

AVRIL 2021

La commercialisation de produits financiers aux personnes âgées vulnérables

SYNTHÈSE DES ATELIERS DU GROUPE DE TRAVAIL DE PLACE

AUTORITÉ DE CONTRÔLE PRUDENTIEL ET DE RÉOLUTION
AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

Table des matières

<u>LA CONCEPTION DES PRODUITS</u>	5
<u>Contexte et enjeux</u>	5
<u>Restitution des échanges</u>	6
<u>LES STRATEGIES DE DISTRIBUTION</u>	10
<u>Contexte et enjeux</u>	10
<u>Restitution des échanges</u>	12
<u>L'INFORMATION ET LE CONSEIL DELIVRES AU CLIENT</u>	20
<u>Contexte et enjeux</u>	20
<u>Restitution des échanges</u>	22
<u>L'ACCOMPAGNEMENT ET LA FORMATION DES RESEAUX DE VENTE</u>	28
<u>Contexte et enjeux</u>	28
<u>Restitution des échanges</u>	29
<u>LES POLITIQUES DE CONFORMITE</u>	38
<u>Contexte et enjeux</u>	38
<u>Restitution des échanges</u>	40
<u>CONCLUSION</u>	45
<u>Annexes</u>	46

À la suite de la consultation publique sur le document « Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes : comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées dans le cadre de la relation-client »¹ menée courant 2019, l'ACPR et l'AMF ont souhaité approfondir les échanges avec la Place sur la commercialisation de produits financiers auprès des personnes âgées vulnérables, en lançant un groupe de Place, et au sein de celui-ci des ateliers de travail, ainsi que des consultations d'instances ou autorités sur certains sujets soulevés par les participants au cours des discussions (Conseil supérieur du notariat, Commission nationale de l'informatique et des libertés - CNIL, Défenseur des droits). Les ateliers ont réuni une trentaine de personnes, issues de fédérations et associations professionnelles du monde financier, de banques, d'entreprises d'assurance, d'intermédiaires financiers, d'associations de protection des consommateurs, d'associations et fondations investies sur les thématiques du vieillissement et d'institutions publiques (Chancellerie, Comité consultatif du secteur financier - CCSF).

L'ACPR et l'AMF tiennent à remercier très chaleureusement l'ensemble des participants pour leur mobilisation et la richesse de leurs contributions à ces travaux.

Ce document présente les synthèses des cinq ateliers thématiques du groupe de travail de Place relatif à la commercialisation des produits financiers aux personnes âgées vulnérables, organisés par l'ACPR et l'AMF, qui se sont tenus entre novembre 2019 et février 2020. Ces ateliers étaient précédés d'un questionnaire adressé à chaque partie prenante et dont les réponses consolidées étaient présentées au cours de chaque réunion pour nourrir les échanges. Ainsi, chaque atelier était construit selon une trame permettant :

- Un rappel du contexte réglementaire ;
- Un échange autour des enjeux opérationnels auxquels sont confrontés les acteurs financiers lors de la commercialisation de produits financiers aux clients âgés vulnérables, tels que révélés dans les réponses aux questionnaires ;
- Lorsque cela était possible, l'identification de pistes de réflexion qui, selon certains membres du groupe de travail, pourraient être mises en avant.

Ce document restitue donc, pour chaque atelier, ces éléments. Ils sont complétés dans ce rapport par des encadrés :

- Sur des questions précises, rédigés par certains contributeurs issus du groupe de Place, ou de professions ou institutions ayant un intérêt au sujet (encadrés de couleur verte) ;
- Sur des éclairages internationaux, identifiés dans la documentation mise à disposition par les autorités de supervision ou des fédérations professionnelles étrangères (encadrés de couleur rose). Ces encadrés présentent des pratiques ou initiatives internationales de manière neutre, sur la légitimité ou la pertinence desquelles l'ACPR et l'AMF ne se prononcent pas ;

¹ <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/consultations-publiques/commercialisation-de-produits-financiers-aux-personnes-agees-vulnerables-le-pole-commun-amf-acpr>

- Rédigés par l'ACPR et l'AMF à partir de sources externes (encadrés de couleur grise) ;
- Rédigés par l'ACPR et l'AMF à partir d'informations recueillies via les questionnaires de Place précités ou lors des différents entretiens avec les parties prenantes rencontrées depuis le début des travaux en 2018 (encadrés de couleur jaune).

Ces encadrés sont aisément identifiables et distincts pour respecter leur vocation d'éclairage du sujet.

Ce rapport n'a pas de vocation normative, mais donne aux parties prenantes engagées dans la réflexion une matière nourrie pour approfondir encore, collectivement ou individuellement, la manière dont peuvent être pris en compte dans les pratiques des établissements financiers, les impacts de la transition démographique. Il rassemble des manières de faire, des angles de vues, des pistes de réflexions articulés autour du respect de la volonté et des préférences des seniors vulnérables le plus longtemps possible, d'un souci de leur protection en recherchant la primauté de leurs intérêts et enfin de la nécessaire sécurisation des conseillers et des établissements qui doivent faire face à une double contrainte de recueil d'un consentement éclairé et de non immixtion dans les affaires du client.

L'ensemble des échanges se sont inscrits dans le cadre juridique qui est celui des établissements financiers (la directive sur la distribution d'assurance - DDA² - et la directive concernant les marchés financiers -MIF2³), dans le respect de la non-discrimination des personnes, et dans la reconnaissance de la diversité des situations de vulnérabilité.

² Directive (UE) 2016/97.

³ Directive 2014/65/UE.

LA CONCEPTION DES PRODUITS

Le premier atelier du groupe de travail de Place a porté sur la conception des produits qui entrent dans le champ d'action du Pôle commun de l'ACPR et de l'AMF, à savoir l'assurance vie et les instruments financiers, et sur la possibilité de mieux prendre en compte les intérêts de la clientèle âgée vulnérable dès cette phase, dans le cadre réglementaire applicable.

Contexte et enjeux

Les exigences de gouvernance et de surveillance des produits jouent un rôle clé dans la protection des clients du secteur financier, puisqu'elles imposent que les produits répondent aux besoins d'un marché cible particulier et permettent ainsi de réduire les cas de commercialisation inadéquate. Ces exigences sont précisées dans deux textes socles du secteur de l'assurance et des marchés financiers : DDA et MIF2.

Dans ce cadre, les concepteurs de produits d'assurance et les producteurs d'instruments financiers doivent déterminer, durant le processus de validation de chaque produit préalablement à sa commercialisation, un marché cible, c'est-à-dire la description d'un « groupe de clients partageant des caractéristiques communes à un niveau abstrait et généralisé » afin « d'adapter les particularités du produit aux besoins, caractéristiques et objectifs de ce groupe de clients »⁴.

Le marché cible doit donc être défini avec un niveau de granularité suffisant, compte tenu des caractéristiques, du profil de risque, de la complexité et de la nature du produit.

Avant de les introduire sur le marché, les concepteurs de produits d'assurance ainsi que les producteurs d'instruments financiers doivent effectuer des tests appropriés de leurs produits et instruments afin d'évaluer s'ils correspondent aux besoins, objectifs et caractéristiques du marché cible⁵. Puis, une fois commercialisés, les produits et instruments doivent faire l'objet d'un suivi et d'un réexamen, et ce pendant toute leur durée de vie, visant notamment à évaluer s'ils demeurent en adéquation avec les besoins, caractéristiques et objectifs du marché cible initialement défini.

Il appartient en outre aux distributeurs d'instruments financiers de déterminer un marché cible réel, fondé sur la connaissance plus précise de sa propre clientèle, en cohérence avec le marché cible défini par le producteur⁶.

⁴ Considérant n°5 du règlement délégué (UE) 2017/2358 complétant la DDA en ce qui concerne les exigences de surveillance et de gouvernance des produits applicables aux entreprises d'assurance et aux distributeurs de produits d'assurance (voir également en ce sens l'article 5 de ce règlement).

Considérant n°71 et article 24 de la directive MIF2.

⁵ Article 6 du règlement (UE) 2017/2358 susvisé et article 9 directive déléguée (UE) 2017/593 complétant la directive MIF2 en ce qui concerne la sauvegarde des instruments financiers et des fonds des clients, les obligations applicables en matière de gouvernance des produits et les règles régissant l'octroi ou la perception de droits, de commissions ou de tout autre avantage pécuniaire ou non pécuniaire.

⁶ Orientations de l'ESMA 35-43-620 sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MIF2 : « Le distributeur doit définir le marché cible réel, en prenant en compte les limites du marché cible potentiel fixées par le producteur. (...) Lorsqu'il affine le marché cible du producteur, le distributeur ne devrait pas dévier des décisions fondamentales adoptées par celui-ci ».

S'agissant des instruments financiers, il est attendu que les producteurs et les distributeurs se fondent, pour définir le marché cible, sur cinq critères cumulatifs figurant dans les orientations de l'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF ou ESMA) du 5 février 2018⁷ :

- La catégorie de clients ciblés par le produit (en particulier, s'il s'agit de clients de détail, de clients professionnels et/ou de contreparties éligibles) ;
- Les connaissances et l'expérience financières des clients ;
- La situation financière des clients et notamment leur capacité à subir des pertes ;
- La tolérance au risque des clients ;
- Les objectifs et les besoins des clients.

La pertinence de chaque critère doit être analysée en tenant compte de la relation entre les différents critères, étant donné qu'ils contribuent ensemble à la définition du marché cible pour un produit spécifique.

Les producteurs et les distributeurs d'instruments financiers doivent utiliser les mêmes critères afin de définir le marché cible négatif, c'est-à-dire un groupe de clients dont les besoins, caractéristiques et objectifs sont incompatibles avec le produit. S'agissant du critère relatif aux besoins et aux objectifs des clients, les orientations de l'ESMA prévoient qu'un produit peut « être conçu pour répondre aux besoins d'un groupe de clients d'un âge particulier »⁸. En effet, l'âge d'un client peut avoir un impact sur ses objectifs et besoins, et un produit spécifique pourrait ne pas convenir à un groupe d'âge particulier, notamment du fait de l'horizon de placement recommandé.

En matière d'assurance, une série de questions/réponses de l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (AEAPP ou EIOPA) de juillet 2018⁹, venant préciser la manière dont il faut interpréter et appliquer la DDA, précise que la « description du marché cible pourrait inclure la catégorie d'âge des clients ». L'âge du client pourrait donc constituer un critère, parmi d'autres, à prendre en compte lors de la définition du marché cible, dans le strict respect de l'obligation de non-discrimination liée à l'âge. À cet égard, un marché cible négatif ne saurait être défini par la seule fixation d'un âge limite qui exclurait de manière systématique les personnes atteignant ou dépassant cet âge.

Restitution des échanges

Les textes d'application de la réglementation européenne n'excluent pas la possibilité de prendre en compte l'âge dans la définition du marché cible, tout en tenant compte des autres critères pertinents.

⁷ Orientations de l'ESMA 35-43-620 sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MIF2, notamment paragraphe 18(e).

⁸ Orientations de l'ESMA 35-43-620 sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MIF2, notamment paragraphe 18(e).

⁹ Question 1612 des archives de questions/réponses (Q&A) de l'EIOPA : *“The level of granularity of the target market and the criteria used to define the target market and determine the appropriate distribution strategy should be relevant for the product and should make it possible to assess which customers fall within the target market in light of their needs, characteristics and objectives (...). In particular for IBIPs [Insurance-based investment products], the description of the target market could include the age (category) of the customers belonging to target market, the personal household and dependents situation of the customers belonging to the target market, the occupational situation and the relevant occupational pension and insurance scheme of the customers belonging the target market, the level of risk tolerance of the customers belonging the target market, the financial situation of the customers belonging the target market, the financial and non-financial objectives and investment horizon of the customers belonging to the target market.”*

S'agissant de la commercialisation de produits financiers aux clients âgés, les enjeux relatifs à la conception des produits sont apparus, lors de l'atelier, liés à deux sujets principaux : celui de la conception de produits destinés aux seniors d'une part, celui des limitations ou interdictions de commercialisation à partir d'un certain âge, d'autre part.

a) Les produits financiers ou d'assurance vie plus spécialement conçus pour les personnes âgées ne sont pas à ce jour une pratique courante

A la lumière des réponses au questionnaire et du suivi des offres disponibles sur le marché, et sans qu'il ait été fait une revue exhaustive des offres, il apparaît que peu d'établissements conçoivent des produits d'investissement financier spécifiquement destinés aux seniors. Certains produits ont été cités mais ils sont vendus aussi bien aux clients âgés qu'aux clients moins âgés.

Ces produits ou leurs spécificités illustrent certains objectifs et besoins principaux communément admis comme étant ceux de la clientèle âgée et susceptibles d'évoluer selon les différentes périodes de la séniorité : bénéficier d'un complément de revenus, faire face à des dépenses imprévues, notamment de santé, protéger ses proches par la constitution d'un capital, transmettre son patrimoine dans des conditions fiscales favorables, ou préparer sa dépendance¹⁰.

Il est cependant observé que les publicités financières, notamment au travers des images retenues, s'adressent dans ce cas précis à une population senior.

Si les personnes âgées partagent des objectifs qui peuvent être communs, liés aux différentes périodes de leur séniorité, leurs besoins et souhaits en matière de placement et d'investissement sont toutefois divers et dépendent notamment de leur situation financière et familiale, de leurs connaissances et expériences financières, de leur tolérance au risque et de leur capacité à supporter les pertes. Ainsi, par exemple un produit ou instrument conciliant liquidité et sécurité ne conviendra pas à tous les clients d'un âge avancé.

Les membres du groupe de travail ont constaté que les règles de gouvernance produit associées aux règles relatives au conseil sont des socles fondamentaux de la protection des clients¹¹.

b) Les limitations de commercialisation en fonction de l'âge : discussion relative au risque de discrimination

Les limitations de commercialisation en fonction de l'âge, pour certains produits ou instruments, sont des pratiques qui existent déjà sur le marché. En 2018, l'ACPR et l'AMF ont rencontré un échantillon d'établissements de crédit et d'entreprises d'assurance afin d'en savoir plus sur les dispositifs existants pour gérer et protéger les clients les plus âgés. Durant les entretiens, un certain nombre de professionnels ont indiqué avoir fait le choix de limiter les recommandations d'investissement sur certains produits ou instruments jugés complexes ou risqués comme les produits structurés (par

¹⁰ Baromètre AMF de l'épargne et de l'investissement (novembre 2019).

¹¹ En assurance vie (DDA) et pour le service de conseil en investissement (MIF2).

exemple les EMTN structurés¹²), les parts de fonds d'investissement alternatifs (FIA)¹³, ou encore les opérations sur biens divers¹⁴.

Exemple de limitation de commercialisation liée à l'âge et aux caractéristiques du produit

Un des établissements rencontrés par les autorités en 2018 prévoyait, pour les affaires nouvelles en assurance vie ou les contrats de capitalisation avec des clients âgés de plus de 85 ans, les limitations suivantes :

- De 85 à 89 ans, le taux d'unités de compte maximum est fixé à 30 % (hors offre 100 % euros) ;
- De 90 à 94 ans, la seule offre possible en souscription est la solution 100 % fonds euros ;
- Enfin, à compter de 95 ans, seule la souscription 100 % fonds euros sur un contrat de capitalisation est possible.

Les établissements concernés expliquent ces limitations de commercialisation par une logique de désensibilisation au risque avec l'avancée en âge. L'âge étant un indicateur d'horizon d'investissement, elles visent à sécuriser les avoirs du client.

Cependant, certains des participants au groupe de place estiment que ces pratiques seraient susceptibles d'induire un risque de discrimination.

Ces pratiques pourraient suggérer d'une part que l'ensemble des clients situés au-dessus de cet âge-seuil se trouverait dans une situation similaire et ne permettraient ainsi pas de tenir compte de la diversité des profils et des situations des clients âgés. D'autre part, elles créent une difficulté tenant à la fixation d'un « seuil », fonction de l'âge, à partir duquel une personne devrait être considérée comme exclue de la population susceptible de souscrire un produit donné, suggérant ainsi que l'âge seul serait un indicateur fiable des capacités d'une personne.

