



2010  
Rapport annuel





# 6 / LA PROTECTION DE LA CLIENTÈLE

Jusqu'à la création de l'ACP, la mission de protection du consommateur dans le secteur de la banque et de l'assurance s'exerçait essentiellement par le contrôle de la solvabilité des organismes financiers, ce qui permettait d'avoir la certitude que les assureurs avaient les moyens de respecter leurs engagements et que les dépôts des banques n'étaient pas mis en danger par une prise excessive de risques.

Il convient de rappeler que l'ACAM avait mis en place un département du droit du contrat et des relations avec les assurés qui veillait,

au travers de dossiers individuels, à ce que les organismes assujettis respectent bien leurs obligations vis-à-vis de leur clientèle. Via "Infobanque", la Banque de France apporte, depuis de nombreuses années, des informations générales sur la réglementation bancaire et renseigne sur la possibilité d'avoir recours aux médiateurs bancaires.

L'ordonnance portant création de l'ACP définit désormais de façon précise la mission de protection de la clientèle confiée à l'ACP. Le contrôle des pratiques commerciales devient un objectif de contrôle à part entière.

## 6.1 LE CHAMP DES RÈGLES DE PROTECTION DE LA CLIENTÈLE

**Les règles encadrant les pratiques commerciales dans le secteur financier se justifient notamment par l'asymétrie d'information qui existe entre le professionnel et son client.**

L'Autorité de contrôle prudentiel est notamment chargée de veiller au respect par les personnes soumises à son contrôle des règles destinées à assurer la protection de leur clientèle, résultant notamment de toute disposition législative et réglementaire ou des Codes de conduite approuvés à la demande d'une association professionnelle,

ainsi que des bonnes pratiques de leur profession qu'elle constate ou recommande, ainsi qu'à l'adéquation des moyens et procédures qu'elles mettent en œuvre à cet effet. Ces règles touchent tant à la publicité, à l'information pré-contractuelle, au devoir de conseil qu'au déroulement du contrat jusqu'à son dénouement.

**L'évolution la plus remarquable des réglementations en matière de pratiques commerciales des professionnels du secteur financier est l'exigence détaillée de formalisation du conseil, à partir d'informations collectées auprès du client.**

Cette exigence s'est historiquement développée dans le secteur des services d'investissement, dans le cadre de la transposition de la directive Marchés d'Instruments Financiers qui a identifié, comme nouveau service à part entière, le service de conseil en investissement. Le prestataire doit vérifier et documenter les éléments lui permettant de s'assurer que le produit conseillé au client lui convient eu égard à sa compétence en matière de marchés financiers, à sa situation financière particulière et à ses objectifs exprimés. Si le client refuse de fournir les informations demandées, le prestataire devra s'abstenir de tout conseil.

Dans le secteur des assurances, cette exigence issue de la jurisprudence a été réglementée par étapes. Dans un premier temps, elle a été mise à la charge des intermédiaires en assurance (mandataires, courtiers, agents), lesquels doivent recommander le contrat adapté aux besoins du souscripteur, en documentant par écrit le conseil fourni (article L. 520-1 du Code des assurances).

En 2010, cette exigence a été renforcée au niveau des intermédiaires et étendue aux organismes d'assurance vie commercialisant en direct leurs contrats. Le distributeur doit désormais s'enquérir auprès du souscripteur, "de ses connaissances et de son expérience en matière financière"<sup>10</sup> (article L. 132-27-1 du Code des assurances). Les souscripteurs qui refuseraient de transmettre des renseignements concernant leur situation, objectifs de souscription ou connaissances en matière financière, doivent alors faire l'objet d'une "mise en garde", de la part de l'organisme assureur. Ces précisions et cette mise en garde sont communiquées au souscripteur par écrit, avec clarté et exactitude<sup>11</sup>.

Dans le secteur bancaire, la notion de "crédit responsable" a été développée à travers la jurisprudence, qui a progressivement dégagé un devoir de "mise en garde" de l'emprunteur ou de la caution "non averti".

En matière de crédit à la consommation, la loi du 1 juillet 2010 prévoit que le prêteur

– comme l'intermédiaire de crédit, doit désormais fournir à l'emprunteur les explications lui permettant de déterminer si le contrat de crédit proposé est adapté à ses besoins et à sa situation financière, notamment à partir des informations contenues dans une fiche réglementairement formatée. Le prêteur comme l'intermédiaire doivent attirer l'attention de l'emprunteur sur les caractéristiques essentielles des crédits proposés et sur les conséquences que ces crédits peuvent avoir sur sa situation financière, y compris en cas de défaut de paiement. Ces informations sont données, le cas échéant, sur la base des préférences exprimées par l'emprunteur (article L. 311-8 du Code de la consommation).

