



CHAPITRE 3

Protéger la clientèle des secteurs de la banque et de l'assurance

Sommaire

- 125 Les contrôles effectués en 2011 et leurs enseignements
- 133 La mobilité bancaire
- 137 Le traitement des demandes de la clientèle auprès de l'ACP
- 141 Les recommandations publiées en 2011
- 143 La commission consultative Pratiques commerciales
- 144 Les activités du pôle commun ACP/AMF
- 147 La coordination de l'ACP avec d'autres acteurs de la protection de la clientèle au niveau national
- 148 Le contrôle des pratiques commerciales : un enjeu international

L'Autorité de contrôle prudentiel veille au respect, par les entités soumises à son contrôle, des règles destinées à assurer la protection de leur clientèle, touchant tant à la publicité, à l'information précontractuelle, au devoir de conseil, qu'au déroulement du contrat jusqu'à son dénouement. L'Autorité s'assure de l'adéquation des procédures et des moyens mis en œuvre à cet effet. Les actions de l'ACP en matière de contrôle des pratiques commerciales visent à préserver une relation loyale et transparente entre les clients et les organismes, gage de confiance des citoyens dans le système financier. L'ACP dispose d'une direction dédiée à la mise en œuvre de cette mission : la direction du Contrôle des pratiques commerciales. Cette direction est transversale, en charge des secteurs de la banque et de l'assurance.

1

Les contrôles effectués en 2011 et leurs enseignements

En 2011, la direction du Contrôle des pratiques commerciales a lancé de nombreux contrôles sur des établissements de crédit, des organismes d'assurance et leurs intermédiaires.

1.1 L'organisation du contrôle

La plus grande partie des contrôles est effectuée par l'ACP seule. Toutefois, certains contrôles ont été menés conjointement avec l'Autorité des marchés financiers (AMF), dans le cadre du pôle commun. En outre, afin de renforcer son intervention au niveau local, l'ACP travaille avec le réseau de la Banque de France. C'est ainsi que les succursales de Lille, Lyon et Toulouse ont été mobilisées pour effectuer des contrôles d'intermédiaires en assurance dans leurs régions respectives en 2011.

Le contrôle se fait sur pièces et sur place. Ainsi, l'ACP peut être amenée à demander des clarifications et des documents justificatifs à une entité, par exemple dans le cadre de la veille sur la publicité (cf. encadré page suivante). Elle peut également, au vu des documents périodiques qui lui sont remis par les professionnels, ou des demandes reçues de la clientèle, choisir d'approfondir le contrôle en allant sur place.



Le contrôle des pratiques commerciales en chiffres

67

contrôles sur place conduits au cours de l'année 2011

4 049

demandes écrites reçues dans l'année

5

recommandations publiées

Près de

65 000

appels téléphoniques reçus par la plateforme ABE Info Service

2 554

publicités analysées

LA VEILLE PUBLICITAIRE RÉALISÉE PAR L'ACP

L'ACP exerce aussi sa mission de protection de la clientèle en pratiquant une veille sur les nouveaux contrats d'assurance et les produits bancaires apparaissant sur le marché, ainsi que sur les campagnes publicitaires émanant des entités qui sont soumises à son contrôle. L'objectif est de s'assurer de la conformité aux règles applicables et de prévenir d'éventuelles dérives. Cette veille sur les publicités et les produits est effectuée quotidiennement.

L'ACP dispose de la capacité de contrôler que les publicités émanant des organismes assujettis respectent des dispositions issues des codes monétaire et financier, des assurances, de la mutualité, du livre IX du code de la sécurité sociale, du livre III du code de la consommation, des codes de conduite homologués et de dispositions infra-réglementaires.

L'action de l'ACP en matière de veille publicitaire a pour base juridique le code monétaire et financier (articles L. 612-1, point I, L. 612-1, point II-3°, et L. 612-23). Il convient de souligner que l'ACP n'a pas de pouvoir d'approbation *a priori* sur les publicités.

L'ACP veille également à ce que les professionnels mettent en œuvre les moyens et procédures adéquats pour respecter le livre I du code de la consommation.

La direction du Contrôle des pratiques commerciales à l'ACP a ainsi mis en place une méthodologie de veille sur les publicités et les contrats lui permettant d'analyser des documents promotionnels pour :

- détecter les manquements aux règles dont le respect est contrôlé par l'ACP en application de l'article L. 612-1 du code monétaire et financier ;
- identifier les évolutions de pratiques commerciales et le développement de nouveaux produits ;
- veiller à la conformité des règles de protection de la clientèle.

En 2011, la direction du Contrôle des pratiques commerciales a concentré son action sur les supports Internet et sur la presse, en portant son attention plus particulièrement sur deux sujets d'actualité :

- **le crédit à la consommation :** la loi 2010-737 du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à

la consommation a significativement renforcé les obligations, tant sur le fond que sur la forme, pour les publicités portant sur le crédit à la consommation (prêts personnels, crédits renouvelables et crédits affectés) afin de renforcer l'information du consommateur dès la publicité ;

- **l'assurance vie :** les travaux de veille portent sur le respect du caractère exact, clair et non trompeur des informations, y compris les communications à caractère publicitaire, relatives à un contrat d'assurance sur la vie ou à un contrat de capitalisation. De plus, les communications à caractère publicitaire doivent être clairement identifiées comme telles. L'ACP veille également à la bonne prise en compte par les entités des recommandations et positions qu'elle prend pour les éléments qui concernent la publicité.

Des contrôles sur place ont été lancés à la suite de ces investigations.

LES DOCUMENTS PÉRIODIQUES REMIS PAR LES ORGANISMES D'ASSURANCE ET LES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT EN MATIÈRE DE PROTECTION DE LA CLIENTÈLE : L'ANNEXE SPÉCIFIQUE AU RAPPORT DE CONTRÔLE INTERNE

Dès sa création en 2010, l'ACP a demandé aux établissements de crédit et aux organismes d'assurance des informations sur leurs pratiques commerciales et l'organisation qu'ils ont mise en place pour assurer le respect des règles de protection de la clientèle dans leur activité. Une annexe spécifique au rapport de contrôle interne a été demandée sur la base d'un canevas.

Pour optimiser la collecte et le traitement des informations tout en facilitant la rédaction de l'annexe, l'ACP a conduit en 2011 un projet informatique dédié.

Après consultation des associations professionnelles, un cahier des charges a été élaboré et des solutions choisies pour créer, une application disponible depuis avril 2012, pour l'année 2011.

Ainsi, l'ACP a la possibilité d'effectuer des traitements de données à partir des informations envoyées par les établissements de crédit et les organismes d'assurance. La solution choisie, basée sur un document de type PDF téléchargeable sur le site Internet de l'ACP, permet une grande souplesse d'exploitation pour les

organismes. En effet, les fichiers, munis de contrôles embarqués (vérification des zones à la saisie) et à l'ergonomie étudiée, ont la capacité d'être sauvegardés et renseignés au fur et à mesure de la disponibilité des données.

Au final, l'ACP a ainsi à sa disposition un véritable outil de gestion des documents périodiques lié à la protection de la clientèle dont l'efficacité est accrue par son informatisation.

1.2 Les thèmes de contrôle en 2011

Au cours de l'année 2011, les contrôles d'établissements de crédit et d'organismes d'assurance ont mis en évidence un réel souci de prendre en compte la protection de la clientèle dans ces entités. Les contrôles ont aussi permis d'identifier un certain nombre de bonnes ou mauvaises pratiques en matière de commercialisation des produits bancaires et d'assurance.

