



Green Paper on retail financial services: better products, more choice, and greater opportunities for consumers and businesses


Fields marked with * are mandatory.

Introduction

The Green Paper seeks the views on how to improve choice, transparency and competition in retail financial services to the benefit of European consumers. It also inquires on how to facilitate cross-border supply of these services, so that financial firms can make the most of the economies of scale in a truly integrated EU market. Finally, it is discussing the impact of digitalisation on retail financial services with a view to allow for growth of innovative solutions in this area in the EU.

Please note: In order to ensure a fair and transparent consultation process **only responses received through our online questionnaire will be taken into account** and included in the report summarising the responses. Should you have a problem completing this questionnaire or if you require particular assistance, please contact fisma-retail-green-paper@ec.europa.eu.

More information:

- [on this consultation](#)
- [on the Green paper](#)
- [on the protection of personal data regime for this consultation](#) 

1. Information about you

* Are you replying as:

- a private individual
- an organisation or a company
- a public authority or an international organisation

* Name of the public authority:

Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR)

Contact email address:

The information you provide here is for administrative purposes only and will not be published

elise.peron@acpr.banque-france.fr

* Type of public authority

- International or European organisation
- Regional or local authority
- Government or Ministry
- Regulatory authority, Supervisory authority or Central bank
- Other public authority

* Where are you based and/or where do you carry out your activity?

France

* Field of activity or sector (*if applicable*):

at least 1 choice(s)

- Consumer protection
- General civil society representation (non-profit)
- Accounting
- Auditing
- Banking
- Credit rating agencies
- Insurance
- Financial intermediation
- Fintech firms
- Pension provision
- Payment provision
- Investment management (e.g. hedge funds, private equity funds, venture capital funds, money market funds, securities)
- Market infrastructure operation (e.g. CCPs, CSDs, Stock exchanges)
- Social entrepreneurship
- Other
- Not applicable



Important notice on the publication of responses

* Contributions received are intended for publication on the Commission's website. Do you agree to your contribution being published?

(see [specific privacy statement](#) )

- Yes, I agree to my response being published under the name I indicate (*name of your organisation/company/public authority or your name if your reply as an individual*)
- No, I do not want my response to be published


2. Your opinion

Disclaimer: the proposed options as responses to some of the questions do not commit the European Commission to any follow-up action.

The questionnaire contains 34 questions which seek the views of a broad range of stakeholders. However, not every question will be relevant to everyone and therefore stakeholders are not obliged to respond to all the questions.

The questionnaire below follows the structure of the [Green Paper](#) in which Section 3 outlines all the consultation questions.

Section 3: Better products, more choice and greater opportunities for consumers and businesses

Please [refer to section 3 of the Green paper](#)  to read context information before answering the questions.

If you are a firm...

1A. For which financial products could improved cross-border supply increase competition on national markets in terms of better choice and price?

Please tick all relevant boxes

- Current accounts
- Saving accounts
- Mortgage credit
- Consumer lending
- Payment services (e.g. mobile payments)
- Car insurance
- Life insurance
- Private health insurance
- Saving and investment products
- Other

Don't know / no opinion / not relevant

Please specify for which other financial products could improved cross-border supply increase competition on national markets in terms of better choice and price:

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.

Toutefois, l'ACPR constate en premier lieu 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 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.

Ces segments restent à identifier, étant souligné que le prix ne peut pas être le seul élément permettant de comparer les marchés et d'identifier d'éventuels effets négatifs résultant d'une insuffisance de concurrence. Encore faut-il en effet que les produits soient directement comparables dans leurs caractéristiques. Or, pour prendre l'exemple des assurances, les législations nationales peuvent avoir des conséquences sur le risque à couvrir et donc sur les prix, sans lien avec des considérations de concurrence. À cet égard, un développement de l'offre transfrontière pourrait avoir pour conséquence d'augmenter l'offre avec des produits non directement comparables, au risque que les consommateurs perdent en lisibilité.

If you are a consumer or consumer organisation...

1B. Which financial products would you be most interested to buy cross-border from other Member States if they suited your needs better than products available on your local market?

Please tick all relevant boxes

- Current accounts
- Saving accounts
- Mortgage credit
- Consumer lending
- Payment services (e.g. mobile payments)
- Car insurance
- Life insurance

- Private health insurance
- Saving and investment products
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

If you are a firm...

2A. What are the barriers which prevent firms from directly providing financial services cross-border?

Please tick all relevant boxes

- Language
- Differences in national legislation
- Additional requirements imposed by national regulators
- Impossibility of verifying the identity of cross-border customers
- Lack of knowledge of other markets
- Cost of servicing clients cross-border (without local infrastructure)
- No EU passport available
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify what other barriers prevent firms from directly providing financial services cross-border:

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. L'ACPR est très attachée à ce point qui est fondamental pour la confiance des consommateurs.

Au-delà de la langue, il est essentiel que tout produit soit commercialisé et géré dans la durée en considération des besoins et attentes des clients, de leur expérience et connaissance financière, et plus généralement des caractéristiques du marché cible. Ceci constitue un « obstacle » naturel auquel les entreprises doivent s'adapter.

