



RESTITUTION – PRODUITS D’ASSURANCE PRENANT EN COMPTE DES CRITÈRES EXTRA FINANCIERS

1. **Contexte réglementaire**
2. Enseignements de l'enquête de place
3. Perspectives

1. RAPPEL: ÉVOLUTIONS RÉGLEMENTAIRES

► En Europe:

- ❖ Classification des activités économiques durables: règlement 2020/852 « taxonomie » (*volet climatique et environnemental*)
- ❖ Obligations de transparence: règlement 2019/2088 « SFDR »
- ❖ Intégration de la durabilité dans le cadre prudentiel: revue SII
- ❖ Intégration de la durabilité dans les règles de commercialisation: révision des actes délégués de DDA

► En France:

- ❖ Loi de transition énergétique (article 173) et Loi Énergie Climat (article 29)
- ❖ Loi PACTE: verdissement progressif des contrats d'assurance vie en unités de compte
- ❖ La doctrine AMF sur les communications des placements collectifs intégrant des approches extra-financières

1. FOCUS - INFORMATION REVUE DES ACTES DÉLÉGUÉS DDA

► Intégration de la durabilité dans les règles de commercialisation: révision des règlements délégués de DDA (2017/2358 et 2359)




- ❖ Texte en phase de non-objection auprès des co-législateurs : **négociation close**, entrée en application prévue pour **octobre 2022**
- ❖ Définition des préférences en matière de durabilité d'un client ou d'un prospect comme son choix d'intégrer ou non dans son investissement les produits suivants et si oui dans quelle mesure (proportion minimale):
 - ❖ Des investissements durables sur le plan environnemental comme définis dans le règlement européen (EU) 2020/852 (Taxonomie)
 - ❖ Des investissements durables tels que défini dans le règlement (EU) 2019/2088, (SFDR)
 - ❖ Ou bien de souscrire un produit prenant en compte les principales incidences négatives sur les facteurs de durabilité selon des critères quantitatifs ou qualitatifs définis par le client.

1. FOCUS - INFORMATION REVUE DES ACTES DÉLÉGUÉS DDA

- ▶ La définition des préférences s'appuie sur des éléments requis dans le cadre de la transparence SFDR et Taxonomie et inclus dans les templates précontractuels :

“préférences en matière de durabilité”, le choix d'un client, ou d'un client potentiel, d'intégrer ou non un ou plusieurs des produits financiers suivants dans son investissement, et dans quelle mesure:

- a) un produit d'investissement fondé sur l'assurance qui est investi dans des investissements durables sur le plan environnemental au sens de l'article 2, point 1), du règlement (UE) 2020/852 du Parlement FR 15 FR européen et du Conseil** dans une proportion minimale déterminée par le client ou le client potentiel;
- b) un produit d'investissement fondé sur l'assurance qui est investi dans des investissements durables au sens de l'article 2, point 17), du règlement (UE) 2019/2088 du Parlement européen et du Conseil*** dans une proportion minimale déterminée par le client ou le client potentiel,
- c) un produit d'investissement fondé sur l'assurance qui prend en compte les principales incidences négatives sur les facteurs de durabilité, les éléments qualitatifs ou quantitatifs qui démontrent cette prise en compte étant déterminés par le client ou le client potentiel;

Critère	Transparence requise au titre de	Référence template SFDR
Critère (a) Part minimale d'investissement dans la Taxonomie	Articles 5 et 6 du règlement Taxonomie, repris dans le template pré-contractuel SFDR	 What is the minimum share of investments aligned with the EU Taxonomy?
Critère (b) Part minimale d'investissement dans des investissements durables au sens de SFDR	Articles 16 et 23 du RTS SFDR, traduits dans le template pré-contractuel SFDR	2. For the purposes of point (a) of paragraph 1 the narrative explanation shall explain: (a) the minimum proportion of the investments of the financial product used to attain the sustainable investment objective in accordance with the binding element of the investment strategy; and  What is the asset allocation planned for this financial product?
Critère (c) Prise en compte des principales incidences négatives au niveau de l'instrument	Article 7 du règlement SFDR, repris dans le template pré-contractuel SFDR	 Does this product take into account principal adverse impacts on sustainability factors? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No [details]

1. FOCUS - INFORMATION REVUE DES ACTES DÉLÉGUÉS DDA

- ❖ Les préférences en matière de durabilité sont intégrées aux règles de gouvernance des produits, de prévention des conflits d'intérêt et de conseil.

Gouvernance des produits

Les **éventuels objectifs de durabilité** d'un produit doivent être **intégrés dans l'ensemble du dispositif de gouvernance**, à savoir : lors de la définition **du marché cible**, lors **du test et de la revue des produits**.