On constate ainsi, sur les trois activités représentant "le secteur financier", un encadrement plus strict des pratiques commerciales, à l'image des évolutions communautaires prévues par la future directive sur les produits d'investissement de détail, dite *Packaged retail investments products* PRIPs.

<sup>10</sup> Le conseil ne se limite alors pas à la sélection du contrat mais comprend, le cas échéant, la sélection des supports sur un contrat en unités de compte, la rédaction de la clause bénéficiaire, etc.

<sup>11</sup> Décret du 24 août 2010.

## 6.2 LA POPULATION CONTRÔLÉE

Le contrôle des pratiques commerciales s'étend à toutes les personnes qui relèvent de la compétence de l'ACP, notamment les établissements de crédit, les entreprises d'investissement autres que les sociétés de gestion de portefeuille, les établissements de paiement, les compagnies financières, les changeurs manuels, les entreprises d'assurance, les mutuelles et unions régies par le livre II du Code de la mutualité et les institutions de prévoyance.

L'ACP peut également soumettre à son contrôle les intermédiaires d'assurance et les intermédiaires en opérations de banque et services de paiement. Elle vérifie le respect des conditions d'exercice de leur activité, ainsi que des règles spécifiques s'appliquant à eux.

**Toute personne qui exerce, à titre habituel, contre une rémunération ou toute autre forme d'avantage économique, l'intermédiation en opérations de banque et en services de paiement, sans se porter ducroire, est intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP).**

### LE STATUT D'INTERMÉDIAIRE EN OPÉRATIONS DE BANQUE ET EN SERVICES DE PAIEMENT (IOBSP)

La loi de régulation bancaire et financière n° 2010-1249 du 22 octobre 2010 a introduit une nouvelle définition de l'activité d'intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP). Elle doit être complétée par plusieurs décrets d'application.

#### LA NOUVELLE DÉFINITION DES IOBSP

Aux termes de l'article L. 519-1 du Code monétaire et financier, l'intermédiation en opérations de banque et en services de paiement est l'activité qui consiste à présenter, proposer ou aider à la conclusion des opérations de banque ou des services de paiement ou à effectuer tous travaux et conseils préparatoires à leur réalisation. Est intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP), toute personne qui exerce cette activité, de manière habituelle, contre une rémunération ou toute autre forme d'avantage économique, sans se porter ducroire.

Un décret en Conseil d'État précisera les catégories de personnes habilitées à exercer cette activité, en les distinguant selon la nature des mandats en vertu desquels elles agissent.

L'IOBSP ne peut proposer ses services qu'en vertu d'un mandat mentionnant la nature et les conditions des opérations

qu'il est habilité à accomplir. Celui-ci est délivré par un établissement de crédit ou un établissement de paiement. Ces établissements doivent être eux-mêmes habilités pour effectuer des opérations de banque ou fournir des services de paiement sur le territoire français. Toutefois, par dérogation et dans les conditions fixées par décret en Conseil d'État, l'IOBSP pourra agir en vertu d'un mandat délivré par un autre intermédiaire en opérations de banque et services de paiement ou par le client.

#### LES NOUVELLES OBLIGATIONS DES IOBSP

Les personnes physiques qui agissent en qualité d'IOBSP, soit à titre personnel, soit en tant que gérant ou administrateur d'une société, doivent satisfaire à des conditions d'honorabilité et de compétence professionnelle liées à la nature de l'activité exercée et dont le contenu sera précisé par décret

en Conseil d'État. De même, un décret en Conseil d'État indiquera des règles de bonne conduite que les IOBSP seront tenus de respecter, en fonction de l'activité exercée.

Les IOBSP devront être immatriculés au registre unique des intermédiaires tenu par l'ORIAS (Organisme pour le registre des intermédiaires en assurance). Ils devront disposer d'une couverture assurantielle concernant les conséquences pécuniaires de leur responsabilité civile professionnelle. En outre, s'ils reçoivent des fonds, ils devront justifier d'une garantie financière spécialement affectée au remboursement des clients.

Les IOBSP seront tenus à des obligations d'information à l'égard de leurs clients.

Enfin, l'ACP peut assujettir les IOBSP à son contrôle (article L. 612.2-II du Code monétaire et financier). À ce titre, ils sont soumis à une contribution pour frais de contrôle.