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. Cet environnement débouche sur une culture financière spécifique, des attentes et une façon

d'appréhender les propositions commerciales qui sont propres aux consommateurs du pays considéré.

À titre d'exemple des caractéristiques spécifiques d'un marché, on observe par exemple sur le marché français des crédits immobiliers, mature et très concurrentiel, que les consommateurs s'attendent en général à ce que :

- un crédit ne soit accordé que sur la base des revenus des emprunteurs, et non sur la valeur d'un bien ;
- les taux révisables soient systématiquement capés (engagement professionnel des banques françaises) et que des taux fixes soient proposés.
- le taux d'un crédit ne puisse dépasser le taux légal (usure).

À titre d'exemple également, dans le domaine de l'assurance, les consommateurs résidant en France sont habitués à ce que les contrats soient couverts par un fonds de garantie.

Ces attentes sont en général basées sur des informations reçues par les médias, le bouche-à-oreille, l'éducation etc. et s'inscrivent dans un contexte culturel particulier.

Par ailleurs, les besoins d'un consommateur en matière d'assurance multirisque habitation ou d'assurance automobile vont dépendre de la localisation du bien assuré et le coût de la prime variera en fonction également.

Ainsi, la localisation du consommateur influence les besoins exprimés et, par conséquent l'offre présentée et le prix qui en découle. Ces données nationales ne paraissent pas avoir perdu de leur importance, en ce qui concerne la localisation des risques et des besoins, ni en ce qui concerne la connaissance et l'expérience des consommateurs. Les produits et les consommateurs ne peuvent être appréhendés de façon abstraite, hors du contexte culturel, social, économique et juridique qui demeure propre à chaque pays.

If you are a consumer or consumer organisation...

2B. What are the barriers that prevent consumers from directly purchasing products cross-border?

Please tick all relevant boxes

- Language
- Territorial restrictions (e.g. geo-blocking, residence requirement)
- Differences in national legislation
- Lack of knowledge of the offer of products in another Member State
- Lack of knowledge of redress procedures in another Member State
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

3. Can any of these barriers be overcome in the future by digitalisation and innovation in the FinTech sector?

- Yes

- No
- Don't know / no opinion / not relevant

3.1 Please specify which of these barriers can be overcome in the future by digitalisation and innovation in the FinTech sector:

Please tick all relevant boxes

- Language
- Territorial restrictions (e.g. geo-blocking, residence requirement)
- Differences in national legislation
- Additional requirements imposed by national regulators
- Impossibility of verifying the identity of potential cross-border clients
- Lack of knowledge of other markets
- Lack of knowledge of the offer of products in another Member State
- Lack of knowledge of redress procedures in another Member State
- Cost of servicing clients cross-border (without local infrastructure)
- No EU passport available
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify what other barriers can be overcome in the future by digitalisation and innovation in the FinTech sector:

La digitalisation ne dispense pas les entreprises souhaitant accéder au marché d'un autre Etat membre de devoir adapter leur offre au contexte de cet Etat et des consommateurs qui y résident, tant au plan de la langue que de leurs caractéristiques, attentes et besoins. En d'autres termes, il demeure de la responsabilité des entreprises de proposer des produits et des conditions de service adaptés aux consommateurs d'un marché donné et non l'inverse.

Ce point fondamental étant souligné, la digitalisation peut naturellement faciliter l'accès des entreprises à de nouveaux marchés. Elle peut également induire des baisses de coûts pour les entreprises et, par effet de second tour, des baisses de prix pour les consommateurs. La numérisation peut aussi favoriser la comparaison des différents produits, renforcer la concurrence, et rendre certains produits et services plus facilement accessibles au consommateur. La digitalisation pourrait également optimiser le coût de l'intermédiation et bousculer les modèles économiques apportant le moins de valeur ajoutée aux consommateurs. Ceci est vrai tant dans une optique transfrontière qu'au sein de chaque Etat membre.

Par ailleurs, la digitalisation pourrait jouer un rôle positif en permettant une adaptation plus fine des produits ou services financiers aux besoins des consommateurs. Elle pourrait également faciliter le contact entre le professionnel et son client au cours de l'exécution du contrat, en cas de sinistre, ou dans la gestion du compte bancaire ou du crédit, par exemple. Le recours aux méthodes digitales dans la durée du contrat sont à cet égard en plein essor (exemple : les initiatives des assureurs français concernant le

e-constat en cas de sinistre automobile).

Ainsi, dès lors qu'ils intègrent des principes élevés de protection des consommateurs et sont adaptés aux caractéristiques, besoins et attentes de ceux-ci, les modèles économiques basés sur la digitalisation et l'innovation financière créent des opportunités tant pour les entreprises que pour les consommateurs.

4. What can be done to ensure that digitalisation of financial services does not result in increased financial exclusion, in particular of those digitally illiterate?

