

Pôle

Assurance

Banque

Epargne

Rapport d'activité

2012

Pôle

Assurance

Banque

Epargne

Rapport d'activité

2012

Sommaire

Introduction

Le mot du président de l'ACP	4
Le mot du président de l'AMF	5

Partie 1

Les missions permanentes du pôle commun.....6

1.1 Le texte de loi.....	6
1.2 Le point d'entrée commun « Assurance Banque Épargne Info Service ».....	8
1.3 La coordination des priorités de contrôle dans le domaine des pratiques commerciales.....	16

Partie 2

Les actions spécifiques engagées en 2012.....20

2.1 Le recueil des informations relatives à la connaissance du client : l'ACP et l'AMF renforcent leur vigilance au niveau de la distribution des produits d'épargne	20
2.2 Les positions et alertes communes.....	22
2.3 Le colloque académique sur les conséquences de la crise financière sur l'épargne des ménages et la commercialisation des produits financiers...	25

Conclusions

Natalie Lemaire, coordonnateur du pôle commun.....	28
Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP	29

Annexes

Annexe 1 - Pouvoirs des autorités de supervision dans le domaine de la protection de la clientèle	32
- Principales dispositions législatives et réglementaires	47
Annexe 2 Recueil des informations relatives à la connaissance du client, du 8 janvier 2013	
- Recommandation de l'ACP sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le cadre du devoir de conseil en assurance vie 2013-R-01.....	56
- Position AMF n° 2013-02 sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client.....	63
Annexe 3 Position de l'ACP et de l'AMF relative au placement et à la commercialisation d'instruments financiers du 16 juillet 2012.....	72
Annexe 4 Discours de MM. Christian Noyer et Jean-Pierre Jouyet au colloque académique	78



Le mot du président de l'ACP

Après trois ans d'existence, le pôle commun à l'ACP et à l'AMF s'est imposé comme un dispositif de coordination actif entre les deux autorités. En 2012, le pôle commun a poursuivi ses actions en matière de protection des épargnants. Dans le domaine des contrôles, il a privilégié une approche ciblée, portant notamment sur le devoir de conseil, les plates-formes de distribution et les produits financiers complexes. Par ailleurs, l'harmonisation des doctrines entre les deux autorités est pleinement illustrée par l'action conjointe sur le recueil des informations relatives à la connaissance des clients dans les domaines de l'assurance vie et des instruments financiers. Enfin, l'enrichissement du site Internet Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS) montre toute l'attention accordée à l'amélioration de nos outils d'information auprès du grand public. Toutes ces activités rapprochent les superviseurs des consommateurs et participent au renforcement de la confiance de ces derniers dans l'action publique.

En 2012, les deux autorités ont aussi porté une attention particulière à un texte majeur pour la protection des consommateurs : la proposition de règlement trans-sectoriel sur les produits d'investissement (dite « PRIPs », *Packaged Retail Investment Products*) pu-

bliée par la Commission européenne le 3 juillet 2012. L'objectif des instances européennes est de faire converger les textes régulant les produits d'investissement tout en préservant les spécificités de chaque secteur dont ils relèvent. Il apparaît fondamental de promouvoir la comparabilité des informations fournies au client lors de l'achat d'un produit d'investissement quelle que soit sa nature (instrument financier, contrat d'assurance ou compte bancaire structuré) en mettant en lumière, dans un document court, les informations clés, notamment sur les garanties, les frais et coûts, sous la forme de réponses à des questions types. Ces travaux européens font ainsi écho aux travaux menés au sein du pôle commun. Et c'est dans cet esprit que l'ACP et l'AMF participent activement aux négociations en cours, les deux autorités échangeant régulièrement leurs analyses sur l'évolution de ce texte. L'intérêt des épargnants est ainsi défendu de façon cohérente et efficace, au niveau national comme au niveau européen.

Christian Noyer

Le mot du président de l'AMF



Gâce à nos efforts conjoints, le pôle commun à l'AMF et à l'ACP est parvenu, à l'issue de ses trois années d'existence, à améliorer la cohérence du dispositif français de régulation de l'épargne financière. Il a progressivement gagné en efficacité. Des habitudes de travail se sont forgées entre les équipes des deux autorités permettant d'asseoir sa crédibilité auprès des professionnels. Il a surtout démontré son utilité auprès de tous les épargnants.

Plus que jamais, le pôle commun aide à donner corps à notre conviction partagée qu'une régulation forte et homogène est facteur de confiance dans une finance qui doit demeurer au service de l'économie réelle.

Certaines de ses actions sont récurrentes, d'autres répondent à notre souci constant d'améliorer les pratiques de place. Ce fut le cas en 2012 sur le questionnement de la clientèle.

C'est également fort de cette ambition que le pôle commun a décidé de donner une dimension plus conviviale et plus pédagogique au site Internet ABE IS. Ce site doit devenir une référence pour les questions que se posent les consommateurs de produits financiers, bancaires et d'assurance. La réalisation des

émissions télévisuelles Consomag diffusées sur les chaînes de télévision publique, à des heures de grande écoute, participe également de cette démarche.

Nos efforts doivent aujourd'hui également favoriser le financement des entreprises en mobilisant une épargne domestique qui demeure conséquente.

Cet objectif constitue l'un des défis majeurs que nous devons relever dans les années à venir. Les équipes de l'AMF et de l'ACP œuvreront en ce sens pour encourager des solutions innovantes de financement aux entreprises tout en veillant au maintien d'une protection efficiente des épargnants. Nos exigences réglementaires devront sans doute s'adapter tout en ne renonçant pas à l'essentiel de notre mission : protéger les épargnants pour leur donner durablement l'envie d'investir dans l'économie réelle.

Gérard Rameix

1 Les missions permanentes du pôle commun



1.1 Le texte de loi

Dans un souci partagé et permanent de protection de l'épargnant, le pôle commun à l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP) et à l'Autorité des marchés financiers (AMF) poursuit sa mission en vue d'améliorer la qualité des services offerts à la clientèle dans le domaine de la commercialisation des instruments financiers et des contrats d'assurance vie. Cet objectif se poursuit à travers diverses actions menées conjointement, comme le renforcement des obligations des professionnels en matière de connaissance des clients ou la poursuite des contrôles communs.

Le pôle commun aux deux autorités a été institué par l'ordonnance du 21 janvier 2010 (articles L. 612-47 à L. 612-50 du code monétaire et financier). Les missions attribuées au pôle commun sont :

- de coordonner les priorités de contrôle des professionnels en matière de respect des obligations à l'égard de leurs clientèles et d'analyser les résultats de l'activité de contrôle des deux autorités, en vue de proposer à leurs secrétaires généraux les conséquences et enseignements à en tirer dans le respect des compétences de chaque autorité ;



- de coordonner la veille sur l'ensemble des opérations et services proposés à la clientèle et la surveillance des campagnes publicitaires relatives aux produits offerts ;
- d'offrir un point d'entrée commun pour les demandes du public.

Le pôle commun à l'ACP et à l'AMF est un dispositif de coordination institutionnalisé, qui n'ajoute ni ne retranche aucune compétence ni aucun pouvoir aux deux autorités. Toute décision demeure prise uniquement par l'ACP ou par l'AMF, s'agissant notamment des suites des contrôles diligentés et des éventuelles sanctions qui en découleraient. L'objectif est de permettre aux deux autorités de s'informer mutuellement sur les risques de mauvaise commercialisation, de dialoguer sur les meilleurs moyens de les circonscrire, et de lancer des actions

communes en appui des politiques de contrôle développées par chaque autorité.

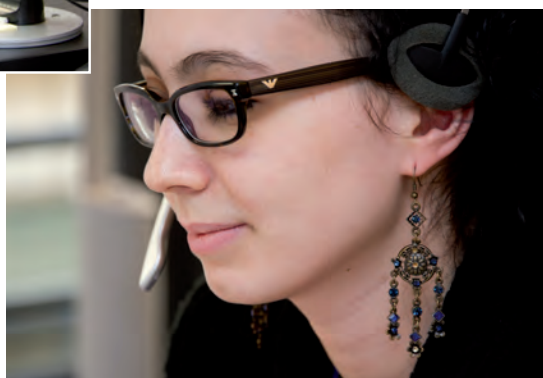
Au 1^{er} janvier 2012, Natalie Lemaire, directrice des relations avec les épargnants de l'AMF, a succédé à Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP, comme coordonnateur du pôle commun.

Le pôle commun n'a pas de moyens propres. Il est animé par un coordonnateur qui s'appuie sur les moyens consacrés par chacune des deux autorités à la supervision des relations entre les professionnels assujettis et leurs clients.

Des réunions du pôle commun ont lieu tous les mois. Les participants varient selon les sujets inscrits à l'ordre du jour. Ces échanges mensuels sont l'occasion de définir, mettre en œuvre et suivre le déroulement des missions du pôle commun.



1.2 Le point d'entrée commun « Assurance Banque Épargne Info Service »



1.2.1 La plate-forme téléphonique

En 2012, la plate-forme téléphonique Assurance Banque Épargne Info Service a reçu 326 260 appels, dont 274 250 sur des sujets bancaires, 38 460 relatifs au domaine de l'assurance et 13 550 sur la bourse et les produits financiers.