Les participants au groupe de travail estiment majoritairement que le marché cible devra être déterminé en tenant compte des différents critères qui contribuent à sa définition, telles que la situation financière des clients, y compris leur capacité à subir les pertes et leur tolérance au risque, mais aussi de leurs objectifs généraux et de leurs horizons de placement afférents (un objectif de transmission se présentera à ce titre différemment d'un objectif d'épargne de précaution). Pour cette raison, le distributeur veille à personnaliser le conseil délivré pour répondre aux besoins individuels de ses clients et à le documenter de manière précise.

¹² Les euro medium term notes (EMTN) structurés résultent de la combinaison de l'émission d'un EMTN, titre de créance à maturité intermédiaire, et d'un produit structuré.

¹³ Tels que définis par les dispositions de l'article 4 de la directive 2011/61/UE sur les gestionnaires de fonds d'investissement alternatifs (AIFM), les FIA sont des organismes de placement collectif qui (i) lèvent des capitaux auprès d'un certain nombre d'investisseurs en vue de les investir, conformément à une politique d'investissement définie, dans l'intérêt de ces investisseurs; et (ii) ne sont pas soumis à agrément au titre de l'article 5 de la directive 2009/65/CE (OPCVM). Les FIA regroupent la plupart des organismes de placement collectif qui ne sont pas des OPCVM.

¹⁴ Tel que définis par les articles L.550-1 et suivants du code monétaire et financier, est un intermédiaire en biens divers toute personne qui toute personne qui propose à un ou plusieurs clients ou clients potentiels d'acquérir des droits sur un ou plusieurs biens en mettant en avant la possibilité d'un rendement financier direct ou indirect, ou ayant un effet économique similaire.

La procédure d'examen systématique lors de la souscription à partir de 85 ans

La Fédération française de l'assurance (FFA), dans son **Recueil des engagements à caractère déontologique des entreprises d'assurance** membres de la FFA de mars 2019¹⁵ indique : « *Il faut écarter les souscriptions à des âges très élevés dans des conditions qui laissent envisager un risque sensible de contestations ultérieures. L'entreprise d'assurance doit mettre en place une procédure d'examen systématique pour les demandes de souscription au-delà d'un certain âge et, en tout état de cause, à partir de 85 ans, afin de vérifier l'opportunité, pour le souscripteur, de l'opération d'assurance vie envisagée.* »

Sur le modèle de la FFA explicité ci-dessus, l'idée d'introduire, en tant que politique interne, une ou des échéances clés, autour desquelles les établissements jugeraient utile de renforcer leur vigilance, est considéré par un certain nombre de participants comme une piste adéquate pour prévenir la commercialisation de produits ou instruments potentiellement inadaptés aux clients âgés, sans pour autant impliquer une interdiction automatique de commercialisation.

¹⁵ <https://www.ffa-assurance.fr/la-federation/publications/deontologie/recueil-des-engagements-caractere-deontologique-des>

LES STRATEGIES DE DISTRIBUTION

Le deuxième atelier du groupe de travail de Place a porté sur les stratégies de distribution des produits à une clientèle âgée vulnérable. Les discussions se sont notamment articulées autour de la question des canaux de distribution et de communication les plus adaptés à ces clients, dans un contexte de digitalisation accrue des relations avec la clientèle.

Contexte et enjeux

Les directives DDA et MIF2 précitées prévoient des obligations de gouvernance des produits garantissant la mise en œuvre de stratégies de distribution compatibles avec le marché cible défini. Les concepteurs de produits d'assurance et les producteurs d'instruments financiers doivent communiquer aux distributeurs de ces produits et instruments toutes les informations nécessaires pour leur permettre de comprendre et d'identifier le marché cible et de déterminer une stratégie de distribution compatible avec ce marché cible. S'agissant des produits d'assurance, les distributeurs qui constatent qu'un produit d'assurance n'est pas en adéquation avec les intérêts, objectifs et caractéristiques du marché cible défini par le concepteur, ou qui constatent d'autres circonstances relatives au produit susceptibles d'avoir des répercussions défavorables pour le client, doivent en informer rapidement le concepteur et modifier au besoin leur stratégie de distribution pour ce produit d'assurance¹⁶. S'agissant des instruments financiers, les distributeurs sont tenus d'ajuster les marchés cibles théoriques déterminés par les concepteurs des instruments à la réalité de leurs clientèle et de définir une stratégie de distribution compatible avec le marché cible réel ainsi déterminé, sans toutefois dévier des fondamentaux établis par le concepteur ou producteur¹⁷.

Des règles européennes relatives à la vente à distance de services financiers, à la restriction de commercialisation ou de distribution de services et instruments financiers¹⁸ ainsi que des règles nationales, relatives notamment au démarchage¹⁹ mais aussi à la publicité²⁰, complètent ce cadre légal et réglementaire, notamment pour prendre en compte les enjeux liés au choix du canal de distribution à une époque où les souscriptions ou arbitrages à distance (au téléphone ou en ligne) ont tendance à se substituer aux rendez-vous classiques en agence, indépendamment de la clientèle visée.

Vente à distance de services financiers et démarchage

La directive 2002/65/CE sur la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs est l'un des textes fondateurs en matière de vente à distance. Notamment transposée aux articles L. 121-20-8 et suivants et L. 222-1 et suivants du code de la consommation, elle a pour objet de fixer les règles applicables aux contrats conclus à distance entre un professionnel et un consommateur et portant sur un service financier. D'harmonisation maximale, elle encadre l'information précontractuelle et contractuelle, le droit de rétractation du consommateur et les diligences à effectuer avant de vendre un service financier à un client (s'enquérir de sa situation

¹⁶ Article 11 du règlement délégué 2017/2358.

¹⁷ Paragraphe 49 des orientations ESMA susvisées: « *Le distributeur devrait tenir compte de la stratégie de distribution définie par le producteur et l'examiner d'un œil critique* ».

¹⁸ Pouvoirs d'intervention de l'ESMA ; article 40 du règlement n° 600/2014 du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers (MiFIR), an de faire face aux risques que présentent certains produits spéculatifs pour les investisseurs.

¹⁹ Articles L. 341-1 à L. 343-2 code monétaire et financier.

²⁰ Notamment, articles L. 533-12 et L. 533-12-7 du code monétaire et financier.

financière, de ses objectifs en matière de placement et de son expérience, par exemple). Elle fait actuellement l'objet d'une procédure de révision par la Commission²¹.

A ces dispositions générales s'ajoutent, côté assurance, les dispositions de l'article L. 112-2-1, notamment III et IV, du code des assurances, renvoyant tout particulièrement aux dispositions des articles L. 132-5-1 du même code, qui précisent les informations à fournir au consommateur avant la conclusion du contrat à distance.

Cette digitalisation des processus financiers s'accompagne inévitablement d'une dématérialisation des relations contractuelles. À ce titre, l'ordonnance du 4 octobre 2017²² a pour objectif de privilégier les supports numériques et les outils de dématérialisation, afin d'améliorer, de faciliter et de fluidifier les échanges entre les organismes du secteur financier et leurs clients (sauf opposition du client). En application des dispositions de cette ordonnance (désormais des articles L. 111-10 du code des assurances et L. 311-8 du code monétaire et financier), le professionnel doit, dans tous les cas, informer le client de manière claire et précise sur le mode de communication dématérialisé et sur la possibilité dont il dispose de revenir à tout moment sans frais à un support papier, sauf si le service fourni revêt un caractère exclusivement électronique.

Du côté des instruments financiers, il y a démarchage financier lorsqu'un professionnel contacte une personne, sans sollicitation de sa part, pour lui proposer la réalisation d'opérations financières ou la fourniture de services relatifs à ces opérations. La prise de contact peut avoir lieu au domicile, sur le lieu de travail ou dans tout endroit dont la vocation première n'est pas la commercialisation de produits, instruments et services financiers. Il est également possible d'être démarché à distance par courrier, e-mail ou téléphone. Les actes de démarchage constituent une prise de contact non-sollicitée, à l'initiative du professionnel²³.

Les dispositions des articles L. 341-1 du code monétaire et financier définissent les personnes habilitées à procéder au démarchage, les produits pouvant faire l'objet de démarchage, ainsi que les règles de bonne conduite. Les produits dont le risque maximum n'est pas connu au moment de la souscription ou pour lesquels le risque de perte est supérieur au montant de l'apport financier initial ne peuvent faire l'objet de démarchage.

²¹ À noter : En application des dispositions de l'article 23, paragraphe 7, de DDA, « en cas de vente par téléphone, les informations préalables fournies au client par le distributeur de produits d'assurance avant la conclusion du contrat, y compris le document d'information sur le produit d'assurance, sont fournies en conformité avec les règles de l'Union applicables à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs. En outre, même si le client a choisi d'obtenir les informations préalables sur un support durable autre que le papier conformément au paragraphe 4, elles sont fournies au client par le distributeur de produits d'assurance conformément au paragraphe 1 ou 2 immédiatement après la conclusion du contrat d'assurance ».

²² Ordonnance n° 2017-1433 du 4 octobre 2017 relative à la dématérialisation des relations contractuelles dans le secteur financier.

²³ Article L. 341-1 du code monétaire et financier.

Du côté des produits d'assurance²⁴, le Comité consultatif du secteur financier (CCSF) a publié en 2019 un avis sur le démarchage téléphonique en assurance non vie²⁵ (hors périmètre de la présente étude), qui vise à corriger les pratiques parfois abusives des professionnels, en prévoyant notamment, pour les appels non sollicités auprès de prospects, la fin de la vente « en un temps » et la généralisation du recueil d'un consentement écrit. Des évolutions législatives sont examinées par l'Assemblée nationale et le Sénat en début d'année 2021.

Restitution des échanges

a) Examen des différents canaux de distribution et des mérites de l'approche multicanale

Dans le contexte actuel de mutation technologique du secteur financier, reposant sur une diversification des canaux de distribution et de communication, une dématérialisation croissante des processus et une réduction du nombre d'agences, les établissements financiers développent des stratégies de plus en plus fondées sur le digital. De façon générale, les clientèles sont de plus en plus désireuses de gérer de manière autonome, rapide (instantanéité, fluidité, mobilité...) et informée (comparateurs par exemple) leurs affaires financières. Ces différentes évolutions posent toutefois la question de l'adéquation des différents canaux de distribution aux besoins et spécificités des clients les plus âgés.

Les trois principaux canaux de distribution sont le rendez-vous en agence, l'entretien téléphonique et internet. S'agissant de la commercialisation à des personnes âgées, chaque canal est susceptible de présenter des avantages et des inconvénients, qui ne sont au demeurant pas tous spécifiques à la clientèle âgée mais sont susceptibles d'être amplifiés pour ce qui la concerne. Les membres du groupe de travail ont identifié les éléments suivants :

Canal de distribution	Avantages	Inconvénients / risques
Rendez-vous en agence	<ul style="list-style-type: none"> - Le conseiller connaît son client ; il peut adopter une approche personnalisée et adapter les conditions d'accueil. - Le conseiller peut prendre le temps d'expliquer avec un support papier. - La vérification du consentement est généralement plus efficace en présentiel car elle intègre de la communication non verbale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les personnes âgées peuvent avoir du mal à se déplacer pour aller en agence. - Un grand nombre de clients, qu'ils soient âgés ou non, déclinent les rendez-vous en agence proposés par leur conseiller. - Certains conseillers ne sont pas sensibilisés au suivi de la clientèle âgée. - L'objet de chaque rendez-vous doit être convenu à l'avance, même si le conseiller

²⁴ Les articles L. 221-16 et L. 221-17 du code de la consommation encadrent le démarchage téléphonique et la prospection commerciale.

²⁵ https://www.ccsfin.fr/sites/default/files/medias/documents/ccsf_avis_demarchage_19novembre-2019.pdf

		<p>peut répondre à d'éventuelles demandes supplémentaires de ces clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une certaine flexibilité est nécessaire dans la gestion (annulation ou report) des rendez-vous, y compris de la part du conseiller s'il juge que les conditions ne sont pas réunies pour une prise de décision.
Téléphone	<ul style="list-style-type: none"> - Le téléphone permet de limiter les déplacements. - Les téléphones mobiles permettent de recevoir des SMS. - Le téléphone offre un contact rapide et potentiellement, une réponse immédiate aux demandes d'information. - Le téléphone peut s'avérer utile pour apporter une aide dans l'utilisation des sites internet et/ou la fourniture de pièces justificatives nécessaires dans le cas d'une souscription. 	<ul style="list-style-type: none"> - Des problèmes techniques ou d'audition peuvent créer des difficultés de communication et entraîner une mauvaise compréhension. - Le téléphone limite l'interaction entre le conseiller et le client, ainsi que la communication non-verbale. - L'entretien téléphonique ne permet pas d'appuyer les explications sur de la documentation ou des supports visuels, - l'enregistrement des communications téléphonique assure une traçabilité (contrôles)
Internet	<ul style="list-style-type: none"> - L'ensemble des informations est facilement accessible pour les personnes à l'aise avec les outils numériques. - Souscrire des produits en ligne permet de prendre le temps de la réflexion. - Les solutions en ligne peuvent convenir aux personnes ayant des difficultés à se déplacer. - Pour certains établissements et certains produits, les démarches peuvent être effectuées depuis un ordinateur ou un smartphone, ce qui offre de la souplesse au client. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ce canal requiert d'avoir accès à un équipement informatique et à une connexion internet. - Certaines personnes rencontrent des difficultés dans l'utilisation des outils numériques. - La capacité à gérer correctement la sécurité de ses accès (identifiants et mots de passe par exemple) est nécessaire. Internet est le lieu où les arnaques sont les plus fréquentes, ce qui peut engendrer des risques liés à la sécurité des informations et des données. - L'ergonomie des plateformes n'apparaît pas toujours adaptée à la clientèle âgée. En particulier, les informations précontractuelles peuvent

		<p>ne pas être simples à trouver ou peu lisibles.</p> <p>- La souscription en ligne requiert d'autres moyens d'authentification et de consentement qu'un rendez-vous en face à face.</p>
--	--	--

Si une majorité des participants au groupe de travail estime que, généralement, un entretien en face à face serait plus approprié avec une personne âgée parce qu'il permettrait d'interagir davantage pour s'assurer notamment de la bonne compréhension des informations délivrées, cette solution n'est cependant pas toujours possible à mettre en œuvre, soit parce que le client, du fait d'une mobilité réduite par exemple, n'est pas en mesure de se déplacer en agence, soit en raison de la nature de l'activité de l'établissement (une banque en ligne par exemple ou de son organisation interne).

Aussi, même si les personnes âgées peuvent rencontrer des difficultés avec l'usage des outils numériques, ce canal semble présenter des avantages non négligeables aux yeux des professionnels présents : la souscription digitale permet en effet à un client de prendre connaissance, à son rythme, des informations concernant le produit et des conditions du contrat²⁶. De plus, il est généralement admis que la fracture numérique entre segments de populations (jeunes et moins jeunes) va tendre à se réduire avec le temps. Les nouvelles et les futures générations de seniors seront en effet de plus en plus à l'aise avec les outils numériques parce qu'elles auront vécu plus longtemps avec.

Éclairage : Les seniors et le digital (source : Baromètre du numérique 2019 de l'ARCEP et Observatoire des seniors de l'INSEE)

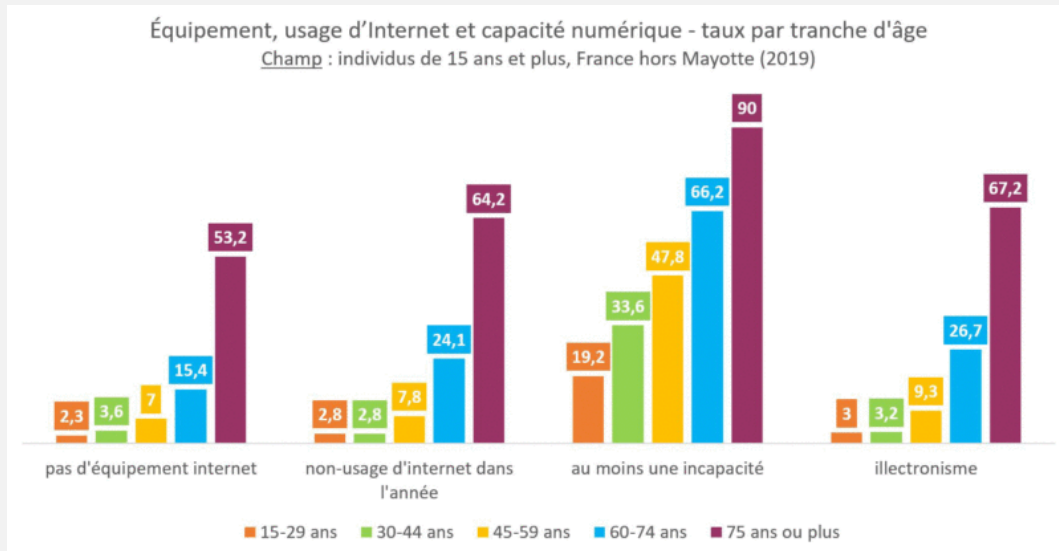
Ces dernières années, l'usage du digital et d'internet s'est fortement accéléré sur toutes les tranches d'âge, résorbant ainsi en partie la fracture numérique due à l'âge. Ce phénomène s'est possiblement renforcé avec la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19.

