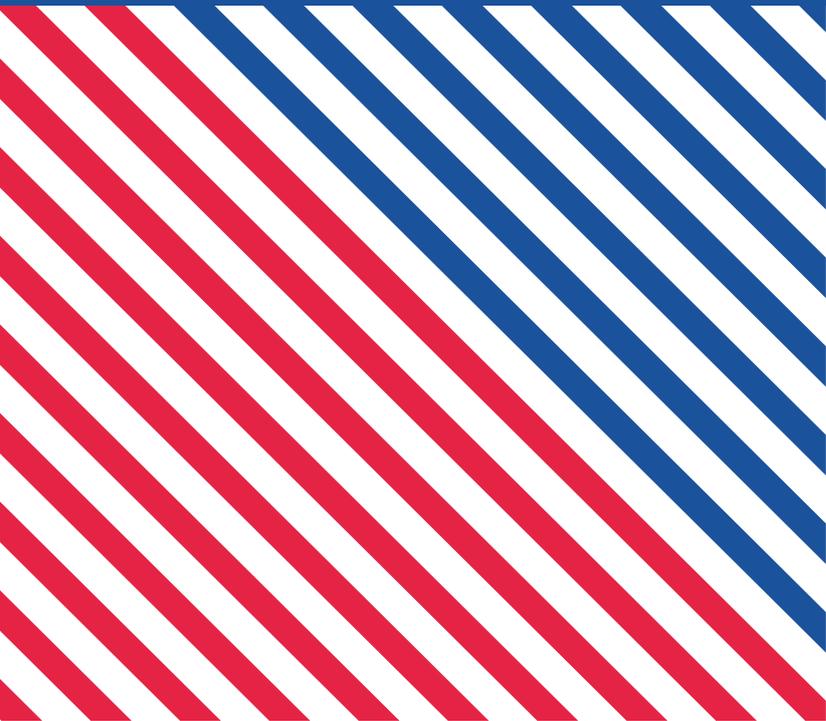




RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020



PÔLE
Assurance
Banque
Épargne



Sommaire

Le mot des présidents	2
Repères.....	4
1. Le Pôle commun Assurance Banque Épargne en 2020 : informer les clients du secteur assurantiel et financier, un rôle primordial encore accru dans le contexte de pandémie.....	5
1.1. LA PLATEFORME TÉLÉPHONIQUE ABEIS : UN CANAL DE CONTACT INDISPENSABLE AVEC LE PUBLIC EN PÉRIODE DE CRISE SOUDAINE.....	5
1.2. LE SITE INTERNET ABEIS : UNE RICHESSE D'INFORMATION ACTUALISÉE, NEUTRE ET PÉDAGOGIQUE AU SERVICE DU CLIENT DU SECTEUR FINANCIER	7
1.3. LES RÉPONSES DES AUTORITÉS FACE À L'AGILITÉ ET À L'INDUSTRIALISATION DES ARNAQUES FINANCIÈRES : LA COOPÉRATION ET L'ACTION	10
2. La veille sur la publicité et les contrôles coordonnés : les facettes « amont et aval » de la protection de la clientèle	13
2.1. UNE ANNÉE 2020 MARQUÉE PAR UNE RÉORIENTATION DES PUBLICITÉS VERS LA PROMOTION DES UNITÉS DE COMPTE EN ASSURANCE-VIE ET VERS LA FINANCE DURABLE.....	13
2.2. LES CONCLUSIONS DES CONTRÔLES COORDONNÉS : LES ÉTABLISSEMENTS DOIVENT ENCORE PROGRESSER S'AGISSANT DE L'INFORMATION DU CLIENT, DE LA CONNAISSANCE CLIENT ET DE LA QUALITÉ DU CONSEIL	17
3. Les pratiques ayant fait l'objet de la vigilance des superviseurs en 2020 en matière de protection de la clientèle.....	21
3.1. FACE AU VIEILLISSEMENT DÉMOGRAPHIQUE, ACCROÎTRE LA VIGILANCE LORS DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS FINANCIERS À DESTINATION DES PERSONNES ÂGÉES VULNÉRABLES	21
3.2. DANS LE CADRE D'UNE CONTRACTUALISATION DIGITALE, S'ASSURER DU CONSENTEMENT DU CLIENT EN TOUTE CONNAISSANCE DE CAUSE	23
3.3. RENFORCER ET HARMONISER LES PRATIQUES DE COMMERCIALISATION DES TITRES AUTO-PLACÉS.....	25
3.4. AMÉLIORER LE TRAITEMENT DE LA DÉSHÉRENCE EN MATIÈRE DE COMPTES D'ÉPARGNE SALARIALE	26
Interview.....	27
Glossaire	29

Le mot des présidents



François Villeroy de Galhau
Gouverneur de la Banque de France,
Président de l'ACPR



Robert Ophèle
Président de l'AMF

2020 a été une année d'exception à bien des égards, pour nos concitoyens et notre économie, compte tenu de la crise sanitaire et de ses impacts économiques et sociaux. Dans ce contexte inédit, marqué par de fortes incertitudes, le Pôle commun ACPR-AMF a résolument poursuivi ses actions de veille sur les pratiques commerciales dans le domaine financier et a intensifié ses actions d'information du public.

Conscientes qu'elle constitue une condition *sine qua non* du bon fonctionnement de l'économie, nos deux autorités se sont d'abord attachées à préserver la confiance dans le secteur financier. La chute des valeurs boursières et la montée des comportements inadéquats sur les marchés financiers ont ainsi conduit l'AMF à interdire les positions nettes sur actions, qui étaient susceptibles d'alimenter une spirale baissière des prix, cette décision s'inscrivant dans une série d'interdictions similaires dans d'autres pays de l'Union européenne. De son côté, l'ACPR a, au-delà du suivi indispensable et crucial de la situation financière des banques et des assurances, contribué à éclairer certains impacts de la crise sur les clients. Après un examen précis d'un échantillon représentatif de contrats, elle a ainsi appelé à la nécessaire

clarté des garanties d'assurance pour la couverture des pertes d'exploitation et à l'efficacité des circuits de traitement des réclamations dans le contexte de la pandémie.

En 2020, le Pôle commun ACPR-AMF a également joué un rôle crucial de prévention face à la recrudescence des arnaques, notamment sur internet, en lien avec la crise sanitaire. Cette multiplication des fraudes s'inscrit dans un mouvement d'accélération enregistré depuis 2018, la mutation digitale du secteur financier renforçant sensiblement la capacité d'action des escrocs. La crise sanitaire a, en outre, vu naître de nouvelles arnaques (cagnottes frauduleuses, arnaques aux investissements dans des projets de recherche de vaccins, etc.). Pour aider le public à accroître sa vigilance, l'ACPR, l'AMF et les services de l'État, associés au sein d'une *task-force* nationale *ad hoc*, ont, en juillet 2020, publié un guide pratique, enrichi en mars 2021, rassemblant des conseils pour repérer les tentatives d'escroqueries et s'en prémunir. Les deux autorités ont, de plus, mis à jour très régulièrement les listes noires d'acteurs non autorisés et ont diffusé de nouvelles vidéos de prévention auprès du public.

Au-delà de cette crise sanitaire, se pose désormais la question du monde d'après qui devrait reposer sur une économie plus digitale, plus durable et plus équitable.

Les autorités sont naturellement attentives au rôle que pourraient jouer les épargnants français, à la manière dont ils utilisent leur épargne et notamment celle qui a été accumulée durant la crise. Les deux autorités ont organisé, dans une quarantaine de villes françaises, avec le soutien de la Banque de France, des *Rendez-vous de l'épargne*, afin de donner au public des clés de compréhension sur les enjeux liés à l'épargne, dans un contexte de taux bas, et de le sensibiliser au rôle de l'épargne dans le financement de l'économie. Rappelons aussi qu'en 2020 de nombreux nouveaux investisseurs ont investi en Bourse ; nous veillons à ce qu'ils reçoivent une information claire et neutre sur les produits et les risques, y compris par l'intermédiaire de la plateforme téléphonique et du site internet ABEIS.

La crise que nous traversons offre aussi l'opportunité d'accélérer la transformation en cours de notre économie pour la rendre plus écologique et plus innovante. Le verdissement et la digitalisation maîtrisée des économies sont des ambitions qui dépassent évidemment nos frontières. L'ACPR et l'AMF ont ainsi activement contribué à l'élaboration des règlements européens relatifs à la finance durable visant la classification des activités économiques selon leur caractère durable et la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers. Elles veillent conjointement, au sein du Pôle commun ACPR-AMF, aux pratiques de commercialisation afin de prévenir les risques d'éco-blanchiment.

Par ailleurs, les confinements successifs ont singulièrement accéléré le développement des opérations financières à distance des particuliers, avec tous les avantages et les risques que cela induit pour les clients et les acteurs financiers. Là encore, les deux autorités

conduisent des travaux visant à faire émerger les meilleures pratiques, afin que le consentement du client soit fondé sur une pleine compréhension des produits financiers, y compris à distance. Les analyses pratiques actuellement menées sur les parcours digitaux des établissements traditionnels et des Fintech/Assurtech donneront lieu à des échanges avec la Place sur les premières réflexions des autorités en 2021. Par ailleurs, le paquet de mesures sur la finance numérique, adopté par la Commission européenne en septembre 2020, comporte notamment des propositions législatives sur les crypto-actifs et la résilience numérique. Il devrait offrir aux consommateurs plus de choix et de modernité en matière de services financiers et de paiements, tout en établissant un cadre sécurisé et harmonisé au niveau européen. La Commission européenne souhaite lancer, en 2022, une nouvelle stratégie d'investissement des particuliers ; nos deux autorités prendront pleinement part à cette réflexion.

Le Pôle commun ACPR-AMF restera également attentif aux enjeux liés à l'inclusion et au traitement adéquat des personnes vulnérables par les établissements financiers. Ainsi, les autorités continueront de veiller aux pratiques de commercialisation mises en œuvre vis-à-vis des personnes âgées vulnérables, les acteurs financiers ayant été appelés à renforcer leur vigilance dans ce domaine et d'examiner des pistes d'amélioration dégagées par les premiers travaux de place.

Enfin, l'année 2020 est marquée par l'anniversaire de la création du Pôle commun, qui a fêté ses dix ans. Institué en réponse à la crise financière de 2008, il démontre aujourd'hui plus que jamais son utilité et son importance. Un carnet spécial, qui retrace ces dix années de coopération fructueuse au service de la protection des clients du secteur financier, a été intégré dans ce rapport.