Le nombre d'appels a baissé de 21 % entre 2011 et 2012, ce qui se traduit par une diminution sensible du nombre d'appels sur les sujets bancaires (-23 %) et sur ceux relatifs au domaine de l'assurance (-14 %) et dans une moindre mesure sur les appels relatifs à la bourse et aux produits financiers (-8 %).

	2011	2012
Total des appels reçus	415 090	326 260
Moyenne mensuelle	34 590	27 190

Appels relatifs aux sujets bancaires

Les sujets bancaires ont fait l'objet de 173 030 appels relatifs aux services bancaires et au surendettement, et de 101 220 appels relatifs aux fichiers d'incidents, soit un total de 274 250 appels. L'année 2011 avait connu un volume exceptionnel d'appels relatifs aux

fichiers d'incidents et aux questions portant sur le surendettement qui peut être mis en regard de l'entrée en vigueur de la loi 2010-737 du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation.

	2011	2012
Total des appels reçus	355 340	274 250
Moyenne mensuelle	29 610	22 850

Appels relatifs aux sujets de l'assurance

L'assurance a suscité 38 460 appels en 2012, contre 45 030 en 2011. Les questions sur l'existence d'un fonds de garantie pour les assurances, nombreuses dans le contexte de fortes perturbations économiques et financières de 2011, ont été en net repli en 2012. Pour 2012, on

note que les appels concernaient principalement les sujets suivants :

- en assurance (non-vie) : l'expertise, l'indemnisation, la résiliation ;
- en assurance vie : la clause bénéficiaire, le rachat, la recherche des bénéficiaires.

	2011	2012
Total des appels reçus	45 030	38 460
Moyenne mensuelle	3 750	3 210

Appels relatifs à la bourse et aux produits financiers

Enfin, les préoccupations relatives à la bourse et aux produits financiers ont

engendré 13 550 appels, soit une légère baisse par rapport à 2011.

	2011	2012
Total des appels reçus	14 720	13 550
Moyenne mensuelle	1 230	1 130

1.2.2 Une nouvelle version du site Internet « Assurance Banque Épargne Info Service »

L'ACP, l'AMF et la Banque de France ont lancé, le 18 décembre 2012, une nouvelle version de leur site commun Assurance Banque Épargne Info Service www.abe-infoservice.fr avec l'objectif de proposer au grand public un outil d'information plus moderne et plus facile d'utilisation sur les questions d'assurance, de banque, de crédit et d'épargne.

Mise en service en 2010, lors de la création du pôle commun, la première version du site se présentait comme un portail de réorientation vers les informations des sites Internet des trois institutions partenaires. En 2012, l'ACP, l'AMF et la Banque de France ont décidé

de faire évoluer l'outil afin de l'adapter aux attentes du grand public en le transformant en un véritable site « consommériste ». Ainsi, grâce à la mobilisation des équipes des trois institutions, l'ergonomie a été entièrement revue et les contenus du site ont été adaptés et enrichis pour mieux répondre aux interrogations des particuliers, mais aussi à celles des professionnels indépendants (TPE, travailleurs indépendants, professions libérales). En outre, la refonte complète du site ABE IS permet un meilleur référencement, une visibilité accrue et un accès facilité aux informations sur le web.

1 Les missions permanentes du pôle commun

Des informations à destination du grand public

Avec une ergonomie nouvelle, plus intuitive, le nouveau site informe et oriente l'internaute en mettant à sa disposition des informations concrètes et des renseignements pratiques sur les démarches et les relations contractuelles dans les domaines suivants :

- les contrats d'assurance (habitation, automobile, vie, santé, etc.) ;
- les comptes bancaires, les moyens de paiement, le crédit et les livrets réglementés (livret A, PEL, etc.) ;
- les placements boursiers et les produits d'épargne collective (OPCVM, etc.), les sociétés cotées en bourse, le fonctionnement des marchés financiers, etc.

Le public peut ainsi trouver dans les différentes rubriques :

- des conseils pratiques et des renseignements sur les différents produits autorisés (assurances, comptes bancaires, produits d'épargne collective, etc.) ;
 - de l'information sur les acteurs et services agréés ;
 - des alertes contre les pratiques de certains établissements et sociétés ;
 - des accès à des formulaires de transmission d'informations que les clients souhaitent porter à la connaissance des institutions compétentes (ACP ou AMF).
- De plus, le site oriente les demandes vers les instances appropriées, notamment les médiateurs.

Une navigation facilitée avec différents points d'entrée et des rubriques nouvelles

Un point d'entrée par secteur « Assurance », « Banque », « Placements financiers » permet à l'internaute d'accéder directement, dès la page d'accueil, aux informations qu'il recherche.

Également, de nouvelles rubriques thématiques ont été créées, telles que :

- l'entrée « produits », qui délivre des conseils pratiques et des informations différenciées selon la nature du produit ;
- le bloc « commercialisation », qui porte notamment sur les droits des clients et les obligations des professionnels ;
- des « alertes » sur des offres de produits contraires aux lois et règlements ;
- des « dossiers » d'actualité mis en avant afin d'attirer l'attention des consommateurs sur des sujets clés ;
- une « FAQ¹ » par thème avec des réponses aux questions les plus couramment posées par les particuliers ;
- un « glossaire » comprenant de nombreuses définitions.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site : www.abe-infoservice.fr

The screenshot shows the homepage of the ABE Info Service website. At the top, there are logos for ASSURANCE, BANQUE, and ÉPARGNE, along with the text 'Info SERVICE'. A search bar is located in the top right corner. Below the navigation menu, there is a large banner with the text 'BIENVENUE SUR ABE INFO SERVICE' and 'Un point de contact unique pour toutes vos questions sur l'assurance, la banque, le crédit, la bourse et l'épargne.' The main content area is divided into several sections: 'INFORMATIONS SUR LES PRODUITS', 'A LA UNE' (featuring a video about the new 5 Euro banknote), 'ACTUALITES' (with articles on CCSF and ORIAS), 'NOS PUBLICATIONS', 'ALERTES', and 'A-Z'. The footer contains contact information for ABE Info Service, a phone number (0 811 901 801), a newsletter subscription form, and a link to Flux RSS.

Une conférence de presse pour informer le public

Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP, et Natalie Lemaire, directrice des relations avec les épargnants de l'AMF, ont présenté le nouveau site Internet www.abe-infoservice.fr à la presse, lors d'une conférence organisée le 18 décembre 2012.

Près d'une quinzaine de journalistes de supports très variés (presse économique, généraliste, consommateurs, etc.) ont ainsi pu découvrir les nombreuses fonctionnalités de l'outil afin de mieux relayer l'information auprès du public. Par cette action, l'ACP, l'AMF et la Banque de France ont souhaité faire connaître et identifier le site comme une source d'information privilégiée pour le consommateur.

Les trois questions parmi les plus posées dans le domaine des instruments financiers

1. J'ai été contacté par un broker d'options binaires sur Internet, quelles précautions dois-je prendre avant d'investir ?

Avant de vous engager, vous devez vérifier que l'intermédiaire financier qui vous propose ces investissements est bien agréé par l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP). En effet, dans le cas contraire, il n'est pas tenu de respecter les règles de protection des investisseurs, de bonne information ou de traitement des réclamations. Vous ne pourrez pas saisir le médiateur de l'Autorité des marchés financiers (AMF). Pour vérifier si un intermédiaire a reçu un agrément de l'ACP, vous pouvez consulter le registre des agents financiers (www.regafi.fr). Si l'intermédiaire n'y figure pas, nous vous invitons fortement à ne pas répondre à ses sollicitations.

L'AMF met à jour régulièrement les listes des intermédiaires non autorisés proposant la négociation d'options binaires. Ces alertes sont consultables sur le site Internet de l'AMF (www.amf-france.org dans l'espace de l'épargnant « Les mises en garde de l'AMF »). Si l'intermédiaire est agréé par l'ACP, lisez attentivement le contrat qui vous est proposé. N'hésitez pas à demander des explications sur ce que vous ne comprenez pas.

Les informations qui vous sont données doivent être claires et compréhensibles.

Quoi qu'il en soit, si vous ne comprenez pas ce qui vous est proposé, il est préférable de ne pas vous engager.

2. Je souhaite souscrire à une émission obligataire. Quels sont les frais liés à cette opération ?

Investir en bourse entraîne nécessairement des frais. Vous devez prêter attention aux frais qui peuvent avoir un impact non négligeable sur le rendement de votre investissement. Dans le cas d'une émission obligataire, une lecture attentive des frais indiqués dans le prospectus du programme d'émission s'impose.

Vous pouvez trouver tous les prospectus dans la base d'informations sur les sociétés cotées sur le site Internet de l'AMF (www.amf-france.org > Rubrique : Décisions & Informations financières).

Par ailleurs, nous vous invitons à vous renseigner auprès de votre intermédiaire au sujet des frais de souscription, des droits de garde et des frais de négociation qui pourront vous être appliqués dans le cadre de la souscription des obligations visées dans le prospectus.