Le taux des personnes âgées de 75 ans et plus utilisant internet presque tous les jours a augmenté significativement, passant de 5 % en 2009 à 19 % en 2019. Les seniors sont davantage conscients des bénéfices liés à l'utilisation des outils digitaux, notamment celui de pouvoir réaliser des démarches administratives plus facilement sans avoir à se déplacer mais aussi celui de pouvoir maintenir des liens sociaux, familiaux ou amicaux, ce qui permet de réduire le sentiment d'isolement, qui peut être assez présent chez les personnes qui avancent en âge. Les plus âgés se sont également davantage équipés en smartphones et autres outils numériques (tablettes...), la fraction des personnes âgées de 70 ans et plus faisant un usage mobile d'internet étant passée de 17 % en 2016 à 31 % en 2019.²⁷

²⁶ Ce qui est particulièrement utile lorsque l'on sait que le temps nécessaire à la compréhension et à la décision s'accroît généralement avec l'âge.

²⁷ Baromètre du numérique 2019 - Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française en 2019 (https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-barometre-num-2019.pdf).

Néanmoins, une part importante de cette population souffre aujourd’hui encore « d’illectronisme numérique », ou encore « d’illectronisme », que l’INSEE définit comme le fait de ne pas posséder les compétences numériques basiques (envoyer des e-mails, consulter ses comptes bancaires en ligne) ou de ne pas se servir d’internet (du fait d’une incapacité, d’une incompétence ou bien d’une impossibilité matérielle).²⁸



24 % des 70-74 ans, 40 % des 75-79 ans, 49 % des 80-84 ans et 59 % des 85 ans et plus n’utilisent jamais Internet. En dépit des progrès enregistrés récemment, les personnes les plus âgées ne disposent pas toujours d’un équipement informatique, puisqu’en 2019, 15,4 % des 60-74 ans et 53,2 % des 75 ans et plus n’ont aucune possibilité d’accéder à internet depuis leur domicile, quel que soit le type d’appareil (ordinateur, tablette, téléphone portable) et de connexion.²⁹

Au-delà de la question de l’équipement, les seniors sont également, en moyenne, moins « éduqués au digital », puisque 9 personnes de plus de 75 ans sur 10 éprouvent au moins une incapacité numérique. Cette incapacité peut se traduire par des difficultés à rechercher et trouver l’information en ligne, à communiquer et à utiliser un logiciel basique comme le traitement de texte.³⁰

Toutefois, la souscription 100 % digitale soulève des enjeux en matière de recueil du consentement de la personne. En effet, elle ne permet pas de s’assurer que la personne, notamment si elle vulnérable, comprend effectivement ce dans quoi elle s’engage, de savoir si elle subit ou non une pression de son entourage ou si un tiers a usurpé ses identifiants de connexion pour souscrire un produit. De même, si elle peut sembler convenir aux clients âgés à certains égards³¹, la souscription intégralement en ligne peut présenter un risque en accélérant la conclusion du contrat. En effet, les échanges en groupe de travail ont montré combien la notion du temps était, chez certaines personnes, modifiée par le

²⁸ <https://observatoire-des-seniors.com/67-des-75-souffrent-dillelectronisme/>

²⁹ <https://labo.societenumerique.gouv.fr/2019/11/07/autonomie-numerique-des-personnes-agees/>

³⁰ <https://observatoire-des-seniors.com/67-des-75-souffrent-dillelectronisme/>

³¹ Elle est moins fastidieuse qu’une souscription papier, d’autant plus si la personne souffre d’arthrite et qu’il lui est difficile de se déplacer ou de tenir un stylo.

vieillessement et qu'il était nécessaire de laisser le temps de la décision au client âgé vulnérable, sans pour autant dévaloriser sa capacité qui n'est nullement remise en cause³². C'est d'ailleurs une raison pour laquelle certains établissements considèrent que les investissements dans certains produits complexes et/ou risqués ne peuvent être effectués qu'en agence, au moins en partie³³.

Pour les opérations à distance³⁴, certains établissements financiers prévoient déjà des alertes complémentaires à celles définies par la réglementation, par exemple dans le cadre d'un service de réception et transmission d'ordres (RTO), liées au caractère approprié ou non des ordres passés. Ils indiquent utiliser des alertes pour repérer les opérations ou comportements inhabituels, quel que soit l'âge du client.

Quelques exemples de précautions, pouvant permettre de s'assurer du consentement effectif de tous les clients, ont été cités par certains établissements lors de l'atelier :

- Le double clic, le second clic correspondant à une confirmation du client après vérification de sa demande par l'établissement ;
- Des délais bloquants pour s'assurer que le client a bien pris connaissance des documents d'information précontractuelle avant de formuler son consentement ;
- Pour les cas de procuration, afin de tracer les opérations faites par le mandataire, le mandant et le mandataire ont des codes d'accès à la banque à distance différents.

Certains membres du groupe de travail estiment toutefois que certaines de ces pratiques peuvent *a contrario* pénaliser les clients en étant contraires à la fluidité et à la rapidité attendues de l'établissement financier (risque en cas d'écart de cours sur les marchés financiers par exemple). En outre, ils estiment que le parcours client risquerait d'être alourdi, le client renonçant ainsi à souscrire ou se tournant vers un acteur qui n'aurait pas adopté une telle pratique.

Plus généralement, certains établissements estiment que les risques liés à la vente à distance sont, dans certains cas, réduits grâce à une approche multicanale. Cette démarche paraît particulièrement utile en cas de doute sérieux sur la réalité du consentement du client concerné. Dans certaines structures, elle est systématique pour les clients âgés souscrivant des produits risqués. La signature électronique de l'opération s'accompagne, chez certains, d'un entretien téléphonique avec un conseiller pour vérification, en particulier en cas d'anomalies ou de contradictions dans les réponses du client. Certains participants au groupe de travail ont, à cet égard, fait valoir que la systématisation – à toutes les opérations – du contre appel téléphonique impliquerait une organisation lourde et complexe.

L'exemple du contre appel téléphonique remonté par un acteur du marché

³² L'article 414 du code civil consacre le principe de la présomption de capacité de la personne majeure, en ces termes : « *La majorité est fixée à dix-huit ans accomplis ; à cet âge, chacun est capable d'exercer les droits dont il a la jouissance* ».

³³ Sous réserve des obligations liées au devoir de conseil (cf. partie 3 du présent rapport).

³⁴ Un groupe de travail ACPR-AMF sur les parcours digitaux travaille actuellement sur le consentement éclairé dans le cadre de la commercialisation sur internet.

Dans une banque en ligne, en cas d'inadéquation entre le profil du client et sa demande de souscription, en complément de l'avertissement réglementaire prévu dans MIF2³⁵, un contre appel téléphonique permet de s'assurer que la personne a bien compris les produits qu'elle souhaite souscrire (explications et reformulation). Cela concerne en pratique les produits les plus risqués. Ce contre appel devient systématique à partir de 85 ans quelle que soit l'opération sur instruments financiers.

Les participants au groupe de travail s'accordent sur le fait que le choix du canal de distribution doit revenir, *in fine*, au client, en fonction de sa situation et de ses besoins : ainsi, aucun canal n'est à exclure au regard de l'âge du client. Un canal complémentaire peut être proposé par l'établissement pour sécuriser le consentement. Il est rappelé ici que les conversations téléphoniques sont systématiquement enregistrées, ce qui permet de tracer le consentement.

b) Échanges relatifs au déplacement des conseillers au domicile de la clientèle

Sur le plan réglementaire, il n'existe pas pour les banques et les assureurs d'obligation de se déplacer au domicile du client si ce dernier en fait la demande. Néanmoins, certains réseaux ont indiqué déjà proposer ce service, notamment lors de la mise en place d'une procuration, quand le mandant éprouve des difficultés à se déplacer, afin de s'assurer que le mandant et le mandataire comprennent le périmètre de la procuration, les droits et les devoirs de chacun.

Si l'idée de déplacements ponctuels chez des clients existants peut sembler pertinente selon les cas, elle ne peut être mise en œuvre de manière systématique pour de nombreux établissements, soit en raison de l'organisation interne retenue, soit en raison de la nature de leur activité (banque en ligne). Le choix de proposer ou non le service du déplacement à domicile des conseillers relève en effet de la politique commerciale et du maillage territorial des établissements.

De nombreux participants au groupe de travail ont mentionné le fait que les déplacements à domicile devraient être, afin de ne pas favoriser des activités de démarchage prohibées, strictement limités :

- Aux clients existants, à l'exclusion de tout prospect³⁶ ;
- À la demande expresse de ces clients ;
- Pour des arbitrages usuels portant sur des produits déjà détenus ou des opérations ayant fait l'objet d'un rendez-vous préalable.

Ces déplacements à domicile font l'objet, chez certains participants, d'une procédure spécifique permettant d'assurer la traçabilité des échanges (par exemple : courriel, courrier ou entretien téléphonique préalable précisant le cadre de la visite à domicile, compte-rendu complet...).

c) Des moyens de communication digitaux adaptés à tous, et non pas dédiés à la clientèle âgée

³⁵ Articles L. 533-13 du code monétaire et financier et 314-9 et 314-50 du Règlement général de l'AMF.

³⁶ S'agissant des instruments financiers, deux conditions doivent en effet être réunies pour que ce déplacement ne soit pas considéré comme du démarchage : la personne doit déjà être déjà cliente, d'une part, et l'opération proposée ne doit pas être inhabituelle, d'autre part. Article L. 341-2 du code monétaire et financier : « *Les règles concernant le démarchage bancaire ou financier ne s'appliquent pas lorsque la personne visée est déjà cliente de la personne pour le compte de laquelle la prise de contact a lieu, dès lors que l'opération proposée correspond, à raison de ses caractéristiques, des risques ou des montants en cause, à des opérations habituellement réalisées par cette personne* ».

Les établissements financiers privilégient de plus en plus leur site web (site accessible au grand public et espace client) pour publier des informations sur les produits et les contrats. Or, au-delà des problématiques liées à l'usage d'internet évoquées ci-avant, les troubles sensoriels liés à l'âge (baisse de l'acuité visuelle et auditive notamment) sont susceptibles de compliquer l'accès des personnes âgées aux informations et leur bonne compréhension.

Les participants au groupe de travail ont discuté des moyens existants pour mieux adapter l'ergonomie des sites aux troubles visuels ou auditifs de la clientèle : contenus plus didactiques (avec davantage de vidéos, par exemple), loupe numérique, lecture orale d'une page. Ils estiment que ces solutions pourraient être proposées plus systématiquement et de manière plus visible. Sur les espaces client, la mise en lumière du numéro du conseiller constitue, par exemple, une solution facile à mettre en place.

Certains participants indiquent toutefois qu'il convient de veiller à ce que les onglets ou les contenus spécifiquement dédiés aux seniors, que prévoient un nombre croissant de sites d'établissements financiers, ne stigmatisent pas cette clientèle. L'utilisation de ces rubriques dédiées devrait, à leur sens, faire l'objet d'une attention particulière afin que ces dernières ne soient pas perçues négativement par la population ciblée.

Éclairage international : l'accessibilité des sites internet à toutes les clientèles

Au Royaume-Uni, la Alzheimer's Society a élaboré des orientations s'agissant de l'accessibilité des sites internet³⁷, pour les personnes souffrant de « démence »³⁸ ainsi que pour les personnes plus âgées³⁹.

À cet effet, la Alzheimer's society s'appuie, entre autres, sur les travaux du World Wide Web Consortium⁴⁰.

Ainsi, à titre d'exemples, les orientations pour les personnes plus âgées prévoient⁴¹ :

- Face au déclin des facultés visuelles : maximiser la lisibilité des textes essentiels ; simplifier et supprimer les éléments visuels non essentiels ; utiliser les couleurs judicieusement ; positionner le contenu important là où l'utilisateur va commencer à regarder ; minimiser le déroulement vertical et éviter le déroulement horizontal ;
- Face au déclin des facultés de coordination, aider les personnes âgées à interagir : rendre les surfaces cibles suffisamment larges, éviter les double-clics ; laisser les menus ouverts ; minimiser le besoin d'utiliser le clavier ;

³⁷ <https://www.alzheimers.org.uk/about-us/accessibility>

³⁸ <https://www.alzheimers.org.uk/blog/how-design-website-someone-affected-dementia>

³⁹ <https://www.alzheimers.org.uk/blog/how-design-websites-older-people>

⁴⁰ Le World Wide Web Consortium (W3C) est une communauté internationale, administrée d'un commun accord entre le MIT, ERCIM, Keio University et Beihang University dont l'objectif est de mener le World Wide Web à son plein potentiel (<https://www.w3.org/Consortium/facts#org>).

S'agissant plus précisément des travaux du W3C en matière d'accessibilité des sites internet, cf. <https://www.w3.org/standards/webdesign/accessibility> et, plus particulièrement, <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>. Certains établissements financiers (à titre d'exemple HSBC ou LLOYDS, cf. notamment <https://www.hsbc.com/accessibility> ou <https://www.lloydsbank.com/help-guidance/accessing-our-website.html>) font référence à ces standards s'agissant de l'accessibilité de leur site internet. Ainsi, ces établissements ont notamment mis en œuvre les recommandations suivantes : utiliser des couleurs fortement contrastées ; permettre l'agrandissement des textes ; rendre les rubriques lisibles pour les lecteurs d'écrans ; rendre les liens signifiants ; le "cliquez ici" n'est pas utilisé ; lorsque des images sont utilisées, insérer un texte de manière alternative afin que les personnes qui ne peuvent pas voir l'image puissent lire le texte (ce texte alternatif peut être lu par des appareils de lecture d'écran) ; mettre à disposition les applications de mobile banking dans une version agrandie, intégrant des fonctionnalités audio pour les personnes qui ne peuvent pas voir les boutons.

⁴¹ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1lebBTDNot0soI7wMP8txGXJ7OMko0dsrN_FZEK51AqI/edit#gid=0

- Face au déclin des facultés auditives et du langage : s'assurer que le contenu audio est audible, que le débit n'est pas trop rapide ; minimiser les bruits de fond ; ajuster le volume ;
- Face au déclin de la mémoire, de l'attention, des facultés d'apprentissage et de raisonnement : utiliser un style écrit concis et direct ; laisser le temps nécessaire à l'utilisateur ;
- S'agissant des connaissances de l'utilisateur : utiliser un vocabulaire familier ; décrire les différentes étapes suivies grâce à du texte ;
- Aider l'utilisateur à faire des recherches fructueuses en créant un champ de recherche large, visible, en haut de la première page à droite ;
- Susciter la confiance de l'utilisateur en ne demandant que les informations strictement nécessaires.

L'INFORMATION ET LE CONSEIL DELIVRES AU CLIENT

Le troisième atelier du groupe de travail de Place a porté sur la prise en compte des intérêts de la clientèle âgée vulnérable lors de la fourniture d'informations précontractuelles et contractuelles, ainsi que dans le cadre de la délivrance du conseil et de l'évaluation du caractère approprié et de l'adéquation des opérations envisagées. Selon les membres du groupe de travail, la phase de « dé-cumulation »⁴² pourrait concentrer davantage d'enjeux pour la clientèle âgée que celle de souscription d'un produit financier.