Please tick all relevant boxes

- Improved access to digital means
- Digital training offered by the financial industry
- Digital training offered by NGOs
- Digital training offered by public authorities
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify what else can be done to ensure that digitalisation of financial services does not result in increased financial exclusion, in particular of those digitally illiterate:

L'illettrisme électronique, s'il ne doit pas être négligé, ne paraît pas être le point déterminant, l'utilisation d'internet et des objets connectés par le public allant croissant. En revanche, il importe de rappeler la situation d'asymétrie de connaissances et d'expérience entre les professionnels et les consommateurs en matière financière.

À cet égard, la digitalisation rend l'accès au consommateur et l'échange plus aisés mais ne dispense pas les professionnels d'être attentifs au respect des règles relatives à la bonne information du client et à la présentation des produits. Le client doit notamment être en mesure d'identifier correctement le professionnel avec lequel il est en relation. Il doit également pouvoir donner un consentement éclairé, y compris quant aux risques et à l'ensemble des implications de la relation dans la durée (droit du contrat, juridiction compétente, modalités d'accès aux services du professionnel, médiateur compétent ...).

Plus largement, il convient de veiller à la problématique des personnes en situation de fragilité, non pas exclusivement en considération de leur niveau de revenu, mais aussi de leur niveau d'éducation financière, de leur âge, ou d'une phase de difficultés ponctuelles qu'elles traversent, etc. La digitalisation induit en effet un développement des publicités ciblées et du démarchage électronique (éventuellement combiné avec d'autres canaux). Les pratiques agressives voire trompeuses qui peuvent en résulter et sont déjà constatées nécessitent une attention particulière, notamment, dans le cas de pratiques transfrontières qui rendent l'identification des acteurs et les recours à leur encontre plus complexes et plus lourdes. Il est important que l'autorité de contrôle du pays où réside le consommateur dispose de moyens d'action et que les mécanismes de coopération avec le pays d'origine soient

adaptés à l'économie digitale c'est à dire fluides, transparents et efficaces. Une réflexion sur ces points serait utile.

Enfin, il convient de parer à l'émergence d'un nouveau risque d'exclusion, celui de la discrimination par les données. L'utilisation de technologies de type big data pour exploiter la masse croissante de données disponibles permet une personnalisation accrue des offres, ce qui est positif. Mais elle peut également, au-delà d'un certain point, engendrer des effets non désirables, comme l'exclusion de certains consommateurs de certains produits ou services, notamment par la fixation de prix prohibitifs, ou encore l'exclusion pure et simple en considération de profils jugés trop déviants ou insuffisamment profitables au regard d'une certaine norme statistique.

Ce risque de discrimination par les données est tout particulièrement important en assurance. En effet, la personnalisation des offres, liée à l'individualisation du risque découlant de l'utilisation accrue des données des consommateurs met à mal le principe de la mutualisation du risque. Ceci peut conduire à une forte augmentation des primes pour les consommateurs les plus exposés.

Dans ce contexte, plusieurs pistes de réflexion sont envisageables pour limiter l'exclusion de certains services financiers. Il est tout d'abord possible d'encadrer la prise en compte de certaines données (par exemple la prise en compte de certaines données de santé est interdite en France, sous certaines conditions : il s'agit du « droit à l'oubli »). Cet encadrement peut passer par des dispositions légales ou réglementaires, ou bien par des engagements professionnels. Une autre possibilité serait de mettre en place des dispositifs permettant aux consommateurs exclus d'avoir de nouveau accès aux produits ou services financiers concernés. Ce type de mesures a d'ailleurs été mis en place en France par exemple pour le droit au compte. L'exemple de la convention AERAS - « s'assurer et emprunter avec un risque aggravé de santé » - est également pertinent à cet égard.

5. What should be our approach if the opportunities presented by the growth and spread of digital technologies give rise to new consumer protection risks?

Afin de permettre à la digitalisation de profiter à tous y compris aux consommateurs, il convient de s'assurer que les principes de protection des consommateurs sont respectés.

Or, la digitalisation n'implique pas ipso facto un service de qualité. Ainsi, les contrôles réalisés par l'ACPR ont montré que la digitalisation peut favoriser une confusion dans la présentation et l'identification des entreprises et de leur rôle, que certains outils de collecte d'informations sur les attentes et les caractéristiques des consommateurs, censés rechercher le produit le plus adapté, comportent des biais importants et sont de mauvaise qualité. La digitalisation s'accompagne également d'actions de démarchage qui peuvent être agressives ou trompeuses. La digitalisation apporte ainsi de véritables avantages mais s'accompagne également de risques qu'il convient de maîtriser via une supervision adaptée.

En conséquence, les nouvelles pratiques commerciales digitales doivent être mieux appréhendées. Les ESAs travaillent sur certaines d'entre-elles pour combler ce manque, comme par exemple sur le conseil automatisé ou l'utilisation des technologies de type big data. Les risques particuliers qui naissent des nouvelles pratiques doivent de plus être attentivement pris en considération, comme par exemple les risques en matière de collecte et traitement des données personnelles, et cyber-sécurité, de discrimination, etc. L'ACPR souhaite que ces réflexions soient poursuivies et finalisées.