---

En 2010, la veille sur les publicités a conduit l'ACP à publier une position sur les ventes avec primes en assurance vie.

---

En coopération avec l'AMF, dans le cadre du pôle commun prévu à l'article L. 612-47 du Code monétaire et financier, et avec la Banque de France, gestionnaire du guichet Infobanque, l'ACP a mis en place un point d'entrée commun pour répondre aux questions des particuliers sur les démarches à accomplir et les orienter vers les bons interlocuteurs, notamment dans le cas de réclamations.

## 6.3 LE CONTRÔLE ET LA SURVEILLANCE

---

### A/ La collecte d'informations

Des informations régulières sont demandées aux établissements et aux organismes en matière de pratiques commerciales, sous la forme d'une annexe au rapport de contrôle interne remis à l'ACP, sur base annuelle :

- au titre des articles 42 et 43 du règlement n° 97-02 du Comité de la réglementation bancaire et financière pour les établissements de crédit,
- au titre de l'article R. 336-1 du Code des assurances pour les entreprises d'assurance.

Ces informations régulières de la part des banques et des assurances remises pour la première fois le 30 avril 2011 au plus tard, permettront d'analyser les moyens mis en place pour intégrer les règles de protection de la clientèle, dans le dispositif de conformité et de contrôle interne des organismes contrôlés.

### B/ La veille sur les publicités et les nouveaux produits et contrats

La position publiée par l'ACP rappelle aux assureurs que les primes versées à l'occasion de nouveaux versements sur des contrats entrent dans le calcul des taux garantis et s'assimilent bien à une opération d'assurance (position 2010-P-01 du 4 novembre 2010 portant sur les ventes avec primes en assurance sur la vie). Cette position vise notamment à maintenir l'équité entre les différentes générations d'assurés.

Une veille est exercée par l'ACP sur les publicités pour les services, contrats et produits bancaires et d'assurance commercialisés en France, y compris par les acteurs exerçant en libre prestation de service. En particulier, l'ACP est compétente pour examiner, et éventuellement sanctionner, le caractère défaillant de l'organisation interne ayant conduit l'assureur ou la banque à diffuser cette publicité

mensongère ou trompeuse, sans qu'aucun signal d'alerte interne n'ait fonctionné.

La veille conduit également l'ACP à utiliser la possibilité qui lui est offerte par l'article L. 612-24 du Code monétaire et financier de demander tout document utile à sa mission de contrôle. Le Secrétariat général peut ainsi, sur la base d'un contrat ou d'une plaquette publicitaire, déclencher un contrôle plus approfondi dans l'entité. La commercialisation sur Internet fait l'objet d'une attention particulière.

### C/ L'Analyse des réclamations reçues

L'ACP n'est pas en charge de la médiation entre les particuliers et les professionnels. Dans le secteur bancaire, un système de médiation légale, créé par la loi MURCEF du 11 décembre 2001, stipule que chaque banque peut renvoyer les réclamations vers un médiateur indépendant, spécifique à l'établissement ou au groupe, ou vers le médiateur de la fédération professionnelle. Ce médiateur peut proposer un règlement amiable d'un litige entre un client et son agence bancaire. Par ailleurs, la plupart des organismes d'assurance se sont dotés, sur une base volontaire, d'un médiateur ou ont recours à celui des fédérations professionnelles.

Toutefois, l'ACP analyse les réclamations en tant que faisceaux d'indices pour déterminer les priorités de contrôle des pratiques commerciales. Elle peut également intervenir auprès des entités concernées quand une pratique lui paraît particulièrement critiquable ou que le médiateur ne s'estime pas compétent. L'ACP en tire une information actualisée sur l'état des pratiques, qui lui permet une meilleure réactivité dans sa politique de contrôle.

## LES RELATIONS DE L'ACP AVEC LA CLIENTÈLE

### L'année 2010 a vu à la fois un élargissement et une redéfinition du rôle de l'Autorité de contrôle dans ses relations avec la clientèle des établissements et organismes.

L'élargissement résulte de la possibilité offerte aux clients bancaires de transmettre par courrier à l'ACP leurs réclamations, comme c'était le cas à l'ACAM, mais aussi de l'accent tout particulier mis sur le rôle préventif de la nouvelle Autorité. Ainsi, la mise en œuvre d'entrées téléphoniques, *via* Internet et par courrier (Assurance Banque Epargne InfoService) pour les clients de services financiers, ainsi que l'élargissement de la plage d'ouverture de la plateforme téléphonique de l'ACP<sup>12</sup>, ont multiplié les possibilités pour le client de s'informer sur ses droits et sur les démarches à suivre en cas de litige.

