

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

RESTRICTED

S/FIN/W/6

22 mars 1996

(96-1053)

Comité du commerce des services financiers

Original: anglais

COMMUNICATION DE L'AUSTRALIE

Faits nouveaux dans le secteur de l'assurance-vie

La communication ci-après est distribuée à la demande de l'Australie.

Loi de 1995 sur l'assurance-vie

Après un examen approfondi de la Loi de 1945 sur l'assurance-vie (effectué en consultation avec les assureurs, les associations professionnelles et les groupements de consommateurs), un projet de loi sur l'assurance-vie a été soumis au Parlement le 30 juin 1994. La Loi de 1995 sur l'assurance-vie, entrée en vigueur le 1er juillet 1995, établit des règles prudentielles et des règles de notification de base nécessaires pour assurer la surveillance du secteur.

La nouvelle loi soumet le secteur de l'assurance-vie à un régime réglementaire moderne qui renforce sensiblement le contrôle prudentiel et améliore la protection des consommateurs de la façon suivante:

- elle spécifie que toutes les polices relevant du capital statutaire des sociétés d'assurance-vie sont réglementées par la Commission des assurances et des retraites;
- elle institue un Conseil des règles actuarielles de l'assurance-vie chargé d'élaborer des prescriptions concernant la solvabilité et le niveau requis de fonds propres des sociétés d'assurance-vie;
- elle améliore les règles de notification à la Commission des assurances et des retraites, en instituant de nouveaux états financiers qui présenteront de façon plus transparente la situation financière et les résultats d'exploitation des sociétés d'assurance-vie.

Dans le cadre du réexamen de la réglementation, plusieurs mesures ont aussi été adoptées en vue d'améliorer la protection des consommateurs dans le secteur de l'assurance-vie.

Code de pratique

Un Code de pratique de l'assurance-vie a été publié le 3 août 1995. Il a pris pleinement effet le 1er janvier 1996. Il vise à améliorer la pertinence et la qualité des conseils donnés aux clients et à éviter les ventes inconsidérées de produits d'assurance-vie.

./.

Le Code régit les relations entre les sociétés d'assurance-vie, les conseillers et les clients. Il vise à améliorer les règles de pratique et de service des assureurs au niveau des sociétés et du secteur tout entier. La surveillance exercée à cet effet a pour but non pas de contrôler les transactions individuelles, mais de vérifier si les sociétés et les courtiers d'assurance-vie ont adopté des méthodes appropriées et des procédures de notification en conformité avec le Code.

Les objectifs du Code sont notamment les suivants:

- encourager à fournir des conseils de qualité et à recommander des contrats adaptés aux besoins des souscripteurs;
- faire en sorte que les sociétés, les courtiers et les conseillers maintiennent un niveau minimum de service; et
- veiller à ce que les sociétés et les courtiers d'assurance-vie adoptent des procédures appropriées pour répondre aux questions et aux plaintes des assurés ou des souscripteurs éventuels.

Bien que le secteur soit censé respecter pleinement la lettre et l'esprit du Code, celui-ci n'a pas été publié sous forme d'instrument législatif de manière à ce que sa mise en application effective puisse être évaluée sur le marché.

Divulcation de renseignements

La Commission des assurances et des retraites attache une grande importance au respect, par les assureurs, des règles relatives à la divulgation de renseignements, afin de promouvoir des relations loyales et ouvertes entre les compagnies d'assurance, les caisses de retraite et leurs clients et d'encourager la concurrence.

Des règles de divulgation révisées applicables à la documentation publicitaire dans le domaine de l'assurance-vie ont été publiées en février 1996. Elles visent à renforcer l'obligation, pour les sociétés d'assurance-vie, de fournir à leurs clients les informations dont ils ont besoin pour décider en connaissance de cause s'ils doivent acheter, modifier ou conserver une police d'assurance-vie ou une participation à une police d'assurance-vie. A cette fin, la documentation publicitaire établie par les sociétés doit fournir tous les renseignements pertinents de manière complète, exacte et compréhensible.

Tout comme le Code, les Règles de divulgation n'ont pas été publiées sous forme d'instrument législatif.