



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

06 mars 2023

Visites mystère en agences : des progrès accomplis dans le questionnement du client mais des améliorations nécessaires dans l'information fournie

Réalisée pour la première fois dans le cadre d'un exercice européen coordonné par l'ESMA, la nouvelle campagne de visites mystère réalisée par l'Autorité des marchés financiers (AMF) montre que les établissements effectuent une analyse plus approfondie de la situation des futurs clients que lors de la précédente vague. Cependant, des efforts significatifs restent à fournir dans la présentation des frais des produits et la remise du rapport d'adéquation du conseil.

L'AMF mène depuis 2010 des campagnes de visites mystère, en agences ou en ligne, afin d'observer les pratiques commerciales de marché, du point de vue de l'épargnant, et la bonne application des textes réglementaires, issus de la directive sur les marchés d'instruments financiers (MIF 2). Ces visites sont réalisées par un institut spécialisé, à partir d'un scénario défini par l'AMF, et ne correspondent pas à un exercice de contrôle mais constituent un outil précieux de veille des pratiques commerciales. L'exercice coordonné par l'Autorité européenne des marchés financiers (ESMA), auquel dix autres régulateurs ont participé, a porté plus spécifiquement sur les coûts et charges des produits financiers.

Dans le cadre de cette campagne, menée entre juin et octobre 2022, quelque 210 visites mystère ont eu lieu auprès des 11 grandes banques de réseau selon les deux profils types déjà utilisés dans les précédentes vagues : un épargnant « risquophile », aux revenus

relativement élevés et prêt à prendre des risques, et un épargnant « risquophobe », aux revenus un peu moins élevés et moins ouvert au risque. Dans les deux cas, le visiteur mystère, d'une quarantaine d'années, venait chercher un conseil en investissement à la suite d'une donation pouvant aller jusqu'à 50 000 euros, dans le but de valoriser son épargne dans un horizon à dix ans, pour préparer la retraite.

La réglementation MIF 2 impose aux prestataires de services d'investissement de recueillir des informations auprès de leurs clients concernant leurs connaissances et expérience, leur situation financière, leur capacité à subir des pertes, leurs objectifs d'investissement et leur tolérance au risque. Depuis août 2022, les prestataires ont aussi l'obligation de collecter leurs préférences en matière d'investissement durable, de manière à pouvoir leur conseiller des services et instruments financiers adaptés.

Les principaux constats issus de cette campagne

- La majorité des établissements visités ont dans l'ensemble amélioré la prise en compte des obligations MIF 2 sur le questionnement du client, en particulier sur la situation financière de celui-ci et sa capacité à supporter des pertes ;
- En dépit d'une progression, les connaissances et expérience sont insuffisamment questionnées (environ 6 cas sur 10) ;
- La question sur la tolérance au risque n'est posée qu'une fois sur deux ;
- La communication sur les avantages et les inconvénients des produits et enveloppes n'est toujours pas équilibrée ;
- L'information sur les frais n'est présentée que dans un peu plus d'un cas sur deux et demeure souvent parcellaire ;
- Le rapport d'adéquation que le conseiller doit remettre systématiquement à l'épargnant n'a été fourni que dans 8 % des cas aux « risquophiles » et 11 % aux « risquophobes » ;
- Les préférences en matière de durabilité ont commencé à être évoquées, de manière assez générale, étant précisé que l'obligation de questions dans ce domaine est entrée en vigueur au cours de la campagne.

Même si des améliorations ont été constatées, ces pratiques parfois non conformes à la réglementation sont problématiques. Les établissements doivent y remédier. Les résultats de ces visites mystère seront restitués en réunions bilatérales avec les différents établissements visités et auprès des associations professionnelles du secteur dans les prochaines semaines.

A 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

- Résultats des campagnes de visites mystère "risquophobe" et "risquophile" 2022 - février 2023
- Lettre de l'Observatoire de l'épargne de l'AMF - N°51 - Mars 2023
- Résultats des deux campagnes de visites mystère "risquophobe" et "risquophile" conduites sous MIF 2 - septembre 2019

Mots clés

SUPERVISION

SUR LE MÊME THÈME

 S'abonner à nos alertes et flux RSS



LETTRE DE L'OBSERVATOIRE

COMMERCIALISATION

06 mars 2023

Lettre de
l'Observatoire de
l'épargne de l'AMF -
N°51- Mars 2023



RAPPORT / ÉTUDE MIF

06 mars 2023

Résultats des
campagnes de visites
mystère
"risquophobe" et
"risquophile" 2022



RAPPORT ANNUEL STRATÉGIE

09 janvier 2023

Priorités de
supervision 2023 de
l'Autorité des marchés
financiers



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