

# Vers plus de conformité !

---

## Conformité Partenaires – Afi-Esca

Les autorités de tutelle et de contrôle ont renforcé leurs exigences pour s'axer plus fortement vers la protection du consommateur.

La conformité implique une mise à jour constante, au gré de l'évolution des projets des clients. Le défi, dans la conformité, est de savoir comment :

- Documenter les dispositifs destinés à établir votre conformité,
- Rédiger des procédures,
- Revoir les scripts commerciaux,
- Encadrer le démarchage téléphonique,
- Former ses collaborateurs (formation réglementaire de 15h/an) pour développer leurs compétences

Autant de process qui influent sur la manière d'exercer.

Date de dernière mise à jour du document

12/12/2025



# Table des matières

Table des matières .....	2
Introduction .....	4
L'importance d'un organigramme .....	5
La convention de partenariat .....	6
Le respect des obligations liées à la Directive sur la Distribution d'Assurance (DDA) .....	7
1. Suivi de la compétence et de l'honorabilité des salariés.....	7
2. Les formations réglementaires.....	8
3. Le Document d'Entrée en Relation (DER).....	9
4. Le devoir de conseil.....	9
5. Les personnes vulnérables .....	11
Informations à fournir par le courtier .....	12
La rémunération.....	13
Actualisation de la connaissance client .....	14
La procédure et la formation Lutte Contre le Blanchiment et le Financement du Terrorisme (LCB/FT).....	15
1. La procédure interne LCB/FT .....	15
2. L'importance de la formation.....	16
3. Vers une politique anti-fraude .....	17
Déclarant et correspondant TRACFIN.....	18
1. Qu'est-ce qu'un déclarant et un correspondant TRACFIN ?.....	18
2. Quand et comment se déclarer ? .....	18
La classification des risques .....	19
Le suivi des réclamations client .....	20
1. Que se passe-t-il lorsqu'un client dépose une réclamation mais surtout comment et à qui l'adresser ? .....	20
2. Quels documents le professionnel doit-il conserver dans son dossier ? .....	21
3. Un tableau de suivi des réclamations, quésaco ? .....	21
La protection des données (RGPD) .....	23
1. Le registre des activités de traitement des données personnelles.....	23
2. Le délégué à la protection des données (DPO) ou responsable du Traitement .....	24
3. Lumière sur : le droit des personnes.....	25
4. La vente à distance et le démarchage téléphonique.....	26
4.1. La réglementation du démarchage téléphonique.....	26

4.2.	La vente à distance.....	27
4.3.	La vérification des points de conformité.....	28
	Vos interlocutrices chez Afi-Esca.....	29

# Introduction

---

Ce guide de conformité est un condensé de procédés et astuces, d'explications et d'outils vous aidant dans la compréhension de la conformité et dans l'appréhension des attentes de l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution).

Il va vous permettre de mettre en place, ou de peaufiner, vos diverses procédures internes sur ces 4 thèmes de la conformité :

- Les obligations liées à la Directive sur la Distribution d'Assurance (DDA) notamment sur le devoir de conseil
- La Lutte Contre le Blanchiment de capitaux et de Financement du Terrorisme (LCB/FT)
- Le traitement des réclamations
- La protection des données personnelles via le Règlement Général de Protection des Données : RGPD

## Qui sommes-nous ?

La société Afi-Esca, société française, est née en 2004 de la fusion de :

- ESCA Prévoyance : spécialisée en assurance-vie et contrats de capitalisation.
- AFI Europe : spécialisée en assurance emprunteur.

La société Afi-Esca est présente sur le marché de l'assurance emprunteur et de l'épargne.

La distribution de ses produits se fait par l'intermédiaire de plus de 3500 courtiers répartis sur toute la Métropole au travers du réseau de distribution d'Afi-Esca Patrimoine forte de ses 35 Délégués Régionaux présents à vos côtés.

Bonne lecture.

# L'importance d'un organigramme

L'organigramme permet à chaque collaborateur de connaître, de façon précise, son positionnement, sa fonction, ses attributions, son supérieur hiérarchique. Cet outil permet, également, aux autorités de contrôle (comme la DGCCRF, l'ACPR ou la CNIL...) d'appréhender rapidement le fonctionnement de la structure.

Il peut être réalisé sous deux formats :

- Un format papier qui doit être réalisé sur un papier à en-tête de la société, comporter une date et une version.
- Un format électronique disponible sur le site interne de l'entreprise et accessible par tous les salariés.

Il incombe à l'entreprise de mettre à jour ces supports dès qu'il y a un changement dans l'entreprise (départ ou arrivée d'un salarié, changement de poste, etc.).

Doivent apparaître dans cet organigramme :

- Les personnes en charge du traitement des réclamations et l'adresse du service
- Le nom (ou les noms si la personne est différente) : du correspondant et du déclarant Tracfin
- Le nom et la fonction de chaque salarié ainsi que les liens hiérarchiques

## Point d'attention

La transmission de l'organigramme doit être rapide en cas de contrôle de l'ACPR.

# La convention de partenariat

Selon l'article L132-28 du Code des Assurances, la **convention de partenariat** encadre et définit les rôles de chacun.

La convention mentionne :

- L'identité complète des 2 parties
- Le rôle des parties
- L'objet et les caractères de l'accord de partenariat
- Les liens de droit entre les parties
- La propriété de la clientèle
- Les obligations des parties (sont évoquées ici : la responsabilité du courtier, l'obligation d'information et de conseil du courtier envers ses clients et prospects, l'obligation de connaissance client (K.Y.C et LCB/FT), la formalisation du conseil...)
- L'opération de distribution et l'action commerciale
- Les obligations administratives
- L'obligation tenant à la production
- L'information de l'assureur sur les produits et les évolutions réglementaires
- La validation des documents publicitaires créés par le courtier
- La LCBFT
- La politique en matière de prévention des conflits d'intérêts
- La rémunération et ses composantes
- La prise d'effet et la durée du partenariat
- Visites / audits de l'assureur
- La résiliation (fin de l'accord de partenariat) et le sort des commissions
- Les obligations liées au RGPD
- Les réclamations
- Le code de conduite de l'association

## Point d'attention

Il convient au courtier de :

- Recenser l'ensemble des conventions avec les assureurs et courtiers grossistes.
- Recenser les commissions et les primes encaissées.
- Contrôler ces conventions et vérifier qu'elles sont à jour et conformes à votre activité.

