

# CODE DE DÉONTOLOGIE À L'USAGE DU SECTEUR DE L'ASSURANCE-CREDIT

Cellule de réflexion & Code de déontologie	5
1. Code de déontologie : principes	7
2. Code de déontologie : les parties au contrat	11
3. Code de déontologie : caractéristiques	15
4. Engagements des entreprises assurées	17
5. Engagements des compagnies d'assurance-crédit	19
6. Engagement des courtiers	23
7. Engagements communs	25
Membres de la Cellule de réflexion consacrée à la gestion de crédit	27

## Cellule de réflexion & Code de déontologie

La crise financière a mis en avant les failles de l'assurance-crédit. Nouvellement créée, une cellule de réflexion, appelée Credit Management Think Tank, est chargée d'aider au nécessaire remaniement du produit.

La cellule est un véritable creuset où se côtoient idées neuves et recommandations inédites en matière de gestion de crédit. Elle se veut un pont entre les besoins des entreprises et des exportateurs d'une part et les solutions de gestion de crédit que propose le marché d'autre part; quant au monde académique, il joue dans le processus un rôle de conseil et de stimulation majeur.

La cellule de réflexion devant réunir des individus entrepreneurs et créatifs capables d'examiner chaque idée à l'aune des diverses disciplines et fonctions intéressées, ses membres sont issus du monde de l'entreprise, des fédérations professionnelles et de la sphère académique. Vous en trouverez la liste en page 77.

La cellule élabore des solutions créatives et innovantes, inspirées des besoins des entreprises. Parmi ceux-ci figurait la nécessité, pour le secteur de l'assurance-crédit, de se doter d'un code de déontologie. Rédigé par le Think Tank, ce document a été examiné en compagnie des fédérations et soumis aux fournisseurs de produits d'assurance-crédit, qui en ont approuvé les textes.

Le Code de déontologie prône davantage de transparence, une meilleure communication, une professionnalisation du secteur et une intensification de la durabilité. Nous vous invitons à en prendre connaissance dans son intégralité.

La cellule de réflexion.

## 1. Code de déontologie : principes

L'assurance-crédit est un outil de gestion des risques destiné à aider les entreprises à gérer et à réduire les risques liés aux opérations de crédit commercial, à travers la fourniture d'une couverture des risques assurables, une politique de prévention des risques et des services de recouvrement des créances. Les assureurs de crédit indemnisent les pertes subies par les entreprises.

Le terme " crédit " vient de *credere*, qui signifie " croire en " en latin. Confiance et transparence constituent en effet le fondement de notre système financier et du produit qu'est l'assurance-crédit. C'est en étant fort d'un sentiment de confiance mutuelle que le secteur pourra développer son plein potentiel.

Le présent Code, qui vise à accroître l'efficacité du secteur, est gage de succès pour toutes les parties concernées, dont il a pour objet de formaliser et de rendre transparents les engagements.

Il s'agit d'une déclaration de principe, juridiquement non contraignante. A ce titre, le client s'assurera que toute police conclue satisfait bien à ses exigences.

Le Code a un impact à six égards :

***Intensification de la concurrence :***

Il s'agit d'un élément important du comportement des compagnies d'assurance-crédit, dans un marché caractérisé par sa structure oligopolistique mais où la concurrence sur les prix est d'ores et déjà acharnée.

***Encouragement de la transparence :***

Le Code vise à encourager toutes les parties, y compris les acheteurs, à une plus grande ouverture, grâce à quoi assuré et compagnie d'assurance-crédit disposeront d'informations plus précises sur les acheteurs.

***Lutte contre la fraude :***

A titre d'exemple, la déclaration, par le souscripteur, d'un chiffre d'affaires inférieur à la réalité dans le but de réduire la prime, n'est pas un phénomène rare.

***Modification de la perception :***

Par l'exercice d'un impact positif sur l'image de l'assurance-crédit, elle-même composante essentielle du processus de gestion (du risque) de crédit.

***Réduction du " fossé " :***

Par le rapprochement des lignes de crédit accordées de l'utilisation réelle qui en est faite.

***Soutien à la pérennité :***

En optimisant la communication entre les assurés et les assureurs de crédit à chaque fois qu'une réduction ou une résiliation de limites de crédit s'impose. Une politique alternée de freinage et d'accélération n'est pas à recommander.

Le présent Code de déontologie pourrait être qualifié d'accord bilatéral entre le preneur et la compagnie d'assurance-crédit si sa portée ne s'étendait pas bien au-delà de cela encore, dans la mesure où les courtiers, en leur qualité de facilitateurs, en sont partie intégrante et où l'acheteur y participe indirectement, même en l'absence, généralement, de relation contractuelle entre lui et l'assureur-crédit.

