

INTERNET

La distribution de contrats par des sites profanes

Si la souscription d'assurance en ligne relève des seuls intermédiaires habilités, des techniques permettent leur commercialisation par des sites non professionnels.

Internet permet aux sites Web, quel que soit leur pays d'origine, de proposer aux internautes, quel que soit leur pays de domiciliation, la souscription en ligne de contrats d'assurance. A l'instar de la distribution de contrats d'assurance par téléphone ou par Minitel, la souscription par Internet permet de conclure des contrats à distance. Le prospect désireux de bénéficier d'une garantie d'assurance peut ainsi contracter en ligne, sans avoir besoin de confirmer son acceptation par la signature manuscrite d'un contrat d'assurance. La distribution de contrats d'assurance en France est une activité très réglementée. Aussi, avant de créer un site Internet dédié à la distribution de contrats d'assurance, les intervenants sur ce nouveau canal de distribution doivent-ils s'interroger sur les conditions d'accès à cette activité réglementée. En cas d'application de la réglementation française, la distribution par Internet nécessite-t-elle la qualité de courtier d'assurance ou plus généralement d'intermédiaire professionnel ?

■ Présentation ou indication ?

Pour les professionnels de l'assurance, Internet ne constitue qu'un nouveau canal de distribution. Il ne présente donc pas de spécificités particulières au regard de la

réglementation applicable à la distribution. En revanche, de façon plus novatrice, Internet permet aux sites marchands non spécialistes de l'assurance (vendeurs de bien ou prestataires de services), exerçant tout ou partie de leur activité sur Internet, de développer leur chiffre d'affaires en procédant à la distribution de contrats d'assurance. La mise en ligne, par ces non-professionnels de l'assurance, de procédures de souscription nécessite de respecter la réglementation relative à la distribution de contrats d'assurance. La question qui se pose à eux est la suivante : la distribution par Internet constitue-t-elle un acte de présentation d'opération d'assurance ? Si la réponse est affirmative, cette distribution serait alors réservée aux seuls intermédiaires habilités. Qu'en est-il exactement ? La notion de présentation d'opérations d'assurance est définie comme « le fait, pour toute personne physique ou morale, de solliciter ou de recueillir la souscription d'un contrat d'assurance ou de capitalisation ou l'adhésion à un tel contrat, ou d'exposer oralement ou par écrit à un souscripteur ou adhérent éventuel, en vue de cette souscription ou adhésion, les conditions de garantie d'un tel contrat » (1). Cette définition correspond précisément aux procédures de souscription de contrats d'assurance en ligne,

dans la mesure où la visite du site considéré permet d'être informé sur l'étendue des garanties d'assurance et d'exprimer son consentement à l'assurance. La présentation se distingue traditionnellement de l'indication d'opérations d'assurance. Elle consiste, pour une personne généralement non professionnelle de l'assurance, à indiquer ou à recommander une compagnie d'assurances, ou à mettre une personne en rapport avec une compagnie d'assurances (2). Sauf exception citée plus loin, la distribution de contrats d'assurance ne peut, à notre avis, être qualifiée d'indication d'opération d'assurance dès lors que le prospect peut conclure directement le contrat d'assurance en ligne. Pourtant, certains sites Internet non professionnels de l'assurance ont tendance à considérer la mise en ligne de procédures de souscription comme une activité accessoire d'indication, ne mettant à leur charge aucune obligation spécifique. Cette considération s'explique aisément par les lourdes obligations inhérentes à la présentation de contrats d'assurance (conditions d'accès, garantie financière et RC professionnelle, etc.). Mais une telle qualification expose, selon nous, l'opérateur aux sanctions applicables à l'exercice illicite de l'activité d'intermédiaire d'assurance. La souscription en ligne de contrats d'assurance est, en effet, une opération de vente directe, effectuée « sans la présence physique simultanée des parties, entre un consommateur et un professionnel » (3). Or, il est constant qu'une

société d'assurance commercialisant tout ou partie de ses produits par le biais de la vente directe se livre à une opération de présentation d'opération d'assurance (4). La distribution de contrats d'assurance semble donc réservée à des intermédiaires habilités, qui peuvent être classés en deux catégories : ils peuvent être habilités de manière générale (agents d'assurance, courtiers et assureurs, voir encadré ci-dessous) ou l'être de façon dérogatoire pour des opérations déterminées (5).

