



WEBINAIRE VENTE A DISTANCE

lawins
AVOCATS

INTRODUCTION

Rappel réglementaire : La fourniture à distance d'opérations d'assurance à un consommateur

Domaine :

✓ **Personne physique**, qui agit à des fins qui **n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale ou professionnelle**.

✓ Vente par téléphone.

✓ Vente en ligne.

- Inventaire des informations à communiquer : 8 séries d'informations visées dans le Code (nom de l'assureur, son adresse, coordonnées de l'ACPR, montant de la prime, modalités de renonciation, etc....)
- Temporalité de la remise des informations :
 - Principe : Le souscripteur, personne physique, qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale ou professionnelle reçoit, par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès **en temps utile et avant tout engagement**, les conditions contractuelles ainsi qu'une série d'informations⁽¹⁾.
 - Exception : L'assureur ou l'intermédiaire d'assurance exécute ses obligations de communication immédiatement **après la conclusion du contrat**, lorsque celui-ci a été **conclu à la demande du consommateur** en utilisant une technique de communication à distance ne permettant pas la transmission des informations précontractuelles et contractuelles sur un support papier ou sur un autre support durable⁽²⁾.
- Rigueur identique en face à face, en ligne ou à distance :
 - La vente à distance ne permet pas un devoir de conseil ou d'information allégé : La vente à distance est soumise à la même rigueur réglementaire que les modes de commercialisation traditionnels.

1. Article L.112-2-1 du Code des assurances.
2. Article R.521-2 du Code des assurances



UN SUJET D'ACTUALITE

LE POINT DE VUE DE L'ACPR

*Une priorité du
régulateur*

Règlementation applicable

- ✓ Code de la consommation
- ✓ Code des assurances
- ✓ Données personnelles (RGPD)

□ Communication ACPR relative à la commercialisation de contrats santé (juin 2018) + Communiqué de presse du 9 octobre 2019

Le régulateur a relevé des pratiques commerciales agressives et trompeuses suite à de nombreuses réclamations de clients démarchés par téléphone : Du fait des modalités de la vente, les clients ne comprenaient pas avoir donné leur consentement, lors de l'entretien téléphonique, à la souscription d'un contrat.

□ Rapports Annuels de l'ACPR 2018 et 2019

□ Enseignements à tirer des sanctions ACPR prononcées

▪ Sanction ACPR, SANTIANE, 22 décembre 2016 :

- Approximations dans la délivrance d'informations précontractuelles ;
- Insuffisances relatives au devoir de conseil dans le cadre d'une souscription à distance ;

▪ Sanction ACPR, SGP, 28 février 2018 :

- Approximations lors du recueil du consentement ;
- Manquement dans l'accomplissement de l'obligation d'information : Identité, immatriculation, les liens capitalistiques entretenus avec l'assureur.

▪ Sanction ACPR, PROVITALIA, 15 mai 2019 :

- Voir Focus I.

▪ Sanction ACPR, VIVA CONSEIL, 28 février 2020 :

- Application injustifiée de l'exception / Motif de l'appel erroné / Défaut de motivation du conseil



La conclusion de contrats à distance via des plateformes de vente n'est pas remis en cause... mais elle est très encadrée.

LE POINT DE VUE DE L'ACPR

Focus I : Sanction PROVITALIA

Sanction pécuniaire

- ✓ 20.000 euros...
- ✓ ... mais c'était le résultat annuel de l'entreprise !
- ✓ Données personnelles (RGPD)

1. Décision du 15 mai 2019- Procédure n°2018-02 - 20.000 euros d'amende.

Le mécanisme de souscription à distance mis en place par le courtier était le suivant :

- **Etape 1** : Le client communique des éléments sur son identité et sur les contrats d'assurance qu'il détient. Point fondamental, à l'issue de l'entretien, il indique s'il accepte d'être rappelé.
- **Etape 2** : le téléconseiller rappelle le client et procède à la vente proprement dite.
- **Etape 3** : le téléconseiller appelle à nouveau le client, l'informe que le contrat est conclu, et procède à l'annulation du contrat si le client formule une objection.

En procédant de la sorte, le courtier pensait pouvoir valablement se prévaloir de la dérogation prévue à l'article R.521-2 du Code des assurances estimant que c'est bien le client qui, en acceptant d'être rappelé à la fin de la première étape du process de vente, est à l'origine de la souscription (*laquelle est alors effectuée « à sa demande »*).