Trois thèmes principaux ont été ciblés lors des contrôles sur place réalisés par l'ACP : la formalisation du devoir de conseil, la gestion des réclamations et les dispositifs de contrôle interne. Par ailleurs, les spécificités propres à chaque profession font l'objet d'observations distinctes.

A Le conseil : le recueil des besoins du client et la formalisation du conseil

Plusieurs obligations légales doivent être mises en œuvre lors de la distribution de contrats d'assurance vie : les besoins et exigences du client doivent être recensés et formalisés sur un support durable, ainsi que le conseil donné. Les missions de contrôle ont constaté dans ce domaine des points à améliorer, notamment dans les moyens informatiques mis en œuvre ou dans l'adéquation entre le profil du client et le produit finalement proposé.

Dans le domaine du crédit, la mise en œuvre des dispositions du code de la consommation sur les explications fournies à l'emprunteur et l'adaptation du crédit à sa situation financière, de même que la vérification de sa solvabilité sont apparues également perfectibles, les procédures prévues par les établissements n'étant pas toujours mises en œuvre en pratique.

La formation du personnel en relation avec la clientèle est un des leviers d'un conseil de qualité. Les contrôleurs ont pu constater qu'au-delà de la formation initiale, peu d'entités déployaient un dispositif systématique de développement continu des connaissances du personnel de vente sur les produits et les règles de protection de la clientèle.

B Le traitement des réclamations

Les organismes contrôlés disposent le plus souvent d'un dispositif de traitement des réclamations à deux niveaux. Le premier, chargé de recueillir les interrogations de la clientèle, tente d'apporter des réponses aux problématiques les plus courantes. Le deuxième niveau prend en charge les réclamations plus difficiles à résoudre. Ce dispositif paraît approprié mais des progrès restent cependant à faire pour atteindre un niveau satisfaisant de service à la clientèle.

Lors des contrôles, des situations très contrastées ont été constatées dans les organismes, avec parfois un déficit d'information sur le traitement des réclamations, une insuffisance d'organisation et un manque de professionnalisme ou, à l'inverse, la mise en place de bonnes pratiques basées sur des systèmes organisés faisant intervenir de façon efficace les différents acteurs de la protection de la clientèle.

Garantir une information claire et transparente sur les modalités de traitement des réclamations, c'est aussi faciliter un accès simple et direct à la clientèle. Force est de constater que la documentation contractuelle et précontractuelle des banques et des organismes d'assurance ne renseigne pas systématiquement les clients sur la procédure de réclamation qu'ils peuvent suivre ; l'information est parfois manquante ou difficilement accessible.

Le défaut d'organisation de certaines entités en ce qui concerne le traitement des réclamations peut être à l'origine d'une relation « chaotique » entre le client et l'entreprise. De même, indiquer un numéro surtaxé pour déposer une réclamation ne favorise pas l'accès des clients aux dispositifs de traitement des réclamations. Les systèmes contrôlés montrent que des progrès restent à accomplir dans la formalisation des procédures, la fixation de délais de traitement acceptables et l'identification des services concernés.

Cette formalisation peut s'appuyer sur la définition claire et précise d'une réclamation, reprenant celle de la Commission européenne du 12 mai 2010 (2010/304/UE) et rappelée dans la recommandation 2011-R-05 de l'ACP sur le traitement des réclamations. Cette dernière recommande de mettre en œuvre des outils informatiques appropriés qui fournissent un suivi individuel de chaque dossier client. L'organisme peut ainsi élaborer une analyse très fine de son traitement des réclamations. L'optimisation de la gestion des réclamations, en devenant un objectif central pour les organismes, apporterait une réponse homogène et modulable aux demandes de la clientèle avec, à la clé, un degré accru de satisfaction.

L'objectif est de veiller à ce qu'il n'y ait pas de confusion entre le service de réclamation et le dispositif de médiation. Cette séparation doit notamment conduire le service de réclamation à indiquer dans toutes ses réponses les coordonnées du médiateur, quelles que soient les suites données à la réclamation du client. Elle doit aussi permettre à tout dossier, même jugé irrecevable par les premiers niveaux, d'être transmis au médiateur.

La mise en place de comités de pilotage entre les services de réclamation, les services opérationnels, la direction juridique, la conformité et le service de médiation constitue une bonne pratique qui a été parfois observée. Ces comités permettent de suivre les sujets récurrents évoqués dans les réclamations et de prendre les mesures correctrices correspondantes.

C Le contrôle interne

Les contrôles ont montré que la cartographie des risques ne prenait pas toujours en compte les risques liés au non-respect des règles de protection de la clientèle, qui constituent pourtant un enjeu non négligeable pour les organismes. Aussi, un des axes de progrès doit-il être l'intégration de ces thèmes dans les dispositifs de contrôle interne (contrôle permanent et contrôle périodique pour le secteur bancaire).

De plus, on observe que, lorsque le contrôle interne se penche sur les pratiques de commercialisation et de respect des règles de protection de la clientèle, les plans d'actions correctrices sont insuffisamment instruits et globalement peu suivis.

Concernant la coordination interne, les missions de contrôle ont fréquemment constaté que les organismes ne mettaient pas toujours en place les procédures permettant de veiller à la qualité de l'information, de garantir la traçabilité du conseil et de corriger les mauvaises pratiques de commercialisation dans leur réseau. On note également des carences dans la consultation des services juridiques lors de la validation de la documentation commerciale et contractuelle d'un nouveau produit, ou dans la relecture des publications destinées à la clientèle. Enfin, des manquements à la confidentialité des pièces liées à la santé des clients ont pu être rencontrés.

1.3 Les pratiques commerciales par secteur

A Le secteur de l'assurance

Les contrôles conduits au sein des organismes d'assurance et des mutuelles en 2011 ont permis de mettre en exergue un certain nombre de points à améliorer, concernant la réglementation, l'information du client, la commercialisation des contrats d'assurance vie et le devoir de conseil.

Dans l'information contractuelle et précontractuelle, des incohérences ont parfois été relevées : il arrive que les documents précontractuels ne soient remis qu'après la signature de l'adhérent, les lettres types de renonciation ne sont pas toujours présentes dans la vente à distance, les conditions générales ou particulières ne sont pas systématiquement signées.

S'agissant de l'information du client, plus particulièrement en ce qui concerne la rédaction des contrats, outre le respect des conditions de forme (taille de la police de caractères suffisante, écriture en gras), il convient de rappeler que les informations communiquées doivent toujours être de la plus grande clarté pour le client et ne doivent pas laisser de place à l'interprétation (clauses d'exclusion vagues, abréviations non explicitées, défaut d'illustration chiffrée...). Cette confusion peut être source d'un préjudice pour le client, qui peut croire à tort être couvert sur certains risques et à un niveau donné de garanties. Il convient de rappeler que l'article L.133-2 du code de la consommation prévoit que les clauses des contrats s'interprètent, en cas de doute, dans le sens le plus favorable au consommateur ou au non-professionnel.

