



TAXATION ANNUELLE DES CONTRATS MULTI-SUPPORTS : QUESTIONS / RÉPONSES

Fin août, le Premier ministre a annoncé que la CSG et la CRDS seraient perçues annuellement sur les contrats multi-supports d'assurance vie et non plus au dénouement. Qu'en pensez-vous ?

Olivier Farouz, Arca Patrimoine : " Au final, l'épargnant ne paiera pas plus mais plus vite. L'impact sur le rendement sera quasiment nul ou marginal. Il est clair que l'assurance vie est une niche fiscale".

Jean-Pierre Rouquet, Diot : " Plus on rogne les avantages sur les contrats multi-supports, moins les produits vont être attractifs. La mise en œuvre d'une taxation annuelle peut être le signe que l'assurance vie n'est plus la panacée. Or, les Français ont-ils une alternative pour épargner ? Les placements immobiliers sont réservés à certaines catégories. De plus, l'assurance vie apporte une réponse à la faillite des régimes sociaux publics. Comme le dit l'adage : ' l'assurance vie est en France le couteau suisse de l'épargne et de la gestion du patrimoine !'".

Geoffroy Brossier, MMA : " Malgré ce que laisse entendre le gouvernement, l'assurance vie n'est pas une niche fiscale. Non seulement elle permet aux Français de se constituer une épargne mais en plus, les fonds collectés sont majoritairement investis dans l'économie française. Il est donc nécessaire que l'assurance vie soit soumise à une fiscalité adaptée !"

Propos recueillis par Geneviève Allaire

NB : Un article abordant ce sujet sera proposé dans *La Revue du Courtage* du mois de novembre.



Assurances de Personnes

Depuis le 1^{er} juillet 2010, les distributeurs d'assurance-vie sont désormais tenus de vendre à chaque souscripteur un contrat en adéquation avec son profil en se basant sur des informations fournies par le client à propos de sa situation financière et des raisons qui l'incitent à signer un tel contrat. Ces mesures sont issues de l'ordonnance du 30 janvier 2009 portant sur la commercialisation des produits d'assurance sur la vie et sur des opérations de prévoyance collective et d'assurance.

Les précisions que doivent apporter courtiers, assureurs ou CGPI au client, indique l'article L132-27-1 du Code des Assurances "sont adaptées à la complexité du contrat d'assurance ou de capitalisation proposé". L'article R 132-5-1-1 du Code des Assurances stipule ensuite que le distributeur est tenu de communiquer au souscripteur obligatoirement par écrit informations et mises en garde, si nécessaire, "avec clarté et exactitude, sur support papier ou tout autre support durable à sa disposition et auquel il a facilement accès".



● LES COURTIERS ET ASSUREURS S'INTERROGENT

De nouvelles règles qui soulèvent des interrogations de la part des acteurs du marché : "Ces obligations légales étaient nécessaires et ont été adoptées dans l'intérêt du consommateur", analyse Jean-Pierre Rouquet, Directeur adjoint chez Diot, groupe de courtage d'assurances. "En revanche, on peut se demander comment les organismes de contrôle vont pouvoir s'assurer de leur application", s'interroge-t-il.

"Ce texte s'inscrit dans l'évolution des règles obligeant assureurs et distributeurs à formaliser leur devoir de conseil", constate Geoffroy Brossier, Directeur général de MMA Vie. "Ce qui est nouveau, c'est la nécessité de la part de l'intermédiaire de prendre la mesure de la connaissance financière du client et de formaliser les conseils donnés. Celui-ci doit être capable de faire la différence entre les supports à risques et les autres produits de capitalisation. Toute la difficulté est donc pour le professionnel de s'assurer que le client évalue en connaissance de cause le risque qu'il prend en plaçant son argent."

La crise financière est passée par là, entraînant un besoin accru de la protection des épargnants et des assurés. "Depuis une quinzaine d'années, on voit arriver sur le marché des produits plus sophistiqués utilisant des mécanismes beaucoup plus complexes qu'auparavant", explique Fabrice Pesin, Secrétaire général adjoint de l'Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP), autorité administrative indépendante adossée à la Banque de France, née du rapprochement des autorités d'agrément (CECEI et CEA) et des autorités de contrôle des secteurs de la banque et de l'assurance (CB et Acam). "A la signature d'un contrat d'assurance vie, il y a un risque que le souscripteur ne comprenne pas clairement les garanties offertes et les risques encourus. Aux plans national et européen, il s'est avéré indispensable de renforcer les obligations d'informations et de conseils. Et la crise financière a été un appel à être encore plus vigilant".