L'ACPR rejette l'argumentation en relevant que « *ni l'accord pour être rappelé donné lors du premier appel, ni le consentement à la souscription donné in fine par le consommateur ne peuvent être regardés comme une demande de sa part de conclusion d'un contrat en utilisant une technique de communication à distance* » (Considérant 14).

L'ACPR porte une attention particulière à l'identité de l'intervenant qui est à « *l'initiative de l'appel* » et écarte l'application du régime dérogatoire dans l'hypothèse d'un démarchage.

=> Il paraît prudent d'estimer que, sauf appel entrant du client, les distributeurs doivent considérer que la communication des éléments d'information précontractuelle avant la conclusion du contrat est la norme et non l'exception.

LE POINT DE VUE DE LA DGCCRF

*Les autres autorités ne
sont pas en reste*

A noter

✓ Baisse des tarifs de l'abonnement aux bases de données BLOCTEL entrainera une plus grande sévérité des autorités.

□ La DGCCRF sanctionne des manquements au dispositif BLOCTEL

▪ MACI, 25 aout et 24 septembre 2020, 16.500 euros et 12.000 euros :

- Reproches au courtier : Avoir **appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel** dans le cadre de démarchage téléphonique + Ne pas avoir fait **expurger** ses listes de prospects qui se sont pourtant inscrits ultérieurement sur Bloctel.
- Une nouvelle amende administrative a été prononcée le 24 septembre dernier à l'encontre de la même société à qui il est reproché, une nouvelle fois, les mêmes griefs.

▪ CCMF, 29 septembre 2020, 19.992 euros :

- Amende administrative de 19.992 € à l'encontre de la société CCMF pour démarchage téléphonique de consommateurs inscrits sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique BLOCTEL.

▪ Courtalys, 5 mars 2021, 52.266 euros :

- **Grief n°1** : Le démarchage téléphonique de consommateurs **inscrits sur la liste d'opposition** au démarchage téléphonique en l'absence de relations contractuelles préexistantes,
- **Grief n°2** : Défaut d'information des consommateurs de leur **droit de s'inscrire sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique**,
- **Grief n°3** : L'absence d'information des consommateurs sur les **coordonnées du médiateur de la consommation**.

TABLEAU DES DERNIERES SANCTIONS DGCCRF

Le sujet intéresse aussi la CNIL⁽¹⁾

- ✓ Insuffisances dans la protection des données des utilisateurs de son site web.
- ✓ Un client a eu accès aux données personnelles d'autres clients (copies de permis de conduire, RIB, etc...).
- ✓ Sanction du courtier pour avoir « manqué à son obligation de sécurisation des données personnelles » (Article 32 du RGPD).

Date de la sanction	DDP	personne sanctionnée	activité	Grief(s)	Montant de l'amende administrative
23/09/2019	Bouches-du-Rhone (13)	SAS France Prévoyances & Mutuelles	Courtier	- avoir contacté 18 688 consommateurs inscrits sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique Bloctel	12 K€
28/02/2020	Bouches-du-Rhone (13)	DNASSUR	Courtier	- avoir appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel dans le cadre de démarchage téléphonique, - ne pas avoir fait expurger ses listes de prospects qui se sont pourtant inscrits ultérieurement sur Bloctel	33 K€
25/08/2020	Bouches-du-Rhone (13)	Montefiori Assurances Conseils Investissements (M.A.C.I.)	Courtier	- avoir appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel dans le cadre de démarchage téléphonique, - ne pas avoir fait expurger ses listes de prospects qui se sont pourtant inscrits ultérieurement sur Bloctel	16,5 K€
24/09/2020	Bouches-du-Rhone (13)	Montefiori Assurances Conseils Investissements (M.A.C.I.)	Courtier	- avoir appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel dans le cadre de démarchage téléphonique, - ne pas avoir fait expurger ses listes de prospects qui se sont pourtant inscrits ultérieurement sur Bloctel	12 K€
29/09/2020	Haute-Garonne (31)	Centre Comparatif des Mutuelles de France (CCMF)	Courtier	- avoir appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel dans le cadre de démarchage téléphonique	19 992 €
26/01/2021	Alpes Maritimes (06)	SANTORS	Courtier	- avoir appelé des personnes inscrites sur le fichier Bloctel dans le cadre de démarchage téléphonique. La DDPP a prononcé une injonction administrative, correspondant pour le professionnel à une obligation de se mettre rapidement en conformité avec la réglementation, de « respecter les dispositions prévues aux articles L. 223-1 et suivants du code de la consommation » relatives à la liste d'opposition Bloctel interdisant « à un professionnel, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers agissant pour son compte, de démarcher téléphoniquement un consommateur inscrit sur cette liste, sauf en cas de relations contractuelles préexistantes.»	0 €



Une injonction à se mettre en conformité sous astreinte peut également être prononcée.

