

La Directive sur la Distribution d'Assurances

Note d'actualité Juin 2018

La Directive sur la Distribution d'Assurances (DDA) (ou Insurance Distribution Directive – IDD) adoptée le 20 janvier 2016 est une réglementation européenne renforçant les obligations des acteurs de l'assurance en matière de distribution des produits d'assurance. Elle s'inscrit dans la continuité de la directive d'intermédiation en assurance (DIA) de 2002, en élargissant les contraintes réglementaires envers les assureurs.

Elle pousse le secteur de l'assurance vers un modèle d'interaction client plus transparent et fondé sur le conseil.

La DDA entrera en vigueur le **1er octobre 2018** concernant la majorité des exigences (gouvernance et surveillance des produits, information et conseil, transparence, rémunération et impacts généraux). Un délai supplémentaire a été accordé concernant l'exigence de formation, qui sera opposable à compter du **23 février 2019**.

La DDA va, en structurant davantage les interactions entre clients et assureur ainsi que les process de conception et de suivi des produits, permettre une protection accrue des consommateurs

Le textes de loi référents :

Ordonnance n° 2018-361 du 16 mai 2018 relative à la distribution d'assurances
Décret n° 2018-431 du 1er juin 2018 relatif à la distribution d'assurances

#1 De quoi parle-t-on ?

La DDA articule ses mesures clés autour de **4 piliers principaux** :

Information et devoir de conseil

Le distributeur fournit, avant la conclusion du contrat, des **informations claires** sur le produit.

Le distributeur fournit au client **des produits conformes aux besoins exprimés** grâce à une démarche de conseil traçable

Transparence des distributeurs vis-à-vis du public

L'intermédiaire **doit communiquer la nature de sa rémunération** de distribution

L'intermédiaire doit **indiquer s'il est actionnaire à plus de 10%** d'une entreprise d'assurance pour éviter les conflits d'intérêts

Exigences professionnelles

Les distributeurs suivent **des formations continues d'au moins 15 heures** par an

L'**honorabilité et les compétences des distributeurs sont contrôlées** lors de leur recrutement

Surveillance et gouvernance des produits

Les assureurs mettent en place une gouvernance des produits permettant de concevoir **des produits cohérents avec un marché cible**

Les assureurs **surveillent l'évolution des produits** après leur commercialisation

#2 Contenu des 4 piliers

La directive structure une liste d'obligations édictées par la Commission Européenne, **transposée en droit français le 17 mai 2018**.

Information et devoir de conseil

En complément d'une information transparente sur le caractère publicitaire de nombreux supports, la DDA introduit, dans le cadre de l'information consommateur, le Product Information Document (PID), standardisé et détaillé pour tous les produits d'assurance non-vie. Il s'agit d'un document précontractuel et autonome qui doit être remis systématiquement au client (personne morale souscriptrice dans le cadre de contrats collectifs). Il contient notamment :

- Des informations sur le type d'assurance
- Un résumé de la couverture d'assurance (liste des garanties, services et assistance en inclusion et optionnels)
- Les principales exclusions du contrat
- La zone de couverture
- Les obligations à la souscription, en cours de contrat et au renouvellement
- Les modalités de paiement des primes
- La durée du contrat
- Les modalités et implications de la résiliation du contrat

Concernant le devoir de conseil, la directive prévoit une obligation pour les distributeurs de fournir des informations objectives sous une forme compréhensible, et en lien avec les besoins et exigences formulées par le client.

Cela implique d'articuler les processus de vente de manière à découvrir les besoins et les exigences client et, en cas de distribution intermédiée, lui fournir une recommandation personnalisée sur la base d'un nombre de contrats suffisant, en expliquant la raison pour laquelle le produit recommandé correspond le mieux aux exigences du client et à ses besoins en matière d'assurance.

Transparence des distributeurs vis-à-vis du public

Les clients des assureurs doivent désormais être informés, avant la conclusion du contrat, du statut des acteurs qui vendent les contrats et de la nature de la rémunération que ceux-ci perçoivent lors de la vente. La DDA décrit trois grands principes pour répondre à cet objectif :

- **Conduite générale** : le distributeur doit agir de manière honnête, impartiale et personnalisée. Il doit également communiquer une éventuelle obligation contractuelle de proposition de produits d'un assureur ou une éventuelle partialité vis-à-vis d'un acteur
- **Rémunération du distributeur** : le distributeur communique la nature de sa rémunération sur le contrat. Sa rémunération ne doit par ailleurs pas l'empêcher d'agir au mieux des intérêts du client
- **Affichage de la participation** : l'intermédiaire de distribution doit afficher au client toute participation représentant au moins 10% du capital d'une entreprise d'assurance qu'il détient. La règle est la même si c'est une entreprise d'assurance qui détient des parts du distributeur