Contexte et enjeux

a) Les obligations en matière d'information précontractuelle et contractuelle

Les obligations relatives à l'information précontractuelle et contractuelle du client contribuent à garantir l'intégrité de son consentement et sont définies par des textes européens et nationaux. Les obligations d'information portent notamment sur les caractéristiques des produits, des services, ainsi que sur les coûts et frais liés.

Les obligations d'information se sont renforcées concomitamment à l'entrée en application des directives MIF 2, DDA et du règlement PRIIPs⁴³, qui prévoit en particulier que l'information délivrée au client pour les instruments financiers et l'assurance vie doit être claire, exacte et non trompeuse.

Notamment, afin d'assurer la clarté de l'information et la comparabilité des produits d'investissement packagés par le client, certaines informations précontractuelles doivent désormais être transmises sous une forme normalisée : le « document d'informations clés » (DIC)⁴⁴.

En application des dispositions de l'article L. 132-5-1 du code des assurances, les assureurs doivent fournir au client une note d'information sur les caractéristiques essentielles du contrat, qui peut également prendre la forme d'un encadré en première page de la proposition d'assurance.

S'agissant des instruments et services financiers, les professionnels doivent communiquer en temps utile à leurs clients, notamment leurs clients potentiels, des informations appropriées en ce qui concerne le professionnel et ses services, les instruments financiers et les stratégies d'investissement proposés, les lieux d'exécution et tous les coûts et frais liés. Les informations doivent être fournies sous une forme compréhensible de manière à ce que les clients, notamment les clients potentiels, puissent raisonnablement comprendre la nature du service d'investissement et du type spécifique d'instrument financier proposé ainsi que les risques y afférents, afin que les clients soient en mesure

⁴² La dé-cumulation fait référence à un moment particulier du cycle d'investissement d'un épargnant, qui fait suite à la phase d'accumulation de l'épargne, et qui correspond à la consommation progressive de cette épargne à partir de la retraite.

⁴³ Règlement (UE) no 1286/2014 du Parlement européen et du Conseil du 26 novembre 2014 sur les documents d'informations clés relatifs aux produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance. Des réflexions sont actuellement en cours au niveau européen pour réviser le règlement PRIIPs dans l'optique d'améliorer l'information délivrée à l'investisseur, notamment pour ce qui concerne les fonds d'investissement.

⁴⁴ Le Document d'informations clés est à remettre au client dans le cas de la commercialisation de produits « packagés » tels que les contrats d'assurance vie multi supports et les parts de sociétés civiles de placement immobilier (SCPI). Sa présentation, son contenu et les conditions de sa révision sont prévues par le règlement délégué (UE) 2017/653 complétant le règlement PRIIPs.

de prendre leurs décisions d'investissement en connaissance de cause.⁴⁵ Dans tous les cas, elles doivent présenter un contenu exact, clair et non trompeur.

b) Le conseil et les exigences d'adéquation

Pour la commercialisation d'un contrat d'assurance vie, les distributeurs doivent s'enquérir des exigences et des besoins du client, de sa situation financière, de ses objectifs de souscription, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière. Le recueil de ces informations est un prérequis à l'exercice du devoir de conseil, qui impose au professionnel de proposer à son client un contrat approprié et cohérent avec ses exigences et besoins.⁴⁶ À défaut d'obtenir du client les informations nécessaires à cette évaluation, le distributeur met en garde le client.

En outre, les distributeurs ont également la possibilité de fournir, dans le prolongement de leur obligation de conseil et d'information, un service de recommandation personnalisée⁴⁷. Ce service repose sur une analyse comparative de différentes solutions d'assurance en vue de recommander au client celles qui répondront le mieux à ses exigences et besoins. La fourniture de ce service entraîne une évaluation de l'adéquation du ou des contrats recommandés.

Aux termes de sa recommandation 2013-R-01, l'ACPR recommande notamment, lors du recueil des exigences et besoins du client, d'identifier et de gérer les réponses manifestement incohérentes apportées par le client, en mettant en place des mécanismes d'alerte.

S'agissant des instruments financiers, la fourniture du service d'investissement dit de RTO – réception et transmission d'ordres - est soumise à un test du caractère approprié⁴⁸ : le prestataire recueille des informations sur les connaissances et l'expérience du client afin de déterminer si le service ou l'instrument financier est approprié⁴⁹. Lorsque le client ne communique pas les informations nécessaires ou lorsque les prestataires estiment, sur la base des informations fournies, que le service ou l'instrument ne sont pas adaptés, le prestataire doit mettre en garde le client, préalablement à la fourniture du service.

La fourniture de conseils en investissement ou du service de gestion de portefeuille est soumise à un test d'adéquation au vu des connaissances, de l'expérience, de la situation financière, y compris la capacité à subir des pertes, et des objectifs d'investissement du client, y compris sa tolérance au risque. À l'issue de ce test, si le prestataire estime que le produit est inadapté au profil du client, il doit s'abstenir de commercialiser le produit.

Lorsque le prestataire a informé son client qu'il fournit un service de conseil de manière indépendante, ce conseil repose notamment sur l'évaluation d'une gamme suffisamment large et diversifiée d'instruments financiers quant à leur type et à leurs émetteurs (qui ne soient pas étroitement liés au

⁴⁶ Article L. 522-5-I du code des assurances.

⁴⁷ Article L. 522-5-II du code des assurances.

⁴⁸ Article L. 533-13-II code monétaire et financier.

⁴⁹ Par exception, conformément à l'article L. 533-13-III du code monétaire et financier la fourniture à l'initiative du client des seuls services d'exécution d'ordres ou de réception et transmission d'ordres n'est soumise à aucun test lorsque ces services portent sur des instruments financiers non complexes et que le prestataire a préalablement et clairement informé le client de ce qu'il n'est pas tenu d'évaluer le caractère approprié du service ou de l'instrument financier et que le client ne bénéficie pas de la protection correspondante.

prestataire) et ne donne lieu à aucun versement d'avantage monétaire ou non monétaire au prestataire de la part d'un tiers (hors avantages non monétaires mineurs), sauf à les restituer au client. L'ESMA, dans les orientations concernant certains aspects relatifs aux exigences d'adéquation de la directive MIF2⁵⁰, a donné plusieurs indications sur les exigences d'adéquation relatives à la fourniture de ce service d'investissement, notamment à des clients âgés. En particulier, l'ESMA indique que, pour procéder à l'évaluation de l'adéquation, l'âge devrait être pris en compte car « *il permet essentiellement de garantir une évaluation correcte des objectifs d'investissement, et en particulier du niveau de risque financier que l'investisseur est disposé à prendre, ainsi que de la période de détention/l'horizon d'investissement, qui indiquent la volonté de détenir un placement pendant une certaine période* » et que « *les entreprises devraient également tenir compte de la nature du client lorsqu'elles déterminent les informations devant être recueillies. Par exemple, une analyse plus approfondie sera généralement nécessaire pour des clients potentiellement vulnérables (telles les personnes âgées) ou inexpérimentés qui sollicitent des services de conseil en investissement ou de gestion de portefeuille pour la première fois.* »

Les orientations de l'ESMA⁵¹ précisent par ailleurs que : « *Par souci de clarté, il convient de rappeler aux entreprises que l'évaluation de l'adéquation ne se limite pas aux recommandations d'achat d'un instrument financier. Toute recommandation doit être adéquate, qu'il s'agisse, par exemple, d'un conseil d'achat, de conservation ou de vente* ». Des modifications significatives en termes d'investissement ou de désinvestissement, qu'elles soient ponctuelles ou le fait de multiples opérations de faible montant, ou encore des changements de clauses bénéficiaires pour l'assurance-vie, font déjà l'objet d'une vigilance particulière de la part des établissements.

Restitution des échanges

a) Comment faciliter une bonne compréhension par le client des informations transmises ?

Après la remise de la documentation, sa lecture effective et sa compréhension par le client sont nécessaires pour lui permettre de s'engager en connaissance de cause.

Lorsque cela est permis, des adaptations sont déjà mises en place par certains établissements en matière de taille de police, d'illustrations, de tutoriels, de lexiques et d'aération du texte.

Au-delà du format de la documentation, les échanges du groupe de travail ont montré que le conseiller peut s'appuyer sur divers leviers pour favoriser une bonne compréhension par le client. Par exemple, dans le cas d'une vente en agence, il peut être attentif à l'écoute « active » du client (c'est-à-dire le fait d'écouter tout en reformulant et en posant des questions). Dans le cas d'une vente à distance, certains participants ont suggéré qu'il pourrait être envisagé de ne permettre l'acceptation des conditions générales qu'après l'écoulement d'un certain temps nécessaire à la lecture des informations, ou encore de proposer plus avant des aides en ligne, comme des *chatbots* ou des infobulles.

⁵⁰ ESMA35-43-1163 FR.

⁵¹ https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2015/11/2012-387_fr.pdf

Les études de l'AMF sur la lisibilité des documents transmis au client

Il est nécessaire de concevoir des documents d'informations compréhensibles, attractifs et utilisant un langage courant adapté au plus grand nombre.

Les études réalisées par l'AMF⁵² depuis deux ans montrent que l'objectif de lisibilité des documents d'informations réglementaires n'est pas encore atteint.

La réglementation européenne⁵³ demande aux professionnels de mettre à la disposition des clients une information compréhensible, de façon à leur permettre de comprendre les caractéristiques des produits d'investissement proposés. Elle précise ainsi, s'agissant des placements collectifs, que l'objectif du document d'informations clés est de fournir à l'investisseur une information synthétique qui présente les renseignements essentiels et nécessaires à sa prise de décision. Il doit être présenté et mis en page d'une manière qui en rend la lecture aisée, notamment par l'utilisation de caractères d'une taille suffisante. Il doit être clairement formulé et rédigé dans un langage qui facilite pour l'investisseur la compréhension des informations communiquées, notamment en utilisant un langage clair, succinct et compréhensible, en évitant le jargon et l'emploi de termes techniques.

Pour rendre les documents réglementaires plus lisibles, plus informatifs et plus attractifs, il paraît nécessaire d'appliquer les principes habituels de lisibilité :

- La mise en relief des informations importantes ;
- L'utilisation de phrases courtes à la forme active ;
- Un vocabulaire simple ;
- Une maquette attractive.

b) Préserver dans les meilleures conditions l'autonomie de décision pendant la phase de dé-cumulation

Les personnes les plus âgées font généralement face à de nouveaux besoins (nécessité de disposer d'un complément de revenu à la cessation de la vie professionnelle, dépenses liées à la santé ou l'autonomie, transmission de patrimoine...) qui peuvent les amener à libérer progressivement tout ou partie de leur épargne⁵⁴. Le groupe de travail de Place s'est accordé sur le fait que la plupart des enjeux

⁵²<https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/la-lisibilite-des-documents-dinformation-des-placements-isr-etude-de-linstitut-csa-pour-lamf>

<https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/etude-amf-csa-sur-la-lisibilite-et-lappropriation-par-les-epargnants-de-la-documentation-des>

⁵³ Le chapitre 2 du Règlement PRIIPs ainsi que la Règlement délégué (UE) 2017/653 du 8 mars 2017 prévoient la rédaction et la fourniture du document d'informations clés, qui constitue une information précontractuelle exacte, loyale, claire et non-trompeuse.

⁵⁴ La période de vie post-retraite peut être divisée en deux temps importants : le passage à la retraite, puis le « quatrième âge », vers 80 ans, où le besoin de disposer d'un apport financier pour améliorer son autonomie peut devenir critique. Ces deux temps constituent des moments clés qui pourraient convenir pour généraliser des rendez-vous clients. Il est à noter que certains établissements le font déjà et que pour les autres, cette mise en place ne pourrait qu'être progressive compte tenu du nombre de clients concernés.

liés à la commercialisation de produits financiers aux personnes âgées vulnérables se concentre plutôt durant cette phase de « dé-cumulation ».

En effet, les décisions de rachat, de vente ou de retrait peuvent avoir un impact significatif sur la situation financière du client qui en fait la demande et doivent donc faire l'objet d'un conseil particulièrement méticuleux. Quand il tente de déterminer si la demande du client est pertinente au regard de sa situation individuelle, le conseiller est confronté à plusieurs impératifs, dont la conciliation est parfois mal aisée : le respect de l'autonomie décisionnelle du client, le devoir de conseil et/ou l'évaluation du caractère approprié et de l'adéquation pour procéder à cette dé-cumulation dans les meilleures conditions, la vigilance dans le cas d'un entourage très présent. Il est aussi face à un risque de contestation, au regard de l'éventuelle atteinte à la liberté d'utilisation par le client de son propre patrimoine⁵⁵, d'un éventuel manquement au devoir de non-immixtion du conseiller⁵⁶ ou d'un éventuel refus de vente.

Un certain nombre d'acteurs (comme les associations d'aide aux personnes) mettent en avant la nécessité de préserver le plus longtemps possible l'autonomie de décision des clients.

Les propositions des médiatrices de l'AMF et auprès de la FBF : Marielle Cohen-Branche et Marie-Christine Caffet

En France, en 2018, l'espérance de vie à la naissance était de 85,3 ans pour les femmes et de 79,4 ans pour les hommes (contre 84,7 ans et 78 ans en 2010)⁵⁷. Néanmoins, il est important de distinguer espérance de vie à la naissance et espérance de vie « en bonne santé » ou « sans incapacité ». Lorsqu'elle a 65 ans, une femme peut espérer vivre 23,2 ans de plus (19,4 ans pour les hommes), mais le nombre d'années qu'il lui reste à vivre sans incapacité est en moyenne de 11,2 ans (10,1 ans pour les hommes). Ainsi, si les Français vivent en moyenne de plus en plus longtemps, ces années de vie supplémentaires se déroulent avec davantage d'incapacités⁵⁸.

Il devient ainsi primordial de réfléchir aux moyens d'accompagner les personnes âgées vulnérables qui connaissent davantage de problèmes physiques ou neuropsychologiques, qui génèrent in fine une perte progressive d'autonomie et potentiellement une dépendance. Une personne peut être considérée comme dépendante lorsqu'elle ne peut plus accomplir seule certains actes de la vie courante et que des besoins d'aides se font sentir dans la vie quotidienne. La prévention et l'accompagnement de la perte d'autonomie sont devenus des thèmes inévitables de politiques publiques en France et dans de nombreux pays développés, dans l'objectif de promouvoir le « bien vieillir ». Depuis 2002, la mesure du degré de dépendance s'appuie sur la grille AGGIR (Autonomie

⁵⁵ Lors d'opérations de retrait, d'arbitrage ou de modification de la clause bénéficiaire, le conseiller ne peut s'opposer à la volonté du client. Toutefois, il convient de l'accompagner au mieux conformément au principe de la primauté des intérêts des clients qui sous-tend la réglementation relative à la protection de la clientèle.

⁵⁶ Le principe de non-immixtion ou de non-ingérence, qui a été dégagé par la doctrine à partir de la jurisprudence, interdit aux établissements de crédit d'intervenir dans les affaires de leurs clients, à l'égard desquels ils doivent préserver une position de neutralité. En conséquence, une banque doit effectuer les opérations demandées par son client (ou par le titulaire d'une procuration) ; une anomalie grave et apparente dans le fonctionnement du compte pourrait mener le conseiller à refuser l'exécution d'un ordre du client.

⁵⁷ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4277640?sommaire=4318291#:~:text=Pr%C3%A9sention,les%20femmes%200%2C2%20an>

⁵⁸ <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/etudes-et-statistiques/publications/communiqués-de-presse/article/a-65-ans-l-espérance-de-vie-sans-incapacité-s-élève-a-11-2-ans-pour-les-femmes>

Gérontologie Groupes Iso-Ressources). Selon les niveaux atteints par cet indicateur, différents types d'aides (humaines ou matérielles) sont mises en place pour faciliter la vie quotidienne de la personne en situation de perte d'autonomie⁵⁹.

La majorité des personnes âgées françaises vieillissent dans de bonnes conditions d'autonomie. Seule une personne de plus de 85 ans sur cinq (20 %) est dépendante. L'âge moyen de perte d'autonomie pour réaliser certains actes indispensables de la vie courante est de 83 ans⁶⁰.

