RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

PÔLE

Assurance
Banque
Épargne

AMF AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

ACPR BANQUE DE FRANCE

Organisation

11

réunions par an

4

groupes de travail thématiques

Veille publicitaire et coordination des contrôles

4 543

publicités analysées

14

transmissions à la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) par l'AMF

30

contrôles coordonnés

Protection des épargnants

Site ABE Infoservice :

- **1 113 044** pages vues,
- **821 016** visites en 2025

17

rubriques du site ABE Infoservice mises à jour, refondues ou créées

25

communiqués de presse relayés sur le site ABE Infoservice

Lancement de la campagne « BaWé » : « ensemble faisons tomber les idées reçues ! » à destination des jeunes, sur les chaînes ABE Infoservice YouTube et TikTok

MOT DES PRÉSIDENTS 4

1 INFORMER LA CLIENTÈLE DU SECTEUR FINANCIER ET LA SENSIBILISER AUX RISQUES D'ARNAQUES 6

- ABE Infoservice : un portail modernisé au service de la pédagogie financière 7
- Arnaques financières : des chiffres élevés, des méthodes de lutte qui évoluent 9

2 SURVEILLER LES OFFRES ET LES PRATIQUES COMMERCIALES DU SECTEUR FINANCIER 10

- Veille publicitaire : panorama des tendances et des actions visant les réseaux sociaux 11
- La coordination des contrôles afin de favoriser une convergence des pratiques commerciales 13
- Les constats des contrôles des pratiques commerciales en matière de frais et de conflits d'intérêts 14

3 ENCADRER LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS FINANCIERS 16

- Faciliter la prise en compte des préférences de durabilité dans le conseil 17
- La distribution, les frais et la performance des produits structurés 18
- L'évolution du cadre législatif et réglementaire des OPC et ses impacts sur l'assurance-vie 19

GLOSSAIRE 22

Emmanuel MOULIN
Gouverneur de la Banque de France,
Président de l'ACPR

Marie-Anne BARBAT-LAYANI
Présidente de l'AMF

Mot des présidents

La complexification et la digitalisation de la distribution des produits d'épargne et d'assurance combinées à l'irruption de l'intelligence artificielle (IA), rendent l'action conjointe de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution et de l'Autorité des marchés financiers au sein du Pôle commun toujours plus nécessaire. Le contexte renouvelé de tensions géopolitiques et de volatilité des marchés en 2025 a accentué également le caractère essentiel de la lutte contre les escroqueries et du suivi des pratiques de commercialisation.

Lutter contre les arnaques par la prévention

En 2025, plus de 1 300 sites ou acteurs non autorisés ont été recensés et ajoutés aux listes noires de l'AMF et de l'ACPR, tandis que plusieurs centaines de cas d'usurpation d'identité, y compris visant les deux autorités et leurs collaborateurs, ont été détectés. Des promotions réalisées par des influenceurs (au nombre de 14) ont également fait l'objet d'une transmission à la DGCCRF. Selon la dernière édition du baromètre de l'épargne et de l'investissement de l'AMF, 16 % des Français interrogés déclaraient en 2025 avoir déjà été victimes d'une escroquerie financière. Le risque d'arnaque est donc bien réel et la vigilance des régulateurs est de rigueur.

Pour répondre à cette menace, le Pôle commun a, tout en s'appuyant sur le numéro unique 34 14 pour orienter le public, mis un accent tout particulier sur la prévention en s'appuyant sur le site ABE Infoservice avec la publication d'une cinquantaine de nouveaux contenus. De même, une campagne de vidéos dédiées a été déployée sur les réseaux sociaux et la chaîne YouTube d'ABE Infoservice. Cette opération, qui visait à inciter les jeunes âgés entre 18 et 34 ans à renforcer leur vigilance et à « tordre le cou à certaines idées reçues », a touché plus d'un million de personnes.

Renforcer la transparence des publicités

En 2025, la vigilance portée sur la publicité et sur le rôle des influenceurs est restée une priorité. Les travaux de l'ACPR comme de l'AMF ont mis en évidence le manque de transparence de certaines communications diffusées par des influenceurs. Des rappels ciblés ont été adressés aux acteurs concernés et cette surveillance se poursuivra en 2026, en lien avec l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) avec qui tant l'ACPR que l'AMF ont conclu une convention de partenariat.