En assurance, les points suivants nécessitent d'être améliorés. Les organismes doivent être particulièrement vigilants lors

de la commercialisation des contrats en unités de compte. Il ressort des contrôles effectués que le conseil en la matière pourrait être plus homogène d'un client à un autre, et prendre davantage en compte le profil défini au préalable. Les transferts de contrats d'assurance vie en euros vers des contrats en unités de compte (amendement Fourgous²⁴) sont insuffisamment encadrés par les organismes, notamment en termes de documentation contractuelle. Les missions de contrôle ont ainsi été amenées à examiner des dossiers de personnes très âgées pour lesquelles ce transfert avait été effectué, en contradiction avec les « engagements déontologiques » de la Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA). Enfin, l'obligation de verser le capital dans un délai d'un mois après l'arrivée au terme du contrat n'est pas toujours respectée.

Les contrôles effectués pour vérifier le respect de la recommandation 2010-R-01 sur la commercialisation de contrats d'assurance vie en unités de compte constituées d'instruments financiers complexes ont montré que, globalement, les organismes d'assurance contrôlés ont communiqué à leurs adhérents ou souscripteurs une information sur les risques liés à la sélection des supports complexes proposés. **Cependant, la clarté de l'information doit être appréciée en considération de la clientèle visée et doit mentionner l'existence ou non d'une garantie en capital.** L'information pourrait également être plus complète en ce qui concerne les conséquences d'une demande de rachat ou d'un décès avant l'échéance du titre sous-jacent. En effet, certains documents d'information se limitent à indiquer les risques en cas de « sortie » avant l'échéance, sans spécifier les cas envisagés (il en est ainsi en cas de décès du souscripteur).

²⁴ L'instruction fiscale Fourgous (du nom du député qui l'a proposée), de fin 2005, permet de transformer un contrat d'assurance vie monosupport en un contrat d'assurance vie multisupport.

Enfin, la réglementation prévoit que les contrats d'assurance vie font l'objet d'une recherche systématique des bénéficiaires, aussi bien lors de l'arrivée à leur terme que lorsqu'ils sont dénoués par un décès. À ce titre, certaines compagnies ont mis en place des procédures de gestion interne très détaillées. Certaines compagnies ont été invitées à réviser leurs procédures et à consulter systématiquement le registre national d'identification des personnes physiques (RNIPP), quel que soit l'âge de l'assuré ou la provision mathématique associée.

B Le secteur de la banque

Le contrôle des établissements de crédit a mis en évidence des axes de progression sur la gestion des comptes, les offres de prêt et l'information du client.

En termes de gestion de compte, les contrôles sur place ont révélé des défaillances dans le contrôle de la conformité de la composition des taux annuels effectifs globaux (TAEG), notamment sur les découverts en compte, affectant souvent une clientèle déjà fragilisée.

Dans les contrôles effectués avant le 1^{er} mai 2011, date d'entrée en vigueur des principales dispositions de la loi Lagarde réformant le crédit à la consommation, les établissements n'avaient pas encore tous intégré ces nouvelles exigences dans leurs procédures internes. L'attention des établissements a été appelée sur la rédaction des offres de prêt (précision de l'information, respect de la taille de la police de caractères, mentions obligatoires) et sur les conventions de compte qui contiennent parfois des clauses relatives au *scoring credit revolving*, alors que la loi prévoit une séparation claire entre la gestion d'un compte et l'octroi d'un crédit. Les conventions de compte pourraient par ailleurs être plus claires pour le client et ne mentionner que les dispo-

sitions spécifiquement applicables à son profil (par exemple, client particulier par opposition au client professionnel), ou celles qu'il a choisies, et non l'ensemble des offres commerciales proposées par l'établissement.

Les services de banque en ligne n'appliquent pas toujours correctement les dispositions de la loi Lagarde. Les demandes de crédit par Internet peuvent ainsi être validées par un simple clic, alors que l'esprit de la loi est de renforcer l'étude de la situation du client avant toute offre de prêt (consultation systématique du fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers – FICP –, étude de la solvabilité du client, nouvelle offre en cas d'augmentation du montant du crédit).

Enfin, les clauses d'exigibilité anticipée sont quelquefois critiquables, certaines rédactions d'offre de prêt permettant à l'établissement de procéder au remboursement du crédit par saisie sur les comptes courants ou livrets d'épargne du client, sans information préalable. À cet égard, plusieurs juridictions du fond ont qualifié ces pratiques de clauses abusives.

De manière plus générale, le contrôle des établissements de crédit a montré que les exigences de conformité prenaient souvent en compte la réglementation relative à la connaissance du client, à la lutte anti-blanchiment ou au respect des règles de la protection des données du client. Mais la publicité, l'information précontractuelle, la régularité des contrats, la mobilité bancaire, le droit au compte, le respect des dates de valeur et de la tarification des frais sont des axes d'amélioration des moyens et procédures internes, ainsi que du dispositif de contrôle interne.

1.4 Les intermédiaires : les thèmes relevés au cours des contrôles

LES SPÉCIFICITÉS DU CONTRÔLE DES INTERMÉDIAIRES

Les intermédiaires ne font pas l'objet d'un contrôle permanent. Aussi l'entité doit-elle être assujettie avant de faire l'objet d'un contrôle sur place. Cela se matérialise par l'envoi d'une décision d'assujettissement signée par le secrétaire général de l'ACP.

Le service de contrôle des intermédiaires de la direction du Contrôle des pratiques commerciales réalise des contrôles portant sur tous les types d'intermédiaires, courtiers en assurance, agents généraux, courtiers grossistes, établissements de crédit agissant en qualité d'intermédiaires en assurance.

Les intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP) sont également intégrés dans le champ du contrôle.

Les intermédiaires peuvent être contrôlés soit par les seules équipes de l'ACP, soit par une mission conjointe avec l'AMF dans le cadre du pôle commun, ou encore avec le réseau de la Banque de France pour les entités situées en province.

Par ailleurs, l'ACP participe à de nombreuses conférences sur le contrôle des intermédiaires, afin de mieux expliquer sa démarche auprès des professionnels qui ne sont pas habitués à ce processus.

Le contrôle des intermédiaires a porté sur l'ensemble des éléments qui permettent de protéger les clients, qu'il s'agisse des éléments touchant à la qualité professionnelle des personnes qui réalisent des actes d'intermédiation ou des éléments relatifs à l'information et au conseil devant être délivrés au client.

Afin de garantir aux clients qu'ils peuvent accorder leur confiance aux intermédiaires d'assurance, la réglementation impose à ces derniers de s'immatriculer auprès de l'ORIAS (Organisme pour le registre des intermédiaires en assurance) préalablement au lancement de leur activité. **À cette occasion, les intermédiaires doivent démontrer qu'ils satisfont à un certain nombre d'exigences minimales, par exemple, quant à leur compétence technique. La réglementation impose également aux organismes d'assurance de ne rétrocéder des commissions qu'à des intermédiaires dûment immatriculés.** En outre, l'intermédiaire doit fournir

à ses clients des informations sur son identité, indiquer son numéro d'immatriculation et la nature de ses liens avec ses fournisseurs. Il doit également faire connaître aux clients les modalités selon lesquelles ceux-ci peuvent faire parvenir une éventuelle réclamation ainsi que les voies de recours qui leur sont ouvertes.

