



FSMA

www.fsma.be

FSMA NEWS

Newsletter

Décembre 2022

EXIGENCES ET BESOINS DU CLIENT

DANS CETTE NEWSLETTER

Avant de conclure un contrat d'assurance, le distributeur de produits d'assurance doit préciser les exigences et les besoins de son client en matière d'assurance. C'est ce que l'on appelle « l'analyse des besoins ». Celle-ci est obligatoire¹.

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une nouvelle obligation², la FSMA constate que l'application de cette règle de conduite soulève encore des questions. C'est pourquoi il lui a semblé bon de rappeler les lignes de force de cette règle de conduite, en les formulant sous la forme de questions-réponses.

1. Quel est le but de l'analyse des besoins ?
2. En quoi consiste l'analyse des besoins ?
3. Le distributeur de produits d'assurance peut-il faire usage d'un questionnaire standardisé ?
4. Qui précise les exigences et les besoins du client ?
5. Quand l'analyse des besoins est-elle opérée ?
6. Pour quels produits d'assurance une analyse des besoins est-elle nécessaire ?
7. L'analyse des besoins diffère-t-elle selon que le distributeur de produits d'assurance fournit des conseils ou non ?
8. L'analyse des besoins doit-elle également avoir lieu lors d'une offre par voie digitale (site internet, application, plateforme, ...) ?
9. Le distributeur de produits d'assurance doit-il conserver l'analyse des besoins ?



¹ Article 284, §§ 1er et 2, de la loi Assurances.

² Elle existe depuis 2006 et a été légèrement modifiée par l'AR du 21 février 2014.

1. QUEL EST LE BUT DE L'ANALYSE DES BESOINS ?

Tout contrat d'assurance proposé doit être cohérent avec les exigences et les besoins du client. L'analyse des besoins vise, dans l'intérêt du client, à éviter les situations suivantes :

- / que le client soit couvert plusieurs fois pour les mêmes risques,
- / une sous-assurance ou une surassurance,
- / une mauvaise couverture.

Si le client ne fournit pas d'informations sur ses exigences et ses besoins en matière d'assurance, le distributeur de produits d'assurance ne peut pas lui proposer de contrat d'assurance.

2. EN QUOI CONSISTE L'ANALYSE DES BESOINS ?

L'analyse des besoins est opérée sur la base des informations que le distributeur de produits d'assurance recueille auprès du client. Le distributeur interroge le client afin de connaître notamment :

- / les risques que le client souhaite couvrir ;
- / les contrats d'assurance que le client a déjà conclus pour ces risques ;
- / les informations nécessaires pour le type d'assurance (par exemple, le nombre de pièces de l'habitation dans le cas d'une assurance incendie) ; et
- / les informations personnelles qui sont importantes pour le contrat d'assurance concerné (par exemple, l'âge dans le cas d'une assurance du solde restant dû).

L'ampleur des questions posées dépend également de la complexité du produit d'assurance proposé et de la situation du client : plus le produit est complexe ou plus la situation du client est spécifique, plus l'analyse des besoins doit être détaillée.

Sur la base des informations recueillies, le distributeur sélectionne un ou plusieurs produits d'assurance qui répondent aux exigences et aux besoins du client. Il ne peut proposer au client que des produits d'assurance qui satisfont à cette exigence.

3. LE DISTRIBUTEUR DE PRODUITS D'ASSURANCE PEUT-IL FAIRE USAGE D'UN QUESTIONNAIRE STANDARDISÉ ?

L'analyse des besoins peut être réalisée sur la base d'un questionnaire standardisé. Le distributeur devra toutefois examiner d'un œil critique les réponses fournies par le client aux questions standard. Il veillera, au besoin, à compléter ou à adapter le questionnaire, si le contexte spécifique l'exige. Les questions ne peuvent en outre être formulées d'une manière à ce point standardisée, vague ou large que toute assurance d'une catégorie déterminée répond aux exigences et aux besoins du client en matière d'assurance. Il ne suffit pas, par exemple, de demander au client s'il possède une voiture et s'il souhaite une assurance auto.

4. QUI PRÉCISE LES EXIGENCES ET LES BESOINS DU CLIENT ?

Le distributeur de produits d'assurance en contact avec le client est le mieux placé pour ce faire.

Dans la plupart des cas, c'est l'intermédiaire d'assurance qui sera en contact avec le client et qui réalisera donc l'analyse des besoins.

Il est à noter qu'il ne suffit pas que le client lui-même indique que l'assurance proposée correspond à ses exigences et à ses besoins. C'est le distributeur de produits d'assurance qui doit effectuer l'analyse des besoins, pas le client.

5. QUAND L'ANALYSE DES BESOINS EST-ELLE OPÉRÉE ?

Le distributeur de produits d'assurance doit procéder à l'analyse des besoins avant de proposer un contrat d'assurance au client.

Il ne peut **pas** d'abord proposer un contrat d'assurance pour ensuite s'enquérir des exigences et des besoins du client (par exemple, sur la base des conditions particulières de l'assurance choisie).

6. POUR QUELS PRODUITS D'ASSURANCE UNE ANALYSE DES BESOINS EST-ELLE NÉCESSAIRE ?

L'obligation d'identifier les exigences et les besoins du client vaut pour tous les contrats d'assurance.

Une analyse des besoins est également requise lorsque le client souhaite remplacer un produit d'assurance existant par un nouveau produit d'assurance similaire.