Ces éléments font naturellement partie **des informations communiquées aux distributeurs** des produits et ces derniers doivent les **intégrer dans leur dispositif de distribution**.

Exigence de granularité: considérant 7 invite les concepteurs à définir le marché cible de façon suffisamment précise « *une déclaration générale affirmant qu'un produit d'assurance présente un profil durable ne devrait pas être considérée comme suffisante* »

Marchés cible négatifs: caractère équivoque des dispositions de l'article 5(2)

=> Interdiction d'établir des marchés cible négatifs fondés sur le caractère durable du produit.

1. FOCUS - INFORMATION REVUE DES ACTES DÉLÉGUÉS DDA

Test d'adéquation

Lorsque un service de recommandation est fourni:

Intégration des préférences ESG dans les éléments à collecter lors de l'évaluation de l'adéquation mais également dans la déclaration d'adéquation.

Séquencement de l'évaluation: Considérant 11 clarifie que la collecte et l'évaluation des préférences ESG doit intervenir après la collecte et l'évaluation des éléments relatif au profil financier du client.

Granularité des analyses : les évolutions des textes impliquent un dialogue client approfondi et une définition suffisamment granulaire des préférences en matière de durabilité.

Flexibilité :

Possibilité de recommander des produits ne correspondant pas aux préférences ESG des clients mais obligation de le signaler au client.

Possibilité pour le client d'amender ses préférences ESG, si aucun produit proposé ne peut satisfaire ces dernières, et sous réserve que trace soit gardée de cet amendement.

1. Contexte réglementaire
2. **Enseignements de l'enquête de place**
3. Perspectives

2. ENQUÊTE DE PLACE



► Quand?

Automne 2020

► Quoi?

Un questionnaire relatifs aux produits multi-supports d'épargne et de retraite portant sur:

- ✓ *le niveau des encours et de la collecte relatifs aux supports durables**
* par référence aux articles 8 et 9 du règlement SFDR
- ✓ *les modalités de mise en œuvre des dispositions de verdissement de la loi PACTE*
- ✓ *les caractéristiques des produits intégrant des supports durables*
- ✓ *les politiques de commercialisation et les stratégies de communication à l'égard des clients*

► Qui?

*Une quinzaine d'assureurs représentant 85% du marché**

*en termes de provisions techniques représentatives d'engagements en unités de compte

2. ENSEIGNEMENTS: COLLECTE ET ENCOURS



- ▶ Les supports durables largement présents pour un encours moyen marginal
 - ❖ 72% des produits commercialisés (en nombre de produits) proposent au moins un support durable en 2019...
 - ❖ Ils représentent 93 % des polices souscrites,
 - ❖ mais les supports durables représentaient seulement 6,2% des encours en UC à fin 2019 (15% en termes de collecte UC)
- ▶ Des fortes disparités entre acteurs: une proportion d'encours durables supérieure à 50% pour certains, inférieure à 5% pour d'autres.
- ▶ Une présence des supports durables plus marquée dans les produits d'épargne

2. ENSEIGNEMENTS: LABELLISATION ET LOI PACTE



- ▶ Une part importante de supports sans label
- ▶ Parmi les supports labellisés:
 - ❖ De nombreux labels étrangers (notamment Luxembourg et Belgique)
 - ❖ Un label français prépondérant: ISR
- ▶ Mise en conformité à la Loi PACTE sans difficulté
 - ❖ Recours fréquent au label ISR - peu de labels éligibles
 - ❖ Une majorité d'acteurs désireux d'anticiper les exigences applicables à compter de 2022

2. ENSEIGNEMENTS: MODALITÉS D'INTRODUCTION DES SUPPORTS DURABLES DANS L'OFFRE COMMERCIALE



- ▶ Pour la plupart des répondants:
 - ❖ Introduction de supports durables dans des produits existants
 - ❖ Absence de produit ne proposant que des supports durables
 - ❖ Toutefois des réflexions en cours chez plusieurs acteurs
- ▶ Des modalités variables:
 - ❖ Augmentation du poids des supports durables dans les allocations standardisées
 - ❖ Options de gestion spécifiques
- ▶ Absence de procédure spécifique pour la sélection des supports durables, intégrée au processus standard
 - ❖ Les qualités extra-financières viennent compléter l'analyse déterminée par les caractéristiques financières

