

Pôle

Assurance

Banque

Epargne

Rapport d'activité

2010

Sommaire

Introduction

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

Partie 1 ■ Missions

1.1 Missions de protection de la clientèle et des épargnants propres à l'ACP et à l'AMF	6
1.1.1 Autorité de contrôle prudentiel.....	6
1.1.1.1 Une nouvelle mission de protection de la clientèle	6
1.1.1.2 Des pouvoirs spécifiques en matière de protection de la clientèle	7
1.1.1.3 Une direction dédiée : la Direction du contrôle des pratiques commerciales	7
➤ Interview de Pauline De Chatillon.....	8
1.1.2 Autorité des marchés financiers	9
1.1.2.1 Missions.....	9
1.1.2.2 Pouvoirs	9
1.1.2.3 Moyens	9
➤ Interview de Natalie Lemaire	10
1.2 Missions du pôle commun.....	12

Partie 2 ■ Activités

2.1 Point d'entrée commun Assurance Banque Épargne Info Service	16
2.1.1 Objectifs	16
2.1.2 Mise en place	17
➤ Interview croisée d'Astrid De la Boullerie et de Stéphane KUNESCH	21
2.2 Coordination des priorités de contrôle dans le domaine des pratiques commerciales	24
2.2.1 Personnes et activités concernées	24
2.2.2 Actions menées en 2010	25
2.2.3 Perspectives	26
➤ Interview croisée de Marguerite YATES et de Pierre-Xavier SOULE-SUSBIELLES ..	26
2.3 Coordination de la veille sur les opérations et services et de la surveillance des campagnes publicitaires	28
2.3.1 Objectif	28
2.3.2 La commercialisation d'instruments financiers particulièrement complexes	28
➤ Interview croisée de Guillaume Eliet et de Barbara Souverain-Dez	32

Conclusion

Le mot du coordonnateur	33
-------------------------------	----

Annexes

Annexe 1 Convention du 30 avril 2010 signée entre l'Autorité des marchés financiers et l'Autorité de contrôle prudentiel	34
Annexe 2 Statistiques et données de marché	42
Annexe 3 Pouvoirs des autorités en matière de supervision des pratiques commerciales et principales dispositions législatives et réglementaires en matière de protection de la clientèle	46
Annexe 4 Position de l'AMF n° 2010-05 du 15 octobre 2010 portant sur la commercialisation des instruments financiers complexes / Recommandation de l'ACP n° 2010-R-01	67



Le mot du Président de l'AMF

Le Pôle commun AMF-ACP fête son premier anniversaire. Il peut être légitimement fier de ce qui a été accompli ces douze derniers mois.

Nous étions ambitieux pour lui et il n'a pas déçu nos attentes, qu'il s'agisse de la coordination de nos contrôles ou de l'offre de services et d'informations sous un chapeau commun. Il est la preuve qu'ensemble, nous sommes plus efficaces et donc plus crédibles. Mais mon plus grand motif de satisfaction est de voir lentement et sûrement s'installer une culture commune de la régulation et de la supervision au sein des équipes opérationnelles des deux autorités qui collaborent dans le Pôle. Avec la même volonté partagée, celle de mettre le client au centre du dispositif de régulation des différents produits financiers qui lui sont offerts et d'offrir à la communauté des investisseurs une approche cohérente de la protection de leur épargne, quels que soient les produits offerts, les acteurs et les canaux de distribution concernés. Ainsi, nous évitons les angles morts ou les doublons dans nos dispositifs respectifs, sans sacrifier à l'efficacité de nos actions.

Le témoignage le plus éclatant de ce que nous avons franchi une étape décisive et fait tomber un tabou, c'est bien évidemment la publication le 15 octobre 2010 d'une position de l'AMF et d'une recommandation de l'ACP sur la commercialisation des produits complexes. Ce précédent doit continuer à inspirer nos travaux

pour les années à venir, et sur la forme et sur le fond. C'est en tout cas l'approche « transversale » que défend l'AMF dans le cadre de la très importante consultation publique conduite par la Commission européenne sur les produits d'investissement de détail adossés à des instruments financiers (ou *PRIPs*, *Packaged Retail Investment Products*).

Dans la droite ligne de nos travaux nationaux, l'AMF y promeut une harmonisation, par le haut, des exigences d'information, de conseil, et des règles de commercialisation de l'ensemble des produits commercialisés auprès du grand public.

Je crois pouvoir affirmer que nous avons été en quelque sorte des précurseurs, aiguillonnés par les recommandations en matière de commercialisation des produits financiers de Jacques Delmas-Marsalet dans un rapport remis au ministre de l'Économie en 2005, ou celles de Bruno Deletré, dans son rapport sur la supervision des activités financières en France (2008) puis sur le contrôle du respect des obligations professionnelles à l'égard de la clientèle dans le secteur financier (2009). Aujourd'hui, des régulateurs européens ou nord-américains nous emboîtent le pas et le G20 s'empare de ces sujets. Ce succès nous oblige à aller encore plus de l'avant, à l'AMF bien sûr, et plus particulièrement à la nouvelle Direction des relations avec les épargnants pilotée par Natalie Lemaire, qui est également correspondant de l'AMF pour le Pôle commun. Mais il appartient surtout au Pôle de transformer l'essai et de s'installer, dans la durée, dans le paysage de la régulation.

Jean-Pierre Jouyet

Le mot du Président de l'ACP



La complexité croissante des produits financiers, tirée par une innovation financière permanente, entraîne trop souvent une asymétrie d'information entre le vendeur et son client.

Pour contrer ce déséquilibre, il est apparu nécessaire d'imposer au secteur financier des règles protectrices pour les consommateurs. De nouvelles normes ont donc été édictées en France comme au niveau européen, afin de mieux réguler les pratiques commerciales dans le secteur bancaire comme dans le secteur de l'assurance.

En outre, tirant les enseignements de la crise financière et bancaire, l'État a décidé de confier à l'ACP une mission de protection de la clientèle des secteurs de la banque et de l'assurance avec un double objectif : renforcer le contrôle des obligations des professionnels vis-à-vis de leur clientèle et mettre en place une nouvelle politique de contrôle des pratiques commerciales.

L'expérience et le savoir-faire des équipes de l'ACP sont les garants de l'extension au domaine des pratiques commerciales de méthodes et d'outils de contrôle éprouvés, sur la base d'une réglementation étoffée et d'un corpus réunissant les meilleures pratiques. C'est pourquoi l'ACP se réjouit d'apporter au pôle commun son investissement dans le champ des pratiques commerciales et son savoir-faire en termes de contrôle.

Dès sa première année d'existence, le pôle commun à l'ACP et à l'AMF a montré toute

son utilité et son efficacité. La mise en place très rapide d'une plate forme commune d'information - Assurance Banque Épargne Info Service - habilitée à recevoir les demandes des clients, et la démarche coordonnée de l'ACP et de l'AMF au niveau de la commercialisation des instruments financiers particulièrement complexes en sont l'illustration.

La protection des consommateurs dans le domaine des services financiers est aussi un axe de travail de la Présidence française du G20. La dernière réunion du G20 Finances a appelé notamment l'OCDE et le Conseil de stabilité financière à élaborer d'ici octobre 2011 des principes communs de protection des consommateurs. Ce sera l'occasion pour l'ACP et l'AMF, au nom du pôle commun, de porter au niveau international la voix de la France dans ces domaines.

Christian Noyer



En France, l'Autorité de contrôle prudentiel et l'Autorité des marchés financiers ont chacune une mission de protection des clients et épargnants sur des champs de compétence complémentaires, notamment les contrats d'assurance-vie et les dépôts bancaires pour l'ACP et les titres et instruments financiers pour l'AMF. C'est dans ce contexte qu'a été institué le pôle commun aux deux autorités afin d'assurer une étroite coordination des actions conduites par les deux autorités dans ces domaines.



1.1 Missions de protection de la clientèle et des épargnants propres à l'ACP et à l'AMF

1.1.1 Autorité de contrôle prudentiel

1.1.1.1 Une nouvelle mission de protection de la clientèle

L'Autorité de contrôle prudentiel, installée le 9 mars 2010, est présidée par Christian Noyer, gouverneur de la Banque de France. Elle est issue de la fusion des autorités d'agrément (Comité des entreprises d'assurance et Comité des établissements de crédit et entreprises d'investissement) et de contrôle (Autorité de contrôle des assurances et des mutuelles - ACAM - et Commission bancaire) des secteurs de l'assurance et de la banque.

Autorité administrative indépendante, elle veille à la préservation de la stabilité du système financier et à la protection des clients, assurés, adhérents et bénéficiaires des organismes de la banque et de l'assurance soumis à son contrôle.

Jusqu'à la création de l'Autorité de contrôle prudentiel, la mission de protection du consommateur dans le secteur de la banque et de l'assurance s'exerçait essentiellement par le contrôle de la solvabilité des organismes financiers, ce qui permettait d'avoir la certitude que les assureurs avaient les

moyens de respecter leurs engagements et que les dépôts des banques n'étaient pas mis en danger par une prise excessive de risques. Il convient de rappeler que l'ACAM avait mis en place un département du droit du contrat et des relations avec les assurés qui veillait, au travers de dossiers individuels, à ce que les organismes soumis au contrôle respectent bien leurs obligations vis-à-vis de leur clientèle. Via « Infobanque », la Banque de France apporte, depuis de nombreuses années, des informations générales sur la réglementation bancaire et sur la possibilité d'avoir recours aux médiateurs bancaires. L'ordonnance du 21 janvier 2010 portant création de l'ACP définit désormais de façon explicite la mission de protection de la clientèle, les pratiques commerciales devenant un objet de contrôle à part entière.

1.1.1.2 Des pouvoirs spécifiques en matière de protection de la clientèle

L'Autorité de contrôle prudentiel est notamment chargée de veiller au respect par les personnes soumises à son contrôle des règles destinées à assurer la protection de leur clientèle, résultant notamment de toute disposition législative et réglementaire, des codes de conduite approuvés à la demande d'une association professionnelle, ou des bonnes pratiques de leur profession qu'elle constate ou recommande, ainsi qu'à l'adéquation des moyens et procédures qu'elles mettent en œuvre à cet effet. Ces règles touchent tant à la publicité, à l'information pré-contractuelle, au devoir de conseil qu'au déroulement du contrat jusqu'à son dénouement.

Pour l'accomplissement de ses missions, notamment de protection de la clientèle, l'Autorité de contrôle prudentiel dispose d'un pouvoir de contrôle, du pouvoir de prendre des mesures de police administrative et d'un pouvoir de sanction. Elle peut en outre porter à la connaissance du public toute information qu'elle estime nécessaire à l'accomplissement de ses missions.

Le contrôle des pratiques commerciales s'étend à toutes les personnes qui relèvent de la compétence de l'ACP, notamment les éta-

blissements de crédit, les entreprises d'investissement autres que les sociétés de gestion de portefeuille, les établissements de paiement, les compagnies financières, les changeurs manuels, les entreprises d'assurance, les mutuelles et unions régies par le livre II du Code de la mutualité et les institutions de prévoyance. L'ACP peut également soumettre à son contrôle les intermédiaires d'assurance et les intermédiaires en opérations de banque et services de paiement.