Bonne lecture.

Repères

Pôle Assurance Banque Épargne



Coordonner les propositions de priorités de contrôle des deux autorités et analyser les résultats de cette activité de contrôle



Coordonner la veille sur les pratiques commerciales, de façon à identifier les facteurs de risque, et la surveillance des campagnes publicitaires



Offrir un point d'entrée commun aux clients du secteur financier, assurés, bénéficiaires, ayants droit et épargnants

ORGANISATION

20 personnes mobilisées
3 missions clés
11 réunions par an
5 groupes de travail thématiques
1 *task-force* nationale anti-arnaques

COORDINATION
DES MISSIONS
DE CONTRÔLE
ET DE VEILLE
PUBLICITAIRE

41 contrôles coordonnés
760 communications promotionnelles et publicités analysées sur l'assurance-vie
716 communications promotionnelles et publicités analysées sur des instruments financiers

PROTECTION
DES
ÉPARGNANTS

Plus de 170 000 appels traités sur la plateforme téléphonique ABEIS
1,3 million de visites sur le site ABEIS (+ 16 % par rapport à 2019)
1,9 million de pages ont été consultées (+ 15 % par rapport à 2019)
24 dossiers pédagogiques refondus ou créés
1 200 noms de sites ou établissements non autorisés ajoutés sur les 5 listes noires (portant le nombre total à 2 400)
560 usurpations d'acteurs régulés ou de professions régulées par l'AMF et l'ACPR en 2020
Plus de 40 % des 1 081 inscriptions sur la liste noire crédits, livrets, paiement, assurance, usurpent l'identité d'un établissement ou d'un intermédiaire financier dûment autorisé
28 sites malveillants bloqués en 2020 (portant le nombre total à 218 depuis 2014)

1

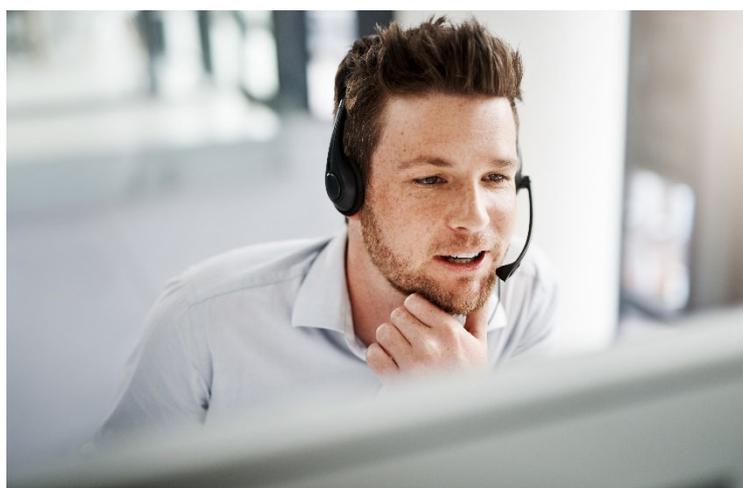
Le Pôle commun Assurance Banque Épargne en 2020 : informer les clients du secteur assurantiel et financier, un rôle primordial encore accru dans le contexte de pandémie

1.1. LA PLATEFORME TÉLÉPHONIQUE ABEIS : UN CANAL DE CONTACT INDISPENSABLE AVEC LE PUBLIC EN PÉRIODE DE CRISE SOUDAINE

Dans le contexte sanitaire de 2020, la plateforme téléphonique ABEIS¹ a permis de préserver l'accès à une information réactive et éclairée pour les clients du secteur financier. Elle a reçu plus de 170 000 appels.

160 000 appels ont porté sur des thèmes bancaires ou assurantiers, dont 80 % en lien avec les missions de la Banque de France au profit des publics les plus fragiles : traitement du surendettement, accès aux fichiers d'incidents de paiement et droit au compte. 11 000 appels ont concerné la Bourse, le fonctionnement des marchés, les instruments financiers ainsi que les intermédiaires financiers².

Le nombre d'appels émanant de particuliers en difficulté, sollicitant des informations sur l'offre spécifique, le plafonnement des frais ou le microcrédit, a augmenté. Par ailleurs, en raison du confinement, le public a été plus largement exposé à internet et aux réseaux sociaux, et donc aux offres frauduleuses de crédits, de livrets d'épargne ou de produits financiers qui y circulent, offres reposant sur des arguments trompeurs. Un certain nombre de clients se sont aussi inquiétés de la situation des marchés financiers. Enfin, dans un contexte d'explosion du nombre d'usurpations d'identité, les collaborateurs et agents de la plateforme téléphonique ABEIS ont été mobilisés pour sensibiliser le public au risque d'escroqueries et accompagner les appelants dans leurs démarches de vérification de l'identité des entités qui les sollicitaient.



¹ Assurance Banque Epargne Info Service (ABEIS) est un service public mis en place par l'ACPR, l'AMF et la Banque de France en 2010 pour informer, orienter et alerter le grand public sur les produits bancaires et d'assurance, ainsi que les placements financiers

² Le nombre total des demandes à AMF Épargne Info Service, intégrant les demandes par formulaire en ligne, s'élève à plus de 15 000 en 2020.

En assurance, une partie des demandes nouvelles a porté sur le plan d'épargne retraite, la faisabilité ou les délais de transfert d'anciens contrats de retraite supplémentaire. En outre, les conséquences d'actions de démarchage téléphonique (recours à de fausses allégations, manquement au devoir d'information et de conseil, absence de consentement au contrat) sur des personnes vulnérables ont encore engendré un nombre important d'appels. Dans le contexte de la crise sanitaire, les demandes ont également concerné les délais d'exécution de certains actes de gestion (indemnisation, prise en compte des demandes de renonciation ou de résiliation, etc.) mais également, deux thèmes directement liés à la Covid-19 : la couverture des pertes d'exploitation professionnelle et les modalités de mise en jeu des garanties annulation de voyage. Sur ce dernier thème, les demandes ont notamment eu trait à l'application de l'ordonnance du 25 mars 2020³, permettant aux voyageurs de proposer un avoir en lieu et place d'un remboursement intégral des paiements effectués avec le contrat d'assurance.

Dans le domaine boursier et financier, la pandémie a aussi créé des conditions plus propices aux arnaques : épargnants à domicile avec du temps libre et un surplus d'épargne. Les escroqueries se sont adaptées à l'air du temps, proposant massivement des produits présentés comme des valeurs refuge comme l'or ou le vin mais aussi dans l'immobilier : fausses sociétés civiles de placement immobilier (SCPI), places de parkings voire chambres d'établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD). L'arrivée d'un nombre important de nouveaux

investisseurs sur les marchés financiers, souvent novices, est également à noter. Si beaucoup ont fait leurs premiers pas en Bourse avec l'achat d'actions, leurs demandes concernent aussi plusieurs thématiques devenues récurrentes : le Forex ainsi que les crypto-actifs qui attirent toujours plus d'épargnants.

Du fait de la pandémie, des mouvements significatifs de baisse et de reprise sur les marchés financiers ont été observés en déconnexion avec la situation économique. De nombreuses demandes d'actionnaires ont porté au premier semestre sur les mesures d'interdiction des positions courtes nettes mises en place par l'AMF. Une augmentation du nombre de réclamations relatives aux transferts de plans d'épargne en actions (PEA) ou de comptes-titres vers un autre établissement par les investisseurs a également été observée. Un certain nombre d'appels concernant l'épargne salariale ont été en lien avec le déblocage anticipé des plans d'épargne d'entreprise (PEE) ou des plans d'épargne pour la retraite collectifs (PERCO), la difficulté à contacter son gestionnaire ou à se connecter à son compte en ligne. Enfin, les conséquences du Brexit ont également engendré des questions, les épargnants souhaitant s'informer sur le devenir de leurs titres britanniques détenus dans des enveloppes telles que le PEA. À ce sujet, l'AMF et l'ACPR ont communiqué auprès du grand public pour expliquer⁴ les impacts du Brexit aux consommateurs de services financiers et les démarches à mettre en œuvre en cas de détention de titres britanniques.

³ <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041755833>

⁴ <https://www.abe-infoservice.fr/evenement/brexit-quelles-consequences-pour-votre-pea>

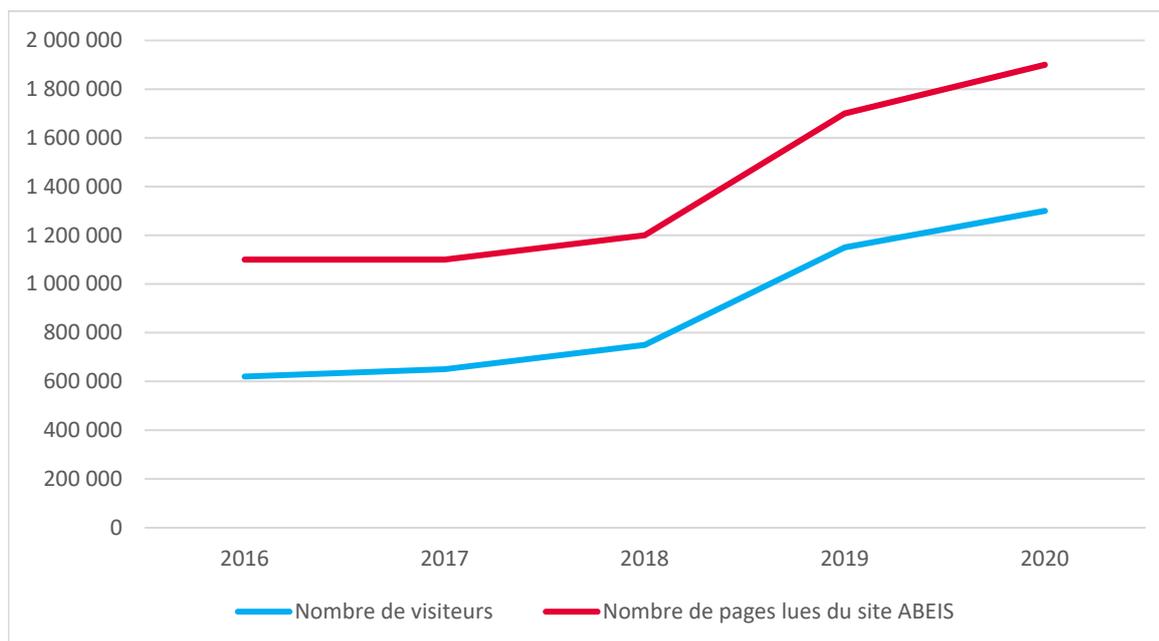
1.2. LE SITE INTERNET ABEIS : UNE RICHESSE D'INFORMATION ACTUALISÉE, NEUTRE ET PÉDAGOGIQUE AU SERVICE DU CLIENT DU SECTEUR FINANCIER

Le site Assurance Banque Épargne Info Service - ABEIS (www.abe-infoservice.fr) a vocation à apporter aux clients du secteur financier des informations actualisées, neutres et pédagogiques sur les produits bancaires, assurantiels et financiers, à les orienter dans leurs démarches mais aussi à les alerter sur des pratiques frauduleuses d'acteurs non autorisés.