3. Je soupçonne l'existence d'une manipulation de cours sur la société cotée « XXX » dont je suis actionnaire.

Si vous souhaitez porter à la connaissance de l'AMF des anomalies de marché présumées, il vous est possible de remplir le formulaire de transmission d'informations, disponible sur le site Internet de l'AMF (www.amf-france.org > L'Espace de l'épargnant > Formulaire de contact) ou par courrier postal (Autorité des marchés financiers – 17 place de la Bourse – 75082 Cedex 02).

Votre message sera directement transmis aux services spécialisés et attentivement étudié. Afin de compléter leur analyse, les services de l'AMF pourront être amenés à vous recontacter pour d'éventuelles informations complémentaires.

La décision d'ouverture d'enquête ou de contrôle est prise par le secrétaire général de l'AMF lorsque l'Autorité dispose d'indices sérieux d'infractions ou de manquements à son dispositif réglementaire. Le rapport d'enquête ou de contrôle peut donner lieu, sur décision du collège de l'AMF, à l'ouverture d'une procédure de sanction.

Les ouvertures et les procédures d'enquête et de contrôle conservent un caractère confidentiel. Ainsi, compte tenu des règles de secret professionnel auxquelles est assujettie l'AMF, vous ne pourrez pas être tenu informé des suites données à votre transmission.

Les trois questions parmi les plus posées dans le domaine de l'assurance

1. Que dois-je faire quand mon assureur, informé du décès du souscripteur par l'envoi du certificat de décès, ne me verse pas le capital du contrat d'assurance vie dont je suis bénéficiaire ?

En application de l'article L. 132-23-1 du code des assurances, après le décès de l'assuré (mais également au terme prévu au contrat), l'assureur doit verser le capital dans un délai qui ne peut excéder un mois « à compter de la réception des pièces nécessaires au paiement ».

En conséquence, tant que l'assureur n'a pas reçu l'intégralité des pièces nécessaires au traitement du dossier, le délai légal d'un mois ne commence pas à courir. Il peut être utile de demander à l'assureur une liste écrite de ces pièces afin que celles-ci ne soient pas réclamées les unes après les autres.

Au-delà du délai d'un mois, le capital non versé produit de plein droit des intérêts au taux légal majoré de moitié durant deux mois puis, à l'expiration de ce délai de deux mois, au double du taux légal.

À noter : en cas de décès, le contrat doit prévoir les conditions dans lesquelles le capital garanti est revalorisé au plus tard un an après le décès de l'assuré jusqu'à la réception des pièces nécessaires au paiement, en application de l'article L. 132-5 alinéa 3 du code des assurances.

2. Mon assureur santé m'indique que je ne bénéficie pas du droit de résiliation loi Chatel. Pourquoi ?

Une grande partie des contrats d'assurance complémentaire santé est constituée de contrats collectifs. Dans une telle hypothèse, la faculté de résiliation tardive offerte par la loi Chatel en cas de contrats d'une durée annuelle à tacite reconduction est expressément exclue (articles L. 113-15-1 du code des assurances, L. 221-10-1 du code de la

mutualité et L. 932-21-1 du code de la sécurité sociale).

On peut vérifier la nature de son contrat en prenant lecture des documents contractuels remis par l'assureur. De même, les modalités de résiliation du contrat sont précisées dans les clauses contractuelles.

Enfin, la faculté de résiliation prévue par la loi Chatel ne concerne que les contrats individuels à tacite reconduction couvrant les personnes physiques en dehors de leurs activités professionnelles.

3. Mon assureur m'oppose une franchise. Qu'est-ce que c'est ?

La franchise est une somme d'argent qui reste à la charge de l'assuré en cas de sinistre. Elle vient donc en déduction du montant alloué par l'assureur pour l'indemnisation du sinistre, si ce montant est supérieur à la franchise. Sinon elle constitue un seuil en dessous duquel l'assureur n'intervient pas. C'est un mécanisme légal (article L. 121-1 alinéa 2 du code des assurances) appliqué pour les assurances relatives aux biens.

L'assureur ne peut appliquer une franchise que si celle-ci est prévue au contrat.

La somme d'argent qui reste à la charge de l'assuré doit être clairement indiquée, de même que la période de (non-garantie), généralement appelée délai de carence.

Les franchises figurent, en règle générale, dans le tableau des garanties et des franchises remis par l'assureur et/ou dans les conditions particulières.

On peut trouver des montants de franchise différents selon les garanties : vol, bris de glace, catastrophes naturelles, etc.

Attention, même si vous n'êtes pas responsable du sinistre, la franchise peut vous être opposée, à charge pour votre assureur d'intenter un recours contre le responsable du sinistre, dès lors qu'il est identifiable et identifié, pour obtenir le remboursement de la franchise et pour vous la restituer.

Les trois questions parmi les plus posées dans le domaine de la banque

1. Une enseigne de grande distribution me propose une carte, quels points dois-je vérifier ?

Il arrive qu'à l'occasion d'achat de biens ou de services dans des enseignes de la grande distribution, les clients se voient proposer des cartes, afin notamment de pouvoir bénéficier d'avantages commerciaux dans ces enseignes. De telles cartes peuvent être uniquement des cartes de fidélité ou des cartes de paiement, mais ces cartes peuvent aussi être associées à des crédits renouvelables. Il est donc important au moment de la souscription de vérifier précisément, avant de s'engager, quelles fonctionnalités sont associées à la carte en question.

Pour les contrats de crédit destinés à financer l'achat de biens (ou de prestations de services particuliers) commercialisés sur un lieu de vente ou par un moyen de vente à distance, au-delà de 1 000 euros, les clients doivent de plus disposer de la possibilité de conclure un crédit amortissable comme alternative au crédit renouvelable.

Ceci afin de permettre à chaque consommateur de choisir le type de crédit le plus adapté à ses besoins de financement et à sa situation financière.

2. J'ai contracté un crédit à la consommation, est-ce que je peux me rétracter ?

L'emprunteur peut se rétracter sans motifs dans un délai de 14 jours calendaires révolus. Ce délai court à compter du jour de son acceptation de l'offre de contrat de crédit. Pour se rétracter, il doit retourner à l'établissement de crédit le bordereau de rétractation (formulaire détachable) joint à l'offre de crédit, dûment complété, daté et signé. Il est préférable de l'envoyer par lettre recommandée avec accusé de réception.

Si le prêteur a versé les fonds à l'expiration d'un délai de 7 jours suivant l'acceptation de l'emprunteur, et que ce dernier se rétracte dans les 14 jours suivant son acceptation, les fonds versés devront être remboursés au prêteur. Le remboursement comprendra, outre le capital versé, les intérêts cumulés sur le capital entre la date de versement des fonds et la date de remboursement du capital, sans retard indu et au plus tard 30 jours calendaires révolus après la notification de la rétractation au prêteur ; les intérêts sont calculés sur la base du taux débiteur figurant au contrat.

À noter enfin qu'aucune indemnité n'est due par l'emprunteur au prêteur en cas de rétractation.

3. Quelles précautions dois-je prendre avant de clôturer mon compte bancaire ?

Si vous souhaitez clôturer votre compte, vous devez, outre l'ouverture préalable d'un autre compte qui vous permettra notamment de domicilier tous vos avis de prélèvement automatique, vous assurer que tous les paiements par chèque et par carte émis auparavant ont bien été débités. En cas de doute, vous devrez laisser une provision suffisante sur le compte. Vous devrez enfin rendre l'ensemble des moyens de paiements associés au compte : chèques non utilisés et cartes bancaires.

De son côté, la banque peut résilier unilatéralement une convention de compte conclue sans limitation de durée. Elle n'a pas à faire connaître les motifs de sa décision. L'établissement de crédit ne peut cependant résilier une convention de compte de dépôt à durée indéterminée qu'après avoir respecté un préavis d'au moins deux mois. Ce délai doit vous permettre de prendre les dispositions nécessaires pour rechercher un autre dépositaire de fonds (application de l'article L. 312-1-1 du code monétaire et financier).

L'ACP et l'AMF présentent les thématiques de protection de la clientèle dans les succursales de la Banque de France

Les directeurs régionaux de la Banque de France font bénéficier les deux autorités de leurs relations permanentes avec les banques de la place et prennent contact avec les entreprises d'assurance et leurs intermédiaires pour organiser ces rencontres.



1. Dans le but d'informer le plus largement possible les professionnels, l'ACP organise, avec le soutien du réseau des succursales régionales de la Banque de France, des présentations thématiques.

Outre la présentation institutionnelle de la direction du contrôle des pratiques commerciales de l'ACP et du pôle commun, des explications concrètes sur le déroulement des contrôles des pratiques commerciales en banque et en assurance et sur la veille des publicités et des nouveaux produits sont données aux participants.

Par ailleurs, pour l'année 2013, deux focus spécifiques seront ajoutés :

- le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le domaine de la commercialisation des contrats d'assurance vie ;
- la réglementation applicable aux intermédiaires en opérations de banque et services de paiement.