S'agissant des réclamations, l'ACP intervient en priorité sur les cas de violation flagrante de la loi ou de défaillance manifeste du circuit de traitement des réclamations mis en place par les entités. Les clients et assurés sont en effet invités à s'adresser en premier lieu aux services de relation clientèle ou de réclamations de leur entité, ou, dans un second temps, au médiateur.

Conséquence de l'accent plus fort mis par l'ACP sur la prévention des litiges : le nombre d'appels a doublé depuis le lancement du point d'entrée commun. Près de 8 000 appels d'assurés ont été gérés à partir de juin 2010, soit quasiment autant que pour toute l'année 2009. Cela se traduit aussi par une baisse de 7 % du nombre de réclamations écrites (3 835 dossiers contre 4 112 en 2009).

Les réclamations proviennent quasi-exclusivement des assurés et des clients bancaires, la proportion de saisine de l'ACP par des mandataires étant faible (12 % des cas pour les réclamations assurance à titre d'exemple).

Dans le domaine de l'assurance, on note la diminution de 60 à 55 % de la proportion des réclamations relatives à une assurance de personnes. Cette évolution recouvre pour l'essentiel la baisse du nombre des réclamations reçues dans le domaine de l'assurance vie, dans la continuité de l'évolution constatée depuis 2007.

S'agissant des réclamations bancaires, elles portent essentiellement sur la tenue de compte (27 %), les crédits (24 %), les moyens de paiement (8 %) et les produits d'épargne (9 %).

Les réclamants s'adressent à l'ACP pour se plaindre notamment d'un refus partiel ou total d'indemnisation (25 % des réclamations assurance), de difficultés dans la gestion de leur contrat ou de leur compte (23 % des réclamations assurance), 38 % des réclamations bancaires), ou contestent le niveau des frais ou des primes (12 % dans chaque domaine banque et assurance). Certains thèmes restent très spécifiques à l'assurance : résiliation (16 % des réclamations assurance) et renonciation (9 %).

Le manque d'information des clients bancaires, comme des assurés, reste une source non négligeable de réclamations (14 % des réclamations reçues par l'ACP dans le domaine des assurances). Ce besoin de renseignement est ressenti également au niveau des appels reçus par la plateforme téléphonique de l'ACP, avec des questions portant sur la formation du contrat, sur la vie du contrat ou sur des questions relatives aux modalités de résiliation ouvertes par la loi du 28 janvier 2005, dite loi Chatel.

**Les demandes d'information et les réclamations des clients bancaires et des assurés mettent en évidence les difficultés parfois rencontrées par le consommateur de services financiers pour bien comprendre le contrat ou le produit proposé, et pour identifier le bon interlocuteur en cas de litige.**

<sup>12</sup> Le point d'entrée commun téléphonique, géré par le service Infobanque de la Banque de France, est articulé avec une plate-forme téléphonique à l'ACP, qui répond aux questions les plus complexes. Le même dispositif a été installé par l'AMF pour les questions concernant les produits financiers. Le créneau d'ouverture a été élargi passant, depuis le 28 juin 2010 de 2 demi-journées à 5 jours par semaine, de 9 h à 17 h.

---

Des entretiens sont régulièrement organisés avec les grands réseaux bancaires et les groupes d'assurance, afin d'apprécier la qualité de leur dispositif de conformité aux règles de protection de la clientèle.

## D/ Le contrôle sur place

La majorité des contrôles a porté en 2010 sur des problématiques spécifiques de commercialisation (obligations d'information, devoir de conseil, gestion des sinistres, contrats non réclamés en assurance vie, respect de la charte de mobilité bancaire, ...). Toutefois, des contrôles généraux sur l'ensemble du dispositif de commercialisation d'une entité en particulier ont pu également être diligentés (dispositif de contrôle interne notamment).

L'identification des facteurs de risque issus de pratiques commerciales contestables se fait grâce au contrôle sur pièces, aux instruments de veille de la publicité et des nouveaux produits, à l'analyse des réclamations et au dialogue avec les médiateurs, les associations de consommateurs, et les associations professionnelles.

Les chartes de contrôle de l'ACP – l'une pour le contrôle sur place des établissements de crédit et entreprises d'investissement, l'autre pour le secteur de l'assurance – s'appliquent notamment aux contrôles des pratiques commerciales. Pour le contrôle des intermédiaires en assurance ou en opérations de banque, une décision d'assujettissement doit être prise au préalable par le président de l'ACP<sup>13</sup> car les intermédiaires ne font pas l'objet d'un contrôle permanent.

