



Pôle commun ACPR - AMF

Rapport annuel 2014

Natalie LEMAIRE

Olivier FLICHE

Conférence de presse – 5 juin 2015

Sommaire

1. Bilan 2014

1. *Les missions permanentes*

1. *Assurance Banque Épargne Info Service*
2. *La publicité*
3. *Les contrôles coordonnés*

2. *Les points saillants de l'année*

1. *Les conventions producteurs - distributeurs*
2. *Le financement participatif*
3. *Les évolutions européennes et internationales*

2. Les perspectives 2015

1. Les missions permanentes : ABE IS

Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS) est un service public mis en place par l'ACPR, la Banque de France et l'AMF pour « offrir un point d'entrée commun habilité à recevoir les demandes des clients, assurés, bénéficiaires, ayants droits et épargnants... ».

Les objectifs

Un service

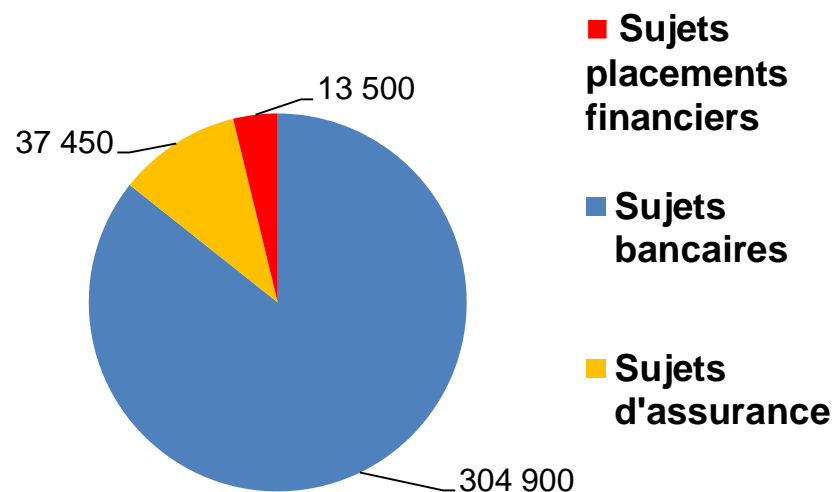
- Facilement accessible (téléphone, Internet, courrier)
- Pour tous publics
- Avec pour objectif d'informer les consommateurs sur leurs droits et de les orienter le plus efficacement possible

1. Les missions permanentes : ABE IS

La plateforme téléphonique

Une hausse de 8 % du nombre d'appels en 2014 par rapport à 2013

- 355 850 appels, soit une moyenne de 29 650 appels / mois



Les questions les plus fréquentes

- Banque : les frais (plafonnement des commissions), le surendettement
- Assurance : l'indemnisation (montant, délai), les résiliations de contrats
- Bourse et produits financiers : le trading spéculatif sur Internet, la priorité des exécutions d'ordre de bourse

1. Les missions permanentes : ABE IS

Le site Internet

450 000 pages vues en 2014 par 270 000 visiteurs

- Des rubriques pratiques pour les consommateurs sur les thématiques liées à la commercialisation des produits financiers, bancaires et d'assurance
- Une newsletter mensuelle diffusée à près de 1 000 abonnés

De multiples contributions pour informer le grand public de façon pédagogique

- Un contenu alimenté par la Banque de France et le pôle commun ACPR - AMF
- Les sujets les plus consultés : codes BIC et IBAN, clause bénéficiaire en assurance vie, fraude à la carte bancaire, etc.