# Le respect des obligations liées à la Directive sur la Distribution d'Assurance (DDA)

La mise en place du respect des obligations liées à la DDA passe par plusieurs points de vérification.

## 1. Suivi de la compétence et de l'honorabilité des salariés

Le respect des exigences d'honorabilité et de capacité professionnelle constitue un point de contrôle systématique à la fois pour l'ACPR et pour les associations professionnelles. Il convient d'être vigilant sur ce point.

Ainsi, il appartient à l'intermédiaire de constituer un dossier reprenant toutes les pièces justificatives attestant de la capacité et de l'honorabilité des salariés. Cela peut se retrouver sous forme physique (un classeur) ou dématérialisée (dossier numérique). Ces dossiers garantissent que les salariés possèdent : les connaissances, les compétences et l'expérience nécessaires pour exercer leurs fonctions.

Pour s'assurer de l'honorabilité du salarié, l'idéal est de récupérer, à l'entrée en fonction, un extrait de casier judiciaire et/ou une attestation d'honorabilité. Voici un tableau reprenant les justificatifs à demander suivant les cas :

Type de poste	Niveau requis	Justificatifs exigés		
		Diplôme	Expérience professionnelle	Stage de formation
Salarié responsable de services ou d'un bureau de production ou animant un réseau de production	Niveau I	Bac + 5 ou Bac + 3 spécialité finance, banque, assurance (313)	2 ans cadre ou 4 ans non cadre en production ou gestion de contrats d'assurance	150 heures conformes au programme de stage
Salarié encadrant d'autres salariés ou exerçant des activités de production en dehors du siège social ou d'un bureau de production	Niveau II	Bac + 2 spécialité finance, banque, assurance (313)	1 an cadre ou 2 ans non cadre en production ou gestion de contrats d'assurance	
Salarié travaillant au siège social ou dans un bureau de production et supervisé par un responsable de niveau I ou un responsable de niveau II lui-même supervisé par un niveau I	Niveau III			6 mois en production ou gestion de contrats d'assurance

Source : <https://www.argusdelassurance.com/les-assureurs/3-comment-justifier-la-capacite-professionnelle-des-salaries.223802>

### Points d'attention

- Lors du recrutement d'un nouveau collaborateur, il faut obtenir la copie de ses diplômes, la liste des attestations de formations suivies au cours de l'année civile précédente et certificats de travail dans le secteur de la bancassurance et/ou finance.
- En l'absence de preuve, programmer rapidement les formations réglementaires.

## 2. Les formations réglementaires

Depuis le 23 février 2019, les courtiers et leurs salariés sont soumis à l'obligation d'actualiser régulièrement leurs compétences professionnelles. La Directive sur la Distribution d'Assurance (DDA) impose une **formation continue de 15 heures, renouvelable chaque année**.

Il faut **agir dans l'intérêt des clients** et agir de manière honnête, impartiale et professionnelle. La formation participe à l'amélioration de la qualité du conseil donné aux clients.

Sont exclus de cette obligation de formation :

- Les intermédiaires d'assurance à titre accessoire
- Les personnels des intermédiaires et des entreprises d'assurance exerçant uniquement des activités de gestion de contrats d'assurance.

### En savoir plus :

L'article L 511-1 du code des assurances définit l'intermédiaire d'assurance à titre accessoire comme : « toute personne autre qu'un établissement de crédit, qu'une entreprise d'investissement ou qu'une société de financement qui, contre rémunération, accède à l'activité de distribution d'assurances ou l'exerce pour autant que les conditions suivantes soient remplies :

1. La distribution d'assurances ne constitue pas l'activité professionnelle principale de cette personne ;
2. La personne distribue uniquement des produits d'assurance qui constituent un complément à un bien ou à un service ;
3. Les produits d'assurance concernés ne couvrent pas de risques liés à l'assurance vie ou de responsabilité civile, à moins que cette couverture ne constitue un complément au bien ou au service fourni dans le cadre de l'activité professionnelle principale de l'intermédiaire ».

Pour illustrer cette définition, un courtier dont l'activité principale est le courtage en crédit peut proposer de l'assurance emprunteur (accessoire au prêt).

## Points d'attention

- Tenir à jour un tableau de synthèse de l'ensemble des formations suivies au cours d'une année civile.
- Conserver les attestations de formation.

### 3. Le Document d'Entrée en Relation (DER)

Il s'agit ici d'un document important soumis à la signature du client ; et y sont répertoriées, toutes les informations utiles et nécessaires pour le client.

On y retrouve :

- Les informations sur l'entreprise
- Les statuts légaux et autorités de tutelle (reprenant aussi les assurances et la garantie financière)
- Les partenaires (compagnies d'assurance et autres fournisseurs)
- Le mode de rémunération
- Le dispositif de traitement des réclamations
- Les informations relatives au traitement et à la protection des données personnelles

Certains de ces points vont être vus plus en profondeur ci-après.

### 4. Le devoir de conseil

Le devoir de conseil est défini à l'article L521-4 du Code des Assurances : « le distributeur conseille un contrat qui est cohérent avec les exigences et les besoins du souscripteur éventuel ou de l'adhérent éventuel et précise les raisons qui motivent ce conseil ».

La loi dispose également que le distributeur en assurance doit communiquer sur « le prix et les garanties avant la conclusion du contrat » (article L112-2 Code des Assurances).