1. Sanction ACTIVE ASSURANCE, 18 février 2019 (180.000 euros d'amende) :
Source du tableau : Compliance.

FOCUS SUR LE DEVOIR DE CONSEIL EN LIGNE EN ASSURANCE VIE

*Annexe à la Recommandation
ACPR 2013-R-01 (recueil
via des interfaces numériques)*

Applicable à la vente via :

- ✓ Site internet.
- ✓ Tablette.
- ✓ Application mobile.

□ Modalités de recueil et traçabilité des informations

- Assister le client dans le remplissage du questionnaire : questions compréhensibles, ressources en ligne permettant d'explicitier certains termes ou notions (**pop-up d'alertes** ou d'informations).
- Permettre l'accès à une **assistance** adaptée pour éclairer le client sur des difficultés de compréhension (exemple : hotline, tchat...).
- Mettre en place des **blocages** ou alertes lorsque le système perçoit des anomalies.
- Mettre à profit les connections du client pour lui rappeler la nécessité de **mettre à jour sa situation**.
- Assurer la **preuve de la remise des documents précontractuels** : Adresser des courriers électroniques récapitulant les différentes étapes intervenues (récapitulatif des informations recueillies formalisation et motivation du conseil) => Expliquer en quoi le contrat est adapté à la situation du client.

□ Exploitation des informations

- Effectuer des contrôles de **cohérences** entre les réponses apportées (rapport sommes investies et patrimoine).
- Mettre en place des alertes face à des situations qui nécessitent **l'intervention d'un conseiller => personne vulnérable**.

□ Moyens et procédures

- Être en mesure de justifier les choix retenus dans la **modélisation de l'algorithme** utilisé.
- Assurer la traçabilité de la prise de **conscience de la finalité du questionnaire** et de la reconnaissance par le client de la sincérité des réponses.
- Conserver de manière chronologique dans des conditions de sécurité et de durabilité **l'ensemble des questionnaires et mises à jour** enregistrées par le client.



L'ENCADREMENT LEGAL DU DEMARCHAGE TELEPHONIQUE

LA LOI NAEGELEN

L'encadrement du démarchage téléphonique

Règlementation applicable

- ✓ Droit des assurances...
- ✓ ... mais également tout secteur confondus.

1. LOI n° 2020-901 du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux.

□ Principaux apports (I)

- Le professionnel qui contacte un consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat portant sur la vente d'un bien ou sur la fourniture d'un service devra indiquer à celui-ci qu'il peut **s'inscrire gratuitement sur la liste d'opposition** au démarchage téléphonique (Bloctel).
- Le professionnel doit s'assurer de la **conformité de ses fichiers de prospection** avec la liste Bloctel, en saisissant l'organisme chargé de gérer celle-ci :
 - Au moins une fois par mois s'il exerce à titre habituel une activité de démarchage téléphonique
 - Avant toute campagne de démarchage téléphonique dans les autres cas.
- Jusqu'à présent, un professionnel pouvait démarcher un **consommateur inscrit sur la liste d'opposition** Bloctel, « *en cas de relations contractuelles préexistantes* » :
 - La nouvelle rédaction de l'article L. 223-1 du Code de la consommation réduit le périmètre de cette dérogation.
 - Les professionnels qui souhaiteront démarcher téléphoniquement des clients consommateurs inscrits sur la liste Bloctel devront démontrer qu'il s'agit de sollicitations :
 - ✓ Intervenant dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours ;
 - ✓ Et ayant un rapport avec l'objet de ce contrat, y compris lorsqu'il s'agit de proposer au consommateur des produits ou des services afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité.

Qui : Vente d'une extension de garantie à une MRH.

Non : Vente d'un contrat d'assurance prévoyance au titulaire d'un contrat auto.