Afin d'éclairer le Collège de l'ACP sur les sujets relatifs à la protection de la clientèle (notamment par des avis sur les projets de recommandation), une commission consultative Pratiques commerciales a été créée par une décision du Collège de l'ACP du 29 septembre 2010. Présidée par Emmanuel Constans, membre du Collège de l'Autorité de contrôle prudentiel, cette commission est constituée de 16 membres choisis en raison d'une expertise acquise dans le suivi des questions de protection des clientèles en matière bancaire et d'assurance.

1.1.1.3 Une direction dédiée : la Direction du contrôle des pratiques commerciales

Couvrant à la fois les secteurs de la banque et de l'assurance, la Direction du contrôle des pratiques commerciales (DCPC) a pour mission de contrôler la bonne application de la réglementation sur les contrats et les pratiques commerciales par les établissements et organismes soumis au contrôle de l'ACP. Elle compte soixante personnes à fin 2010.

Elle est directement impliquée dans la formulation des recommandations définissant des règles de bonne pratique professionnelle en matière de commercialisation et de protection de la clientèle et dans le processus d'approbation des codes de conduite à la demande des associations professionnelles.

L'organisation choisie pour cette nouvelle direction a voulu s'adapter à des spécificités : d'une part, chaque service a la double compétence banque et assurance ; d'autre part, chaque service a un double rôle de prévention et de contrôle. Leurs sources d'information peuvent être différentes (par exemple, les réclamations

pour le service Informations et réclamations) mais leurs résultats sont de même nature : identification de facteurs de risques, rapports

de contrôle et suites associées, propositions de recommandations sur les bonnes pratiques applicables à chaque profession.

La DCPC comporte quatre services

- **Le service de Veille sur les Contrats et les Risques**, est en charge de la veille sur les publicités, les nouveaux produits et contrats et du contrôle de la commercialisation en direct, ainsi que des moyens et procédures mis en œuvre dans les établissements et organismes pour assurer la protection de leur clientèle ;
- **le service de Contrôle des Intermédiaires** vérifie, dans les secteurs de l'assurance et de la banque, le respect des conditions d'accès à la profession et d'exercice de celle-ci (obligations d'information et de conseil, conventions entre l'intermédiaire et les producteurs, liens avec les organismes professionnels) ;
- **le service Informations et Réclamations** anime le point d'entrée commun Assurance Banque Épargne Info Service (ABE-IS), analyse et oriente les réclamations reçues par l'ACP et effectue le contrôle des services réclamations des établissements et organismes. Il a des liens avec les médiateurs ;
- **le service de Coordination** assure la liaison en externe avec les autorités européennes (*European Banking Authority, European Insurance Occupational Pensions Authority*) sur les sujets de protection de la clientèle, ainsi qu'avec le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF), l'AMF, la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).



Interview de Pauline de Chatillon

Pauline de Chatillon, vous dirigez la nouvelle Direction de contrôle des pratiques commerciales de l'ACP. Comment appréhendez-vous cette mission ?

La protection de la clientèle est une des deux missions fondamentales de l'ACP, avec la préservation de la stabilité financière. Cette mission de protection des clients, auparavant vue essentiellement sous l'angle prudentiel, est désormais à aborder dans sa globalité en intégrant la dimension des pratiques commerciales. Veiller à ce que le cadre juridique, protecteur de la clientèle, soit effectivement appliqué est au cœur de la mission de la DCPC.

Quels sont vos moyens d'actions ?

Ils sont triples :

- Le **contrôle des pratiques commerciales** des organismes d'assurance, des établissements bancaires et de leurs intermédiaires : contrôler la qualité de l'information donnée au client, y compris à travers la publicité ; veiller à ce que les professionnels remplissent leur devoir de conseil ; et être vigilant sur la qualité des réponses apportées aux réclamations de leurs clients.

- La **coordination**. Nous avons une véritable vision d'ensemble pour assurer la bonne coordination des acteurs impliqués dans la protection de la clientèle : pôle commun avec l'AMF, commission consultative Pratiques commerciales, DGCCRF, médiateurs,...

- La **prévention**. Proactifs, nous cherchons à prévenir les mauvaises pratiques commerciales par des recommandations, par la veille sur la publicité et les nouveaux contrats et par des propositions de modifications réglementaires aux niveaux national, européen et international.

Comment la DCPC obtient-elle des informations sur l'état des pratiques commerciales ?

La DCPC suit l'état du marché via les demandes de renseignement et les réclamations des clients qu'elle reçoit et via ses échanges avec les associations de consommateurs et les médiateurs. Elle dialogue également régulièrement avec les associations professionnelles et les groupes bancaires et d'assurance. Elle analyse les informations contenues dans les rapports de contrôle interne des entités soumises à son contrôle, ainsi que les contrats d'assurance, les nouveaux produits d'épargne bancaire et les publicités qui en sont faites. Enfin, le contrôle sur place permet de vérifier au niveau des entités contrôlées l'application des règles de protection de la clientèle.



1.1.2 Autorité des marchés financiers

propose un service de médiation visant à résoudre les différends opposant les investisseurs particuliers aux prestataires de services d'investissement ou émetteurs.

1.1.2.1 Missions

Créée par la loi de sécurité financière du 1^{er} août 2003, l'Autorité des marchés financiers (AMF) est une autorité publique indépendante, dotée de la personnalité morale. Sa mission est de veiller à la protection de l'épargne investie en instruments financiers, à la bonne information des investisseurs et à l'intégrité des marchés financiers.

Elle agit en étroite coordination avec les autres autorités chargées du contrôle des professions bancaires et financières : Banque de France, Autorité de contrôle prudentiel.

L'Autorité des marchés financiers contribue à la régulation financière européenne et mondiale en participant aux instances internationales intervenant dans ce domaine (Autorité européenne des marchés financiers - ESMA -, Organisation Internationale des Commissions de Valeurs - OICV -, *Financial Stability Board - FSB* -...) et en coopérant avec ses homologues étrangers.

1.1.2.2 Pouvoirs

L'Autorité des marchés financiers :

- édicte des règles (règlement général, positions figurant dans ses instructions, recommandations,...) ;
- délivre des autorisations (visas, agréments) ;
- surveille et contrôle les marchés et les acteurs de marché et peut diligenter des enquêtes sur des opérations spécifiques ;
- à la demande des parties concernées,

1.1.2.3 Moyens

L'Autorité des marchés financiers est composée d'un Collège et d'une Commission des sanctions.

Pour remplir ses missions, elle s'appuie également sur l'expertise de cinq commissions consultatives, dont une commission consultative « Épargnants », d'un Conseil scientifique et de 428 collaborateurs au 31 décembre 2010.

Partant du principe que la première mission de l'AMF doit être d'abord et avant tout la protection de l'épargne et des investisseurs, l'AMF a consacré une large part de son Plan stratégique au renforcement de son action sur tous les éléments de la chaîne des marchés financiers qui concourent à la protection des épargnants.

Annoncé en juin 2009 par son Président, Jean-Pierre Jouyet, ce plan stratégique s'articule autour de trois grands objectifs :

- renforcer la protection de l'épargne et la confiance des investisseurs et des actionnaires individuels ;
- mieux surveiller les risques, contrôler, sanctionner et réparer ;
- participer à l'attractivité de la Place et au développement des activités financières au bénéfice des épargnants et du financement de l'économie.

Au titre du premier objectif, l'AMF contrôle la qualité des informations contenues dans les

différents supports utilisés par les intervenants de la chaîne de commercialisation pour promouvoir les produits financiers offerts auprès du grand public. Elle vérifie également que la commercialisation des produits financiers, qu'elle soit le fait des prestataires de services d'investissement ou des conseillers en investissements financiers, s'effectue bien dans le respect des obligations professionnelles de chacun, notamment en matière de conseil.

C'est ainsi qu'elle a mis en place en 2010 des campagnes de « visites mystères » afin de vérifier, sur le terrain, les conditions de commercialisation des produits financiers. Les actions de sensibilisation et de formation à l'égard des professionnels, et plus particulièrement à l'égard des responsables de la conformité et du contrôle interne des sociétés de gestion et des prestataires de services d'investissement (RCCI/RCSI), participent également à la réalisation de cet objectif.

Par la diffusion d'alertes, elle formule des mises en garde et des appels à la vigilance auprès du grand public sur les risques inhérents à la souscription de certains produits financiers. Elle mène plus globalement une action pédagogique auprès du grand public, que ce soit par l'élaboration et la diffusion de

brochures ou en menant des actions, notamment de formation, avec l'Institut de l'Éducation Financière du Public. Son service de la Médiation traite les demandes de consultation et de règlement amiable des litiges qui émanent des investisseurs.

L'AMF a récemment développé de nouveaux outils de surveillance et de contrôle des publicités commerciales, quels que soient les supports (brochures, journaux, internet, publicités radio ou TV). Elle a aussi créé une Direction des relations avec les épargnants (DREP) qui regroupe l'ensemble des actions à destination des épargnants.

L'AMF peut enfin ouvrir une procédure de sanction à l'encontre des professionnels régulés et de toute personne ayant commis un manquement à la réglementation financière de nature à porter atteinte à la protection des investisseurs et concernant un instrument financier admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation organisé. L'ouverture de la procédure est décidée par le Collège. Après une procédure contradictoire, la Commission des sanctions statue sur les faits et peut prononcer une sanction pécuniaire et/ou disciplinaire¹.

Interview de Natalie Lemaire

Natalie Lemaire, vous avez été récemment nommée à la tête d'une nouvelle Direction de l'AMF, qui s'intitule Direction des relations avec les épargnants. Pourriez-vous nous dire quelle est la « feuille de route » de cette nouvelle Direction ?

Partie intégrante du Plan stratégique de l'AMF, la création de la Direction des relations avec les épargnants répond à la volonté du régulateur financier de mettre au premier rang de ses préoccupations sa mission de protection de l'épargne. Ses objectifs peuvent se décliner autour de quatre axes :

- mieux connaître le comportement des épargnants et les pratiques de commercialisation des produits financiers ;



- optimiser l'ensemble des actions d'information de l'AMF à destination des investisseurs et des épargnants ;
- assurer une médiation efficace tant en droit qu'en équité ;
- et enfin, comme correspondant pour l'AMF, assurer la réussite de l'animation du pôle commun AMF-ACP.

1. Toute décision de sanction de l'AMF peut faire l'objet d'un recours devant la Cour d'appel de Paris ou, pour les professionnels, devant le Conseil d'État.

Dans vos missions, il y a la connaissance des comportements des épargnants. Comment définiriez-vous le comportement actuel des investisseurs ?

Après la crise, les épargnants recherchent des produits financiers qui leur paraissent sûrs, c'est-à-dire souvent avec un capital garanti, au moins en partie. Dans le même temps, ils veulent une performance intéressante, voire irréaliste... et un placement relativement liquide...

Ils sont donc attirés par des produits qui, pour paraître avoir toutes ces qualités, sont souvent complexes et pour lesquels les risques réels peuvent ne pas être perçus, par exemple, certains fonds à formule à sous-jacents complexes voire certains produits à effet levier comme les *contracts for difference (CFD)*.

Les demandes des clients peuvent donc être contradictoires et pas toujours compatibles avec ce que les produits financiers peuvent vraiment offrir. C'est dans ce contexte que la doctrine commune élaborée par l'AMF et l'ACP, dans le cadre du pôle commun, sur les produits complexes, prend toute son importance.

Comment obtenez-vous toutes ces informations ?

