

Sommaire

Introduction	5
1. Comprendre les enjeux de la directive	9
Contexte de la directive	9
Parallèle avec la réglementation des marchés financiers	13
Un champ d'application élargi	14
2. Établir le processus de validation des produits	23
Les caractéristiques du processus de validation produits	23
Les étapes pour déterminer son processus de validation	29
Le dispositif interne de gouvernance produits	38
3. Définir le marché cible et tester les produits	41
Appréhender le marché cible	41
Les étapes pour définir son marché cible	45
Les outils à mettre en place pour que le produit atteigne sa cible	52
Tester la compatibilité du produit avec le marché cible	56
4. Assurer une surveillance continue des produits	63
Les exigences réglementaires	64
Suivi du produit dans le temps par le concepteur	66
Suivi du produit dans le temps par le distributeur	74
5. Comment impliquer le distributeur	81
Mettre en place son dispositif de distribution	81
Concepteur-Distributeur : établir une relation de confiance	86
Les autres impératifs applicables au distributeur	88
6. Appliquer des principes de rémunération transparents et prévenir les conflits d'intérêts	91
Des exigences communes à l'ensemble des distributeurs	91
Produits d'assurance vie : des exigences préventives et curatives supplémentaires	101
7. Tracer le devoir de conseil et former les réseaux	111
Le devoir de conseil et d'information dans le cadre de la DDA	111
Former le personnel en charge de la distribution	120
Index alphabétique	125