LA LOI NAEGELEN

L'encadrement du démarchage téléphonique

1. LOI n° 2020-901 du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux.

□ Principaux apports (II)

- Les professionnels devront, en outre, respecter un code de bonnes pratiques déterminant les règles déontologiques applicables au démarchage téléphonique, qui sera élaboré par les professionnels exerçant dans le secteur de la prospection commerciale par voie téléphonique et rendu public.
- Un décret fixera les jours et horaires auquel un démarchage peut avoir lieu.
- Tout contrat conclu avec un consommateur à la suite d'un démarchage téléphonique réalisé en violation de ces nouvelles dispositions est présumé nul.
- L'effectivité du dispositif est assurée par le renforcement des amendes administratives en cas de manquements aux règles :
 - 75.000 € pour les personnes physiques ;
 - 375.000 € pour les entreprises ;



=> Mettre à jour les scripts de vente par téléphone.
=> Veiller à la mise à jour des conventions de distribution (définition du marché cible).

LOI RELATIVE A LA REFORME DU COURTAGE⁽¹⁾

Consécration de l'Avis CCSF du 19 juillet 2019

1. LOI n° 2021-402 du 8 avril 2021 relative à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiement

- ❑ **Création d'un article L.112-2-2 du Code des assurances** : Consécration de l'Avis CCSF du 19 juillet 2019.

- ❑ **Reprise des points principaux de l'Avis CCSF** (voir schéma slide suivant) :
 - Recueillir l'**accord explicite préalable du souscripteur** éventuel à la poursuite de la communication.

 - À défaut, **mettre fin à l'appel** sans délai et ne pas le contacter à nouveau.

 - S'assurer, avant la conclusion à distance du contrat, de la **bonne réception des documents** et informations réglementaires.

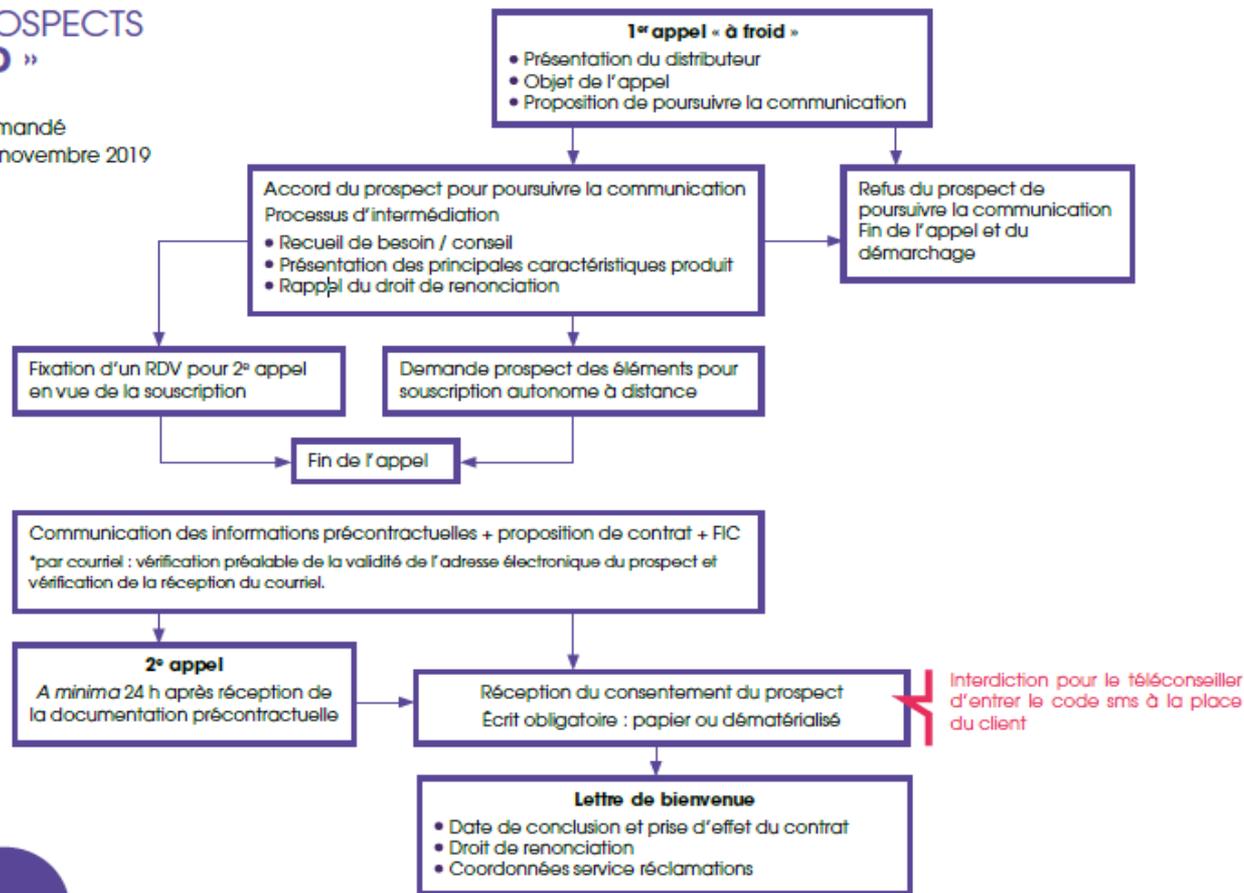
 - Respecter un **délai minimal de vingt-quatre heures** entre la réception par le souscripteur éventuel des documents et informations règlementaires et tout nouveau contact par téléphone.