Les étapes sont :

- La présentation de l'intermédiaire (dénomination, les associés et gérants, la forme sociale et le capital, le numéro RCS (Registre du Commerce et des Sociétés) et ORIAS (Organisme pour le Registre unique des Intermédiaires en Assurance, banque et finance), le siège social, partenariat avec les assureurs, les procédures : de réclamation et RGPD ainsi qu'une information sur le démarchage téléphonique). Cette présentation peut être faite dans le Document d'Entrée en Relation (DER), document distinct du devoir de conseil ;
- Le recueil des informations relatives à la connaissance du client : seront abordés : *la situation personnelle et familiale* (célibataire, marié, pacsé, en concubinage, divorcé, veuf, nombre d'enfants), *la situation professionnelle* (type de contrat de travail, poste, salaire), *la situation du patrimoine* (emprunts, biens mobiliers et immobiliers, revenus immobiliers, etc.).

- Les exigences et les besoins du client : l'intermédiaire l'interroge sur ses garanties actuelles, les nouvelles qu'il souhaiterait souscrire, ses besoins spécifiques, ses placements et objectifs.
- La solution proposée par l'intermédiaire : présentation du produit adapté aux besoins du client et de ses caractéristiques majeures par la remise des documents d'informations clés.
- Le consentement éclairé du client : l'assureur doit fournir à son client toutes les informations nécessaires pour que ce dernier puisse prendre une décision en connaissance de cause.
- Pour les professionnels qui proposent des solutions d'épargne (assurance-vie et contrat de capitalisation) : il faut ajouter des questions permettant d'évaluer les compétences et l'expérience du client en matière de placement et de marchés financiers, son appétence aux risques et ses préférences en matière de durabilité (le client souhaite-t-il investir de préférence sur des actifs durables ?). Ce questionnaire a pour but de vérifier et de s'assurer que le client possède les connaissances et l'expérience nécessaire pour la souscription d'un contrat d'assurance-vie multi supports. Cette étape permet d'établir l'horizon de placement et d'évoquer les délais de détention des actifs (financiers ou immobiliers) ainsi que leurs enjeux. Il doit définir de manière simple les divers profils de risques et veiller à ne pas surévaluer ce profil.

L'ACPR rappelle qu'il appartient « au distributeur, dans le cadre de son devoir de conseil de proposer une allocation d'actifs cohérente avec les exigences et les besoins (du client) » (source : *Recommandation 2024-R-01 du 28 juin 2024, 4.1.1.9*). L'ACPR recommande donc aux distributeurs d'agir de manière « honnête, impartiale et professionnelle ».

Depuis la DDA, le courtier doit préciser : **l'identité de ses fournisseurs** de solutions d'assurance ainsi que **la nature de sa rémunération**. Le conseil n'est plus une simple transmission d'informations, il doit être motivé, formalisé, tracé et archivé (il faut expliquer la préconisation de tel ou tel contrat d'assurance, acter le choix du client, formuler des réserves si nécessaire...).

La **déclaration d'adéquation** permet, au professionnel, d'accompagner son client dans un choix éclairé. Il s'agit d'une synthèse reprenant les informations clés sur le client, ses projets et le ou les produits choisis. Apparaissent alors :

- Des exemples chiffrés
- Les raisons qui ont motivé le conseil comme :
  - Le résultat du questionnaire du profil investisseur et sa corrélation avec les fonds choisis (pour l'épargne)
  - Les garanties et niveaux de couverture par rapport aux souhaits du client (pour l'emprunteur)
- La cohérence des risques couverts avec la situation personnelle du client

Ainsi, le conseiller atteste que la solution proposée correspond aux exigences et besoins de son client.

### Point d'attention

Le devoir de conseil se poursuit tout au long de la vie du contrat et ne se limite pas à la phase de souscription.

## 5. Les personnes vulnérables

L'ACPR et l'AMF (Autorité des Marchés Financiers) portent une attention particulière sur les personnes âgées vulnérables et, plus particulièrement, sur leur capacité à donner un consentement éclairé. Elles considèrent que les efforts des entreprises du secteur financier doivent se poursuivre, notamment, par la mise en place d'un « **réfèrent vulnérabilité** ou senior ». Elles insistent sur l'importance de **suivre une formation dédiée** et d'échanger avec le client lors de passage à des âges clés comme la retraite.

Selon la Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme (CNCDH) : « peuvent être considérées comme des personnes vulnérables celles qui ne sont pas en mesure d'exercer suffisamment correctement leurs droits et libertés, du fait de leur situation pathologique ou de handicap, ou de leur âge, ou de leurs conditions économiques d'existence ; elles sont à ce titre particulièrement exposées ».

Les professionnels de l'assurance sont visés par ces recommandations portant sur la commercialisation de produits envers cette clientèle. Le professionnel doit s'attacher à respecter les besoins et intérêts de ses clients. C'est, ainsi, un contrôle rigoureux qui sera mené sur le devoir de conseil.

### Point de vigilance :

Les souscriptions en ligne qui parfois accélèrent le processus de vente au détriment d'une compréhension complète et entière.

## Informations à fournir par le courtier

- Le nom ou dénomination sociale et adresse du cabinet
- Le numéro d'immatriculation à l'Orias
- L'existence de liens financiers avec un organisme d'assurance
- Le degré d'indépendance vis-à-vis des assureurs avec lesquels il travaille
- Les procédures de recours (réclamations ou CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés)
- Le recours à la médiation
- La nature de rémunération (voir en détail page 14)
- Les coordonnées de l'ACPR

### Points d'attention

Il est recommandé d'intégrer dans le Document d'Entrée en Relation, toutes les mentions essentielles sur :

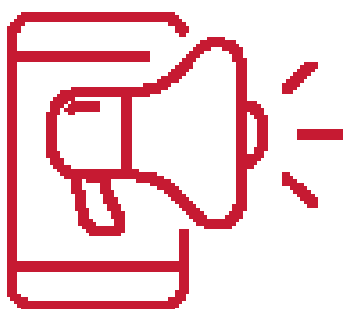
- La procédure de protection des données et la possibilité pour le client de s'opposer au démarchage téléphonique (durée de conservation des informations, droits du client, contact CNIL, etc.)
- La procédure de réclamation avec les contacts utiles (mail dédié du courtier et contact de la médiation)
- La présentation des assureurs, des honoraires, des commissions ou autres rémunérations perçus