6. Do customers have access to safe, simple and understandable financial products throughout the European Union?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

Please explain your answer to question 6:

En France, les consommateurs ont globalement accès à des produits financiers simples, compréhensibles et sûrs. Des progrès peuvent encore être envisagés sur la présentation des produits afin de permettre aux consommateurs d'avoir un avis mieux éclairé. Pour cela, un certain nombre d'obligations d'information et d'explication, rattachées directement aux produits et qu'un service de conseil soit fourni ou non, doivent permettre de s'assurer que les produits sont adaptés aux demandes et besoins des consommateurs.

À cet égard, plusieurs directives ou règlements européens visant à harmoniser les conditions de distribution ou à favoriser la comparabilité des produits (MCD, PAD, DSP2, IDD, PRIIPs) sont en cours de transposition. L'ACPR salue le travail important réalisé à cette occasion par la Commission, et souligne qu'il est important de donner à la réglementation européenne le temps nécessaire pour entrer en vigueur, être assimilée et mise en œuvre de façon effective, puis, de disposer d'un délai suffisant pour en évaluer les effets en termes d'harmonisation et de comparabilité des produits, avant d'engager de nouveaux travaux réglementaires et de développer l'offre transfrontière.

7. Is the quality of enforcement of EU retail financial services legislation across the EU a problem for consumer trust and market integration?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

Please explain your answer to question 7:

Plusieurs sujets mériteraient d'être approfondis pour favoriser la confiance des consommateurs dans les opérations transfrontières :

- Un élément important pour la confiance des consommateurs passe par la limitation, par les professionnels, des risques potentiels que les produits qu'ils conçoivent ou commercialisent, entraînent pour les clients. Un exemple est les crédits en devise, mais il va de même pour les crédits à taux révisable : le risque de change ou de taux ne peut pas être inconsidérément transféré vers le consommateur, d'autant que celui-ci ne dispose pas de la connaissance et de l'expérience du professionnel pour apprécier ces risques et est plus vulnérable économiquement. Le même raisonnement peut être appliqué à toute catégorie de produits à risque, en matière de paiement ou d'épargne.

- Un autre élément important réside dans l'accès que le client peut avoir aux services du professionnel tout au long de la vie du contrat. Les consommateurs achetant des produits auprès d'un acteur situé dans un autre pays membre peuvent en effet rencontrer des difficultés pour contacter le service en charge de l'exécution du contrat, le service de réclamation, le recours à la médiation, etc. La commercialisation transfrontière accroît ces difficultés et nécessite une réflexion sur le droit applicable au contrat dans les cas de vente transfrontière, la possibilité de saisir un médiateur national pour un litige avec un prestataire d'un autre Etat-membre et le statut de la gestion des sinistres en assurance dans les contrats transfrontaliers.


- Enfin, 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.

- Couverture des assurés par le fonds de garantie d'assurance : les fonds de garantie intervenant en cas d'insolvabilité d'un assureur ne sont pas obligatoires dans l'Union européenne. Lorsqu'ils existent, même partiellement, dans un Etat-membre, ils ne regroupent que les assureurs domiciliés dans un Etat-membre. Par conséquent, les assurés ne peuvent avoir la garantie que l'assureur qu'ils choisissent appartient à ce fond de garantie. Pour garantir une équité de traitement entre assurés quel que soit le prestataire choisi, il serait nécessaire soit d'unifier au plan européen le régime de garantie comme cela a été fait dans le domaine bancaire soit de prévoir une information adéquate du consommateur.

8. Is there other evidence to be considered or are there other developments that need to be taken into account in relation to cross-border competition and choice in retail financial services?

3.1 Helping consumers buy products cross-border

3.1.1 Knowing what is available

Please refer to section 3.1.1 of the Green paper  to read context information before answering the questions.

9. What would be the most appropriate channel to raise consumer awareness about the different retail financial services and insurance products available throughout the Union?

Please tick all relevant boxes

- Independent pan-European comparison websites, including the information on cross-border products
- Information campaigns by regulators
- Information campaigns by consumer organisations
- Marketing campaigns by financial services providers or their associations
- Financial intermediaries empowered to offer cross-border financial products
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify what other channel would be the most appropriate to raise consumer awareness about the different retail financial services and insurance products available throughout the Union:

S'agissant de fournir aux consommateurs des informations plus structurées, les propositions ci-dessous s'attachent à identifier les actions à mener pour toucher un maximum de personnes, pouvant avoir des besoins et attentes différentes. Ces mesures visent à aider les consommateurs à décrypter l'information générale qui serait mise à leur disposition :

- des actions d'éducation financière pourraient être menées afin d'améliorer la connaissance des consommateurs. Ces actions doivent être menées en tenant compte du niveau d'éducation financière constaté dans les différents Etats membres.

