

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

19 septembre 2016

Union des marchés de capitaux : Trois propositions pour développer les investissements transfrontières en Europe

Dans le cadre de l'Union des marchés de capitaux, la Commission Européenne s'interroge sur les obstacles à l'investissement transfrontière en Europe. Dans le cadre d'une étude publiée en septembre 2016, l'Autorité des marchés financiers démontre qu'en matière de produits d'épargne, les principales barrières ne sont pas administratives ou réglementaires, mais sont davantage liées à un manque de confiance des épargnants dans les produits qui ne sont pas créés ou supervisés sur leur territoire.

L'AMF avance trois idées neuves pour dynamiser la commercialisation transfrontière et redonner confiance aux épargnants en leur offrant une protection égale quelle que soit la nationalité du produit auxquels ils souscrivent.

Offrir plus de choix d'investissement à l'épargnant

« L'Europe doit favoriser l'architecture ouverte et accompagner l'innovation technologique en matière de distribution et de commercialisation ».

Un changement bénéfique pour les produits d'épargne européens a déjà commencé : il s'agit de la digitalisation des réseaux de distribution. Ces nouveaux canaux de distribution, modèle d'architecture ouverte, participent à l'élargissement de l'offre, pouvant permettre une

meilleure allocation des ressources des épargnants.

Ces nouvelles opportunités doivent être prises en compte de manière adaptée par la réglementation.

- D'une part, il faut éviter que les contraintes pesant sur les distributeurs de produits d'épargne conduisent à un repli de ces derniers vers des architectures de distribution fermées, c'est-à-dire au sein desquelles ils n'offriraient à leur clientèle que les seuls produits créés par leur groupe ou par certains partenaires.
- D'autre part, l'AMF appelle à ouvrir une réflexion européenne sur ces nouvelles pratiques de consommation, qui passe par exemple par une valorisation de la prestation de conseil et une harmonisation des règles de commercialisation entre Etats membres en incluant celles pour les services en ligne.

Protéger l'épargnant des publicités trompeuses

« Les documents promotionnels ou commerciaux doivent pouvoir être contrôlés par l'autorité du pays dans lequel ils sont utilisés »

La réglementation européenne ne doit pas conduire à priver l'autorité du pays d'accueil de moyens de s'assurer que le marketing autour de la fourniture de services financiers sur une base transfrontalière est bien adapté aux spécificités des investisseurs de détail situés sur son territoire. En effet, il est incontournable que toute publicité ou document commercial soit soumis à la surveillance des autorités des pays d'accueil, seules à même de connaître les codes culturels locaux, les réseaux de distribution et les modalités publicitaires habituelles sur leur marché national. Une connaissance fine de la langue, des niveaux d'éducation financière, des profils de risques et des préférences des investisseurs individuels est nécessaire pour assurer la protection des consommateurs, et ainsi maintenir la confiance dans les produits provenant d'autres États membres.

Contrôler la commercialisation au plus près de l'épargnant

« Il faut lancer une réflexion sur la supervision de la libre prestation de service »

La capacité des autorités de surveillance à contrôler les opérations de commercialisation réalisées sur d'autres territoires est notoirement insuffisante. Les acteurs les moins scrupuleux cherchent à s'établir dans les états dont les autorités sont moins équipées pour profiter du passeport européen par la voie de la libre prestation de service. Cette situation conduit à des impunités de fait car les procédures de coopération actuellement prévues par les textes, comme par exemple l'article 62 de la MIF, sont difficiles et longues à mettre en

œuvre. Cette situation est dramatique pour les épargnants et sape leur confiance dans les produits et services offerts par des entités implantées sur d'autres territoires de l'Union. En France, on estime qu'au cours des six dernières années, plus de 4,5 milliards d'euros ont ainsi été perdus par les épargnants sur des sites de trading en ligne opérant plus ou moins légalement depuis l'Europe.

Il est ainsi urgent d'ouvrir une réflexion sur la remise en cause de l'architecture de supervision prévue en matière de passeport européen en donnant à l'autorité d'accueil une compétence certaine et immédiate vis-à-vis des prestataires intervenant auprès de ses épargnants en libre prestation de services.

En savoir plus

↳ Distribution transfrontières des fonds en Europe : identifier les barrières à l'entrée et améliorer la confiance des investisseurs

↳ Union des marchés de capitaux : Distribution transfrontière des fonds en Europe : identifier les barrières à l'entrée et améliorer la confiance des investisseurs

Mots clés

EUROPE & INTERNATIONAL

SUR LE MÊME THÈME

 S'abonner à nos alertes et flux RSS

ACTUALITÉ

EUROPE & INTERNATIONAL

02 juin 2022

L'AMF renouvelle son appel à la mise en place d'une réglementation des fournisseurs de données, notations et services ESG



RÈGLES PROFESSIONNELLES

MARCHÉS

18 mai 2022

Décision du 26 avril 2022 relative à la modification des règles de fonctionnement du système multilatéral de négociation (SMN) opéré par TP ICAP (Europe) S.A.



ACTUALITÉ

INFORMATION ET OPÉRATIONS FINANCIÈRES

16 mai 2022

Impacts du conflit ukrainien sur les rapports financiers semestriels : l'AMF et l'ESMA soulignent certains points de vigilance en vue des clôtures semestrielles



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