Les contrôles sur place prennent la forme d'entretiens et de vérifications de documents et de dossiers au regard du corpus de règles de protection de la clientèle. Ils se concluent par un projet de rapport, envoyé à l'entité contrôlée, sur lequel une discussion contradictoire est engagée. Le rapport définitif fait l'objet d'une lettre de suite engageant l'entité à prendre des mesures d'amélioration des insuffisances constatées. Lorsque les observations du rapport le justifient, la situation de l'établissement est présentée au Collège, qui décide de prendre des mesures de police administrative (mise en garde, mise en demeure, exigence d'un programme de rétablissement, etc.), voire d'une éventuelle

ouverture de procédure disciplinaire au niveau de la Commission des sanctions.

Au cours des derniers mois de 2010, trois contrôles ont été menés dans des établissements de crédit, un dans un organisme d'assurance et dix chez des intermédiaires d'assurance.

Trois sociétés financières spécialisées dans le crédit à la consommation ont fait l'objet d'investigations portant sur la conformité des documents contractuels et pré-contractuels au Code de la consommation, sur l'intégration dans le dispositif de contrôle interne des règles de protection de la clientèle et sur la qualité de l'information apportée lors de la commercialisation sur les lieux de vente. L'organisation du traitement des réclamations et la qualité des réponses apportées aux clients ont également été auditées.

La conformité des placements d'une compagnie d'assurance vie aux spécifications données lors de la commercialisation des contrats correspondants a fait l'objet d'un contrôle approfondi. L'information pré-contractuelle, le devoir de conseil et les dispositifs de contrôle associés ont également été vérifiés et ont donné lieu à plusieurs observations.

Les contrôles sur les intermédiaires ont porté sur les modalités d'enregistrement et d'exercice ainsi que sur la qualité du devoir de conseil lors de la souscription des contrats par la clientèle. Un des contrôles a abouti à une sanction en 2011 (interdiction pour le dirigeant d'exercer pendant dix ans).

Au cours des derniers mois de 2010, trois contrôles conjoints ont été menés avec l'AMF dans des entreprises ayant à la fois le statut de société de gestion de portefeuille et de courtier d'assurance. Des rapports séparés ont été remis aux établissements, qui feront l'objet d'un traitement séparé par chaque institution.

---

<sup>13</sup> Article L. 612-2 II du Code monétaire et financier



## 6.4 LES POUVOIRS SPÉCIFIQUES DE L'ACP EN MATIÈRE DE PRATIQUES COMMERCIALES

### A/ Le pouvoir de recommandation

L'ACP peut définir elle-même des règles de bonne pratique en matière de commercialisation et de protection des intérêts de la clientèle des assurés, adhérents ou bénéficiaires des personnes soumises à son contrôle. Ces recommandations sont prises à l'initiative de l'ACP, elles portent sur un thème identifié et consistent en des préconisations pratiques adressées aux personnes contrôlées. Elles peuvent regrouper des bonnes pratiques et, le cas échéant, décrire les mauvaises pratiques qu'elle proscriit, en particulier celles constatées à l'occasion de mises en garde individuelles.

Lorsque l'ACP adopte et publie une recommandation, les bonnes pratiques qu'elle mentionne prennent une portée générale pour l'ensemble des personnes concernées par le champ d'application qu'elle mentionne. Elle précise, le cas échéant, la date à compter de laquelle la recommandation s'applique. L'ACP veille au respect, pour l'avenir, des recommandations publiées.

La méconnaissance des bonnes pratiques recommandées par l'ACP ne donne pas directement lieu à sanction disciplinaire. Des mesures de police sont en revanche prévues : mise en garde individuelle lorsque l'ACP constate qu'une personne contrôlée a des pratiques différentes, susceptibles de mettre en danger les intérêts de ses clients, assurés, adhérents ou bénéficiaires : le non-respect d'une mise en garde (art. L. 612-30 du Code monétaire et financier) peut alors donner lieu à l'ouverture d'une procédure disciplinaire (art. L. 612-38 et L. 612-39 du Code monétaire et financier).