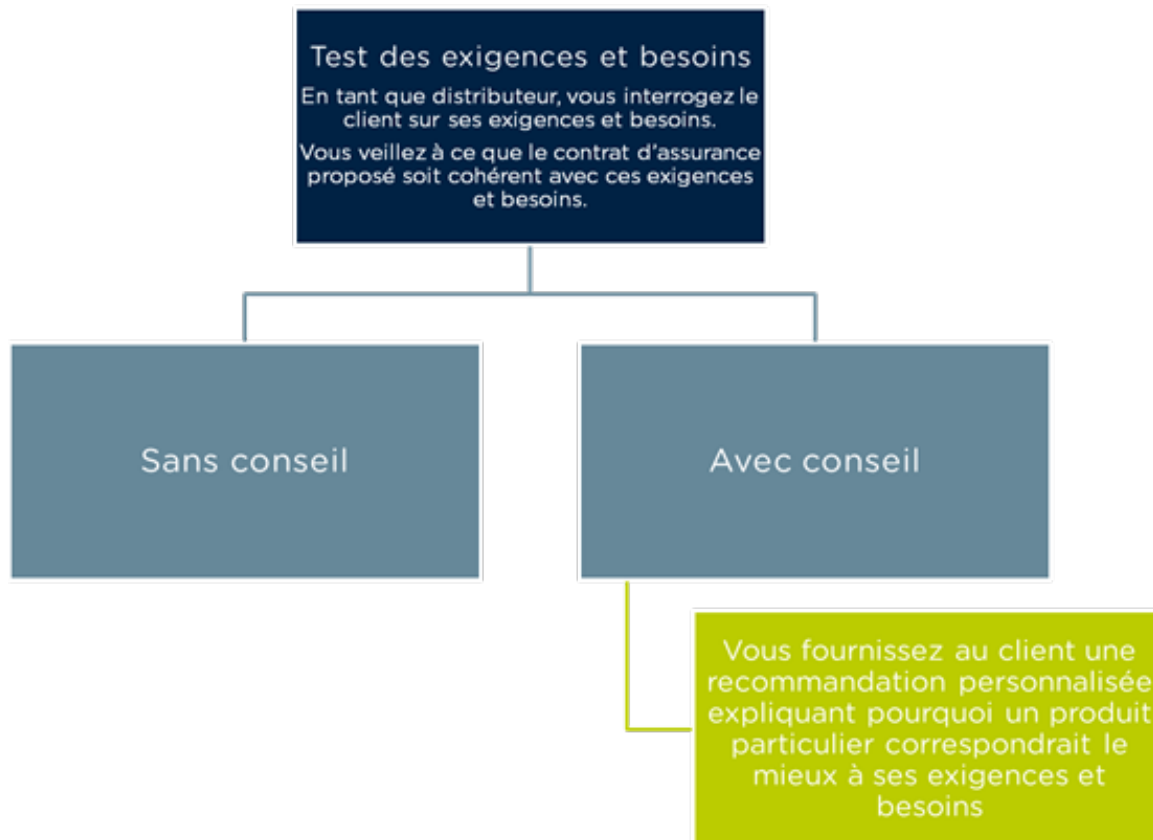
Cette obligation s'applique aussi dans le cas d'un produit d'investissement fondé sur l'assurance, tel qu'une assurance d'investissement de la branche 23. Le distributeur de produits d'assurance doit, dans ce cas, non seulement analyser les exigences et les besoins du client, mais également évaluer le caractère approprié ou l'adéquation du produit. Il est possible que le client ait des exigences et besoins spécifiques qui ne sont pas abordés dans l'évaluation du caractère approprié ou de l'adéquation du produit, comme par exemple un souhait particulier concernant l'attribution bénéficiaire, dont le distributeur de produits d'assurance doit également tenir compte.

7. L'ANALYSE DES BESOINS DIFFÈRE-T-ELLE SELON QUE LE DISTRIBUTEUR DE PRODUITS D'ASSURANCE FOURNIT DES CONSEILS OU NON ?

Oui.

La règle générale selon laquelle tout contrat d'assurance proposé par le distributeur de produits d'assurance **doit être cohérent** avec les exigences et les besoins du client s'applique toujours, même si le distributeur ne fournit pas de conseils.

Dans le cas toutefois d'une vente assortie d'un conseil, le distributeur de produits d'assurance doit également fournir au client une recommandation personnalisée expliquant pourquoi un produit particulier **correspondrait le mieux** à ses exigences et à ses besoins.



8. L'ANALYSE DES BESOINS DOIT-ELLE ÉGALEMENT AVOIR LIEU LORS D'UNE OFFRE PAR VOIE DIGITALE (SITE INTERNET, APPLICATION, PLATEFORME, ...) ?

Oui.

L'analyse des besoins doit avoir lieu quel que soit le canal de vente utilisé.

Dans un contexte digital, le distributeur de produits d'assurance peut, par exemple, demander au client de cocher des cases comportant plusieurs réponses possibles. Il devra toutefois s'abstenir d'utiliser des cases préremplies dans lesquelles seule la confirmation du client est demandée.

9. LE DISTRIBUTEUR DE PRODUITS D'ASSURANCE DOIT-IL CONSERVER L'ANALYSE DES BESOINS ?

Oui.

Le distributeur de produits d'assurance doit conserver, pendant au moins cinq ans, un enregistrement de toute activité de distribution d'assurances et donc aussi de l'analyse des besoins. Cela s'applique également si le distributeur de produits d'assurance ne fournit aucun conseil relatif au contrat d'assurance.

Cela permettra à la FSMA de vérifier notamment si le distributeur de produits d'assurance respecte les règles relatives à l'analyse des besoins.

Voulez-vous en savoir davantage sur l'analyse des besoins ? Dans ce cas, n'hésitez pas à lire ce [Guide pratique sur les règles de conduite IDD](#).