



## Extrait de la « Revue de l'ACPR » numéro 26 ( janvier - février 2016)

### Rubrique protection de la clientèle

La période récente a été marquée par une prise de conscience croissante de l'importance du risque de comportement, ou *conduct risk*, au sein des entreprises du secteur financier.

Des initiatives ont été lancées dans les enceintes européennes et internationales, afin de mieux identifier, mesurer ou prévenir le *conduct risk*, ce dernier pouvant être appréhendé de différentes manières selon que l'on se focalise sur les enjeux en termes de protection de la clientèle, de supervision prudentielle ou de préservation de l'intégrité des marchés. L'IAIS – *International Association of Insurance Supervisors*, Association internationale des contrôleurs d'assurance – souhaite apporter des éléments de réflexion à ce sujet qui prend une importance croissante dans l'ensemble du secteur financier.

Le *conduct risk* – *conduct of business risk*, ou *misconduct risk* – peut se définir comme le risque encouru par les clients (consommateurs, entreprises, autres institutions, etc.), les institutions financières ou, de façon plus globale, par les marchés, du fait des comportements inappropriés d'un ou plusieurs acteurs des secteurs de la banque ou de l'assurance, qu'il s'agisse d'une institution financière ou de ses personnels.

Le groupe de travail Market conduct (MCWG) de l'IAIS, présidé par Olivier Fliche, directeur du Contrôle des pratiques commerciales à l'ACPR, a publié en novembre 2015 un rapport intitulé *Issues Paper on Conduct of Business Risk and its Management*. Le rapport offre une analyse des impacts de ce risque et des liens entre le domaine prudentiel et les pratiques commerciales. De plus, il détaille les sources du risque et sa gestion par les entités et par le superviseur.

L'IAIS souligne que le *conduct risk* peut générer d'importants préjudices pour les consommateurs et, par conséquent, détériorer la confiance des consommateurs ainsi que la réputation des professionnels. De plus, la crise financière récente a démontré que de mauvaises pratiques commerciales peuvent donner naissance à un risque systémique.

Le *conduct risk* peut avoir des sources très variées. Il peut naître de facteurs inhérents aux marchés d'assurance, comme par exemple la nature même des produits, la manière dont ils sont distribués, les asymétries d'information entre les professionnels et les consommateurs, ou du comportement de ces derniers. La gouvernance et les procédures de commercialisation peuvent elles aussi générer du *conduct risk* en raison de conflits d'intérêts, d'une procédure d'élaboration des produits inadaptée, d'un conseil de mauvaise qualité ou d'une gestion des sinistres inappropriée. Enfin, les facteurs économiques et environnementaux ont également une influence sur le *conduct risk*, notamment les pratiques de marché, la structure de celui-ci, ou l'environnement juridique ou technologique.

Pour faire face à ce risque, le superviseur doit s'appuyer sur des méthodes lui permettant d'avoir une vue d'ensemble des risques auxquels les professionnels et les consommateurs sont confrontés, et ce grâce à la supervision des pratiques commerciales. Une bonne information des professionnels et des consommateurs quant aux attentes du superviseur complète ce dispositif.

Du côté des professionnels, il est important et nécessaire de bien prendre en considération ce risque et de mettre en place des systèmes de gouvernance encourageant un traitement équitable des consommateurs.

Si les risques prudentiels et le *conduct risk* sont différents et nécessitent de ce fait un traitement distinct, ils sont complémentaires. La prise en compte de la protection de la clientèle qui consiste à promouvoir un traitement à la source, en limitant les mauvaises pratiques commerciales et en encourageant un comportement responsable et respectueux des intérêts des clients, participe ainsi de la limitation du risque porté à la fois par le client et par les entreprises financières.

L'ACPR soutient la démarche de l'IAIS qui enrichit indéniablement le débat sur le *conduct risk* et souligne l'impact fort que peuvent avoir de mauvaises pratiques sur les consommateurs, mais également sur les professionnels et le marché dans son ensemble.

Vous pouvez consulter le rapport, *Issues Paper on Conduct of Business Risk and its Management*, sur le [site Internet de l'IAIS](#).