à des objectifs de telle manière que le distributeur pourrait être tenté de privilégier son intérêt plutôt que



FOCUS

Commission ou pas commission ?

Lors des travaux préparatoires, l'idée de limiter ou d'interdire les commissions a animé un temps les débats et suscité des inquiétudes. Fort heureusement, rien de cela n'est repris. La commission reste l'une des formes de rémunération. Seul bémol, dans MIFID 2, le fait de percevoir une commission est antinomique avec la qualification d'indépendant qui impose d'être payé directement par le client. Une disposition qui n'est pas reprise dans IDD et constitue, d'ailleurs, l'une des rares distorsions entre les deux textes.

celui du client. Tous ceux qui interviennent dans le processus de distribution sont concernés : les inspecteurs, les responsables commerciaux, etc. et pas seulement les commerciaux en bout de chaîne. Il faut donc envisager une large refonte des systèmes de rémunération et d'intéressement des organisations commerciales.

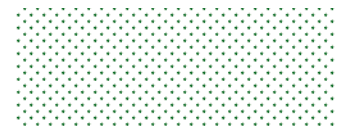
Pour bien souligner l'importance apportée à la gestion des conflits d'intérêts, les directives imposent la mise en place de politiques de prévention et de gestion de ces conflits. Il faudra donc les identifier pour anticiper leurs conséquences et, lorsqu'ils n'auront pas pu être supprimés, en informer les clients. Ces politiques, imposées à toutes les entreprises d'assurance et de distribution, seront formalisées, c'est-à-dire écrites et révisées annuellement. Toutefois, le législateur a prévu qu'elles seront appropriées à la taille de l'entreprise, à la complexité des offres et à leur nature. Bref, cela risque d'être un joli morceau de bravoure.

PROCÉDURE DE VALIDATION DE CHAQUE PRODUIT

En fin de parcours législatif, une nouvelle disposition est apparue. Elle impose à ceux qui fabriquent un produit d'assurance une procédure de validation de chaque produit aux besoins de

la cible de clients à laquelle il est destiné. Il s'agit d'un processus formel d'adéquation qui devra être d'ailleurs renouvelé régulièrement. Nous retrouvons là le souci du législateur de s'assurer que les produits proposés correspondent à de réels besoins de marché et pas seulement à des objectifs de chiffre d'affaires des assureurs. Au passage, ce texte glisse de la réglementation de la distribution vers celle des produits !

Désormais, la balle est dans les mains de la Commission européenne et de l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (EIOPA) pour la rédaction des actes délégués, et dans celles des États membres pour la transposition dans les droits de chaque pays. ■



CALENDRIER

► **MIFID 2** : la directive sur les marchés d'instruments financiers sera applicable dès le 1^{er} janvier 2017.

► **IDD** : la directive sur la distribution de l'assurance sera appliquée vingt-quatre mois après sa transposition, soit dans le courant de l'année 2017.