



ASSOCIATION DES COMPAGNIES
D'ASSURANCES ET DE RÉASSURANCES
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

CHARTÉ DE QUALITÉ SUR L'ASSURANCE VIE

08/10/2019

SOM- MAIRE

PRÉAMBULE	3
1. PRINCIPES D'INTÉGRITÉ ET DE PROBITÉ	4
1.1. Intégrité dans les relations commerciales	4
1.2. Probité des canaux et marchés de distribution et droit des contrats	5
1.3. Intégrité du personnel	6
2. PRINCIPES DE CONFORMITÉ	7
2.1. Envers les clients	7
2.2. À l'égard de l'environnement réglementaire	7
3. PROFESSIONNALISME	8
3.1. Primauté des intérêts des clients	8
3.2. Professionnalisme des prestataires	8
3.3. Professionnalisme des partenaires	9
3.4. Efficacité	9

PRÉAMBULE

La présente Charte de Qualité sur l'assurance vie s'inspire largement de la Charte de Qualité ICMA Private Wealth Management, qui présente les principes directeurs des bonnes pratiques adoptés par le secteur de la banque privée transfrontalière. La Charte de Qualité sur l'assurance vie adopte les mêmes principes, tout en les adaptant aux caractéristiques spécifiques au secteur de l'assurance vie de la gestion de patrimoine.

1. La Charte de Qualité sur l'Assurance Vie (« la Charte de Qualité ») constitue une recommandation de norme volontaire minimum de bonnes pratiques de marché qu'il convient d'appliquer à l'assurance vie individuelle. Elle est conçue pour être conforme à toutes les réglementations au niveau international, européen et national, et pour compléter les directives et principes relatifs à la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme tels que les Principes de Wolfsberg en matière de lutte contre le blanchiment de capitaux et les Recommandations générales du Groupe d'action financière (GAFI).
2. De manière générale, le secteur de l'assurance vie propose des produits d'assurance vie aux particuliers.
3. La Charte de Qualité, qui a été élaborée volontairement par les membres de l'Association des Compagnies d'Assurances et de Réassurances (ACA), a pour objectif d'établir dans un seul et même document les normes élevées d'intégrité, de transparence et de professionnalisme que les compagnies qui l'ont signée observent dans leurs relations avec leurs clients, prestataires, partenaires, superviseurs et régulateurs.
4. La Charte de Qualité décrit les différentes fonctions des compagnies d'assurance vie ainsi que les règles de conduite et procédures internes mises en œuvre par elles pour assurer une conduite appropriée avec les parties prenantes externes. Il est entendu que l'établissement des règles et procédures internes appropriées et le respect de la Charte de Qualité d'une part et desdites règles et procédures internes d'autre part relèvent de l'entière responsabilité de la direction des sociétés.
5. La Charte de Qualité est un document public. Elle est publiée sur le site internet de l'ACA.

Il est prévu que la Charte de Qualité soit régulièrement revue de manière à assurer la conformité de la Charte avec les évolutions des réglementations applicables et les normes de qualité des compagnies d'assurance vie.

La présente Charte reflète, outre les lois et réglementations en vigueur dans le secteur de l'assurance vie, l'esprit dans lequel ses signataires entendent agir sur les différents marchés sur lesquels ils opèrent.

L'objectif de cette Charte est d'adopter des règles de conduite de manière à préserver la bonne réputation et soutenir les efforts des professionnels du secteur afin de développer la place financière luxembourgeoise de façon appropriée, saine, professionnelle et efficace.

Cette Charte repose sur cinq fondements qui tiennent compte des spécificités du secteur et orientent les acteurs du marché, signataires de cette charte sur les thèmes suivants :

1. L'intégrité dans les relations d'affaires avec les clients mais aussi avec les prestataires, partenaires et concurrents. On attend du personnel des acteurs du secteur qu'il observe la même intégrité.
2. La nature exemplaire des pratiques et la loyauté des acteurs dans la mise en place de leurs moyens d'action.
3. La conformité avec les réglementations locales et étrangères applicables aux acteurs.
4. Les acteurs doivent s'abstenir de mettre en place des mécanismes contribuant à l'évasion fiscale.
5. Les réclamations des clients doivent être traitées conformément aux orientations de l'EIOPA.