Les contrôles réalisés ont permis de constater plusieurs manquements. Ainsi, certaines personnes effectuaient des actes d'intermédiation en assurance sans s'être immatriculées au préalable auprès de l'ORIAS. D'autres ne communiquaient pas aux clients les moyens de vérifier la réalité de leur statut d'intermédiaire d'assurance ou rétrocédaient des commissions à des intermédiaires non immatriculés. Il apparaît par ailleurs que, dans certains cas, les exigences de capacité professionnelle pesant sur les salariés ne sont pas respectées au moment de leur embauche. Enfin, les procédures de traitement des réclamations ne sont pas toujours

communiquées aux clients avant la conclusion d'un premier contrat d'assurance. Parallèlement, plusieurs contrôles ont révélé des cas d'inadéquation de l'assurance de responsabilité civile professionnelle ou de garantie financière au regard des opérations traitées, engendrant de fait un risque financier pour l'intermédiaire et pour le client.

Afin de garantir la qualité de l'information délivrée aux clients, la réglementation impose aux intermédiaires de signer des conventions avec les organismes d'assurance fournisseurs, stipulant le devoir de l'intermédiaire de soumettre tout document à caractère publicitaire destiné à la clientèle, et que les assureurs transmettent aux intermédiaires les informations relatives à la compréhension du contrat. Les contrôles sur place ont cependant révélé plusieurs manquements, les conventions signées n'étant pas systématiquement à jour de ces dispositions.



Enfin, les intermédiaires d'assurance sont soumis à un devoir de conseil, lequel doit être adapté à la complexité du produit proposé. Ils doivent également formaliser le recueil des exigences et des besoins du souscripteur, ainsi que les raisons qui motivent le conseil fourni. Sur ce point, les contrôles ont pu s'attacher, notamment en ce qui concerne le courtage d'assurance vie, à apprécier l'adéquation du profil investisseur défini par l'intermédiaire (typologie, expérience, connaissances financières) et l'allocation d'actifs mise en place, la connaissance par les commerciaux des produits qu'ils proposent aux clients, la qualité du discours commercial au regard des caractéristiques du contrat, ainsi que les éléments de preuve du respect des obligations formelles. **Une attention toute particulière a été portée au processus de commercialisation des produits financiers complexes utilisés comme unités de compte, en liaison avec la publication par l'ACP d'une recommandation dédiée à ce sujet.**

Sur l'ensemble de la problématique du devoir de conseil et de l'obligation d'information, les contrôles réalisés ont fait ressortir l'existence de manquements, appelant des corrections et améliorations des pratiques concernées. **Toutefois, des points positifs ont aussi été régulièrement observés, comme l'utilisation fréquente des documents formalisant le recueil des besoins des clients et la motivation du conseil fourni, un souci de satisfaction du client et donc une délivrance d'un conseil de qualité.**

2

La mobilité bancaire : une vérification des engagements des établissements de crédit pris dans le cadre du Comité consultatif du secteur financier

La loi de régulation bancaire et financière du 22 octobre 2010 a introduit (article L. 612-29-1 du code monétaire et financier) une procédure permettant au ministre chargé de l'économie de demander à l'ACP de procéder, auprès des personnes et dans les domaines qui relèvent de sa compétence, à une vérification du respect des engagements pris par une ou plusieurs associations professionnelles, dans le cadre des mesures proposées par le Comité consultatif du secteur financier (CCSF).

Par lettre du 20 janvier 2011, l'ACP a été saisie d'une demande de Mme Christine Lagarde, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, de vérifier le respect par les établissements membres de la Fédération bancaire française (FBF) des engagements qu'ils ont pris pour favoriser la mobilité bancaire. La vérification porte sur le res-

pect de la norme adoptée par la FBF le 6 juillet 2009, sous réserve de sa pleine conformité avec les engagements figurant dans l'avis du CCSF du 26 mai 2008.

La direction du Contrôle des pratiques commerciales de l'ACP a élaboré à cet effet un questionnaire, qui a été soumis pour avis à la commission consultative Pratiques commerciales de l'ACP le 7 février 2011. Ce questionnaire aborde la mise en œuvre de chacun des engagements prévus par la norme professionnelle de la FBF du 6 juillet 2009, ainsi que ses modalités de suivi et de mise en œuvre.

Une enquête en ligne auprès de 344 établissements adhérents de la FBF en activité a été conduite.

2.1. La mobilité bancaire pour faciliter le changement de banque

Dans un souci d'une plus grande concurrence entre les établissements de crédit favorable aux consommateurs, la mobilité bancaire fait l'objet d'échanges fournis entre les professionnels et les associations de consommateurs depuis plusieurs années, tant au niveau national qu'europpéen. En France, ces discussions ont essentiellement eu lieu dans le cadre du Comité consultatif du secteur financier qui s'est saisi du sujet en 2004. À la suite de ces différents travaux, la FBF a adopté une norme professionnelle le 6 juillet 2009.

Cette norme préconise la création d'un service d'aide à la mobilité qui repose sur les principes suivants :

- toute banque proposera ce service à tout client particulier ouvrant un compte de dépôt sur simple demande et sans condition ;
- la nouvelle banque informera le client intéressé sur le mode de fonctionnement et de mise en œuvre de ce service par une documentation appropriée, figurant notamment sur les sites Internet des banques ;
- la nouvelle banque demandera au client désirant changer de banque son accord formel pour agir à sa place. Le client fournira alors les éléments utiles au changement de compte ;
- la nouvelle banque effectuera les formalités à la place du client pour que ses prélèvements et virements réguliers émis et reçus se présentent sur le nouveau compte ;
- la nouvelle banque communiquera dans un délai de 5 jours ouvrés ces modifications aux émetteurs, après réception de l'ensemble des informations et documents nécessaires fournis par le client ;

- la nouvelle banque mettra également en place les virements permanents que le client souhaiterait émettre depuis son compte de dépôt dans un délai de 5 jours ouvrés à compter de la fourniture par le client des informations nécessaires ;
- une fois la prise en compte par les émetteurs de ses nouvelles coordonnées bancaires, le client qui le souhaite pourra alors fermer son ancien compte. L'ancienne banque fermera le compte dans un délai de 10 jours ouvrés. Si des chèques sans provision sont présentés sur ce compte clos, la banque s'efforcera, par tout moyen à sa disposition, de prévenir son ancien client avant tout rejet pour lui permettre de régulariser sa situation ;
- la banque de départ proposera à un prix raisonnable un service permettant d'obtenir un récapitulatif des opérations automatiques et récurrentes ayant transité sur le compte les 13 derniers mois. La banque disposera de 5 jours ouvrés maximum à la suite de la demande du client (ou de sa nouvelle banque) pour mettre à disposition ce document.

Le CCSF a complété cette disposition par un avis en date du 9 décembre 2010 qui dresse le bilan de la mise en place du service d'aide à la mobilité bancaire et constate la nécessité d'une meilleure diffusion de l'information sur le service, tant auprès des nouveaux clients que des personnels en contact avec le public.

2.2. Le bilan de la vérification de l'ACP sur la mobilité bancaire

La vérification effectuée par l'ACP a porté sur la conformité de la norme adoptée le 6 juillet 2009 par la FBF avec l'avis du Comité consultatif du secteur financier du 26 mai 2008, ainsi que sur le respect de chacun des engagements cités dans la norme FBF.

La norme FBF paraît globalement conforme à l'avis du CCSF, mais elle est incomplète sur certains points. Les précisions apportées par la norme conduisent à une meilleure insertion opérationnelle des engagements pris dans le cadre du CCSF. En revanche, les points de divergence et, en particulier, ceux qui portent sur la sensibilisation du client au risque de clôturer son compte alors que d'éventuelles opérations pourraient être en cours, ou sur la possibilité qui lui est offerte de conserver son prêt immobilier tout en le remboursant par prélèvement sur un compte dans un autre établissement, peuvent être de nature à gêner le consommateur dans sa démarche de mobilité bancaire si l'établissement ne prend pas de lui-même des initiatives dans ce domaine.

