

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

06 juillet 2021

Souscription en ligne : les bonnes et les mauvaises pratiques observées par l'AMF

L'Autorité des marchés financiers (AMF) publie la synthèse des résultats d'une nouvelle campagne de tests consommateurs portant sur la souscription de services et d'instruments financiers sur Internet. Si le digital permet de mettre à disposition des épargnants des outils d'aide en ligne et des guides pédagogiques, l'étude montre que les informations précontractuelles sont souvent dispersées et peu accessibles, tandis que celles sur les frais ne sont pas toujours suffisamment détaillées.

L'AMF mène depuis 2010 des visites mystère en agences bancaires afin de constater sur le terrain les pratiques de commercialisation des établissements et, depuis 2014, sur Internet afin d'observer les parcours clients du point de vue de l'épargnant. L'objectif de cette nouvelle campagne, réalisée au dernier trimestre 2020 par l'institut Ifop, était d'examiner si l'information fournie par les établissements permettait de favoriser le consentement éclairé du client, comme le prévoit la réglementation en vigueur, en particulier la directive européenne sur les marchés d'instruments financiers (MIF2), entrée en application en 2018.

Les testeurs devaient ouvrir un compte-titres et souscrire trois instruments financiers, un fonds investi en actions européennes, une action au travers du Service de règlement différé (SRD) et une part de société civile de placement immobilier (SCPI), auprès d'un échantillon diversifié de 11 acteurs (banques de réseau ou en ligne, plateformes spécialisées).

Cette étude qualitative a fait ressortir certaines bonnes pratiques permettant d'éclairer la décision d'investissement du client telles que :

- la possibilité de joindre, tout au long du parcours, un conseiller, par téléphone ou par chat, pour obtenir un complément d'information ;
- la mise à disposition de guides pédagogiques, expliquant la nature de l'instrument concerné, son fonctionnement et ses risques, de manière claire, exacte et non trompeuse.

Les principales mauvaises pratiques constatées lors de ce test consommateurs sont les suivantes :

- sur la page d'accueil des sites, les indications sur les avantages d'un produit sont généralement davantage visibles que les risques inhérents, souvent peu lisibles, en bas de page et dans une taille de police inférieure ;
- les informations précontractuelles sont souvent dispersées en plusieurs pages des sites ou documents et la rapidité du parcours, parfois contrainte, ne favorise pas leur lecture détaillée ;
- les frais et les coûts des produits ou des services ne sont pas toujours présentés de façon claire et précise ;
- le questionnaire d'évaluation des connaissances et de l'expérience du client est banalisé sous forme de « quiz » et certains éléments influencent les réponses.

À propos de l'AMF

Autorité publique indépendante, l'AMF est chargée de veiller à la protection de l'épargne investie en produits financiers, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés. Visitez notre site : <https://www.amf-france.org>. URL = [https://www.amf-france.org]

CONTACT PRESSE

— Direction de la communication

+33 (0)1 53 45 60 28

En savoir plus

- Synthèse des tests consommateurs « parcours digitaux » conduits sous MIF2
- Lettre de l'Observatoire de l'épargne de l'AMF - N°43 - Juillet 2021

Mots clés

BIEN INVESTIR

SUR LE MÊME THÈME

 S'abonner à nos alertes et flux RSS

ARTICLE

PLACEMENTS COLLECTIFS

10 mai 2022

Comprendre les principaux risques des fonds



LETTRE EPARGNE INFO SERVICE

ACTIONS

06 mai 2022

Lettre Epargne Info Service n°30 - Mai 2022



ARTICLE

MES PROJETS

28 avril 2022

Bien épargner pour préparer sa retraite



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