L'ACP consulte les associations professionnelles et les associations de consommateurs sur les projets de recommandations. Elle

soumet notamment le projet à la Commission consultative des pratiques commerciales, instituée auprès du Collège de l'ACP. Constituée de seize membres (issus d'associations de clientèles, d'entités soumises au contrôle ou d'associations professionnelles les représentant, de journalistes, universitaires, représentants du personnel), la Commission éclaire le Collège en rendant des avis sur des projets en matière de contrôle des pratiques commerciales.

En 2010, la première recommandation de l'ACP a porté sur les risques de commercialisation inadaptée d'instruments financiers complexes proposés comme unités de compte (UC) de contrats d'assurance vie<sup>14</sup>. Simultanément, l'AMF a publié une position sur la vente directe de ces mêmes produits. La coordination entre les deux autorités, dans le cadre du pôle commun, a conduit à définir quatre critères permettant d'évaluer si les instruments financiers proposés (OPCVM organismes de placement collectif en valeurs mobilières à formule de droit français ou étranger, titres de créance complexes) sont susceptibles de conduire le souscripteur à sous-estimer les risques, voire à ne pas comprendre le produit ou le contrat :

- un critère de mauvaise présentation des risques ou des pertes potentielles, notamment lorsque la performance est sensible à des scénarios extrêmes;
- un critère portant sur les sous-jacents difficilement appréhendables ou non observables de façon individuelle sur les marchés;
- un critère portant sur les gains ou pertes subordonnés à la réalisation simultanée de plusieurs conditions sur différentes classes d'actifs;
- un critère portant sur la multiplicité des mécanismes compris dans la formule de calcul du gain ou de perte à l'échéance.

**L'ACP peut définir à son initiative des règles de bonne pratique professionnelle, en précisant les conditions dans lesquelles les organismes contrôlés par l'ACP pourront préserver les intérêts de la clientèle, des assurés, adhérents ou bénéficiaires. Ces recommandations portent sur un thème identifié et consistent en des préconisations pratiques adressées aux personnes contrôlées.**

<sup>14</sup> Recommandation 2010-R01 du 15 octobre 2010 portant sur la commercialisation des contrats d'assurance sur la vie en unités de compte constituées d'instruments financiers complexes.

---

Des règles professionnelles peuvent être regroupées sous la forme d'un Code de conduite. Elles constituent des engagements des adhérents au sein des associations professionnelles réunissant des personnes relevant de la compétence de l'ACP ou pouvant être soumises à son contrôle.

Lorsque ces instruments sont commercialisés comme UC, l'ACP recommande aux organismes et aux intermédiaires d'assurance de :

- fournir dans tous les documents remis au souscripteur, les informations lui permettant de comprendre la nature de l'unité de compte, ainsi que les risques encourus;
- être en mesure de justifier auprès de l'ACP des moyens mis en œuvre pour permettre au souscripteur de comprendre que l'UC proposée constitue un placement risqué;
- recueillir la preuve que le souscripteur comprend la nature du support proposé comme unité de compte, ainsi que les risques afférents;
- donner des informations exactes, claires et non trompeuses au souscripteur sur les garanties offertes par le contrat dans les cas de sortie anticipée, qu'il s'agisse du décès de l'assuré ou d'un rachat total ou partiel avant le terme.

## B/ L'approbation des Codes de conduite

Les Codes de conduite ont notamment pour objet de préciser les modalités de mise en œuvre des textes législatifs ou réglementaires.

L'ACP vérifie la compatibilité des Codes de conduite élaborés par les associations professionnelles avec les dispositions législatives et réglementaires applicables.

L'association professionnelle qui a élaboré le Code de conduite peut demander à l'ACP de l'approuver. L'ACP pourra décider de l'approuver ou non, ou de limiter son approbation à une partie du Code.

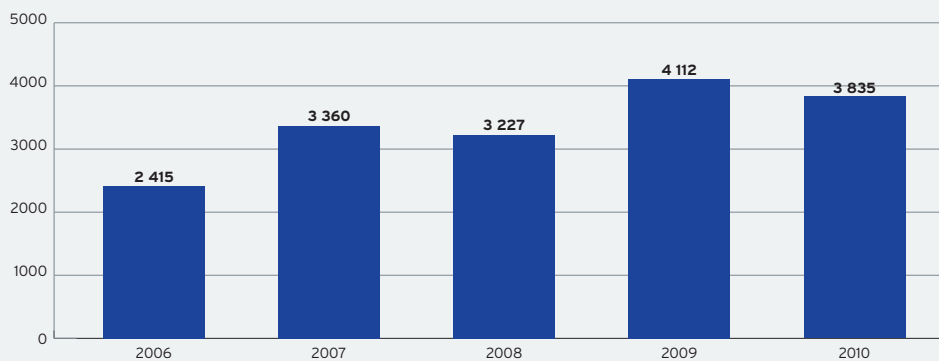
La publication de la décision d'approbation de l'ACP confère un caractère obligatoire aux dispositions approuvées. Ce caractère obligatoire est néanmoins circonscrit aux adhérents de l'association concernée et ne s'attache qu'aux dispositions formellement approuvées, dans les conditions que le Code de conduite ou, le cas échéant, la décision peut préciser. En particulier, le Code peut prévoir que les pratiques préconisées sont une mise en œuvre de nature à satisfaire les