Contrôler les pratiques de commercialisation

En matière de commercialisation, les actions menées visent à garantir que les produits financiers sont distribués de manière transparente et adaptée aux besoins des clients. En 2025, l'AMF et l'ACPR ont partagé les constats dressés dans le cadre de trente contrôles conduits auprès d'acteurs commercialisant des produits financiers sous des statuts variés. Ces contrôles ont notamment porté sur la qualité du conseil, la clarté de l'information, le respect des règles de rémunération et la gestion des conflits d'intérêts.

Ces actions, combinées à des échanges réguliers avec les acteurs du marché, permettent de guider les professionnels dans l'adoption de pratiques de commercialisation vertueuses. En 2026, cette vigilance se poursuivra, en particulier sur les produits structurés, la commercialisation par voie digitale de produits et services financiers et la gestion sous mandat, avec un accent mis sur le respect de la réglementation applicable aux plans d'épargne retraite et à l'intégration des critères ESG dans la commercialisation des contrats d'assurance-vie.

Analyser l'intérêt pour le client des produits financiers plus complexes

En 2025, les deux autorités ont approfondi leurs travaux sur l'encadrement des autres fonds d'investissement alternatifs (FIA), en tant que sous-jacent d'unité de compte dans les contrats d'assurance-vie. L'objectif est d'assurer une meilleure protection des clients en introduisant des règles de gestion inspirées de celles applicables aux FIA par nature, en particulier en matière de diversification des risques.

Parallèlement, les travaux relatifs aux produits structurés ont été approfondis, après la publication en 2025 d'une cartographie du marché, au travers d'une étude consacrée à la distribution de ces produits complexes et aux frais associés.

Au moment où l'Union européenne doit mobiliser plus d'épargne privée pour financer ses transitions et sa défense, la préservation de la confiance des épargnants et investisseurs demeure donc essentielle. Dans ce cadre, le Pôle commun poursuivra en 2026 ses échanges sur la stratégie européenne d'investissement de détail afin d'offrir aux investisseurs des informations claires, un traitement équitable et un niveau de protection élevé quels que soient les produits d'investissement ou les canaux de commercialisation qu'ils utilisent.

1

INFORMER LA CLIENTÈLE DU SECTEUR FINANCIER ET LA SENSIBILISER AUX RISQUES D'ARNAQUES

ABE Infoservice : un portail modernisé au service de la pédagogie financière

La plateforme d'accueil téléphonique[1]et le site internet ABE Infoservice (www.abe-infoservice.fr) constituent le point d'entrée commun des deux autorités.

Le site a pour objectif d'informer les internautes souhaitant se renseigner sur la banque, l'assurance, l'épargne financière ou encore la prévention des arnaques financières.

L'année 2025 a été marquée par une nouvelle identité visuelle et une refonte complète du site. Le public a pu découvrir un nouveau logo ainsi qu'une interface modernisée et une nouvelle organisation des contenus, accompagnée de la migration de certaines pages vers le site de la Banque de France. Ces évolutions ont entraîné une évolution du trafic du site au second semestre dont l'audience avait connu une baisse en début d'année. Sur l'ensemble de l'année, le site a enregistré plus de 1,1 million de pages vues, représentant 820 000 visites.

Comme les années précédentes, les listes noires recensant les sites et entités non autorisés à commercialiser en France et/ou usurpant notamment l'identité de professionnels dûment autorisés ont continué à susciter l'intérêt des utilisateurs du site, comptabilisant à elles seules près de 260 000 vues.

Au cours de l'année, près de 75 contenus ont été publiés, dont deux tiers de nouveaux articles. Ainsi, la rubrique « Prévention des arnaques » s'est enrichie de nouvelles pages, portant notamment sur la fraude à la « mule » sur les réseaux sociaux et sur le détournement de lignes téléphoniques par les escrocs. Un dossier sur les différents acteurs du domaine bancaire a été ajouté dans la rubrique Banque et un nouvel article sur la « garantie loyers impayés » a été publié dans la rubrique Assurance.

ABE info service
Assurance . Banque . Épargne

[1] Accessible au 3414, le numéro unique de la Banque de France.

Deux nouvelles vidéos ont été réalisées, l'une sur le financement participatif et l'autre sur la « mule financière ».