Mentions	Carte de visite	Tampon	Courriel	Courrier	Site Internet	Document marketing	Fiche d'information et de conseil
Dénomination sociale	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Adresse du siège	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lieu et n° RCS		✓	✓	✓	✓	✓	
Catégorie juridique			✓	✓	✓	✓	
Montant du capital social			✓	✓	✓	✓	✓
Catégorie d'intermédiaire	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Numéro Orias	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
www.orias.fr			✓	✓	✓	✓	✓
Adresse de l'ACPR			✓	✓	✓	✓	✓

Source : <https://www.argusdelassurance.com/les-assureurs/7-comment-s-identifier-aupres-de-tout-nouveau-client.223822>

# La rémunération

La réglementation est de plus en plus exigeante en matière de transparence de la rémunération. Toutefois, l'ACPR dans sa *Recommandation 2024-R-01 du 28 juin 2024*, mettant en avant « la sauvegarde des intérêts des clients », déplore lors de ses contrôles, certaines pratiques de professionnels et les considère comme irrespectueuses de l'intérêt de la clientèle. C'est, donc, ce qui l'a amené, dans cette recommandation, à insister sur les pratiques de rémunération et sur la gouvernance produits afin d'éviter les conflits d'intérêts.



En ce qui concerne la rémunération des courtiers, l'article L521-1 III du Code des Assurances dispose que : « les distributeurs de produits d'assurance ne sont pas rémunérés ou ne rémunèrent pas, ni n'évaluent les performances de leur personnel d'une façon qui contrevienne à leur obligation d'agir au mieux des intérêts du souscripteur ou de l'adhérent ». Ainsi, le professionnel ne peut pas cibler un produit lui offrant une meilleure rémunération au détriment d'un autre qui correspondrait mieux au client. Il n'agirait plus, ici, dans l'intérêt de son client mais dans son intérêt propre. Cette pratique est rigoureusement contraire à l'esprit de la DDA.

**Avant la conclusion d'un contrat, l'intermédiaire est tenu de fournir les informations sur la nature de la rémunération perçue.**

Le courtier doit communiquer avec **transparence** sur la chaîne des coûts (unique et récurrents) en valeur et/ou en pourcentage.

## Point d'attention

- Pour prévenir des conflits d'intérêts, les politiques de rémunération ne doivent pas inciter le distributeur à proposer au client un produit plutôt qu'un autre en raison de la rémunération qu'il lui procure.

# Actualisation de la connaissance client

---

L'arrêté du 12 juin 2024 améliorant l'exercice du devoir de conseil met en avant l'obligation de procéder à l'actualisation régulière de la connaissance de son client afin de vérifier la cohérence du contrat en fonction de l'évolution du devoir de conseil et du profil de risque (article L522-5 du Code des Assurances).

**L'article A 522-2** du Code des Assurances mentionne les délais d'actualisation des informations recueillies : « tous les 4 ans, ou tous les 2 ans en cas de fourniture d'un service de recommandation personnalisée, dès lors qu'aucune opération n'aura été enregistrée sur le contrat » (arrêté du 12 juin 2024).

## Points de vigilance pour l'épargne :

Le professionnel est aussi tenu à cette obligation d'actualisation périodique en cas de versements programmés, rachats programmés ou arbitrages programmés.

Le client n'est pas obligé de répondre à cette demande, cependant, il faut notifier ce refus sur un support durable (article L 522-5 du Code des Assurances).

# La procédure et la formation Lutte Contre le Blanchiment et le Financement du Terrorisme (LCB/FT)

La loi indique que tous les courtiers d'assurance sont tenus de mettre en place une procédure LCB/FT ([article L 561-32 du Code Monétaire et Financier](#)). A cela, la formation LCB/FT pour tous les membres du personnel est, elle-aussi, indispensable de même que la mise en place d'une politique anti-corruption.

Toutefois, tous les professionnels ne sont pas concernés par cet article. En effet, les **courtiers qui exercent une activité financière à titre accessoire qui présente peu de risques de blanchiment de capitaux ou de financement de terrorisme**, sont exemptés de certaines obligations (article L 561-4 du Code Monétaire et Financier).

Pour ce faire, la loi dispose (article R 561-4 du Code Monétaire et Financier) qu'il faut que cette activité financière accessoire :

- « Consiste uniquement à présenter, proposer ou aider à conclure aux seuls clients de l'activité professionnelle principale des contrats relatifs à des produits d'assurance qui ne sont que le complément du produit ou du service fourni dans le cadre de l'activité principale ;
- Ne dépasse pas 5% du chiffre d'affaires total de la personne concernée et le montant du chiffre d'affaires annuel de cette activité ne dépasse pas 50 000 euros hors taxe selon les comptes établis pour le dernier exercice comptable ;
- (Et que) le montant de la prime annuelle par contrat et par client ne dépasse pas 1 000 euros ».

## Point d'information :

Pour retrouver la liste des professionnels assujettis à cette obligation consulter [l'article L561-2 du Code Monétaire et Financier](#).

## 1. La procédure interne LCB/FT

Les divers thèmes à aborder dans ce document sont :

- La mise en œuvre de la procédure au travers :
  - De la désignation du déclarant et correspondant TRACFIN (Traitement du Renseignement et Action contre les Circuits FINANCIERS clandestins)
  - De la désignation du responsable LCB/FT
  - De la gestion des risques (détection des risques et les procédures de contrôle à appliquer, classification des risques)

- La formation et l'honorabilité du personnel
- La conservation des documents
- L'obligation de vigilance avec :
  - La classification des risques et la vigilance à adopter en fonction des risques (voir page 19)
- L'obligation de déclaration de soupçons
- Les sanctions en cas de manquement
- Le recoupement du fichier client avec le registre national de gel des avoirs

Cette procédure détaille, donc, le protocole à suivre en fonction du niveau de vigilance.

**ATTENTION : il est impératif de contrôler la véracité des propos des clients** (documents d'identité, justificatifs sur la provenance des fonds, justificatif de domicile, etc.).