Les signataires de la Charte de Qualité ont adopté les principes et exigences suivants :



1. PRINCIPES D'INTÉGRITÉ ET DE PROBITÉ

1.1. INTÉGRITÉ DANS LES RELATIONS COMMERCIALES

1.1.1. Connaissance de la clientèle

Les compagnies d'assurance vie s'assurent qu'elles ont une bonne connaissance de leur clientèle grâce aux méthodes suivantes :

- **Identification** : les compagnies d'assurance vie prennent toutes les mesures nécessaires pour établir l'identité de leurs clients, des bénéficiaires des contrats et des bénéficiaires effectifs avant d'effectuer toute transaction. Les bénéficiaires effectifs s'entendent comme toute personne physique qui, en dernier ressort, possède ou contrôle le client ou pour laquelle une transaction est exécutée.

Ces mesures comprennent notamment l'identification du client et la vérification de son identité, sur la base de documents, de données ou d'informations de source fiable et indépendante pour les personnes physiques.

L'identification du bénéficiaire effectif est établie conformément à la réglementation applicable (le pouvoir de contrôle pouvant être recherché d'abord selon les critères liés au droit de vote/participation au capital, ou à défaut par toute personne physique qui occupe la position de dirigeant principal) et par la prise de « mesures raisonnables » pour vérifier son identité, de telle manière que les compagnies d'assurance vie aient l'assurance de connaître ledit bénéficiaire effectif, ainsi que, pour les personnes morales, les fiducies et les constructions juridiques similaires, la prise de « mesures raisonnables » pour comprendre la structure de propriété et de contrôle du client.

- **Fiscalité** : Les compagnies d'assurance vie veillent, dès l'entrée en relation d'affaires, à documenter leur dossier sur la résidence fiscale de leurs clients afin de leur fournir préalablement à la conclusion du contrat les informations fiscales générales relatives à l'existence du contrat et des opérations qui y seront réalisées.

- **Diligence** : les compagnies d'assurance vie réunissent toutes les informations nécessaires sur leurs clients, les bénéficiaires des contrats ainsi que les bénéficiaires effectifs. Ces informations peuvent notamment inclure leur domicile, leurs données personnelles, ainsi que pour les clients, la raison et l'objectif pour lesquels ils souscrivent un contrat d'assurance vie, l'origine économique de leur patrimoine et une estimation de ce dernier, la source des fonds transférés et la future destination ou utilisation du contrat d'assurance vie.
- **Types de relations commerciales** : les compagnies d'assurance vie refusent d'accepter des contrats anonymes ou de verser des capitaux sur un compte anonyme.
- **Dossiers régulièrement mis à jour** : les compagnies d'assurance vie s'assurent que les informations qu'elles détiennent au sujet de leurs clients sont à jour.

1.1.2. Prévention du blanchiment de capitaux, du financement du terrorisme et de la fraude externe

- **Organisation appropriée** : dans le but de prévenir le blanchiment de capitaux, le financement du terrorisme et toutes autres activités criminelles, les compagnies d'assurance vie mettent en place une organisation efficace et adaptée. Ce dispositif de contrôle interne inclut une évaluation des risques de blanchiment et de financement du terrorisme, des procédures ainsi qu'un dispositif de surveillance des opérations. Au sein de l'organisation, un membre de la direction est nommé responsable du contrôle de la lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme. Selon le principe de proportionnalité, cette fonction est en général séparée des directions opérationnelles et commerciales.
- **Coopération avec les autorités** : les compagnies d'assurance vie coopèrent avec les autorités et font les déclarations et divulgations nécessaires si elles savent, soupçonnent ou ont des motifs raisonnables de soupçonner qu'un blanchiment ou un financement du terrorisme est en cours, a eu lieu ou a été tenté, quel que soit le montant.

- **Vigilance** : les compagnies d'assurance vie exercent une vigilance constante sur leurs relations d'affaires, en particulier pour identifier l'origine et la destination des avoirs, et pour s'assurer de la cohérence des transactions au regard de l'objectif de la relation d'affaires et des informations qu'elles détiennent à propos de leurs clients, des bénéficiaires des contrats ainsi que des bénéficiaires effectifs des contrats. L'exercice de cette vigilance constante requiert une mise à jour régulière de ces informations.