Enfin, une nouvelle campagne d'information visant à lutter contre les idées reçues en matière de banque, d'assurance et d'épargne, mais aussi sur les arnaques, a été lancée en décembre 2025. Intitulée « BaWé » et articulée autour d'un personnage récurrent, elle cible en priorité les jeunes entre 18 et 34 ans. La campagne est composée de cinq vidéos courtes et décalées qui renvoient à des explications plus exhaustives sur le site ABE Infoservice sur lequel des pages spécifiques ont été créées pour démystifier chacune des idées reçues. Ces vidéos, relayées sur les chaînes ABE Infoservice YouTube et TikTok, totalisaient à la fin de l'année plus de 9,1 millions de vues et plus de 22 000 « J'aime ». Les vidéos les plus visualisées sont : « BaWé pas besoin d'assurance pour te déplacer en trottinette électrique » et « Épargner, ça sert à R quand on ne roule pas sur l'or » qui a suscité le plus grand nombre de commentaires, démontrant l'intérêt des jeunes pour cette thématique.

Arnaques financières : des chiffres élevés, des méthodes de lutte qui évoluent

En 2025, les escroqueries financières continuent à être un phénomène de préoccupation constante, essentiellement sous la forme de faux livrets d'épargne, crédits ou placements financiers. L'AMF et l'ACPR ont inscrit 1 351 nouveaux noms de sites ou d'acteurs non autorisés sur leurs six listes noires publiées sur le site ABE Infoservice (contre 1 459 noms en 2024). Au total, 9 269 noms étaient recensés sur ces six listes noires au 31 décembre 2025. Les faux placements financiers concernent majoritairement les faux investissements dans des crypto-actifs, ainsi que sur le FOREX.

L'AMF a constaté que de plus en plus de propositions d'investissement transitent par des messageries privées de type WhatsApp. Elle a appelé le public à la vigilance face aux prétendus « bons plans » boursiers qui y sont proposés.

De son côté, l'ACPR constate la persistance des arnaques aux faux livrets et crédits et a, en conséquence, intensifié sa communication pour appeler le public à la vigilance.

Les deux autorités poursuivent leurs actions en diffusant régulièrement des messages de prévention et d'alerte, en particulier sur les réseaux sociaux et dans les médias. Elles relaient également les avertissements et les fiches d'information publiés par les trois autorités EIOPA, EBA et ESMA.[2]

Près de 891 cas d'usurpation d'identité ont été recensés en 2025. Les autorités elles-mêmes ne sont pas épargnées par ces usurpations. L'ACPR a identifié 50 usurpations de son identité, se traduisant par des tentatives de *phishing* par e-mail ou des demandes de règlement de frais ou taxes pour le déblocage de fausses promesses de dons ou d'héritage, ou encore de faux crédits. De son côté, l'AMF a identifié 64 e-mails/url usurpant son identité ou celle de ses collaborateurs, soit plus d'un quart des usurpations qu'elle signale, ce qui représente une forte augmentation par rapport à 2024 (47). Dans la majorité des cas, les escrocs se présentent comme des agents de l'AMF chargés d'aider les victimes d'escroquerie à récupérer leurs fonds. Un bandeau a été ajouté sur l'espace épargnants du site de l'AMF rappelant que « *L'AMF ne contacte pas de sa propre initiative les épargnants par téléphone ou messagerie privée et ne mène pas de campagne téléphonique de sensibilisation aux arnaques*. »

Les deux autorités continuent d'alerter le public et échangent des informations avec les autorités compétentes (police, parquet et DGCCRF, notamment), afin de faciliter le traitement des signalements du public.

[2] https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-12/Crypto_fraud_and_scams_factsheet.pdf; https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-12/AI_and_online_financial_fraud_and_scams_factsheet.pdf

2

SURVEILLER LES OFFRES ET LES PRATIQUES COMMERCIALES DU SECTEUR FINANCIER

Veille publicitaire : panorama des tendances et des actions visant les réseaux sociaux

En 2025, l'AMF a constaté trois tendances principales :

- une augmentation des publicités pour des services d'investissement (principalement le conseil en investissement et la gestion de portefeuille pour le compte de tiers) qui représentent 12 % de l'ensemble des communications analysées en 2025 contre moins de 3 % en 2024 ;

- de nouvelles communications promotionnelles incitant les investisseurs à choisir des placements traditionnels ou atypiques à fort engagement dans des secteurs tels que la défense, la santé ou le digital, transformant des enjeux sociaux en opportunités d'investissement thématiques. Les annonceurs invitent les particuliers à placer leur épargne dans des fonds finançant des projets concrets : investir pour l'autonomie industrielle du pays, pour la construction ou la modernisation d'hôpitaux, ou encore pour le développement de l'application de l'intelligence artificielle à un secteur donné ;