En cas de contrôle de l'ACPR, le courtier doit être en mesure de communiquer tout élément pour justifier son implication (comme la procédure ou les supports de formation LCB-FT).

### Point d'attention

En cas de suspicion, voici le protocole à suivre :

- Identifier les clients,
- Consulter le site [data.inpi.fr](http://data.inpi.fr) pour le contrôle des bénéficiaires effectifs (personnes morales),
- Définir la vigilance selon la connaissance que vous pouvez avoir de votre client,
- Alerter suivant le montant et la nature du paiement (espèces, mandat cash, origine des fonds...).

### En savoir plus

- Consulter les [principes d'application sectoriels publiés par l'ACPR](#)
- Consulter la [liste des pays non-coopérants dans la LCB-FT](#)

## 2. L'importance de la formation

Il est indispensable de former les salariés à la procédure interne LCB-FT afin que, ces derniers, aient une **connaissance claire et précise** des vérifications à effectuer, des informations à recueillir et des pièces justificatives à récolter.

Tous les professionnels, ainsi que leurs salariés, sont concernés par cette formation. Ils doivent être sensibilisés sur :

- Le vocabulaire et la législation en matière de LCB-FT
- La détection des anomalies et des alertes
- Les procédures de l'entreprise

L'analyse doit être simple et il faut automatiser les contrôles de sorte que cela soit fait pour chaque client, chaque opération. Il est possible d'utiliser un système informatique pour assister le personnel à la classification des risques des clients, des opérations et des contrats.

### Points de vigilance

- Récupérer les attestations de formations suivies par les nouveaux collaborateurs du cabinet et veiller à dispenser les « formations adaptées à leurs fonctions ou activités, à leur position hiérarchique ainsi qu'aux risques identifiés par la classification des risques (...) » (article R. 561-38-1 du Code Monétaire et Financier). Puis, chaque année, les conserver (soit dans un classeur, soit dans un dossier numérique).
- Vérifier que chaque formation concernée entre bien dans le périmètre des formations comptabilisées au titre de l'obligation de formation continue.

## 3. Vers une politique anti-fraude

La lutte contre la fraude a pour objet d'identifier et de combattre la fraude à l'assurance, comme, les cas de fraude liés à des déclarations de sinistres exagérés, d'octroi de garanties indues ou d'optimisation des contrats d'assurance.

Les courtiers dans le cadre de la maîtrise de leur activité doivent identifier les situations de fraude lorsqu'ils se trouvent en face d'un client leur décrivant une situation inhabituelle.

Ainsi, la procédure de lutte contre la fraude a pour objectif de détecter les fraudes éventuelles ainsi que les situations à risque et d'y apporter des correctifs.

# Déclarant et correspondant TRACFIN

Le courtier a l'obligation de se déclarer ou de désigner nominativement un déclarant TRACFIN (agence chargée de la LCB-FT, mais aussi de la lutte contre la fraude fiscale, sociale et douanière) en vertu de ses obligations en matière de LCB/FT. Il s'agit d'un préalable nécessaire à la réalisation d'une première déclaration de soupçon. Le Gouvernement donne une définition et explique les modalités de cet enregistrement.

## 1. Qu'est-ce qu'un déclarant et un correspondant TRACFIN ?

Le déclarant TRACFIN « est chargé de la transmission des déclarations auprès du service » alors que le correspondant TRACFIN « assure l'interface avec (ce service) : il est destinataire des accusés de réception des déclarations émises et traite ses demandes de communication de pièces ou de documents » (source : <https://www.economie.gouv.fr/tracfin/declarer-aupres-de-tracfin/comment-et-quand-declarer#:~:text=le%20d%C3%A9clarant%20est%20charg%C3%A9%20de,communication%20de%20pi%C3%A8ces%20ou%20documents.>).

Il est possible qu'une seule et même personne soit à la fois déclarante et correspondante.

### Point d'attention

- Le professionnel doit déclarer la personne auprès de TRACFIN mais également auprès de son autorité de contrôle (ACPR ou AMF).

## 2. Quand et comment se déclarer ?

Pour inscrire le déclarant et le correspondant, TRACFIN met à disposition un [formulaire](#). De plus, un guide est disponible sur le [site du Gouvernement](#).

Pour l'enregistrement et les déclarations de soupçons, il faut créer un compte sur le [site de Tracfin](#) (puis cliquer sur « demande d'inscription »).

L'inscription doit être faite dès la mise en place de la société et de ses procédures internes.

**Point d'attention :** en cas de modification du déclarant et/ou du correspondant, une mise à jour doit être faite auprès de TRACFIN et de l'autorité de contrôle (ACPR ou AMF).

# La classification des risques

Le professionnel doit définir et mettre en place des dispositifs d'identification et d'évaluation des risques de blanchiment des capitaux et de financement du terrorisme auxquels il est exposé ainsi qu'une politique adaptée à ces risques. Il élabore une **classification des risques** en fonction de la nature des produits ou services offerts, des conditions de transactions proposées, des canaux de distribution utilisés, des caractéristiques des clients, ainsi que du pays ou du territoire d'origine ou de destination des fonds (article L561-4-1 du Code Monétaire et Financier).

Le partenaire doit donc **documenter sa politique de risques** et en faire une mise à jour régulière.

Il y a ainsi, une évaluation constante des risques soulevés par chaque contrat ou opération envers chaque client. La mise en place de cette procédure permet de déterminer le niveau de vigilance à appliquer avant et pendant une relation d'affaires. Ces degrés de vigilance sont les suivants :

- **Une vigilance standard** : pour les risques normaux
- **Une vigilance simplifiée** : pour les risques faibles
- **Une vigilance renforcée** : pour les risques élevés
- **Une vigilance complémentaire dans certains cas de figure** (exemple : détection d'une Personne Politiquement Exposée (PPE))

**Attention**, la non-conformité de la classification des risques engendre la non-conformité des procédures de contrôle mises en place.

## Bon à savoir

La société Afi-Esca met à disposition des conseils et un service d'aide pour la mise en conformité.

Nous vous invitons à prendre connaissance de nos coordonnées en dernière page de ce guide.