Une audience toujours en hausse et de nouvelles publications liées à l'actualité pour répondre aux préoccupations du public

Après avoir dépassé l'objectif d'un million de visites en 2019, le site ABEIS a vu son audience s'accroître de nouveau en 2020. Il a ainsi enregistré plus d'1,3 million de visites, soit une progression de 16 % par rapport à 2019. Plus d'1,9 million de pages ont été consultées (+ 15 % par rapport à 2019). La lettre d'information mensuelle du site compte désormais près de 10 000 abonnés.

Graphique 1 - Fréquentation du site ABEIS



Les pages les plus visitées en 2020 sont celles relatives aux virements et prélèvements SEPA, à la fraude à la carte bancaire, aux clôtures de comptes et à la mobilité bancaire, à la clause bénéficiaire en assurance-vie, à l'assurance emprunteur ainsi qu'à la liste noire des sites non autorisés à proposer des crédits, livrets d'épargne ou assurances. Dans le contexte sanitaire actuel, l'audience du dossier consacré aux paiements sans contact par carte bancaire a, quant à elle, progressé de plus de 370 %, pour atteindre plus de 42 000 consultations.

Au-delà des nombreuses actualités, alertes et mises en garde diffusées cette année, 24 dossiers pédagogiques ont été créés ou refondus afin de délivrer une information en phase avec les évolutions réglementaires ou les sujets d'actualité. Parmi ces dossiers, on notera en particulier la création de nouvelles rubriques dédiées aux plans d'épargne retraite (PER)⁵, aux placements dans l'immobilier (SCPI, OPCI), à la garantie des dépôts bancaires ou aux différents fonds de garantie en assurance, mais également des questions très concrètes, comme les points d'attention lors de la souscription d'un contrat d'assurance à distance et pendant la vie du contrat ou encore les actions à mener pour son épargne salariale en cas de départ de l'entreprise.

ASSURANCE BANQUE EPARGNE **Info SERVICE**

ACPR BANQUE DE FRANCE EUROSYSTÈME | BANQUE DE FRANCE | AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS AMF

ACCUEIL QUI SOMMES-NOUS ? BANQUE ASSURANCE ÉPARGNE VOS DÉMARCHES

VOUS AVEZ UNE QUESTION SUR L'ASSURANCE, LA BANQUE OU UN PLACEMENT FINANCIER ?
Ce site vous informe et vous oriente dans vos démarches
Lire aussi « Se protéger contre les arnaques » ⓘ

QUE RECHERCHÉZ-VOUS ?
Posez votre question **RECHERCHER**

ALERTES ACTUALITÉS DOSSIERS VIDÉOS

⁵ Par exemple : <https://www.abe-infoservice.fr/epargne/plan-depargne-retraite/un-compte-titres-pour-preparer-sa-retraite> ou encore <https://www.abe-infoservice.fr/epargne/plan->

[depargne-retraite/assurance-et-contrats-de-retraite-supplementaire](https://www.abe-infoservice.fr/epargne/plan-depargne-retraite/assurance-et-contrats-de-retraite-supplementaire)

Le succès du format « vidéo » sur les réseaux sociaux pour diffuser largement les messages des autorités

Afin de toujours mieux informer et toucher les consommateurs, l'ACPR et l'AMF ont intensifié le recours au format vidéo pour diffuser des contenus pédagogiques sur des thématiques liées à l'actualité.

En 2020, la crise sanitaire a exposé plus fortement le public aux arnaques financières, par téléphone, courriel ou *via* des publicités sur les réseaux sociaux. Confiné, le public a été, plus encore que par le passé, la cible de propositions de crédit, d'épargne ou d'investissement frauduleuses. Une série de trois vidéos très courtes (quinze secondes), aux titres accrocheurs⁶ adaptées au contexte de crise sanitaire mais pouvant également être utilisées dans un contexte « normal », a été réalisée. Ces vidéos ont été diffusées dès l'été 2020 sur les réseaux sociaux des deux autorités et sur YouTube. Elles ont comptabilisé plus 371 000 vues et ont ainsi permis d'amplifier l'impact des messages de prévention diffusés tout au long de l'année par l'ACPR et l'AMF.

Il est également important d'accompagner le public dans ses projets d'épargne. Pour cela, trois autres vidéos correspondant à trois étapes de vie, intitulées *Comment réussir ses projets grâce à l'épargne ?*, ont été produites et diffusées à partir du mois de septembre 2020. Elles s'intégraient dans le dispositif des *Rendez-vous de l'épargne*, conférences en ligne à destination du grand public sur le thème de l'épargne. Cette mission avait été confiée à l'ACPR et à l'AMF dans le cadre de la stratégie nationale d'éducation financière du public, avec le concours de la Banque de France, opérateur de cette stratégie. Une vidéo courte compilant ces trois vidéos a dépassé le million de vues.

Ces nouvelles vidéos ont fortement concouru à l'audience de la chaîne YouTube ABEIS et permis de déployer encore plus largement les messages pédagogiques et de prévention diffusés par les autorités.



⁶ « Arnaques financières : adoptez aussi des gestes barrières contre les escrocs ! », « Arnaques financières : attention aux

fausses promesses ! » et « Arnaques financières : les placements miracles n'existent pas ! ».

1.3. LES RÉPONSES DES AUTORITÉS À L'AGILITÉ ET À L'INDUSTRIALISATION DES ARNAQUES FINANCIÈRES : LA COOPÉRATION ET L'ACTION

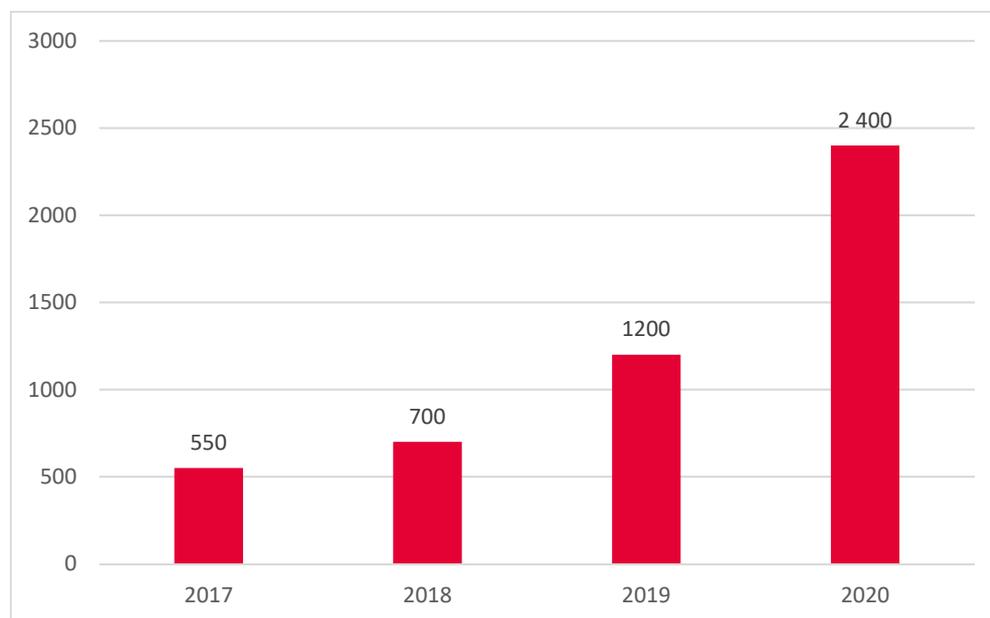
Depuis la création du Pôle commun, l'AMF et l'ACPR se mobilisent pour lutter contre les arnaques financières, alerter les épargnants et développer leur vigilance face à des offres frauduleuses. Les autorités assurent une veille pour détecter les acteurs qui ne sont pas autorisés à commercialiser des produits bancaires, assurantiels ou financiers en France et, partant, les placer sur listes noires. D'autres pratiques, comme les usurpations, font l'objet d'alertes. Il convient toutefois de rappeler que seules les autorités judiciaires ont compétence pour instruire et sanctionner des escroqueries qui sont des infractions pénales.

Une augmentation significative du nombre de sites frauduleux identifiés grâce à une détection plus efficace et plus rapide des arnaques

En 2020, près de 1 200 noms supplémentaires ont été ajoutés aux cinq listes noires publiées sur le site ABEIS concernant les crédits, les livrets bancaires, les moyens de paiement, les assurances, les biens divers, les options binaires, le Forex et les contrats financiers avec paiement d'un différentiel (*contracts for difference* - CFD)⁷ sur crypto-actifs. Au total, fin 2020, 2 400 noms de sites ou d'acteurs frauduleux ou douteux ont été recensés sur ces cinq listes noires, soit plus du double par rapport à 2019.

Par ailleurs, 560 cas d'usurpation de noms d'acteurs, des autorités ou de produits ont été identifiés par l'ACPR et l'AMF en 2020.

Graphique 2 - Nombre d'inscrits sur listes noires



⁷ Les CFD sont des instruments financiers spéculatifs pariant sur des variations, à la hausse ou à la baisse, d'un « actif sous-

jaçant » (un indice, une action, etc.) non détenu par l'investisseur.

La crise sanitaire et la digitalisation accrue des relations ont créé un terrain favorable au développement des arnaques financières, en particulier sur internet ou par démarchage téléphonique. Constatant une recrudescence des offres frauduleuses, l'AMF et l'ACPR ont rapidement réagi. Le 26 mars 2020, elles ont publié une mise en garde⁸ du public face au risque d'arnaques financières dans le contexte de l'épidémie de Covid-19 et de repli des marchés financiers.

