



AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS

Impression à partir d'une page du site internet de l'AMF

05 juin 2015

Assurance Banque Épargne, Pôle commun à l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) et à l'Autorité des marchés financiers (AMF) publie son rapport annuel 2014

Avec désormais plus cinq années d'existence, le Pôle commun à l'ACPR et à l'AMF poursuit sa mission de protection de l'épargnant dans les secteurs de la banque, de l'assurance et des services financiers. À l'occasion d'une conférence de presse qui s'est tenue ce jour, Olivier Fliche, coordonnateur du Pôle commun et directeur du Contrôle des pratiques commerciales à l'ACPR et Natalie Lemaire, directrice des relations avec les épargnants à l'AMF, sont revenus sur les faits marquants de l'année écoulée et sur les perspectives de l'année 2015.

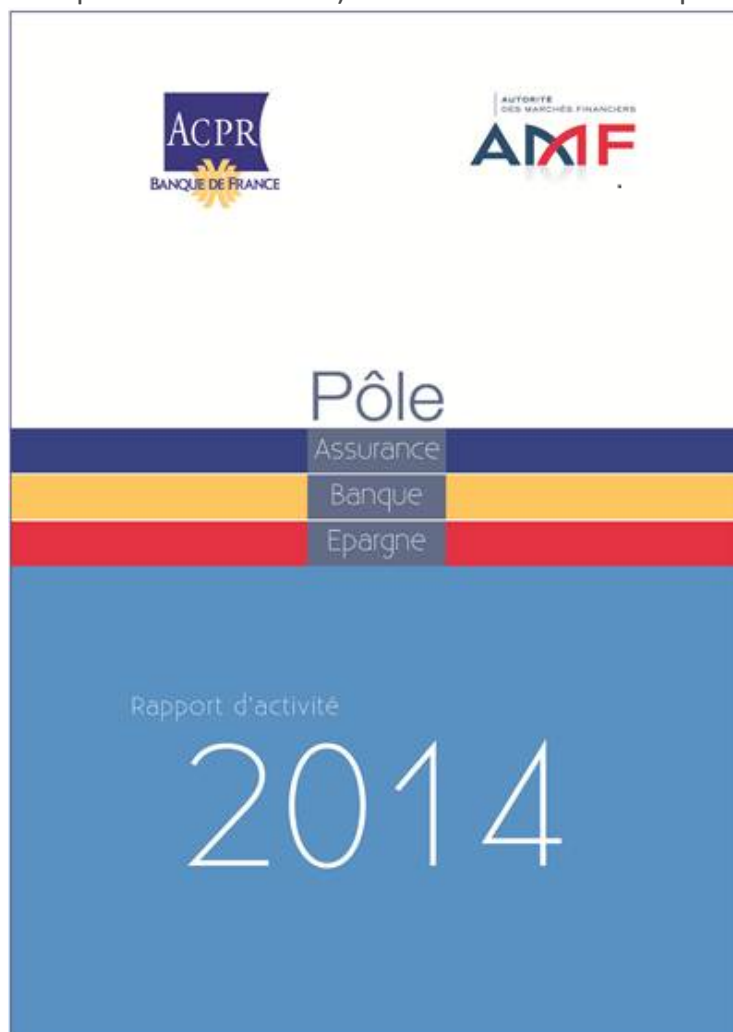
Les chiffres-clés et points saillants de l'année 2014

La dynamique commune de fonctionnement installée lors des exercices précédents s'est encore intensifiée au cours de 2014, afin de répondre au mieux à l'évolution des besoins de protection du public en matière financière.

> Une activité plus intensive pour la plate-forme téléphonique d'information commune Assurance Banque Épargne Info Service :

- Plus de 355 000 appels ont été traités en 2014 (dont 85% sur les sujets bancaires, 11% sur l'assurance et 4% sur la bourse et les produits financiers) soit une hausse de 8 % par rapport à l'année précédente.

> Le site Internet : www.abe-infoservice.fr a accueilli 270 000 visiteurs en 2014, pour 450 000 pages vues et compte près de 1 000 abonnés à sa newsletter mensuelle. Il informe de façon pédagogique et impartiale les consommateurs sur les thématiques liées à la commercialisation de produits bancaires, d'assurance et d'épargne, avec une préoccupation d'adaptation aux nouveaux usages des internautes (mise en place en 2014 de versions adaptées à la lecture sur smartphones et tablettes). Une rubrique " Vos questions " sera créée prochainement afin d'orienter le plus efficacement possible les internautes vers l'autorité concernée et ainsi faciliter leurs démarches.



> Une poursuite des contrôles coordonnés sur les thématiques qui entrent dans le champ de la doctrine commune. Des contrôles ont été menés sur des thématiques telles que la connaissance du client, le devoir de conseil ou la commercialisation de produits complexes. Les enseignements tirés de ces contrôles sont régulièrement partagés par les deux autorités.

> Une action conjointe des deux Autorités sur les conventions entre producteurs et distributeurs de contrats d'assurance vie ou d'instruments financiers a permis d'élaborer une grille commune de contrôle de ces conventions et de préciser les attentes des deux Autorités : une recommandation pour l'ACPR et une position-recommandation pour l'AMF ont été publiées en juillet 2014. Ces outils de droit souple visent à développer une relation fluide et efficace entre les producteurs et les différents acteurs de la chaîne de distribution afin d'assurer la protection des clients. Ils préconisent en particulier la plus grande fiabilité des informations communiquées aux clients au travers de la publicité diffusée ou du conseil

fourni.

