Pôle commun ACPR - AMF
Rapport annuel 2016

Claire CASTANET
Olivier FLICHE

Conférence de presse – 1er juin 2017

Sommaire

Partie 1 - Les missions permanentes du Pôle commun

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

1.2 La veille sur les pratiques commerciales et la publicité

1.3 Les enseignements tirés des contrôles coordonnés

Partie 2 - Les enjeux liés à l'évolution des pratiques commerciales

2.1 Les nouveaux produits et les nouvelles pratiques

2.2 Le numérique

2.3 Les clientèles vulnérables

2.4 Les sujets européens

Partie 1

Les missions permanentes du Pôle commun

1.1 Le point d'entrée commun « Assurance Banque Epargne Info Service »

Assurance Banque Epargne Info Service (ABE IS) est un service public mis en place par l'ACPR, la Banque de France et l'AMF pour « offrir un point d'entrée commun habilité à recevoir les demandes des clients, assurés, bénéficiaires, ayants droits et épargnants… ».

ABE IS a pour vocation de :

- Fournir des **conseils pratiques** sur les différents produits autorisés
- **Informer** sur les acteurs et services agréés
- **Alerter et mettre en garde** contre les pratiques de certains établissements et sociétés
- **Orienter les demandes du public** vers les autorités compétentes
- **Recueillir les informations ou réclamations** que les clients souhaitent porter à la connaissance de l'ACPR, de la Banque de France ou de l'AMF

La plateforme téléphonique ABEIS en 2016

- Près de 360 000 appels reçus au total, soit une hausse de 4 % par rapport à 2015
- Environ 320 000 de ces appels ont concerné les sujets bancaires, dont plus de la moitié concernait des questions de surendettement ou de fichage bancaire
- 30 000 appels reçus ont porté sur l'assurance, notamment sur les contrats d'assurance mobile et habitation
- 11 000 appels concernaient la bourse et les placements financiers (diminution de 22 % par rapport à 2015)

Le site internet ABEIS en 2016

- Plus de **620 000 visiteurs en 2016**, soit une **progression de 70 %** par rapport à 2015

- **1,1 million de pages vues**, avec l'objectif d'informer efficacement les clients sur les thématiques liées à la commercialisation de produits et services financiers

- Un format questions / réponses particulièrement apprécié des internautes

- **7 nouvelles vidéos** publiées en 2016 sur la chaîne YouTube (créée en juillet 2015)

- Une lettre d'information mensuelle adressée à près de **1 800 abonnés**, nombre en constante progression

Principales interrogations reçues sur ABEIS en 2016

- *Sur les instruments financiers* : investissements « atypiques », transférabilité, clôture de comptes-titres…
- *Sur l'assurance* : rachat de contrat, résiliation de contrat de complémentaire santé, délai d'indemnisation…
- *Sur la banque* : fraude à la carte, surendettement, comptes inactifs…

1.2 La veille sur les pratiques commerciales et la publicité

- En 2016, examen de nombreuses communications publicitaires, relevées sur des supports très divers :
  - **Sites internet, presse, mailings, e-mailings…**

- Le dispositif de veille a été renforcé pour prendre en compte de nouveaux supports comme les réseaux sociaux ou les applications mobiles

- Produits les plus promus :
  - **Crédit à la consommation**
  - **Assurance automobile, l'assurance santé/prévoyance et l'assurance-vie**
  - **Trading**

- Les publicités pour le financement participatif et pour les placements atypiques (vin, diamants, terres rares…) ont augmenté en 2016

1.2 La veille sur les pratiques commerciales et la publicité

- **Publicité sur les livrets non réglementés**
  - *Objectifs : après la recommandation sur l'assurance-vie, compléter la doctrine ACPR sur la publicité, en cohérence avec celle de l'AMF*
    - o Recommandation ACPR sur les communications à caractère publicitaire des comptes sur livret - 14 novembre 2016 (effet au 16 mai 2017)

- **Communication sur les réseaux sociaux**
  - *Objectifs : rappeler que les règles applicables aux communications diffusées sur les autres médias s'appliquent naturellement aux médias sociaux.*
    - o Recommandation ACPR sur l'usage des médias sociaux à des fins commerciales – 14 novembre 2016
    - o Modification de la doctrine AMF (positions-recommandations DOC-2011-24, DOC-2012-19 et DOC 2013-13) – 26 mai 2016

1.3 Les enseignements tirés des contrôles coordonnés

- **La vente à distance**

  - o Depuis plusieurs années, l'ACPR et l'AMF coordonnent leurs actions et leur doctrine en matière de vente à distance.

  - o En 2016, les deux autorités ont poursuivi leurs contrôles et complété leur connaissance des pratiques par des entretiens conjoints auprès de professionnels.

  Principaux enseignements :

  - o Carence des informations collectées auprès du client potentiel et nécessaires à l'analyse de ses besoins. Le nombre et le contenu des questions posées au client demeurent souvent insuffisants.