- le développement des comparateurs est une bonne piste sous condition que des règles claires prévalent pour permettre une comparaison, suffisamment complète et équilibrée : on constate trop fréquemment que des comparateurs se focalisent sur les prix sans suffisamment expliquer les garanties et services sous-jacents. C'est notamment le cas dans le secteur de l'assurance : une comparaison n'est valable que si les garanties offertes par les différents contrats sont comparables. Par ailleurs, certaines comparaisons peuvent être présentées comme réalisées sur l'ensemble du marché alors qu'elles ne portent

en réalité que sur une partie de celui-ci, ou sont réalisées de façon non indépendante. Grâce à des règles harmonisées de comparaison, il serait possible de développer les comparaisons transfrontières.

10. What more can be done to facilitate cross-border distribution of financial products through intermediaries?

Il est indispensable que les intermédiaires connaissent les habitudes des consommateurs et le contexte de commercialisation des produits analogues dans le pays d'accueil. Il semble dès lors important de développer la formation et l'information des intermédiaires qui souhaitent exercer leur activité dans un autre Etat membre. Cette formation doit notamment porter sur les règles d'intérêt général, la culture juridique, et les habitudes des consommateurs.

11. Is further action necessary to encourage comparability and / or facilitate switching to retail financial services from providers located either in the same or another Member State?

- Yes, at Member State level
- Yes, at EU level
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

12. What more can be done at the EU level to tackle the problem of excessive fees charged for cross-border payments (e.g. credit transfers) involving different currencies in the EU?

Please tick all relevant boxes

- Aligning cross-border and domestic fees
- Before every transaction, consumers should be clearly informed what fee they will be charged and for comparison should be presented the fee for national payment
- Before every transaction consumers should explicitly accept the fee they will be charged
- No further action is needed
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

13. In addition to already existing disclosure requirements*, are there any further actions needed to ensure that consumers know what currency conversion fees they are being charged when they make cross-border transactions?

** Articles 59 and 60(3) of the revised Payments Services Directive (PSD2): European Parliament legislative resolution of 8 October 2015 on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on payment services in the internal market and amending Directives 2002/65/EC, 2013/36/EU and 2009/110/EC and repealing Directive 2007/64/EC (COM(2013)0547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD))*

Please tick all relevant boxes


- No further action is needed
- Before every transaction, consumers should be clearly informed what conversion fee they will be charged and for comparison should be presented the average market conversion fee (e.g. provided by the European Central Bank)

- Before every transaction consumers should explicitly accept the conversion fee they will be charged
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify what other further actions needed to ensure that consumers know what currency conversion fees they are being charged when they make cross-border transactions:

Au cours de ces dernières années, de nombreuses initiatives européennes ont été prises pour renforcer l'information des consommateurs sur les frais applicables, dont les frais de conversion (DSP1, DSP2, PAD). Ainsi, l'ensemble de ces mesures forme un tout qui apparaît relativement équilibré. Tout en soutenant ces actions qui améliorent de manière générale la transparence, l'ACPR souhaite laisser le temps nécessaire à la mise en œuvre des mesures déjà existantes, avant d'envisager de nouvelles règles d'information spécifiques aux frais de conversion. Si ce problème devient cependant central, une piste de réflexion pourrait être la mise en place de comparateur de frais bancaires, au niveau national ou européen.

3.1.2 Accessing financial services from anywhere in Europe

Please refer to section 3.1.2 of the Green paper  to read context information before answering the questions.

14. What can be done to limit unjustified discrimination on the grounds of residence in the retail financial sector including insurance?

L'ACPR estime que la prise en compte du pays de résidence dans l'accès à certains services financiers de détail doit être analysée avec prudence.

- Il est nécessaire, afin de s'assurer que les produits vendus correspondent aux besoins des clients, que les professionnels prennent en compte l'environnement, y compris juridique, de ces derniers. Ainsi, les marchés cibles que le professionnel établit dans le cadre du mécanisme de gouvernance produit peuvent prendre en compte la localisation du client.
- D'autre part, les produits financiers s'inscrivent dans des cadres juridiques imposant certaines précautions : les règles contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme par exemple sont autant de dispositions entourant un grand nombre de produits financiers et qui ne doivent pas être affaiblies.
- Enfin, dans le secteur de l'assurance, les calculs de prime sont basés sur des données statistiques multiples, variant d'un Etat à l'autre. Afin de surmonter les cas de blocage injustifiés, il serait intéressant de déterminer concrètement un périmètre de produits pour lesquels le blocage géographique ne se justifie pas.

15. What can be done at the EU level to facilitate the portability of retail financial products – for example, life insurance and private health insurance?

Please tick all relevant boxes


- Prohibit insurance firms from geographically limiting cover to the country where the policy-holder is living
- Encourage insurance firm to sell insurance products with wide geographical coverage
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

16. What can be done at the EU level to facilitate access for service providers to mandatory professional indemnity insurance and its cross-border recognition?

