



Pôle commun ACPR/AMF

Rapport annuel 2013

Natalie LEMAIRE
Olivier FLICHE

Conférence de presse le 13 juin 2014

Sommaire

- 1. Le point d'entrée commun :
Assurance Banque Épargne Info Service**
- 2. Bilan 2013**
- 3. Le *crowdfunding***
- 4. Les perspectives 2014**

1. Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS)

La loi confie au pôle commun à l'ACPR et à l'AMF la mission d' « offrir un point d'entrée commun habilité à recevoir les demandes des clients, assurés, bénéficiaires, ayants droits et épargnants... ».

Pour assurer cette mission, un service public mis en place par l'AMF, l'ACPR et la Banque de France :

- **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. Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS)

La plateforme téléphonique

200 conseillers opérateurs répartis sur 13 succursales

➡ **Une stabilité du nombre d'appels à près de 330 000 / an**

- 280 200 appels (*23 350 / mois*) sur des sujets bancaires,
- 37 200 appels (*3 100 / mois*) sur des sujets d'assurance,
- 11 500 appels (*960 / mois*) sur la bourse et les produits financiers.

1. Assurance Banque Épargne Info Service (ABE IS)

Le site internet

- Des rubriques pratiques pour les consommateurs : alertes, actualités, dossiers, glossaire
- Des dossiers de fond destinés à informer de manière simple
 - > En 2013 :
 - En assurance : traitement des réclamations, décryptage de la publicité en assurance-vie, les comparateurs, rédiger sa clause bénéficiaire...
 - En banque : la fraude à la carte bancaire, ouvrir un compte à l'étranger...
 - En placements financiers : le forex, les frais, les options binaires...



**Des consultations en hausse :
d'environ 3 600 visites par mois en 2013...
à près de 20 000 par mois début 2014**

Par secteur

Par produits

Par mode de commercialisation

Les contacts

The screenshot shows the ABE Info Service website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'ASSURANCE BANQUE ÉPARGNE Info SERVICE' and a search bar. Below the navigation bar, there are three main columns: 'BIENVENUE SUR ABE INFO SERVICE' with a welcome message, 'ASSURANCE', 'BANQUE', and 'PLACEMENTS FINANCIERS'. The middle section contains 'INFORMATIONS SUR LES PRODUITS' (Assurance, Banque, Placements financiers), 'COMMERCIALISATION', 'NOS PUBLICATIONS', 'ACTUALITÉS', 'ALERTES', 'DOSSIER DU MOIS', 'LE SAVIEZ-VOUS?', and 'LA DÉFINITION DU JOUR'. The footer contains contact information, a phone number, a newsletter subscription form, and an RSS feed link.

Des alertes

Actualités

Des dossiers

Le glossaire

2. Bilan 2013

- **Traitement des réclamations :**
 - Un réel mouvement de mise en conformité des professionnels dans le traitement des réclamations s'observe suite à la recommandation de l'ACPR et à l'instruction de l'AMF.
 - Mais des insuffisances demeurent dans l'information qu'ils délivrent à la clientèle. De même, les moyens et les procédures mis en place sont parfois incomplets.
- **Devoir de conseil :**
 - Des lacunes demeurent dans le recueil et la traçabilité des informations concernant le client (pas ou peu de vérification des informations ou mauvaise utilisation de celles-ci pour conseiller un investissement).

2. Bilan 2013

- **Convention producteur/distributeur :**

- L'ordonnance n°2008-1271 prévoit l'obligation d'établir une convention entre les producteurs et les distributeurs d'instruments financiers et/ou de contrats d'assurance vie et de capitalisation.
- Les contrôles de l'ACPR et de l'AMF ont confirmé que, lorsqu'elles existaient, ces conventions étaient lacunaires ou imprécises.
- L'ACPR et l'AMF ont souhaité préciser leurs attentes, notamment en vue de :
 - Clarifier les relations entre les producteurs et les distributeurs s'agissant de l'élaboration de documents publicitaires et la transmission des informations ;
 - Veiller à ce que la protection des clients soit assurée par les différents acteurs de la chaîne de commercialisation des contrats.

3. Vers un nouveau dispositif encadrant le crowdfunding

- **Un cadre juridique existant inadapté aux plateformes de crowdfunding** qu'elles proposent du prêt ou une souscription de titres avec de fortes contraintes réglementaires (Ex : 730 000€ de fonds propres pour fournir le service de placement non garanti, l'obligation d'être établissement de crédit pour offrir un prêt rémunéré)
- **La nécessité d'un cadre juridique** favorisant le développement de ce nouveau mode de financement tout en assurant un niveau de protection adapté aux investisseurs/prêteurs dans le respect des contraintes réglementaires européennes
- **Une consultation publique du 1^{er} octobre au 15 novembre 2013** : plus de 60 réponses.

3. Vers un nouveau dispositif encadrant le crowdfunding

- **L'ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif prévoit notamment :**
 - Pour les plateformes de souscription de titres :
 - La création d'un statut dédié de Conseiller en investissement participatif (CIP) en plus du statut de prestataire de services en investissement (PSI) fournissant un service de conseil en investissement ;
 - Une nouvelle exemption à l'obligation de publier un prospectus pour les offres réalisées via le site internet du CIP ou du PSI conseil et répondant à un cadre de commercialisation strict et ce y compris pour les SAS dans la limite d'un montant fixé par décret ;
 - En échange, tant les plateformes de crowdfunding (CIP ou PSI) que les émetteurs seront soumis à des exigences d'information (risques, frais, droit des investisseurs,...).

3. Le nouveau dispositif encadrant le crowdfunding

- Pour les plateformes de prêt :
 - La création du statut d'intermédiaire en financement participatif (IFP)
 - Une nouvelle dérogation au monopole bancaire permettant à un particulier de consentir des prêts rémunérés
 - La création d'un régime prudentiel allégé pour les établissements de paiement
 - Des règles de bonne conduite : information sur les projets (critères de sélection et caractéristiques), les risques, les frais, mise en garde contre un endettement excessif, etc.
- **Ce nouveau dispositif juridique ambitieux marque la volonté de la France d'être pionnière en la matière en offrant un cadre favorable au développement du crowdfunding sous toutes ses formes mais protecteur des intérêts des investisseurs/prêteurs.**

4. Les perspectives

Les travaux communs sur la publicité

Échanges sur les travaux de veille et de contrôle de la publicité
Un groupe de travail sur le caractère « clair, exact et non trompeur »
des documents à caractère publicitaire ou promotionnel.

➡ Comment s'assurer que le message publicitaire permet au consommateur :

- De comprendre la nature du produit proposé ?
- D'avoir une présentation équilibrée des avantages et des risques ?
- De comprendre les conditions de l'offre et le vocabulaire utilisé (garantie, taux de rendement, frais...) ?

4. Les perspectives

La vente et le conseil fourni

- Poursuite des contrôles coordonnés sur le devoir de conseil
- Un focus sur la structure de rémunération et ses effets incitatifs
- **Vente à distance** : des questions liées à la forte progression de la vente par internet
 - Quelles sont les pratiques émergentes ?
 - Quels problèmes pour les consommateurs ?
 - La réglementation existante est-elle adaptée ?

4. Les perspectives

Des travaux européens menés en concertation

- Les lignes directrices (« guidelines ») sur le traitement des réclamations du *Joint committee*
- Le règlement PRIIPs et la mise au point d'un document d'informations clés pour l'épargnant
- Autres sujets : l'ACPR et l'AMF présents au sein du *Joint Committee* (ESMA, EIOPA, EBA)

Questions