Exigences professionnelles

Les distributeurs de produits d'assurance et de réassurance ainsi que leur personnel doivent posséder les connaissances et les aptitudes adaptées leur permettant de répondre aux besoins des clients sur les ventes de contrats d'assurance. Ces exigences visent de manière différenciée les personnes morales et les personnes physiques :

Personnes morales : les intermédiaires doivent être couverts par une assurance de responsabilité civile professionnelle portant sur la responsabilité résultant d'une faute professionnelle et respecter des règles garantissant leur capacité à transférer les primes des clients aux entreprises d'assurance.

- **Personnes physiques** : le personnel des distributeurs ayant un lien direct avec la vente des produits d'assurance doit suivre au minimum 15 heures annuelles de formation ou de développement professionnel. Les compétences et le respect des règles d'honorabilité, avec notamment l'absence de condamnation pénale liée à une atteinte aux biens, sont contrôlés lors du recrutement.

Des mesures correctrices sont mises en place en cas d'inadéquation du produit avec le marché cible.

#3 Impacts pour les assureurs et les distributeurs

La Directive de Distribution d'Assurances implique, pour les assureurs et distributeurs, de faire évoluer de manière conjointe la stratégie, l'organisation, les systèmes d'information ainsi que les processus. La mise en conformité avec la réglementation est donc également **une opportunité forte de repenser un certain nombre d'aspects de la distribution** :

Surveillance et gouvernance des produits

La DDA instaure une répartition claire des rôles et responsabilités des acteurs impliqués dans la conception, la gouvernance et le suivi des produits au travers de conventions (conventions de partenariat et de co-conception). La directive impose à ces acteurs d'être garants de l'adéquation du produit et de ses cycles de distribution avec les besoins réels de segments de marché. Ces règles sont formalisées dans la DDA sous le concept de « Product Oversight and Governance » (POG). On y retrouve les éléments suivants :

- **Lors de la conception du produit** : un marché cible doit être défini pour chaque nouveau produit et une stratégie de distribution cohérente avec la cible visée doit être mise en place. Le risque de préjudices clients doit être évalué et un test du produit est systématiquement réalisé
- **Lors de la distribution du produit** : l'assureur met à disposition du distributeur tout renseignement utile sur le produit et son processus de validation. Le distributeur, lui, doit se doter d'outils appropriés pour se procurer les informations sur le produit et comprendre le marché cible
- **Lors du suivi du produit** : l'assureur doit procéder à un examen régulier de l'adéquation de son produit avec le marché cible par un passage périodique en comité produits (avec une fréquence adaptée à la sensibilité du produit) et du suivi de reportings produit.
- **Marketing** : impact sur les processus de création et de suivi des offres et exigence de faire la preuve de l'analyse des besoins clients
- **Distribution** : impact sur les processus de vente notamment pour intégrer les dimensions d'information et conseil sur l'ensemble du cycle de vie des produits
- **Ethique** : impact en matière de prévention, de détection et de gestion des conflits d'intérêt ainsi que sur la revue des accords et protocoles de rémunération
- **Organisation** : impact sur la mise à niveau en termes de professionnalisation des distributeurs, de rédaction ou mise à jour de documents et procédures
- **Systèmes d'information** : impact sur les cinématiques des outils de vente et sur les outils de reporting et de back office

Les points à retenir

La DDA c'est ...



...une mise en conformité obligatoire au **1er octobre 2018**



..une série de mesures visant à **renforcer la protection du consommateur** en matière d'assurance



...des **impacts** à tous les niveaux pour les acteurs et l'occasion d'**optimiser la distribution et la démarche de création d'offre**

Notre expertise

OpusLine vous accompagne pour tirer parti de ces évolutions



Interprétation des évolutions réglementaires et leurs impacts sur votre stratégie, vos processus et votre organisation



Transformation de ces évolutions en opportunités :

- Traduction en vision stratégique
- Stratégie relation client et discours associé
- Professionnalisation des réseaux



Réussite de la transformation opérationnelle

- Restructuration de l'organisation
- Évolution des processus et des systèmes d'information

OpusLine est un cabinet de conseil en stratégie et management dédié au secteur de la santé.
Plus de 80 consultants spécialisés, au service de vos projets,
de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle.



Audrey Berling-Eeckhout

07 63 30 11 81

audrey.berling@opusline.fr

Vanessa Mendel-Kopelman

07 63 30 11 78

vanessa.mendel@opusline.fr

Alix Pradère

06 60 11 95 52

alix.pradere@opusline.fr