Le Code de déontologie repose sur les principes fondamentaux suivants :

- > ***Ouverture et échange d'une information précise***
- > ***Situation où toutes les parties sont gagnantes***
- > ***Confiance mutuelle et dialogue***
- > ***Usage maximum des possibilités informatiques***
- > ***Discrétion et professionnalisme***

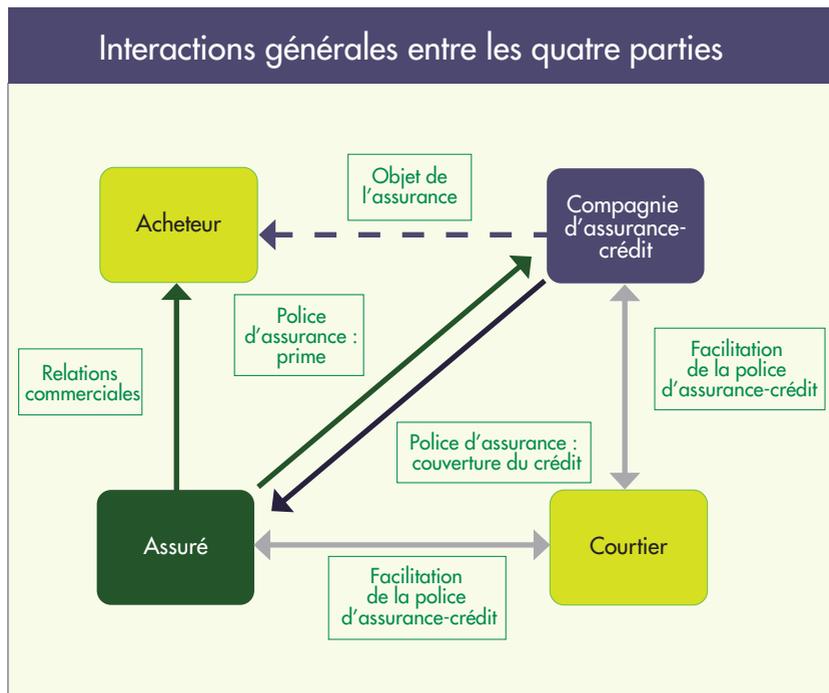
## 2. Code de déontologie : les parties au contrat

Le Code de déontologie régit les relations entre quatre parties.

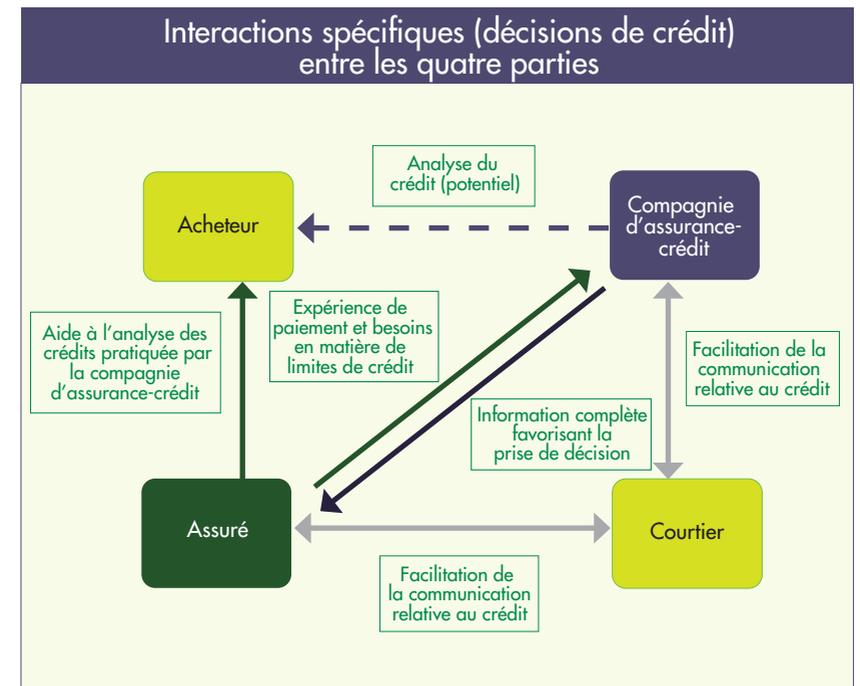
Il convient de distinguer :

- Les deux parties au contrat (la compagnie d'assurance-crédit et l'entreprise assurée)
- Le courtier (en sa qualité de facilitateur)
- L'acheteur (qui, bien que n'étant pas partie au contrat, revêt une importance cruciale sur le plan de la crédibilité)

Les relations entre les quatre parties peuvent être schématisées de la manière suivante :



Les interactions spécifiques relatives aux décisions de crédit peuvent être illustrées de la manière suivante :



→ Le Code de déontologie bénéficie du soutien de toutes les compagnies d'assurance-crédit, des entreprises assurées et des courtiers.