La principale difficulté rencontrée par les prestataires souhaitant souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle est l'étendue de la garantie obligatoire, qui peut varier d'un Etat membre à l'autre. Pour faciliter la souscription, les mesures suivantes pourraient être envisagées :

- Développer des modèles d'attestation standardisées (éventuellement sur la base de normes professionnelles nationales ou européennes) ciblant les garanties obligatoires qui doivent être couvertes par tout contrat d'Etat membre concerné. Ces attestations doivent être délivrées dans la langue du pays d'accueil (ou dûment traduites).
- Demander aux autorités nationales d'informer les prestataires qui le demandent sur le contenu des assurances obligatoires nécessaires pour exercer dans l'Etat-membre (par exemple, à l'occasion de la notification des règles d'intérêt général lors de la notification du LPS qui souhaite exercer en LPS ou LE).

3.1.3 Having trust and confidence to benefit from opportunities elsewhere in Europe

Please refer to section 3.1.3 of the Green paper  to read context information before answering the questions.

17. Is further action at the EU level needed to improve the transparency and comparability of financial products (particularly by means of digital solutions) to strengthen consumer trust?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

Please explain your answer to question 17:

Le champ des produits traditionnels est largement couvert en matière de règles relatives à la comparabilité des produits financiers. Ainsi, les initiatives visant à développer la comparabilité des services financiers prises ces dernières années par l'Union Européenne constituent une avancée majeure pour les consommateurs qui sont au cœur de ces projets (via le consumer testing

notamment). L'ACPR salue ces initiatives et estime que de façon générale, il n'est pas opportun d'envisager de nouvelles mesures, avant d'avoir disposé du temps nécessaire pour faire un premier bilan de l'ensemble des nouvelles réglementations.

Un point particulier devrait cependant être pris en considération, s'agissant de l'information standardisée pour les produits d'investissement basés sur l'assurance entrant dans le périmètre du règlement PRIIPs. Les actes délégués sont encore en cours d'élaboration, mais il semble d'ores et déjà que la présentation des informations clés dans le cas des produits d'assurance offrant de multiples options d'investissement (MOPs) sera complexe à mettre en œuvre et peu lisible pour les consommateurs. En effet, les investisseurs recevront une information abondante et souvent inexploitable en l'absence de profils prédéterminés par les assureurs. L'ACPR serait par conséquent favorable à la révision de ces règles pour les contrats d'assurance-vie. Les nouveaux types de produits financiers sont quant à eux pour le moment assez peu couverts par des règles de transparence et de comparabilité. Sans freiner l'innovation, il conviendrait de réfléchir à cet aspect, qui pourrait en retour permettre une meilleure clarté pour les consommateurs des offres proposées par les Fintechs.

Enfin, la mise en place d'outils spécifiques de comparaisons pourrait être utile, du moins pour certains produits financiers. Il faut cependant, comme il a été dit supra, veiller à ce que les comparaisons proposées soient non biaisées.

18. Should any measures be taken to increase consumer awareness of FIN-NET* and its effectiveness in the context of the Alternative Dispute Resolution Directive's implementation?

** FIN-NET is a financial dispute resolution network of national out-of-court complaint schemes in the European Economic Area countries that handle disputes between consumers and financial services providers*

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

19. Do consumers have adequate access to financial compensation in the case of mis-selling of retail financial products and insurance?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

20. Is action needed to ensure that victims of car accidents are covered by guarantee funds from other Member States in case the insurance company becomes insolvent?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

Please explain your answer to question 20:

L'ACPR partage les conclusions du rapport publié par EIOPA sur ce sujet le 25 mai 2012. Tout d'abord, les fonds de garantie ne sont pas harmonisés ni obligatoires en Europe. Il en résulte que leurs modalités d'intervention et le périmètre des activités couvertes diffèrent sensiblement d'un Etat-membre à l'autre. Il en résulte que des mesures seraient nécessaires pour harmoniser l'action des fonds de garantie en cas d'insolvabilité de l'assureur.

21. What further measures could be taken to enhance transparency about ancillary insurance products and to ensure that consumers can make well-informed decisions to purchase these products?

La commercialisation des produits d'assurance complémentaire (ou affinitaire) est spécifique. En effet, le client n'a pas initialement prévu l'achat du produit d'assurance, mais seulement l'achat du bien primaire. Aussi est-il certainement moins attentif. De plus, le professionnel connaît potentiellement moins bien le produit d'assurance que le bien primaire qu'il vend. Au total, la vente de produit d'assurance complémentaire peut pâtir de cette faible information des deux parties.


La directive IDD prévoit que les dispositions concernant la gestion des conflits d'intérêt, la vente groupée et la distribution d'un document d'informations clés sur le produit s'appliquent aux assurances vendues à titre accessoire (article 1(4)). Cette directive vient d'être publiée au journal officiel de l'Union Européenne, et il n'est donc pas possible à ce stade d'en mesurer les effets sur ce type de produits. L'ACPR est d'avis que l'application de ces règles constitue déjà un progrès notable et devra être appréciée à la lumière des effets produits après au moins 3 ans d'application dans les états-membres. Il semble donc prématuré, à ce stade, de prendre d'autres mesures concernant les assurances à titre accessoire.

