

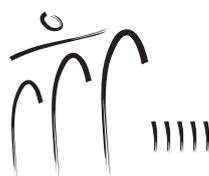


AVIS

CCE 2022-1820

**Conditions restrictives applicables à la
commercialisation de certains contrats
d'assurance portant sur des appareils
multimédias**

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





Avis
Conditions restrictives applicables à la commercialisation
de certains contrats d'assurance portant sur des
appareils multimédias

Bruxelles
15.07.2022

Saisine

Par courrier en date du 14 juin 2022, l'Autorité des services et marchés financiers (FSMA) a adressé une demande d'avis à la Commission consultative spéciale Consommation à propos d'un projet de règlement de la FSMA imposant des conditions restrictives à la commercialisation, auprès des consommateurs, de certains contrats d'assurance portant sur des appareils multimédias. L'avis de la CCS Consommation est demandé conformément à l'article 30bis de la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers.

La sous-commission Services financiers, en charge de la préparation d'un projet d'avis, s'est réunie à cet effet, sous la présidence de monsieur Van Bulck, le 30 juin 2022. Ont participé à ces travaux : Mmes Debaes (rapporteuse, FEB), Hendrickx (Tests-Achats) et Van Overbeke (rapporteuse, AB-REOC) et MM. Boghaert (CGSLB) et Van Oldeneel tot Oldenzeel (Assuralia).

La sous-commission a également pu faire appel à l'expertise de MM. Van Cottem et Greindl (représentants de l'Autorité des services et marchés financiers).

Après vote à distance, conformément à l'article 8 du règlement d'ordre intérieur de la CCS Consommation, le projet d'avis a été approuvé à l'unanimité par l'assemblée plénière le 15 juillet 2022, sous la présidence de M. Reinhard Steennot

Introduction

Le présent projet de règlement de la FSMA vise à imposer des conditions restrictives à la commercialisation auprès des consommateurs de certains contrats d'assurance portant sur des appareils multimédias ou des programmes (logiciels) qui peuvent y être installés.

Lorsque les consommateurs achètent un appareil multimédia, les entreprises peuvent leur proposer une assurance dommages qui couvre le dysfonctionnement, la perte ou le vol de cet appareil. Il est également assez fréquent dans ce secteur que la prime soit payable par mensualités. Certains de ces contrats dispensent le consommateur de payer la première mensualité ("période de couverture gratuite") et/ou font augmenter graduellement les mensualités au cours du contrat.

La loi du 4 avril 2014 permet au preneur d'assurance de résilier le contrat, s'il a été conclu via une police pré-signée ou une proposition d'assurance, dans un délai de quatorze jours à compter de son entrée en vigueur. Cependant, les contrats d'assurance concernés accordent souvent un délai plus long (par exemple trente jours), ce qui correspond souvent à la période de couverture gratuite.

Cette pratique comporte le risque d'attirer l'attention du consommateur sur une période initiale de couverture gratuite (teaser), ainsi qu'une possibilité de résiliation durant la période d'effet du teaser, et non sur les caractéristiques du produit qu'on lui propose de souscrire alors même que le contrat dans son ensemble ne correspondrait pas à ses exigences et besoins. En outre, l'augmentation graduelle des échéances fait aussi que le consommateur n'a pas de vue sur le montant total de la prime.

Il a été constaté par la FSMA sur la base de très nombreuses plaintes et lors d'inspections effectuées dans le cadre de ses activités de contrôle que cette pratique pose gravement problème. Actuellement, la FSMA n'a pas connaissance de telles pratiques de la part des assureurs belges, et les offres susmentionnées sont le fait d'assureurs étrangers représentés en Belgique. La FSMA est d'avis que cette pratique est intrinsèquement inconciliable avec l'obligation d'identifier les exigences et besoins du consommateur et de proposer des contrats d'assurance cohérents avec ceux-ci.

En outre, la FSMA est d'avis que la pratique décrite plus haut est inappropriée et porte gravement atteinte à la protection du consommateur en ce qu'elle ne permet pas aux mécanismes légaux de protection (information, analyse des exigences et besoins et obligation de proposer des contrats cohérents par rapport à ceux-ci) d'opérer de manière adéquate. La FSMA estime par conséquent devoir adopter des mesures restrictives sur la base de l'article 30bis de la loi du 2 août 2002 de manière à interdire cette pratique.

Cette disposition permet à la FSMA d'interdire ou de subordonner à des conditions restrictives la commercialisation auprès des consommateurs en Belgique de produits financiers, notamment d'assurance, ou certaines catégories de produits financiers. Le règlement de la FSMA s'applique à tous les contrats d'assurance, y compris ceux de moins de 2 000 euros par an, et l'assureur en question n'est pas tenu de s'enregistrer auprès de la FSMA.

La FSMA a déjà fait usage de cette autorisation par le passé, en ce qui concerne le règlement portant sur l'interdiction de commercialiser certains produits financiers auprès des clients de détail, adopté le 3 avril 2014, et le règlement encadrant la commercialisation de certains instruments dérivés auprès des consommateurs, adopté le 26 mai 2016. Le Conseil de la consommation de l'époque, aujourd'hui la CCS Consommation, a également rendu des avis dans ce cadre¹. La FSMA propose de réutiliser cette autorisation sur la base de l'article 30bis de la loi du 2 août 2002 en ce qui concerne les polices d'assurance susmentionnées.

AVIS

La CCS Consommation reconnaît le pouvoir de la FSMA d'édicter, sur base de l'article 30bis précité, des règlements qui, en tenant compte des intérêts des acheteurs de produits ou services financiers, imposent une interdiction ou des conditions restrictives à la commercialisation ou à certaines formes de commercialisation auprès de clients de détail de produits financiers ou de certaines catégories de produits financiers².

La CCS Consommation est consciente du problème décrit ci-dessus concernant la commercialisation de contrats d'assurance multimédia qui a actuellement cours et du nombre croissant de plaintes à ce sujet. Elle comprend donc la nécessité de protéger les intérêts des consommateurs dans la commercialisation de ces polices d'assurance et approuve l'article 2 du présent projet de règlement.

¹ Voir, respectivement, [Avis du 20 mars 2014 un avant-projet d'arrêté royal imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail et sur le projet de règlement concernant les exigences du label de risque ainsi que sur le projet de règlement concernant l'interdiction de commercialisation de certains produits financiers auprès des clients de détail \(CC 471\)](#) et [Avis du 18 février 2016 sur un projet de règlement de l'Autorité des Services et Marchés financiers \(FSMA\) encadrant la commercialisation de certains instruments financiers dérivés auprès des clients de détail \(CC 490\)](#).

² [Article 30bis de la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers.](#)

En effet, les caractéristiques de ces produits justifient une initiative qui interdit la commercialisation de ce type de contrat d'assurance et l'interdiction de proposer la souscription de telles polices d'assurance multimédia dont la prime est payée en plusieurs versements. Il est jugé nécessaire que la prime, d'une manière convenue dès le départ, soit divisée en parties égales dont le paiement est réparti régulièrement sur toute la durée du contrat.

Enfin, la CCS Consommation est également d'accord avec l'article 3 du présent projet de règlement, qui stipule que « le présent règlement entre en vigueur à la date d'entrée en vigueur de l'arrêté royal qui l'approuve ».