  - o Les obligations relatives au caractère clair, exact et non trompeur de l'information délivrée aux clients ou clients potentiels via les sites internet des prestataires de services d'investissement ne sont pas toujours respectées.

1.3 Les enseignements tirés des contrôles coordonnés

- **Le financement participatif**

  - Depuis le 1er octobre 2014, l'AMF est en charge du contrôle des **conseillers en investissements participatifs** (CIP) et l'ACPR **des intermédiaires en financement participatif** (IFP).

  - Les actions des deux autorités
    - missions de contrôle
    - veille sur les sites internet des différentes plateformes
    - Matinée d'échanges avec les acteurs immatriculés en avril 2016

  - Le constat principal est celui d'une **relative méconnaissance de la réglementation applicable** par cette population d'acteurs :
    - Manque de clarté de l'information délivrée via les sites des plateformes concernant leur identification et leur rôle dans le transfert des sommes prêtées et remboursées
    - L'accessibilité des informations obligatoires à améliorer
      - les informations concernant les caractéristiques des prêts, le contrat, les taux de défaillance ou les risques étant souvent peu visibles sur les sites.
    - Manque de transparence sur les frais

Partie 2

Les enjeux liés à l’évolution des pratiques commerciales

2.1 Les nouveaux produits et les nouvelles pratiques

- **Contexte:**
  - **Développement de produits innovants**, issus soit de la règlementation, soit de l'ingénierie financière.
  - 2 actions principales prises par l'ACPR et l'AMF

Mise à jour de la doctrine produits complexes	Placement de titres émis par le professionnel auprès de sa clientèle
• Contexte : utilisation de nouveaux indices complexes • Sous-jacents de comptes-titres ou contrats d'assurance-vie • Vendus au non-professionnels	• Plusieurs types de titres concernés : obligations, titres de créance subordonnés, parts sociales, certificats mutualistes, EMTN… • Situation de conflit d'intérêt

- L'AMF et l'ACPR continueront à l'avenir à être attentives aux innovations et aux évolutions de l'environnement et de la règlementation européenne

2.2 Le numérique

- Axe fort des travaux du Pôle commun en 2016

- Actions de contrôle coordonnées, travaux prospectifs, évolutions de la doctrine des deux autorités, publication de recommandations… Exemples :
  - Recueil de l'information client en assurance-vie et conseil : cas des interfaces numériques
  - Outils de simulation des performances futures

- Année 2016 également marquée par la création de la **Division FinTech innovation et compétitivité** de l'AMF et du **Pôle FinTech-Innovation** de l'ACPR, en charge de la coordination du suivi des acteurs de la FinTech et de leurs pratiques.

2.3 Les clientèles vulnérables

- Axe de travail prioritaire en 2016 et 2017
- Focus sur les majeurs protégés (personnes sous tutelle, curatelle ou curatelle renforcée)
- Réalisation d'une **enquête de terrain auprès des mandataires judiciaires**
  - Questionnaire envoyé sur un échantillon représentant plus de 300 000 des 700 000 majeurs protégés en France
  - Objectif : connaître l'état de leurs relations avec les prestataires financiers
- Analyse de près de **300 réponses**
  - bon niveau de satisfaction globale
- Quelles perspectives avec la digitalisation de l'économie ?
  - réduction du nombre d'agences et restriction de l'accès à l'argent liquide
  - une relation entre personnes protégées et établissements bancaires essentiellement sur les outils numériques à distance ?

2.4 Les sujets européens

- *Le livre vert sur les services financiers de détail*
  - Publié en décembre 2015 par la Commission européenne
  - Objectif : **améliorer l'ouverture du marché européen des services financiers de détail** au bénéfice des particuliers et des entreprises tout en **continuant à protéger les consommateurs et les investisseurs**
  - L'ACPR et l'AMF ont soutenu cette initiative et ont insisté sur l'idée que l'ouverture du marché doit se faire sur un **niveau élevé de protection de la clientèle** et dans des conditions de saine concurrence entre les acteurs.
  - Elles ont également alerté sur les difficultés découlant de la **libre prestation de services (LPS).**

- *Travaux du comité mixte des autorités européennes sur le conseil automatisé*
  - 15 décembre 2016, publication d'un **rapport sur l'automatisation du conseil financier**
    - État des lieux des avantages et des risques potentiels du conseil automatisé pour les clients

Paysage des règlementations européennes à venir

MIF 2	• Directive Marché d'instruments financiers révisée • Entrée en application le 3 janvier 2018
DDA	• Directive Distribution en assurance • Transposition attendue avant le 23 février 2018, date de son entrée en application.
PRIIPs	• Règlement PRIIPs (produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance) • Instauration d'un document d'information clé standardisé pour un large périmètre de produits d'investissement

Questions