Un entretien a été réalisé en octobre 2019 avec les médiatrices auprès de la FBF et de l'AMF. Elles recommandent aux établissements financiers de veiller à ce que les opérations demandées par le client permettent la conservation d'une épargne de précaution suffisante pour faire face aux dépenses liées à l'âge (rémunération et charges des aides à domicile, admission éventuelle ou prévisionnelle en établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes, santé...)⁶¹. La vigilance du conseiller vis-à-vis du dimensionnement de l'épargne de précaution du client s'inscrit à leur sens pleinement dans son devoir de conseil.

c) Discussion sur l'organisation d'un second rendez-vous en cas de doute sur le consentement éclairé du client

Un professionnel peut, sur la base de la relation qu'il entretient avec son client et ses réflexes de bon sens, être amené à observer un changement dans le comportement de ce dernier. Ce changement peut le conduire à douter de la capacité de ce client à délivrer un consentement éclairé pour des décisions financières importantes.

Éclairage juridique : Capacité et consentement

L'article 1128 du code civil dispose que trois éléments doivent être réunis pour qu'une convention soit valide : le consentement des parties, leur capacité de contracter et un contenu licite et certain. La capacité et le consentement renvoient donc à deux concepts distincts.

La capacité juridique désigne l'aptitude à avoir des droits et des obligations et à les exercer soi-même (par exemple, la capacité de conclure un contrat). L'article 1145 du code civil indique que « *toute personne physique peut contracter sauf en cas d'incapacité prévue par la loi* ». L'incapacité peut découler d'une privation d'un droit (on parle alors d'incapacité « de jouissance ») ou d'une

⁵⁹ Cahiers de recherche – Le financement de la perte d'autonomie liée au vieillissement – Regards croisés des acteurs du secteur : <file:///C:/Users/N815592/Downloads/C286.pdf>

⁶⁰ <https://solidarites-sante.gouv.fr/archives/loi-relative-a-l-adaptation-de-la-societe-au-vieillessement/article/personnes-agees-les-chiffres-cles>

⁶¹ En effet, la dépendance a un coût, qui englobe l'ensemble des dépenses liées à l'aide dans la vie quotidienne, aux soins médicaux et aux éventuels frais d'hébergement en établissement. <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F763>, <https://www.pour-les-personnes-agees.gouv.fr/actualites/cout-dun-hebergement-en-ehpad-en-2018>, <https://www.cnsa.fr/actualites-agenda/actualites/prix-des-ehpad-en-2018-et-evolution-par-rapport-a-2017>

impossibilité de s'engager seul (on parle alors d'incapacité « d'exercice » : c'est notamment le cas des mineurs et des majeurs protégés, sauf cas particuliers).

Il n'appartient pas au conseiller de juger de l'altération de la capacité juridique d'une personne ; cela relève d'une décision de justice. Naturellement, les établissements financiers appliquent les mesures de tutelle ou de curatelle décidées par le juge dans le traitement des dossiers des clients concernés.

Le consentement peut se définir comme la volonté d'engager sa personne et/ou ses biens. Si le code civil ne définit pas positivement la notion de consentement, la doctrine l'envisage comme une manifestation de la volonté.

L'avis de la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH) du 16 avril 2015 sur le consentement des personnes vulnérables⁶² rappelle qu'avant la loi du 5 mars 2007⁶³, la question de la capacité et du consentement des personnes se posait de manière essentiellement binaire : quand on est capable, on peut consentir ; *a contrario*, les personnes incapables ne peuvent consentir. Cette loi a permis de mieux prendre en considération l'état de « vulnérabilité », qui se détache de l'incapacité, en ce qu'il peut s'accompagner d'une altération des facultés de la personne capable, sans pour autant conduire à l'application de règles protectrices lourdes entravant conséquemment la liberté d'action de leur bénéficiaire⁶⁴. Ainsi, certaines personnes, dont l'altération des facultés physiques ou mentales ne les place pas dans une situation d'incapacité juridique, pourraient ne pas être en mesure de manifester un consentement pleinement éclairé⁶⁵. Cette situation intermédiaire, que l'ACPR et l'AMF ont dénommée « zone grise »⁶⁶, est le cœur du sujet pour les établissements financiers et les superviseurs. En effet, les personnes vulnérables qui ne sont pas placées sous un régime de protection juridique doivent tout de même pouvoir exercer leurs droits et leurs libertés en toute sécurité.

Il n'appartient pas au conseiller de rechercher l'existence ou de diagnostiquer une vulnérabilité. Il peut néanmoins, à l'occasion de la fourniture des informations précontractuelles ou de la mise en œuvre de son devoir de conseil, du suivi des habitudes de son client, du fonctionnement de son compte, former un doute raisonnable sur l'existence d'une vulnérabilité chez son client, susceptible de l'empêcher de prendre une décision financière en connaissance de cause.

⁶² Commission nationale consultative des droits de l'homme, Avis sur le consentement des personnes vulnérables, 16 avril 2015 : https://www.cncdh.fr/sites/default/files/15.4.16_avis_sur_le_consentement_des_personnes_vulnerables_2.pdf

⁶³ La loi n° 2007-308 du 5 mars 2007 portant réforme de la protection juridique des majeurs a porté de nombreuses évolutions, parmi lesquelles :

- Le passage du terme « incapables » à celui de « majeurs protégés », adoptant ainsi une approche plus humaniste ;
- La consécration du principe de déjudiciarisation : les mesures judiciaires ne sont plus les premières mesures à mettre en place en cas de vulnérabilité.

⁶⁴ Avis de la CNCDH : « *Peuvent ainsi être considérées comme des personnes vulnérables celles qui ne sont pas en mesure d'exercer suffisamment correctement leurs droits et libertés, du fait de leur situation pathologique ou de handicap, ou de leur âge, ou de leurs conditions économiques d'existence ; elles sont à ce titre particulièrement exposées – plus que la moyenne de la population comparable – à des risques d'altérations physiques, mentales, sociales à court ou plus long terme, dont des violences et/ou négligences de toute sorte. Entrent dans cette catégorie : les personnes âgées, les personnes handicapées ou dont la santé est précaire, les personnes physiquement et psychologiquement faibles, les personnes vivant dans des conditions d'extrême pauvreté.* »

⁶⁵ Avis de la CNCDH : « [...] Pour une large majorité, les personnes vulnérables ne sont pas des personnes dont la volonté ou le discernement sont altérés ; mais leur état de vieillissement, leur pathologie, le contexte social, sanitaire et économique dans lequel elles vivent, les placent dans une situation de vulnérabilité particulière et contraignent leur choix ».

⁶⁶ La notion de « zone grise » a été consacrée par le Rapport du 116e Congrès des notaires de France, Paris, 8-10 oct. 2020, disponible en ligne. Évoquée notamment en partie II, titre 2, sous-titre 2, chapitre II « Le notaire confronté à la vulnérabilité de fait ».

À ce moment-là, il convient de veiller, plus particulièrement encore qu'avec les autres clients, à l'expression, au recueil et au respect du consentement de ce client et de s'assurer, dans la mesure du possible, de son actualisation régulière⁶⁷. L'avis de la CNCDH précise qu'il est nécessaire d'être attentif à la parole de la personne vulnérable, qui peut être facilement négligée, notamment si elle est « *confisquée par un entourage familial ou institutionnel très présent qui parle à sa place. À cet égard, le droit de consentir implique avant tout pour elle son droit de s'exprimer* ».

Ainsi, certains établissements ont mis en place des procédures spécifiques lorsque le conseiller est dans le doute vis-à-vis d'un client. Il en est ainsi de l'organisation d'un second rendez-vous, dans le cadre d'une nouvelle souscription ou d'une demande de désinvestissement. Ce rendez-vous vise à permettre :

Pour le client :

- De lui laisser le temps nécessaire pour prendre connaissance et/ou comprendre la documentation et les informations délivrées par le conseiller pendant le premier rendez-vous ;
- S'il exprime une certaine fatigue, de l'accueillir à un moment qui soit le plus propice à l'échange et pendant lequel il pourrait être plus à même de comprendre et/ou d'exprimer ses besoins de manière claire ;
- D'instaurer un climat de confiance avec le client.

Pour l'établissement :

- D'obtenir un second regard sur la situation (d'un supérieur hiérarchique ou d'un éventuel référent spécialisé au sein de l'établissement - cf. partie 5 du présent rapport) ;
- D'analyser le risque de commercialisation ;
- De documenter éventuellement la situation au regard du droit positif ;
- De statuer sur la situation pour commercialiser ou ne pas commercialiser.

⁶⁷ Avis de la CNCDH : « *Le consentement peut ne pas être exprimé de manière totalement déterminée, et il demeure toujours sujet à des évolutions ; en ce sens la prudence reste requise à la fois dans la réception mais aussi dans l'usage du consentement. Ainsi, il convient de ne pas considérer pour définitivement acquis le consentement recueilli : il importe de ne pas enfermer l'individu dans un choix antérieur et de s'assurer de l'actualité du consentement. Le consentement doit être réversible et l'on doit accorder à l'individu la faculté, à tout instant, de se dédire, si possible* ».

L'ACCOMPAGNEMENT ET LA FORMATION DES RESEAUX DE VENTE

Le quatrième atelier du groupe de travail de Place a porté sur la formation des conseillers et sur l'accompagnement des réseaux de vente dans la compréhension des enjeux liés à la commercialisation de produits financiers à une clientèle âgée vulnérable.

Contexte et enjeux

Les distributeurs de produits d'assurance et leur personnel de vente⁶⁸ doivent posséder les connaissances et aptitudes appropriées leur permettant de mener à bien leurs missions et de satisfaire à leurs obligations de manière adéquate. Outre la formation initiale exigée au titre de la capacité professionnelle, les intermédiaires en assurance et leur personnel de vente, ainsi que celui des entreprises d'assurance sont soumis à des obligations de formation et de développement professionnels continus, afin de maintenir un niveau de performance adéquat correspondant à la fonction qu'ils occupent et au marché concerné. La durée de formation est d'au moins 15 heures par an. Ces formations peuvent être organisées en interne ou via un organisme externe, et peuvent être suivies en présentiel ou à distance.⁶⁹

En application de l'article L. 533-12-6 du code monétaire et financier, les prestataires de services d'investissement (PSI), y compris les sociétés de gestion de portefeuille, doivent s'assurer que les vendeurs disposent des connaissances et des compétences nécessaires pour respecter les exigences légales et normes éthiques en vigueur et comprendre et appliquer les procédures internes. Les personnes ayant satisfait aux obligations de vérification des connaissances minimales, en passant avec succès l'examen AMF, sont réputées satisfaire à cette exigence. Les PSI sont par ailleurs tenus d'assurer le maintien des connaissances et compétences de leurs vendeurs dans le temps. Cette obligation se matérialise par la revue, chaque année, des connaissances et compétences des vendeurs qu'ils emploient⁷⁰. En outre, s'agissant des conseillers en investissements financiers, le dispositif de vérification des connaissances minimales a été étendu à leur activité, le 1^{er} janvier 2020⁷¹. Les associations professionnelles de conseillers en investissements financiers doivent s'assurer de l'actualisation des connaissances de leurs membres par la sélection ou l'organisation de formations avec une obligation de 7 heures de formation par an⁷².

Ces obligations de formation continue participent à l'objectif général aux termes duquel tous les distributeurs de produits d'assurance et d'instruments financiers doivent agir au mieux des intérêts des clients, en détenant le niveau de connaissances et d'expérience leur permettant notamment de délivrer un conseil de qualité.

⁶⁸ Personnel dont les activités consistent à fournir des recommandations sur des contrats d'assurance ou de réassurance, à présenter, à proposer ou à aider à conclure ces contrats ou à réaliser d'autres travaux préparatoires à leur conclusion.

⁶⁹ Ces dispositions issues de DDA ont été transposées dans le code des assurances, notamment aux articles L. 511-2, R. 512-13-1 et A. 512-8

⁷⁰ Les orientations sur l'évaluation des connaissances et des compétences de l'ESMA précisent les critères d'évaluation de ces connaissances et compétences dont le niveau varie en fonction de la teneur des services fournis et de la complexité des produits proposés.

⁷¹ Article 325-36 du règlement général de l'AMF.

⁷² Article 325-38 du règlement général de l'AMF.

a) La sensibilisation des réseaux de vente

Les participants au groupe de travail confirment que certains réseaux de vente sont d'ores et déjà sensibilisés à la qualité de l'accueil des personnes âgées vulnérables et à la nécessité d'être particulièrement vigilants à l'environnement dans lequel se déroule l'entretien, notamment sur des aspects très pratiques tels que l'éclairage, le calme et la durée du rendez-vous.

Les conditions optimales pour un entretien entre une personne âgée et son conseiller

Par Catherine Mouaci, Responsable du Pôle Soutien à la Recherche et à l'Innovation Sociale, Fondation Médéric Alzheimer

« Un certain nombre de personnes âgées voire très âgées sont indemnes de troubles sensoriels et cognitifs, faisant d'elles des interlocuteurs habituels dans les relations administratives et commerciales. Cependant, les données de santé indiquent que 22 à 40 % des personnes de plus de 80 ans développent une maladie d'Alzheimer ou apparentée. Pour autant, chaque être humain, malgré ses fragilités, a droit au respect et à bénéficier d'une communication adaptée à ses besoins.

Dans sa relation avec sa banque, la personne peut souhaiter être accompagnée d'un proche. Même si ce tiers peut être un facilitateur lors de l'entretien, il faut néanmoins s'assurer de l'accord de la personne âgée cliente et s'adresser principalement à elle lors l'échange. Lorsque la personne est seule au cours de l'échange, s'assurer invariablement que le discours du banquier a correctement été intégré.

Lors du rendez-vous, lui rappeler l'objectif de l'entretien, son déroulement, les sujets abordés. La ritualisation de l'organisation lui donnera un caractère rassurant. Au cours de la conversation, veillez à la nommer par son nom et prénom le plus souvent possible et formuler clairement les propositions qui lui sont faites. Utiliser des mots simples, des phrases courtes contenant une seule information à la fois. Poser des questions également simples qui appellent des réponses courtes et privilégier les questions fermées ou à choix multiples aux questions ouvertes par exemple « Voulez-vous boire un café ? » qui est préférable à « Voulez-vous boire quelque chose ? ». S'assurer que la personne se situe bien dans le temps et dans la valeur de ses opérations (euros, francs, autre valeur...). Il est essentiel d'aborder un seul thème après l'autre, de décomposer les opérations qu'elle doit faire, de lui en expliquer chaque séquence et le passage explicite au point suivant.

Être attentif au fait que certaines personnes peuvent avoir du mal à faire deux choses à la fois ; par exemple écrire et entendre ce qui est expliqué ; d'autres personnes peuvent éprouver des difficultés d'abstraction, les explications écrites peuvent alors être plus facilement comprises que certains graphiques.

Sur la forme, en agence ou chez elle, proposer un environnement habituel, facilement accessible, calme, bien éclairé et susceptible de respecter ses habitudes, sachant que le niveau de vigilance est souvent plus élevé de 8h30 à 10h00 et de 15h30 à 17h00. La durée du rendez-vous doit être adaptée à sa capacité de concentration, elle ne devrait pas excéder 30 minutes.

Soigner sa diction et ralentir son flux verbal optimisent la capacité de la personne à intégrer des informations, dont la vitesse de traitement décline avec l'âge. Prendre soin de lui parler en se plaçant bien face à elle, au même niveau, suffisamment proche et ménager du temps pour favoriser les interactions. Proposer des supports d'information aux couleurs contrastées peut en faciliter la prise de connaissance.

À chaque étape, récapituler les informations importantes, les décisions prises ensemble, leurs conséquences et demander à la personne de reformuler ce qu'elle en a compris. »

Dans les réseaux, les conseillers semblent généralement formés aux préoccupations de fond pouvant plus spécifiquement concerner la clientèle âgée (par exemple, la transmission de patrimoine, le financement de l'autonomie...). En revanche, la situation paraît plus hétérogène en ce qui concerne la manière d'aborder ces sujets avec les personnes qui avancent en âge. De même, la sensibilisation aux vulnérabilités éventuelles de cette classe d'âge et ses éventuels impacts sur la décision financière ainsi que la manière de sécuriser les décisions semblent moins explicitement abordées.

