

VEILLE JURIDIQUE
POUR LA COMPAGNIE DES CGP-CIF

JANVIER 2020

➤ **Vigilance particulière de l'ACPR sur le respect des principes de clarté et d'équilibre dans les offres publicitaires impliquant d'effectuer des versements sur des unités de compte :**

Dans un communiqué de presse en date du 30 janvier dernier, l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (« **ACPR** ») a appelé à la vigilance sur la présentation des offres relatives aux contrats d'assurance-vie impliquant des investissements sur des unités de compte.

Il est rappelé que le contenu des publicités et offre à caractère promotionnelle permettent aux épargnants d'identifier les risques auxquels ils se trouvent exposés en cas de souscription, en disposant d'une **présentation claire et équilibrée de l'offre concernée**. Ce qui n'est pas le cas dans plus du tiers des publicités analysées par l'ACPR.

En tant que professionnels, la **mise en œuvre des principes de clarté et d'équilibre** dans les publicités portant sur des contrats d'assurance-vie, plus particulièrement les offres avec des investissements sur des unités de compte, est primordiale.

Les règles relatives aux principes de clarté et d'équilibre dans les communications à caractère publicitaire des contrats d'assurance-vie sont détaillés dans la **Recommandation 2019-R-01** du 6 décembre 2019¹, dont les principes sont rappelés ci-après.

➤ **[Recommandation 2019-R-01](#) du 6 décembre 2019 sur les communications à caractère publicitaire des contrats d'assurance-vie :**

L'ACPR précise de manière exhaustive ses exigences afin de s'assurer que les supports publicitaires des contrats d'assurance-vie sont clairs, exactes, non trompeur et compréhensibles pour les clients concernés, exigences auxquelles sont soumis les intermédiaires en assurance afin de respecter les obligations sur le contenu des communications à caractère publicitaire.

Cette recommandation remplace les recommandations 2015-R-01 et 2011-R-02. Par ailleurs, les recommandations relatives aux communications publicitaires portant sur des contrats d'assurances sur la vie en unités de compte constituées d'instruments financiers complexes² ou liés au financement en prévision d'obsèques³ sont également applicable le cas échéant.

Afin de respecter le cadre légal et réglementaire, l'établissement d'une convention entre les entreprises d'assurance et leurs intermédiaires est requis afin d'organiser les modalités de transmission de ces publicités et toute diffusion ainsi que l'échange d'information dans le cadre du dispositif de gouvernance et de surveillance des produits d'assurance⁴.

¹ Anciennement la Recommandation 2015-R-01 du 12 février 2015

² [Recommandation 2016-R-04](#)

³ [Recommandation 2015-R-02](#)

⁴ Article L. 516-1 du Code des assurances

L'ACPR recommande aux entreprises d'assurance et de capitalisation ainsi qu'aux intermédiaires d'assurances, qui proposent des contrats d'assurances sur la vie et de capitalisation faisant l'objet de communications à caractère publicitaire, de :

- Identifier et de présenter clairement et de manière explicite toute information de nature à permettre au public d'appréhender aisément le sens de cette communication publicitaire *via* un vocabulaire accessible du public concerné, sans termes ambigus et sans occulter d'éléments ainsi que par des formats de diffusions adaptés et lisibles (ou audibles le cas échéant) ;
- Identifier et de présenter de manière équilibrée les risques de la même manière, comme le corollaire des avantages ;
- Présenter tout renvoi de manière parfaitement claire et lisible (rattacher les informations à sa mention par un numéro et les détacher les unes des autres par exemple). Le renvoi n'est pas possible en ce qui concerne les mentions devant figurer expressément dans le corps principal du texte publicitaire ;
- Identifier la nature du contrat d'assurance-vie ou du support promu est indispensable sans qu'il existe un risque que le client concerné soit induit en erreur ;
- De ne pas faire de référence à l'ACPR d'une manière pouvant laisser penser qu'elle approuve, cautionne ou autorise les offres ou contrats d'assurance-vie promus ;
- Pour les contrats ou support présentant un risque de perte en capital ou sur un argument lié à la garantie (*cf. 4.3. de la Recommandation 2019-6-01*) :
 - o Ce risque doit être détaillé de manière équilibrée ainsi que la sortie anticipée ou à l'échéance ;
 - o L'argument tiré de la garantie du capital ne peut être utilisé que si elle est inconditionnelle à défaut le pourcentage des sommes versées par le client auquel la garantie correspond doit être précisé et apparent ; et
 - o Il doit être inséré, en caractères très apparents, un avertissement sur les risques liés au support proposé à proximité des informations sur le rendement des unités de comptes ;
- Pour toute communication sur un taux de rendement passé ou à venir du contrat (*cf. 4.4. de la Recommandation 2019-6-01*) :
 - o Le taux annoncé doit être annualisé, net de frais de gestion supportés par le contrat ou les supports promus avant prélèvements sociaux et fiscaux ;
 - o Il doit être indiqué si des frais de gestion déjà pris en compte dans le calcul du taux ou d'autres frais pourraient être prélevés ;
 - o Il s'agira de mentionner, de manière apparente, la période d'application du rendement annoncé et les conditions de souscription pour en bénéficier ;
 - o Un avertissement devra être inséré, selon lequel le rendement passé annoncé ne préjuge pas du rendement futur ; et
 - o Le taux de rendement passé ne pourra pas être utilisé comme thème central de la communication pour les supports en unités de compte ; etc.
- Pour les communications sur des opérations commerciales de promotions :
 - o Préciser de manière apparente les conditions éventuelles régissant cette opération et à proximité de l'avantage promu par une mention claire ; et
 - o Indiquer de manière précise l'existence de ces frais afin de contrebalancer l'avantage promu par les frais ;
- Mettre en œuvre les procédures nécessaires pour assurer un contrôle interne adapté afin de répondre aux obligations en termes d'information publicitaire.

➤ **Proposition de loi relative à la réforme du courtage :**

Une proposition de loi a été déposée, le 14 janvier 2020, à l'Assemblée nationale relativement à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiements.

Cette proposition de loi s'inscrit dans le prolongement du dernier rapport annuel de l'ACPR dans lequel l'institution a relevé des dysfonctionnements dans la conformité réglementaire, notamment dans les conditions de commercialisation des produits d'assurance (contrats de complémentaire santé ou de médiation).

Cette réforme vise à « *renforcer la vigilance et le contrôle de conditions de commercialisation des produits d'assurance, mais aussi l'encadrement de l'activité de courtage en général* ».

Parmi les mesures envisagées, si la proposition de loi est votée, figure la soumission des associations professionnelles agréées à la compétence de l'ACPR.

Les associations professionnelles devraient, dans ce cas, présenter un dossier d'agrément dans lequel l'ACPR vérifierait notamment leur représentativité, la compétence et l'honorabilité de leurs représentants légaux et administrateurs et l'impartialité de leur gouvernance.

Lors du dépôt de leur demande d'agrément, les associations devraient, selon la proposition de loi, présenter par écrit les règles qu'elles s'engagent à mettre en œuvre, notamment pour procéder à la vérification des conditions d'accès à la profession des courtiers.

Les associations devront également adresser à l'ACPR un rapport annuel de leurs activités.

**