 - **Informé sans délai le souscripteur** des dates de conclusion et de prise d'effet du contrat, de son éventuel droit de renonciation et des modalités d'exercice de ce droit.



VENTES
À DES PROSPECTS
« À FROID »

Processus de vente recommandé
dans l'Avis du CCSF du 19 novembre 2019



Source : Guide pratique sur la
commercialisation par téléphone des
contrats d'assurance PLANETE CSCA

LOI RELATIVE A LA REFORME DU COURTAGE⁽¹⁾

Règlementation



Applicable au distributeur qui contacte **par téléphone** un souscripteur éventuel en vue de conclure un contrat d'assurance qui **n'entre pas** dans le cadre de son activité commerciale ou professionnelle.



Non applicable lorsque le distributeur est lié au souscripteur éventuel **par un contrat en cours** ou lorsque l'adhérent éventuel **a sollicité l'appel** ou **a consenti à être appelé**, en engageant de manière claire, libre et sans équivoque une démarche expresse en ce sens.

❑ Focus particuliers :

- Lutte contre la multi-détention : S'assurer que le souscripteur éventuel peut résilier **son contrat en cours** concomitamment à la prise d'effet du contrat proposé si son offre concerne un risque déjà couvert.
- Renforcement du consentement :
 - Le souscripteur éventuel ne peut consentir au contrat **qu'en le signant**.
 - Cette signature ne peut être que **manuscrite ou électronique**.
 - Elle **ne peut pas intervenir au cours d'un appel téléphonique**.
 - Elle doit intervenir au moins de **vingt-quatre heures après** la réception des documents et informations règlementaires.
- Enregistrement des communications téléphoniques : Les distributeurs **enregistrent**, conservent et garantissent la traçabilité de l'intégralité des communications téléphoniques intervenues **avant la conclusion** du contrat d'assurance, pendant une période de **deux années**.



Il convient d'être attentif aux prochaines semaines car la constitutionnalité du texte pourrait être remise en cause (cavalier législatif).

1. LOI n° 2021-402 du 8 avril 2021 relative à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiement



RECOMMANDATIONS CONFORMITE

RECOMMANDATIONS CONFORMITE

- **Interprétation stricte des exclusions** : Faire un usage encadré de la dérogation prévue par l'article R.521-2 du Code des assurances ;
- **Signature électronique** : Ne pas contourner les dispositifs de signature électronique :
 - S'assurer que l'adresse électronique est bien celle du prospect (par exemple par l'envoi d'un SMS de validation) ;
 - Prévoir la vérification de la souscription par un appel téléphonique (contrôle qualité) ;
 - Valider les souscriptions par un recours à la « *visio* » ;
 - Sécuriser les souscriptions par l'envoi d'un code confidentiel par courrier ;
- **Convention de preuve**: Mettre en place une convention de preuve pour limiter les contestations quant à la réception des documents/exécution des opérations sur le contrat.
- **Former les équipes à tenir un discours commercial conforme** :
 - Ne laisser aucun doute, dans le discours commercial, sur le fait que le client est **immédiatement engagé** ;
 - Annoncer clairement **la raison de l'appel** et ne pas utiliser de prétexte (enquête de marché, mise à jour de données) ;
 - Ne pas présenter les documents contractuels comme de la **simple documentation** pour aider à la décision ;
 - Ne pas présenter le **droit de renonciation** comme offrant une absence d'engagement;
 - **Ne pas créer en lieu et place du prospect, une adresse électronique** pour lui permettre de recevoir la documentation précontractuelle et contractuelle ;



DES QUESTIONS ?