Parallèlement, le ministère de l'Économie et des Finances a mis en place, dès le mois d'avril, une équipe dédiée désignée « *task-force* de lutte contre les fraudes et escroqueries dans le contexte du Covid-19 » en vue de mutualiser les compétences et d'optimiser les actions des services de l'État et des autorités de contrôle⁹. Les échanges qui ont lieu dans le cadre de cette *task-force* nationale permettent de partager rapidement des informations portant en particulier sur les arnaques décelées, les modes opératoires des escrocs et les moyens d'action susceptibles d'être mis en œuvre par chacun des services ou autorités concernés. Le réseau d'experts ainsi constitué est resté mobilisé tout au long de cette période inédite et a vocation à rester actif à l'issue de la crise sanitaire.

Cette *task-force* a également rédigé un *Guide de prévention pour une reprise d'activité sans arnaques*¹⁰, publié le 2 juillet 2020. Destiné au grand public, ce guide se compose de fiches identifiant les principales fraudes décelées et les moyens de s'en prémunir grâce à une vigilance renforcée. Ce guide a été actualisé en mars 2021 des nouvelles fraudes ou modes opératoires frauduleux détectés par les membres de la *task-force*, notamment les usurpations.



Un groupe de travail *ad hoc*, composé de la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF), la Direction générale des Finances publiques (DGFiP), le Service d'information, de renseignement et d'analyse stratégique sur la criminalité organisée (SIRASCO) et l'AMF, a également été créé pour échanger plus spécifiquement sur les moyens et les bonnes pratiques en matière de veille digitale, partager les outils et connaissances de chaque membre et ainsi optimiser la détection de tendances en matière d'arnaques. Ce groupe de travail échange sur les différents outils de veille et de captation de l'information qui sont utilisés au sein de chaque autorité.

Au-delà du renforcement de ces échanges entre les autorités, la collaboration opérationnelle entre l'ACPR, l'AMF et la DGCCRF s'intensifie aujourd'hui face à l'enjeu que constitue la recrudescence des arnaques notamment financières, afin de donner à chaque partenaire une vision transversale des fraudes ciblant tant les consommateurs que les entreprises mais aussi dans le but d'agir plus vite et, ainsi, d'optimiser l'efficacité de l'action publique.

⁸ <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/communiqués/communiqués-de-lamf/lamf-et-lacpr-mettent-en-garde-le-public-contre-les-risques-darnaques-dans-le-contexte-de-lepidemie>

⁹ Cette *task-force* réunit ainsi l'ACPR et l'AMF, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), chargée de la protection des consommateurs, la Direction générale des finances publiques (DGFiP), la Direction générale des douanes et des droits indirects (DGDDI), les ministères de l'Intérieur

(Direction centrale de la police judiciaire et Pôle judiciaire de la Gendarmerie nationale), de la Justice (Direction des affaires criminelles et des grâces), de l'Agriculture (Direction générale de l'alimentation) ainsi que l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) et la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL).

¹⁰ <https://www.abe-infoservice.fr/alerte/le-guide-de-prevention-contre-les-fraudes-et-les-escroqueries-reste-actualite>

LE NOUVEAU GROUPE DE TRAVAIL DU PÔLE COMMUN AMF-ACPR SUR LES ARNAQUES

Face à la recrudescence des escroqueries et à l'industrialisation du phénomène multiforme, le Pôle commun a fait de la prévention des arnaques financières l'un de ses thèmes d'action prioritaires et a formé, en 2020, un groupe de travail dédié dont la mission est d'identifier et de mettre en œuvre des mesures permettant d'optimiser les actions des deux autorités dans ce domaine.

Plusieurs axes ont été définis dans l'objectif de renforcer les échanges d'informations et d'expériences sur les nouvelles tendances et la typologie des escroqueries recensées, de partager les bonnes pratiques en matière de veille et de mise à jour des listes noires de sites ou d'entités non autorisés et de renforcer l'impact de la politique de prévention du grand public des deux autorités.

Dans ce contexte, la transmission croisée des signalements entre les deux autorités a d'ores et déjà été systématisée. Le constat, partagé, de la très forte augmentation des escroqueries, assorties de l'usurpation d'identité de professionnels eux autorisés (banques, compagnies d'assurance, intermédiaires, etc.) pour tromper les épargnants, implique également pour ce groupe de travail de réfléchir à la simplification, pour les clients, de la vérification de l'identité des entités qui les sollicitent ou encore de l'accès aux listes noires de l'ACPR et de l'AMF des sites et entités frauduleux.

La mission de prévention du grand public est un axe prioritaire pour le Pôle commun. Le renforcement de la coopération de l'ACPR et de l'AMF avec les différents services de l'État engagés dans la lutte contre les escroqueries, ainsi que le développement d'actions de communication permettant d'amplifier l'impact de la prévention du grand public par le Pôle commun, figurent ainsi dans la feuille de route de ce groupe.

2

La veille sur la publicité et les contrôles coordonnés : les facettes « amont et aval » de la protection de la clientèle

La publicité constitue la toute première étape de la relation entre un professionnel et sa clientèle. Parce que le grand public y est particulièrement sensible, elle revêt un caractère déterminant pour la souscription de produits, notamment d'épargne. Elle est, à ce titre, soumise à des obligations légales visant à protéger la clientèle.

L'article L. 612-47 du code monétaire et financier confère au Pôle Assurance Banque Épargne la mission de coordonner la surveillance des campagnes publicitaires relatives aux opérations de banque ou d'assurance, aux services d'investissement ou de paiement ou tout autre produit d'épargne proposé par les personnes soumises au contrôle de l'AMF et de l'ACPR. Cette veille permet, grâce à l'analyse des offres au public, de mieux appréhender les pratiques de marché, les stratégies commerciales et leurs évolutions et d'identifier les facteurs de risques, les communications inadéquates ou trompeuses et les éventuels manquements à la réglementation. Les constats qui sont issus de la surveillance des campagnes publicitaires éclairent ainsi les priorités de contrôle et contribuent à l'élaboration d'une approche commune à l'AMF et à l'ACPR.

Dans le cadre du Pôle Assurance Banque Épargne, l'ACPR et l'AMF s'informent mutuellement des actions de contrôle menées et envisagées en matière de pratiques commerciales, ainsi que des résultats et des suites de ces contrôles. Ces échanges concernent, en particulier, les acteurs qui

cumulent différents statuts et relèvent ainsi de la compétence des deux autorités, des points de réglementation similaires tenant à l'information du client, le recueil d'informations le concernant et la qualité du conseil qui lui est délivré.

2.1 UNE ANNÉE 2020 MARQUÉE PAR UNE RÉORIENTATION DES PUBLICITÉS VERS LA PROMOTION DES UNITÉS DE COMPTE EN ASSURANCE-VIE ET VERS LA FINANCE DURABLE

L'ACPR et l'AMF effectuent une veille des communications publicitaires qui font l'objet d'une grande diversité de supports de diffusion. Ainsi, outre les médias « traditionnels », tels que la presse ou l'affichage, leurs dispositifs de veille couvrent également les médias digitaux tels que les courriers électroniques, bannières, sites internet et réseaux sociaux. Les deux autorités veillent tout particulièrement à la clarté et à l'équilibre des communications, qui sont essentiels à la fourniture d'une information loyale au client.

Les incitations à la diversification en faveur des unités de compte

Dans le domaine de l'assurance-vie, la vigilance de l'ACPR s'inscrit en particulier dans le contexte de réorientation des politiques commerciales en faveur des unités de compte. Avec la persistance de taux bas, cette incitation toujours plus forte à la diversification est favorisée notamment par l'apparition de nouveaux produits composés intégralement d'unités de compte et par la persistance d'offres promotionnelles dont le bénéfice est soumis à une condition d'investissement en unités de compte. L'ACPR a ainsi constaté que 90 % des offres de primes financières étaient soumises à une telle condition en 2020, tandis que la part des offres de réduction ou de gratuité temporaire des frais impliquant de tels versements est passée de 60 % à plus de 90 % entre les deux semestres. Par conséquent, l'ACPR reste attentive à ce que les communications publicitaires ne soient pas de nature à induire les clients en erreur. Elle veille en particulier à ce que les risques inhérents aux supports soient présentés de manière équilibrée. À cet effet, l'ACPR a, par le biais de communiqués de presse, appelé à la vigilance sur la présentation des offres impliquant des investissements sur des unités de compte et a rappelé que l'assurance-vie est un produit de long terme dont les caractéristiques doivent être clairement expliquées aux clients par les professionnels¹¹.

Premier anniversaire du Plan épargne retraite

Issu de la loi Pacte, le nouveau Plan d'épargne retraite (PER) est ouvert à la commercialisation depuis le 1^{er} novembre 2019. Un an après son lancement officiel, le constat des autorités est que l'offre de PER s'est développée tout au long de l'année, principalement dans le domaine assurantiel, les premiers PER comptes-titres ayant été proposés à la commercialisation fin 2020. Réduites au deuxième trimestre par le contexte sanitaire, les publicités en faveur des PER se sont amplifiées au dernier trimestre 2020. À compter du mois d'octobre, le mouvement a surtout été lié à l'arrêt de la commercialisation des anciens contrats de retraite supplémentaire (PERP, Madelin, article 83). Au-delà des publicités présentant les caractéristiques des PER, notamment leurs aspects fiscaux, les premières communications en faveur d'offres promotionnelles de primes financières ou de réduction temporaire des frais ont été observées à partir du second semestre. La majorité de ces offres n'est pour le moment pas soumise à une condition d'investissement en unités de compte. La surveillance des publicités sur ce produit récent se poursuivra en 2021 afin de veiller, notamment, à une présentation équilibrée des avantages et des risques.

The screenshot shows the website interface for 'ASSURANCE BANQUE ÉPARGNE Info SERVICE'. The navigation menu includes 'ACCUEIL', 'QUI SOMMES-NOUS?', 'BANQUE', 'ASSURANCE', 'ÉPARGNE', and 'VOS DÉMARCHES'. The main content area features a header image of a piggy bank and a section titled 'PER ASSURANCE ET CONTRATS DE RETRAITE SUPPLÉMENTAIRE'. Below the header, there is a brief description of PER products and a list of three links: 'Préparer sa retraite : que faut-il savoir sur les produits d'assurance ?', 'PER en assurance et contrats de retraite supplémentaire : quel fonctionnement ?', and 'Transfert, déblocage anticipé ou liquidation des droits à la date de la retraite : que faut-il savoir ?'.