> Les deux Autorités ont poursuivi leurs travaux communs en matière de publicité. La publicité, qui constitue la toute première étape de la relation entre un professionnel et un client, est déterminante dans le choix, par ce dernier, des instruments financiers ou des contrats d'assurance vie qu'il envisage de souscrire. C'est pourquoi, dans l'intérêt des épargnants et des assurés, l'ACPR et l'AMF mènent quotidiennement des actions envers les professionnels visant à rendre les communications publicitaires suffisamment claires afin que les clients soient en mesure de comprendre aisément les caractéristiques des offres promues et ne soient pas induits en erreur par des publicités trop avantageuses. Les deux Autorités ont ainsi conduit des réflexions conjointes afin d'harmoniser leurs critères respectifs d'analyse et de contrôle des communications publicitaires. L'ACPR et l'AMF portent une attention particulière au principe d'équilibre de la publicité qui permet au client d'évaluer les avantages et les risques associés au produit promu. Pour l'ACPR, ces travaux ont conduit à la publication d'une recommandation 2015-R-01 qui concerne l'ensemble des contrats d'assurance vie. L'AMF, quant à elle, maintient ses éléments de doctrine qui figurent notamment dans sa position-recommandation DOC-2011-24 (Guide pour la rédaction des documents commerciaux et la commercialisation des OPC) et sa position DOC-2013-13 (Guide pour la rédaction des documents commerciaux dans le cadre de la commercialisation des titres de créance structurés) ainsi que dans sa position-recommandation DOC-2009-15 (Guide relatif à la commercialisation des emprunts obligataires auprès des clients non professionnels).

> Enfin, l'ACPR et l'AMF ont soutenu des positions coordonnées pour participer à l'élaboration de la réglementation nationale, européenne et internationale en faveur de la protection des consommateurs.

La définition d'un nouveau cadre réglementaire pour le financement participatif

L'année 2014 a été marquée par une contribution intensive de l'ACPR et l'AMF aux travaux menés par la direction générale du Trésor, ayant abouti à la publication, le 30 mai 2014, de l'ordonnance n° 2014-559 relative au crowdfunding. Entré en vigueur le 1er octobre 2014, ce nouveau dispositif définit un environnement sécurisant pour les contributeurs (donateurs, prêteurs ou investisseurs) en obligeant les plates-formes à s'immatriculer auprès du registre unique (ORIAS) et à respecter des règles de bonne conduite.

Un document d'information à destination des porteurs de projet, des plates-formes et du public a été publié fin septembre sur les sites internet de l'ACPR et de l'AMF. Intitulé " S'informer sur le nouveau cadre applicable au financement participatif (crowdfunding) ", il présente la nouvelle réglementation et propose un jeu de questions/réponses pragmatiques.

Les perspectives du Pôle commun en 2015

Les actions de contrôle et de veille qui constituent le socle des missions du Pôle commun se poursuivront en 2015. Les équipes de l'ACPR et de l'AMF prolongeront également leurs travaux sur la commercialisation à distance, afin de faire émerger les adaptations réglementaires nécessaires face à l'évolution de la numérisation croissante de la commercialisation des produits financiers.

Vous avez des questions ?

Assurance Banque Épargne Info Service : www.abe-infoservice.fr ou au 0811 901 801 du lundi au vendredi de 8h à 18h.

AMF : www.amf-france.org ou 01 53 45 62 00 du lundi au vendredi de 9h à 17h.

ACPR : www.acpr.banque-france.fr

Contacts presse:

Direction de la communication de l'AMF - Caroline Leau – Tél. : +33 (0)1 53 45 60 39 ou +33 (0)1 53 45 60 28

Service Communication de l'ACPR - Dominique Poggi – Tél. : + 33 (0)1 49 95 42 59 ou + 33 (0)1 49 95 40 29

En savoir plus

- [Rapport d'activité 2014 du Pôle Assurance Banque Epargne \(AMF-ACPR\)](#)
- [Rapport d'activité 2014 du Pôle Assurance Banque Epargne ACPR/AMF - Intervention de Natalie Lemaire et d'Olivier Fliche](#)

Mots clés

[PROTECTION DE L'ÉPARGNE](#)[EPARGNE DE LONG TERME](#)[INFORMATION ET OPÉRATIONS FINANCIÈRES](#)

SUR LE MÊME THÈME

 S'abonner à nos alertes et flux RSS

ACTUALITÉ

INFORMATION ET OPÉRATIONS
FINANCIÈRES

01 juin 2022

Recherche sponsorisée
: l'AMF recommande
l'utilisation de la
charte des bonnes
pratiques élaborée par
la Place



ACTUALITÉ

INFORMATION ET OPÉRATIONS
FINANCIÈRES

23 mai 2022

L'AMF et la CNCC
publient une nouvelle
mise à jour du guide
des relations entre
l'Autorité des marchés
financiers et les
commissaires aux
comptes



MISE EN GARDE

PROTECTION DE L'ÉPARGNE

19 mai 2022

L'AMF et l'ACPR
mettent en garde le
public à l'encontre
d'offres de trading
Forex non autorisées
d'Omega Pro Ltd



Mentions légales :

Responsable de la publication : Le Directeur de la Direction de la communication de l'AMF. Contact :
Direction de la communication, Autorité des marchés financiers - 17, place de la Bourse - 75082 Paris
Cedex 02