→ L'acheteur n'est pas directement impliqué dans la mise en œuvre du Code de déontologie.

### 3. Code de déontologie : caractéristiques

Le Code de déontologie présente six caractéristiques :

- Il s'agit d'un **Gentlemen's agreement**, qui n'est, à ce titre, pas juridiquement contraignant. Le Code est une initiative de type non pas législatif mais sectoriel, qui elle-même résulte d'une démarche de la communauté active dans la gestion de crédit (compagnies, courtiers<sup>1</sup>). Cette démarche est soutenue à la fois par le secteur de l'assurance-crédit et par les entreprises assurées. La valeur du Code est d'ordre moral.
- Le Code est supporté par et inspire **toute police existante et nouvelle**.
- Sa mise en œuvre fera chaque année l'objet d'un **rapport intermédiaire**.
- A son lancement au titre de projet-pilote au niveau **belge** succédera sa négociation à l'échelon **européen** (en collaboration avec la Commission européenne et les organisations d'assurance-crédit européennes).
- Le Code fait l'objet d'une communication intense ; à ce titre, sa parution est **largement annoncée** et soutenue (par voie de presse, notamment). Les compagnies d'assurance-crédit sont invitées à l'intégrer dans leur matériel promotionnel, en précisant qu'elles *supportent le Code de déontologie*.
- En leur qualité de facilitateurs entre les deux parties contractantes, les **courtiers** sont conviés à tenir compte de l'adhésion au Code et du respect de celui-ci.

<sup>1</sup> Le Code de déontologie est une initiative de la Cellule de réflexion mise sur pied par CRION

## 4. Engagements des entreprises assurées

Le fournisseur-assuré entretient une relation contractuelle avec l'acheteur, dont il est dès lors en quelque sorte le représentant. Ceci étant, l'assureur peut lui aussi disposer d'un accès direct (ou indirect, à travers ses différentes sources d'information) à l'acheteur. Les deux premiers points doivent être envisagés dans cette perspective.

L'assuré s'engage :

1. A soutenir les analyses de crédit et l'accès aux données financières concernant les acheteurs – de même qu'à toute autre information financière utile – et à fournir ces documents à l'assureur, à la demande de celui-ci.
2. A élaborer une politique de gestion des crédits saine et à renseigner précisément le chiffre d'affaires à assurer.
3. A fournir, sur demande (et autant que possible, en tenant compte de toutes les restrictions d'ordre juridique et informatique) et d'une façon pratique sur le plan informatique, toutes les informations relatives aux risques et au comportement de paiement des acheteurs connus de l'assureur-crédit (par exemple, au sujet du nombre de jours de crédit clients).
4. A renseigner l'assureur sur ses relations avec les acheteurs, en particulier en ce qui concerne les lignes de crédit rarement utilisées.

## 5. Engagements des compagnies d'assurance-crédit

Les compagnies d'assurance-crédit s'engagent :

1. A communiquer à l'assuré toute nouvelle information " pertinente " au sujet du crédit assuré de ses clients. Ceci peut passer par l'adoption d'un système d'alerte qui informerait les entreprises assurées de toute modification significative du degré de solvabilité d'un de leurs débiteurs et/ou de sa cotation (rating).  
A optimiser la convivialité des bases de données partiellement accessibles (domaine public) aux assurés.
2. A proposer, si ce n'est déjà fait, un système de cotation des débiteurs et à communiquer cotation et motivation de celle-ci aux entreprises assurées, conformément aux conditions convenues. La cotation doit être considérée comme faisant partie intégrante de l'exercice d'évaluation global de la solvabilité auquel l'assureur doit se livrer pour fixer les lignes de crédit sur les débiteurs.

3. A promouvoir un système permettant, du moins partiellement, une transmission automatique de l'information (par le biais, par exemple, d'applications internet).
4. A exposer clairement leur stratégie de modification des lignes de crédit, stratégie qui s'appuiera sur des critères objectifs et des dispositions convenues au préalable. Les décisions relatives aux limites de crédit individuelles ne s'inspireront en principe pas de la seule situation du secteur commercial au sein duquel opère l'entité concernée : elles seront au contraire fondées sur divers types d'information – publique et confidentielle, financière ou non –, qui constituent une source de valeur unique aux yeux de l'assureur-crédit.
5. A éviter toute guerre des prix, qui nuirait à la qualité du service (taux d'acceptation, rapidité de décision,...).