La vérification de chacun des engagements et de leurs modalités de mise en œuvre et de suivi conduit à conclure à un respect partiel de la norme par les adhérents de la FBF, qui sont, sur certains engagements, très en retrait par rapport à ce qu'elle prévoit.

Les engagements apparaissent largement respectés en termes de mise à disposition de l'information et de gratuité de la clôture des comptes. L'essentiel des banques propose un service d'aide à la mobilité qui prend au moins en charge les contacts avec les émetteurs d'avis de prélèvement. Les banques fournissent le récapitulatif des opérations récurrentes sans frais pour les clients souhaitant changer de domiciliation bancaire.

En revanche, un peu plus de la moitié des établissements (collectant 70 % des dépôts) proposent systématiquement le service d'aide à la mobilité à l'ouverture du compte. Pour plus de la moitié des établissements, les délais prévus par la norme de mise en place des opérations récurrentes par la banque d'accueil ne sont ni fixés dans les procédures internes, ni suivis. Le respect des engagements concernant la prise en charge des relations avec la banque de départ est peu fréquent et le récapitulatif des opérations récurrentes fourni par la banque de départ ne couvre pas, le plus souvent, la période de 13 mois prévue dans la norme.

La vérification a également permis de constater que le service d'aide à la mobilité est bien fourni gratuitement par les banques, mais qu'il ne rend pas pour autant gratuit le changement de domiciliation bancaire. Le client supporte en effet des frais dans le cadre de sa démarche de mobilité, tant pour l'annulation d'opérations dans la banque de départ et le virement du solde du compte que pour la mise en place d'opérations récurrentes dans la banque d'accueil.

Dans plus des deux tiers des établissements, les différents engagements ne sont pas suivis à l'aide d'indicateurs ou dans le cadre du dispositif de contrôle interne. De fait, les banques ne sont pas en mesure, pour une grande majorité d'entre elles, de s'assurer du respect de ces engagements, ni de déterminer le nombre de comptes ouverts dans le cadre du service d'aide à la mobilité.

Les constats réalisés à l'occasion de cette enquête sur la méconnaissance par les banques de l'utilisation réelle du service d'aide à la mobilité conduisent à attirer l'attention des établissements de crédit sur la nécessité d'assurer un meilleur suivi des engagements qu'ils ont pris dans le cadre de leur adhésion à la FBF. Des améliorations sont souhaitables pour mieux informer le client sur l'existence de ce service, sur les démarches et sur les frais engendrés par le changement de domiciliation. De même, les établissements



devraient mettre en place des indicateurs pertinents visant à connaître l'utilisation de ce service et ses modalités réelles de mise en œuvre. Enfin, le contrôle du respect des engagements pris par les banques devrait être mieux intégré au périmètre d'intervention du contrôle interne, conformément aux dispositions de l'article 5 du règlement n° 97-02 du CRBF.

Les résultats de cette vérification sont rassemblés dans un rapport, publié sur le site Internet de l'ACP. Celui-ci précise, engagement par engagement, la proportion des établissements membres de la FBF qui les respectent.

Ces résultats ont donné lieu à la publication, le 6 décembre 2011, par le CCSF, d'un avis visant à renforcer l'effectivité des engagements pris par les établissements de crédit pour faciliter les changements de banque par leurs clientèles.

3

Le traitement des demandes de la clientèle auprès de l'ACP

3.1 L'organisation du traitement des demandes

A Une valeur ajoutée apportée aux clients par l'ACP

Les clientèles des banques et des assurances peuvent envoyer à l'ACP des demandes d'information, des réclamations et des appréciations sur des pratiques commerciales constatées, qui sont traitées et analysées par des équipes organisées autour de quatre spécialités : banque, assurance de dommages, assurance vie et assurance santé-prévoyance.

À réception, ces éléments sont enregistrés dans un outil informatique selon plusieurs critères (nom de l'organisme, type de produit concerné...) puis affectés aux experts juridiques pour y apporter une réponse dans un délai de 15 jours ouvrés.

La première mission de l'ACP consiste alors à communiquer au réclamant une information claire sur les voies de recours amiable dont il dispose pour obtenir une réponse à son dossier : coordonnées des services internes de traitement des réclamations et du (des) médiateur(s) compétent(s). Des rencontres et échanges réguliers sont organisés avec les médiateurs de la banque et de l'assurance, afin de permettre aux équipes de l'ACP de disposer d'une information actualisée sur les compétences de ces derniers et le rattachement choisi par les établissements et les organismes en cause.

Pour compléter l'information pratique ainsi donnée au réclamant, l'ACP veille, selon les données dont elle dispose dans le dossier, à préciser la réglementation applicable au cas d'espèce, afin notamment de permettre au réclamant d'apprécier la pertinence de sa demande.

En cas de violation flagrante d'une disposition légale ou réglementaire ou d'une clause contractuelle communiquée à l'ACP, le service informations et réclamations peut intervenir directement auprès de l'établissement ou de l'organisme visé afin de recueillir toute information complémentaire et, le cas échéant, demander le réexamen du dossier.

B Un suivi des pratiques utile au contrôle

Le traitement et l'analyse des demandes reçues par l'ACP permettent d'identifier des problématiques de protection de la clientèle, tant thématiques que structurelles, spécifiques à certaines entités assujetties. **Les demandes reçues de la clientèle sont une source d'information sur les pratiques susceptibles d'être préjudiciables aux intérêts de la clientèle et/ou de l'entité concernée.** En assurance vie, par exemple, ont pu notamment être identifiés des risques juridiques liés aux délais de gestion ou de paiement.

L'ACP est en mesure de suivre l'évolution dans le temps des pratiques commerciales telles que le développement des contrats collectifs d'assurance de dommages (notamment s'agissant des assurances de téléphones portables ou de perte de loyers) ou la politique de certains organismes en matière de fausse déclaration, en termes de preuve et de sanction, particulièrement en assurance emprunteur. **Cette veille peut conduire l'ACP à faire des propositions de modifications de la réglementation.**

De surcroît, une attention particulière est portée aux délais de traitement des réclamations par les établissements et organismes concernés, dès lors qu'une durée excessive de ces délais peut générer un risque pour la clientèle. À titre d'exemple, en assurance prévoyance, l'ACP veille à l'application rapide des

dispositions de la loi du 31 décembre 1989 dite «loi Évin», dans la mesure où elle constate qu'un trop grand nombre d'assurés subit encore, en cas de succession d'organismes assureurs, un retard dans la prise en charge du sinistre et donc du versement des prestations. L'ACP analyse également la pertinence de ses propres constats au regard de ceux effectués par les médiateurs professionnels qu'elle rencontre régulièrement.

Enfin, le traitement des demandes constitue un outil performant au service de la réglementation. L'analyse des dossiers permet en effet d'appréhender la qualité de la mise en œuvre d'une réforme, comme la «déliation» de l'assurance et du crédit immobilier à la suite de l'adoption de la loi du 1^{er} juillet 2010 dite «loi Lagarde».