Grâce aux plates-formes AMF Épargne Info Service et Assurance Banque Épargne Info Service, opérationnelles depuis le mois de juin 2010, et qui reçoivent près de 1000 questions par mois. Les épargnants qui nous contactent, nous posent ainsi des questions du type : est-ce que mon intermédiaire est agréé, ou est-ce que le produit que l'on me propose est bien autorisé en France ?

En ce moment, nous recevons beaucoup de questions sur des offres apparemment très attractives pour les épargnants, portées par une communication très agressive. C'est le cas des publicités sur Internet pour les *contracts for difference (CFD)* notamment sur le FOREX², nettement plus proches de l'univers du jeu que de celui de la finance. L'AMF a d'ailleurs fait une alerte sur ce sujet en publiant un communiqué de presse le 1^{er} décembre qui a eu des retombées efficaces, comme en témoigne la progression des questions posées à l'AMF.

Ces questions nous alertent sur des problé-

matiques émergentes et des pratiques commerciales inadaptées.

Elles nous orientent aussi pour la création de nouveaux supports pédagogiques.

Quel rôle joue la médiation de l'AMF à ce niveau ?

La DREP obtient des informations très intéressantes grâce au service de la médiation qui recueille les réclamations avérées qui n'ont pu trouver de solution auprès des établissements concernés.

C'est un véritable point fort de l'AMF, sur lequel la DREP a pu d'emblée capitaliser, grâce à l'expérience de son médiateur, Madeleine Guidoni, et grâce à l'expérience et au recul que possède l'AMF sur ce sujet. La médiation de l'AMF est un outil essentiel à une bonne compréhension des difficultés auxquelles les épargnants sont confrontés et pour pouvoir suggérer des actions correctrices.

Quels sont vos projets pour 2011 ?

Assurer le plein succès du pôle commun, notamment en contribuant à la convergence de nos positions sur des sujets qui sont, de fait, à l'intersection de nos sphères de compétences. Je pense par exemple aux contrats d'assurance-vie en unités de compte.

Surveiller encore plus efficacement les campagnes publicitaires, en développant notamment nos contacts avec l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité et grâce à l'utilisation d'outils performants de surveillance des publicités que nous avons choisis, en commun, avec l'ACP. Enfin et surtout, mener en partenariat avec l'Institut d'Éducation Financière du Public et grâce au soutien du réseau de la Banque de France et de ses directeurs régionaux, des actions décentralisées d'information des banquiers et de formation des représentants des associations de consommateurs : la problématique globale de la qualité de la relation clientèle en matière de distribution des produits financiers constitue un enjeu fondamental qui intéresse tant les professionnels que les consommateurs. La réussite de la première session à Strasbourg, qui s'est déroulée grâce au plein soutien de Philippe Jeannel, directeur régional de la Banque de France, nous conforte dans notre volonté d'aller de l'avant dans ce domaine.

2. Cf. Communiqué de presse de l'AMF du 1^{er} décembre 2010

A l'international...

Plusieurs pays modifient actuellement l'architecture de leur supervision financière pour mieux prendre en compte l'objectif de protection de la clientèle.

Aux États-Unis par exemple, la loi Dodd-Frank, promulguée en juillet 2010, a créé, au sein de la Réserve Fédérale (FED), un bureau indépendant de la protection des consommateurs (*Bureau of Financial Consumers Protection*). Installé en septembre 2010, il est chargé de mettre en œuvre et de veiller au respect des lois fédérales relatives à la protection des consommateurs de produits financiers et centralise à cette fin l'essentiel des compétences jusqu'à présent partagées entre les divers régulateurs fédéraux. Il abrite en son sein une agence en charge de l'information des consommateurs (*Office of Financial Education*) ainsi qu'une agence chargée d'œuvrer pour l'accès au crédit des individus et des communautés (*Office of Fair Lending and Equal Opportunity*).

Le bureau rend compte de ses activités deux fois par an devant le Congrès. Il est doté du pouvoir d'édicter des règles, de recueillir des plaintes de consommateurs, de mener des enquêtes, d'engager

des poursuites au civil et de transmettre des dossiers au Ministère de la Justice dans le cadre d'éventuelles poursuites au pénal.

Néanmoins, un certain nombre d'entités sont exclues de sa supervision, notamment les entreprises d'assurance, les entités régulées par d'autres organes de supervision (*Securities and Exchange Commission (SEC)*, *Commodity and Futures Trading Commission (CFTC)*).

Au Royaume-Uni, l'intention du gouvernement est que la FSA (*Financial Services Authority*) soit remplacée d'ici deux ans par deux nouvelles autorités dont la *Financial Conduct Authority (FCA)* qui veillera à favoriser la recherche d'un bon équilibre entre protection des consommateurs et fonctionnement fluide des marchés. Les pouvoirs étendus de la FCA lui permettront de sanctionner les pratiques commerciales des banques, assureurs et intermédiaires financiers et les abus de marché. Durant la phase transitoire, la FSA va adapter son organisation en créant le 4 avril 2011 un département « *Consumer & Markets Business Unit* » amené à devenir indépendant à terme.



1.2 Missions du pôle commun

L'imbrication croissante entre les produits (contrats d'assurance-vie en unités de compte notamment) et le développement d'acteurs à même de distribuer toute la gamme des produits d'assurance, de banque et d'épargne (réseaux de bancassurance, conseillers en gestion de patrimoine...) nécessitent d'assurer une étroite coordination des actions conduites par l'ACP et l'AMF. Dans ce contexte, le pôle commun institué en même temps que l'ACP, est un moyen pour les deux autorités de contrôler avec encore plus d'efficacité les pratiques commerciales de l'ensemble des professionnels de l'épargne.

Composition et évolution de l'épargne des ménages

En 2010, le patrimoine financier des ménages était constitué de 40 % d'assurance-vie, de 32 % de dépôts et liquidités³, de 18 % d'actions (cotées ou non cotées), de 8 % de titres d'OPCVM détenus en direct et de 2 % de titres de créance.

Cette répartition se distingue du patrimoine financier des ménages européens par la plus grande place accordée à l'assurance-vie et en contrepartie, par celle plus modeste qu'ils réservent aux dépôts bancaires. Pris dans leur ensemble, les autres produits d'épargne (titres d'OPCVM, actions et titres de créance) représentent une part comparable à celle observée dans les autres pays européens. Toutefois, au sein de cette dernière catégorie, les ménages français détiennent davantage d'actions et de titres d'OPCVM que de titres de créance, contrairement notamment aux ménages allemands. En outre environ 15% des contrats d'assurance-vie sont placés en unités de compte constitués pour l'essentiel de parts d'OPCVM (plus de 80%). La détention directe des titres d'OPCVM et leur détention au travers de contrats d'assurance-vie en unités de comptes par les ménages représente un peu plus de 10 % de leurs placements financiers.

Le type de placement privilégié dépend beaucoup des niveaux de vie et d'éducation financière : alors qu'en bas de l'échelle des revenus, l'épargne est davantage placée sur des livrets défiscalisés, les classes moyennes investissent relativement plus dans l'achat de leur résidence principale et, en tant qu'épargne financière, dans l'assurance-vie, les foyers les plus aisés ajoutant à ce schéma un portefeuille de titres. Au total, si 85 % des Français détiennent un ou plusieurs livrets d'épargne, ils sont 42 % à avoir souscrit un contrat d'assurance-vie et 19 % à détenir un portefeuille de valeurs mobilières. Par ailleurs, 58 % des Français sont propriétaires de leur logement.

En 2010⁴, les ménages vivant en France

détiennent une gamme de placements financiers moins diversifiée qu'il y a 6 ans. La crise financière survenue en 2008 a entraîné une forte baisse de la détention de valeurs mobilières. Les ménages se sont en effet repliés vers des placements moins risqués tels que les contrats d'assurance-vie libellés en euros. La détention de biens immobiliers, valeur refuge traditionnelle, a également légèrement progressé.

Les ménages continuent également en 2010, de privilégier les actifs sans risque et la formation de dépôts liquides. La décollecte observée en 2009 et 2010 sur les dépôts à terme s'est fortement réduite, passant de 18,9 milliards d'euros à 1,4 milliards ; à l'inverse, les livrets et plans d'épargne logement dont la rémunération est redevenue relativement attractive

compte tenu de l'aplatissement de la courbe des taux, ont regagné dans une certaine mesure la faveur des ménages.

Les acquisitions nettes de titres ont été moindres que les années précédentes : les particuliers ont cédé des parts d'OPCVM monétaires pour un montant proche de 14 milliards d'euros et des parts d'OPCVM non monétaires pour 6 milliards.

La collecte de fonds communs de placement d'entreprise est toutefois demeurée positive. Les investissements en contrats d'assurance-vie investis sur des supports euros ont continué à drainer la part la plus importante des fonds collectés (75,4 milliards d'euros sur un total de 81,1 milliards d'euros).

Flux annuels en mds€	2008	2009	2010
Epargne brute	198,2	211,9	212,2
Taux d'épargne (en %)	15,1	16,0	15,6
Taux d'épargne financière (en %)	4,7	6,8	6,6
Principaux placements financiers	117,3	100,1	116,8
Dépôts et numéraire	47,9	20,2	43,0
<i>dont dépôts à vue</i>	-3,1	19,8	17,3
<i>livrets A, livrets bleus et LDD</i>	30,7	18,0	8,9
<i>livrets ordinaires</i>	17,4	1,1	13,3
<i>épargne logement</i>	-23,1	5,0	8,1
<i>dépôts à terme</i>	18,4	-18,9	-1,4
Titres	6,1	0,5	7,3
Titres de créance	3,0	3,9	0,6
<i>dont obligations</i>	2,1	4,4	0,7
Actions	5,5	10,5	12,1
<i>dont actions cotées</i>	-1,7	2,8	0,0
Titres d'OPCVM	-2,4	-13,9	-20,1
<i>dont monétaires</i>	9,0	-15,5	-14,1
Assurance-vie	63,3	79,4	81,1
<i>dont support en euros</i>	69,4	78,9	75,4
Placements financiers sans risque (dépôts et numéraire + OPCVM monétaires + assurance-vie investie en supports euros)	126,3	83,6	104,2
Placements financiers risqués	-9,0	16,5	12,5
Endettement	63,8	37,8	61,2

Sources : comptes nationaux, statistiques monétaires - version des comptes nationaux au 31/03/2011

3. Billets, pièces, dépôts transférables, placements à vue (comptes sur livrets), placements à échéance (comptes à terme) et épargne contractuelle (PEL et PEP).

4. Source : INSEE PREMIERE- n°1325 - NOVEMBRE 2010.

Le pôle commun à l'Autorité de contrôle prudentiel et à l'Autorité des marchés financiers a été institué par l'ordonnance du 21 janvier 2010 (articles L612-47 à L612-50 du Code monétaire et financier). Les missions attribuées au pôle commun sont :

- de coordonner les propositions de 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 ;



Christian Noyer et Jean-Pierre Jouyet le 30 avril 2010

- 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.

La convention signée entre l'AMF et l'ACP le 30 avril 2010 (cf. annexe 1) est venue compléter ce dispositif pour définir les modalités d'exercice des différentes missions dévolues au pôle commun.

Le pôle commun à l'ACP et à l'AMF est un mécanisme 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. Son objectif est de permettre aux deux autorités de s'alerter 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. Ce vaste champ de coopération opérationnelle doit prévenir les doublons, et garantir qu'il n'y a pas de zone non couverte. Au contraire, davantage de synergies doivent être trouvées dans les politiques de contrôle pour garantir que les épargnants bénéficient d'une protection identique quel que soit le produit ou le canal de distribution.