L'expérience des deux années précédentes montre que ces présentations sont toujours bien accueillies en région et permettent aux professionnels locaux de nouer un dialogue direct avec l'ACP. L'apport de la collaboration avec le service Infobanque et Surendettement de la direction des Particuliers de la Banque de France enrichit les échanges en apportant une vision plus large des dispositifs qui concernent les usagers du système bancaire.

Pour renforcer ces actions, le secrétariat général de l'ACP a organisé deux réunions avec les représentants des associations locales de consommateurs visant à faire connaître au grand public les missions de l'ACP en matière de protection de la clientèle. Ces réunions ont permis de démontrer le grand intérêt des associations de consommateurs quant aux problématiques de protection de la clientèle dans le secteur de la banque et de l'assurance.

Après sept régions visitées en 2012, l'ACP sera présente dans neuf autres villes en 2013 : Rennes, Nantes, Metz, Bordeaux, Limoges, Toulouse, Pau, Nice et Strasbourg.



2. L'AMF a, de son côté, établi un programme de formation sur l'épargne à destination des associations de consommateurs agréées.

En 2012, l'AMF a réalisé, en partenariat avec l'Institut pour l'éducation financière du public (IEFP), neuf sessions de formation dans les succursales régionales de la Banque de France (Limoges, Bordeaux, Caen, Poitiers, Lille, Rennes, Dijon, Lyon, et Rouen).

Ainsi, plusieurs centaines de stagiaires ont pu être formés sur les sujets suivants :

- le suivi par le consommateur de ses comptes et de son budget ;
- les questions qu'il convient de se poser avant d'épargner et d'investir ;
- l'épargne et les placements financiers ;

- les obligations des vendeurs de produits et de services financiers ;
- le règlement des litiges avec son vendeur de produits financiers ;
- les ménages et le crédit.

En 2013, l'AMF organisera cinq sessions de formation en régions (Metz, Ajaccio, Reims, Orléans et Besançon) avec le concours des directeurs régionaux de la Banque de France.

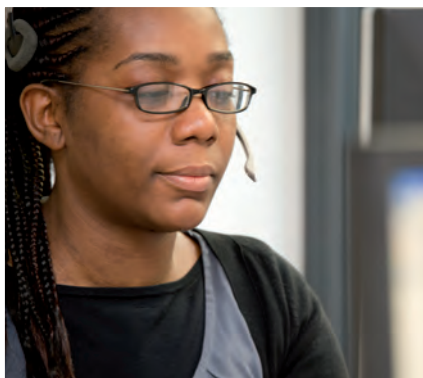
Des réunions avec les banquiers de la place ont lieu parallèlement aux réunions avec les associations de consommateurs.

3. L'ACP et l'AMF prévoient des interventions communes auprès d'acteurs locaux au sein des unités du réseau de la Banque de France.

En 2013, les deux autorités interviendront conjointement à Reims et à Orléans. Ces manifestations seront l'occasion de présenter aux professionnels et aux associations de consommateurs des thèmes tels que le traitement des réclamations, le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le domaine de la commercialisation des instruments financiers et des contrats d'assurance vie, et la doctrine relative à la commercialisation d'instruments financiers complexes auprès de particuliers sous forme de vente directe ou de souscription d'unités de compte dans le cadre d'un contrat d'assurance vie.

La formation des conseillers opérateurs Banque de France de la plate-forme Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS)

L'AMF (Direction des relations avec les épargnants – DREP) et l'ACP (Direction du contrôle des pratiques commerciales – DCPC) ont initié, en lien avec la direction de la formation et du développement des compétences de la Banque de France, des formations à l'attention des collaborateurs de la plate-forme ABE IS dans les six succursales concernées, afin qu'ils aiguillent et renseignent plus aisément les appelants qui les sollicitent dans les domaines de compétence de ces deux autorités.



En 2012, la DREP est intervenue auprès des collaborateurs des plates-formes ABE IS de Toulouse, Lyon et Metz, et la DCPC auprès des collaborateurs de celles de Strasbourg, Lille et Marseille.

Pour 2013, il est prévu de poursuivre cette action : la DREP interviendra sur les succursales formées par la DCPC en 2012 et la DCPC sur celles formées par la DREP pour une meilleure diffusion de l'information sur les deux secteurs d'activité.

Cette formation doit permettre aux opérateurs d'ABE IS de mieux appréhender les questions lors des appels entrants et d'orienter vers l'autorité compétente en tant que de besoin.



1.3 La coordination des priorités de contrôle dans le domaine des pratiques commerciales

Le pôle commun peut réaliser des contrôles coordonnés dès lors que les activités en cause relèvent à la fois de la compétence de l'ACP et de celle de l'AMF. Ainsi, les courtiers d'assurance qui sont conseillers en investissements financiers relèvent typiquement de ce champ.

1.3.1 Les modalités de coordination

La coordination des priorités de contrôle peut être mise en œuvre selon des modalités différentes :

- contrôles conjoints réalisés au sein d'une même société par des contrôleurs de l'ACP et de l'AMF ;
- ou contrôles réalisés de manière autonome auprès de sociétés distinctes, mais portant sur une thématique commune.

Quelles que soient les modalités choisies, la réglementation autorise des échanges entre les deux autorités sur les informations collectées.

Dans le cadre du pôle commun, les contrôles sont programmés annuellement sur la base des priorités de contrôle validées par le collège de chaque autorité. Le choix des entités qui résulte d'échanges entre les deux autorités est effectué selon des critères objectifs tels que des pratiques commerciales identifiées, des réclamations reçues, des thèmes déterminés ou encore des produits proposés.

Le contrôle sur place est toujours coordonné. Il est mené soit conjointement au sein de la

même entité ou de manière autonome auprès d'entités distinctes. Lorsqu'il est réalisé conjointement, les contrôleurs de chaque autorité réalisent ensemble la réunion de lancement et les entretiens sur place. Ils sont systématiquement associés aux échanges avec la société.

L'ACP et l'AMF disposant de compétences et de pouvoirs propres (cf. annexe 1), chaque responsable de mission établit un projet de rapport de contrôle. Les projets de rapport contiennent une partie commune aux deux autorités :

- la présentation de la mission de contrôle (date d'obtention des différents documents ayant permis le contrôle, durée du contrôle, composition de l'équipe...);
- la présentation de l'entité contrôlée (activité, données juridiques et financières, produits proposés, organisation des ressources humaines...).

À l'issue du contrôle, une réunion de restitution est organisée afin de présenter à la société contrôlée les constatations des contrôleurs de l'ACP et de l'AMF. Cette réunion permet également d'apporter toutes les explications

nécessaires à la bonne compréhension des éléments présentés dans le projet de rapport de contrôle et, le cas échéant, de corriger les erreurs matérielles. Les projets de rapport sont ensuite transmis à la société.

Les observations de la société contrôlée sont traitées par chaque équipe de contrôleurs.

Après cette étape, les deux autorités s'informent mutuellement :

- des suites données à ce contrôle au sein de chaque autorité : envoi d'une lettre de

suite, information du collège, éventuelle mise en œuvre d'une mesure de police administrative, ouverture d'une procédure disciplinaire le cas échéant ;

- des dates prévues de passage devant les différentes instances ;
- des éventuelles transmissions d'informations au procureur de la République ;
- des éventuelles transmissions d'informations à Tracfin ;
- des sanctions prises, le cas échéant.

1.3.2 Les contrôles réalisés en 2012 et leurs enseignements

Dans la continuité des travaux engagés en 2011, les contrôles ont porté sur 10 entreprises cumulant les statuts de courtier d'assurance d'une part et de conseiller en investissements financiers (CIF) ou de société de gestion de portefeuille (SGP) ou autre prestataire de services d'investissement (PSI) d'autre part. Ces entités interviennent dans la chaîne de commercialisation d'instruments financiers et de contrats d'assurance vie.

Les missions de contrôle de l'ACP et de l'AMF ont cette année encore mis en évidence des lacunes **dans le recueil des informations auprès du client et dans la formalisation du conseil et des mises en garde.**

Pour les contrats d'assurance vie, les contrôles de l'ACP ont également montré :

- des communications à caractère publicitaire (courriels publicitaires, newsletters et pages publicitaires de sites Internet) sur des instruments financiers complexes proposés comme unités de compte qui ne permettent pas aux souscripteurs d'appréhender correctement les risques associés ;
- l'absence de conventions entre les courtiers grossistes et leurs partenaires ou de clauses dans les conventions qui règlent notamment les modalités en matière de publicité et de mise à disposition d'informations sur le contrat.

S'agissant plus particulièrement de la commercialisation des instruments financiers, les contrôles de l'AMF ont notamment révélé :

Personnes et entités entrant dans le champ du contrôle de l'ACP ou de l'AMF à fin 2012

Dans les secteurs de la banque, des services d'investissement et des services de paiement :

- 634 établissements de crédit,
- 604 sociétés de gestion de portefeuille,
- 142 entreprises d'investissement autres que les sociétés de gestion de portefeuille,
- 21 établissements de paiement,
- 173 changeurs manuels.