6. A entamer des démarches visant à s'entretenir des lignes de crédit rarement utilisées.
7. A examiner, en collaboration avec l'assuré, la possibilité de réduire ou d'augmenter, en fonction des besoins, les lignes de crédit accordées à certains débiteurs. A développer et/ou à promouvoir des solutions visant à éviter toute volatilité systématique et mouvement brutal.
8. A avertir aussi longtemps à l'avance que raisonnablement possible les clients de toute décision visant à résilier ou à réduire sensiblement la couverture d'assurance-crédit accordée à leurs entités. Les compagnies d'assurance-crédit se feront fort de fournir des explications aux sociétés dont la couverture aura été modifiée ou résiliée.

## 6. Engagement des courtiers

En leur qualité de facilitateurs, les courtiers s'engagent :

1. A promouvoir activement l'utilisation du Code de déontologie.
2. A informer les deux partenaires au contrat de la nécessité de respecter le Code de déontologie.
3. A encourager l'intégration du Code de déontologie dans chaque police nouvelle ou renouvelée.
4. A organiser la promotion et la diffusion, au niveau européen, du Code, dans l'objectif de parvenir à la mise sur pied d'un Code de déontologie européen à l'usage du secteur de l'assurance-crédit.
5. A procéder à une analyse professionnelle des propositions d'assurance-crédit, qui tienne compte de tous les aspects propres au produit : primes, qualité, lignes de crédit, outils d'édition de rapports, service,...
6. A analyser les besoins réels des prospects / entreprises assurées et à les communiquer comme il se doit aux assureurs-crédit.
7. A fournir à la compagnie d'assurance-crédit toute information utile sur les prospects, les entreprises assurées et les débiteurs.
8. A entamer des démarches visant à s'entretenir des lignes de crédit rarement utilisées.

## 7. Engagements communs

Toutes les parties s'engagent :

1. A examiner plus avant les possibilités offertes par l'informatique de faciliter la transmission de l'information et à tenter de réduire autant que possible la charge administrative.
2. A promouvoir, de façon neutre, concept, fonctionnement et valeur ajoutée de l'assurance-crédit dans le processus de gestion des crédits, par le truchement :
  - des fédérations,
  - des P.M.E.,
  - des écoles et des programmes d'éducation (y compris les réseaux académiques).

Il s'agit donc notamment d'expliquer le rôle préventif dévolu à l'assureur-crédit : sa valeur ajoutée réside dans sa capacité à opérer une distinction extrêmement fine entre entreprises saines d'une part et entreprises fragilisées, présentant un risque accru de faillite au cours de l'année à venir, d'autre part.

3. A collaborer de manière à obtenir une information aussi complète que possible sur les débiteurs, sur la base du "principe de l'effort conjoint".
4. A explorer les moyens d'assurer la mise en œuvre du Code de déontologie, par l'organisation d'actions telles que la diffusion des bonnes pratiques, une politique d'étalonnage et l'édition de rapports positifs.

## Membres de la Cellule de réflexion consacrée à la gestion de crédit

**Rudy Aernoudt**, Professeur d'économie européenne

**Paul Becue**, Auteur de *Credit Insurance, The Invisible Bank*

**Johan Blauwblomme**, Tax, Risk & Credit Control Manager, Balta Industries

**Marie-Claire Bosmans**, Credit Risk Manager, Galva Power

**Dirk Braet**, Group Credit Manager, USG People

**Luc Chalmet**, Professeur d'économie UAMS, Université de Gand

**Jean-Louis Coppers**, CEO, CRiON

**Els De Smet**, Consultante, CRiON

**Mieke Dequae**, Professeur – Director Risk Management Platform, Vlerick School, Gand

**Greta Goosens**, Conseillère

**Geert Janssens**, Economiste en chef au VKW - Metena

## Membres de la Cellule de réflexion consacrée à la gestion de crédit

**Ivan Lokere**, CFO, Domo

**Katrien Matthys**, Credit Manager, Resilux

**Steven Ponnet**, Group Credit Manager, AGC Glass Europe

**Jean-Pierre Smit**, Directeur adjoint, Agoria

**Peter Van Den Broecke**, CFO, Daikin Europe

**Chris van Roijen**, Credit Manager, Diesel Benelux

**Kurt Vanwingh**, Credit Director, Amcor Flexibles Europe & Americas

**Caroline Ven**, Directrice du VKW - Metena

**Elsje Verdoodt**, Group Credit Manager, Umicore

**Ortwin Volcke**, Marketing & Business Intelligence, CRiON

**Frederic Wittemans**, Senior Director EU Credit, IngramMicro





[www.creditmanagementthinktank.com](http://www.creditmanagementthinktank.com)

Maaltemeers 84 – 9051 Gent – T 09 244 62 62