Un coordonnateur, désigné en alternance au sein de l'ACP ou de l'AMF, veille au bon fonctionnement du pôle commun. Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'Autorité de contrôle prudentiel, a été désigné comme premier coordonnateur du pôle commun par les secrétaires généraux des deux autorités. Son correspondant à l'AMF est Natalie Lemaire, directrice de la Direction des relations avec les épargnants.

Le pôle commun n'a pas de moyens propres. Le coordonnateur anime le pôle commun en s'appuyant sur les moyens consacrés par l'ACP et l'AMF 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. Des réunions plus ciblées se tiennent en tant que de besoin sur des sujets plus spécifiques.

Au total, ce dispositif innovant a l'ambition de développer un savoir-faire français en matière de contrôle des pratiques commerciales.

Chantiers de mise en place : interview Cécile Sellier, François Ardonceau et Jean-Yves Haussaire

Comment la création de ce pôle s'est-elle organisée ?

Cécile Sellier, adjointe au directeur du contrôle des pratiques commerciales de l'ACP :

Quatre chantiers ont été organisés, deux pilotés par l'ACP, et deux pilotés par l'AMF. Tout d'abord, il a fallu définir concrètement ce que recouvrent la coordination des priorités de contrôle et l'analyse des résultats des contrôles : dans ce but, une cartographie exhaustive des pouvoirs, du champ de compétence et des procédures de contrôle de chacune des autorités a été effectuée, qui a permis d'identifier les recouvrements de compétences

et les risques de commercialisation communs aux instruments financiers, produits d'épargne bancaire ou financière.

Les premiers contrôles conjoints ont été planifiés sur le second semestre 2010. Ensuite, il a fallu examiner ce qui pouvait être fait en commun en matière de veille sur la publicité et les nouveaux produits en fonction des compétences de chaque autorité.

François Ardonceau, directeur de la gestion interne et des ressources humaines de l'AMF :

Assurer le fonctionnement opérationnel du point d'entrée commun des demandes de la clientèle a également constitué un défi majeur. Il a fallu concevoir l'organisation du point d'entrée téléphonique, son architecture, et jusqu'aux messages d'accueil.

Il s'est également agi de recruter et de former des personnes spécialisées à même de répondre à des appels dont on ignorait tant la volumétrie que la complexité de leur contenu ; concevoir les pages d'accueil du site Internet ; trouver un nom à la plate-forme, éditer des brochures d'information et s'accorder

sur l'adresse postale du point d'entrée et le circuit des courriers, selon les thèmes, entre autorités.

Rédiger la convention entre ACP et AMF pour regrouper les résultats de chacun des chantiers a logiquement constitué le dernier chantier. Cela a donné l'occasion de discussions sur le rôle concret du coordonnateur, sur celui du correspondant de l'autre autorité, sur les modalités pratiques des échanges et sur le partage des coûts.

Jean-Yves Haussaire, directeur de la coordination du réseau et des actions de place à la Banque de France :

L'expérience de la Banque de France dans les relations avec la clientèle des établissements de crédit s'est avérée précieuse, notamment pour concevoir l'organisation de l'accueil téléphonique, qui a été adossé au dispositif existant, ce qui a permis d'assurer le démarrage rapide d'ABE - Info Service dès le mois de juin 2010. Ainsi, ce sont les centres d'appels téléphoniques anciennement intitulés « Infobanque » de certaines succursales qui assurent la prise en charge des appels quelle que soit l'autorité concernée in fine, et qui y répondent, ou, en fonction de leur degré de complexité, les réorientent vers l'ACP pour ceux qui ont trait à l'assurance, et vers l'AMF pour ceux concernant l'épargne financière. Le site Internet d'ABE - Info Service ren-

voie également aux pages spécialisées du site de la Banque de France qui comportaient déjà un certain nombre d'informations pratiques sur les relations des clients avec leurs établissements teneurs de compte. Enfin, la Banque de France reste compétente pour le droit au compte, la tenue des fichiers (Fichier central des chèques, Fichier des incidents de paiement des particuliers) et le traitement des dossiers de surendettement.

Par ailleurs, la Banque de France apportera son concours en 2011 à des contrôles diligentés par l'ACP portant sur les pratiques commerciales des intermédiaires d'assurance tout en continuant à réaliser ceux que lui délègue l'AMF.



2.1 Point d'entrée commun « Assurance Banque Épargne Info Service » (ABE IS)

2.1.1 Objectifs

La loi confie au pôle commun à l'ACP et à l'AMF la mission d' « offrir un point d'entrée commun habilité à recevoir les demandes des clients, assurés, bénéficiaires, ayants droit et épargnants ». Dans un contexte de profusion des offres de services financiers et de produits d'épargne, face à une multitude de canaux de distribution (réseaux salariés, conseillers indépendants, associations souscriptrices, vente à distance et par Internet...), ce point d'entrée commun a vocation à apporter au client de véritables services lorsque ce dernier s'estime lésé, lorsqu'il désire trouver une voie de résolution d'un problème avec son établissement, lorsqu'il souhaite accéder à des renseignements pratiques ou lorsqu'il a à gérer une situation de surendettement. Ce point d'entrée commun a pour objectif de réorienter le grand public vers le bon interlocuteur :

- systèmes de réclamation interne des établissements ou système de médiation en cas de litiges ;
- commission de surendettement ;
- convention AERAS (s'Assurer et Emprunter avec un Risque Aggravé de Santé) pour les personnes qui veulent emprunter lorsqu'elles ont un risque aggravé de santé ...

Les clients qui ne sont pas nécessairement à l'aise avec tous les termes et concepts financiers doivent y trouver une expertise leur permettant d'explicitier leur problème et d'être réorientés si nécessaire.

Ce contact direct des autorités de contrôle avec le public n'est pas entièrement nouveau.

- L'ACAM avait ainsi mis en place un département du droit du contrat et des relations avec les assurés qui veillait, au travers du traitement de dossiers individuels, à ce que les organismes respectent bien leurs obligations vis-à-vis de leur clientèle.
- Via « Info banque », la Banque de France apporte depuis de nombreuses années des informations générales sur la réglementation bancaire et renseigne sur la possibilité d'avoir recours aux médiateurs bancaires.
- L'AMF avait également mis en place depuis de nombreuses années un service médiation en contact direct avec les investisseurs, ainsi que des permanences téléphoniques à la Direction des Affaires Juridiques et au Centre de Documentation.

En partenariat avec la Banque de France, l'ACP et l'AMF mutualisent désormais leurs moyens afin d'offrir un point d'entrée commun permettant d'apporter une véritable valeur ajoutée pour les consommateurs de services financiers et de produits d'épargne. Ce dispositif pratique et fonctionnel a pour vocation de faciliter les démarches des clients en centralisant au cas par cas leurs demandes tout en les réorientant à chaque fois que nécessaire vers le bon interlocuteur au sein de l'ACP ou de l'AMF. Il a également pour objectif d'informer et d'orienter le public en mettant à sa disposition des informations

générales concernant les démarches et les relations contractuelles dans les domaines de l'assurance, de la banque et de l'épargne. L'autre grand objectif de ce guichet commun est de pouvoir observer l'évolution du marché français, en relevant les pratiques commerciales litigieuses, les produits mal compris par les clients, les publicités mal perçues. Toutes les réclamations reçues sont enregistrées pour être exploitées en tant que faisceaux d'indices sur le fonctionnement

des relations clientèle des établissements. Nous recueillons ainsi le sentiment des clients qui s'estiment lésés, ce qui ne signifie pas pour autant que l'établissement ou l'intermédiaire contrevient à la loi ou à la réglementation ; cela peut néanmoins mettre en évidence des points d'attention pour les deux autorités. Au total, ces faisceaux d'indices contribuent à orienter les politiques de contrôle des deux autorités ACP et AMF.

2.1.2 Mise en place

L'ACP et l'AMF ont lancé le 28 juin 2010 un service commun de réponses aux demandes du public. Dénommé « Assurance Banque Épargne Info Service », le point d'entrée commun se décline en un site internet et un accueil téléphonique. Ils sont destinés à informer et orienter le public en mettant à sa disposition des informations générales concernant les produits, contrats et services financiers ainsi que les démarches en cas de litiges dans les domaines suivants :

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

Le site internet

(www.abe-infoservice.fr) a notamment pour vocation de :

- fournir des conseils pratiques et des informations sur les différents produits et services ;
- publier la liste des acteurs et produits autorisés ;
- alerter et mettre en garde contre les pratiques de certains établissements et sociétés ;

- permettre l'orientation des demandes du public vers les instances appropriées ;
- recueillir les informations ou réclamations que les clients souhaitent porter à la connaissance de l'ACP ou de l'AMF.

Avec ce site, le public dispose d'un outil de communication riche et intuitif, d'un accès à l'information agréable, pratique et rapide grâce aux entrées par thématiques ou par espace dédié, d'un re-routage vers les sites internet des autorités compétentes.



Le numéro d'appel national - 0 811 901 801

(prix d'un appel local à partir d'un poste fixe en France métropolitaine) permet également aux personnes n'ayant pas accès à internet ou n'ayant pas trouvé de réponse sur le site, de se renseigner sur l'ensemble de ces thèmes ou de solliciter l'expertise de la Banque de France, de l'AMF ou de l'ACP sur leur problématique individuelle. L'accueil téléphonique est assuré **du lundi au vendredi**.

La Banque de France met aujourd'hui ses moyens, ses équipes et leurs compétences au service de la nouvelle plate-forme Assurance Banque Épargne Info Service. Les conseillers-opérateurs de la plate-forme Banque de France informent et orientent le public pour toute question sur les démarches et les relations contractuelles. Cette plate-forme concentre son action au profit des publics moins avertis, notamment les particuliers mais aussi les professionnels individuels (professions libérales, travailleurs indépendants, très petites entreprises ...).

Lorsque ces conseillers ne sont pas en mesure de répondre aux questions posées en matière assurantielle ou s'agissant d'épargne financière, la demande est redirigée vers les services spécialisés des autorités de contrôle ACP et AMF pour des réponses ciblées. Les directions et services opérationnels de chaque régulateur constituent le dernier niveau de réponse.

Les thèmes les plus souvent abordés par les clients sont les suivants:

- **Pour l'assurance** : résiliation, renonciation, contrats obsèques, contrats collectifs,

assurance emprunteur ;

- **pour la banque** : frais bancaires, moyens de paiement, devoir de conseil, demandes d'information dans le cadre des mesures anti-blanchiment ;
- **pour l'épargne financière** : explications sur les produits financiers, vérification de l'habilitation des intermédiaires financiers et du respect de leurs obligations en matière d'information et de conseil, information sur les sociétés cotées, fonctionnement des marchés financiers, rôle de l'AMF et droits de défense des investisseurs particuliers.

Il faut noter que ces thèmes sont très variés et parfois saisonniers.

Pour illustrer la saisonnalité des questions en assurance, on peut citer notamment une question souvent posée en été : « comment contester sa responsabilité lors d'un accident automobile ? » ainsi qu'en fin d'année : « mon assureur peut-il augmenter les cotisations sans mon autorisation et si oui puis-je résilier mon contrat pour ce motif ? » ou bien encore « je n'ai pas reçu mon avis d'échéance, est-ce normal ? ».

De même en matière de commercialisation, les demandes sont rythmées par les vagues de lancement des campagnes commerciales par les grands établissements.