Les préoccupations citées par les participants aux échanges concernent en particulier l'actualisation des clauses bénéficiaires en assurance vie ou la sécurisation des procurations mais aussi l'attitude à adopter face à des décisions qui pourraient paraître peu habituelles au regard du comportement du client, voire laissant supposer une arnaque financière.

De manière plus générale, il ressort des échanges au sein du groupe de travail qu'un conseiller pour qui les différents enjeux et problématiques liés à la clientèle âgée vulnérable sont familiers est susceptible de mieux comprendre ses besoins et de mieux l'orienter dans ses démarches financières en sécurisant les décisions financières prises ; en d'autres termes, de mieux exercer son devoir de conseil.

Ainsi, un programme de sensibilisation, dont l'objectif serait de donner aux conseillers les clés pour mieux connaître les caractéristiques générales des clientèles âgées vulnérables, afin de mieux prendre en compte leurs spécificités, et par là-même de sécuriser la relation client, suscite l'intérêt de plusieurs établissements. L'exemple de coopération entre un grand établissement financier britannique et une association spécialiste du vieillissement, présenté en séance, a été apprécié par la majorité des participants. Beaucoup mentionnent qu'une démarche de Place pour le secteur financier ferait sens.

Une telle sensibilisation apparaîtrait à cet égard, pour certains membres du groupe de travail, plus efficace si elle était dispensée en présentiel⁷³ ou de manière mixte (« *blended learning* ») c'est-à-dire avec une utilisation conjointe du « *e-learning* » et du mode classique « présentiel », facilitant le travail sur des cas pratiques et à partir de retours d'expérience.

Le format de ce programme de sensibilisation dépendrait de la taille et de la structure du réseau. Son contenu pédagogique pourrait, idéalement et dans un souci de convergence, être commun aux établissements, grâce à l'action des fédérations et associations professionnelles.

⁷³ Le présentiel peut être physique ou distanciel mais fait l'objet d'interactions, par opposition au e-learning qui est une démarche apprenante face à l'outil.

Exemples de formations dispensées aux conseillers et établissements financiers pour gérer la clientèle senior

Par Olivier Chomono, Directeur Associé du cabinet La Curatelaire, Enseignant à la faculté de droit

« Pour le conseiller en investissement financier comme pour les établissements financiers, l'autonomie de la volonté des populations âgées est aujourd'hui un sujet central. Avant de présumer une personne incompétente, tout doit être mis en œuvre pour apprécier si, avec une approche appropriée, elle peut engager en sécurité l'acte qu'elle souhaite conclure.

Quelques organismes délivrent des formations spécialisées de haut niveau qui permettent aux professionnels du chiffre de la finance et du droit de répondre aux préoccupations patrimoniales de la clientèle senior et de découvrir ou approfondir les techniques patrimoniales adaptées aux âges avancés de la vie.

Ces formations en cycles courts ou approfondis envisagent les techniques ou les stratégies de gestion patrimoniale de la clientèle senior, vulnérable ou non, dépendante ou non, dont la durée de vie ne cesse d'augmenter.

L'avancée dans l'âge s'accompagne de nouveaux enjeux patrimoniaux, intimement liés, selon la consistance du patrimoine et le parcours de vie du client, à la peur de manquer, à la crainte de la dépendance, à la pénibilité grandissante de la gestion des actifs et à la nécessaire anticipation de la succession. Dans son approche, le conseiller doit intégrer l'environnement familial et social du client senior, la situation du conjoint, la présence d'enfants, d'aidants et d'éventuels personnels soignants. Le praticien construit un relationnel fondé plus que jamais sur le respect de l'autonomie de son client, de ses droits fondamentaux et de la dignité de sa personne.

Confronté à l'absence de discernement, momentané ou durable, le praticien apprend à distinguer les notions de capacité et de consentement afin de circonscrire le terrain d'application d'une éventuelle autonomie résiduelle, d'apprécier la nécessité de la mise en place d'un dispositif de protection juridique, et appréhender le sort à donner aux actes irréguliers. »

b) Entretien avec le conseiller à des moments-clés

Le passage à la retraite apparaît comme un moment charnière de modification des niveaux et modes de vie des personnes : c'est généralement une phase de baisse de revenus, mais aussi, pour les plus aisés, de réalisation de certains projets.

Ainsi, il ressort des discussions du groupe de travail que la plupart des établissements organise, à l'occasion de ce « moment clé de vie », un rendez-vous de suivi à leurs clients détenteurs d'épargne financière, afin de faire le point sur les produits en cours et sur les besoins futurs.

Certains participants au groupe de travail estiment que ce rendez-vous pré ou post retraite pourrait être utilement complété par un rendez-vous ultérieur à mesure que le client avance en âge (l'âge de 80 ans a été évoqué par certains intervenants, correspondant selon les sensibilités à cet âge plus ou moins 2 ans). Ils estiment en effet que cet entretien pourrait être le moment idéal pour mieux anticiper

les nouveaux besoins liés à l'entrée dans le quatrième âge, repérer l'éventuelle diminution d'autonomie et dans ce cas mieux organiser pratiquement et sécuriser les décisions financières, aborder les sujets liés à la dé-cumulation de l'épargne et à la transmission de patrimoine.

Certains participants au groupe de travail ont émis l'idée que certains outils juridiques, comme la procuration, pourraient être discutés avec le client. D'autres précisent qu'il n'est pas du ressort des professionnels du secteur financier de suggérer une procuration à un client. Selon la proposition des médiatrices de l'AMF et auprès de la FBF, si le client émet la volonté de mettre en place une procuration, une bonne pratique pourrait être, pour le conseiller, « *de rencontrer le mandant et le mandataire pour s'assurer que la relation est neutre et qu'elle s'inscrit bien dans la primauté de l'intérêt du client* ». La médiatrice auprès de la FBF considère que l'étendue de la procuration (liste limitative des produits visés et des dépenses concernées, plafonnement des montants autorisés par le mandant) ainsi que la traçabilité des opérations effectuées par le mandataire (notamment celles opérées depuis l'espace personnel en ligne du mandant) doivent être convenues clairement par les parties signataires de la procuration.

Un atelier d'expert, assuré par le Président du 116^{ème} Congrès des Notaires de France, a permis d'approfondir les échanges et de présenter les solutions juridiques existantes, en particulier le récent outil qu'est le mandat de protection future⁷⁴, ainsi que ses modalités de contrôle par le notaire.⁷⁵ L'intérêt de mettre à la libre disposition des clients des guides et des brochures à vocation informative et pédagogique, permettant de les faire connaître et renvoyant vers les notaires pour plus d'informations, a été évoqué. L'élaboration de tels supports, au contenu neutre et informatif, pourrait être envisagée par les professions, en partenariat avec le Conseil Supérieur du Notariat ou les associations spécialisées.

Les outils juridiques pour représenter ou assister une personne : focus sur la procuration et le mandat de protection future (source : rendez-vous d'expert du 3 mars 2020 avec Maître Jean-Pierre Prohazska, Président du 116^{ème} Congrès des notaires de France)

L'allongement de la durée de la vie s'accompagne d'une augmentation du nombre de personnes âgées susceptibles de connaître une certaine vulnérabilité ou un affaiblissement de leur autonomie. La loi protège ceux qui sont juridiquement incapables au travers de différentes mesures de protection, l'habilitation familiale⁷⁶, la curatelle⁷⁷ et la tutelle⁷⁸. Ces mesures protectrices permettent, en cas de besoin, d'organiser la représentation des intérêts de ces personnes. Elles se différencient par leur degré de protection et leur souplesse.

Même si ces mesures permettent de gérer une pluralité de situations d'incapacité rencontrées, elles ne permettent pas de répondre aux besoins de ceux qui sont vulnérables sans être juridiquement

⁷⁴ Outil d'anticipation, la mesure conventionnelle qu'est le mandat de protection future est ouverte comme alternative prioritaire aux autres mesures de protection juridique.

⁷⁵ Les modalités du contrôle sont une condition de validité de tout mandat de protection future.

⁷⁶ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F33367>

⁷⁷ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2094>

⁷⁸ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2120>

incapables. Pour accompagner et protéger au mieux les personnes qui entrent dans cette zone grise, une solution réside dans l'anticipation. À ce titre, deux dispositifs spécifiques existent en France : la procuration et le mandat de protection future.

Dans le domaine financier, la procuration est un mandat par lequel le titulaire d'un compte bancaire (mandant) autorise une autre personne (mandataire) à le gérer et le faire fonctionner en son nom et pour son compte. La demande de procuration adressée à l'établissement financier doit s'accompagner de précisions quant à l'étendue de la procuration, c'est-à-dire aux opérations qui pourront être effectuées par le mandataire. Une procuration peut en effet être générale ou limitée à certains actes ou types d'opérations⁷⁹, à un certain montant ou pour une certaine durée. Afin de respecter un principe d'équilibre, les notaires recommandent d'éviter les procurations générales et de privilégier une limitation en termes de périmètre et de durée. À l'instar de la clause bénéficiaire en assurance vie, la procuration établie devrait être revue périodiquement pour s'assurer qu'elle continue de correspondre aux volontés du mandant au fil des événements de la vie (décès, divorce, etc.). Dans un objectif de meilleure compréhension des droits et devoirs de chacun, la signature de la procuration devrait idéalement être réalisée en la présence physique du mandataire et du mandant. La procuration est un dispositif connu et utilisé par le grand public mais qui trouve ses limites si les facultés du mandant sont trop altérées. Dans ce cas en effet, son consentement aux opérations menées ne pourra plus être obtenu et le mandataire pourrait être suspecté de réaliser des démarches et des opérations non-conformes à l'intérêt du mandant.

Le mandat de protection future⁸⁰ - MPF - est un dispositif créé par la réforme des tutelles de 2007, permettant à toute personne d'organiser son éventuelle dépendance à venir, en prévoyant à l'avance sa protection personnelle, physique et mentale, sans lui faire perdre ses droits et sa capacité juridique. L'introduction de ce dispositif a permis de pallier l'absence de protection dont pouvaient souffrir les personnes âgées qui commencent à connaître une altération de leurs facultés mentales ou physiques, mais qui ne peuvent plus compter sur l'éventuelle procuration faite à l'un de leurs proches, en raison du risque de contestation dont elle pourrait faire l'objet.

Aux termes du MPF, le mandant désigne à l'avance un protecteur futur pour agir conformément à sa volonté⁸¹. À la différence d'une mesure de tutelle qui doit être prononcée par un juge, le MPF peut être établi par acte sous seing privé, auquel cas il est limité aux actes d'administration (actes de gestion courante, par exemple la vente ou l'achat de meubles d'usage courant ou de faible valeur ou la conclusion d'un contrat d'assurance de biens ou de responsabilité civile) ou par acte notarié, auquel cas il porte également sur des actes de « disposition » (par exemple, signer un bail, acheter un bien immobilier). Dans ce dernier cas de figure, le mandataire doit rendre compte au notaire

⁷⁹ Le groupe de travail a pu relever que le développement de la procuration n'était probablement pas souhaitable en matière d'assurance vie.

⁸⁰ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F16670>

⁸¹ Lorsque le mandataire constate que l'état de santé du mandant ne lui permet plus de prendre soin de sa personne ou de s'occuper de ses affaires, il effectue les démarches nécessaires pour que le mandat prenne effet. Cette constatation doit être établie par un médecin inscrit sur une liste établie par le procureur de la République (la liste des médecins est disponible dans les tribunaux). Le médecin délivre un certificat médical constatant l'inaptitude du mandant. Le mandataire se présente ensuite muni du mandat et du certificat médical au greffe du tribunal pour faire viser le mandat par le greffier et permettre ainsi sa mise en œuvre (<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F16670>).

annuellement de ses actes ; le notaire a alors une obligation de contrôle. Il est tenu à un devoir d'alerte auprès du juge en cas de dysfonctionnement constaté.

Le MPF est un outil qui comporte toutefois des limites, parmi lesquelles l'absence d'un registre public recensant les personnes bénéficiant déjà du dispositif (ce fichier est prévu légalement mais n'existe toujours pas), ou encore la possibilité conjointe pour le mandat et le mandataire d'effectuer des opérations sur les comptes, ce qui peut se révéler compliqué pour le professionnel qui pourrait recevoir des ordres différents.

c) Discussion sur le fait d'exprimer un doute sur la potentielle vulnérabilité d'un client

Tout client, quel que soit son âge, est présumé capable⁸². Le vieillissement peut toutefois s'accompagner du déclin de certaines fonctions, notamment celles dites « cognitives » (regroupant notamment la concentration, l'attention, les capacités de raisonnement et la mémoire immédiate), lequel est susceptible d'avoir un impact sur les capacités de certains clients âgés à exprimer un consentement pleinement éclairé lorsqu'ils prennent une décision financière. Ainsi, dans le cadre de l'exercice de son métier, un conseiller peut être amené à s'interroger face à un client âgé qui ne fait pas encore l'objet d'une mesure de protection judiciaire, mais qui ne semble pas à même de protéger ses propres intérêts financiers. Les échanges au sein du groupe de Place montrent que les conseillers sont assez souvent confrontés à ce type de situation.

Ce questionnement mérite alors d'être objectivé au regard du comportement financier habituel du client et de l'enjeu des opérations.

Le conseiller dispose par ailleurs d'outils de connaissance de son client, potentiellement de certaines informations issues des contrôles et alertes informatiques dont la finalité est la détection des opérations anormales (notamment les outils de surveillance des mouvements de comptes qui permettent de repérer les opérations atypiques, ou les retraits de montants inhabituels...) qui pourraient utilement compléter son analyse pour confirmer ou préciser un doute quant au risque de décision financière non éclairée. Un second regard paraîtrait de nature à sécuriser l'analyse de la situation pour informer ou confirmer le doute, et prendre pour l'établissement la décision opportune, à savoir soit la poursuite de la vente en sécurisant le recueil du consentement éclairé, soit l'avertissement (clair et compris), soit l'abstention de commercialisation.

Afin d'accompagner les conseillers et de les aider à mieux identifier ces situations à risque, certains établissements étrangers ont réfléchi à une série d'indices factuels pouvant permettre de conclure à un doute raisonnable sur la capacité du client à s'engager de manière éclairée en matière financière. Ces expériences sont relevées comme éclairantes par certains membres du groupe de travail de Place, qui retiennent qu'un faisceau d'indices pourrait permettre de mieux discerner certaines situations sensibles au sein de la clientèle des établissements financiers français.

⁸² Articles 1145 et suivants du code civil.

Éclairage international : la détection et la gestion des cas de vulnérabilité

De nombreux États et organisations internationales (G20, GPMI, OCDE) se sont saisis de la question du vieillissement démographique, et concomitamment de celle du déclin des facultés cognitives, notamment en matière financière, tant pour analyser le phénomène (l'expliquer et le quantifier) que pour tenter d'y apporter des solutions. Le sujet du vieillissement démographique et de ses conséquences en matière financière s'avère être d'ampleur dans de nombreux pays. Certains scandales récents montrent d'ailleurs l'acuité du problème. En témoigne par exemple le scandale de la *Japan Post* : dans un contexte de taux bas au Japon, la *Financial Services Agency* a mis en évidence des pratiques commerciales douteuses à l'encontre des personnes âgées⁸³.

Les réponses apportées par les États, les autorités nationales compétentes ainsi que par les établissements financiers ou leurs associations professionnelles, en vue de la détection et, le cas échéant, de la gestion des situations à risque en cas de vulnérabilité (souvent entendue largement) apparaissent très diverses.

Ainsi, au Japon, certains acteurs ont développé des innovations technologiques afin de favoriser la détection et la gestion des cas sensibles. Une start-up développe une application dont l'objectif final est d'identifier les premiers signes de déclin cognitif en analysant les habitudes de dépenses à l'aide des dispositifs de partage d'information permis par l'*open banking*. L'application enverra des alertes aux membres de la famille si elle détecte des dépenses inhabituelles, afin de protéger les personnes contre la fraude.

Au Royaume-Uni, certaines banques (à titre d'exemple, HSBC et Lloyds Banking Group) ont conclu des partenariats avec l'*Alzheimers' Society* grâce auxquels les équipes au contact de la clientèle sont formées à la détection et, le cas échéant, à la gestion des cas de « démence⁸⁴ », diagnostiquée ou non.