1.1.3. Abstention de mécanismes favorisant l'évasion fiscale

- **Traçabilité des opérations** : tout versement de primes en espèces, titres ou valeurs doit respecter les obligations déclaratives applicables en la matière. Dans l'hypothèse d'une demande de leurs clients pour obtenir le paiement des prestations (rachat, capital décès) en espèces, titres ou valeurs, les compagnies informeront ces clients des obligations déclaratives qui leur incombent.
- **Conformité fiscale** : chaque compagnie d'assurance vie est requise d'adopter une procédure afin d'obtenir l'assurance raisonnable que ses clients respectent les obligations fiscales qui leur sont applicables. Une bonne pratique consiste notamment à obtenir de la part du client une déclaration de conformité fiscale pouvant être, le cas échéant, documentée en fonction des circonstances du dossier.

En conformité avec les dispositions prises par chaque compagnie d'assurance vie pour s'assurer raisonnablement du respect des obligations fiscales par leurs clients, ces derniers doivent être informés que la compagnie d'assurance vie s'abstiendra de réaliser des opérations ou d'offrir des services visant à leur permettre de contourner ou d'éluder leurs obligations fiscales.

En tout état de cause, les compagnies d'assurance vie doivent prendre soin d'éviter toute situation dans laquelle elles pourraient être utilisées à des fins fiscales illicites.

1.2. PROBITÉ DES CANAUX ET MARCHÉS DE DISTRIBUTION ET DROIT DES CONTRATS

Les compagnies d'assurance vie garantissent que leur principale priorité est de proposer des contrats et des services d'assurance vie conformes aux réglementations locales en vigueur pour l'activité en libre prestation de services ou sur le marché local. Elles établissent des règles dans le but de :

- répondre aux attentes du client,
- nommer, le cas échéant, le représentant fiscal dans certains pays spécifiques,
- respecter les lois et réglementations qui font partie des règles « d'intérêt général » dans le pays de résidence des souscripteurs applicables au contrat souscrit,
- respecter les règles de distribution et d'intermédiation en vigueur.

Les compagnies d'assurance vie veillent à disposer d'une organisation adéquate permettant d'identifier et de prévenir les risques de non-conformité de leurs produits face aux différentes réglementations juridiques et fiscales applicables. Préalablement à toute distribution de nouveaux produits et services, les compagnies mettent en place un processus interne formalisant la conformité de leurs produits et services en s'appuyant sur différents avis (internes et/ou externes).

Par principe, toute compagnie d'assurance vie doit s'efforcer d'éviter de contribuer, de manière systématique ou en connaissance de cause, à une évasion fiscale ou à toute autre activité contraire aux lois et réglementations des pays où lesdits services sont proposés. Les compagnies d'assurance vie s'engagent à mettre à disposition de leurs clients les données dont ils ont besoin pour compléter leur déclaration d'impôts.

1.3. INTÉGRITÉ DU PERSONNEL

1.3.1. Critères de recrutement

Les compagnies d'assurance vie s'engagent à recruter du personnel dont les valeurs d'intégrité et d'éthique sont exemplaires.

1.3.2. Prévention de la fraude interne

Les compagnies d'assurance vie prennent les mesures nécessaires pour prévenir les fraudes internes : de telles mesures peuvent notamment inclure des règles de sécurité relatives aux transferts de fonds, des processus de signature, la surveillance des transactions ainsi que des formations correspondant à ces règles.

1.3.3. Contrôle interne

Les compagnies d'assurance vie s'assurent qu'un environnement de contrôle efficace est en place. Les audits externe et interne ainsi que les autres fonctions de contrôle indépendantes assistent la compagnie d'assurance vie en validant la pertinence de son dispositif. À cet effet, des organes d'inspection indépendants ou les fonctions d'audit interne et de contrôle propres à la compagnie d'assurance vie peuvent être nécessaires pour vérifier régulièrement la bonne application des principes d'intégrité.

2. PRINCIPES DE CONFORMITÉ

2.1. ENVERS LES CLIENTS

Dès le début de la relation, les compagnies d'assurance vie mettent à la disposition de leurs clients des informations correctes, claires et non trompeuses quant au produit ou service proposé. Ces informations peuvent notamment inclure :

- un rapport annuel,
- les modalités de calcul de l'impôt si nécessaire,
- tout document nécessaire à la préparation de la déclaration d'impôts du client.