Les questions sont parfois simples et peuvent être traitées en quelques minutes, ou bien sont beaucoup plus complexes et nécessitent un entretien plus long avec l'appelant.

On constate que les thèmes convergent avec les demandes d'informations et les réclamations qui sont adressées aux organismes d'assurances, établissements de crédit, sociétés de gestion de portefeuille et leurs intermédiaires.

En ce sens, les appels téléphoniques permettent aux autorités de mieux appréhender les sujets actuels et les préoccupations du public à un instant donné puisque ce sont les mêmes thèmes qui font l'objet d'échanges entre les entités régulées et leur clientèle.

Une adresse postale

est également à disposition du public :
Assurance Banque Épargne Info Service
61, rue Taitbout - 75436 Paris Cedex 09

Focus sur le numéro d'appel national 0 811 901 801,

prix d'un appel local à partir d'un poste fixe en France métropolitaine

L'organisation à l'AMF et à l'ACP

La plate-forme de l'AMF

La plate-forme téléphonique **AMF Épargne Info Service** opérationnelle depuis le mois de juin 2010 prend en charge les appels, formulaires et courriels provenant des professionnels et des particuliers du lundi au vendredi. Les demandes peuvent également être adressées via un formulaire de contact disponible sur le site Internet de l'AMF et l'adresse e-mail epargne-info@amf-france.org.

Quelques chiffres :

- Les chargés de relations avec les publics de l'AMF ont répondu à plus de 730 demandes en septembre 2010 dont près de 40 % provenant de particuliers.
- 95 % des demandes sont traitées directement par AMF Épargne Info Service, le reste étant réorienté auprès des autres services compétents. Les questions posées relèvent principalement de problématiques relatives à la Direction des prestataires et produits d'épargne, et pour une moindre part à la Direction des Émetteurs de l'AMF.

La plate-forme de l'ACP

La plate-forme téléphonique **de l'ACP** prend en charge les appels provenant des professionnels et des particuliers de 9h à 17h du lundi au vendredi.

Quelques chiffres :

- 90 % en moyenne des appels proviennent de particuliers et 10 % de professionnels (avocats, courtiers, assistantes sociales).
- Le nombre d'appels reçus depuis le mois de juillet 2010 est en forte croissance.

Les trois questions les plus posées aux juristes spécialisés de l'ACP et leurs réponses.

1. Quel est le délai de rétractation lors de la souscription d'un contrat d'assurance ?

En principe, vous ne disposez pas d'un droit de rétractation dès lors que vous avez donné votre accord pour le contrat proposé pour la durée contractuellement prévue. Toutefois un délai de rétractation est prévu dans les cas suivants :

■ **Vente à distance** : un délai de 14 jours calendaires est laissé à l'assuré pour se rétracter (excepté pour les contrats d'assurance en responsabilité civile du conducteur automobile, les assurances annulation de voyage ou perte de bagages ou assurances similaires d'une durée inférieure à un mois, si un sinistre est survenu pendant ce délai et que la prime a été payée et encaissée) (article L. 112-2-1 du Code des assurances).

Le même délai est applicable dans le cadre d'une mutuelle (article L. 221-18 du Code de la mutualité).

■ **Démarchage à domicile ou sur le lieu de travail avec un assureur** : le délai de rétractation est de 14 jours calendaires pour un contrat conclu avec un assureur (article L. 112-9 du Code des assurances). En l'absence de dispositions dans le Code de la mutualité, il est de 7 jours en application du Code de la consommation pour une adhésion au règlement de la mutuelle.

■ **En assurance-vie** : quel que soit le mode de commercialisation, un délai de renonciation de 30 jours calendaires est laissé à l'assuré, à partir du moment où celui-ci est informé que le contrat est conclu (article L.132-5-1 du Code des assurances).

2. Aucun assureur ne veut assurer mon véhicule, comment faire ?

Dans ce cas, l'assuré peut recourir au Bureau Central de Tarification (BCT) pour obtenir une couverture par une société d'assurance.

Seule la garantie obligatoire de responsabilité civile peut être ainsi obtenue. L'assureur peut lui refuser toute garantie complémentaire, sans possibilité de recours.

3. Quel est le délai pour le versement d'une assurance-vie dont on est bénéficiaire ?

Après le décès de l'assuré ou au terme prévu au contrat, l'assureur doit verser le capital dans un délai qui ne peut excéder un mois après qu'il ait reçu l'intégralité des pièces justificatives nécessaires au règlement.

Au-delà de ce délai d'un mois, des modalités de versement d'intérêts de retard au bénéficiaire sont prévues : le taux légal majoré de moitié durant deux mois puis le double du taux légal (article L. 132-23-1 du Code des assurances).

Les trois questions les plus posées aux juristes spécialisés de l'AMF et leurs réponses.

1. Comment vérifier que la personne qui me démarché est autorisée à le faire ?

Avant d'investir, il est nécessaire de vérifier l'identité de la personne qui vous démarché et s'assurer qu'elle est enregistrée et habilitée à vous proposer les produits présentés. La liste des démarcheurs bancaires et financiers est consultable sur un site internet dédié : <https://www.demarcheurs-financiers.fr>

2. On me propose d'acheter des parts ou des actions d'OPCVM. Que dois-je regarder ?

Avant toute chose, vous devez vérifier que cet OPCVM est bien agréé par l'Autorité des marchés financiers ou, s'il s'agit d'un OPCVM étranger, que l'AMF en a autorisé la commercialisation en France. En effet, dans le cas contraire, vous pourriez acheter des actions ou souscrire des parts d'un OPCVM qui ne fait l'objet d'aucune surveillance et qui n'offre pas la sécurité attachée au cadre juridique français. Ces informations sont précisées sur la notice d'information ou le prospectus qui doit vous être remis lors de l'achat ou de la souscription.

Pour vérifier si un OPCVM français a reçu l'agrément de l'AMF, ou si un OPCVM de droit étranger est autorisé à la commercialisation en France, consultez sur le site internet www.amf-france.org, dans la section « vérifier un agrément/ une habilitation », la rubrique « OPCVM » et « OPCVM étrangers ».

3. Mon intermédiaire financier me demande de remplir un questionnaire précis sur mon patrimoine, mon expérience et mes objectifs d'investissement. Est-ce normal ?

Depuis le 1^{er} novembre 2007, de manière à vous recommander les instruments financiers ou gérer votre portefeuille de manière adaptée à votre situation, votre intermédiaire doit se procurer des informations détaillées sur vos connaissances, votre expérience, votre situation financière et vos objectifs d'investissement.

Vous êtes invité à répondre à un questionnaire précis décrivant :

- votre expérience et vos connaissances pour comprendre les risques inhérents à la transaction recommandée ou au service de gestion de portefeuille fourni ;
- votre situation financière : vos revenus réguliers, les actifs que vous possédez (y compris les biens immobiliers), ainsi que vos engagements financiers ;
- vos objectifs d'investissement : la finalité, la durée d'investissement souhaitée, le degré de risque que vous acceptez de prendre.

Répondez à ce questionnaire de façon précise et sincère car c'est à partir de ces informations que votre intermédiaire financier sera en mesure de vous proposer des services ou des produits financiers en adéquation avec vos objectifs et votre situation.

Si votre intermédiaire n'obtient pas une information satisfaisante de votre part, il ne pourra vous fournir le service de gestion de portefeuille pour le compte de tiers ou de conseil en investissement, cela lui est interdit. En tout état de cause, il est tenu à un strict devoir de confidentialité concernant toutes les informations recueillies à ce titre (sauf les cas expressément prévus par la législation).

Interview croisée

d'Astrid de la Bouillerie,
responsable de pôle
de la Direction des relations
avec les épargnants de l'AMF



et Stéphane
Kunesch,
Chef de service
Informations et
réclamations
de l'ACP

Quel bilan peut-on tirer de la mise en œuvre du point d'entrée commun 6 mois après le démarrage ?

Astrid de la Bouillerie :

La mise en place de ce point d'entrée commun répond à une véritable attente de la part des épargnants, souvent mal informés sur le fonctionnement de l'épargne financière, de leurs droits en qualité d'épargnant et des obligations et devoirs de leur intermédiaire financier.

Par ailleurs, depuis son lancement également en juin 2010, la plate-forme téléphonique de l'AMF qui traite les questions relatives à la bourse et aux produits financiers, reçoit un nombre croissant de demandes provenant de particuliers et de professionnels de la place. En six mois, nous avons ainsi traité plus de 4 500 demandes, en progression de près de 40 % en volume mensuel par rapport au premier mois de lancement. Nous constatons également que la part des demandes provenant de particuliers est en constante progression et représente actuellement plus de la moitié des demandes reçues.

Stéphane Kunesch :

Le principal constat pour l'ACP est une progression très significative des appels depuis le démarrage du point d'entrée commun puisque le nombre de ces appels a pratique-

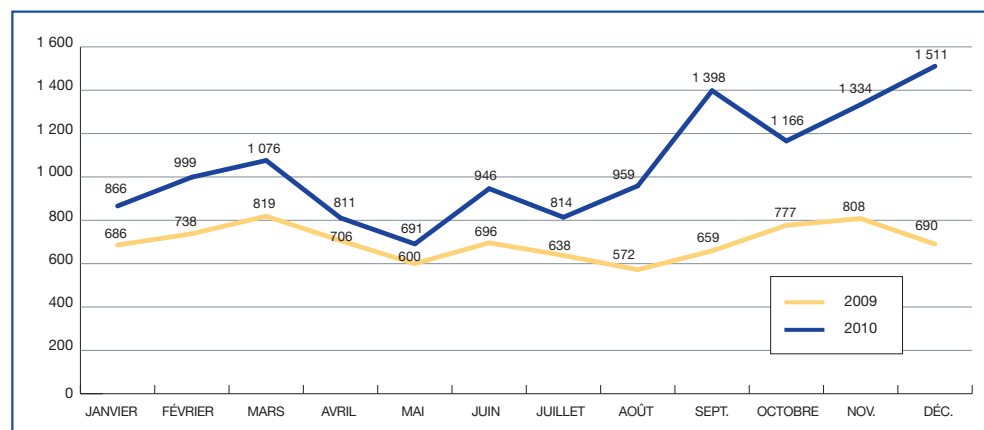
ment doublé en 6 mois. Ainsi, on constate une vraie dynamique insufflée par la mise en place du point d'entrée commun sans publicité particulière à part la conférence de presse qui a été faite lors de son démarrage. Comme pour l'AMF, l'accueil téléphonique a rencontré son public et répond à une réelle demande des appelants.

Une des raisons est sans doute le fait que les plages horaires de la permanence téléphonique se sont considérablement élargies, ce qui permet d'être plus disponible pour mieux accueillir le public.

Comment avez-vous adapté votre organisation face à cette croissance du flux des appels ?

ADLB : Tant le volume des demandes reçues que la complexité technique de certaines demandes ont nécessité une adaptation de l'organisation initialement mise en place par l'AMF. Tout d'abord, nous avons renforcé nos équipes grâce à des recrutements de collaborateurs présentant un niveau de connaissances juridiques et financières élevée afin de pouvoir traiter la majorité des questions. Ainsi, le taux de réponse apporté directement par la plate-forme est de 95 % sur l'année 2010. De plus, lorsque la question posée nécessite

Ce graphique relatif au nombre d'appels reçus par la plate-forme de l'ACP illustre d'ailleurs la progression des appels coté ACP.



une analyse juridique approfondie ou une prise de position des services de l'AMF sur un sujet de doctrine par exemple, des échanges avec les experts des directions et services de l'AMF ont été mis en place. Concernant plus particulièrement les demandes de particuliers relatives à un litige avec leur intermédiaire financier, une transmission systématique au service de la médiation pour prise en charge du dossier est réalisée.

