

# Règles en matière de protection des investisseurs de détail

2023/0167(COD) - 02/04/2024 - Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique

La commission des affaires économiques et monétaires a adopté le rapport de Stéphanie YON-COURTIN (Renew, FR) sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant les directives 2009/65/CE, 2009/138/CE, 2011/61/UE, 2014/65/UE et (UE) 2016/97 en ce qui concerne les règles de l'Union en matière de protection des investisseurs de détail.

La commission compétente a recommandé que la position du Parlement européen adoptée en première lecture dans le cadre de la procédure législative ordinaire modifie la proposition comme suit:

## *Mieux encadrer l'environnement actuel en matière de conseil*

Les députés soulignent la nécessité de mettre en place des règles qui encadrent mieux l'environnement actuel en matière de conseil, en veillant à ce que les intermédiaires financiers fournissent aux clients et aux consommateurs **des conseils plus transparents, plus compréhensibles et mieux adaptés**. Ainsi, les clients et les consommateurs se verraient proposer des produits adaptés à leurs besoins et seraient en mesure de mieux comprendre les conseils qu'ils reçoivent.

## *Intérêt supérieur des clients*

Les États membres devraient exiger que, lorsqu'elle ou il fournit à des consommateurs des services d'investissement ou, le cas échéant, des services auxiliaires, une entreprise d'investissement ou un intermédiaire d'assurance agisse d'une **manière honnête, équitable et professionnelle** qui serve au mieux les intérêts desdits consommateurs.

Les conseillers financiers devraient fonder leurs conseils sur une gamme appropriée de produits financiers **adaptés aux besoins du client ou du consommateur**. La gamme des produits financiers proposés devrait tenir compte du modèle économique de l'entreprise et des objectifs d'investissement du client ou du consommateur. Les conseillers financiers devraient, après avoir déterminé les instruments adaptés aux besoins de leurs clients ou consommateurs, recommander le produit financier qui présente **la meilleure rentabilité** parmi des produits offrant des caractéristiques similaires à leurs clients et consommateurs, en tenant compte de ses performances, de son niveau de risque, d'éléments qualitatifs, des coûts et des frais communiqués.

Si les conseillers choisissent de recommander un produit équivalent entraînant un surcoût pour le client ou le consommateur, ils devraient motiver de manière objective cette recommandation et conserver un enregistrement de cette justification. Les conseillers financiers **ne devraient pas placer les intérêts de leur entreprise avant ceux de leurs clients et consommateurs**. Si aucun des produits n'est dans l'intérêt supérieur du client ou du consommateur, les conseillers financiers devraient s'abstenir de donner des conseils ou de formuler une recommandation.

## *Évaluation de l'efficacité des mesures*

Les nouvelles règles renforceront davantage les obligations d'information actuelles concernant les incitations, afin que les investisseurs de détail comprennent la notion générale d'incitation, le risque de conflit d'intérêts qui en résulte, ainsi que l'incidence des incitations sur le coût total de l'investissement et les perspectives de rendement.

Afin d'évaluer l'efficacité de ces mesures, **cinq ans** après la date d'adoption de normes techniques de réglementation et après consultation de l'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF) et de l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (AEAPP), la Commission devrait élaborer un rapport évaluant les exigences renforcées en matière de gouvernance des produits, les risques de conflits d'intérêts associés aux incitations, l'évolution des coûts, le niveau global des investissements de détail sur les marchés des capitaux, la protection des consommateurs, la pertinence des règles de distribution et la mise en œuvre de mesures en matière de culture financière. Si l'évaluation de la Commission ne montre pas que les nouvelles dispositions ont entraîné un changement positif pour les consommateurs, elle pourrait proposer des modifications à la présente directive.

En outre, la Commission devrait être chargée d'élaborer un rapport cinq ans après l'entrée en vigueur de la directive, après avoir consulté l'AEMF et les autorités nationales compétentes, afin d'évaluer si les **fournisseurs de données de marché**, financières et non financières, devraient être inclus dans le champ d'application de la présente directive.

### *Références européennes communes*

Après avoir consulté les autorités nationales compétentes et mené des tests auprès des acteurs du secteur, l'AEMF et l'AEAPP devraient élaborer des références européennes communes à utiliser pour les produits fabriqués et distribués dans plus d'un État membre. Les références devraient être utilisées uniquement par les autorités nationales compétentes comme un **outil de surveillance** permettant d'évaluer les caractéristiques qualitatives et quantitatives des produits et de repérer les valeurs aberrantes potentielles sur le marché.

Si le produit s'écarte d'une référence pertinente, les autorités nationales compétentes devraient avoir le pouvoir de prendre les **mesures correctives** nécessaires, y compris d'exiger de l'entreprise qu'elle justifie cet écart, en lui imposant de corriger son approche pour se conformer aux exigences en matière de gouvernance des produits et, en dernier ressort, d'exiger que le produit soit retiré du marché, si nécessaire.

### *Finfluenceurs*

Les députés ont introduit la notion de «finfluenceur», à savoir une personne physique ou morale exerçant une activité d'influence commerciale en jouant sur sa popularité pour communiquer au public, par voie électronique et contre toute forme de rémunération des contenus visant à promouvoir, directement ou indirectement, des produits ou des contrats financiers.

Les entreprises d'investissement, entreprises d'assurance et intermédiaires d'assurance concernés qui font appel à des finfluenceurs pour leurs communication publicitaire devraient établir **un accord écrit** avec les finfluenceurs définissant l'objet de leur relation contractuelle, à savoir la portée et la nature des activités exercées. Ils devraient également communiquer à l'autorité compétente, sur demande, l'identité et les coordonnées des finfluenceurs dont ils utilisent les services et devraient régulièrement contrôler les activités menées par les finfluenceurs afin de s'assurer que ces derniers respectent les dispositions de la présente directive.

### *Culture financière*

La confiance dans les marchés financiers de l'Union est intrinsèquement liée au niveau de participation des clients de détail à ces marchés. L'éducation et la connaissance sont des outils qui permettent à chaque citoyen de prendre des décisions d'investissement éclairées. Selon les députés, la présente directive devrait ouvrir la voie à l'amélioration du niveau d'éducation financière dans chaque État membre. Compte

tenu des compétences limitées conférées à l'Union dans ce domaine, il incombe à chaque État membre de veiller à ce qu'il soit procédé aux adaptations nécessaires, notamment dans leurs systèmes éducatifs, pour respecter les dispositions de la directive.