Par secteur

Vidéographies et infographies

Le glossaire

Les contacts

The screenshot shows the ABE Info Service website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Un site proposé par : ACPR, BANQUE DE FRANCE, AMF'. Below this is a search bar and a main menu with categories: ABE INFO SERVICE, ASSURANCE, BANQUE, PLACEMENTS FINANCIERS, DOSSIERS, ACTUALITÉS ET ALERTES, and FAQ. The main content area features a large banner with the text 'BIENVENUE SUR ABE INFO SERVICE' and three sub-sections: ASSURANCE, BANQUE, and PLACEMENTS FINANCIERS. Below the banner are several content blocks: 'EN IMAGES' with video thumbnails, 'DOSSIER DU MOIS' about general assemblies, 'ALERTES' with a stock market table, 'ACTUALITÉS' with an article about the 30th anniversary of the European Union flag, 'LE SAVIEZ-VOUS?' FAQ section, and 'LA DEFINITION DU JOUR' glossary entry. At the bottom, there is a contact section with phone number '0 811 901 801', a newsletter subscription form, and an RSS feed subscription button. A footer contains links for CONTACT, MENTIONS LEGALES, FLUX RSS, NEWSLETTER, FAQ, GLOSSAIRE, LIENS UTILES, and PLAN DU SITE.

Des alertes

Des dossiers

FAQ

Actualités

Flux RSS et Newsletter



1. Les missions permanentes : la publicité et les actions de veille et de contrôle

L'AMF et l'ACPR mènent une veille approfondie sur la communication publicitaire des produits proposés aux épargnants. Les Autorités s'assurent que les critères d'équilibre des communications soient respectés.

La veille publicitaire

- **AMF : 4 800 communications examinées, tous supports confondus**
 - Comme en 2013, 1 nouvelle publicité sur 2 porte sur les offres de trading spéculatif sur Internet visant le grand public
 - Un nombre croissant de publicités sur les placements dits « atypiques »
- **ACPR : 4 477 messages publicitaires contrôlés**

Les actions de contrôle en matière de publicité

- **Les contrôles sur place et sur pièces de l'ACPR**
 - Des interventions régulières auprès des professionnels lors de défauts de conformité relevés
 - 52 interventions en 2014, tous secteurs confondus, soit plus de 200 depuis 2010
- **Les revues a priori de l'AMF**
 - Un contrôle amont des messages promotionnels des sociétés de gestion et distributeurs (fonds d'investissement et émetteurs de titres de créances)
 - 370 documents commerciaux examinés par la Direction de la gestion d'actifs en 2014 et 657 par la Direction des émetteurs

1. Les missions permanentes : la publicité et les actions de veille et de contrôle

Dans le cadre d'un groupe de travail du Pôle commun, des réflexions ont été menées en 2014 pour harmoniser les critères d'analyse et de contrôle de la publicité en assurance vie, sur les champs de compétence respectifs des Autorités.

La recommandation ACPR sur la publicité en assurance vie

- **La définition de critères d'analyse communs**
 - Équilibre de la présentation publicitaire, adéquation du format et support de diffusion au message
 - Information exacte, claire et non trompeuse
- **Ces travaux ont conduit en février 2015 à la publication d'une recommandation de l'ACPR**
 - L'AMF a maintenu ses éléments de doctrine existants

1. Les missions permanentes : les contrôles coordonnés

Le Pôle commun coordonne chaque année des contrôles afin de déterminer des doctrines communes et d'apprécier les impacts de ses positions et recommandations.

Les thématiques de contrôle en 2014 : principaux enseignements

- **La commercialisation des produits complexes**
 - Une qualité très inégale d'identification de la clientèle cible
 - Une disparité dans les documents commerciaux, parfois très déséquilibrés
- **Le devoir de conseil des professionnels : la connaissance client**
 - Un caractère généralement insuffisant de l'information communiquée au client
 - Une absence fréquente de formalisation des questionnaires clients
- **Les conventions producteurs-distributeurs**
 - Une consultation engagée en 2014 sur le projet de recommandation et position des Autorités
 - 19 contrôles menés démontrant une qualité insuffisante des dispositifs en place
- **La commercialisation à distance**
 - Face au constat de pratiques encore perfectibles et du développement très important de la vente à distance, un groupe de travail spécifique a été formé et poursuivra ses travaux en 2015

2. Les points saillants de l'année : la recommandation producteurs – distributeurs

L'ACPR et l'AMF ont précisé leurs attentes en matière de convention de distribution de contrats d'assurance vie ou d'instruments financiers en 2014.