Par ailleurs, les plages horaires de la plateforme AMF Épargne Info Service ont été aménagées afin de pouvoir répondre aux demandes des particuliers et des professionnels du lundi au vendredi de 9h à 17h sans interruption. En dehors de ces plages horaires, les demandes peuvent être transmises à AMF Épargne Info Service grâce aux formulaires disponibles en ligne sur le site internet de l'AMF, ou par courriel. Cette organisation permet aux épargnants de pouvoir poser leur question à toute heure et suivant le média qui leur convient le mieux (contact téléphonique, formulaire internet, courriel, courrier ou fax).

SK : Nous avons recruté cinq personnes dédiées à la plate-forme téléphonique de l'ACP, en étant exigeant sur le niveau technique des nouveaux arrivants afin que la plate-forme soit immédiatement opérationnelle. Enfin, nous avons mis en place un système souple qui permet, en cas d'afflux d'appels, de dimensionner en conséquence le nombre d'experts en ligne côté ACP. L'objectif est d'atteindre le meilleur taux de réponse pour les appelants. Nous travaillons également sur les solutions de secours nécessaires pour faire face à d'éventuels incidents techniques, dans le but d'assurer une continuité de service totale.

L'augmentation du flux d'appels de vos plates-formes téléphoniques respectives et donc la multiplication des problématiques soulevées a-t-elle permis une interaction plus forte de votre service avec les autres services et missions de l'autorité ?

ADLB : En plus du service rendu aux particuliers et aux professionnels via l'AMF Épargne Info Service, les demandes reçues sont un excellent révélateur des préoccupations du moment. La remontée d'informations prove-

nant directement de la réalité vécue par les épargnants permet l'élaboration de statistiques qualitatives. Celles-ci ont déjà donné l'impulsion à plusieurs types d'actions : présentation de sujets au Comité interne des risques de l'AMF, communiqué de presse de mise en garde, initiation de réflexions transversales au sein de l'AMF, etc.

Ainsi, par exemple, l'AMF a pu alerter le public des risques liés aux opérations sur le FOREX via des CFD, grâce aux nombreuses dénonciations de particuliers sur des pratiques commerciales, parfois très agressives, de sites internet proposant d'investir sur le FOREX.

Par ailleurs, la plate-forme recueille de nombreuses informations intéressant les autres services opérationnels de l'AMF (informations sur des communications commerciales inadaptées, dénonciations sur des cours de sociétés cotées, questions de CIF et de démarcheurs...). Ces informations permettent également d'orienter les actions de formation et de pédagogie auprès des épargnants. Il est par exemple prévu d'élaborer en 2011 de nouveaux guides pédagogiques sur les fonds indiciels cotés (*Exchange Traded Funds*), les frais de gestion, etc.

SK : En effet, le rôle premier de la plate-forme de l'ACP est d'abord et avant tout de répondre aux demandes du public qui appelle généralement pour connaître ses droits et les dispositions applicables à leur cas particulier. Mais au-delà de l'information qui peut être donnée au public, la plate-forme est un observatoire quotidien dont l'intérêt pour l'autorité est double :

1. le contact avec les appelants nous permet de mieux coller à l'actualité, d'être très réactif par rapport aux difficultés que peuvent rencontrer les clients. Par exemple : les problèmes de gestion, typiquement lorsque des clients ont des difficultés à déclarer leurs sinistres pour différentes raisons. Ces difficultés sont portées à la connaissance de l'autorité le jour même, grâce à la plate-forme téléphonique alors que l'information ne nous parvient, via des réclamations écrites, seulement quelques jours ou quelques semaines après ;
2. Les informations qui sont transmises vont alimenter le faisceau d'indices à partir duquel est construit le programme de contrôle de l'ACP.



2.2 Coordination des priorités de contrôle dans le domaine des pratiques commerciales

Le pôle commun est chargé de coordonner les priorités de contrôle et non les contrôles eux-mêmes. Néanmoins, il est apparu efficace et constructif d'organiser aussi des contrôles menés conjointement par des équipes des deux autorités pour assurer une mutualisation des compétences et en tirer des conclusions communes sur les pratiques commerciales.

2.2.1 Personnes et activités concernées

Les contrôles conjoints peuvent être envisagés dès lors que sur l'ensemble des activités développées par la ou les personne(s) contrôlée(s), certaines de ces

activités relèvent de la compétence de l'AMF et d'autres de la compétence de l'ACP.

Personnes et entités entrant dans le champ du contrôle de l'ACP ou de l'AMF en 2010

Dans le secteur de la banque, des services d'investissement et des services de paiement :

- 683 établissements de crédit,
- 629 sociétés de gestion de portefeuille,
- 156 entreprises d'investissement autres que les sociétés de gestion de portefeuille,
- 4 établissements de paiement,
- 174 changeurs manuels.

Dans le secteur de l'assurance :

- 331 entreprises d'assurances,
- 719 mutuelles et unions régies par le livre II du Code de la mutualité,
- 53 institutions de prévoyance,
- 20 entreprises exerçant une activité de réassurance

Comme intermédiaires et conseillers :

- 42 612 intermédiaires d'assurance (agents, courtiers et mandataires),
- 35 596 intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement,
- 3 440 conseillers en investissements financiers.

NB : Certains statuts sont cumulables par les mêmes personnes morales.

■ Les personnes et entités concernées sont celles soumises au contrôle de l'ACP ou de l'AMF :

- pour l'ACP, il s'agit des personnes mentionnées à l'article L. 612-2 du Code monétaire et financier ;
- pour l'AMF, il s'agit des personnes et entités mentionnées à l'article L. 621-9 du Code monétaire et financier.

■ Les opérations, services et produits concernés sont :

- 1° les opérations de banque ;
- 2° les opérations d'assurance ;
- 3° les services d'investissement ;
- 4° les services de paiement ;
- 5° tous produits d'épargne.

L'annexe 3 de ce présent rapport reprend les compétences et les pouvoirs de chaque autorité de supervision dans le domaine de la conduite des affaires. Les grandes lignes de la réglementation applicable en termes de protection de la clientèle y sont également présentées pour les principaux secteurs concernés et en référence aux étapes de la relation clientèle : entrée en relation, exécution du contrat, résiliation ou arrivée du terme.

2.2.2 Actions menées en 2010

Au cours de l'année 2010, ont été effectués trois contrôles conjoints impliquant des agents de l'AMF et de l'ACP sous la forme d'équipes communes.

Pour ces trois premiers contrôles, l'ACP et l'AMF ont choisi des entreprises ayant à la fois le statut de société de gestion de portefeuille et de courtier d'assurances. Ces sociétés ont une activité de production et de distribution de produits (OPCVM), soit en direct en inscrivant les OPCVM vendus sur un compte titres ou un compte Plan d'Épargne en Actions (PEA), soit indirectement en partenariat avec un organisme d'assurance, les OPCVM de la société de gestion étant supports de contrats d'assurance-vie en unités de compte.

En fonction de la nature de l'activité de distribution, celle-ci relève tantôt des compétences de l'AMF (distribution en direct d'OPCVM), tantôt de celles de l'ACP (distribution de contrat d'assurance-vie en unités de compte) ce qui permet aux autorités de contrôler ensemble une même entreprise mais chacune dans son domaine de compétence. Pour chaque mission, les dossiers examinés sont ceux de clients ayant à la fois un ou plusieurs comptes titres, PEA, et/ou contrats d'assurance-vie, et pouvant ainsi présenter un intérêt à la fois pour l'ACP et l'AMF. Les contrôles se sont concentrés sur la manière dont la société et/ou le distributeur vend le produit à ses clients et comment s'établit la relation avec eux.

Ces contrôles ont permis de mieux connaître l'architecture ouverte, c'est-à-dire les produits financiers intégrant des produits venant de plusieurs fournisseurs. Les contrôles conjoints ont porté à la fois sur des sociétés de gestion de portefeuille habilitées ou non à exercer l'activité de courtage en assurance, sur des intermédiaires d'assurances et sur des prestataires de services d'investissement non société de gestion de portefeuille.

Ces contrôles ont également conduit à vérifier que le devoir de conseil et les informations transmises au client lors de la commercialisation des OPCVM et des contrats d'assurance-

vie étaient bien conformes aux exigences réglementaires.

Sur le fond, l'avantage du pôle commun est de confronter des angles d'approche qui ne sont pas forcément les mêmes et qui s'avèrent complémentaires.

S'agissant du déroulement d'un contrôle conjoint, chaque autorité contrôle la/les personne(s) qui relève(nt) de son champ de compétences, selon ses règles juridiques habituelles. Chaque autorité dispose d'une charte de conduite des contrôles sur place consultable sur son site internet :

www.amf-france.org et
www.acp.banque-france.fr

Chaque contrôle a mobilisé entre 4 et 6 personnes de l'ACP et de l'AMF, avec un chef de mission désigné par chaque autorité. La composition de ces équipes a permis de travailler efficacement et de mener conjointement des entretiens sur place.

Les contrôles se sont poursuivis par des échanges entre les sociétés contrôlées et les équipes de contrôle de l'ACP et de l'AMF. Des réunions de coordination fréquentes se sont également tenues entre les contrôleurs ACP et AMF, outre les déplacements dans les sociétés.

Les résultats des missions de contrôle ont ensuite fait l'objet de deux projets de rapport spécifiques écrits par chacune des deux autorités, communiqués à la société concernée. Celle-ci est alors invitée à faire part de ses observations à l'AMF pour ce qui concerne le projet de rapport de l'AMF et à l'ACP pour ce qui concerne le projet de rapport de l'ACP. A la suite des observations transmises, chaque autorité décide l'envoi d'une lettre de suites ou, en fonction des manquements constatés, envisage d'autres suites pouvant aller jusqu'à l'ouverture d'une procédure de sanction.

Les rapports de contrôle et les lettres de suites sont portés à la connaissance du coordinateur, comme prévu dans la convention.

2.2.3 Perspectives

En 2011, deux priorités de contrôle ont été fixées :

- La première découle des travaux menés par l'ACP et l'AMF sur les instruments financiers complexes (cf. ci-dessous). Il s'agira pour les équipes de contrôle de **vérifier la bonne application de la recommandation de l'ACP et de la position de l'AMF**. Chaque autorité s'attachera à vérifier qu'au sein des organismes contrôlés, les dispositions ont bien été prises en compte. Les résultats de ces contrôles donneront lieu à des échanges entre les deux autorités.
- La seconde priorité est relative à la **meilleure connaissance de la chaîne de création et de distribution des OPCVM notamment quand ils sont diffusés dans le cadre des contrats d'assurance-vie**.

Il s'agira de vérifier comment une société de gestion de portefeuille conçoit et distribue, en partenariat avec un assureur, des OPCVM qui sont intégrés dans des contrats d'assurance-vie. Seront vérifiées notamment les conditions de rémunération, la gestion des conflits d'intérêt potentiels, le devoir de conseil et la formation.