Dans le secteur de l'assurance :

- 318 entreprises d'assurance,
- 630 mutuelles et unions régies par le livre II du code de la mutualité,
- 49 institutions de prévoyance,
- 16 entreprises exerçant une activité de réassurance.

Comme intermédiaires et conseillers :

- 43 197 intermédiaires d'assurance (agents, courtiers et mandataires),
- 29 510² intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement,
- 4 912 conseillers en investissements financiers.

NB : certains statuts sont cumulables par les mêmes personnes morales ou physiques.

- des annonces publicitaires relatives à des titres émis dans le cadre de placements privés qui peuvent constituer des offres au public, dès lors qu'elles contiennent les informations qui semblent suffisantes pour qu'un investisseur puisse être en mesure de décider d'acheter ou de vendre ;
- la mise en place de conventions de partenariat relatives à la distribution de titres

2. Chiffres arrêtés à fin 2011 dans l'attente de l'inscription des intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement à l'ORIAS, désormais obligatoire.

financiers pouvant mettre l'intermédiaire en situation de conflit d'intérêts et de biaiser le conseil offert à ses clients.

Plates-formes de distribution - courtiers grossistes

Les contrôleurs ont notamment porté leur attention sur les plates-formes de distribution, ou courtiers dits grossistes en assurance, qui s'interposent entre les producteurs (sociétés de gestion de portefeuille, émetteurs, organismes d'assurance) et les distributeurs finaux (conseillers en investissements financiers ou intermédiaires d'assurance) pour la commercialisation d'instruments financiers et des contrats d'assurance vie. Ces plates-formes, courtiers grossistes, proposent aux distributeurs une sélection préétablie d'instruments financiers et/ou de contrats d'assurance vie.

Or, les contrôles réalisés par l'AMF auprès de ces plates-formes ont parfois mis en lumière le contournement de règles relatives au service de placement d'instruments financiers et au dispositif de l'offre au public de titres financiers.

Concernant l'assurance vie, les contrôleurs de l'ACP ont dans certains cas pu constater que le courtier grossiste n'avait pas établi de convention avec l'ensemble de ses partenaires distributeurs. Dans d'autres cas, ces distributeurs disposaient d'une convention mais celle-ci ne précisait pas les modalités en matière de publicité et de mise à disposition des informations nécessaires à l'appréciation des caractéristiques du contrat. De fait, ces intermédiaires ne pouvaient pas disposer de l'ensemble des informations nécessaires à une présentation claire des caractéristiques du contrat et à un conseil adapté.

Produits financiers complexes : conseil et publicité

L'insuffisance relevée en 2011 concernant les dispositifs d'entrée en relation permettant de recueillir les informations auprès du client et l'absence de traçabilité du conseil ainsi que de sa motivation perdurent en 2012. Ces constats concernent aussi bien la commercialisation des instruments financiers complexes détenus directement que la commercialisation des contrats d'assurance vie dont les unités

de compte sont composées d'instruments financiers complexes.

Des manquements graves ont également été constatés lors de communications publicitaires portant sur ces instruments financiers complexes.

À la suite des manquements constatés, les autorités ont, selon leurs modalités respectives, adressé une mise en garde à l'intermédiaire – en application de l'article L. 612-30 du code monétaire et financier – pour l'ACP ou une notification de griefs pour l'AMF.

Pour l'ACP, les communications à caractère publicitaire de la société (courriels publicitaires, newsletters et pages publicitaires du site Internet) sur les instruments financiers complexes proposés comme unités de compte ne permettaient pas aux souscripteurs d'appréhender correctement ces unités de compte. Les clients ou prospects de la société étaient donc incités à souscrire des produits dont ils n'étaient pas en mesure d'apprécier la nature et les risques. Or, dans ces domaines, l'ACP a émis spécifiquement des recommandations de bonnes pratiques, notamment la recommandation 2010-R-01 du 15 octobre 2010 portant sur la commercialisation des contrats d'assurance sur la vie en unités de compte constituées d'instruments financiers complexes et la recommandation 2011-R-02 du 23 mars 2011 portant sur les communications à caractère publicitaire des contrats d'assurance vie en unités de compte composées de titres de créance. L'ACP recommande ainsi que les souscripteurs se soient vus expliquer et aient compris la nature du sous-jacent et les risques éventuels de perte financière associés, et que la publicité, qui a un impact fort sur l'entrée en relation et la décision de souscription, présente de manière équilibrée les avantages et les risques associés au contrat, ainsi que la nature du support d'investissement proposé. Dans le cas précis de cette société, les pratiques observées ont paru en conséquence susceptibles de mettre en danger les intérêts des clients et ont donc fait l'objet d'une mise en garde de l'ACP.

L'entrée en vigueur de la position AMF n° 2010-05 du 15 octobre 2010 relative à la commercialisation des instruments financiers

complexes a eu un impact positif sur la présentation des documents commerciaux portant sur des titres de créance complexes ou des OPCVM structurés examinés par l'AMF et ce quel que soit le support utilisé (brochures, bannières Internet, e-mailing clients, etc.).

Pour rappel, l'élaboration de cette doctrine, dans le cadre d'une approche concertée avec l'ACP, avait pour principal objectif de rappeler la responsabilité du distributeur dans le choix des produits qu'il commercialise et attirait l'attention sur le fait que certains instruments financiers, parce que trop complexes au regard de leur nature (et identifiés comme tels sur la base de critères prédéfinis), présentaient un risque élevé de mauvaise commercialisation dès lors qu'ils étaient vendus au grand public.

En 2012, lors de l'examen pour agrément des OPCVM complexes, **150 documents commerciaux par trimestre** ont été revus. Cette action a permis de déceler principalement une mauvaise présentation des risques et du profil de gain ou de perte du produit, et/ou un nombre excessif de mécanismes compris dans la formule du gain ou de la perte de l'instrument financier rendant incompréhensible le couple rendement-risque du produit. Cette qualification a permis à l'AMF de demander aux émetteurs et aux producteurs :

- soit d'améliorer significativement la présentation du profil de gain ou de perte des produits dans lesdits documents commerciaux (critère 1³). Ainsi, les rédactions laissant penser que les produits peuvent allier protection du capital à l'échéance et performance ont été bannies. À titre d'exemple, il a ainsi été décidé pour la famille de produits dits des *Autocalls*⁴ de commencer systématiquement les documents commerciaux par la mise en avant du risque de perte en capital, y compris dans la présentation des scénarios de marché en commençant par le plus défavorable ;
- soit de simplifier ces produits en vue de ne pas y inclure plus de trois mécanismes dans la formule de calcul du gain ou de la perte de l'instrument financier (critère 4⁵).

Après plus de deux années d'existence, les contrôles réalisés dans le cadre du pôle commun, de l'ordre d'une dizaine par an, permettent aux équipes des deux autorités

de mener des analyses communes et de faire converger leurs pratiques de contrôle, afin de répondre à un objectif commun : veiller au respect des règles de protection du client. Ces contrôles viennent en complément des contrôles réalisés indépendamment par chaque autorité et permettent de porter une attention plus large sur cette activité.

Des actions conjointes découlant notamment des contrôles

Après les positions et recommandations sur la commercialisation de produits complexes⁶ et sur le traitement des réclamations⁷, l'ACP et l'AMF ont mené une nouvelle action conjointe sur le recueil des informations relatives à la connaissance des clients dans le domaine de la commercialisation des instruments financiers et des contrats d'assurance vie.

Le rapprochement des cultures sur le sujet de la commercialisation a permis de dresser un bilan issu des constats des missions de contrôle des deux autorités. Les services de l'ACP et de l'AMF ont en effet analysé ensemble les questionnaires recueillis auprès des professionnels lors des contrôles, ainsi que les pratiques observées.

Selon le cadre réglementaire, lors de la commercialisation d'un contrat d'assurance vie ou d'un instrument financier, le professionnel doit s'enquérir des exigences et des besoins du client, de sa situation financière, de ses objectifs, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière, afin de lui délivrer un conseil adapté. Sur la base de ces contrôles, l'ACP et l'AMF ont décidé de préciser leurs attentes, notamment en capitalisant sur les bonnes pratiques observées.

6. Position de l'AMF n° 2010-05 et recommandation de l'ACP n° 2010-R-01 du 15 octobre 2010.

7. Recommandation de l'ACP n° 2011-R-05, modification du règlement général de l'AMF et instruction de l'AMF relative au traitement des réclamations.

1.3.3 Les perspectives pour 2013

Les priorités de contrôle porteront en 2013 sur les mêmes catégories d'acteurs dans la chaîne de commercialisation, **tout en élargissant le périmètre à la vente à distance**.

Une attention particulière continuera à être portée sur les obligations d'information et le devoir de conseil, mais aussi sur les conventions entre producteurs et distributeurs.

En outre, ces missions seront étendues au contrôle de la mise en œuvre par les entreprises du renforcement récent de l'encadrement des dispositifs de traitement des réclamations et de recueil des informations relatives à la connaissance du client.

