

Paris, le 18 mars 2016

## NOTE DE COUVERTURE À LA RÉPONSE DE L'ACPR

### AU LIVRE VERT DE LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR LES SERVICES FINANCIERS DE DÉTAIL

Les réponses de l'ACPR aux questions posées par la Commission dans le cadre du Livre vert sur les services financiers de détail, pour des meilleurs produits, un plus large choix et davantage d'opportunités pour les consommateurs et les entreprises, figurent dans le document annexé. La présente note de couverture en reprend les principaux éléments.

L'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) salue l'initiative de la Commission et partage sa position sur l'intérêt de favoriser la concurrence afin de permettre un meilleur fonctionnement du marché européen. Elle rejoint la Commission sur l'utilité que peuvent avoir sur ce point comme de façon plus générale, la numérisation des services financiers et l'innovation financière, pour les entreprises comme pour les consommateurs.

L'ACPR constate par exemple que des choses simples et concrètes pour les citoyens européens tels que des paiements transfrontaliers, le paiement d'impôts locaux dans un pays membre à partir d'un autre, ou l'ouverture d'un compte bancaire et l'obtention d'un crédit sans disposer d'une domiciliation dans le pays restent difficiles en pratique.

Sur l'offre transfrontière, l'ACPR observe cependant qu'il existe déjà une concurrence importante pour de nombreux produits et services bancaires et assurantiels en France. Un supplément d'offre pourrait cependant être bénéfique sur certains segments de marché, dès lors qu'elle se ferait dans des conditions respectant les principes européens et assurant un niveau élevé de protection des consommateurs.

S'agissant des éléments pouvant favoriser le développement de l'offre et de la demande transfrontière, l'ACPR souligne que les produits proposés par les entreprises et les conditions dans lesquelles elles les commercialisent doivent être adaptés aux caractéristiques et aux attentes des consommateurs du pays concerné. Ainsi, il est nécessaire que soient pris en compte les caractéristiques juridiques et socio-économiques du marché national considéré ainsi que le contexte culturel de ses consommateurs.

Dans cette optique, il semble utile de veiller à ce que les entreprises souhaitant développer une offre à destination d'un pays particulier, aient un accès facile aux informations utiles, telles que les règles d'intérêt général qui s'y appliquent.

En raison de l'asymétrie de compétences et de connaissances en matière financière entre les consommateurs et les entreprises du secteur, et compte tenu de la technicité des termes associés aux produits financiers, il apparaît indispensable que les consommateurs puissent accéder dans leur langue à l'offre transfrontière qui leur serait destinée. Ceci tant au niveau de la documentation précontractuelle et contractuelle, que des explications fournies lors de la vente et sur toute la durée de vie du contrat.

Ce dernier point est important pour la confiance des consommateurs. Ainsi, en toutes occasions où cela est nécessaire en cours de vie du contrat, qu'il s'agisse d'une information pour l'utilisation du produit, de la survenance d'un sinistre dans le cas d'un contrat d'assurance, d'une réclamation, il convient que le consommateur puisse accéder facilement et dans sa langue aux services de l'entreprise concernée. Ces points méritent sans doute une clarification au niveau européen.

Parallèlement, la question du droit applicable au contrat et de la juridiction compétente en cas de litige doit être extrêmement claire dès les phases publicitaires ou précontractuelles pour le consommateur. À cet égard, dès lors qu'une entreprise sollicite les consommateurs d'un pays autre que le sien, y compris en mettant à leur disposition sur internet et dans leur langue des informations commerciales qui leur sont destinées, ce droit et cette juridiction doivent être ceux du pays où réside le consommateur.

Cette problématique se pose de la même manière sur la question de l'accès au service de médiation : si le client peut habituellement faire appel au médiateur de son État en cas de litige avec un établissement d'un autre État, cette règle ne s'applique pas si le professionnel en question a spécifié dans ses contrats que les litiges relèvent de son propre médiateur. Ceci pose alors plusieurs difficultés : la question de la langue, celle du type de médiation de l'État de l'établissement, des droits locaux, et même de la capacité à dialoguer, à comprendre et à se faire comprendre.

Sur la question de la numérisation et de l'innovation dans le secteur financier, celle-ci offre d'importantes opportunités tant pour les entreprises que pour les consommateurs. En premier lieu, elle peut assurément favoriser l'offre transfrontière dès lors que celle-ci prend en compte les caractéristiques et besoins des consommateurs du pays considéré et respecte la réglementation en matière de protection de la clientèle. La numérisation et l'innovation peuvent également favoriser l'accès comparé à différents produits pour les consommateurs, être des facteurs de baisse des coûts pour les entreprises et par effet de second tour, de baisse de prix pour les consommateurs. Elle peut également faciliter la personnalisation des services apportés et donc leur valeur ajoutée. La numérisation peut aussi favoriser l'accès du consommateur aux services des entreprises pendant la durée du contrat. A titre d'illustration, les entreprises d'assurance françaises ont ainsi mis à disposition des services permettant de déclarer un sinistre en ligne.

L'ACPR est donc attentive à favoriser l'innovation et à son accompagnement. Sur ce point, il est important de créer des pôles d'échanges entre autorités et entreprises innovantes. L'ACPR mène une réflexion active sur ce sujet.

Parallèlement, il pourrait être opportun d'établir des principes de haut niveau en matière de conduite des affaires et de protection de la clientèle, rédigés dans des termes identiques et s'appliquant de façon directe et proportionnée à l'ensemble du secteur financier et l'ensemble des acteurs, quel que soit le produit considéré. Ce cadre, simple, transectoriel et neutre au regard des évolutions technologiques, présenterait l'avantage d'une grande stabilité, d'une meilleure lisibilité pour les entreprises comme pour les consommateurs et favoriserait l'équité de conditions de concurrence entre les acteurs. Ceci serait de nature à favoriser l'innovation et la concurrence transfrontière, tout en améliorant la confiance des consommateurs dans le secteur financier.