- une recrudescence de la promotion des produits dont l'argumentaire repose principalement sur l'avantage fiscal, ainsi des campagnes publicitaires pour les fonds communs de placement immobilier (FCPI) se sont fait remarquer au cours du dernier trimestre 2025. L'intérêt pour le plan d'épargne retraite (PER) se confirme. En 2025, 41 % des épargnants déclarent avoir investi en bourse ou en immobilier via un PER, contre 24 % en 2022 (voir le Baromètre AMF de l'épargne et de l'investissement, 2025). Au total, les publicités pour les PER et les FCPI ont représenté 12 % des publicités recensées par l'AMF en 2025.

En assurance-vie, le contrôle des publicités par l'ACPR s'appuie désormais sur une approche par les risques plutôt que sur une analyse exhaustive, avec une attention particulière portée aux communications promouvant des arguments extra-financiers. Ces publicités ont augmenté de 22 % en 2025, après avoir baissé de près de 50 % en 2024. Les acteurs diffusant régulièrement des messages liés à la finance durable restent toutefois peu nombreux et sont généralement ceux qui ont développé une offre spécifique.

Face à l'essor des réseaux sociaux et des influenceurs, l'ACPR et l'ARPP ont signé fin juin 2025 une convention de partenariat qui a pour objectif de renforcer la transparence et l'exactitude des publicités dans le cadre de la protection des consommateurs. Cet accord prévoit des échanges réguliers sur leurs missions de surveillance ainsi que des actions conjointes, notamment la mise à jour de leurs recommandations. L'AMF dispose de son côté d'une convention de partenariat avec l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) depuis 2011 qui a permis de lancer en 2023 un certificat de l'influence responsable dans la finance afin d'aider à la professionnalisation de l'influence commerciale. Dans ce cadre, l'ACPR et l'AMF ont contribué à la révision de la recommandation « Crypto-actifs » de l'ARPP.

L'ACPR a conduit une enquête portant sur les publicités diffusées sur les réseaux sociaux, en vue d'apprécier les pratiques des professionnels des secteurs de l'assurance et de la banque. L'examen des communications relatives aux produits d'épargne retraite n'a pas mis en évidence un recours significatif à des pratiques d'influence sur les réseaux sociaux. Les contenus, principalement centrés sur les caractéristiques de l'assurance-vie, n'ont pas suscité d'observations substantielles. Ces constats tranchent avec ceux relevés s'agissant des interventions d'influenceurs pour des produits bancaires (voir Focus ci-dessous).

FOCUS INFLUENCEURS
LA VIGILANCE RESTE DE MISE

L'enquête menée par l'ACPR en 2024 et présentée en 2025 sur les publicités diffusées sur les réseaux sociaux comportait un volet dédié aux influenceurs dont les vidéos portaient très majoritairement sur des comptes et moyens de paiement. Cette enquête a révélé que plus d'un quart des publicités analysées présentaient un défaut de clarté, en mettant en avant la gratuité d'un service alors que celui-ci était en réalité intégré à un abonnement payant, ou en omettant de préciser que certains frais pouvaient s'appliquer. Des rappels individuels ont été adressés aux acteurs concernés. L'ACPR portera en 2026 une vigilance accrue sur ce sujet en menant une enquête sur les publicités diffusées sur les réseaux sociaux et les médias traditionnels qui font la promotion de produits et services bancaires avec un focus sur la dimension développement durable.

S'agissant des marchés financiers, l'AMF, qui a poursuivi l'expérimentation de sa veille sur les influenceurs en 2025, constate que la promotion des plateformes offrant des services sur crypto-actifs reste très importante sur les réseaux sociaux. La plupart de ces plateformes ont mis en place un programme d'affiliation très incitatif pour assurer leur promotion via des influenceurs, ces derniers percevant une rémunération à chaque nouvelle inscription réalisée par leur intermédiaire. Depuis la loi du 9 juin 2023 sur l'influence commerciale, les liens d'affiliation doivent être visibles auprès de la communauté des influenceurs. En cas d'absence, l'AMF rappelle les règles en vigueur aux acteurs afin d'y remédier. Par ailleurs, certaines plateformes ainsi promues ne sont pas autorisées à fournir leurs services en France. Dans ce cas-là, l'AMF les inscrit sur liste noire et informe la DGCCRF de sa promotion illégale réalisée par les influenceurs en question afin qu'elle puisse engager des actions.