21.1 With respect to the car rental sector, are specific measures needed with regard to add-on products?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

3.2 Creating new market opportunities for suppliers

3.2.1 Meeting the challenges and opportunities presented by digitalisation

Please refer to section 3.2.1 of the Green paper  to read context information before answering the questions.

22. What can be done at the EU level to support firms in creating and providing innovative financial digital services across Europe, with appropriate levels of security and consumer protection?

L'ACPR soutient l'innovation en matière de services financiers, tout en garantissant un haut niveau de protection des consommateurs.

L'innovation venant par définition modifier régulièrement les schémas existants, il serait possible d'inscrire dans un texte de niveau 1 sur la conception et la distribution de services financiers, des principes simples et de haut niveau en matière de conduite des affaires et de protection des consommateurs, s'appliquant à l'ensemble des secteurs et des acteurs. Ces principes transectoriels seraient neutres au regard des produits et supports. La stabilité qui en résulterait et leur universalité faciliterait leur prise en compte par les professionnels, les consommateurs et les autorités de contrôle. Un tel cadre favoriserait la confiance, la clarté du cadre des affaires, l'équité de concurrence et l'innovation. Ce cadre devrait notamment banaliser les principes en matière de gouvernance des produits à l'ensemble des produits financiers, et pourrait clarifier les principes en matière d'offre transfrontière.

Un de principaux défis à relever pour les nouveaux acteurs est de connaître la réglementation qui leur est applicable. Afin d'accompagner ces entreprises innovantes, il est important de créer des pôles d'échange entre autorités et entreprises, permettant un échange fluide et rapide. L'accompagnement est la clé d'une entrée réussie sur les marchés. L'ACPR mène une réflexion active sur ce point.

23. Is further action needed to improve the application of European Anti-Money Laundering legislation, particularly to ensure that service providers can identify customers at a distance, whilst maintaining the standards of the current framework?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

24. Is further action necessary to promote the uptake and use of e-ID and e-signatures in retail financial services, including as regards security standards?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

25. In your opinion, what kind of data is necessary for credit-worthiness assessments?

Dans une culture de « prêt sur revenu » (différente de la culture de prêt sur la valeur du bien financé), l'emprunteur en France n'envisage pas qu'on puisse lui prêter des fonds sans que le prêteur juge l'opération compatible avec ses facultés de remboursement, indépendamment de la valeur du bien

financé. Les données pertinentes sont celles permettant de répondre à cette finalité, notamment :

- les revenus de l'emprunteur, son épargne et ses actifs ;
- les dépenses régulières de l'emprunteur, ses dettes et autres engagements financiers.

26. Does the increased use of personal financial and non-financial data by firms (including traditionally non-financial firms) require further action to facilitate provision of services or ensure consumer protection?

- Yes, at Member State level
- Yes, at EU level
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

If the increased use of personal financial and non-financial data by firms does require further action to facilitate provision of services or ensure consumer protection, please state additional comments on possible actions:

L'ACPR ne souhaite pas limiter l'innovation en matière de traitement de données mais pense utile de poursuivre les réflexions quant aux conséquences de ces innovations au regard de la protection des consommateurs de services financiers de détail.

27. Should requirements about the form, content or accessibility of insurance claims histories be strengthened (for instance in relation to period covered or content) to ensure that firms are able to provide services cross-border?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

If requirements about the form, content or accessibility of insurance claims histories should be strengthened to ensure that firms are able to provide services cross-border, please state additional comments on possible actions:

L'historique des sinistres en assurance, notamment en assurance auto, est une donnée clé permettant de déterminer une prime de risque cohérente avec la situation de l'assuré. Afin d'améliorer la communication entre assureurs au niveau européen, il pourrait être préconisé de développer des modèles standardisés d'attestation (éventuellement sur la base de normes professionnelles nationales et/ou européennes) visant à harmoniser les informations à transmettre pour établir un historique des sinistres. Ces attestations seraient délivrées dans la langue du pays d'accueil (ou dûment traduites). L'objectif serait de donner un modèle standardisé de document basé sur des données unifiées. Cela permettrait aux entreprises de collecter des données harmonisées et de pouvoir avoir une plus grande confiance dans les attestations transmises.

28. Is further action necessary to support firms in providing post-contractual services in another Member State without a subsidiary or branch office?

- Yes, at Member State level
- Yes, at EU level
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

If further action is necessary to support firms in providing post-contractual services in another Member State without a subsidiary or branch office, please state additional comments on possible actions:

Plus qu'un service après-vente, il s'agit de fournir un service en cours de vie du contrat, d'accompagner le client dans la durée. Les enjeux ne doivent pas en effet être appréhendés par le seul prisme de l'acte de vente mais celui de la souscription par le client d'un service dans la durée. Il s'agit d'un élément fondamental de la relation commerciale. C'est le cas, par exemple, en assurance dommage, où la gestion du sinistre est un élément central de la relation commerciale.