■ L'absence de dérogation possible

Il existe trois régimes dérogatoires. Le premier concerne le personnel salarié des sociétés d'assurance, des agents généraux et des courtiers. Le deuxième concerne les assurances de groupe ouvertes par adhésion. Seul le troisième est susceptible d'intéresser la vente en ligne, puisqu'il vise la vente d'assurance liée à un produit ou à un service. Sous l'emprise de ce dernier, le vendeur ou le prestataire est autorisé à présenter des assurances accessoires à des biens ou des services. Ce régime dérogatoire est donc susceptible d'intéresser un nombre important de sites Internet, non professionnels de

l'assurance. Mais il convient d'en rappeler les limites (6) : cette dérogation concerne, de manière limitative, les assurances emprunteurs, les assurances de pertes par amortissement de valeur mobilière, les assurances temporaires de voyages, les assurances de transport de marchandises par voie fluviale, les assurances liées à des biens privés (autres que les automobiles, lorsqu'elles sont à prime unique versée au moment de la vente et couvrant les seuls risques de vol, de perte ou de dommages), les assistances touristiques et les assurances d'opérations de transport isolées. Aussi, à défaut de revêtir la qualité d'intermédiaire professionnel habilité à présenter des opérations d'assurance, la présentation de contrats par Internet constitue une activité illicite sanctionnée comme telle. En application de l'article L 514-2 du Code des assurances, toute personne présentant des opérations d'assurance et de capitalisation pour le compte d'une entreprise soumise au contrôle de l'Etat et non habilitée à pratiquer les opérations correspondantes sur le territoire français est passible d'une amende de 3 049 €, et, en cas de récidive, d'une amende de 15 245 €. L'article R 511-4 du Code des assurances prévoit

de sanctionner la société d'assurance qui a permis la distribution illicite.

■ Le secours de la technique

Toutefois, une technologie informatique, dénommée *Application service provider* (ASP), permet aux sites commerçants de proposer la souscription en ligne de contrats d'assurance, sans avoir à justifier de la qualité d'intermédiaire professionnel. En intégrant quelques lignes informatiques dans le programme du site Internet marchand, l'ASP permet de proposer à l'internaute désireux d'acquiescer un bien ou de bénéficier d'un service, la souscription d'un contrat d'assurance. Lors d'une transaction sur un site marchand, l'internaute est interrogé sur son souhait de bénéficier d'une garantie d'assurance. En cas de réponse positive, manifestée par un simple clic sur le point ASP, l'internaute est alors « basculé » sur le site Internet d'un intermédiaire dûment habilité à présenter des opérations d'assurance. Cette bascule entraîne le transfert des données précédemment enregistrées par l'internaute sur le site marchand. Ainsi, en cas de décision définitive de souscrire le contrat d'assurance, l'internaute est dispensé de renseigner une seconde fois les grilles de questions. Après avoir conclu le contrat d'assurance en ligne, l'internaute est réorienté vers le site initial. Le recours à la technologie ASP permet donc de limiter le rôle du site marchand à celui d'indicateur d'opération d'assurance dans la mesure où son rôle se limite à mettre une personne, en l'espèce son client, en rapport avec une compagnie d'assurances (7). Cette technologie ouvre de nouvelles perspectives aux sites marchands désireux de développer cette activité accessoire, sans être contraint de se soumettre à la réglementation très stricte applicable aux intermédiaires professionnels.

Pierre Bichot
Docteur en droit
Avocat au barreau de Paris

Assureur intermédiaire : un régime à double vitesse

La clause dite « du marché intérieur » (1) permet aux sites Internet d'offrir leurs services dans toute l'Union européenne sur la base des règles appliquées par l'Etat membre dans lequel ils sont établis, ou par le pays d'origine. En conséquence, les sites Internet établis en France doivent en principe respecter la réglementation française relative à la distribution de contrats d'assurance, quel que soit le pays de domiciliation de l'assuré et le pays du risque. Toutefois, l'annexe de la directive comporte des dérogations générales,

parmi lesquelles figurent les dispositions des directives assurances concernant l'accès aux activités d'assurance et leur exercice (2). Les sites Internet des compagnies d'assurances, dédiés à la souscription en ligne de contrats d'assurance, ne sont pas soumis à la réglementation de leur pays d'établissement. Il doivent appliquer, en ce qui concerne les conditions d'exercice de la distribution de contrats, la réglementation du pays dans lequel l'activité assurée est exercée, c'est-à-dire la loi du

pays du risque. Cette obligation limite considérablement, pour des raisons pratiques évidentes, la possibilité pour ces compagnies d'utiliser Internet, sans intermédiaire, comme canal de prospection à l'international.

(1) Directive 2000/31/CE du 8 juin 2000.

(2) Article 30 et titre IV de la directive 92/49 CEE (JOL 311 du 14 novembre 1997, p. 42), titre IV de la directive 92/96 CEE (JOL 311 du 14 novembre 1997, p. 43), articles 7 et 8 de la directive 88/357 CEE (JOL 172 du 4 juillet 1988, p. 1) et article 4 de la directive 90/619 CEE (JOL 330 du 29 novembre 1990, p. 50-61).

(1) Article R 511-1 CA.

(2) Article R 511-3 CA.

(3) Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001, codifiée L 121 et s. du Code de la consommation.

(4) J. Bigot, *Traité de droit des assurances, tome II, La distribution de l'assurance*, LGDJ, 1999, p. 76, n° 90.

(5) Article R 512-2 sq. CA.

(6) Article R 512-3 CA.

(7) Article R 511-3 CA.