

n° 03-18.210 : D. 2006, 729, concl. J. Sainte-Rose et note L. Aynés ; RTD civ. 2006, p. 357, obs. B. Vareille et p. 594, obs. P. Crocq). Il en résulte évidemment que les dispositions de l'article 1415 du Code civil ne s'appliquent pas au dirigeant de la société civile qui affecte les droits nés du contrat d'assurance vie commun à la garantie d'une dette sociale. En effet, une telle sûreté réelle n'« implique

aucun engagement personnel du garant à satisfaire à l'obligation du débiteur de l'obligation principale » (Par ex., Cass. com. 24 mars 2009, n° 08-13.034 : JCP G 2009, II, 10091, note A. Gourio ; RD bancaire et fin. 2009, comm. 83, obs. D. Legais). La Cour de cassation réaffirme utilement cette solution (Cass., 1^{re} civ., 22 septembre 2016 n° 15-20664). ■

Distribution – Assurance vie – Devoir de conseil – Connaissance client – Interface numérique.

Recommandation ACPR 2013-R-01 du 8 janvier 2013, Annexe du 14 novembre 2016 concernant le recueil via une interface numérique.

Commentaire de Pierre-Grégoire Marly

Entrée dans l'ère du « tout numérique », la distribution d'assurances connaît une dématérialisation croissante. Ici comme ailleurs, l'innovation technologique devance néanmoins l'encadrement juridique qui, à ce jour, révèle de nombreuses carences. Certes, plusieurs réglementations accompagnent d'ores et déjà les différentes étapes de l'assurance en ligne, comme celles relatives au commerce à distance, à l'économie numérique, à la preuve électronique et aux données personnelles¹. Toutefois, en dehors de ces dispositifs épars, dont l'application combinée est de surcroît redoutable, il n'existe pas de règles sectorielles qui offrent à la distribution d'assurances « version 2.0 » un environnement normatif adapté.

À cet égard, la Directive 2016/97/UE (DDA ou IDD) peut d'ailleurs paraître décevante, qui perpétue le principe de la communication sur support papier (art. 23.1) : le recours à un site internet fait figure d'exception et son admission est, en outre, subordonnée à de strictes conditions². Au fond, ces conditions ont pour finalité de garantir à l'internaute le même niveau de protection

que celui dont il bénéficierait s'il était en présence physique de son intermédiaire. De fait, cette présence offre un contact direct et interactif qui conditionne à bien des égards la qualité de la relation précontractuelle entre le professionnel et son client. Or, l'absence de dialogue in vivo lorsque cette relation se tisse à distance, par interface numérique de surcroît, risque fort d'altérer la connaissance que les interlocuteurs doivent avoir l'un de l'autre. Concrètement, il est à craindre que le distributeur n'évalue qu'approximativement le profil du candidat à l'assurance ou que celui-ci ne contracte pas en pleine connaissance de cause.

Face à ce constat, l'ACPR a entrepris d'adapter sa doctrine aux singularités du digital en palliant le déficit d'échanges interpersonnels dans la souscription impliquant une interface numérique (application mobile, site interne...). En ce sens, la recommandation 2013-R-01 du 8 janvier 2013, qui porte sur la connaissance du client dans le cadre du devoir de conseil en assurance vie, est désormais complétée par une annexe qui en décline les principaux points sous l'angle de la souscription en ligne : modalités du recueil des informations sur le client, traçabilité et exploitation de ces informations, procédures et moyens de contrôle à mettre en place.

De toute évidence, cette initiative est loin de saisir toutes les problématiques soulevées par la distribution 2.0. Pour autant, elle rappelle que ces problématiques sont autant de défis qu'il convient de relever sans attendre. ■

1. Cf. P.-G. Marly, « La souscription en ligne d'un contrat d'assurance sur la vie », *Banque et Droit*, juin 2013, hors-série « Quel droit pour le développement de la banque en ligne ? », p. 52.

2. P.-G. Marly, « Distribution des contrats d'assurance : le nouveau paradigme européen », *JCP E* 2016, étude n° 1389, p. 41.