Ayant la volonté de cerner au plus près la demande de leurs clients, courtiers et assureurs n'ont pas attendu ces dispositions législatives pour s'informer des situations patrimoniale et financière de ceux-ci. MMA Vie qui dispose d'un réseau de courtage vie en pleine expansion (+37% en 2009 et +60% à la fin du mois d'août) a mis à la disposition des courtiers sur son extranet toute une série d'outils (fiches-conseils, canevas...) destinés à les aider à remplir ces nouvelles obligations, des solutions identiques à celles proposées aux agents et chargés de missions. Libres ensuite aux courtiers de les utiliser ou non. "En effet, il n'est pas de notre responsabilité de veiller au respect de cette réglementation. Néanmoins, nous nous assurons que les courtiers qui travaillent avec nous prennent la mesure du respect de ces obligations", ajoute le Directeur général. Le groupe d'assurance mutuelle avait anticipé ces nouvelles dispositions en incorporant à la démarche commerciale des demandes d'informations aux clients depuis quelques années.

Chez Diot, on avait aussi un temps d'avance : "Depuis janvier 2007, date à laquelle est entrée en vigueur la première loi sur l'intermédiation, nous réalisons systématiquement un bilan patrimonial et à cette occasion, nous remplissons une présentation type que nous adaptons en fonction du profil du client. Les informations communiquées oralement sont toujours confirmées par écrit", précise Jean-Pierre Rouquet. Avec l'application de l'ordonnance du 30 janvier 2009, le courtier est confronté à cette même difficulté : comment vérifier que le client a bien acquis les connaissances nécessaires à la compréhension des mécanismes financiers ? "C'est très difficile", souligne-t-il. "De ce fait, j'ai plutôt tendance à orienter le client vers des placements défensifs, où il y a moins de risques de fluctuations".

Arca Patrimoine, cabinet de courtage spécialisé en assurances vie, a systématisé la demande d'informations dès 2003 en remplissant deux fiches pour un même souscripteur : l'une relevant les informations patrimoniales et l'autre explicitant les motivations relatives aux projets financiers et présentant les conseils préconisés par la société. Avec les nouvelles exigences juridiques, ces demandes d'informations ont été complétées au fur et à mesure. En plus, un process qualité impose aux commerciaux de contacter leurs clients au minimum une fois par an pour suivre l'évolution de leurs projets et des sondages sur les portefeuilles sont réalisés afin de s'assurer que la démarche commerciale est en adéquation avec le profil du souscripteur.



● RÉFORMER AU BÉNÉFICE DU CLIENT

Le champ de l'assurance a fait l'objet d'un corpus de règles édictées par la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Ce texte a pour objet, selon le site Internet du ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, de "réformer en profondeur les structures de l'économie française, pour le bénéfice de tous les Français". Faisant suite à cette loi, deux ordonnances, celle du 30 janvier et une autre, adoptée le 5 décembre 2008, ont introduit des mesures visant à améliorer la communication publicitaire et à harmoniser les obligations d'informations et de conseil des distributeurs de certains produits d'assurances avec celles déjà appliquées par les banques. En conséquence, une nouvelle règle oblige, depuis le 1^{er} janvier 2010, producteurs et distributeurs de produits d'assurance à établir des conventions à propos des documents publicitaires (Article L 132-28 du Code des Assurances). Ainsi, un intermédiaire souhaitant réaliser une brochure de présentation d'un produit doit soumettre celle-ci à l'entreprise qui en est à l'origine et obtenir son aval avant de diffuser cet outil.

Au préalable, le monde de l'assurance et du courtage avait dû intégrer dans sa pratique un certain nombre de dispositions visant à protéger les souscripteurs d'assurances vie. En 2003, la loi du 1^{er} août dite "de sécurité financière", les décrets n° 1018 et 1019 et l'arrêté du 28 septembre avaient précisé les règles au regard du démarchage financier et bancaire dans le but d'améliorer la protection de la personne démarchée. Entre autres, il y avait eu aussi la loi du 21 août 2003 sur les retraites créant le PERP, l'ordonnance du 6 juin 2005 relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, la loi du 15 décembre 2005 portant diverses dispositions d'adaptation au droit communautaire dans le domaine de l'assurance...

Tout un train de mesures auquel Geoffroy Brossier est favorable : "L'évolution réglementaire va dans le bon sens et a entraîné, notamment avec la loi de 2003 sur le démarchage bancaire et financier et l'arrêté du 28 septembre 2004 relatif à la carte de démarchage, une remise à niveau assez significative du côté des professionnels. S'y ajoute, pour les courtiers, l'obligation de s'inscrire à l'Orias (Organisme pour le registre des intermédiaires en assurance). Cela entraîne une professionnalisation de l'intermédiaire par branche et nécessite sa spécialisation."



Un point de vue partagé par Jean-Pierre Rouquet : "Ces récentes dispositions favorisent les professionnels ayant les compétences suffisantes pour vendre de tels produits".