De manière générale, les compagnies d'assurance vie mettent à disposition de leurs clients :

- les documents d'informations clés selon la réglementation sur les produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance,
- ainsi que toutes les informations nécessaires pour justifier le contenu de leur contrat et de s'acquitter de leurs obligations fiscales, notamment en leur fournissant des relevés de situation qui leur permettront de procéder à leur déclaration fiscale exigée par la législation applicable.

Afin d'atteindre cet objectif, les compagnies d'assurance vie veillent à adopter des procédures pour s'assurer de la possibilité pour leur clientèle de prendre personnellement connaissance sur un support écrit ou durable¹ des informations liées au bon accomplissement de leurs obligations déclaratives dans les délais légaux.

Les compagnies d'assurance vie doivent s'assurer que tous les documents qu'elles délivrent à leurs clients donnent une image fidèle de la situation du contrat comme renseignée dans leurs livres.

¹ Support durable : tout instrument qui :

a) permet au client de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement, de telle sorte qu'elles puissent être consultées ultérieurement pendant une période adaptée à l'objectif de ces informations; et

b) permet la reproduction exacte des informations stockées.

Pour permettre à leur clientèle de se conformer à leurs obligations fiscales tout au long de la durée du contrat, les compagnies d'assurance vie recommanderont à leurs clients qu'ils s'informent auprès de leur propre conseiller juridique ou fiscal en fonction de leur situation personnelle des possibles évolutions fiscales susceptibles de s'appliquer à leur contrat.

Dans l'éventualité où les compagnies d'assurance vie seraient informées par leur clientèle d'un changement de résidence fiscale, elles les inviteront à se rapprocher d'un conseiller fiscal en vue d'examiner les conséquences de ce transfert sur leur contrat existant.

2.2. À L'ÉGARD DE L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

2.2.1. Accès garanti à l'information

Les compagnies d'assurance vie assurent aux autorités de contrôle et autres autorités compétentes des pays où elles sont établies l'accès à toute information qu'elles demandent dans le cadre de la législation en vigueur en matière de protection des données et dans la mesure autorisée par les lois et réglementations applicables aux divulgations devant être faites aux autorités. Cette garantie couvre toute information fournie conformément aux lois et réglementations en vigueur dans les pays où les clients détiennent leurs contrats. Les informations fournies se limitent strictement aux demandes des autorités et ne doivent pas menacer les règles de confidentialité.

2.2.2. Perception des impôts

Les compagnies d'assurance vie s'engagent à assurer la perception des impôts qu'elles sont tenues de collecter.

3. PROFESSIONNALISME

3.1. PRIMAUTÉ DES INTÉRÊTS DES CLIENTS

Les compagnies d'assurance vie appliquent ce principe à toutes les transactions qu'elles effectuent pour leurs clients, en particulier dans les domaines suivants.

3.1.1. Respect de la vie privée et discrétion professionnelle

Les compagnies d'assurance vie respectent la réglementation sur la protection des données à caractère personnel et le secret professionnel du secteur de l'assurance. Elles établissent des règles pour protéger la confidentialité des informations des clients quelle qu'en soit la forme. Elles mettent en place des règles et procédures visant à sauvegarder ces données, en particulier :

- des mesures pour protéger les données personnelles confidentielles et sensibles,
- des restrictions à la divulgation des informations afin de la limiter aux personnes et entités qui « ont besoin de savoir »,
- des règles d'accès du personnel aux bâtiments, systèmes et tâches informatiques,
- des règles d'accès aux bâtiments pour les personnes extérieures.

De plus, une formation régulière portant sur la gestion et la sécurité des données est proposée au personnel pour permettre une évolution professionnelle continue ; cette formation aborde également la question de la nécessaire discrétion du personnel dans l'exécution de son travail.

3.1.2. Gestion des conflits d'intérêts

Les compagnies d'assurance vie adoptent une politique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts susceptibles de survenir entre elles-mêmes, y compris leurs dirigeants et leur personnel, et leurs clients.

Elle inclut la gestion des incitations financières visant à rémunérer la qualité du service rendu au client et respectant au mieux les intérêts de celui-ci.

Cette politique est disponible et accessible aux clients sur demande écrite.