Une évolution au service d'une meilleure protection de l'épargnant

- Clarifier les relations entre les producteurs et les distributeurs s'agissant de l'élaboration de documents publicitaires et la transmission des informations sur les produits
- Veiller à ce que la protection des clients soit assurée par les différents acteurs de la chaîne de commercialisation des contrats

Ces actions ont donné lieu, en juillet 2014, à la publication d'une recommandation de l'ACPR et d'une position-recommandation de l'AMF

2. Les points saillants de l'année : le financement participatif

2014 aura été marquée par l'entrée en vigueur d'un nouveau dispositif juridique, permettant à la France d'être pionnière sur le sujet. Ce cadre vise à favoriser le développement de ce nouveau mode de financement, tout en assurant un niveau de protection adéquat des investisseurs et des prêteurs.

Une volonté forte d'accompagner les acteurs du crowdfunding

- Accessible sur le site ABE IS et les sites des deux Autorités, un guide d'information à l'attention des parties prenantes a été publié en amont de l'entrée en vigueur du dispositif, le 1^{er} octobre 2014
- Rédigé sous forme de questions/réponses, il s'adresse aux prêteurs et investisseurs, aux opérateurs de plates-formes de prêts, de dons ou de souscriptions de titres, ainsi qu'aux porteurs de projets en recherche de fonds et aux financeurs

2. Les points saillants de l'année : le financement participatif

Rappel du nouveau cadre applicable

- Depuis le 1^{er} octobre 2014, les plates-formes de *crowdfunding* par souscription de titres bénéficient d'un statut dédié : **Conseiller en investissement participatif (CIP)**
- Les plates-formes de prêt ont quant à elles un statut **d'Intermédiaire en financement participatif (IFP)**

Le point à fin 2014

- À la fin de l'année 2014 :
 - 6 plates-formes disposaient du statut de CIP
 - 16 plates-formes disposaient du statut d'IFP
- Ces plates-formes ont par ailleurs des obligations de mise à disposition d'informations et de mise en garde sur les risques liés à ce nouveau mode de financement. Dans le cadre de sa mission de veille, le Pôle commun poursuivra sa mission d'observation de ces nouveaux opérateurs

2. Les points saillants de l'année : l'Europe et l'international

Le Pôle commun s'implique et participe aux divers travaux européens menés en concertation avec les diverses parties prenantes. À ce titre, l'ACPR et l'AMF sont présentes au sein du Joint Committee, comité mixte des trois autorités de surveillance européenne (ESMA, EBA et EIOPA).

Un travail conjoint au service de positions harmonisées et cohérentes en Europe

- L'adoption en 2014 de la directive MIFID2 illustre la volonté croissante de faire converger les directives et règlements en matière financière
- Le règlement PRIIPs, adopté par le Parlement et le Conseil européens en novembre 2014, vise à mettre au point un document d'informations clés pour tous les produits d'investissement concernés. Une position française a été élaborée avec le concours de l'ACPR et de l'AMF

3. Les perspectives 2015 du Pôle commun

Plusieurs réflexions sont en cours et figurent parmi les priorités du Pôle commun pour l'année 2015.

Le « self placement » : parts sociales, certificats mutualistes et paritaires

- La loi relative à l'économie sociale et solidaire (ESS) prévoit que les sociétés d'assurance mutuelle (SAM) et les sociétés de groupe d'assurance mutuelle (SGAM) puissent désormais émettre des certificats mutualistes par voie d'offre au public
- Les conditions de commercialisation de ces certificats, à l'instar de celles des parts sociales émises par les établissements de crédit de type coopératif ou mutualiste, doivent faire l'objet d'une grande attention
- Le *Joint Committee* a rappelé, en juillet 2014, les exigences en la matière afin de veiller à la protection de la clientèle
- L'AMF et l'ACPR, sur leurs champs respectifs, sont également mobilisées, tant en termes de contrôle des pratiques commerciales, que de contenu des informations ou de conseil délivré aux clients.

3. Les perspectives 2015 du Pôle commun

La vente à distance : définition, réglementation et suivi

- Face au développement de la commercialisation à distance, les services de l'ACPR et de l'AMF ont mis en place un groupe de travail chargé d'identifier des problématiques éventuelles et de proposer des actions sur différents sujets (connaissance client, conseil, etc.)
- L'AMF a mené une campagne de visite mystère sur Internet, en fin d'année 2014, dont les premiers constats montrent de fortes disparités

Questions