# Le suivi des réclamations client

La réclamation est « l'expression d'un mécontentement envers un professionnel quel que soit l'interlocuteur ou le service auprès duquel elle est formulée. Elle peut émaner de toute personne, y compris en l'absence de relation contractualisée avec le professionnel : clients (particuliers ou professionnels), anciens clients, bénéficiaires, personnes ayant sollicités du professionnel la fourniture d'un produit ou service ou qui ont été sollicitées par un professionnel, y compris leurs mandataires et leurs ayants droit. Une demande de service ou de prestation, d'information ou d'avis n'est pas une réclamation » (source : [Recommandation ACPR 2024-R-02 du 2 juillet 2024](#)).

La réclamation peut être formulée sous forme écrite (courrier, courriel ou demande en ligne) ou sous forme orale. Attention, toutefois, quand la demande est orale, il vous faudra indiquer au client de formuler cette demande sur un support durable si vous ne pouvez pas lui donner immédiatement entière satisfaction.

Elle peut concerner le devoir de conseil et d'information ou les conditions de commercialisation du contrat, la souscription, l'existence ou l'exécution d'un contrat souscrit auprès d'une compagnie partenaire. La réclamation peut être exprimée par toute personne titulaire d'un droit sur le contrat ou mandatée par une telle personne.

## Points de vigilance

- Les personnes en charge des réclamations client doivent être **formées** à l'identification des réclamations et à leur dispositif de traitement et doivent **pouvoir, à tout moment, se référer à un support d'aide à l'identification et à l'orientation des réclamations** adapté aux activités du professionnel et à la typologie des mécontentements exprimés par les réclamants.
- Il convient de **formaliser** l'organisation du traitement des réclamations **dans une (des) procédure(s)** communiquée(s) à l'ensemble du cabinet.

## 1. Que se passe-t-il lorsqu'un client dépose une réclamation mais surtout comment et à qui l'adresser ?

Les assureurs et les intermédiaires doivent garantir à la clientèle :

- Une information claire et transparente sur les modalités d'accès (courriel, adresse postale ou formulaire en ligne) aux dispositifs de traitement des réclamations et de médiation. Il est important que ces informations soient à disposition des clients dans le DER ou les mentions légales du site internet du cabinet ;
- Un traitement des réclamations efficace, égal et harmonisé. Les délais sont les suivants :

- 10 jours pour l'envoi d'un accusé/réception si la réponse ne peut être immédiate
- 2 mois pour répondre à la réclamation. Passé ce délai, le client peut faire appel au médiateur
- La mise en place d'actions correctives à partir des dysfonctionnements identifiés au travers des réclamations. Il est très important de garder une copie des échanges avec les clients insatisfaits afin de pouvoir suivre l'avancée de la réclamation, d'une part, et, d'autre part, afin de montrer, en cas de contrôle de votre autorité de tutelle, qu'une solution a été portée aux clients.

L'objectif est que la procédure de réclamation soit simple et complète afin de permettre une réponse qualitative et motivée dans un délais court (inférieur à 2 mois).

#### Point d'attention

Lorsque la demande est faite via un formulaire en ligne, vous devrez veiller à remettre une copie datée au client.

## 2. Quels documents le professionnel doit-il conserver dans son dossier ?

Voici les pièces qui doivent impérativement figurer au sein d'un dossier de réclamation :

- L'accusé de réception de la réclamation du client (par courrier, courriel ou formulaire en ligne). Ce document doit comporter l'ensemble des mentions obligatoires ainsi que le délai de réponse
- La réponse apportée au client dans les délais convenus
- En cas d'insatisfaction du client sur la première réponse, le professionnel doit répondre et donner les voies de recours au client et les coordonnées du médiateur.

## 3. Un tableau de suivi des réclamations, quésaco ?

Pour assurer un suivi de qualité des réclamations, il est primordial de recenser toutes les demandes des clients dans un outil simplifié : un tableau de suivi. En plus de conserver les demandes écrites dans un dossier électronique et/ou physique, il est important de produire, chaque année, un bilan exhaustif du suivi des réclamations. Ce tableau est indispensable pour justifier d'un suivi efficace de vos réclamations.

Ce dernier doit contenir les informations suivantes :

- L'identité du client et numéro de contrat
- La date de la réclamation
- La date de l'accusé de réception de la réclamation

- La nature de la réclamation
- Le niveau de la réclamation
- La date de la réponse
- La réponse apportée et le service en charge
- Les mesures correctrices
- La voie de recours
- L'état du dossier (en cours ou clos).

# La protection des données (RGPD)

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) encadre le traitement des données personnelles dans l'Union Européenne et s'applique à tout organisme peu importe sa taille, son pays d'implantation ou son activité. Ce règlement s'inspire de la Loi française Informatique et Liberté de 1978.

La Commission Nationale de l'Informatique et Libertés (CNIL) définit la donnée personnelle comme : « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable. Une personne peut être identifiée : **directement** (nom, prénom) ou **indirectement** (par un identifiant (n° client), un numéro (téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image) ».

Elle met à disposition des professionnels un [registre de traitement des données](#) personnelles. Ce registre est prévu par [l'article 30 du RGPD](#). [L'article 24](#), quant à lui, prévoit la nomination d'un responsable du traitement ou d'un délégué à la protection des données (DPO).

Cela vous permettra d'établir une procédure RGPD garante des droits des personnes et elle doit englober les ventes dématérialisées comme la vente à distance et le démarchage téléphonique.