3.1.3. Gestion des réclamations des clients

Les compagnies d'assurance vie mettent en place un dispositif permettant le traitement adéquat des réclamations. Celui-ci inclut l'information délivrée au client sur la procédure à suivre pour adresser une réclamation.

L'existence d'une réclamation n'exclut pas, pour le client, d'exercer son droit d'agir en justice ou de s'adresser au Commissariat aux Assurances (CAA) ou au Médiateur de l'ACA.

3.1.4. Gestion des sinistres

Les compagnies d'assurance vie adoptent un principe de processus de transparence dans le traitement des sinistres en matière de documents à réceptionner pour le paiement des prestations et veillent au respect de délais raisonnables pour l'examen des dossiers, à la surveillance des contrats inactifs ainsi qu'à la recherche des bénéficiaires.

3.2. PROFESSIONNALISME DES PRESTATAIRES

3.2.1. Vérifications préalables

Lorsque les compagnies d'assurance vie décident d'externaliser des prestations essentielles liées soit à la distribution, soit à la gestion administrative et/ou financière de ses contrats, elles s'engagent à vérifier au préalable le professionnalisme des prestataires par une procédure d'habilitation formelle et documentée regroupant des critères liés notamment à leur agrément et à leur réputation.

3.2.2. Matérialisation des engagements

Les engagements des prestataires seront matérialisés dans une convention écrite reprenant au minimum le respect des standards de qualité relatifs à l'exercice de leur fonction tant au niveau de la fourniture des conseils que de leurs contrôles en matière de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme.

Relativement aux engagements liés à la distribution de leurs produits, une attention particulière se portera sur la conformité fiscale des clients et des actifs servant au paiement de la prime.

3.3. PROFESSIONNALISME DES PARTENAIRES

La notion de partenaires vise des parties tierces au sens large, actives dans le secteur de l'assurance vie, notamment les apporteurs d'affaires, les intermédiaires d'affaires, les réassureurs, les gestionnaires d'actifs et banques dépositaires.

Les compagnies d'assurance vie sélectionnent leurs partenaires avec rigueur. Elles vérifient, dans la mesure de leurs possibilités, et ce lors de chaque entrée en relation avec un nouveau partenaire, que celui-ci respecte les exigences professionnelles prévues par la législation applicable. En particulier, les compagnies d'assurance vie réalisent une « due diligence » dans le choix de leurs partenaires.

Les compagnies d'assurance vie formalisent la collaboration avec chaque partenaire par des clauses contractuelles précisant les droits et obligations de chaque partie, ainsi que les aspects opérationnels et financiers de la collaboration.

3.4. EFFICACITÉ

3.4.1. Efficacité de la transmission d'informations aux clients

Les compagnies d'assurance vie s'assurent de la qualité des informations transmises aux clients et des services qu'elles proposent. Cela s'applique en particulier :

- au caractère complet et à jour de tout rapport qu'elles rédigent,
- à la rapidité des processus de traitement de toute transaction qu'elles effectuent,
- aux données qui doivent être transmises à temps pour établir les déclarations d'impôts,
- à l'exactitude et à l'impartialité de tout calcul,
- à la clarté des informations.

Les professionnels veillent à ce que les informations destinées à la clientèle soient correctes et présentées en utilisant une terminologie claire et non trompeuse.

3.4.2. Efficacité du personnel

Les compagnies d'assurance vie garantissent que leur personnel agit dans l'intérêt des clients :

- avec responsabilité,
- avec compétence,
- conformément aux règles déontologiques.

À cet effet, les compagnies d'assurance vie s'assurent notamment que leur personnel suive des formations adéquates afin de mettre à jour et d'enrichir leur pratique professionnelle au regard des évolutions réglementaires et aux bonnes pratiques adoptées par la présente Charte.

**Version française validée par le Conseil
d'Administration de l'ACA le 08/10/2019**

Toute reproduction doit mentionner la source.

Amplifying Insurance

Suivez l'ACA en vous inscrivant à la newsletter **News@ACA** sur www.aca.lu



www.aca.lu



[@ACALuxembourg](https://twitter.com/ACALuxembourg)



[ACA Luxembourg](https://www.linkedin.com/company/aca-luxembourg)

**ACA - Association des Compagnies
d'Assurances et de Réassurances du
Grand-Duché de Luxembourg**

12, rue Erasme, L – 1468 Luxembourg
Tél. : (+352) 44 21 44-1