3.2 Les enseignements tirés des demandes

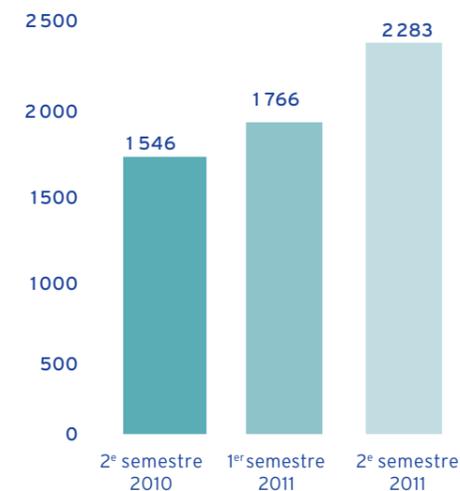
A Les demandes écrites de la clientèle reçues par l'ACP

Depuis sa mise en place, l'ACP reçoit de plus en plus de demandes écrites de la part de la clientèle du secteur financier. Il convient de signaler que le chiffre du 2^e semestre 2011 est marqué par une accumulation de demandes sur une même problématique, vis-à-vis du même assureur (577 dossiers).

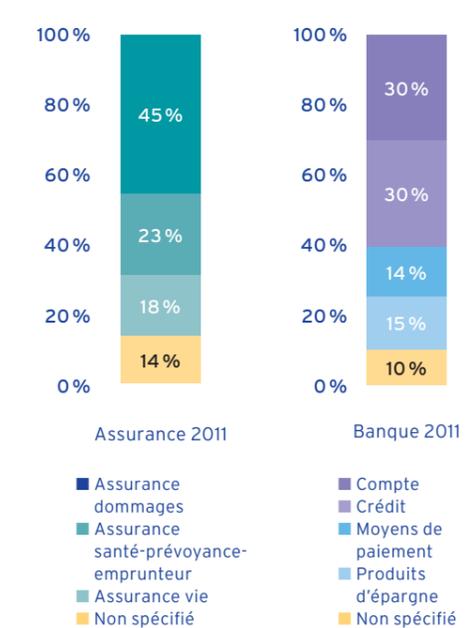
B La décomposition des demandes reçues par catégorie

Les principales catégories des demandes reçues n'ont pas évolué entre 2010 et 2011. Toutefois, les dossiers en assurance dommages ont été en nette augmentation (+ 9%) compte tenu de la problématique spécifique mentionnée ci-avant (577 dossiers liés à un même assureur pour un sujet spécifique). Dans le domaine bancaire, la gestion de compte et de crédit représente les deux tiers des demandes.

Évolution du nombre des demandes reçues par l'ACP de 2010 à 2011



Répartition des demandes reçues en 2011 par catégorie



Les recommandations publiées en 2011

L'ACP a publié cinq recommandations en matière de protection de la clientèle au cours de l'année 2011.

- *La recommandation portant sur la gestion par les établissements de crédit de comptes mandants de syndics de copropriété (15 février 2011) 2011-R-01.*

L'ACP a constaté l'existence, au sein d'établissements de crédit, de pratiques susceptibles de mettre en danger les intérêts des clients, dans le domaine de la gestion des comptes ouverts au nom de certains syndics de copropriété. En conséquence, il est désormais recommandé aux établissements de crédit qui ont dans leurs livres des comptes mandants enregistrant des fonds détenus par des syndics pour le compte de syndics de copropriété, de ne pas accepter que ces fonds puissent être transférés vers d'autres établissements de crédit et de ne pas conclure de convention de fusion permettant de compenser les soldes créditeurs de ces comptes avec les soldes débiteurs d'autres comptes.

- *La recommandation portant sur les communications à caractère publicitaire des contrats d'assurance vie en unités de compte composées de titres obligataires et autres titres de créance (23 mars 2011) 2011-R-02.*

L'ACP a observé que l'information publicitaire relative à des contrats d'assurance vie en unités de compte composées de titres obligataires et autres titres

de créance pouvait être ambiguë, voire trompeuse. Cette recommandation vise donc à éliminer tout risque de confusion dans les documents publicitaires sur la nature des unités de compte (entre les fonds en euros et les unités de compte composées de titres de créance) et sur le rendement de l'unité de compte.

- *La recommandation sur la commercialisation de contrats d'assurance vie en unités de compte constituées de titres de créance émis par une entité liée financièrement à l'organisme d'assurance (6 mai 2011) 2011-R-03.*

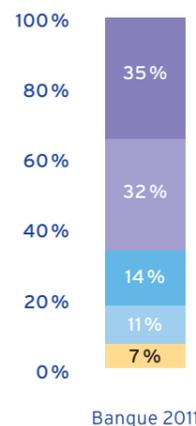
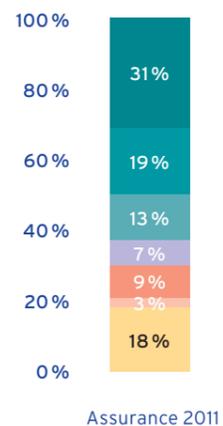
Dans le cadre de contrôles effectués par l'ACP et de son activité de veille, il a été constaté que dans certains groupes, la société mère bancaire peut émettre des obligations proposées à sa filiale assurance vie qui les commercialise comme supports d'unités de compte de ses contrats. La recommandation propose d'encadrer cette situation porteuse de conflits d'intérêts en précisant les précautions à prendre, notamment en termes d'information du souscripteur et d'indépendance de la valorisation des titres émis à l'émission et en cours de vie du contrat.

C La décomposition des demandes reçues par objet

S'agissant de la décomposition par objet, la gestion des contrats représente toujours un quart des dossiers en assurance. Les dossiers liés à un refus d'indemnisation constituent environ un tiers de l'ensemble, en augmentation de 15 %, et sont désormais la première cause des demandes reçues par l'ACP.

Concernant les dossiers de réclamations bancaires, les problématiques liées au fonctionnement de compte et de crédit représentent les deux tiers des motifs de contestation.

Répartition des demandes 2011 par objet

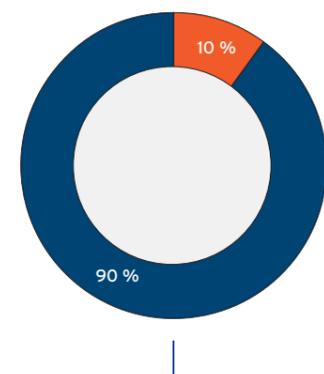


- Refus d'indemnisation
- Gestion du contrat
- Résiliation/renonciation
- Souscription
- Information
- Rachat/transfert
- Autres motifs et/ou non spécifié

- Fonctionnement du compte
- Fonctionnement de crédit
- Gestion des moyens de paiement
- Tarification
- Autres motifs et/ou non spécifié

D La provenance des demandes reçues

Tout comme les années précédentes, la plus grande partie (90 %) des courriers de réclamations est adressée à l'ACP par les réclamants eux-mêmes. 10 % des réclamations sont transmises par des intervenants : famille, associations civiles et avocats en majorité.



- Réclamants (clients/souscripteurs/assurés/victimes)
- Intervenants (entourage/associations civiles/avocats/notaires/intermédiaires...)

- La recommandation sur la commercialisation des contrats d'assurance vie liés au financement en prévision des obsèques (17 juin 2011) 2011-R-04.