Un autre point de nature à favoriser durablement la confiance des consommateurs est la bonne prise en compte par les entreprises des risques potentiels que les produits qu'elles conçoivent ou commercialisent peuvent faire courir aux consommateurs, et la recherche de solutions permettant de limiter ces risques, afin d'éviter qu'ils soient inconsidérément transférés des entreprises vers les consommateurs. Il en va ainsi, par exemple, du risque de taux ou du risque de change sur les crédits.

S'agissant de l'impact de la numérisation sur l'exclusion financière, le risque « d'illettrisme électronique », évoqué par la Commission ne saurait sans doute être négligé. Toutefois, d'autres risques potentiels paraissent devoir être également étudiés avec au moins autant d'attention. Il en va ainsi des problématiques de sollicitations agressives ou trompeuses (publicité ou démarchage sur internet, par courriel, via les réseaux sociaux, éventuellement combinées avec des appels téléphoniques) pouvant accompagner cette numérisation vis-à-vis de personnes en situation de fragilité durable ou temporaire, en considération de leur niveau de revenu, ou de leur niveau d'éducation financière, ou de leur âge ou de leur état de santé, ou encore d'une situation personnelle temporairement dégradée.

Par ailleurs, si la personnalisation croissante des services financiers proposés, rendue possible par l'exploitation de la masse croissante de données personnelles apporte incontestablement des avantages tant pour les entreprises que pour les consommateurs, elle peut également déboucher, au-delà d'un certain point, sur des phénomènes d'exclusion, complète ou via des tarifs prohibitifs, de certains profils de consommateurs pour certains produits financiers. Ces questions de discrimination et d'exclusion dans le secteur financier appelle une réflexion, notamment en matière d'assurance où la personnalisation croissante remet en cause le principe habituel de mutualisation. La convention AERAS<sup>1</sup> mise en place en France fournit un bon exemple en matière de lutte contre les exclusions.

De façon générale, l'ACPR estime que les réflexions en cours dans les différentes autorités de supervision européennes sur les innovations, comme le conseil automatisé, ou sur l'utilisation commerciale des données méritent d'être poursuivies afin de mieux appréhender les

---

<sup>1</sup> AERAS : s'Assurer et Emprunter avec un Risque Aggravé de Santé.

opportunités et les risques qui accompagnent ces innovations et avant d'engager toute initiative réglementaire.

S'agissant de la standardisation des informations mises à la disposition des consommateurs en phase précontractuelles et de façon plus générale, pour faciliter la comparaison des offres de produits financiers, l'ACPR salue les importants travaux qui ont été réalisés par la Commission et ont abouti à un ensemble de dispositions réglementaires, entrées récemment en vigueur ou en cours de transposition. À cet égard, l'ACPR estime qu'il n'est pas opportun d'envisager de nouvelles dispositions supplémentaires, tant qu'un délai suffisant ne se sera pas écoulé permettant d'effectuer un bilan des effets dans la durée des nouvelles dispositions. L'ACPR relève toutefois et par exception que dans le cadre des travaux en cours sur les actes délégués du règlement PRIIPs, il apparaît d'ores et déjà que la présentation des informations clés pour les produits d'assurance offrant de multiples options d'investissement sera complexe à mettre en œuvre pour un résultat vraisemblablement peu lisible pour le consommateur.

L'ACPR formule des suggestions en réponse à certaines des questions de la Commission sur les éléments qui permettraient de favoriser le commerce transfrontière de certains services financiers. Elle appelle également l'attention de la Commission sur l'intérêt des comparateurs, sous condition que ces derniers offrent des comparatifs suffisamment complets et équilibrés.

Enfin, l'ACPR considère que la question de la coopération et du partage des rôles entre autorités de supervision des pays d'origine et d'accueil revêt une importance toute particulière dans le contexte de la numérisation des services financiers et dans la perspective d'un développement de l'offre transfrontière. Cette supervision est en effet un élément déterminant pour la protection des consommateurs et leur confiance dans le secteur financier comme dans le bon fonctionnement de l'Union européenne.

À cet égard, l'autorité du pays d'accueil est la mieux placée pour superviser les pratiques commerciales des professionnels auprès des consommateurs de son pays. Elle possède en effet une connaissance fine du contexte dans lequel évoluent ces consommateurs, pour lesquels elle peut être facilement accessible. En outre, le contrôle des pratiques commerciales par le pays d'accueil favorise une équité de traitement sur le même territoire, celui où réside le consommateur. Néanmoins, le superviseur du pays d'origine du professionnel a également une expertise utile et des possibilités d'action plus directe sur les professionnels concernés. Une coopération entre les superviseurs home et host est donc nécessaire.

Le corpus juridique existant offre une approche de principe plutôt équilibrée des relations entre les superviseurs des pays d'accueil et d'origine. Toutefois, dans la perspective d'un accroissement des activités en libre prestation de service et de la digitalisation des services financiers, laquelle facilite l'activité transfrontière et rend les conditions d'activité plus mouvantes et plus mobiles, il apparaît nécessaire d'approfondir la coopération entre superviseurs, via des mécanismes simplifiés et standardisés, pour dépasser le problème souvent rencontré de difficulté d'accès à l'entreprise et prévenir les comportements d'arbitrages de certaines entreprises.