Toute réflexion autour de la fourniture de services en cours de vie du contrat doit être basée sur les principes suivants :

- la fourniture de services sur la durée du contrat peut se comprendre comme tout service fourni dans le cadre de l'exécution du contrat (gestion des réclamations, gestion des sinistres, actes de gestion dans le cadre du fonctionnement normal du contrat - par exemple, les arbitrages en assurance-vie) et exclut la commercialisation de nouveaux contrats au même client (qui répond aux règles de distribution des différentes directives sectorielles).

- les services fournis durant la durée du contrat peuvent être sollicités plusieurs années après la souscription, et doivent donc être assurés par des structures robustes, facilement accessibles dans leur langue pour les consommateurs,

- Les procédures doivent permettre un déroulement organisé et fluide en cas de réclamation ou de différend. Ces procédures doivent également pouvoir s'effectuer dans la langue du consommateur, au sein de l'entreprise ou en cas de procédure de médiation. À cet égard, il conviendrait d'examiner avec attention particulière l'impact de cette nécessité sur le dispositif de médiation.

En assurance, dans le respect des principes ci-dessus, la fourniture de services durant la durée du contrat devrait obéir à des règles similaires à celles prévues par la quatrième directive automobile (2000/26/CE), étendue à l'ensemble des contrats d'assurance :

- l'assureur doit désigner un représentant chargé du règlement des réclamations et des sinistres dans les Etats-membres autres que celui de son agrément dans lesquels les contrats sont distribués ;

- le représentant chargé du règlement des réclamations et des sinistres dispose de pouvoirs suffisants pour représenter l'entreprise d'assurance auprès des clients et pour satisfaire intégralement leurs demandes de réclamations ou d'indemnisation. Il doit être en mesure d'examiner l'affaire dans la ou les langues officielles de l'État membre de résidence de la personne lésée ;
- la désignation d'un représentant chargé du règlement des sinistres ne constitue pas en soi l'ouverture d'une succursale.

29. Is further action necessary to encourage lenders to provide mortgage or loans cross-border?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

29.1 If further action is necessary to encourage lenders to provide mortgage or loans cross-border, on which particular area should the action concentrate?

Please tick all relevant boxes

- Overcoming differences in private insolvency rules across the EU
- Developing common EU standards on property valuation
- Providing for effective access to collateral in case of consumer's default in other Member States
- Ensuring clarity of administrative and notary fees charged in other Member States
- Allowing for easier access to national land registers
- Facilitating access to land registers cross-border
- Improving availability of credit register data for creditworthiness assessments purposes
- Other
- Don't know / no opinion / not relevant

Please specify on which other particular area the action should concentrate:

Pour créer les conditions de confiance entre prêteurs et consommateurs, il est important de sécuriser la situation des clients, en leur permettant d'accéder à des offres comportant des prêts à taux révisables incluant des mécanismes permettant de limiter le risque de taux, et des prêts à taux fixes. Ces modalités sont en effet garanties, pour le client d'un risque maîtrisé et d'une relative stabilité des remboursements dans la durée. Ceci répond à un besoin des consommateurs. En parallèle, l'ACPR est attachée à l'évaluation de la solvabilité basée sur les ressources du client, et non sur la seule valeur du bien.

30. Is action necessary at the EU level to make practical assistance available from Member State governments or national competent authorities (e.g. through 'one-stop-shops') in order to facilitate cross-border sales of financial services, particularly for innovative firms or products?

- Yes
 No
 Don't know / no opinion / not relevant

If action is necessary at the EU level to make practical assistance available from Member State governments or national competent authorities in order to facilitate cross-border sales of financial services, particularly for innovative firms or products, please state additional comments on possible actions:

Il pourrait être utile de mettre en place un point de contact pour les entreprises ou les produits innovants, notamment pour les informer (notamment via un site internet) sur les règles d'intérêt général, la culture juridique, et les habitudes des consommateurs. Les autorités de supervision ont un rôle à jouer dans ce sens.

31. What steps would be most helpful to make it easy for businesses to take advantage of the freedom of establishment or the freedom of provision of services for innovative products (such as streamlined cooperation between home and host supervisors)?

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.

Il convient par ailleurs de maintenir les règles d'intérêt générales (RIG) identifiées au niveau national et assurant un niveau de protection des consommateurs adapté au contexte du pays considéré.

32. For which retail financial services products might standardisation or opt-in regimes be most effective in overcoming differences in the legislation of Member States?

Please tick all relevant boxes

- Life insurance (This work would build on existing EIOPA research on the Pan-European Personal Pension product)
- Mortgage
- Other
- None
- Don't know / no opinion / not relevant

33. Is further action necessary at the EU level in relation to the 'location of risk' principle in insurance legislation and to clarify rules on 'general good' in the insurance sector?

- Yes
- No
- Don't know / no opinion / not relevant

34. Please provide any additional comments in the box below:

5000 character(s) maximum

Useful links

Details of the Green paper (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/retail-financial-services/index_en.htm)

Green paper document (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2015:630:FIN>)

Specific privacy statement

(http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/retail-financial-services/docs/privacy-statement_en.pdf)

More on the Transparency register (<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?locale=en>)

Contact

✉ fisma-retail-green-paper@ec.europa.eu