3. Mauvaise présentation des risques et du profil de gain/perte du produit.

4. Titres de créance à capital non garanti à l'échéance, indexé à la performance d'un indice, avec mécanisme de remboursement automatique anticipé.

5. Nombre de mécanismes compris dans la formule de calcul du gain ou de la perte de l'instrument financier.



2.1 Le recueil des informations relatives à la connaissance du client : l'ACP et l'AMF renforcent leur vigilance au niveau de la distribution des produits d'épargne

Dans le cadre du pôle commun, l'ACP et l'AMF ont coordonné leur action en matière de recueil des informations relatives à la connaissance du client pour la commercialisation des produits d'épargne. Cette action répond à l'objectif commun d'assurer le respect par les professionnels de leurs obligations à l'égard de leur clientèle, quel que soit le produit ou le canal de distribution.

Afin de répondre à cet objectif prioritaire, les deux autorités ont travaillé sur une problématique essentielle : le recueil des informations relatives à la connaissance des clients dans le domaine des contrats d'assurance vie et des instruments financiers. Ces travaux ont conduit à la publication d'une recommandation de l'ACP pour la commercialisation des contrats d'assurance vie et d'une position de l'AMF pour la commercialisation des instruments financiers. Ces textes seront applicables le **1^{er} octobre 2013**.

2.1.1 Le contexte

Selon le cadre réglementaire, lors de la commercialisation d'un contrat d'assurance vie ou d'un instrument financier, le professionnel – plus précisément le prestataire de services d'investissement, le conseiller en investissements financiers, l'intermédiaire d'assurance ou l'organisme d'assurance – doit s'enquérir des exigences et des besoins du client, de sa situation financière, de ses objectifs, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière, afin de lui délivrer un conseil adapté.

La réglementation est désormais bien connue des professionnels mais pose cependant des difficultés dans son application pratique. Le questionnement du client est une étape essentielle d'une bonne commercialisation.

Des contrôles menés par l'ACP et l'AMF ont mis en évidence des bonnes pratiques mais également des lacunes dans l'application de cette réglementation. En effet, les documents communiqués lors du contrôle sur place, mais également certaines pratiques observées sur le marché ainsi que des informations et réclamations reçues par les deux autorités ont révélé des insuffisances, tant sur les modalités de recueil et la traçabilité des informations recueillies, que sur leur contenu et leur exploitation dans le processus de commercialisation.

L'ACP et l'AMF ont donc décidé de préciser leurs attentes, notamment en capitalisant sur les bonnes pratiques observées lors de leurs contrôles, afin d'améliorer les processus de commercialisation des contrats d'assurance vie et des instruments financiers.

Cette initiative des deux autorités a été menée en étroite collaboration avec la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), pour garantir le respect des principes de la loi du 6 janvier 1978 modifiée.

Les projets de textes ont fait l'objet d'une large consultation, tant auprès des associations professionnelles, que des associations de consommateurs et d'épargnants.

2.1.2 Les objectifs de l'ACP et de l'AMF

Les deux autorités souhaitent **renforcer** les exigences en matière de connaissance du client qu'il s'agisse de la commercialisation de contrats d'assurance vie ou d'instruments financiers. L'objectif est également d'**harmoniser** les méthodes de contrôle et d'analyse des questionnaires d'entrée en relation par l'élaboration d'une grille d'analyse commune. Enfin, il s'agit de **sécuriser** le dispositif de recueil des informations sur le client en s'assurant de sa conformité avec les dispositions de la loi informatique et libertés et en prenant en compte un principe de proportionnalité.

2.1.3 Les exigences de l'ACP et de l'AMF

■ Les modalités de recueil et la traçabilité des informations

Les informations relatives au client doivent être recueillies au moyen de questions claires, précises et compréhensibles. Le client doit être informé sur la finalité du recueil de ces informations et sur ses enjeux. En outre, une procédure d'actualisation des informations recueillies doit être mise en place. La traçabilité de l'information doit pouvoir se vérifier à tout moment grâce à une conservation organisée et une accessibilité optimale. Il a, par exemple, été constaté que les questionnaires étaient parfois incomplets car ils omettaient de demander des informations-clés sur la situation familiale ou patrimoniale du client, nécessaires à la fourniture d'un conseil adapté.

■ Le contenu et l'exploitation des informations

Le degré de connaissance et d'expérience du client en matière financière doit être évalué par des questions distinguant la connaissance théorique et la détention effective de produits d'épargne. En outre, les objectifs et l'horizon d'investissement du client doivent être déterminés avant de définir objectivement le profil du client, au regard du rendement attendu par celui-ci et du niveau de risque qu'il est prêt à supporter.

L'exploitation des informations recueillies doit

Quelques exemples de pratiques non satisfaisantes observées lors des contrôles

1. Les modalités de recueil et traçabilité des informations

- Recours à des questions non adaptées à la cible de clientèle en raison de l'utilisation de termes techniques ou jargonnants ;
- Absence de conservation par le prestataire d'un exemplaire des documents formalisant le recueil des informations ;
- Décalage significatif entre la date de recueil des informations et la date de souscription du contrat d'assurance vie / la date de fourniture d'un service d'investissement ou d'un conseil.

2. Le contenu des informations

- Questionnaires incomplets qui omettent de demander des informations sur la situation familiale ou patrimoniale du client nécessaires à la fourniture d'un conseil adapté ;
- Absence de proposition d'objectif de souscription ou de placement, absence de question sur l'horizon d'investissement ;
- Questions sans lien avec l'assurance, l'investissement envisagé ou les marchés financiers (ex : pratiquez-vous des sports à risques ?) ;
- Question unique constituant une auto-évaluation par le client de son niveau d'expérience financière (ex. « bon » « moyen » « faible »).

3. L'exploitation des informations par les personnes en charge de la commercialisation

- Informations recueillies par les clients non exploitées de manière exhaustive ;
- Technique de scoring inadaptée utilisée pour l'exploitation des questionnaires.

être efficace grâce à une bonne gestion des réponses incohérentes et/ou incomplètes. Cela suppose une formation appropriée des personnes en charge de la commercialisation. Enfin, les professionnels doivent se doter de moyens et mettre en place des procédures adaptées afin de s'assurer de la qualité du suivi du recueil des informations relatives à la connaissance du client.

La recommandation 2013-R-01 de l'ACP

applicable à la commercialisation des contrats d'assurance vie et **la position de l'AMF n° 2013-02** applicable à la commercialisation des instruments financiers aident les professionnels à mettre en œuvre leurs obligations en matière de connaissance de la clientèle (cf. annexe 2).



2.2 Les positions et alertes communes

2.2.1 La position commune relative au placement et à la commercialisation d'instruments financiers

Le champ d'application du service de placement a été précisé.

L'ACP et l'AMF ont constaté que le périmètre des services de placement soulevait de nombreuses interrogations de la part des distributeurs et des producteurs de produits financiers.

En effet, trois services d'investissement au sens de l'article L. 321-1 du code monétaire et financier correspondent à ce que l'on appelle communément le « placement ». Il s'agit du « placement non garanti », du « placement garanti » et de la « prise ferme ».

La fourniture des services d'investissement de placement (garanti ou non) et de prise ferme requiert d'être agréé en tant que prestataire de services d'investissement par l'ACP, après que l'AMF a émis ses observations sur le programme d'activité du prestataire. Cet agrément requiert, notamment, de disposer de fonds propres significatifs, y compris lorsqu'il s'agit de placement non garanti (730 000 euros pour le placement

non garanti et 1.1 million d'euros pour le placement garanti et la prise ferme).

En l'absence de définition harmonisée de ces services au niveau européen, le droit français en a adopté une définition large. Ainsi l'article D. 321-1 du code monétaire et financier décrit ces services d'investissement comme suit :

- le service d'investissement de placement non garanti : « le fait de rechercher des souscripteurs ou des acquéreurs pour le compte d'un émetteur ou d'un cédant d'instruments financiers sans lui garantir un montant de souscription ou d'acquisition » ;
- le service d'investissement de placement garanti : « le fait de rechercher des souscripteurs ou des acquéreurs pour le compte d'un émetteur ou d'un cédant d'instruments financiers et de lui garantir un montant minimal de souscriptions ou d'achats en s'engageant à souscrire ou acquérir les instruments financiers non placés » ;

- le service d'investissement de prise ferme : « le fait de souscrire ou d'acquérir directement auprès de l'émetteur ou du cédant des instruments financiers, en vue de procéder à leur vente ».

Dans cette optique, les deux autorités ont décidé d'adopter une position commune, publiée le 16 juillet 2012 sous forme de questions-réponses, destinée à clarifier le périmètre des services de placement au regard des activités de commercialisation d'instruments financiers (position AMF n° 2012-08 et position ACP n° 2012-P-02 en annexe 3).

La position précise le périmètre des services d'investissement de placement lorsqu'il y a commercialisation d'instruments financiers. Elle rappelle que ces services nécessitent la réunion de deux conditions cumulatives :

- l'existence d'un service rendu à un émetteur ou cédant d'instruments financiers ;
- la recherche, directe ou indirecte, de souscripteurs ou d'acquéreurs.

