

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 juin 2013

CONSOMMATION - (N° 1156)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N° 505

présenté par

M. Decool, M. Courtial, M. Perrut, M. Hetzel, M. Jean-Pierre Vigier, M. Lazaro, M. Siré, M. Vitel,
Mme Poletti, M. Teissier, M. Abad et M. Douillet

ARTICLE 20

À l'alinéa 2, supprimer les mots :

« , qui justifie d'une garantie antérieure pour l'un des risques couverts par un nouveau contrat qu'il a souscrit, ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement tend à faciliter la renonciation à un nouveau contrat d'assurance accessoire par le consommateur.

On appelle assurance « accessoire » toute assurance vendue suite à la vente d'un bien ou d'un service, sans qu'il y ait obligation pour le consommateur d'acheter cette assurance pour utiliser ce bien ou ce service (au contraire, par exemple, de l'assurance automobile). Ces assurances sont généralement distribuées par des personnes qui ne sont pas des assureurs professionnels, mais des commerciaux de magasins traditionnels qui vendent, quand l'occasion s'y prête, ces assurances. Le montant unitaire de chaque assurance est faible, de l'ordre de quelques euros par mois. Par exemple, la formule de base des assurances de téléphone mobile coûte 3 euros par mois au consommateur.

Les conditions de vente de ces assurances sur le lieu de vente sont également contestables. Dans la plupart des cas, le consommateur ne prend possession des conditions générales de vente qu'après la conclusion du contrat. Il ne peut donc vérifier la fiabilité du discours commercial que postérieurement à la conclusion du contrat. De plus, le consommateur ne se rend pas sur le lieu de vente pour acheter l'assurance accessoire, il ne s'est donc pas préparé ou renseigné dans la perspective de vérifier le contenu du contrat.

Or, les consommateurs ne disposent pas toujours des connaissances juridiques leur permettant d'appréhender tous les aspects des contrats d'assurances accessoires. Il est donc possible qu'ils ne se rendent pas compte qu'ils sont déjà assurés contre un risque couvert par le nouveau contrat d'assurance. De plus, la rédaction de l'article ouvre la voie à des manœuvres dilatoires de la part des assureurs, par exemple lorsque le bien d'un consommateur est assuré jusqu'à un certain montant par un premier assureur et assuré pour un montant plus élevé par un second. Alors que le consommateur peut vouloir résilier son second contrat, ce dernier assureur peut faire valoir qu'il couvre une garantie plus importante, et ainsi retarder ou empêcher la renonciation du consommateur.

Une enquête menée par une association de consommateurs dans toute la France montre que le tarif des assurances moyens de paiement (petites assurances qui équipent au moins 55 % des consommateurs) n'est en aucun cas corrélé au risque réel couvert. Au final, ces assurances représentent pour les banques une rentabilité de 94 %.

Il s'agit donc de permettre au consommateur de pouvoir se rétracter dans un délai de 14 jours et ce, même si le nouveau contrat ne couvre pas un risque déjà garanti. La renonciation doit être rendue possible pour tout motif.