Toujours au Royaume-Uni, la détection des cas de vulnérabilité (entendue largement) peut se faire grâce à l'émergence de « *red flags* » (drapeaux rouges)⁸⁵. Certains protocoles, développés par des spécialistes (le *Royal College of Psychiatrists et Money Advice Trust*), peuvent également concourir à l'identification et à la gestion de différentes situations de vulnérabilité. À titre d'exemple, le protocole BRUCE (*Behaviour and talk, Remembering, Understanding, Communication, Evaluation*) vise à favoriser la détection des situations de vulnérabilité liées à des difficultés de compréhension ou à l'occasion de la prise de décision. Le protocole TEXAS (*Thank, Explain, eXplicit consent, Ask questions, Signpost*) permet de favoriser la révélation par le client au cours d'un entretien d'une situation de vulnérabilité, puis, le cas échéant, la gestion de cette situation. Ces protocoles sont décrits par l'autorité de supervision britannique, la *Financial Conduct Authority*, ou par d'autres entités (telles que *Money Advice Trust*). Ils font partie des outils à la disposition des établissements financiers, et leur utilisation est mise en avant par certains établissements.⁸⁶

⁸³ <https://www.lesechos.fr/finance-marches/banque-assurances/japan-post-pris-dans-un-scandale-de-contrats-d-assurance-abusifs-1159221>

⁸⁴ Terme médical neuro-psychiatrique employé dans les cas de maladies de type Alzheimer y compris en stade précoce.

⁸⁵ A titre d'exemples : <http://www.moneyadvicetrust.org/researchpolicy/research/Documents/Vulnerability%20-%20the%20experience%20of%20debt%20advisers%20-%20resource%20pack.pdf> ou <http://www.moneyadvicetrust.org/creditors/Documents/Vulnerability%20Guide%20for%20Advisers.pdf>

⁸⁶ Cf. FCA, Occasional Paper n° 31, Ageing Population and Financial Services, septembre 2017, page 34, et FCA, Occasional Paper, n°8, Consumer vulnerability, février 2015, page 82.

D'autres secteurs d'activité concernés par la gestion du patrimoine, comme le secteur du notariat, sont également confrontés à des situations où un client âgé semble présenter une altération de ses facultés alors même que des décisions structurantes sont en jeu. Soucieux d'une démarche inclusive, permettant le maintien de la capacité de décision le plus longtemps possible dans des conditions raisonnables de protection du client et de sécurité des actes posés, ils se sont donc saisis du sujet et ont travaillé, en lien avec la Fondation Médéric Alzheimer, qui dispose d'une expertise dans les questions de perte d'autonomie et de déclin cognitif. La démarche s'est voulue pragmatique, ancrée dans la réalité des situations rencontrées par les notaires, et s'est fondée sur des actions de sensibilisation des notaires au « handicap cognitif ».

La collaboration du Conseil supérieur du notariat et de la Fondation Médéric Alzheimer

Par le Docteur Alain Bérard, Fondation Médéric Alzheimer

« Lorsqu'une personne souhaite, par exemple, effectuer un acte notarié (acheter ou vendre un bien, effectuer un testament ou une donation ou désigner un mandataire de protection future), le notaire, officier public, doit vérifier que la faculté de discernement n'est pas altérée, que l'acte est effectué avec la lucidité nécessaire, et que la disposition exprime bien la volonté du client et que celui-ci n'est pas sous l'emprise d'un tiers. Or, quand le client est une personne âgée, présentant des troubles cognitifs, apprécier la capacité peut constituer un exercice complexe. Et dans le doute, la tentation de s'abstenir est grande.

C'est pourquoi la Fondation Médéric Alzheimer s'est rapprochée en 2012 du Conseil Supérieur du Notariat afin d'aider les notaires dans leur quotidien et de les outiller pour leur pratique.

Le premier volet de cette collaboration a abouti à la parution en 2014 d'un guide « Le notaire face aux citoyens en situation de handicap cognitif »⁸⁷ afin d'aider les notaires à communiquer avec les personnes en situation de handicap cognitif et à déterminer, de la manière la plus rigoureuse possible, si un client est apte à exprimer valablement sa volonté. Outre des réponses aux questions comme « quels sont les signes de la maladie d'Alzheimer ? Comment repérer ces signes dans sa clientèle ? », il s'agissait aussi d'apporter des conseils pratiques sur la manière d'accueillir les personnes dans son étude et parler à une personne ayant des troubles de la mémoire, du langage etc., comment s'appuyer sur les compétences des professionnels de santé : intérêt du certificat médical et comment le demander ...

Au-delà du savoir et savoir-faire, il importait également de développer le savoir-être. Le 2ème volet de la collaboration a abouti à la mise en place d'un séminaire de formation alternant apports théoriques et mises en situation pratiques dans le cadre de l'Université du Notariat. Intitulée en 2015 « Clients âgés en difficulté cognitive », cette formation animée par un notaire, un médecin et un philosophe, tous trois spécialistes des vulnérabilités liées à l'avancée en âge, est devenue en 2016 « Apprécier la capacité des personnes vieillissantes : questions à se poser et pièges à éviter ».

Enfin, en 2016, la Fondation a lancé, en partenariat avec le Conseil Supérieur du Notariat, une enquête nationale auprès des notaires afin de mieux connaître leurs pratiques, leurs difficultés, leurs ressources et leurs solutions lorsqu'ils se retrouvent face à une personne âgée ayant la maladie

<http://www.moneyadvice-trust.org/creditors/creditsector/Pages/Vulnerability-resources-hub.aspx>, à titre d'exemple, "Vulnerability: the experience of debt advisers", novembre 2018

⁸⁷ <https://www.fondation-mederic-alzheimer.org/nos-recherches>

d'Alzheimer ou une maladie apparentée. Cette enquête apportait des éléments de contexte pour mieux situer la démarche Alzheimer au sein de la profession de notaire.

Cette démarche Alzheimer construite avec les notaires montre que face à une personne ayant des pertes de repères, un appauvrissement du langage, des difficultés à calculer, il est possible de « ne pas s'abstenir ».

Plus largement, une société bienveillante et inclusive se doit de veiller à ce que chacun, quelles que soient ses caractéristiques, continue à être pleinement acteur au sein de son quartier, sa ville et à bénéficier/accéder aux mêmes prestations et droits, sans stigmatisation ou disqualification. Pour la maladie d'Alzheimer, il s'agit de sortir du cadre strict de la maladie et des soins médicaux pour s'intéresser aux autres besoins de la vie quotidienne et sociale. À ce titre, le principe d'actions élaboré avec les notaires est tout à fait adaptable à d'autres professions comme les banquiers ou encore les assureurs... »

LES POLITIQUES DE CONFORMITE

Le cinquième et dernier atelier du groupe de travail de Place a porté sur le rôle éventuel des politiques et des instances en charge de la conformité au regard des problématiques posées par la commercialisation de produits financiers auprès de personnes âgées vulnérables.

Contexte et enjeux

En application des dispositions de l'article L. 354-1 du code des assurances, les entreprises d'assurance mettent en place un système de gouvernance garantissant une gestion saine et prudente de leur activité et faisant l'objet d'un réexamen interne régulier. Ce système de gouvernance comprend quatre fonctions-clés, que sont la fonction de gestion des risques, la fonction de vérification de la conformité, la fonction d'audit interne et la fonction actuarielle.

En application des dispositions de l'article L. 511-55 du code monétaire et financier, les établissements de crédit se dotent d'un dispositif de gouvernance solide comprenant notamment une organisation claire assurant un partage des responsabilités bien défini, transparent et cohérent, des procédures efficaces de détection, de gestion, de suivi et de déclaration des risques auxquels ils sont ou pourraient être exposés, d'un dispositif adéquat de contrôle interne. À cet égard, un ou plusieurs responsables doivent être désignés pour veiller à la cohérence et à l'efficacité des missions de contrôle permanent, de contrôle périodique et de contrôle du risque de non-conformité⁸⁸.

En application des articles 321-1, 318-4 et 321-30 du règlement général de l'AMF, les PSI, y compris les sociétés de gestion de portefeuille, doivent mettre en œuvre un dispositif de conformité pour assurer le respect de leurs obligations professionnelles. En particulier, doivent être désignés un responsable conformité des services d'investissement (RCSI) pour les PSI et un responsable de la conformité et du contrôle interne (RCCI) pour les sociétés de gestion (SGP).

En lien avec la direction des établissements, ces responsables établissent et maintiennent opérationnelles des politiques, procédures et mesures adéquates visant à détecter tout risque de non-conformité aux obligations professionnelles, parmi lesquelles l'obligation d'agir au mieux des intérêts du client, ainsi que les risques en découlant.

S'agissant particulièrement de la commercialisation aux personnes âgées vulnérables, certains participants au groupe de travail ont estimé que les instances en charge de la conformité pourraient avoir un rôle à jouer dans l'accompagnement des réseaux de vente et, le cas échéant, au travers du développement de procédures internes spécifiques. Pour autant, une discussion s'est engagée au sein du groupe de travail sur l'opportunité et la faisabilité pour les politiques et les équipes en charge de la conformité de définir une politique de conformité sur un segment de clientèle aussi étroit et aux contours mal définis, alors que les équipes conformité interviennent pour des opérations inhabituelles ou atypiques quel que soit l'âge du client et ne sont pas organisées par type de clientèle.

⁸⁸ Articles 16, 17 et 28 de l'arrêté du 3 novembre 2014 relatif au contrôle interne des entreprises du secteur de la banque, des services de paiement et des services d'investissement soumises au contrôle de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution.

Si la fonction de conformité pouvait, dans le cadre de ses missions, établir les modalités de cette gestion individualisée, elle serait alors confrontée à plusieurs enjeux complexes :

- La nécessité d'informer les conseillers des principales caractéristiques de la clientèle visée⁸⁹. Cela prévaut pour tous les clients mais d'autant plus pour les clients âgés vulnérables, dont les besoins, l'attitude, la perception du risque, les modes d'interaction, l'utilisation de la connaissance et de l'expérience peuvent évoluer au fil du temps. Or il reste difficile de définir un cadre objectif contenant les principales caractéristiques de la clientèle âgée vulnérable.
- Le respect des dispositions réglementaires relatives à la protection des données personnelles. Un conseiller peut en effet, grâce à l'observation d'indices ou d'opérations atypiques, avoir un doute sur la bonne compréhension par le client des informations transmises, et donc sur son consentement éclairé. Le cas échéant, il pourrait souhaiter consigner ce doute dans les systèmes d'information, et en conserver la trace pour que la conformité puisse entreprendre, le cas échéant, les actions appropriées. Or, les règles applicables à la protection des données personnelles encadrent strictement cela.
- Le respect du secret professionnel et la confidentialité. Dans certaines situations caractérisées, le conseiller peut se trouver face à un dilemme et souhaiter informer un proche du client d'une situation très problématique. Or, le secret professionnel interdit au conseiller de se rapprocher de la famille ou de l'entourage direct du client âgé vulnérable en cas de difficulté lors de la souscription ou de la gestion d'un instrument financier.

La désignation d'une « personne de confiance » est-elle possible et souhaitable ?

Par Catherine Mouaci, Responsable du Pôle Soutien à la Recherche et à l'Innovation Sociale, Fondation Médéric Alzheimer

« On a souvent connaissance du rôle de la personne de confiance qui nous épaula lors d'un problème de santé, on connaît moins le rôle de celle qui soutient une personne âgée ou handicapée dans la vie en institution. Deux réalités pour ces dispositifs simples qui confèrent à une personne la possibilité d'être soutenue et de se faire représenter. Dans le premier cas, lors d'une hospitalisation⁹⁰ la personne de confiance désignée intègre la relation médecin-patient pour assister ce dernier lors d'entretiens ou de prises de décision en lien avec sa santé, voire le cas échéant, pour exprimer sa volonté en cas d'empêchement. Dans le deuxième cas, lors d'une installation dans un établissement social ou médico-social⁹¹ ou en accueil familial, elle aide la personne âgée ou en situation de handicap à comprendre son environnement de vie. Elle peut ainsi l'accompagner dans la gestion de ses démarches et veiller au respect de ses choix, droits et libertés. Ces deux rôles spécifiques peuvent être confiés à la même personne. La loi encourage le recours à une personne de confiance. Elle demande aux médecins et aux directeurs d'établissement de l'expliquer et de suggérer sa désignation dès que nécessaire.

Aujourd'hui, l'utilité d'une telle mesure est indiscutable. La désignation de la personne de confiance devient de plus en plus fréquente notamment dans les EHPAD. Pour certains, c'est 30 % des résidents qui l'ont désigné, pour d'autres c'est plus de 70 %. Ce tiers, proche de la personne vulnérable a un avis prépondérant. Dans la majeure partie des cas, c'est un membre de la famille que le résident

⁸⁹ Cf. Rapport d'Eric Bonsang « La prise de décision financière chez les personnes âgées » du 31 décembre 2018.

⁹⁰ Lois 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé, du 4 mars 2002, du 22 avril 2005, art. L. 1111-6 du code de la santé publique.

⁹¹ Loi n° 2015-1776 du 28 décembre 2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement, art. L. 311-5-1 du code de l'action sociale et des familles.

choisit. La décision est prise encore trop souvent le jour de l'installation. Son rôle va être essentiel et facilitateur, surtout si le résident perd progressivement sa capacité à comprendre les situations qui l'entourent, éprouve du mal à s'exprimer ou développe des troubles cognitifs liés à une maladie d'Alzheimer par exemple.

En effet, pouvoir exprimer sa volonté dans un lieu de vie complexe n'est pas toujours aisé et ce malgré la compétence des équipes et des procédures adaptées. La nouveauté de l'environnement, la technicité, la multiplicité des professionnels rencontrés peuvent être intimidantes et déstabilisantes, même pour une personne ayant toutes ses capacités. La personne de confiance est alors un repère rassurant, un point d'appui, un facteur d'équilibre dans la relation résident/professionnels ou résident/famille. Pour l'équipe pluridisciplinaire, elle va constituer également une véritable ressource, puisqu'elle réduit l'incertitude, le risque de se tromper lorsque la capacité décisionnelle n'est plus vraiment là. Que ce soit pour la co-construction du projet de vie personnalisé, l'actualisation du projet de soin, l'évaluation du bénéfice/risque d'une situation, la personne de confiance est le porte-parole qui prolonge la capacité d'une personne à faire valoir ses aspirations et ses droits.

La décision d'être épaulé par un proche de confiance est importante. Or cette désignation n'est pas encore une démarche naturelle, préparée et reste encore trop tardive à la faveur d'une rupture du parcours de vie. Pour qu'elle prenne toute la dimension que le législateur a voulu lui donner, il conviendrait de la préparer bien en amont. Savoir se projeter dans la préparation de la survenue éventuelle de troubles cognitifs permettrait de rester le plus longtemps possible acteur de sa vie.

En première ligne pour détecter les signes de la perte d'autonomie cognitive, les professionnels du domicile, les professionnels de santé voire de la société civile devraient être formés pour connaître et promouvoir le recours à la personne de confiance. Celui-ci a fait ses preuves dans le domaine de la santé ; toutefois il faut rester vigilant sur les modalités de désignation de la personne de confiance pour bien prendre en compte le choix personnel de la personne malade. Ce dispositif a su s'installer dans les échanges professionnels dans le respect des obligations liées au secret médical. Il pourrait être intéressant de s'en inspirer pour d'autres secteurs (comme le secteur financier, le secteur social...) dans lesquels il est important de laisser la décision autant que possible à la personne vulnérable. En particulier, ce principe d'avoir un interlocuteur unique, identifié et choisi par la personne vulnérable est bien adapté à un contexte où le secret professionnel est incontournable. »

Restitution des échanges

a) Discussion relative à l'opportunité de mettre en place des instances et procédures spécifiques

i. Discussion relative à la nomination éventuelle d'un référent « clients âgés vulnérables »

Les membres du groupe de travail ont été informés du fait qu'il existe d'ores et déjà, dans certains réseaux de distribution, des référents « majeurs protégés », qui connaissent la réglementation relative aux mesures de protection juridique. Sur ce modèle, l'idée de la nomination d'un référent en charge d'organiser et suivre les procédures internes relatives aux clients âgés vulnérables a été discutée.