¹¹ Pour mémoire : https://acpr.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/20200130_cp_acpr_publicite_assurance_vie.pdf

https://acpr.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/20200310_cp_assurance_vie.pdf

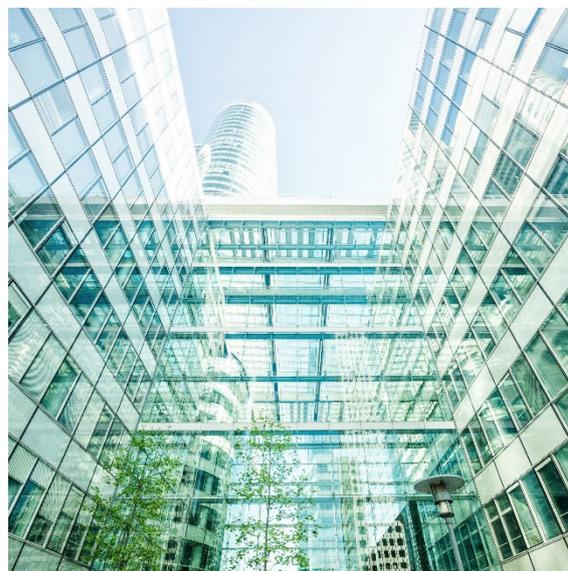
Progression des communications en faveur de la finance durable

L'AMF et l'ACPR ont observé une augmentation des publicités mettant en avant des arguments liés à la finance durable. Cette progression, plus marquée au second semestre, fait écho aux préoccupations croissantes des épargnants en la matière. Dans le domaine de l'assurance-vie, les communications utilisent souvent des arguments généraux et comportent des visuels évocateurs d'une prise en compte des problématiques de finance durable. Une veille ciblée des pratiques publicitaires des organismes sur cette thématique est en cours afin de suivre les pratiques dans ce domaine et d'identifier, le cas échéant, les risques de « verdissement de façade » (*greenwashing*). La clarté et la proportionnalité des arguments sont des principes essentiels à mettre en œuvre afin de respecter l'obligation d'une publicité claire, exacte et non trompeuse, y compris dans le domaine de la finance durable. Ce sera un terrain de travail commun en 2021 aux deux autorités.

Poursuite de l'intégration de nouvelles mesures d'interdiction de commercialisation

En complément des interdictions de publicité en vigueur en France, l'AMF a pris le relais des mesures temporaires de l'Autorité européenne des marchés financiers (*European Securities and Markets Authority – ESMA*) et a intégré en droit national, en 2019, les interdictions de commercialisation des options binaires et les restrictions de commercialisation des CFD¹², destinées à protéger davantage les investisseurs particuliers. Les établissements doivent afficher un avertissement sur leurs publicités en faveur de CFD indiquant la part d'investisseurs particuliers ayant souscrit ces produits et perdu de l'argent durant l'année écoulée. En 2020, 98 % des publicités détectées en faveur de ces produits étaient autorisées.

Les rares publicités non conformes détectées ont été diffusées par des établissements opérant essentiellement en libre prestation de services. Elles ont fait l'objet de signalements aux autorités concernées ce qui a permis de mettre fin aux manquements constatés. Ces signalements ont abouti au retrait de ces publicités ou aux modifications nécessaires afin qu'elles comportent les mises en garde adéquates pour le public français. L'AMF observe une baisse significative du nombre de publicités interdites, témoignant d'une bonne compréhension générale des mesures de restriction de la part de l'ensemble des établissements financiers pour ces produits très risqués qui sont sources de pertes pour 70 à plus de 85 % des clients, d'après les calculs des établissements eux-mêmes.

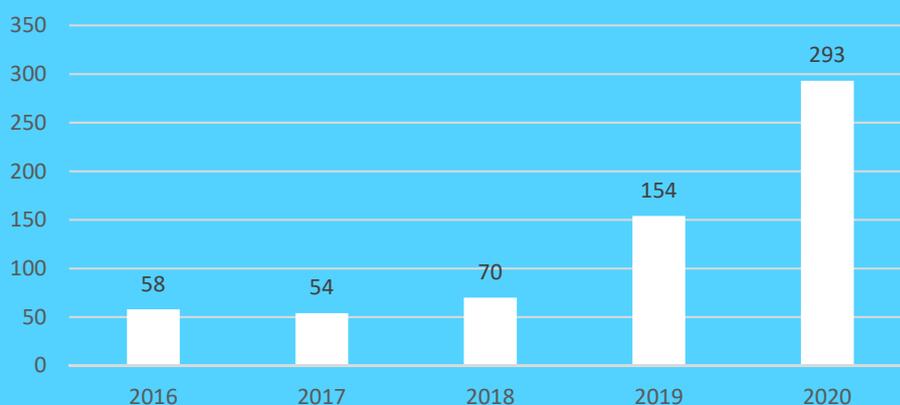


¹² Article L. 533-12-7 du code monétaire et financier

LE NOUVEAU GROUPE DE TRAVAIL COMMUN SUR LA FINANCE DURABLE

L'urgence climatique et l'émergence d'une finance durable constituent des enjeux clés pour les marchés financiers, la stabilité financière et la protection des épargnants. Le Plan d'action pour la finance durable de la Commission européenne, publié au printemps 2018, s'est traduit par des modifications significatives du cadre réglementaire et a créé de nouvelles incitations pour faciliter la réorientation des flux de capitaux vers des activités économiques plus durables. Dans le même temps, l'appétence des investisseurs pour les placements verts ou durables ne fait que croître, comme le traduisent notamment la montée des encours de placements bénéficiant d'un label et l'intensification du discours commercial des acteurs des services financiers.

Graphique 3 – Évolution du nombre de fonds labellisés ISR par an¹³



Les superviseurs ont un rôle important à jouer pour accompagner et encourager ce développement, en veillant à préserver les conditions de la confiance dans l'industrie financière, en favorisant la transparence des acteurs et en prévenant les risques de « verdissement de façade » (*greenwashing*). Ils doivent aussi accompagner la mise en œuvre du nouveau cadre réglementaire adopté au niveau européen (règlement sur la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers¹⁴, règlement sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables¹⁵, modifications des règles sur la prise en compte des préférences des clients, etc.).

Ces modifications touchent l'ensemble des acteurs des services financiers et rendent nécessaire une coopération étroite entre l'AMF et l'ACPR. À ce titre, ces dernières développeront les axes de coopération suivants :

- partager au sujet de la mise en œuvre des textes européens et de leur interprétation ;
- partager l'expertise sur l'appréciation des communications mettant en avant des caractéristiques vertes, durables ou responsables des acteurs des services financiers en lien avec leurs produits financiers (communications commerciales) ou leur communication générale ou pour le suivi des engagements des acteurs ;
- Examiner les possibilités de construire une approche commune d'appréciation des pratiques de communication et de commercialisation des produits financiers, autant que les spécificités sectorielles le permettent.

¹³ <https://www.llelabelisr.fr/comment-investir/fonds-labelises/>

¹⁴ Règlement (UE) 2019/2088 du Parlement européen et du Conseil du 27 novembre 2019 sur la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers

¹⁵ Règlement (UE) 2020/852 du Parlement européen et du Conseil du 18 juin 2020 sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables

2.2. LES CONCLUSIONS DES CONTRÔLES COORDONNÉS : LES ÉTABLISSEMENTS DOIVENT ENCORE PROGRESSER S'AGISSANT DE L'INFORMATION DU CLIENT, DE LA CONNAISSANCE CLIENT ET DE LA QUALITÉ DU CONSEIL

Dans le cadre du Pôle commun, l'ACPR et l'AMF s'informent mutuellement des actions de supervision menées et envisagées en matière de pratiques commerciales, ainsi que des résultats et des suites des contrôles¹⁶.

Les questions abordées concernent notamment des thèmes pour lesquels les réglementations relevant des différents statuts régulés par les deux autorités¹⁷ présentent des similarités issues, par exemple, des directives sur la distribution d'assurances (DDA) et concernant les marchés d'instruments financiers (MIF 2). Il en va ainsi pour l'information délivrée aux clients, le recueil des connaissances, de l'expérience et des besoins des clients, la qualité du conseil fourni et la gestion des conflits d'intérêts.

Le choix des entités à contrôler peut résulter d'informations échangées entre les autorités. Ainsi, à titre d'exemple, en 2020, sur la base d'informations reçues de l'AMF, l'ACPR a lancé un contrôle auprès d'un intermédiaire d'assurance également conseiller en investissements financiers (CIF).

Les contrôles de commercialisation en assurance-vie : la qualité du conseil, la rémunération des intermédiaires et la gestion des conflits d'intérêts au centre des préoccupations en 2020

L'ACPR a poursuivi en 2020 ses contrôles de la commercialisation des contrats d'assurance-vie par les intermédiaires d'assurance. Elle continue à relever des insuffisances dans l'application de la réglementation issue de la DDA concernant le devoir de conseil. Ainsi, les intermédiaires doivent rester vigilants, tant dans le recueil du besoin des clients que dans l'adéquation de leur conseil avec les besoins exprimés par ces derniers. De plus, il ressort des contrôles effectués que le conseil délivré au client n'est pas suffisamment formalisé, les motivations justifiant le caractère approprié du contrat proposé au client n'étant pas toujours présentées par des explications adaptées à la complexité du produit et au niveau de connaissances et d'expérience du client. En matière d'information précontractuelle, il est fréquemment constaté à la fois la non-remise systématique des documents d'information clés issus du règlement PRIIPS¹⁸ et l'absence de fourniture d'une information complète sur l'ensemble des frais imputables au client. Le fait de proposer ou non un service de recommandation personnalisée doit également apparaître clairement parmi les informations à communiquer au client dès l'entrée en relation. Enfin, l'information précontractuelle n'est pas toujours remise sur support durable et communiquée avant la souscription du contrat.

Le maintien en 2020 de l'environnement économique de taux bas constitue une incitation pour les intermédiaires à privilégier la vente de supports en unités de compte, plutôt que des fonds en euros. Dans ce contexte, les contrôles menés en 2020 sur la commercialisation de produits d'assurance-vie se sont attachés à analyser l'application des

¹⁶ En 2020, cet échange d'informations a concerné 41 contrôles lancés dans l'année.

¹⁷ Intermédiaires en assurance (IA) et intermédiaires en financement participatif (IFP), pour l'ACPR, conseillers en investissements financiers (CIF), prestataires de services

d'investissement (PSI) et conseillers en investissements participatifs (CIP), pour l'AMF.

