

## **Assurance : Vente à distance (VAD)/Démarchage téléphonique/BLOCTEL**

DGCCRF - Amende administrative à l'encontre d'un courtier- 23/09/2019

Par : Sylvain Pacaud

« *Un comportement bon et honnête n'est pas seulement moral, mais peut également être pratiqué par téléphone* » nous susurre Woody Allen. On aurait aimé que cette citation soit reprise à la lettre en matière de démarchage téléphonique.

**Les abus commerciaux de la vente à distance par téléphone.** Abondamment répandu, ce mode de vente à distance se développe depuis plusieurs années dans le secteur de l'assurance. La relation commerciale qui en découle est très souvent dommageable pour les consommateurs. En effet, les renseignements donnés oralement sont trop souvent lacunaires voire de nature à vicier le consentement de consommateurs vulnérables, les personnes âgées étant largement ciblées par ces pratiques commerciales toxiques. Il est intéressant de noter que le secteur de l'assurance santé et prévoyance concentre à lui seul plus de deux tiers des réclamations (Source : Rapport annuel DGCCRF 2017).

C'est donc sans surprise que le 24 septembre 2019, la DGCCRF a, une nouvelle fois, condamné un courtier d'assurance à une amende de 12.000 euros pour avoir indûment démarché des consommateurs inscrits sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique BLOCTEL.

Pour rappel, La loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation interdit à un professionnel quel qu'il soit de démarcher par téléphone un consommateur inscrit sur la liste d'opposition. A défaut, un tel comportement commerciale pourrait également être qualifié de « pratiques commerciales agressives » au sens de l'article L121-7 3° du Code de la consommation.

De surcroît, l'article R. 223-6 du Code de la consommation recommande à tout professionnel qui projette de recourir à une campagne de démarchage téléphonique de saisir préalablement l'entité Opposetel<sup>1</sup> afin de « s'assurer de la conformité de ses fichiers de prospection commerciale avec la liste des oppositions au démarchage ». Il doit procéder à cette vérification au moins une fois par mois s'il est coutumier du démarchage, ou avant chacune de ses campagnes s'il n'a recours au démarchage que sporadiquement.

Conformément aux dispositions de l'article L. 121-22-1 du Code de la consommation, tout manquement aux règles précitées peut entraîner une sanction administrative de 15 000 euros pour une personne physique et 75 000 euros pour une personne morale.

Force est de constater, au regard de la recrudescence de ces mauvaises pratiques commerciales, que les sanctions pécuniaires prononcées à l'encontre des contrevenants s'avèrent peu dissuasives. Deux propositions de loi<sup>2</sup> portées respectivement par les députés Christophe Naegelen et Pierre Cordier visent à réguler ce type de pratiques détestables et préconisent notamment de revoir à la hausse le plafond des amendes administratives. Le chiffre de 375 000 euros ayant été avancé pour une personne morale contre 75 000 euros aujourd'hui et celui de 75.000 euros pour une personne physique contre 15.000 euros précédemment.

---

<sup>1</sup> Opposetel est le nom de l'entreprise qui a été **exclusivement chargée**, par délégation de service public, de gérer cette liste et de **contracter avec les professionnels** pour repousser les numéros de téléphone des consommateurs inscrits sur cette liste, jusqu'au 25 février 2021

<sup>2</sup> Proposition de loi N° 1284 de M. Christophe Naegelen visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux / Proposition de loi n° 779 du député Pierre Cordier visant à renforcer les droits des consommateurs en matière de démarchage téléphonique

Cette revue du corpus législatif relative au démarchage téléphonique serait incomplète si l'on considère l'ordonnance n° 2018-361 du 16 mai 2018 sur la distribution d'assurances qui a pour l'occasion introduit des règles de bonne conduite en matière de gouvernance produit appelée « POG » (*Product Oversight Governance*). On peut regretter que ce point pivot soit trop souvent sous-estimé alors que le leitmotiv de ce nouveau dispositif est de réduire les facteurs de risque de préjudice aux clients, visée délicate incombant autant au concepteur qu'au distributeur de produits d'assurance.

**Le Droit applicable à la vente d'assurance par téléphone.** Dans ces conditions, impossible de passer sous silence les dispositions des articles L 521-1 et L 521-4 du Code des assurances à l'heure où les assureurs ne cessent de vanter les vertus d'une relation de confiance.

- L'Article L. 521-1 du Code des assurances met l'accent sur l'impérieuse nécessité pour le distributeur d'agir avec loyauté vis à vis de sa contrepartie. Par conséquent, il se doit de lutter contre d'éventuels conflits d'intérêts et d'agir au mieux des intérêts du souscripteur.

Au titre de la loyauté :

*« I. Les distributeurs de produits d'assurance agissent de manière honnête, impartiale et professionnelle et ce, au mieux des intérêts du souscripteur ou de l'adhérent »*

[...]

Dans la gestion des conflits d'intérêts :

*« III. 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. »*

- Article L521-4 du Code des assurances : en application de cet article, le distributeur se doit de proposer un contrat cohérent avec les besoins du souscripteur. Il lui impose pendant la phase précontractuelle, autrement dit avant le recueil du consentement à contracter du souscripteur, de porter à sa connaissance toutes les informations utiles à sa bonne compréhension afin qu'il puisse valablement s'engager.

*« I.- Avant la conclusion de tout contrat d'assurance, le distributeur mentionné à l'article L. 511-1 précise par écrit, sur la base des informations obtenues auprès du souscripteur éventuel ou de l'adhérent éventuel, les exigences et les besoins de celui-ci et lui fournit des informations objectives sur le produit d'assurance proposé sous une forme compréhensible, exacte et non trompeuse afin de lui permettre de prendre une décision en toute connaissance de cause. »*

[...]

Enfin, à l'heure où le démarchage téléphonique d'assurance cristallise toutes les attentions, l'ACPR enjoint les professionnels du secteur de l'assurance à corriger au plus vite leurs pratiques commerciales dans un communiqué de presse du 9/10/2019,

Sylvain PACAUD – ISFI le 16/10/2019