exigences légales, réglementaires ou éthiques incombant à la profession, sans être la seule manière d'atteindre ce résultat. *A contrario*, un Code de conduite non approuvé n'a pas de caractère obligatoire, au sens, notamment, de l'article L. 612-29-1.

Pour les personnes qui sont tenues de mettre en œuvre un dispositif de contrôle interne, ce dispositif doit leur permettre de s'assurer que les opérations effectuées, ainsi que l'organisation et les procédures internes sont conformes, notamment à ces Codes et aux règles professionnelles. À cet égard, pour les personnes qui sont soumises au règlement n° 97-02 du 21 février 1997 modifié relatif au contrôle interne des établissements de crédit et des entreprises d'investissement, l'ACP considère que les Codes de conduite approuvés mentionnés à l'article L. 612-29-1 font partie des normes professionnelles mentionnées à l'article 5 de ce règlement.

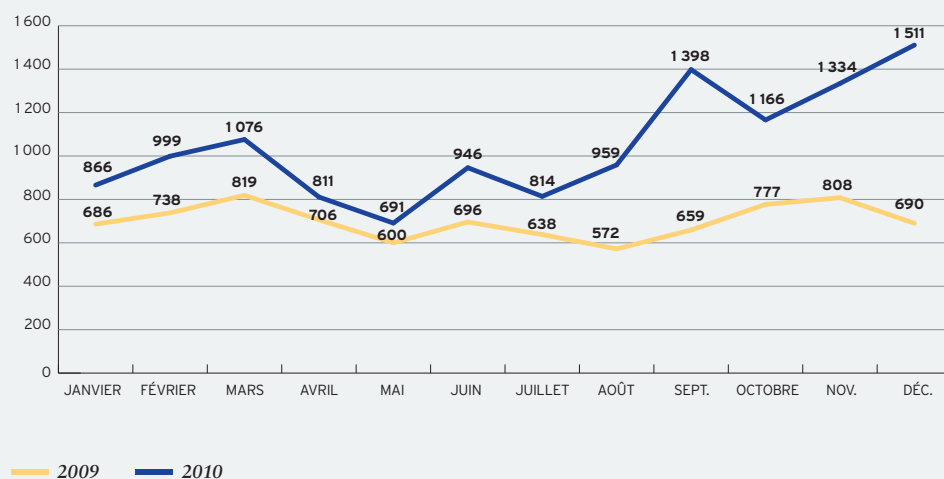
## 6.5 L'ÉTAT DES RÉCLAMATIONS REÇUES EN 2010

DOSSIERS ASSURANCE ET BANQUE ENREGISTRÉS\*



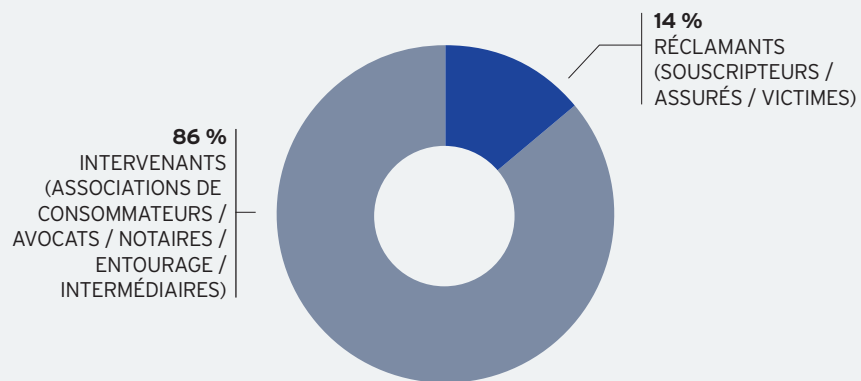
NOMBRE D'APPELS EN ASSURANCE AUPRÈS DE LA PLATE-FORME TÉLÉPHONIQUE DE L'ACP PAR MOIS