¹⁸ Règlement (UE) n°1286/2014 du Parlement européen et du Conseil du 26 novembre 2014 sur les documents d'informations clés relatifs aux produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance.

nouvelles obligations issues de la DDA en matière de rémunération des intermédiaires et de gestion des conflits d'intérêts. Les contrôles ont ainsi démontré que certaines pratiques, telles que la mise en place de rémunérations différenciées suivant le type de support vendu ou encore l'existence, pour certains produits assurantiels, de défis commerciaux conférant des avantages à l'intermédiaire qui les distribue, devaient faire l'objet d'une attention particulière.

Le financement participatif : une attention particulière portée à la lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT) ainsi qu'à l'exactitude des informations publiées en ligne

Concernant le secteur du financement participatif, des contrôles individuels ont été menés en 2020, notamment auprès d'acteurs cumulant plusieurs statuts leur permettant de proposer aux porteurs de projets ayant recours à leurs services une large gamme de financements sous la forme de dons, de prêts (sous le statut d'intermédiaire en financement participatif – IFP) et de titres obligataires (sous le statut de conseiller en investissements

participatifs – CIP). Dans le cadre de ces contrôles, des manquements au respect des dispositions relatives à la LCB-FT ont été relevés, s'agissant de la classification des risques et de l'identification des donateurs et des porteurs de projets. Les autres constats ont porté sur la fiabilité et l'exactitude des informations publiées sur les sites internet de ces acteurs, en particulier pour ce qui concerne les taux de défaillance trimestriels des projets mis en ligne, et également sur l'obligation réglementaire de publier un rapport d'activité annuel sur le site internet de l'IFP. Enfin, l'absence d'un contrat relatif à la gestion extinctive des activités de l'IFP (à conclure avec un prestataire de services de paiement) a été relevée alors même que cette exigence réglementaire a été précisée par la recommandation ACPR n° 2017-R-02 sur la gestion extinctive des IFP.

The screenshot shows the 'Info Service' website interface. At the top, there are logos for 'ASSURANCE BANQUE ÉPARGNE Info SERVICE', 'ACPR BANQUE DE FRANCE', 'BANQUE DE FRANCE EUROSYSTÈME', and 'AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS AMF'. Below the logos is a navigation menu with tabs for 'ACCUEIL', 'QUI SOMMES-NOUS?', 'BANQUE', 'ASSURANCE', 'ÉPARGNE', and 'VOS DÉMARCHES'. The 'ÉPARGNE' tab is highlighted. The main content area features a large image of a group of people sitting around a table, with the title 'FINANCEMENT PARTICIPATIF' and a short introductory text. To the right of the image is a list of three links with right-pointing arrows:

- Tout savoir sur le financement participatif
- Le financement participatif : l'essentiel
- Vous êtes un particulier : participer au financement d'un projet

La commercialisation d'instruments financiers par des banques de détail : des insuffisances dans la connaissance client, dans l'adéquation du conseil et dans le dispositif de contrôle

Côté AMF, deux contrôles menés sur des banques de détail ont révélé que les questionnaires de connaissance client n'étaient pas suffisamment développés pour recueillir les informations nécessaires à la correcte évaluation de l'adéquation de la recommandation à la situation du client. L'analyse de dossiers clients a mis en exergue une utilisation partielle de ces informations dans le cadre de la recommandation et une inadéquation dans de multiples situations. Le dispositif de contrôle s'est révélé lacunaire du fait d'une absence d'exhaustivité des plans de contrôle ainsi que de moyens insuffisants.

La commercialisation de produits atypiques ou interdits : des lacunes importantes dans les diligences réalisées par les CIF

Dans la lignée des années précédentes, l'AMF a contrôlé des CIF conseillant des produits atypiques, non régulés ou non autorisés à la commercialisation en France. Les contrôleurs ont en particulier constaté une prédominance de produits adossés à des actifs immobiliers, constitués sous des formes juridiques variées. Des carences importantes ont été relevées quant aux diligences menées par les CIF sur la nature juridique et la réalité économique des produits commercialisés. L'information réglementaire et commerciale transmise aux clients apparaît lacunaire s'agissant notamment des risques des produits et des rémunérations perçues par les CIF en provenance des promoteurs, alors même que ces dernières présentent des niveaux élevés susceptibles de placer les CIF en situation de conflit d'intérêts. De surcroît, les conseils prodigués s'avèrent souvent en inadéquation avec le profil des clients.

La commercialisation digitalisée ou « intermédiée » : un manque de clarté et de formalisation dans le processus de conseil et dans l'information communiquée aux clients

En 2020, l'AMF a également mené des contrôles sur des CIF de taille significative ayant notamment recours à des schémas de commercialisation digitalisés ou « intermédiés » (vitrine internet, marketing de réseau). L'AMF a ainsi observé que pour les acteurs présentant leur offre de produits et de services en ligne, le processus de conseil et de souscription pouvait manquer de clarté, notamment s'agissant du séquençage entre recommandation personnalisée et service de réception - transmission d'ordres (RTO). Pour un conseiller faisant appel à un réseau de consultants, les documents réglementaires présentaient une information confuse quant à l'articulation des rôles entre le CIF et les consultants non CIF. Dans le cadre de ces missions, l'AMF a aussi identifié des lacunes en matière d'information sur les risques des produits recommandés et sur le caractère indépendant ou non du CIF dans les documents réglementaires, de justification de l'adéquation des placements conseillés au profil et à la situation des clients au travers des déclarations d'adéquation et de formalisation de la gouvernance produits. Ces dossiers font l'objet d'échanges avec l'ACPR, les CIF concernés étant souvent aussi enregistrés comme intermédiaires en assurance.

Les priorités de supervision pour 2021

En 2021, l'AMF maintiendra son attention sur la commercialisation de produits atypiques par les CIF. Elle poursuivra également la mise en application du cadre d'échange d'informations avec les associations professionnelles de CIF amorcée en 2020. Ces échanges ont notamment pour objectif de signaler aux associations de potentiels manquements de la part de leurs adhérents, qu'elles pourront alors directement contrôler sur demande de l'AMF. L'AMF et les associations professionnelles échangent également sur les produits et les offres de placement présentant des risques élevés de mauvaise commercialisation. Les contrôles de prestataires de services d'investissement (PSI) relatifs à la commercialisation d'instruments financiers se poursuivront en 2021. Les missions de contrôle SPOT (pour supervision des pratiques opérationnelle et thématique) menées en 2020 sur le thème de l'adéquation feront l'objet d'une synthèse qui sera publiée en 2021. Les insuffisances et manquements relevés demeurent importants sur cette thématique ; l'objectif sera de veiller à la stricte application de la réglementation par les PSI, avec un renforcement des mesures qui pourraient être prises à l'encontre des acteurs qui auraient manqué à leurs obligations.

En 2021, les contrôles de l'ACPR sur les intermédiaires d'assurance se poursuivront, avec une thématique sur la mise en œuvre des obligations issues de la DDA en matière de formation continue. S'agissant de la distribution d'assurance-vie, l'attention se maintiendra sur les modalités de rémunération des intermédiaires et sur les dispositifs de gestion et de traitement des conflits d'intérêts mis en place pour répondre aux exigences de la DDA.

Le secteur du financement participatif fera à nouveau l'objet de plusieurs contrôles sur des IFP de dons et de prêts avec, pour ces derniers, l'enjeu de se mettre à niveau des exigences du nouveau règlement européen 2020/1503 relatif aux prestataires européens de services de financement participatif pour les entrepreneurs qui entrera en application le 10 novembre 2021.

Enfin, la loi n° 2021-402 du 8 avril 2021 relative à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiement prévoit l'agrément par l'ACPR des associations professionnelles de courtiers et la mise en place d'un cadre d'accompagnement et d'échanges réguliers, entre l'ACPR et les associations professionnelles, à l'instar du dispositif existant entre l'AMF et les associations professionnelles de CIF. Le Pôle commun a donc permis aux deux autorités d'échanger sur ce type de dispositif.



3

Pratiques ayant fait l'objet de la vigilance des superviseurs en 2020 en matière de protection de la clientèle

Le Pôle commun identifie, selon les priorités des institutions et l'actualité, des problématiques majeures liées à la protection de la clientèle sur lesquelles travailler conjointement. Sont alors créés des groupes de travail inter-autorités, pour lesquels il s'agit d'observer *in concreto* les pratiques commerciales, notamment par le biais de rendez-vous (bilatéraux ou de Place) avec la profession, d'études, de questionnaires, de résultats de contrôles ou encore de remontées de clients.

Les objectifs de ces groupes de travail peuvent être de différentes natures. Ainsi, il peut s'agir :

- d'échanger avec la Place sur les pratiques commerciales identifiées comme vertueuses ;
- si une incompréhension, par exemple quant à l'application de la réglementation, est observée, d'apporter à la Place les compléments d'information nécessaires ;
- si une lacune juridique est observée sur un sujet particulier, de créer ou d'adapter la doctrine, afin de mieux accompagner le secteur financier et de mieux protéger les clients.

Ces objectifs s'inscrivent dans un contexte d'entrée en vigueur ou de révision de textes au niveau européen, à l'élaboration desquels les autorités participent activement et conjointement lors des négociations. En 2020, quatre groupes de travail ont livré les résultats développés ci-dessous.

3.1 FACE AU VIEILLISSEMENT DÉMOGRAPHIQUE, ACCROÎTRE LA VIGILANCE LORS DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS FINANCIERS À DESTINATION DES PERSONNES ÂGÉES VULNÉRABLES

Depuis 2018, l'ACPR et l'AMF conduisent des travaux sur les pratiques de commercialisation de produits financiers à destination des personnes âgées vulnérables.

Justifiés par les résultats des activités de veille et de contrôle ¹⁹ des deux autorités, démontrant notamment que la clientèle âgée peut être une cible privilégiée des arnaques et plus particulièrement être victime de mauvaises pratiques de commercialisation, ces travaux s'inscrivent dans un contexte de vieillissement démographique, aux niveaux national et international. Ils ont pour objectif de limiter les risques liés à la commercialisation à destination de la clientèle âgée vulnérable, qu'ils soient portés par le client (produit inadapté, risques de perte financière) ou par l'établissement (risques liés au fait de délivrer un conseil inapproprié ou incohérent au regard des exigences et besoins du client, risque de réputation ou de poursuite judiciaire), et de sécuriser ainsi l'ensemble des parties prenantes dans l'acte de vente, tout en bannissant les mesures qui seraient de nature discriminatoire.

¹⁹ Voir par exemple la [Synthèse des bonnes et mauvaises pratiques observées lors de contrôles portant sur la commercialisation de différents instruments financiers auprès](#)

[d'une population d'un âge avancé](#) publiée par l'AMF le 10 juillet 2018.