Appliqués à la commercialisation des instruments financiers, ces deux critères ont conduit l'ACP et l'AMF à exclure deux situations du périmètre des services d'investissement de placement (spécialement le service de placement non garanti).

La position exclut du périmètre de ce service la fourniture de certains types de produits dits « d'épargne » distribués auprès des investisseurs, qui ont d'abord pour objet de leur offrir une solution d'épargne. Ces produits sont énumérés dans la position. Il s'agit des titres financiers émis par des OPCVM (organisme de placement collectif en valeurs mobilières), des OPCI (organisme de placement collectif en immobilier), des SCPI (société civile de placement immobilier), des SEF (société d'épargne forestière), des SICAF (société d'investissement à capital fixe) ou des organismes de titrisation ou encore des titres de

créance structurés émis par des établissements de crédit ou des entreprises d'investissement dont le siège est situé dans un État membre de l'Union européenne ou dans un autre État partie à l'accord sur l'Espace économique européen.

En pareille hypothèse, c'est un service d'investissement rendu à l'investisseur (conseil par exemple) que fournit généralement le distributeur.

En second lieu, la position considère que l'activité du distributeur consistant à rechercher des souscripteurs ou des acquéreurs en lien avec un prestataire agréé pour fournir le service de placement ne requiert pas d'agrément pour ce service dès lors qu'elle ne s'accompagne d'aucun engagement sur un montant de souscriptions ou d'achats (engagement sur des volumes).

Enfin, la position souligne que la commercialisation d'instruments financiers s'accompagne généralement de la fourniture d'un ou plusieurs services à l'investisseur (réception et transmission d'ordres pour le compte de tiers, conseil en investissement), lesquels imposent le respect de règles de bonne conduite et de règles d'organisation.

2.2.2 Les alertes sur le Forex



À quatre reprises (7 juillet 2011, 20 septembre 2011, 22 mai 2012 et 6 juillet 2012⁸), l'ACP et l'AMF ont publié **un communiqué de presse mettant en garde les particuliers contre des propositions d'investissements sur le marché des changes (Forex⁹)**.

Les alertes successives de l'ACP et de l'AMF permettent d'établir et de porter à la connaissance du public une liste régulièrement mise à jour des sites Internet identifiés proposant en France, sans y être autorisés, des investissements sur le marché des changes non régulé. Elles permettent également de rappeler la nécessité, avant de s'engager, de vérifier que l'intermédiaire qui propose ou conseille des investissements figure bien sur la liste des établissements financiers autorisés à exercer en France (le registre des agents financiers, consultable sur Internet : www.regafi.fr).

Sont ajoutés sur la liste, à l'issue d'une procédure contradictoire, les sites Internet et les entités qui ont été identifiés comme proposant irrégulièrement ces produits en France.

Sont retirés de la liste produite par l'ACP et l'AMF les sites Internet et les entités qui se sont mis en conformité avec la loi française,

soit en cessant toute activité sur le territoire français, soit parce que les propositions d'investissement qui figurent sur ces sites émanent désormais d'intermédiaires autorisés à fournir des services d'investissement en France.

Cette liste est accessible sur les sites Internet de l'ACP, de l'AMF et d'ABE IS.

Grâce à ces communiqués et à cette liste, les deux autorités souhaitent rappeler aux investisseurs les risques attachés aux produits offerts au grand public qui comportent souvent un effet de levier susceptible de générer des pertes importantes. En effet, ces produits sont destinés à une clientèle avisée, pouvant surveiller ses positions de façon quotidienne, voire plusieurs fois par jour, et ayant les moyens financiers de supporter un tel risque. À titre d'exemple, pour un placement de 100 euros avec un levier de 400, si la valeur perd 10 %, l'investisseur doit 4 000 euros au prestataire, montant auquel s'ajoutent les frais de transaction et de financement le cas échéant. **Il n'y a pas de possibilité de gain important sans prise de risque élevé.**

L'ACP et l'AMF invitent le public à ne pas répondre aux sollicitations d'un intermédiaire qui ne figure pas dans le registre des agents financiers, car celui-ci est en infraction avec la législation applicable et n'est pas tenu de respecter les règles élémentaires de protection des investisseurs, de bonne information ou de traitement des réclamations.

8. www.abe-infoservice.fr/actualites-et-alertes/alertes

9. Le FOREX (ou foreign exchange – FX) est un marché des changes de gré à gré.



2.3 Le colloque académique sur les conséquences de la crise financière sur l'épargne des ménages et la commercialisation des produits financiers

Depuis la crise des « *subprimes* » de l'été 2007, de multiples bouleversements ont affecté aussi bien la sphère financière que l'économie réelle. Face à la montée des incertitudes et au resserrement des taux de rémunération offerts sur les différents produits, les épargnants se sont tournés vers des placements liquides et peu risqués, privilégiant la constitution d'une épargne de précaution et modifiant ainsi la structure de leur patrimoine financier. Or, la couverture de certains de leurs besoins (retraite en particulier) nécessite d'orienter une partie de leur épargne vers des placements à plus long terme. Ceci implique, en termes de pratiques commerciales, de tenir compte de l'objectif et de l'horizon d'investissement des clients ainsi que de leur profil de risque afin d'adapter l'offre de placement à leurs besoins et de limiter les ventes inappropriées.

Dans ce contexte, l'ACP et l'AMF ont consacré le 11 mai 2012 un colloque académique aux conséquences de la crise financière sur l'épargne des ménages et la commercialisation des produits financiers¹⁰.

Le conseil scientifique de l'AMF

Il est composé de 20 personnalités issues du monde académique et financier. Largement ouvert sur l'international, par la présence de chercheurs étrangers de renommée mondiale, le conseil scientifique a une triple vocation :

- améliorer l'information du régulateur sur les réflexions académiques en cours dans le domaine financier ;
- identifier les évolutions susceptibles d'avoir un impact sur les champs d'activité de l'AMF ;
- initier des travaux de recherche en lien avec les préoccupations du régulateur.

Le comité scientifique de l'ACP

Il est composé de 11 personnalités issues du monde académique et financier et il a pour objectif :

- de favoriser les synergies entre la recherche dans le domaine financier et la supervision prudentielle en apportant des éléments analytiques pouvant éclairer les orientations stratégiques de l'autorité en vue de renforcer le processus de développement d'outils de mesure des risques par ses services ;
- d'exercer une veille scientifique en matière financière en vue d'identifier de manière prospective les évolutions susceptibles d'avoir un impact sur l'activité des banques et des assurances et, par voie de conséquence, sur le champ d'activité de l'autorité.

10. L'ensemble des présentations est consultable sur les sites Internet de l'AMF et de l'ACP.

En détail...

En introduction des débats, le Gouverneur de la Banque de France (cf. annexe 4) a souligné « la détermination partagée des deux autorités de mettre les intérêts de la clientèle au centre du dispositif de régulation des différents produits financiers ».

Depuis la création de l'ACP, l'ACP et l'AMF ont uni leurs efforts pour renforcer durablement la protection des consommateurs ». Le premier débat a été l'occasion de rappeler les grandes tendances de l'épargne des ménages depuis le début de la crise. La crise a eu un large impact sur le placement de l'épargne des ménages. Ainsi, en 2007, les ménages français ont diminué leurs placements en actions. Le mouvement de sortie s'est accentué en 2008, lors de la faillite de Lehman Brothers. Les ménages ont réinvesti sur les actions fin 2009 et en sont de nouveau ressortis à l'été 2011. Le mouvement est similaire en assurance vie mais sans sortie nette, ainsi que sur les OPCVM mais sans retour.

Il a cependant été mis en avant que si le changement a concerné des révisions d'anticipation à la baisse des revenus et des prix boursiers, ainsi qu'une perception de l'avenir sur le marché du travail plus pessimiste, aucun changement ne s'est opéré en matière de préférence des épargnants à l'égard du risque : l'épargnant est resté « stoïque » dans la tourmente, pas plus adverse au risque qu'auparavant.

Enfin, l'épargne bancaire avec garantie de dépôts et l'assurance vie en euros avec son « effet cliquet » et des avantages fiscaux à ce jour maintenus peuvent dans ce contexte tirer leur épingle du jeu. Cependant, une remontée des taux d'intérêt aurait une conséquence très importante sur le marché immobilier et sur les contrats en euros. Et cela dans un contexte général où l'épargnant remet en question l'épargne longue au bénéfice d'une gestion court-moyen terme plus flexible.

Lors du second débat, Natalie Lemaire, directrice des relations avec les épargnants de l'AMF, a souligné les deux principales leçons tirées de l'étude du CREDOC¹¹ qui révèle que les français sont peu à l'aise avec les produits financiers et que leurs connaissances sont objectivement imparfaites en la

matière. Elle a rappelé que les français détenaient essentiellement des livrets bancaires et des contrats d'assurance vie en euros. Il s'agit d'une épargne de précaution et de préparation à la retraite. Dans un tel contexte, le conseiller financier, surtout bancaire, apparaît comme l'interlocuteur principal de la majorité des français en qui ils gardent leur confiance. A enfin été présentée une évaluation des questionnaires MIF en France par André de Palma et Nathalie Picard.