## 1. Le registre des activités de traitement des données personnelles

Le principe d'accountability (responsabilité) impose au cabinet de prouver qu'il est conforme à la réglementation. C'est pourquoi, le registre des activités de traitement des données a son importance. Il permet d'identifier, pour chaque traitement de données :

- Les acteurs (responsable de traitement, sous-traitant, etc.)
- Les catégories de données traitées : leur finalité, qui peut y accéder et à qui elles sont communiquées
- La durée de conservation des données
- La façon dont elles sont sécurisées

Pour les organismes de moins de 250 salariés, les traitements suivants sont à recenser dans ce registre :

- Les traitements non-occasionnels (ex : gestion de la paie, des clients...)
- Les traitements comportant un risque pour les droits et libertés des personnes (ex : géolocalisation des commerciaux, vidéosurveillance)
- Les traitements portant sur des données sensibles (ex : données de santé)

Il y a 6 grandes règles sur la protection des données à respecter pour avoir une procédure en bonne et due forme :

- Le principe de **finalité** (le traitement de la donnée doit avoir un but précis, légal et légitime)
- Le principe de **proportionnalité** et de **pertinence** (il s'agit de minimiser la collecte aux données strictement nécessaires)
- La **transparence** de la collecte (les clients doivent être informés de l'utilisation qui sera faite de leurs données personnelles)
- Le principe d'une **durée de conservation limitée** (durées légales 3 ; 5 ; 10 ou même 30 ans (pour les contrats d'assurance-vie)). Exemples : 3 ans pour la prospection commerciale selon le [guide de la CNIL](#) ou 5 ans pour la conservation d'un bulletin de paie d'un salarié selon l'article L 252-3 du Code du Travail)
- Le principe de **sécurité** et de **confidentialité** (sécurité des informations en veillant à ce qu'uniquement les personnes autorisées et légitimes aient accès à ces informations)
- Le **droit des personnes** (accès, modification, suppression, portabilité, effacement)

## 2. Le délégué à la protection des données (DPO) ou responsable du Traitement

Il n'existe aucune obligation, pour une entreprise de désigner un DPO, sauf dans des cas particuliers (ex : traitement de données sensibles, traitement à grande échelle de données relatives à des condamnations pénales...).

Les cabinets de courtage ne semblent pas visés, la plupart du temps, par ces cas particuliers.

Néanmoins, il est tout à fait possible, si le cabinet le souhaite, de désigner un DPO et de le déclarer à la CNIL.

Cela sera même une obligation pour un cabinet titulaire d'une délégation de gestion et traitant des données sensibles telles que des données de santé.

La mission du DPO sera de s'assurer que le cabinet respecte la législation sur le traitement des données personnelles. Il sera amené à réaliser des audits, des contrôles et des inspections.

La protection des données des clients doit être constante et régulière. Il faut respecter les règles en matière de confidentialité et de sécurité des données comme : changer fréquemment les mots de passe et faire attention lors des transferts, des collectes et des archivages des dossiers.

Dans l'idéal, le professionnel doit avoir dans son cabinet : un destructeur, des armoires fermées à clé (si celles-ci sont ignifugées c'est un plus), aucun dossier visible des clients. Il est, aussi, important que le local de stockage se ferme à clé. Il lui est, également, conseillé de disposer d'une alarme dans son cabinet ou d'un digicode à l'entrée.

Pour les données numériques, les CRM (logiciels) permettent un stockage des données personnelles plus sécurisé. Attention, ceux-ci n'excluent pas l'utilisation des anti-virus et leurs mises à jour.

### En savoir plus

Lire l'article « [RGPD : les courtiers face à la protection des données](#) », publié le 25 mai 2022 sur le site Argus de l'assurance.

## 3. Lumière sur : le droit des personnes

**Les intermédiaires d'assurance doivent faciliter l'exercice des droits des personnes.** C'est pourquoi, le professionnel doit s'assurer de transmettre toutes les informations utiles à ses clients. En effet, le courtier doit mettre à disposition de ses clients :

- Les durées de conservation des données recueillies (voir par 24)
- Leur expliquer la manière d'exercer leurs droits d'accès, de modification et de suppression des données (il convient de transmettre les coordonnées : courriel, adresse postale)

Le consentement des clients est obligatoire pour tout traitement de données. C'est pourquoi, il est indispensable de faire apparaître dans le DER, le mandat de courtage et dans tout autre document nécessitant la signature du client :

- L'identité du responsable du traitement
- La finalité des données collectées
- A qui sont communiquées/destinées ces données
- Leur durée de conservation, les droits d'accès, effacement, etc...

Attention, le RGPD prévoit des sanctions allant jusqu'à 20 millions d'euros ou 4% du chiffre d'affaires mondial d'une entreprise.

Le Code Pénal français prévoit également des sanctions s'ajoutant à celles prévues par le RGPD.

Exemple : en cas d'absence d'information des personnes concernées, au moment de la collecte des données, notamment lors de la prospection commerciale, l'entreprise s'expose, en cas de non-respect, à une amende de 1 500€ pour chaque infraction.

Exemple : en cas de non-respect des droits des personnes, lorsque l'entreprise qui collecte des données ne répond pas à une personne demandant la rectification de ses données personnelles ou leur effacement. Ici, l'entreprise risque une amende de 1 500€ pour chaque infraction.

Exemple : en cas de détournement de la finalité des données personnelles, lorsque l'entreprise collectant les données des personnes pour un objectif précis (comme : leur conseiller un contrat d'assurance adapté à leurs besoins), emploie également ces données pour une autre finalité (prospection commerciale). La sanction pénale que risque, dans ce cas, l'entreprise est de 5 ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende.

### Point d'attention

Comme les clients peuvent avoir accès à leurs données, celles-ci doivent être neutres et objectives (jamais excessives ou insultantes) et il faut veiller à n'y indiquer aucune information interdite de collecte. Il faut ainsi être vigilant dans la rédaction des comptes rendus d'entretiens commerciaux ou des commentaires.

## 4. La vente à distance et le démarchage téléphonique

L'ACPR est très attentive aux contrats signés à distance (signature électronique). En effet, les relations entre le client et le professionnel changent et les rendez-vous en présentiel sont de plus en plus rares. Il a fallu réglementer cette digitalisation pour poser les cadres de la conformité. Des outils sont à la disposition des professionnels pour les aider à archiver et surtout à mettre à disposition des clients les documents « obligatoires » lors d'une vente à distance.

La vente à distance n'est pas la seule à être réglementée. Le démarchage téléphonique l'est également. Notamment pour soulager les particuliers, des horaires sont à respecter.