L'ACP a constaté que les souscripteurs n'avaient pas une compréhension claire des garanties fournies, notamment parce que dans certains cas, le bénéficiaire du contrat obsèques n'est pas tenu d'utiliser l'argent pour financer les obsèques du souscripteur. Ainsi, l'ACP recommande aux organismes et intermédiaires d'assurance, lorsque le type de contrat le justifie, d'attirer l'attention des souscripteurs *via* les communications à caractère publicitaire et les conseils délivrés, notamment sur la nature et la portée des garanties proposées aux souscripteurs et à leurs proches.



- La recommandation sur le traitement des réclamations (15 décembre 2011) 2011-R-05.

Les travaux menés par l'ACP sur le traitement des réclamations ont permis de mettre en évidence certaines modalités de saisine et de traitement des réclamations insuffisamment protectrices.

Cette recommandation, qui résulte d'un travail mené en commun avec les services de l'AMF, a pour objet de garantir à toute personne intéressée ou susceptible d'être intéressée au contrat :

- une information claire et transparente sur les modalités de traitement des réclamations, ainsi qu'un accès facile au système de traitement des réclamations ;
- un traitement des réclamations efficace, égal et harmonisé ;
- la mise en place d'éventuelles actions correctives à partir des dysfonctionnements identifiés à travers le traitement des réclamations.

5

La commission consultative Pratiques commerciales

La commission consultative Pratiques commerciales est l'une des quatre commissions consultatives instituées pour éclairer le collège de l'ACP dans la prise de ses décisions.

Elle est chargée, sur les sujets relatifs à la protection de la clientèle, à la fois dans le domaine de la banque et dans celui de l'assurance :

- de rendre un avis, préalablement à leur adoption, sur les projets de recommandations ou de positions de l'ACP portant sur les pratiques commerciales ;
- d'approfondir certains sujets de pratiques commerciales identifiés par l'Autorité ;
- de recueillir les informations et suggestions de ses membres sur des sujets en liaison avec la mission de protection des clientèles.

Au cours des trois séances de l'année 2011, les propositions de l'ACP ont donné lieu à des débats riches et constructifs :

- les projets de recommandations (sur la commercialisation des contrats d'assurance vie en unités de compte composées de titres obligataires et autres titres de créance, sur la commercialisation des contrats d'assurance vie liés au financement en prévision des obsèques, sur le traitement des réclamations) ;

- la présentation du questionnaire pour la vérification du respect par les établissements membres de la FBF des engagements auprès du CCSF en matière de mobilité bancaire ;

- le projet de position concernant la qualification juridique des opérations de change au comptant reportables (*rolling spot forex*) ;

- le projet d'instruction sur l'approbation des codes de conduite.

La commission consultative Pratiques commerciales est aussi un lieu d'échanges où sont abordés les grands sujets d'actualité en matière de protection de la clientèle en France et à l'international.

Les activités du pôle commun ACP/AMF

6.1 Ses missions

Le contexte d'une imbrication croissante entre les produits bancaires et les produits d'investissement (contrats d'assurance vie en unités de compte notamment) et le développement d'acteurs à même de distribuer toute la gamme des produits d'assurance, de banque et d'épargne ont amené le législateur à prévoir un dispositif de coordination des actions conduites par l'ACP et l'AMF : le pôle commun.

Ses missions sont définies à l'article L. 612-47 du code monétaire et financier :

- coordonner les propositions de priorités de contrôle ;
- analyser les résultats de l'activité de contrôle ;
- coordonner la veille sur l'ensemble des opérations de banque ou d'assurance et les services d'investissement et d'épargne, et surveiller les campagnes publicitaires ;
- offrir un point d'entrée commun pour toutes les clientèles.

Une convention signée le 30 avril 2010 entre l'ACP et l'AMF a complété ce dispositif pour définir les modalités d'exercice des différentes missions dévolues au pôle commun.

Le pôle commun est à la fois un mécanisme de coordination institutionnel entre les deux autorités, en matière de contrôle et de veille publicitaire, et un point d'entrée commun pour la clientèle.

S'agissant du point d'entrée commun Assurance Banque Épargne Info Service (ABE Info Service), il se décline en :

- un site Internet (www.abe-infoservice.fr) qui a pour vocation de fournir des conseils pratiques et des informations sur les différents produits et services, de publier la liste des acteurs et produits autorisés, d'alerter et de mettre en garde contre les pratiques de certains établissements et sociétés. Il comprend également une rubrique Actualités où sont publiées régulièrement des informations relatives aux produits d'assurance, de banque et d'épargne (30 publications en 2011) ;
- un numéro d'appel national commun **0811 301 801**²⁵ chargé de traiter les problématiques individuelles liées tant au domaine de l'assurance qu'à celui de la banque ou de l'épargne.

6.2 Les réalisations en 2011

Douze contrôles effectués au sein de sociétés ayant à la fois le statut d'intermédiaire d'assurance et de conseil en investissement financier ou prestataire de service d'investissement ont été menés en 2011, conjointement par les services de l'ACP et l'AMF.

L'ACP et l'AMF ont constaté une forte augmentation des propositions d'investissements sur le **marché des changes** (Forex) auprès des particuliers. Les campagnes publicitaires agressives visibles sur Internet portant sur le *trading* et sur le *Forex* sont souvent relayées par de fortes pressions commerciales exercées par le biais de nombreuses opérations d'*e-mailing*, de relances téléphoniques, etc. **Par l'intermédiaire d'une succession de communiqués de presse, les deux autorités ont, au cours de l'année, alerté le public sur des sites Internet pour lesquels aucun prestataire autorisé n'avait pu être clairement identifié.**

Des discussions relatives à l'harmonisation du cadre juridique entre les contrats financiers et les rolling spot forex se sont tenues dans le cadre du pôle commun. À la suite de ces échanges, et compte tenu des textes²⁶ et des pratiques constatées au sein de l'Union européenne, l'ACP et l'AMF ont considéré que les contrats de change à échéance de fin de journée sont en définitive des instruments financiers lorsqu'ils prévoient ou donnent effectivement lieu à un report tacite des positions. Cette prise de position des deux régulateurs a été détaillée le 31 mai 2011 sur les sites respectifs de chaque autorité.

En outre, les contrôles et l'analyse des informations reçues notamment par la plateforme Assurance Banque Épargne Info Service ont mis en évidence certaines modalités de **saisine et de traitement des réclamations** insuffisamment protectrices de la clientèle. Afin d'améliorer les pratiques des professionnels, l'ACP et l'AMF ont décidé de mener, au sein du pôle commun, une action conjointe dans ce domaine, qui s'est traduite par :

- une recommandation de l'ACP applicable au 1er septembre 2012 ;
- une modification du règlement général de l'AMF complétée par une instruction d'application.

Enfin, l'ACP comme l'AMF se sont intéressées à la formation de l'ensemble des personnels en contact avec la clientèle, c'est-à-dire les intermédiaires, mais aussi les salariés, quel que soit leur niveau hiérarchique. En effet, la formation des professionnels est un des leviers essentiels à l'amélioration de la protection du consommateur. Elle doit permettre aux conseillers clientèle de prendre en compte les enjeux de la protection du consommateur dans leur apprentissage des techniques de vente.

²⁵ Prix d'un appel local à partir d'un poste fixe en France métropolitaine.

²⁶ Directive 2004/39/CE du 21 avril 2004 concernant les marchés d'instruments financiers (directive MIF) et règlement n° 1287/2006 de la Commission du 10 août 2006 pris pour son application, dispositions qui sont entrées en vigueur le 1^{er} novembre 2007.