Après un premier état des lieux de la situation réglementaire et des pratiques de marché en vigueur²⁰, l'ACPR et l'AMF ont souhaité associer à la réflexion l'ensemble des parties prenantes volontaires, dans le but de faire émerger, de manière collaborative, des pistes pour une meilleure prise en compte des besoins et des intérêts de la clientèle âgée vulnérable. Un groupe de travail de place, regroupant une trentaine d'acteurs de tous horizons²¹, a été créé pour permettre l'échange d'expériences lors de cinq ateliers thématiques, entre novembre 2019 et février 2020. Ces ateliers ont été complétés par une série d'auditions et de réunions de place avec un ensemble d'experts issus d'autres secteurs d'activité (notaires, FIAPA²²) ou d'autres autorités (médiatrice auprès de la FBF, médiateur de l'AMF, CNIL²³, Défenseur des droits).

La revue des travaux existants, y compris académiques, les entretiens bilatéraux avec les établissements financiers depuis 2018, les échanges de place et les rendez-vous avec certains experts ont amené le Pôle commun à constater que les enjeux liés à la commercialisation de produits financiers à la clientèle âgée vulnérable sont nombreux et sensibles. En avril 2021, l'ACPR et l'AMF ont publié, d'une part, un rapport de synthèse²⁴, retraçant les échanges du groupe de travail de place et intégrant des exemples d'initiatives internationales et des éclairages de parties prenantes externes et, d'autre part, une communication²⁵ à destination des professionnels, mettant en lumière les principaux enseignements des travaux et demandant aux établissements financiers, avec le soutien de leurs fédérations, de travailler sur les pistes suivantes :

- mettre en œuvre ou approfondir les actions de sensibilisation et/ou de formation des conseillers aux vulnérabilités potentielles des personnes âgées, afin de mieux accompagner cette clientèle et de recueillir des décisions financières fondées sur un consentement éclairé ;
- renforcer l'attention et l'accompagnement internes, grâce à la création d'un rôle de « référent vulnérabilité », à qui serait confiée la responsabilité de porter cette démarche auprès de la direction de l'établissement et de veiller à son intégration effective dans les pratiques commerciales ainsi qu'à son suivi ;
- accroître la vigilance pour mieux prévenir les risques, *via* le renforcement des procédures internes et *via* des contrôles permettant de limiter les risques de mauvaise commercialisation, sources de dommages pour les clients et risques de contentieux pour l'établissement.

L'ACPR et l'AMF souhaitent que les professionnels soient en mesure de leur présenter en 2022 leurs avancées sur ce sujet.



²⁰ L'ACPR et l'AMF ont publié, en décembre 2018, un premier document de réflexion, intitulé Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes : comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées dans le cadre de la relation-client.

²¹ Le groupe de travail est composé de fédérations professionnelles, établissements bancaires, organismes d'assurance, intermédiaires en banque et en assurance, associations de consommateurs, spécialistes du vieillissement et d'institutions publiques.

²² Fédération internationale des associations de personnes âgées.

²³ Commission nationale de l'informatique et des libertés.

²⁴ <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/commercialisation-de-produits-financiers-aux-personnes-agees-vulnerables-synthese-des-ateliers-du>

²⁵ https://www.amf-france.org/sites/default/files/private/2021-04/communication-acpr-amf-commercialisation-personnes-agees-vulnerables_3.pdf

3.2 DANS LE CADRE D'UNE CONTRACTUALISATION DIGITALE, S'ASSURER DU CONSENTEMENT DU CLIENT EN TOUTE CONNAISSANCE DE CAUSE

Dans un contexte de digitalisation accrue, le Pôle commun a poursuivi ses travaux, engagés en 2019, sur les parcours digitaux de commercialisation des produits financiers et d'assurance-vie. L'objectif de cette étude est de s'assurer que toutes les conditions sont bien réunies pour aboutir au consentement éclairé du client, à chacune des étapes des parcours digitaux (complétude et lisibilité de l'information précontractuelle, recueil des besoins et des exigences des clients, recueil de l'expérience et connaissance des clients en matière financière, conseil en adéquation avec les informations recueillies, etc.).

La première partie de l'étude a consisté à observer les pratiques commerciales des acteurs du marché (banques de réseaux, banques en ligne, FinTech) grâce à des questionnaires et des entretiens. Des rencontres et des échanges ont également été menés avec des associations de consommateurs et des médiateurs afin d'enrichir le recueil d'informations. Ces observations effectuées à partir d'une base « déclarative » de la part des acteurs, sont complétées d'une dimension « pratique » avec le lancement et l'exploitation de tests consommateurs.

De la théorie à la pratique : des tests consommateurs pour mieux appréhender les attentes et les difficultés des souscripteurs digitaux

Si les entretiens avec les différents acteurs du marché ont permis de mettre en lumière certaines pratiques semblant favoriser le consentement éclairé des souscripteurs,

l'observation des pratiques commerciales en situation réelle s'avérait nécessaire pour confirmer ou infirmer les premiers constats. Des tests consommateurs²⁶ ont donc été lancés.

La perception de testeurs non avertis, avec des connaissances et une expérience proches de celles de l'épargnant type, est nécessaire pour identifier dans quelle mesure le consentement se forme de manière éclairée au cours d'un parcours de souscription. La perception seule des professionnels est, en effet, souvent biaisée car ces derniers connaissent et savent où chercher rapidement l'information, ce qui n'est pas toujours le cas des internautes dont les expériences et les connaissances en matière financière et informatique sont très hétérogènes.

L'information doit être lisible, claire et accessible pour une meilleure compréhension du client avant la souscription

Seul devant son écran, le souscripteur reçoit un certain nombre d'informations qu'il a souvent du mal à bien appréhender. Les premiers résultats des tests mettent en exergue une distorsion entre l'information fournie par les professionnels (producteurs et distributeurs) et l'information réellement comprise et assimilée par le souscripteur. De fait, les testeurs observent, d'un côté, une information trop dense, et de l'autre, un manque d'information sur des critères essentiels pour eux des produits qu'ils souscrivent, tels que les risques et les frais. Ces informations sont, en effet, bien présentes dans les documents contractuels (DIC, DICI), mais cela nécessite que les consommateurs ouvrent systématiquement ces documents et les parcourent pour accéder concrètement à l'information. Par ailleurs, des informations précontractuelles sont dispersées et/ou « noyées » parmi d'autres informations, dans des documents très denses et rédigés dans un langage juridique difficilement accessible. Une

²⁶ Ces tests sont réalisés par un institut d'étude et permettent de réaliser le parcours digital en réel jusqu'à la souscription ; le testeur livre ainsi, en qualité de client, sa compréhension du parcours, ses points forts et ses points faibles au travers

d'une grille d'analyse et des copies d'écrans. Les services de l'AMF et de l'ACPR analysent ensuite ces retours du point de vue de la conformité réglementaire.

telle pratique ne permet pas de satisfaire l'objectif de délivrance d'une information lisible, claire et accessible. Une partie des réflexions des autorités porte sur l'amélioration de la mise à disposition des informations précontractuelles avant la souscription. Il est fréquent, par exemple, que les internautes ne soient pas pleinement informés des procédures de réclamation, de l'éventuel délai de renonciation de quatorze jours qui existe dans le cadre de la vente à distance ou de l'identité des producteurs et distributeurs car les informations sont disséminées dans différents endroits du site, ce qui les rend souvent peu visibles. Ces informations pourraient par conséquent être mises en avant et délivrées spontanément (en mode *push*), à l'intérieur même du parcours de souscription.

Même si la plupart des acteurs propose des parcours hybrides dans lesquels les consommateurs peuvent échanger à distance ou virtuellement avec des conseillers (via une boîte de dialogue ou un appel téléphonique), cette communication démontre parfois certaines limites (service non disponible, défaut de conception informatique, manque d'expertise des opérateurs, etc.). En cas de nécessité, il est essentiel que les consommateurs puissent joindre aisément les professionnels pour que ceux-ci les guident ou les conseillent de manière appropriée tout au long du parcours de souscription. En outre, les opérateurs ou conseillers doivent être suffisamment formés pour répondre aux questions (parfois techniques) sur les produits souscrits.

Les premières analyses menées par le Pôle commun montrent donc que des efforts semblent encore nécessaires dans l'accompagnement des souscripteurs digitaux afin d'aboutir à un consentement en toute connaissance de cause. Une synthèse de ces travaux sera formalisée et rendue publique en 2021.



3.3 RENFORCER ET HARMONISER LES PRATIQUES DE COMMERCIALISATION DES TITRES AUTO-PLACÉS

Dans le cadre du Pôle commun, l'ACPR et l'AMF ont étudié les pratiques « d'auto-placement » des principaux groupes bancaires français. Ces pratiques consistent, pour un établissement financier, à commercialiser ses propres titres (titres de capital, titres de créance) ou des titres émis par d'autres entités du groupe auprès de sa clientèle non professionnelle. L'auto-placement (en comptes-titres, assurance-vie et organismes de placement collectif) représente près de 15 % des encours de titres émis par les principaux groupes bancaires français (soit plus de 150 milliards d'euros) avec un poids prépondérant des groupes bancaires mutualistes, compte tenu des émissions de parts sociales.

Si le phénomène n'est pas nouveau, il doit être apprécié dans le contexte actuel marqué par le renforcement des exigences de fonds propres, dans la perspective de la mise en œuvre des règles prudentielles dites de Bâle 3. Cet environnement peut, en effet, constituer une pression à l'émission de titres de fonds propres et une incitation à les placer auprès de la clientèle non professionnelle. Par ailleurs, la mise en place de la réglementation relative à la résolution des établissements financiers, par transposition de la directive 2014/59/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014, expose également les détenteurs de titres auto-placés à un risque de liquidité et de perte en capital, pouvant être totale dans le cas de l'activation du mécanisme de renflouement interne (bail-in). Enfin, le contexte de taux bas de ces dernières années peut conduire les épargnants à souscrire ces titres dans une recherche de rendements attractifs.

La pratique de l'auto-placement affecte alors :

- la protection de l'épargnant, si les particuliers souscrivent de tels instruments sans avoir pleinement conscience des risques encourus ;
- l'efficacité des procédures de résolution, difficiles à activer aux plans politique et social, si ces titres, plus risqués, étaient diffusés de manière importante auprès de particuliers.