### 4.1. La réglementation du démarchage téléphonique

Une **nouvelle loi (Loi du 30/06/2025)** contre le démarchage téléphonique entrera en vigueur le **11 août 2026 prochain**. Celle-ci modifie la réglementation actuelle (voir ci-dessous). Il conviendra d'obtenir, au préalable, le consentement du client. Le consentement s'exprime par une volonté libre, spécifique, éclairée, univoque et révocable. Le client devra avoir donné son accord explicite, que ce soit lors d'un achat, d'une visite au cabinet ou via un formulaire ; et le professionnel devra être en mesure d'apporter la preuve de ce consentement.

Actuellement, l'accord explicite du client au démarchage téléphonique n'est pas obligatoire. Toutefois, si ce dernier s'oppose à la poursuite de la communication, vous devez y mettre fin sans délai et ne plus le contacter.

Le démarchage n'est autorisé que si vous prospectez **dans le cadre d'un contrat auquel votre client a souscrit** (y compris si la prospection porte sur des produits ou services complémentaires à ce contrat, de nature à « améliorer ses performances ou sa qualité »).

Les horaires du démarchage téléphonique sont réglementés par un Décret du 28/02/2023 afin de protéger les particuliers (notamment les personnes vulnérables) des appels excessifs, frauduleux et des campagnes de démarchage à distance.

« Le démarchage téléphonique des consommateurs (est) **autorisé du lundi au vendredi, de 10 heures à 13 heures et de 14 heures à 20 heures** (conformément au fuseau horaire du consommateur) et (est) en revanche, **interdit le samedi, le dimanche et les jours fériés** » (source : <https://presse.economie.gouv.fr/28022023-entree-en-vigueur-au-1er-mars-du-decret-relatif-a-lencadrement-des-jours-horaires-et-frequence-pour-le-demarchage-telephonique/> ).

Tous les consommateurs sont concernés par ces horaires qu'ils soient inscrits ou non à Bloctel quand bien même un contrat est en cours sauf s'ils en font la demande expresse.

Pour les consommateurs prospects, ce décret vient ajouter qu'il est **interdit de les démarcher plus de 4 fois par mois** (période de 30 jours calendaires).

En cas de non-respect de ces règles, l'article L 242-16 du Code de la Consommation prévoit une amende de 75 000€ pour une personne physique et 375 000€ pour une personne morale.

#### Points d'attention

- En cas de refus de démarchage du consommateur, le professionnel s'engage à ne pas le rappeler avant l'expiration d'une période de 60 jours calendaires révolus.
- Il faut laisser un délai minimum de 24h entre la date de réception des documents et le rendez-vous de contractualisation (pour une prise de connaissance de l'offre).

En savoir plus sur la nouvelle loi : [cliquez ici](#)

## 4.2. La vente à distance

Dans la vente à distance, il convient de distinguer trois moments importants :

**Avant la signature du contrat**, le courtier doit s'assurer d'avoir envoyé, par courriel ou mis à disposition de son client via un espace personnel par exemple, tous les documents précontractuels (devis, fiche connaissance client, devoir de conseil, document d'entrée en relation, mandat de courtage, questionnaire de risque, conditions particulières et générales, documents d'information (DICI/IPID) produits et titres).

**La signature du contrat** permet d'acter l'engagement du client. En effet, un logiciel doit permettre de procéder, sans risque, à une signature électronique à distance (via Yousign, Docusign ou directement depuis le CRM par exemple avec Harvest, Juliette d'Upsideo ou Wisio). Chez Afi-Esca, celle-ci se fait depuis notre extranet. Le client et le courtier, partenaire d'AEP, pourront y retrouver tous les documents précontractuels et contractuels.

Attention, la signature électronique ne doit être réalisée qu'avec les informations personnelles du client (son propre numéro de téléphone et sa propre adresse électronique) et depuis son ordinateur personnel et sa connexion internet. Le courtier ne doit pas demander, à son client, le code reçu par SMS (sécurité à double facteur) afin de valider le contrat à sa place. Le contrat ne sera pas valable.

**Après la signature électronique du contrat**, un courriel récapitulatif et de confirmation doit être envoyé au client. Ce courriel doit mentionner le délai de renonciation de 14 jours calendaires (délai étendu à 30 jours en cas de souscription d'assurances-vie et d'assurances accessoires) à compter de la date de conclusion du contrat (pour les signatures en présentiel ou dématérialisées) ou à compter de la date de réception des documents contractuels par voie postale. Ce délai de renonciation n'est soumis à aucune justification.

### 4.3. La vérification des points de conformité

Pour la conformité des dossiers réalisés à distance, le professionnel doit s'assurer du respect de :

- La **DDA** notamment en remplissant son **obligation d'information et de conseil**. En effet, avant la conclusion du contrat, il doit remettre au client (sur support durable) tous les documents précontractuels
- La **RGPD** notamment en validant le démarchage téléphonique et en rappelant les droits du clients (Bloctel et droit à la rectification, suppression des données). Le professionnel doit recueillir le **consentement écrit** du client.
- L'information sur la procédure de **réclamations** (se retrouvant dans le DER et le mandat de courtage)
- La **LCB/FT** en vérifiant la véracité des éléments donnés par le client.

## Vos interlocutrices chez Afi-Esca

---

### **Raphaëlle LEONE**

*Chargée de Conformité Partenaires*

Ligne directe : +33 (0)6 70 17 05 87

[r.leone@afi-esca.com](mailto:r.leone@afi-esca.com)

### **Adeline LENEUF**

*Chargée de Conformité Partenaires*

Ligne directe : +33 (0)7 87 34 77 54

[a.leneuf@afi-esca.com](mailto:a.leneuf@afi-esca.com)

*« Les obligations réglementaires en tant que Compagnie d'assurance et en qualité de courtiers sont liées et importantes dans nos quotidiens.*

*Afi-Esca propose de vous accompagner et de vous aider dans votre mise en conformité sur les principaux sujets réglementaires.*

*Chargées de Conformité Partenaires, représentant la compagnie d'assurance Afi-Esca, notre mission est d'analyser ensemble votre dispositif de conformité ».*