2. ENSEIGNEMENTS: FONDS EUROS DURABLES ?



- ▶ Question de la durabilité des fonds euros liée à l'intégration des facteurs ESG dans la politique de placements de l'assureur
- ▶ Un produit jugé peu réaliste par la plupart des acteurs:
 - ❖ Offre réduite d'investissements durables peu compatible avec le besoin de diversification des placements d'un fonds euros
 - ❖ Contexte de taux bas peu propice au lancement d'un nouveau produit sur la base d'une gestion cantonnée
- ▶ Ambition et règles de gestion internes variables selon les acteurs
- ▶ Aucun outil de labellisation pour les fonds euros



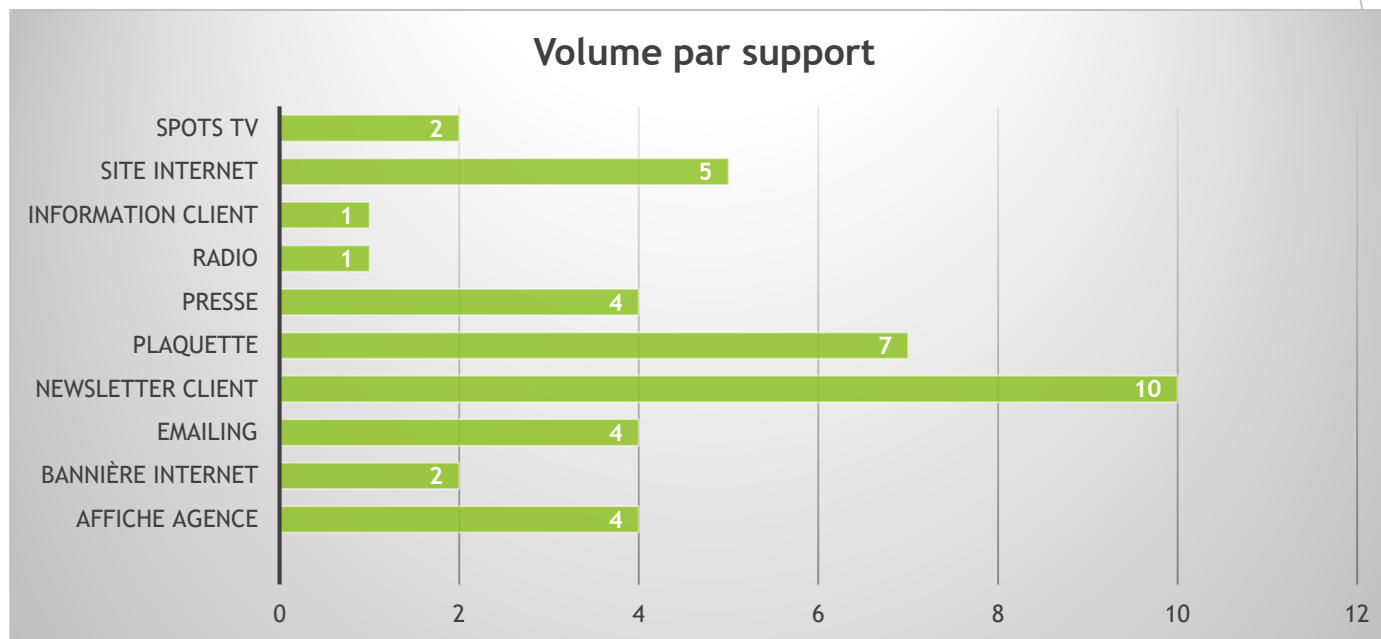
2. ENSEIGNEMENTS: POLITIQUES DE COMMERCIALISATION

- ▶ Absence des préférences ESG des clients dans la mise en œuvre de la gouvernance des produits
- ▶ Recueil des préférences ESG du client minimaliste ou en cours de réflexion
- ➔ **Un écart entre les pratiques du marché français et la réglementation à venir**
- ▶ Des écarts dans la répartition de la collecte selon les canaux de distribution variables selon les assureurs.
 - ▶ Supports peu présents dans les encours issues de la vente à distance
 - ▶ Surreprésentés dans la collecte issue du courtage

2. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION

3.1 Éléments issus de l'enquête

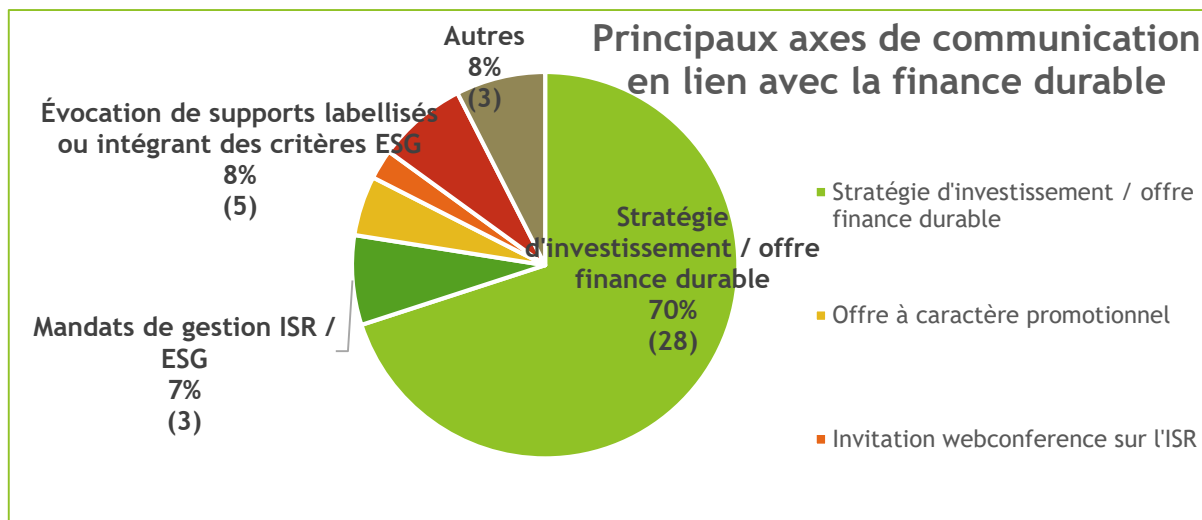
- ▶ 85 % des communications transmises portent sur des contrats d'assurance vie de type épargne
- ▶ La moitié des communications sous forme de newsletters ou plaquettes - un effort de pédagogie notable



2. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION



- ▶ Le plus souvent, l'argument relatif à la finance durable constitue le thème central de la publicité
 - ❖ La présentation de la stratégie des organismes est le principal axe de communication



- ▶ Pas de spécificités identifiées sur les publicités portant sur les PER

2. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION



► Newsletters et plaquettes :

- ❖ Des supports écrits non contraints en terme d'espace permettent aux organismes de présenter les enjeux de finance durable et leur stratégie d'investissement (actions concrètes)
- ❖ Un réel effort de sensibilisation et de pédagogie : Définition, critères ESG, présentation des labels, méthode de sélection des supports, la loi Pacte...

► Identification d'un risque de « greenwashing » plus important dans les supports comportant des limites d'espace: bannières internet, presse, affiches, etc.

- ❖ Supports visant un public large et ayant vocation à être « percutants »
- ❖ Utilisation de formulations très générales, manquant de mesure

2. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION

3.2 Évolution des tendances publicitaires



- Une augmentation du volume de publicités présentant des arguments relatifs à la finance durable



2. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION

► Des supports de communications sensiblement différents

- ❖ Alors que la moitié des communications transmises dans le cadre de l'enquête étaient des plaquettes/newsletters, les communications analysées au T1 2021 sont essentiellement des emailings et des post sur les réseaux sociaux (28)

► Les constats

- ❖ Risque de « greenwashing » identifié sur 56% des communications
- ❖ Seules 40% mentionnent le risque de perte en capital de manière équilibrée
- ❖ Toujours pas de spécificités identifiées sur les publicités portant sur les PER

3. ENSEIGNEMENTS: STRATÉGIE DE COMMUNICATION



- Pédagogie (dans les supports non contraints)
- Éléments justificatifs sur les actions menées et la composition des fonds et produits
- Formulations mesurées



- Arguments trop généraux, non justifiés et exagérément positifs
- Communications centrales sur les réseaux sociaux, avec un renvoi sur le site internet ne contenant aucune mention relative à la finance durable



- Vocabulaire exagérément positif autour de la labellisation et de ses impacts
- Les fonds non labellisés mais intégrant des critères ESG définis en interne par chaque entité

► Veiller à ce que :

- ❖ Le consommateur puisse appréhender la composition réelle des produits et leur part de durabilité
- ❖ Les arguments soient formulés de façon proportionnée dans les communications

1. Contexte
2. Enseignements de l'enquête de place
3. **Perspectives**

3. PERSPECTIVES



- ❖ Communiquer et accompagner le marché sur les nouveaux textes entrés en application
- ❖ Réfléchir au sein du Pôle commun ACPR-AMF à la façon de décliner au secteur de l'assurance la doctrine AMF relative aux communications des placements collectifs intégrant des approches extra-financières
- ❖ Examiner comment prendre en compte au mieux les préférences ESG des clients dans l'exercice du devoir de conseil

Merci de votre attention
Des questions ?