Les deux autorités s'intéresseront aux plates-formes, et aux réseaux de distribution d'OPCVM ou de contrats d'assurance-vie en unités de compte, afin d'étudier la répartition des rôles entre les différents acteurs et d'analyser les flux financiers et les conventions entre producteurs et distributeurs notamment pour la validation des informations à caractère publicitaire/promotionnel. Ces plates-formes, notamment destinées aux CIF, jouent un rôle clé dans la rétrocession de commissions versées par les sociétés de gestion de portefeuille.

Interview croisée

de Marguerite Yates,
Responsable du
service du contrôle
des prestataires et
des infrastructures
de marché de l'AMF



et Pierre-Xavier
Soulé-Susbielles,
Chef du service
de Contrôle des
intermédiaires
de l'ACP

En matière de contrôles, comment ont procédé concrètement l'ACP et l'AMF ?

Marguerite Yates :

L'AMF a travaillé avec l'ACP pour bâtir un programme de travail commun afin de définir efficacement les contrôles qui devaient être

conduits. Ce travail en amont a été essentiel pour deux raisons :

- d'une part, il s'agissait de bien comprendre la nature des vérifications menées de part et d'autre afin de coordonner l'action sur le terrain. Le programme de contrôle se compose d'un tronc commun d'investigations

autour duquel se greffent les vérifications des dispositions réglementaires respectives des deux régulateurs ;

- d'autre part, il s'agissait de recentrer autant que de besoin les investigations autour de ce programme et d'éviter ainsi tout risque de dispersion.

Pierre-Xavier Soulé-Susbielles :

Nous avons cherché à constituer une équipe la plus « commune » possible tout en respectant les contraintes juridiques des deux autorités. Ainsi les inspecteurs de l'ACP ont fait équipe avec leurs homologues de l'AMF. Ils ont mené ensemble les entretiens avec les groupes contrôlés, retenu les mêmes principes de sondage et sélectionné les mêmes échantillons de contrôle. La participation dans le champ de compétence de l'autre autorité a favorisé le partage des compétences et les échanges, et a permis de mieux comprendre l'articulation réglementaire avec le processus de la commercialisation.

A l'occasion de ces premiers contrôles, notre principal défi a été de donner corps à la notion de contrôle conjoint, surtout au moment de la conduite des investigations. Notre but était bien de démontrer l'unité du contrôle auprès du prestataire et de dégager des axes de comparaison dans la commercialisation des produits.

A l'issue de ces contrôles, qu'avez-vous relevé comme points intéressants ?

MY : Les premiers constats les plus intéressants concernent les comparaisons en matière de connaissance des clients, de conventions, de relations entre sociétés de gestion de portefeuille et courtiers en assurance, de stratégies de commercialisation des produits financiers sous différentes formes.

Lorsqu'un client dispose d'un compte d'instruments financiers et d'un mandat d'arbitrage en unités de compte, deux ques-

tionnaires de connaissance du client sont renseignés par le même chargé de dossier. Il a pourtant été constaté des différences, dans les réponses à ces questionnaires, en matière de définition des connaissances des clients et de situations patrimoniales pour des clients pourtant gérés par les mêmes chargés de dossiers. Est en cause, une saisie des questionnaires ayant principalement un objectif réglementaire.

Par ailleurs, ces informations collectées dans les deux questionnaires du champ des instruments financiers comme du champ des assurances ont des niveaux de granularité différents, ce qui soulève des questions d'harmonisation.

A l'inverse, les conseils fournis par le courtier en assurance sont rédigés, ce qui permet des contrôles. Ce n'est pas le cas s'agissant de l'entrée en relation dans le cadre de la conclusion d'un mandat de gestion.

Quelles pistes entrevoyez-vous pour l'avenir en termes de thématiques de contrôles conjoints ?

PXSS : La principale piste sera l'extension des contrôles à tous les acteurs du « canal de distribution » pour avoir une vision tant horizontale (produits) que verticale (canaux).

En matière de programmation des contrôles, il conviendrait peut-être d'inscrire la sélection des contrôles dans une démarche d'« approche par les risques » ou d'« approche thématique » (exemple : groupe intégré : organisme d'assurance, réseau bancaire, société de gestion). Il peut également être envisagé de suivre la commercialisation d'un produit en ouvrant des contrôles très ponctuels sur tous les points de la chaîne.



2.3 Coordination de la veille sur les opérations et services et de la surveillance des campagnes publicitaires

2.3.1 Objectif

Le pôle commun est aussi chargé de coordonner la veille sur les opérations de banque, les opérations d'assurance, les services d'investissement, les services de paiement et tous les produits d'épargne, ainsi que la surveillance de la publicité.

Il revient à chacune des deux autorités d'assurer pleinement sa mission de surveillance de la publicité et de veille sur les opérations, les services et les produits qui relèvent de sa compétence dans le but de prévenir les ventes inadaptées.

Afin de permettre la mise en œuvre des missions du pôle commun, l'AMF et l'ACP échangent toutes les informations utiles. Elles organisent ainsi régulièrement des réunions de coordination et d'échange d'informations sur

l'activité de surveillance des campagnes publicitaires. L'objectif prioritaire de cette action de coordination est surtout d'identifier les facteurs de risques en matière de protection de la clientèle, mais également de couvrir un champ très large tout en prévenant les doublons.

Ainsi, certaines offres promotionnelles, intéressant aussi bien l'AMF que l'ACP lorsqu'elles traitent d'instruments financiers commercialisés à la fois dans des comptes-titres et sous forme d'unités de compte dans des contrats d'assurance-vie, font l'objet d'une surveillance coordonnée.

Cette action de coordination et d'échange d'informations a été menée notamment lorsque les deux autorités ont choisi leurs outils de veille sur les campagnes publicitaires.

2.3.2 La commercialisation d'instruments financiers particulièrement complexes

Cette coordination de l'activité de veille et de surveillance sur les modalités de commercialisation des produits financiers a trouvé une concrétisation importante dès la mise en place du pôle commun.

Au cours du premier semestre 2010, l'ACP

et l'AMF ont constaté un accroissement de la commercialisation d'instruments financiers particulièrement complexes auprès des particuliers, sous forme de vente directe ou de souscription d'unités de compte dans le cadre d'un contrat d'assurance-vie. L'AMF a

ainsi enregistré une hausse conséquente du nombre de demandes d'agrément pour ce type de produits. En parallèle, l'ACP a remarqué une recrudescence de ce type de produits proposés comme unités de compte. Dans un environnement de taux très bas et de marchés boursiers encore loin d'avoir retrouvé leurs plus hauts niveaux historiques, certains organismes et distributeurs ont relancé la commercialisation de produits affichant des perspectives de rendement très élevé, qui 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. Pour prévenir le risque de commercialisation inadaptée qui en découle, les deux autorités ont décidé de coordonner leur action afin de rappeler aux professionnels leurs obligations quant à la commercialisation de produits complexes.

Les instruments financiers concernés par cette démarche commune des deux autorités sont les OPCVM à formule, les OPCVM structurés de droit étranger équivalents, ainsi que les titres de créance complexes, qu'ils soient de droit français ou de droit étranger.

L'ACP et l'AMF ont conjointement défini quatre critères communs permettant d'évaluer si les instruments financiers proposés à la commercialisation sont susceptibles de conduire l'investisseur ou le souscripteur à sous-estimer les risques, voire à ne pas comprendre le produit ou le contrat :

- une mauvaise présentation des risques ou des pertes potentielles, notamment lorsque la performance est sensible à des scénarios extrêmes ;
- des sous-jacents difficilement appréhendables ou non observables de façon individuelle sur les marchés (comme la volatilité ou les corrélations) ;
- des gains ou pertes subordonnés à la réalisation simultanée de plusieurs conditions sur différentes classes d'actifs (évolution de la parité euro-dollar et hausse des marchés actions, par exemple) ;
- la multiplicité des mécanismes compris dans la formule de calcul du gain ou de la perte à l'échéance.

Ce travail, qui a conduit les deux autorités

à définir une grille commune d'identification des risques de commercialisation inadaptée, répond pleinement aux missions du pôle commun.

En charge de la protection de l'épargne investie dans les instruments financiers, l'AMF a rendu publique une position (cf. Annexe 4) concernant la commercialisation directe de ces produits. Sont visés les instruments qui remplissent l'un des quatre critères, pour lesquels l'AMF considère que le distributeur ne pourra pas s'assurer que le client comprenne le produit et mesure les risques qu'il prend s'il y souscrit. La distribution de ces produits dans le grand public est très dangereuse et ne doit pas être encouragée.

Pour l'AMF, cette position est applicable aux produits complexes autres que ceux offrant une protection d'au moins 90 % du capital initial à une échéance prédéfinie⁵.

Si toutefois les professionnels font ce choix, il doit être indiqué dans tout support commercial : « *l'AMF considère que ce produit est trop complexe pour être compris par des investisseurs non professionnels et n'a dès lors pas examiné les documents commerciaux* ». L'AMF a tenu à rappeler dans cette position les principes généraux applicables à la commercialisation de produits financiers et la responsabilité des distributeurs quant au choix des produits qu'ils proposent à leurs clients particuliers. L'importance de réaliser un ciblage de la clientèle et de vérifier que les vendeurs ont bien compris le produit qu'ils proposent a été soulignée.

En charge de la protection de la clientèle des organismes d'assurance notamment, l'ACP a adopté une recommandation (cf. Annexe 4) sur l'utilisation comme unités de compte de ces instruments financiers structurés qui présentent un risque de mauvaise commercialisation.

Les contrats d'assurance-vie dont les unités de compte sont constituées d'OPCVM à formule, d'OPCVM structurés de droit étranger équivalents ou de titres de créance complexes qui répondent à au moins un des quatre critères présentent un risque élevé de non respect des obligations législatives et réglementaires applicables à leur commercialisation. Pour ces instruments financiers

5. Un produit qui n'offrirait pas ce niveau de protection à une échéance donnée entre dans le champ d'application de cette position.

servant de support aux unités de compte et n'offrant pas sur la durée de vie de l'instrument financier, une protection du capital d'au moins 90 % du capital investi, l'ACP recommande aux organismes et intermédiaires d'assurance :

- de fournir, de manière compréhensible, dans tous les documents remis au souscripteur les informations lui permettant de comprendre la nature de l'unité de compte, ainsi que les risques encourus ;
- d'être en mesure de justifier auprès de l'ACP des moyens mis en œuvre pour permettre au souscripteur de comprendre que l'unité de compte proposée constitue un placement risqué ;
- de recueillir par tout moyen approprié à la nature de la clientèle la preuve que le souscripteur comprend la nature du support proposé comme unité de compte ainsi que les risques y afférents.
- enfin, de donner des informations « exactes, claires et non trompeuses » au souscripteur au sujet des risques de perte en cas de sortie anticipée, qu'il s'agisse du décès de l'assuré ou d'un rachat total ou partiel avant le terme.

Si les deux autorités partagent le même objectif de prévenir le risque de commercialisation inadaptée de ce type de produits et s'appuient sur la définition commune de quatre critères objectifs de complexité, les deux textes connaissent néanmoins des spécificités qui résultent à la fois de raisons juridiques et de modalités de gestion différentes entre un contrat d'assurance-vie et un compte titres :

- L'ACP et l'AMF font face à des environnements juridiques différents. Un contrat d'assurance-vie n'est en aucun cas assimilable à un compte titres et obéit à des normes juridiques spécifiques. En termes de devoir de conseil, le cadre juridique issu de la directive Marchés d'Instruments Financiers (MIF) ne se confond pas avec celui issu de la directive sur l'intermédiation en assurance (IMD) et de l'ordonnance n°2009-106 du 30 janvier 2009, ce qui impose des références différentes.
- Les deux autorités n'ont pas les mêmes

instruments et pouvoirs à leur disposition. La position de l'AMF précise la façon dont elle applique les dispositions législatives et réglementaires tandis que l'ACP, de par la loi, a un pouvoir spécifique d'émettre une recommandation de bonne pratique.