La dernière table ronde, qui a réuni notamment Thierry Francoq, secrétaire général de l'AMF en 2012 et Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP, a mis en avant le rôle nécessaire du régulateur et du superviseur sans pour autant freiner l'innovation financière.

Les services financiers ne sont pas des services comme les autres, ils se caractérisent notamment par une forte asymétrie d'information entre le consommateur et le vendeur. Cette asymétrie d'information semble s'accroître en raison d'une complexité des produits toujours croissante alimentée par une innovation financière soutenue. Les enjeux associés au développement de pratiques commerciales loyales comme fondement de la confiance ont donc pris un relief particulier du fait de la crise, tant sur le plan systémique qu'au niveau de chacune des entreprises du secteur financier. Aujourd'hui, l'enjeu est de rassurer le consommateur en lui apportant toute l'information nécessaire pour opérer le meilleur choix possible du produit conforme à son profil de risque.

Le président de l'AMF en 2012 (cf. annexe 4), Jean-Pierre Jouyet, a conclu le colloque en rappelant que « la protection de l'épargne est la mission première de l'AMF, et de ce fait la question de la commercialisation des produits financiers est donc un sujet incontournable. Toutefois au-delà des problématiques de régulation, il convient également de s'interroger sur la question de la politique fiscale de l'épargne actuellement en vigueur qui n'est peut-être pas totalement à la hauteur de l'enjeu de financement de notre économie ».

L'organisation d'un tel colloque provient de l'existence d'une conviction unanimement partagée au sein de l'ACP et de l'AMF : essentielle au bon fonctionnement de l'économie, l'épargne est plus que jamais au cœur des préoccupations de l'ensemble des acteurs des marchés financiers d'autant plus que les acteurs bancaires et assurantiels sont soumis à la pression d'importantes réformes prudentielles qui ont des impacts significatifs sur leur stratégie d'investissement.

Ce colloque, qui a bénéficié de l'expertise de personnalités issues du monde académique, des autorités de régulation et de

l'industrie financière, s'est articulé autour de deux débats et d'une table ronde conclusive :

- le premier débat était consacré aux conséquences de la crise financière sur l'allocation des portefeuilles des ménages ;
- le second s'est focalisé sur les enjeux en matière de commercialisation des produits financiers dans un contexte post-crise et de besoins croissants d'épargne à long terme.

Enfin, la table ronde conclusive a abordé le rôle de la régulation dans l'allocation d'épargne des ménages et la commercialisation des produits financiers.

Consomag



En décembre 2012, l'AMF et l'Institut national de la consommation ont mené une campagne d'information, autour d'une série de cinq émissions Consomag, sur les bons réflexes à adopter avant de placer son argent et sur les droits des consommateurs en cas de litiges. L'une de ces émissions, intitulée « Comment réclamer auprès de son établissement financier ? » a été réalisée en partenariat avec l'ACP.

L'ACP et l'AMF ont ainsi rappelé aux consommateurs les voies de recours amiables qui leur sont offertes, à savoir l'interlocuteur habituel, conseiller ou gestionnaire, le service de traitement des réclamations et le médiateur.

L'émission a permis notamment de mettre en valeur tout l'intérêt de la plate-forme « Assurance Banque Epargne Info Service » en cas de questions sur la banque, la bourse, les produits d'épargne et d'assurance.

Les émissions Consomag ont été diffusées sur l'ensemble du réseau de France Télévisions en décembre 2012 et janvier 2013¹².

Elles sont consultables sur les sites Internet :

- d'Assurance Banque Épargne Info Service (www.abe-infoservice.fr) ;
- de l'AMF (www.amf-france.org) ;
- et de l'INC (www.conso.net).

12. France 2, France 6 et France 1^{ère} : du 17 au 21 décembre 2012 et du 7 au 11 janvier 2013 ; France 3 : du 10 au 14 décembre 2012 et du 7 au 11 janvier 2013 ; France 4 : les 8, 11, 12, 13 et 15 décembre 2012 et les 8, 9, 10, 12 et 15 janvier 2013 ; France 5 : les 13, 14 (2 diffusions dans la journée), 16 et 17 décembre 2012 et les 5, 8 (2 diffusions dans la journée), 9 et 11 janvier 2013.



Natalie Lemaire, coordonnateur du pôle commun

Après trois ans d'expérience, le pôle commun à l'ACP et à l'AMF est désormais une organisation rodée et bien ancrée dans le paysage de la régulation des produits financiers.

Grâce à la collaboration étroite des équipes de l'ACP et de celles de l'AMF, différentes actions communes ont été réalisées tandis que de nouveaux chantiers ont pu être menés. Toutes nos initiatives visent à améliorer la protection des épargnants en contribuant à renforcer les règles applicables aux distributeurs de produits financiers.

L'année 2012 s'est avérée riche en chantiers. C'est ainsi que l'AMF et l'ACP ont pu préciser leurs exigences concernant le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le domaine de la commercialisation des instruments financiers et des contrats d'assurance vie. Ces travaux ont conduit à la publication d'une recommandation de l'ACP applicable à la commercialisation des contrats d'assurance vie et d'une position de l'AMF applicable à la commercialisation des instruments financiers dont l'entrée en vigueur doit intervenir le 1^{er} octobre 2013.

Par ailleurs, nous avons réaffirmé notre volonté de communiquer davantage et mieux avec les épargnants. Cela s'est traduit par

plusieurs actions dont celle de refondre le site www.abe-infoservice.fr qui devrait permettre de répondre plus efficacement aux attentes des épargnants en matière d'informations et constituer un repère fiable, indépendant des professionnels. Je retiens également la poursuite de nos actions de communication avec la réalisation d'une émission Consomag en collaboration avec l'ACP sur le thème « Comment réclamer auprès de son établissement ? ». Ce Consomag a été largement diffusé sur les chaînes télévisuelles publiques.

Parmi les ambitions du pôle commun pour l'exercice 2013, nous œuvrerons pour une meilleure efficacité, crédibilité et compréhension de nos actions tant pour les professionnels que pour les particuliers, notamment en faisant converger les règles applicables aux différents produits financiers. Le pôle commun va également approfondir les opportunités d'actions conjointes de l'ACP et de l'AMF concernant sa mission de veille et de surveillance des publicités relatives aux produits et services des acteurs qu'elles contrôlent.

Natalie Lemaire

Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP



En octobre 2010, quelques mois après sa mise en place, le pôle commun permettait de coordonner une action d'envergure des deux autorités sur la commercialisation des instruments financiers complexes. Un peu plus de deux années plus tard, l'ACP et l'AMF engageaient à travers le pôle commun une nouvelle démarche déterminante sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client dans le domaine de l'assurance vie et des instruments financiers. Ces deux actions se complètent parfaitement en ce qu'elles cherchent à prévenir le risque de commercialisation inadaptée.

Le questionnement de l'épargnant est en effet une étape essentielle pour une bonne commercialisation. Lors de la commercialisation d'un contrat d'assurance vie ou d'un instrument financier, le professionnel doit s'enquérir des exigences et besoins du client, de sa situation financière, de ses objectifs, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière, afin de délivrer un conseil adapté. Après une analyse des pratiques du marché, les deux autorités ont précisé leurs attentes sur les modalités de recueil et la traçabilité des informations ainsi que sur la nature des informations recueillies et leur exploitation dans le processus de commercialisation.

Le questionnement de l'épargnant doit être adapté à la complexité des produits propo-

sés. Il n'en demeure pas moins que, pour certains produits complexes, un questionnement approfondi ne permet pas à lui seul d'assurer que le client a compris le produit et mesure les risques qu'il prend s'il y souscrit. Dans un environnement de taux très bas et de marchés boursiers incertains, certains organismes et distributeurs peuvent toujours être tentés de commercialiser des produits affichant des perspectives de rendement très élevé. Dans ce cas, celui-ci ne peut être atteint que dans des conditions exceptionnellement favorables, à partir de formules particulièrement complexes et dont les risques sont difficilement compréhensibles par le grand public. Les deux autorités exercent toujours une vigilance accrue sur la distribution de ces produits très peu adaptés au grand public.

À travers le pôle commun, l'ACP et l'AMF capitalisent sur les bonnes pratiques observées lors de leurs contrôles afin d'améliorer les processus de commercialisation des contrats d'assurance vie et des instruments financiers. Les deux autorités n'hésiteront pas à préciser, si le besoin s'en fait sentir, leurs exigences en matière de distribution des produits d'épargne.

Fabrice Pesin

Conception et réalisation :
Service communication de l'ACP

Crédit photos :
Pascal Assailly, Marc Bertrand, Jean Derennes,
Franck Dunouau, Marthe Lemelle, Luc Pérénom,
Aromant/Shutterstock, Marcin Balcerzak/Shutterstock,
Giuliano Coman/Shutterstock, Nan728/Shutterstock,



Téléphone : 0 811 901 801
www.abe-infoservice.fr
ISSN 2117-1440