



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

CHARTRE DE QUALITÉ SUR L'ASSURANCE VIE

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 d'argent tels que les Principes de Wolfsberg en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et les Recommandations générales du Groupe d'action financière.
2. De manière générale, le secteur de l'Assurance Vie propose des produits d'assurance vie aux particuliers et à leurs familles.
3. La Charte de Qualité, qui a été élaborée volontairement par un groupe de compagnies d'assurance vie, membres de l'Association des Compagnies d'Assurances et de Réassurances (ACA) ou des associations nationales qui font partie du Syndicat des Compagnies d'assurances, 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, confrères, superviseurs et régulateurs.
4. La Charte de Qualité décrit les différentes fonctions des compagnies d'assurance vie ainsi que les règles de conduites 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 le statut de la Charte de Qualité soit régulièrement revu 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 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 normes de l'EIOPA.

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

1. Principe 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 prennent toutes les mesures nécessaires pour établir l'identité de leurs clients et bénéficiaires économiques avant d'effectuer toute transaction. Il est essentiel que les compagnies d'assurance vie ou les intermédiaires connaissent les clients particuliers. Pour les sociétés, les bénéficiaires finaux et les personnes qui en contrôlent les fonds doivent être identifiés. Les professionnels veillent, dès l'entrée en relation d'affaires, à documenter leur dossier par 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 ou bénéficiaires, qui peuvent notamment inclure leur domicile, leurs données personnelles, la raison et l'objectif dans lequel 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 tendance 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. En assurant le suivi des opérations sur ses contrats, la compagnie veille à examiner l'existence de tout indice susceptible de contredire les déclarations fournies initialement par le client.

1.1.2. Prévention du blanchiment d'argent, du financement du terrorisme et de la fraude externe

- *Organisation appropriée* : les compagnies d'assurance vie mettent en place des procédures pour prévenir le blanchiment d'argent et autres activités criminelles. Elles instaurent un mécanisme efficace d'analyse des transactions et de détection des fraudes. Au sein de l'organisation, un employé est nommé responsable de la prévention du blanchiment d'argent. En général, ce poste est séparé des services opérationnels et commerciaux.
- *Coopération avec les autorités* : les compagnies d'assurance vie coopèrent avec les autorités et font les déclarations et divulgations nécessaires si elles suspectent une quelconque activité criminelle.
- Les professionnels exercent une vigilance en relation avec leurs clients, en particulier pour identifier l'origine des fonds et de toute information permettant d'identifier l'objectif de l'entrée en relation d'affaires

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 professionnel est requis 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 une déclaration de conformité fiscale de la part du client pouvant être le cas échéant documentée en fonction des circonstances du dossier.

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

En tout état de cause, les professionnels doivent prendre soin d'éviter toute situation dans laquelle ils pourraient être utilisés à des fins fiscales illicites.

1.2. Probité des circuits et marchés de distribution et droit des contrats

1.2.1. Probité des circuits et marchés de distribution

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 » du pays de résidence des souscripteurs applicables au produit souscrit,
- respecter les règles actuelles de distribution et d'intermédiation

Les professionnels 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, les compagnies mettent en place un processus interne formalisant la conformité de leurs produits en s'appuyant sur différents avis (internes et/ou externes).

Par principe, tout prestataire de services financiers 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 indépendant assistent la compagnie d'assurance vie en validant la pertinence de ses procédures. À cet effet, pour les services opérationnels et commerciaux, des organes d'inspection indépendants ou les fonctions d'audit interne et de contrôle propres à l'assureur peuvent être nécessaires pour vérifier régulièrement la bonne application des principes d'intégrité.

2. Probité/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 claires, appropriées et complètes quant au produit 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 professionnels mettent à disposition de leurs clients 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 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 professionnels doivent s'assurer que tous les documents qu'ils délivrent à leurs clients donnent une image fidèle de la situation du contrat comme renseignée dans leurs livres.

Pour permettre à leur clientèle de se conformer à leurs obligations fiscales tout au long de la durée du contrat, les compagnies 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 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 sur simple demande

Les compagnies d'assurance vie assurent aux autorités régulatrices 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.

Le cas échéant, les compagnies d'assurance vie s'engagent également à remplir leurs obligations d'échange administratif d'informations.

¹ Support autre que le papier pour autant que les conditions suivantes soient respectées :

- a) la fourniture de cette information sur ce support doit être adaptée au contexte dans lequel sont ou seront conduites les affaires entre le prestataire de services et le client ; et,
- b) la personne à qui l'information doit être fournie, après s'être vue proposer le choix entre la fourniture de l'information sur papier ou cet autre support durable, opte spécifiquement pour la fourniture de l'information sur cet autre support.

Une clé USB ou la partie sécurisée d'un site web, à laquelle seul le client concerné a accès, constituent des exemples de support durable autre que le papier.

Un moyen de communication électronique pour fournir des informations au client sera considéré comme adapté au contexte dans lequel sont ou seront conduites les affaires entre le prestataire de services et le client s'il est prouvé que le client a un accès régulier à l'internet. La fourniture par le client d'une adresse électronique comme moyen de communication aux fins de la conduite de ses affaires avec le prestataire de services constitue une preuve de cet accès régulier.

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 légitimes des clients

Les compagnies d'assurance 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 ont pour tradition de respecter la vie privée et faire preuve de discrétion professionnelle tout en se conformant aux lois du pays où elles sont établies. 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 confidentielles,
- 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 réclamations

Les compagnies d'assurance vie mettent en place les dispositions nécessaires à la gestion des réclamations, de manière à traiter toute réclamation émanant d'un client. Les compagnies d'assurance vie informent leurs clients de la marche à suivre pour adresser une réclamation. Les réclamations des clients peuvent être adressées, sans préjudice de leur droit d'engager une autre action en justice dans le cadre du système judiciaire en place, au Commissariat aux Assurances (CAA) ou au médiateur de l'ACA.

3.2. Professionnalisme des prestataires

3.2.1. Vérifications préalables

Lorsque les compagnies décident d'externaliser des prestations essentielles liées soit à la distribution, 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 leur contrôles AML/FT. 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. Efficacité

3.3.1. 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 présentées dans de la documentation utilisant une terminologie claire, correcte et non trompeuse.

3.3.2. 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 proposent des formations à leur personnel.

* * *