TOTAL 2010 : 11 959

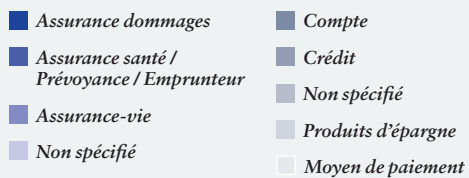
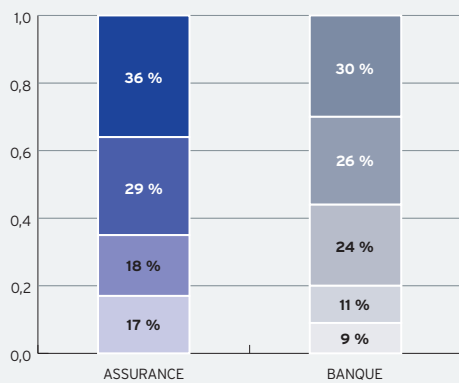


\*Avant 2010, uniquement secteur de l'assurance.

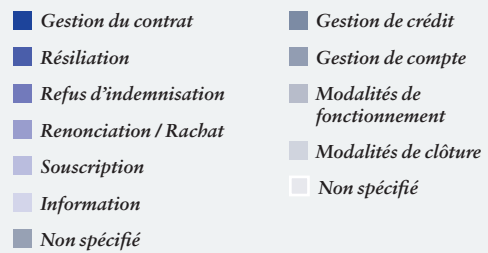
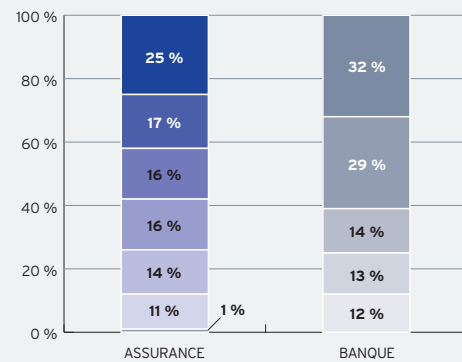
## PROVENANCE DES RÉCLAMATIONS ASSURANCES



## DÉCOMPOSITION DES RÉCLAMATIONS PAR CATÉGORIE :



## DÉCOMPOSITION DES RÉCLAMATIONS PAR OBJET :



## 6.6 LA COORDINATION AVEC L'AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS (AMF) VIA LE "PÔLE COMMUN"

Institué en même temps que l'ACP, le pôle commun créé par les deux autorités est un moyen de prendre en compte ce contexte particulier pour contrôler des pratiques commerciales dans le secteur financier.

Le pôle commun à l'ACP et à l'AMF est un mécanisme de coordination institutionnalisé, qui n'ajoute ni ne retranche aucune compétence ni aucun pouvoir aux deux autorités. Toute décision demeure prise uniquement par l'ACP ou par l'AMF, s'agissant notamment des suites des contrôles diligents et des éventuelles sanctions qui en découleraient. Néanmoins, il permet aux autorités de s'alerter mutuellement sur les risques de mauvaise commercialisation, de dialoguer sur les meilleurs moyens de les circonscrire, et de lancer des actions communes.

Les trois missions attribuées au pôle commun sont :

- la coordination concernant les propositions de priorités de contrôle des professionnels assujettis en matière de respect des obligations à l'égard de leurs clientèles;
- la coordination de la veille sur les produits et services financiers et la surveillance des campagnes publicitaires;

- la constitution d'un point d'entrée commun pour recevoir les demandes des clients (Assurance Banque Epargne Info Service).

Un coordonnateur, désigné en alternance au sein de l'ACP ou de l'AMF, veille au bon fonctionnement du pôle commun. Fabrice Pesin, secrétaire général adjoint de l'ACP, est le coordonnateur pour la période 2010/2011. Le rapport annuel du pôle commun présente le bilan de ses actions.

Par ailleurs, l'ACP assiste en tant qu'expert aux réunions du Comité consultatif du secteur financier (CCSF) et coordonne son action avec la direction Générale de la Consommation, de la Concurrence et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) du Ministère de l'Économie, des finances et de l'industrie.

**La nécessité d'un suivi coordonné de tous les véhicules d'épargne (contrat d'assurance vie en unités de compte notamment) et le développement d'acteurs à même de distribuer toute la gamme des produits bancaires et d'assurance (réseaux de bancassurance, conseillers en gestion de patrimoine) nécessitent d'assurer une étroite coordination des actions conduites par l'ACP et l'AMF.**