De son côté, Olivier Farouz, Directeur général d'Arca Patrimoine, y voit un frein au développement : "L'excès de réglementation risque de nuire à l'activité commerciale. Ainsi, nous sommes tenus de mettre à jour les documents pour être en phase avec les nouvelles dispositions et nous le faisons systématiquement mais le processus est lourd. Notamment, lorsqu'il faut rappeler un client parce qu'il y a eu des ajustements législatifs et que celui-ci est tenu de signer à nouveau des éléments pour que son dossier soit parfaitement à jour. Notre société devient excessive quant à la protection du consommateur."

Parce que l'intérêt et la satisfaction du souscripteur priment, se plier à toute nouvelle obligation va de soi pour le Directeur général de MMA Vie : "ces nouvelles règles assurent à la fois la protection du client et celle du distributeur, amenant une plus grande transparence dans les relations. Il est clair que plus on dispose d'éléments sur la personne et sa situation financière, mieux on saura la conseiller."



● L'ASSURANCE VIE TOUJOURS LA "CHOUCHOUTE" DES FRANÇAIS

Malgré les turbulences traversées par les marchés boursiers depuis l'été 2007, l'assurance vie reste pour les Français l'instrument d'épargne le plus répandu après le livret A : la Fédération Française des Sociétés d'Assurance recense 30 millions de bénéficiaires Vie. Sentant le vent de la crise financière venir, Diot avait procédé à des arbitrages avant la chute de la bourse, ce qui avait limité les pertes de ses clients.

Idem pour Arca Patrimoine qui avait réalisé une campagne d'arbitrage en 2007, en proposant à ses clients un produit garanti à hauteur de 170 % du capital investi afin de sécuriser leurs plus-values, campagne suivie par 93 % de ses clients. Pour les rassurer, ce cabinet de courtage a d'ailleurs renforcé la protection des garanties à 75 % à minima aujourd'hui contre 45 % avant les événements financiers.



Effectuée en avril 2010, une enquête FFSA/Gema sur les détenteurs d'assurance vie montre que 56 % des personnes interrogées ont pour objectif principal de se constituer une épargne en vue de leur retraite. Jouant la carte de la prudence, une très forte majorité de ces épargnants opte pour les fonds en euros, plus sûrs que les fonds en unités de compte car ils reposent sur des placements obligataires. Sur l'année 2010, malgré un recul de la collecte de l'assurance vie en avril (-2 %

et mai (0 %), les autres mois affichent de bons scores (de +5 % en juillet à +20 % en février, selon la FFSA). Mais les fonds en euros vont subir une rémunération moindre à partir du 1^{er} janvier 2013 car de nouvelles règles prudentielles, issues de Solvency 2, une réforme relative à la solvabilité des organismes assurantiers, seront mises en œuvre, a indiqué Jean-Pierre Rouquet.

Très présente sur les fonds en euros, MMA propose en collaboration avec Covéa Finance et des sociétés de gestion financières externes une cinquantaine de fonds pour les unités de comptes, axant ce choix sur la qualité. La compagnie a constaté une reprise de la confiance envers les marchés, avec une croissance de 8 % de la collecte pour les unités de compte depuis le début de l'année 2010.

Parallèlement, l'encadrement du secteur se renforce. Organisme chargé de l'agrément et du contrôle des établissements bancaires et des organismes d'assurance installé le 09 mars 2010, l'Autorité de Contrôle Prudentiel décline sa mission de protection de la clientèle selon plusieurs axes : elle contrôle les pratiques commerciales sur pièce, notamment via les rapports de contrôle interne que doivent produire ces entreprises, et procède également à des contrôles sur place pour s'assurer que les obligations d'informations et de conseil sont bien

respectées. Elle se livre également à la surveillance des nouveaux produits d'assurance et des campagnes publicitaires en réalisant une veille sur Internet, les mailings... L'ACP tire aussi de nombreux enseignements sur l'évolution des pratiques commerciales à partir des flux de réclamations qu'elle reçoit et qu'elle réoriente vers les médiateurs ou les acteurs les plus appropriés.

Dans une optique de transparence, l'ACP et l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) ont conjointement mis en place diverses activités dont un nouveau service public d'information financière dénommé "Assurance Banque Epargne Info Service" comprenant une plateforme téléphonique, un site Internet et une section courrier (Voir *La Revue du Courtage* de septembre 2010 à ce sujet). Lancé le 28 juin, il permet au public d'obtenir des renseignements sur les produits financiers et de répondre à toutes questions concernant la banque, l'épargne, l'assurance, le crédit ou les marchés financiers. Les demandes portent sur des informations basiques comme sur des points nécessitant une expertise juridique. Le service ayant démarré cet été, sa fréquentation n'a pas encore été analysée. Cette indication sera apportée à l'occasion d'un rapport détaillant les activités communes à l'AMF et à l'ACP.

*** Geneviève Allaire