Dans ce cadre, trois actions principales ont été entreprises au sein du pôle commun :

- la mise en place d'un dialogue avec des directeurs de Master sur l'opportunité et les modalités d'une coopération dans le cadre de la formation des étudiants, futurs cadres salariés des banques et des assurances, sur ce dispositif. Ces entretiens ont abouti à la mise en place d'un référentiel recensant les points essentiels relatifs à la protection de la clientèle, qui pourrait être intégré dans ces formations ;
- l'organisation d'échanges avec les inspecteurs généraux de l'Éducation nationale en charge des BTS banque et assurance, des BTS négociation et relation client (NRC) et management des unités commerciales (MUC) en vue de compléter les programmes ou de participer à leur révision ;



- l'installation de relations avec les établissements en charge de la formation professionnelle tels que le Centre de formation de la profession bancaire (CFPB) pour étudier la possibilité de renforcer le contenu de ses diplômes sur les bonnes pratiques en matière de commercialisation des produits d'épargne et sur les connaissances réglementaires en matière de protection du client.

7

La coordination de l'ACP avec d'autres acteurs de la protection de la clientèle au niveau national

Plusieurs acteurs, publics et privés, interviennent dans le vaste champ de la protection des consommateurs. Les uns et les autres ont des prérogatives spécifiques en matière de contrôle, veille, médiation, information ou représentation.

La direction du Contrôle des Pratiques commerciales est amenée à échanger des informations et à collaborer avec ces différents organismes et autorités, afin de contribuer à accroître l'efficacité globale du dispositif et de sa propre action.

Pour coordonner son action avec les autres acteurs, l'ACP tient des réunions régulières avec des interlocuteurs aussi divers que la direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP). Elle apporte son concours technique à la direction générale du Trésor, par exemple pour l'élaboration des textes concernant les inter-

médiaires en opérations de banque et services de paiement (IOBSP). Elle assure le secrétariat de la commission de médiation de la convention AERAS « s'assurer et emprunter avec un risque aggravé de santé », dont l'objectif est d'améliorer l'accès à l'assurance et au crédit des personnes présentant un risque aggravé de santé. Elle participe à titre d'observateur aux réunions du Comité consultatif du secteur financier.

Outre les relations plus institutionnelles que l'ACP entretient avec les associations de consommateurs et de professionnels, des concertations informelles ont également lieu à intervalles réguliers.

Le contrôle des pratiques commerciales : un enjeu international

8.1 L'ACP et les instances européennes

Les trois autorités européennes de supervision (assurances, banques et marchés financiers) mises en place au 1^{er} janvier 2011 ont un rôle explicite de renforcement de la protection de la clientèle. Cette mission est déclinée de manière identique dans les règlements les créant.

Un comité dédié à la protection des consommateurs et à l'innovation financière a été institué, tant au sein de l'Autorité bancaire européenne que de l'Autorité européenne des assurances et pensions professionnelles. L'ACP assure la présidence du comité de protection des consommateurs de l'EIOPA.

En particulier, ce comité est amené à :

- analyser les tendances en matière de consommation ;
- coordonner les initiatives en matière d'éducation financière ;
- développer les normes de formation de l'industrie ;
- contribuer au développement de règles communes en matière d'information.

L'ACP a activement participé à la réalisation des différents rapports de ces autorités, concernant notamment les grandes tendances observées à travers l'Europe en matière de pratiques commerciales,

le traitement des réclamations, les bonnes pratiques de commercialisation des produits *variable annuities*, et l'éducation financière.

Malgré des spécificités nationales, les superviseurs européens ont identifié des tendances communes sur les marchés européens de la banque et de l'assurance. Dans le cadre de sa mission de contrôle des pratiques commerciales, l'ACP accorde une importance grandissante à l'analyse des tendances fortes dans les secteurs de la banque et de l'assurance, afin de prévenir ou corriger toute dérive ou risque de vente déloyale.

Dans le secteur de l'assurance, l'ACP a observé une augmentation de la complexité des unités de compte proposées dans certains contrats d'assurance vie. Les risques et coûts associés ne sont pas nécessairement présentés de manière suffisamment claire aux consommateurs.

Également dans le secteur des assurances, les superviseurs européens ont étudié les pratiques des comparateurs sur Internet. Les comparateurs commerciaux occupent une place grandissante dans le paysage européen, augmentant la comparabilité des offres pour les consommateurs, et donc la concurrence entre organismes. Néanmoins, des interrogations sont apparues quant à l'importance trop grande

donnée au prix, au détriment parfois des garanties proposées dans le contrat, à la possibilité de conflits d'intérêts du fait d'une trop grande proximité entre un organisme d'assurance et un comparateur, ainsi qu'au caractère non adapté d'un comparateur Internet pour certains produits, tels que l'assurance vie.

Les travaux de l'année à venir ont été déterminés de manière à contribuer activement aux travaux de la Commission européenne (révision de la directive sur l'intermédiation en assurance, proposition de texte sur les produits d'investissement de détail, *packages retail investment products*, dits *PRIPs*, etc.).

8.2 Les instances internationales

La direction du Contrôle des pratiques commerciales participe à des travaux internationaux dans le domaine de la protection des consommateurs. L'année passée, sous la présidence française du G20, la *task-force* protection du consommateur de l'OCDE a élaboré dix principes généraux ; ces principes

ont été approuvés par les chefs d'État et de gouvernement en octobre. La direction du Contrôle des pratiques commerciales participe également aux groupes de travail sur le sujet de la protection de la clientèle du *Joint Forum* et de l'Association internationale des contrôleurs d'assurance (IAIS).

LES PRINCIPES DIRECTEURS SUR LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE SERVICES FINANCIERS APPROUVÉS PAR LE G20

Lors du sommet de Cannes de novembre 2011, les dirigeants du G20 ont approuvé les principes directeurs de haut niveau sur la protection des consommateurs de services financiers, élaborés conjointement par l'OCDE et le Conseil de stabilité financière (FSB). Ces principes ont été élaborés en étroite coopération avec les organisations internationales (l'IAIS en assurance, l'IOSCO sur les marchés financiers et le Comité de Bâle pour les banques) et ont fait l'objet de plusieurs consultations, notamment auprès d'associations de consommateurs et de professionnels. L'ACP a contribué activement à l'élaboration et à la défense d'une position française ambitieuse.

Le document adopté se présente sous la forme de dix principes de haut niveau (*high-level principles*). Ils sont destinés à compléter les réglementations existantes et doivent être adaptés aux contextes

nationaux et sectoriels. La protection des consommateurs doit faire partie intégrante du dispositif légal et réglementaire qui s'applique aux professionnels et à leurs intermédiaires, ainsi que de la mission des autorités de contrôle. L'inclusion financière et l'éducation financière doivent faire partie intégrante d'un cadre réglementaire plus vaste sur l'activité financière. Par ailleurs, les professionnels du secteur financier et leurs intermédiaires doivent avoir un comportement responsable et chercher à travailler dans le meilleur intérêt de leurs clients. Cela se décline de façon concrète en termes de devoirs d'information et de conseil, de compétence (donc de formation des commerciaux en relation avec la clientèle) et de gestion des conflits d'intérêts potentiels.

L'OCDE et le FSB sont invités à suivre la mise en œuvre de l'ensemble des principes et à en informer le G20.