

POLITIQUE EN MATIERE D'INDUCEMENTS

Fédérale Assurance accorde une importance primordiale à l'intégrité, à la transparence et à la protection des intérêts de ses clients. Dans ce cadre, elle a mis en place une politique stricte en matière d'**inducements**, en conformité avec les exigences légales et réglementaires en vigueur.

1. Cadre réglementaire

La politique en matière d'inducements est conforme :

- à la Directive (UE) 2016/97 du 20 janvier 2016 relative à la distribution d'assurance.
- au Rapport sectoriel sur les conflits d'intérêts et les inducements dans les entreprises d'assurance - FSMA 29 avril 2019. Arrêté royal portant approbation du code de conduite de l'assurance vie et non-vie du 17 juin 2019.
- au guide pratique sur les règles de conduite IDD - FSMA 25 janvier 2022 (FSMA_2022_06).
- au programme de travail VO inducements (template FSMA).
- aux Lignes directrices - Inducements dans le cadre des assurances-vie et des assurances non-vie (Assuralia, juillet 2024)

2. Champ d'application

La politique en matière d'inducements s'applique à Fédérale Assurance.

3. Définition de l'inducement

Un inducement est toute rémunération (monétaire ou non) reçue ou versée par une entreprise d'assurance ou un intermédiaire dans le cadre de la distribution de produits d'assurance, à l'exception des paiements réalisés directement par ou pour le client.

4. But de la politique d'inducements

- Garantir que les inducements n'engendrent **pas de conflits d'intérêts**
- S'assurer que les inducements soient **proportionnels** par rapport aux prestations effectuées.
- S'assurer que le conseil donné au client **correspond au mieux à ses intérêts**,
- Prévenir tout inducement pouvant nuire à la **qualité du service** rendu.

5. Types d'inducements

- **Monétaires** : commissions de base, commissions de gestion, rétrocessions (celles-ci sont remboursées au client dans les produits de la branche 23).
- **Non-monétaires** : formations, séminaires, événements professionnels sous conditions strictes.

6. Critères de conformité légale

Pour être autorisé, un inducement doit

*Pour tous les produits d'assurance :

- Être **proportionné** au service fourni,
- Ne **pas nuire** à l'obligation d'agir dans l'intérêt du client,

*Pour les assurances d'épargne et d'investissement :

- Ne pas nuire pas au respect de l'obligation de l'entreprise d'assurance d'agir d'une manière honnête, équitable et professionnelle au mieux des intérêts de ses clients
- Ne pas avoir d'effet négatif sur la qualité du service fourni au client

Afin d'évaluer s'il y a un **risque d'effet négatif**, il faut se poser les questions suivantes :

- ✓ L'inducement ou le régime d'inducement est-il susceptible d'inciter l'intermédiaire d'assurance ou l'entreprise d'assurance à proposer ou recommander un produit d'assurance particulier ou un service particulier au client alors qu'il pourrait proposer un autre produit d'assurance ou un autre service correspondant mieux aux besoins de ce client ?
- ✓ L'inducement ou le régime d'inducement est-il exclusivement ou essentiellement fondé sur des critères commerciaux quantitatifs ou prend il en compte des critères qualitatifs appropriés reflétant la conformité à la réglementation applicable, la qualité des services fournis et la satisfaction de la clientèle ?
- ✓ La valeur de l'inducement versé ou reçu est-elle proportionnelle à la valeur du produit et des services fournis ? L'entreprise d'assurance ou l'intermédiaire d'assurance doit, selon la FSMA, évaluer si le client en a pour son argent. L'inducement ne peut jamais être disproportionné ou excessif par rapport au service fourni.
- ✓ L'inducement est-il entièrement ou principalement versé au moment de la conclusion du contrat d'assurance ou s'étend-il sur l'ensemble de la durée de ce contrat ?
- ✓ Existe-t-il des mécanismes appropriés de restitution de l'inducement dans le cas où le produit tombe en déchéance ou s'il est résilié de manière anticipée ou bien si les intérêts du client ont été lésés ?
- ✓ Existe-t-il un type de seuil variable ou conditionnel ou toute autre forme d'accélérateur de valeur, que peut enclencher la réalisation d'un objectif de volume ou de valeur des ventes ?

7. Approche pour prévenir la réception ou le versement d'inducement non réglementaire

- Un **inventaire des inducements** est tenu à jour.
- Toute nouveau inducement doit faire l'objet d'une **analyse préalable**.
- La fonction **compliance** vérifie régulièrement le respect des règles.
- Un **monitoring annuel** est organisé par la Compliance, et un audit interne complète ce dispositif en 3^{ème} ligne

8. Informations relatives à la politique d'inducements

La politique d'inducements est disponible sur le site internet de Fédérale Assurance. Si le client (ou le prospect) souhaite de plus amples renseignements, il peut demander le texte intégral en téléphonant au numéro 0800.14.200 ou peut s'adresser à sa personne de contact habituelle au sein de Fédérale Assurance.