Dans ce contexte, le Pôle Commun a examiné ces pratiques, d'un point de vue quantitatif (identification des encours et tendances d'émission selon les catégories de titres) et qualitatif (mesures prises par les distributeurs pour informer les souscripteurs et prévenir les risques).

L'étude menée par l'ACPR et l'AMF a mis en évidence cinq pistes de réflexion et axes d'amélioration :

- la fixation de règles claires et cohérentes pour encadrer l'achat de titres auto-placés (y compris les parts sociales) ;
- le renforcement de l'information précontractuelle des investisseurs en fonction des risques encourus ;
- le ciblage de la clientèle ;
- la prévention accrue des conflits d'intérêts (politique de rémunération) ;
- le renforcement de l'appréciation de l'expérience et des connaissances du client.

La transposition de la deuxième directive sur la résolution apporte une première réponse. L'article 44 bis de l'ordonnance récemment adoptée en Conseil des ministres réglemente ainsi la commercialisation des titres senior non privilégiés, avec un montant nominal minimum élevé des titres à l'émission, dans le but d'éviter le risque d'une distribution auprès d'épargnants moins avertis.

Les autorités poursuivent leurs travaux, en liaison avec les pouvoirs publics, pour tendre vers un traitement homogène de la commercialisation de ces actifs, selon leur catégorie de risques. Une réunion s'est aussi tenue avec les professionnels en octobre 2020 pour restituer les résultats de l'enquête.

3.4 AMÉLIORER LE TRAITEMENT DE LA DÉSHÉRENCE EN MATIÈRE DE COMPTES D'ÉPARGNE SALARIALE

Le Pôle commun ACPR-AMF a poursuivi ses travaux sur le sujet des comptes d'épargne salariale inactifs, dans le prolongement de l'enquête réalisée sur les plans d'épargne d'entreprise (PEE) en déshérence en 2019. Celle-ci visait à évaluer les diligences mises en œuvre par les établissements teneurs de comptes afin de se conformer aux exigences de la loi Eckert concernant notamment l'identification des PEE inactifs et l'information de leurs titulaires (ou ayants droit éventuels) en vue de la réactivation du compte.

Les travaux du Pôle commun ont confirmé que les comptes d'épargne salariale sont particulièrement exposés aux problématiques de déshérence dans la mesure où l'ouverture du compte ne se fait pas à l'initiative du salarié. Par conséquent, ces comptes sont susceptibles d'être oubliés par les épargnants, en particulier si ces derniers ont quitté l'entreprise ayant mis en place le dispositif ou s'ils sont partis à la retraite et que leurs coordonnées n'ont pas été mises à jour auprès du teneur de comptes (la perte de contact des épargnants étant favorisée par la mobilité professionnelle accrue constatée actuellement). En outre, les ayants droit éventuels des titulaires de plans d'épargne salariale ne sont pas toujours au courant de l'existence de ces comptes.

De ce fait, il est nécessaire que les établissements mettent en œuvre un processus efficace leur permettant de détecter l'ensemble des comptes inactifs de façon fiable et automatisée.



Interview



Nathalie Beaudemoulin Mouratille,
Directrice du contrôle des pratiques commerciales, ACPR²⁷

L'année 2020 a été marquée par la pandémie de Covid-19. Quels ont été les impacts de cette crise sanitaire sur les activités du Pôle commun ?

NBM : La crise sanitaire a affecté toute la profession financière et assurantielle. Au-delà des actions menées par les autorités pour accompagner au mieux les entreprises, les professionnels et le grand public, les services de l'ACPR et de l'AMF ont travaillé conjointement et ont été réactifs face à cette situation sans précédent. Il s'est agi, pour les équipes, de s'organiser en travail à distance notamment pour intensifier les actions de prévention des arnaques et de communication sur internet, en particulier sur les réseaux sociaux, les confinements et mesures sanitaires successifs ayant modifié les habitudes et les comportements des investisseurs.

CC : En effet, en mars 2020, les services de l'AMF et de l'ACPR ont vu les demandes d'information d'épargnants s'accroître ; certains investisseurs paraissant inquiets, d'autres plutôt opportunistes. Il a été observé que les achats d'actions françaises par des particuliers ont été multipliés par quatre et que plus de 150 000 nouveaux investisseurs ont acheté des actions du SBF 120 en mars-avril 2020. Ces nouveaux consommateurs de produits financiers, plus jeunes et moins avertis, ont estimé que la baisse des cours était un signal positif pour investir. Même s'ils ne constituent pas une majorité, ils démontrent une appétence pour les marchés financiers, qui doit être accompagnée.

Claire Castanet,
Directrice des relations avec les épargnants et de leur protection, AMF



NBM : Par ailleurs, il faut noter que l'épargne des Français a atteint des records en 2020 mais elle n'a pas été consommée ou investie. Si le placement de cette épargne dans le financement des entreprises constitue un levier majeur de sortie de crise et de soutien de notre économie, il convient néanmoins de veiller à la fourniture, par les professionnels, d'un conseil adapté à la situation et à l'appétence aux risques de chaque client.

Quels moyens mettez-vous en œuvre afin d'informer les différents publics sur la gestion de leur épargne ?

CC : Nous agissons depuis maintenant dix ans, ensemble, pour accompagner le grand public par le biais d'ABEIS, le site internet et la plateforme téléphonique. En novembre, afin de sensibiliser les Français à l'épargne et aux risques d'arnaques financières, de leur permettre de disposer des clés de compréhension indispensables à toute démarche d'épargne et de renforcer leur vigilance face au risque d'arnaques financières, nous avons lancé une campagne vidéo sur YouTube, qui a atteint plus d'un million de vues en trois semaines. Nos deux autorités sont convaincues que diversifier les canaux de communication pour informer le public est nécessaire à une meilleure sensibilisation.

NBM : Nous avons, en outre, été chargés d'organiser, avec le concours de la Banque de France, opérateur de la stratégie nationale de l'éducation financière, une série de conférences à destination du grand public sur

²⁷ Nathalie Beaudemoulin Mouratille a été nommée contrôleuse générale adjointe de la Banque de France le 3 mai 2021.

le thème de l'épargne. Initialement prévu en présentiel, avec un démarrage envisagé au cours du premier trimestre 2020, le dispositif s'est adapté en considération de l'évolution de la crise sanitaire et des confinements. Les 40 conférences ont ainsi été animées de septembre 2020 à janvier 2021 sous forme de webinaires. Fruit d'un travail collectif réussi, elles ont rencontré, avec les vidéos évoquées par Claire, un bon succès d'audience malgré le contexte. Nous poursuivons l'information du public sur les enjeux et les produits d'épargne sur notre site ABEIS.

Quels sont les sujets prioritaires pour vous en 2021 ?

CC : Le contexte économique et financier est plus qu'incertain pour 2021. Nous allons rester vigilants sur plusieurs sujets d'intérêt pour les épargnants. La finance durable est un enjeu crucial pour notre économie ; nous souhaitons accompagner et promouvoir cette transition mais celle-ci doit s'effectuer en toute transparence.

NBM : En assurance-vie, nous identifions le virage des fonds euros vers les unités de compte, déjà amorcé par la Place. Nous devons veiller à ce que les enjeux de ces modifications de portefeuille soient bien expliqués aux épargnants afin qu'ils puissent décider en toute connaissance de cause. Une crise économique est toujours un moment où

des comportements très hétérogènes sont observés. Pour certains, cette période est synonyme d'opportunités et pour d'autres, de risques. Autre défi du Pôle commun alors que la crise sanitaire a accéléré la transition digitale : identifier les meilleures pratiques des acteurs financiers pour bien informer sur les produits et recueillir correctement le consentement éclairé du client lorsque le parcours est digitalisé. Cela touche aussi bien les FinTech et AssurTech que les acteurs plus anciennement établis, qui ont désormais largement pris le tournant du digital. Nous prévoyons d'échanger avec la Place sur ces sujets en 2022.

CC : En 2021, nous arrivons aussi à l'heure du bilan de la mise en place de certaines directives européennes. La revue de MIF 2 au niveau européen doit démarrer cette année et sera suivie de celle de DDA. La coordination de l'ACPR et de l'AMF est essentielle dans la mise à jour de ces textes, afin d'assurer un niveau harmonisé et cohérent de protection des investisseurs européens. En toile de fond, la Commission européenne a annoncé, en début d'année 2021, la mise en œuvre d'une *Retail Strategy*, que nous suivrons de très près.

Glossaire

ABE IS	Assurance banque épargne info service	IFP	Intermédiaire en financement participatif
AEMF/ESMA	Autorité européenne des marchés financiers/ <i>European Securities and Markets Authority</i>	ISR	Investissement socialement responsable
CFD	<i>Contracts for difference</i> : instruments financiers spéculatifs pariant sur des variations à la hausse ou à la baisse d'un « actif sous-jacent » (un indice, une action, etc.) non détenu par l'investisseur	LCB-FT	Lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme
CIF	Conseiller en investissements financiers	MIF 2	Directive sur les marchés d'instruments financiers
CIP	Conseiller en investissements participatifs	OPC	Organismes de placement collectif, couramment appelés fonds d'investissement
CNIL	Commission nationale de l'informatique et des libertés	OPCI	Organisme de placement collectif immobilier
DDA	Directive sur la distribution d'assurances	Options binaires	Instruments financiers de la catégorie des options permettant de parier, pour une somme fixe, sur la hausse ou la baisse d'un actif
DGCCRF	Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes	PEA	Plan d'épargne en actions
DGFIP	Direction générale des Finances publiques	PEE	Plan d'épargne d'entreprise
EHPAD	Établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes	PER	Plan d'épargne retraite
ESG	Environnemental, social et de gouvernance	PERCO	Plan d'épargne pour la retraite collectif
FBF	Fédération bancaire française	PSI	Prestataire de services d'investissement
FIAPA	Fédération internationale des associations de personnes âgées	RTO	Service de réception et transmission d'ordres
FinTech	Combinaison de « finance » et de « technologie », terme désignant les entreprises innovantes utilisant les possibilités offertes par la technologie pour repenser les services financiers et bancaires	SCPI	Société civile de placement immobilier
Forex	Acronyme pour FOReign EXchange (marché des changes) : désigne le marché non régulé où s'échangent les différentes devises	SIRASCO	Service d'information, de renseignement et d'analyse stratégique sur la criminalité organisée (SIRASCO), de la Direction centrale de la Police judiciaire (DCPJ) qui collecte auprès des administrations françaises et étrangères les données nécessaires à l'analyse des activités des groupes criminels organisés



<https://www.abe-infoservice.fr>