En outre, l'AMF a un pouvoir d'agrément préalable qui n'existe pas au niveau de l'ACP pour l'assurance-vie.

- Les français ont une pratique de gestion qui n'est pas nécessairement convergente entre les différents produits d'épargne. En France, l'assurance-vie est un produit très largement diffusé auprès du grand public, pour qui le terme « garantie » rappelle les très larges garanties des supports euros, tout au long de la vie du contrat et non pas uniquement à l'échéance. Par rapport à un compte titres, les cas de sortie anticipée en assurance-vie se posent d'une toute autre manière, qu'il s'agisse du décès de l'assuré ou d'un rachat total ou partiel avant le terme du contrat. Et s'il est parfois particulièrement difficile de comprendre la formule de rendement à l'échéance de certains instruments financiers, il est encore plus difficile de comprendre ce qui se passe en cas de sortie anticipée, avant l'échéance du produit, ce qui a conduit l'ACP à exiger une attention particulière sur les rachats avant terme.

Au total, cette démarche commune de l'ACP et de l'AMF permet véritablement d'encadrer le risque de mauvaise commercialisation des produits financiers complexes de manière globale sur l'ensemble de la chaîne de commercialisation. L'AMF et l'ACP ont engagé un suivi commun des évolutions constatées à la suite de la mise en place de ces dispositions. D'ores et déjà, des changements positifs ont été constatés, tant dans la présentation des produits qu'au niveau des pratiques de commercialisation, en direct ou comme unités de compte de contrats d'assurance-vie.

Focus position AMF / recommandation ACP

La position de l'AMF

Aux côtés de son pouvoir réglementaire (article L.621-6 du Code monétaire et financier), l'AMF est amenée à produire de la doctrine afin d'interpréter les dispositions législatives et réglementaires entrant dans son champ de compétence ou encore, de recommander à un acteur de marché ou de le dissuader d'adopter une pratique donnée dans un contexte déterminé.

Dans le cadre de son plan stratégique, l'Autorité des marchés financiers s'est engagée à systématiser et à mieux organiser la publication de sa doctrine. Les travaux effectués en lien avec les professionnels ont permis à l'AMF de clarifier le champ et la portée de cette doctrine, de structurer son processus d'élaboration et de définir un format de publication adapté.

La doctrine extériorisée de l'AMF comprend les instructions, les positions, les recommandations, les pratiques de marché admises ainsi que les rescrits.

La position constitue une interprétation des dispositions législatives et réglementaires entrant dans le champ de compétence de l'AMF, qui indique la manière dont elle les applique à des cas individuels, et qui est extériorisée dans un souci de transparence et de prévisibilité. Cette interprétation a vocation à s'appliquer de manière identique à des situations similaires.

Combinée avec la lecture de la jurisprudence de la Commission des sanctions et de la motivation de certaines décisions individuelles, par exemple celles concernant les offres publiques, la doctrine extériorisée de l'AMF permet aux professionnels et aux épargnants de connaître la façon dont le régulateur applique, sous le contrôle des tribunaux, les dispositions législatives et réglementaires concernant les sujets relevant de sa compétence. La doctrine extériorisée de l'AMF est approuvée par son Collège.

Sauf exception motivée par des circonstances exceptionnelles ou particulières imposant des délais resserrés ou la confidentialité de la doctrine jusqu'à sa publication, les interlocuteurs de l'AMF - professionnels et représentants des épargnants - sont consultés au cours du processus d'élaboration, dans le cadre des commissions consultatives et/ou par le biais d'associations représentatives ou de personnalités qualifiées possédant une expertise dans le domaine concerné.

Dans la mesure où elle précise les conditions d'application de dispositions législatives ou réglementaires opposables aux professionnels, une position de l'AMF peut venir à l'appui d'une injonction (art. L 621-14 du code monétaire et financier) ou d'une notification des griefs à la commission des sanctions (art. L 621-15 du code monétaire et financier) pour non respect du texte qu'elle interprète, sous le contrôle du juge.

A titre d'illustration, la position de l'AMF sur la commercialisation de produits complexes se fonde notamment sur l'interprétation de l'article 314-11 règlement général de l'AMF qui dispose que les prestataires de services d'investissement sont tenus de fournir une information compréhensible « *par un investisseur moyen de la catégorie à laquelle elle s'adresse ou à laquelle il est probable qu'elle parvienne* ».

Cet article est lui-même pris en application de l'article 27 de la Directive 2006/73/CE de la Commission du 10 août 2006 qui dispose que l'information des clients et clients potentiels « *doit être suffisante et présentée d'une manière qui soit compréhensible par un membre moyen du groupe auquel elle s'adresse ou auquel il est probable qu'elle parvienne* ».

Le pouvoir de recommandation de l'ACP

L'ACP peut définir elle-même des règles de bonne pratique en matière de commercialisation et de protection des intérêts de la clientèle des assurés, adhérents ou bénéficiaires des personnes soumises à son contrôle. Ces recommandations sont prises à l'initiative de l'ACP, elles portent sur un thème identifié et consistent en des préconisations pratiques adressées aux personnes contrôlées. Elles peuvent regrouper des bonnes pratiques et, le cas échéant, décrire les mauvaises pratiques qu'elle proscriit, en particulier celles constatées à l'occasion de mises en garde individuelles.

Lorsque l'ACP adopte et publie une recommandation, les bonnes pratiques qu'elle mentionne prennent une portée générale pour l'ensemble des personnes concernées par le champ d'application qu'elle mentionne. Elle précise, le cas échéant, la date à compter de laquelle la recommandation s'applique. L'ACP veille au respect, pour l'avenir, des recommandations publiées.

La méconnaissance des bonnes pratiques recommandées par l'ACP ne donne pas directement lieu à sanction disciplinaire. Des mesures de police sont en revanche prévues : mise en garde individuelle lorsque l'ACP constate qu'une personne contrôlée a des pratiques différentes, susceptibles de mettre en danger les intérêts de ses clients, assurés, adhérents ou bénéficiaires : le non-respect d'une mise en garde (art. L.612-30 du code monétaire et financier) peut alors donner lieu à l'ouverture d'une procédure disciplinaire (art. L.612-38 et L.612-39 du Code monétaire et financier). L'ACP consulte les associations professionnelles et les associations de consommateurs et d'épargnants sur les projets de recommandations. Elle soumet notamment le projet à la commission consultative Pratiques commerciales, instituée par le Collège de l'ACP.

Interview croisée

de Guillaume Eliet,
Chef du Service
des prestataires et
des produits
d'épargne



et Barbara
Souverain-Dez,
adjointe à la
Direction du
contrôle des
pratiques
commerciales

Comment la position de l'AMF et la recommandation de l'ACP ont-elle été perçues ?

Guillaume Eliet :

Applicable à tous les instruments financiers complexes commercialisés en France, quel que soit leur nationalité et leur mode de commercialisation, cette démarche commune a d'ores et déjà induit une modification de comportement des structureurs et des distributeurs.

Cette action commune a également été très bien accueillie par les associations de consommateurs, car elle encadre les excès qui avaient pu être constatés ces derniers temps en matière d'offre de produits complexes au grand public.

Première action d'envergure du pôle commun réunissant l'AMF et l'ACP autour des questions de commercialisation, elle montre la volonté des autorités de s'attaquer aux commercialisations abusives. Et nous savons que d'autres autorités de tutelle en Europe réfléchissent à adopter des actions proches de la nôtre.

Barbara Souverain-Dez:

L'accent est clairement mis sur la qualité de l'information et du conseil qui doivent permettre à l'investisseur de comprendre les risques encourus. Pour les assureurs vie qui désirent proposer ce type d'instruments financiers particulièrement complexes comme unité de compte, une vigilance particulière est portée sur la clientèle ciblée, sur la formation des chargés de clientèle, sur le

discours commercial (notamment s'agissant de la portée des garanties), sur l'adéquation du produit aux connaissances et à l'expérience du client en matière financière, sur le périmètre des mandats d'arbitrage et sur le recueil de la preuve que le souscripteur comprend la nature du support proposé et les risques associés.

Une nouvelle politique de régulation semble se dessiner ?

GE : Effectivement, l'AMF est résolument tournée vers une approche de la régulation par les risques, qui nous conduit à accentuer notre vigilance sur la commercialisation des produits avec tous les effets qui en découlent quant à la surveillance et à la répression des manquements.

BSD : L'ACP pour sa part, souhaite mettre à profit les pouvoirs spécifiques qui lui ont été attribués notamment la possibilité d'émettre des recommandations, pour mettre en œuvre sa nouvelle mission de protection de la clientèle. Par ailleurs, elle a à cœur de coordonner ses actions avec l'AMF dans le cadre du pôle commun.



Le mot du coordonnateur

A la fois point d'entrée habilité à recevoir toutes les demandes des clients et mécanisme de coordination des contrôles et de la veille des pratiques de commercialisation des produits financiers, le pôle commun constitue une avancée tout autant pour les épargnants que pour les deux autorités ACP et AMF.

Dès ses premiers mois d'existence, le pôle commun a coordonné plusieurs réalisations concrètes et a contribué à rendre plus visibles les actions communes des deux autorités.

Pour les épargnants et clients, un accueil téléphonique et un site internet dédiés, baptisés Assurance Banque Épargne Info Service, ont été ainsi mis en place, dès juin 2010. En 6 mois, c'est ainsi plus de 30 000 renseignements qui ont été donnés dans des domaines aussi divers que les produits d'assurance, les comptes bancaires, les moyens de paiements, le fonctionnement des marchés financiers, des produits d'épargne collective ou les sociétés cotées en Bourse.

Gratuit, reposant sur la compétence de collaborateurs spécialement formés à cette fin, Assurance Banque Épargne Info Service concrétise chaque jour l'engagement de l'ACP et de l'AMF, en lien avec la Banque de France, d'améliorer les outils de protection de la clientèle dans un environnement où les

produits d'épargne sont toujours plus nombreux et plus complexes.

Par ailleurs, la publication d'une « position » de l'AMF et d'une « recommandation » de l'ACP sur la commercialisation des produits complexes a démontré la détermination des deux autorités à accroître l'efficacité de leurs moyens d'intervention dans le cadre du pôle commun. Les évolutions constatées depuis l'annonce de ces dispositions vont dans la bonne direction.

Au quotidien, le pôle commun implique aussi des discussions sur de nombreux sujets de contrôle qui, s'ils ne font pas l'objet d'une communication au public, garantissent l'efficacité de l'action des autorités dans le but de préserver les intérêts de la clientèle.

En 2011, le pôle commun continuera sa mission afin de renforcer la vigilance sur les pratiques commerciales qui nécessiteraient toute action concertée de la part des deux autorités.

Fabrice Pesin

Conception et réalisation :
Service communication de l'ACP

Photos :
Pascal Assailly
Christian Chamourat
Valérie Cornet
Franck Dunouau



Téléphone : 0 811 901 801
www.abe-infoservice.fr
ISSN en cours