Ce référent serait nommé à raison de son expertise ou de ses connaissances particulières sur les clients âgés et/ou sur les conséquences du vieillissement en matière financière et aurait un rôle d'accompagnement et de pédagogie auprès du réseau. Il veillerait à la prise en compte de cette dimension dans les vérifications de conformité.

Pour les distributeurs disposant du statut d'intermédiaires en assurance, de conseillers en investissements financiers, ou encore pour les intermédiaires qui exercent leurs activités sans structure de conformité formalisée, ce référent pourrait être positionné au niveau des associations professionnelles. Pour les autres distributeurs (entreprises d'assurance, PSI), cette mission pourrait être confiée à la fonction conformité internalisée de ces établissements, notamment en charge de la gestion des opérations inhabituelles ou atypiques. Ce référent interne cumulerait cette fonction spécifique avec ses missions classiques.

Un exemple international : la nomination d'un « champion » de la vulnérabilité au niveau des établissements financiers au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, l'*Alzheimer's Society* a rédigé une charte⁹² pour améliorer l'expérience des clients atteints de la maladie d'Alzheimer lors de leurs démarches financières. Parmi ses recommandations, figure la nomination d'un « champion » de la vulnérabilité au sein des établissements. Ce champion doit, dans la mesure du possible, à la fois occuper une position hiérarchique et avoir un lien direct avec les employés en contact avec la clientèle. Son identité doit être connue de tous les membres du personnel. Parmi ses missions, le « champion » doit régulièrement fournir un rapport de situation au conseil d'administration de l'établissement (ou instance similaire) et mettre en lumière les progrès à accomplir pour que l'établissement dans son ensemble s'oriente vers une organisation plus adaptée à la bonne prise en compte des situations de vulnérabilité.

Certains membres du groupe de travail estiment que ce référent pourrait, par exemple, travailler dans les directions suivantes :

- Intégrer dans le programme de contrôle interne des aspects relatifs à la commercialisation de produits financiers à la clientèle âgée vulnérable. Les participants émettent l'idée que le bilan des actions menées serait présenté régulièrement aux instances de gouvernance adaptées, si possible parmi les plus élevées au sein des établissements en question ;
- Gérer l'accompagnement pédagogique des conseillers de clientèle, avec des actions telles que : l'intégration aux programmes de formation existants d'une sensibilisation du personnel de vente sur les sujets relatifs à la vente de produits et services financiers à la clientèle âgée vulnérable ; l'élaboration et la diffusion de guides pratiques à destination du personnel en contact direct avec la clientèle âgée vulnérable intégrant des informations sur le dispositif interne défini par l'établissement ;
- Répondre aux interrogations des réseaux relatives à la commercialisation de produits financiers à la clientèle âgée vulnérable.

ii. Discussion sur l'opportunité de mettre en place une démarche de vigilance renforcée

Les participants au groupe de travail ont discuté de la possibilité, pour la fonction de conformité, de définir une démarche de vigilance renforcée pour prévenir les éventuels risques de non-conformité découlant de la commercialisation de produits à une clientèle âgée vulnérable. Certains participants envisagent de manière très favorable cette piste de réflexion. D'autres rappellent que les fonctions conformité ne sont pas organisées pour intervenir par type de clientèle, leur action étant orientée vers

⁹² https://www.alzheimers.org.uk/sites/default/files/migrate/downloads/dementia_friendly_financial_services_charter.pdf

les opérations atypiques et inhabituelles quel que soit le client. Ils estiment en outre que chaque établissement doit conserver la possibilité de mettre en place les procédures et moyens qui lui apparaissent les plus adaptés à sa structure et sa typologie de clientèle.

Cette réflexion, à poursuivre, autour d'une démarche de vigilance renforcée pourrait s'articuler autour des axes suivants :

- Opportunité de mettre en place une procédure d'examen systématique pour les demandes de souscriptions, d'arbitrages et de désinvestissement en matière d'épargne financière au-delà d'un âge de référence à définir en interne, afin de vérifier l'opportunité, pour le client, de l'opération envisagée ;
- Opportunité de mener des entretiens de suivi avec les clients à certaines échéances-clés (par exemple, l'entrée dans le quatrième âge). Ces moments, qui s'accompagnent généralement de nombreuses évolutions dans la vie personnelle du client, pourraient être l'occasion de vérifier que les produits détenus respectent toujours les exigences d'adéquation, et d'évoquer les besoins futurs, en examinant en particulier l'investissement et la dé-cumulation ;
- Opportunité de prévoir ou renforcer, si besoin, le contrôle des opérations réalisées dans le cadre des procurations, par le biais, par exemple, d'une revue régulière sur un échantillon suffisamment significatif, dans le cadre du contrôle permanent de second niveau⁹³.

Les alertes déjà existantes dans les établissements, d'après les réponses des membres du groupe de travail au questionnaire

Certains contrôles et alertes informatiques existants pourraient alimenter une vigilance renforcée sur les opérations des clients âgés vulnérables compte tenu de la légitimité de protéger et, les intérêts du client et, la sécurité de l'établissement :

- Les contrôles sur les opérations sensibles, comme les changements de clause bénéficiaire ;
- Les alertes liées à la sécurité financière (lutte contre la fraude, le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, les abus de marché et les embargos), qui permettent de repérer les opérations atypiques et/ou inhabituelles en raison de leur récurrence, leur montant, leur nature, leur localisation, ou le canal utilisé ;
- Les alertes liées aux exigences d'identification des clients aux termes de la réglementation relative à la lutte contre le blanchiment de de capitaux et le financement du terrorisme ou du recueil d'informations prévu par les directives DDA ou MIF2 ;
- Le suivi des activités commerciales : les *reportings* de vente peuvent être une source précieuse d'informations sur ce qui a été proposé aux clients au sein de l'établissement. Par exemple, pourrait être suivi le taux de commercialisation de produits complexes auprès des clients dépassant un âge donné.

⁹³ Le contrôle permanent est une mission qui s'exerce à deux niveaux distincts et complémentaires. Le contrôle de premier niveau consiste à mener les activités quotidiennes en gérant les risques et est réalisé au niveau du terrain par les opérationnels et leur hiérarchie. Il est complété par le contrôle de second niveau, effectué par des fonctions de contrôle permanent indépendantes des entités opérationnelles et exclusivement dédiées à cette mission.

Un exemple de dispositif, le Banking Buddy

Par Guy de Koninck, Supplier Relationship Manager, BNP Paribas Fortis

« Le souci de protection peut mener à une restriction accélérée de l'autonomie dans la gestion financière. En Belgique, c'était un des problèmes remontés par le groupe de travail flamand des personnes souffrant de la démence. Dans le cadre d'un programme d'intrapreneuriat de BNP Paribas, un projet a examiné les possibilités d'étendre dans le temps l'autonomie des personnes âgées vulnérables en faisant appel à l'intelligence artificielle pour renforcer la vigilance.

Le Banking Buddy suivra les opérations sur le compte de la personne vulnérable, les montants, les fréquences, les canaux de paiement, les retraits... En cas de transaction inhabituelle repérée, l'application enverra une alerte au tiers de confiance désigné par la personne elle-même qui peut se rapprocher d'elle pour voir si tout va bien. Cela suppose, chez les clients et chez les collaborateurs, une attention pour « penser plus tôt au plus tard » et la mise en place d'une autorisation à partager les informations. Ainsi, la solution proposera aussi un volet de formation, de prise de conscience et d'accompagnement.

Cette approche partant des besoins du client et du proche aidant afin de pouvoir partager les résultats d'outils de suivi avec les tiers de confiance, nécessite une collaboration multidisciplinaire. Le Banking Buddy a évolué par la collaboration avec un « champion » interne des personnes âgées, des data scientists et des collègues des départements juridiques, conformité et fraude et par des échanges avec des aidants. »

b) Discussion relative à la détection des risques et à la traçabilité

La détection et la diminution des risques de commercialisation inadaptée aux clients âgés vulnérables reposent sur une action coordonnée des réseaux de vente et de la fonction de conformité.

Cette démarche pourrait permettre de mieux répondre à l'attente légitime des associations impliquées dans l'accompagnement des personnes âgées vulnérables, de préserver leur autonomie le plus longtemps possible, tout en sécurisant les professionnels du secteur financier.

Il appartient cependant à chaque établissement de définir plus précisément les missions des acteurs de son réseau de distribution et celles de sa direction de la conformité (notamment du potentiel référent « clients âgés vulnérables ») s'agissant de la détection et du suivi des clients susceptibles de ne pas être en mesure d'exprimer un consentement éclairé.

Lors des ateliers du groupe de travail de Place, il est apparu qu'un des enjeux cruciaux pour les établissements financiers est celui de la détection et du suivi des clients qui semblent ne pas pouvoir manifester de consentement pleinement éclairé. Lors d'un rendez-vous, le conseiller peut, en effet, observer chez un client âgé certains indices (comme une difficulté de compréhension, des problèmes de mémoire, une incapacité à reformuler ses besoins...) qui l'amèneraient à avoir un doute sur sa faculté à s'engager en toute connaissance de cause. Le client peut avoir besoin d'un temps supplémentaire de réflexion ou de plus d'explications. Le conseiller peut avoir besoin d'être conforté

par son établissement. Exprimer un doute pourrait permettre de déclencher une procédure à la main de chaque établissement : un deuxième rendez-vous, un « second regard » de la part de sa hiérarchie... La levée du doute nécessitera certainement de faire appel aux observations déjà réalisées par la direction de la conformité lors des contrôles et alertes (« itération ») dans le souci de réduire le risque de commercialisation inadaptée mais aussi de stabiliser la décision financière.

Dans ce cadre, le conseiller peut vouloir consigner ce « doute » dans les systèmes d'information de l'établissement et conserver cette information, dans le respect des exigences relatives à la protection des données à caractère personnel⁹⁴, afin d'assurer le suivi de ses clients et la primauté de leurs intérêts.

Dans quelles conditions un dispositif de vigilance renforcée lors de la commercialisation de produits financiers auprès des personnes âgées vulnérables est-il conforme au RGPD ?

Les recommandations de la CNIL

« La CNIL propose un exemple de bonne pratique pour mettre en place ce dispositif de manière conforme au RGPD ; toutefois, l'entité reste responsable de sa conformité, et peut procéder différemment si elle l'estime également conforme.

Il est proposé l'intégration dans le fichier client d'une case à cocher précédée d'une mention neutre (« avis complémentaire »), à l'exclusion du traitement de toute autre donnée (principe de minimisation), après observation d'un faisceau d'indices par le conseiller clientèle. L'observation doit être multifactorielle (caractéristiques client, situation financière, données résultant d'opérations, etc.).

Dans le cadre de cette bonne pratique, il n'y a donc pas de traitement de données sensibles au sens du RGPD.

L'objectif du dispositif est la prévention du risque de commercialisation inappropriée. Cet objectif est dans l'intérêt du client. Il doit lui être indiqué si le conseiller décide de mettre en place l'évaluation multifactorielle, pour une information loyale de la personne, qui doit être en mesure de s'opposer à la démarche.

Dans cette bonne pratique, les informations collectées pour l'évaluation multifactorielle ne sont ni conservées ni même traitées par l'entité. Seule l'information de la case à cocher l'est, au cours du processus de commercialisation et au sein de l'entité.

Si l'entité fait le choix de ne pas conserver cette information à la fin de la décision de commercialisation, elle pourra justifier de la décision prise via les autres données dont elle dispose déjà. »

⁹⁴ Notamment les dispositions du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données ou RGPD) et de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

CONCLUSION

Ce rapport, fruit des échanges entre parties prenantes du secteur financier, du monde de la consommation ou encore du secteur du vieillissement, regroupe des pistes de réflexion, des expériences, des points de vue sur l'impact de la transition démographique sur la décision financière des seniors vulnérables. Il permettra sans nul doute aux professionnels du secteur financier et assurantiel, d'approfondir les questions posées et d'avancer en vue de développer des pratiques homogènes et partagées.

Annexes

1 – Liste des participants au groupe de travail de Place

Allianz
Anacofi
ASCD - CGP
Association française des conseils en gestion de patrimoine certifiés (CGPC)
Association France Tutelle
Association nationale de défense des consommateurs et usagers CLCV
Aurep
BforBank
Boursorama
BPE
CGT Banques Assurances
Chambre Nationale des Conseils en Gestion de Patrimoine (CNCGP)
Chancellerie
CNP Assurances
Comité Consultatif du Secteur Financier
Crédit Mutuel Arkéa
Direction générale du Trésor
Fédération Bancaire Française (FBF)
Fédération Française de l'Assurance (FFA)
Fondation Crésus
Fondation Médéric Alzheimer
GDP Conseil
La Compagnie des CGP-CIF
La Curatelaire
La Finance pour tous
Milleis Banque
Olifan Group
Planète CSCA
Rothschild Martin Maurel
Sciences-Po
UFC Que Choisir
Union Financière de France
Union Nationale des Associations Familiales (UNAF)

2 – Rendez-vous d’experts, auditions et réunions complémentaires

Octobre 2019 : Madame Marielle Cohen-Branche, Médiateur de l’AMF, et Madame Marie-Christine Caffet, Médiatrice de la Fédération bancaire française (Audition)

Mars 2020 : Maître Jean-Pierre Prohaszka, Président du 116^{ème} Congrès des notaires de France (Rendez-vous d’experts avec le groupe de travail de Place)

Avril 2020 : Monsieur Thomas Dautieu, Directeur de la conformité, et Monsieur Aymeric Pontvianne, Conseiller finance et innovation, Direction de la conformité – CNIL (Audition)

Juin 2020 : Monsieur Patrick Gohet, Adjoint au Défenseur des droits en charge de la lutte contre les discriminations et la promotion de l’égalité, et Monsieur Slimane Laoufi, Chef du pôle emploi/biens et services privés auprès du Défenseur des droits (Audition)

Septembre 2020 : Commission « Maltraitements financiers » de la Fédération internationale des associations de personnes âgées (FIAPA), présidée par Alain Koskas (Présentation des travaux ACPR-AMF et échanges)

Septembre 2020 : Commission de lutte contre la maltraitance et de promotion de la bientraitance⁹⁵ (Participation à la réunion sur la définition et la classification des actes de maltraitance, notamment financière)

Octobre 2020 : Monsieur David Noguéro, Professeur agrégé des Facultés de droit à l’Université de Paris, Spécialiste de la protection des majeurs vulnérables et de droit des assurances, Président de la Commission consultative Pratiques commerciales de l’ACPR (Audition)

Janvier 2021 : Monsieur Aymeric Pontvianne, Conseiller finance et innovation, Direction de la conformité, et Monsieur Erevan Malroux, Juriste au sein du service des affaires économiques – CNIL (Rendez-vous d’experts avec le groupe de travail de Place)

Janvier 2021 : Madame George Pau-Langevin, Adjointe au Défenseur des droits en charge de la lutte contre les discriminations et la promotion de l’égalité, et Madame Claudine Jacob, Directrice « Protection des droits – affaires judiciaires » auprès du Défenseur des droits (Audition)

⁹⁵ « La Commission pour la lutte contre la maltraitance et la promotion de la bientraitance est une instance conjointe du Haut Conseil de la Famille, de l’Enfance et de l’Âge (HCFEA) et du Comité National Consultatif des Personnes Handicapées (CNCPH), installée le 19 mars 2018 et présidée par Mme. Alice Casagrande. La commission est composée, outre des membres désignés par le HCFEA et le CNCPH, de personnes qualifiées (experts) et de représentants de tous les secteurs concernés notamment des ministères des Solidarité et de la Santé, de la Justice, de l’Intérieur et des Personnes handicapées, des Agences régionales de santé, des Conseils départementaux. Elle est chargée de faire des propositions sur le risque de maltraitance dans tous les lieux de vie, que ce soit à domicile ou en établissement. » (<https://solidarites-sante.gouv.fr/affaires-sociales/personnes-vulnerables/maltraitance-des-personnes-vulnerables/article/commission-lutte-contre-maltraitance-et-promotion-bientraitance>).