La coordination des contrôles afin de favoriser une convergence des pratiques commerciales

Dans le cadre du Pôle commun, l'ACPR et l'AMF échangent de manière continue sur les contrôles menés sur les acteurs commercialisant des produits financiers (prestataires de services d'investissement, sociétés de gestion de portefeuille, conseillers en investissements financiers – CIF, intermédiaires d'assurance, prestataires de services de financement participatif – PSFP). De nombreux CIF et intermédiaires d'assurance disposent d'un double statut relevant à la fois de la compétence de l'ACPR et de celle de l'AMF. Les contrôles portent sur le processus de commercialisation (collecte des éléments de connaissance et des besoins du client, formalisation et adéquation du conseil, etc.), la qualité de l'information délivrée au client (en particulier en matière de performances, équilibre avantages/risques, coûts et frais), la gestion des conflits d'intérêts, générés notamment par les modalités de rémunération perçue, et/ou le traitement des réclamations.

En 2025, 30 contrôles ouverts par les deux autorités durant l'année ont fait l'objet d'échanges entre elles. L'un d'eux a conduit à des notifications de griefs, un autre à une lettre de suite. Les autres contrôles étaient encore en cours d'investigations ou en phase de traitement des suites en fin d'année. De plus, parmi les contrôles ouverts en 2024, 6 ont conduit en 2025 à l'envoi de notifications de griefs et 10 à des lettres de suite.

Les constats des contrôles des pratiques commerciales en matière de frais et de conflits d'intérêts[3]

Dans le cadre du Pôle commun, l'AMF et l'ACPR ont analysé un ensemble de contrôles menés sur cinq ans afin d'évaluer l'application des directives européennes (Distribution en assurance, Marchés d'instruments financiers) et sur l'information précontractuelle sur les produits packagés (PRIIPs). Les résultats de l'étude montrent que les pratiques commerciales des acteurs financiers ont évolué sur la période et prennent mieux en compte les exigences des régulateurs. Toutefois, certaines améliorations sont encore attendues sur la gouvernance des produits, sur le devoir de conseil et pour une meilleure gestion des conflits d'intérêts. Des points de non-conformité relevés dans le cadre des contrôles ont fait l'objet d'actions de remédiation.

Dans le prolongement des travaux menés en 2024, l'AMF a finalisé la série de contrôles portant sur les prestataires de services d'investissement (PSI) intervenant sur l'activité de gestion sous mandat. La dernière mission de contrôle réalisée met en exergue des investissements quasiment systématiquement opérés sur les parts de fonds les plus chargées alors qu'une alternative moins chargée (*clean share*) existait, ce qui constitue une pratique contraire aux intérêts des clients. En outre, dans ce dernier cas, le PSI bénéficiait de conseils de la part d'une société de gestion de son groupe d'appartenance afin de l'aider à sélectionner son univers d'investissement. Cette situation de conflit d'intérêts était insuffisamment encadrée par le PSI.

Dans le cadre de deux autres contrôles conduits sur des CIF qui commercialisaient principalement des parts de sociétés civiles de placement immobilier (SCPI) ou des produits structurés, l'AMF a relevé des manquements dans l'information relative aux frais présentée dans les déclarations d'adéquation. Dans un cas, ces supports ne mentionnaient pas les rémunérations perçues de la part de partenaires et les commissions d'intermédiation au titre de la souscription de SCPI à crédit. L'AMF a en outre observé que le dispositif de gestion des conflits d'intérêts du CIF était lacunaire au regard, d'une part, de la structure de rémunération des conseillers, dont la part variable pouvait être plus de cinq fois supérieure à la part fixe, et d'autre part, de l'activité d'intermédiation d'opérations bancaires exercée par le CIF l'incitant à conseiller des SCPI à crédit. Dans l'autre cas, le CIF n'agrégeait pas les frais liés au service fourni et les frais liés au produit conseillé, notamment lors du recours aux plateformes d'intermédiation de produits structurés, et omettait d'indiquer les commissions perçues de tiers.

[3] Les actions de supervision menées par les autorités ne sont pas présentées ici.

S'agissant des mécanismes de versement de rétrocessions par les sociétés de gestion aux distributeurs de fonds, les contrôles de l'AMF ont fait ressortir plusieurs cas où les sociétés de gestion n'étaient pas en mesure de prouver que le distributeur avait bien amélioré le service fourni au client au-delà de ses exigences réglementaires, qui est une des conditions fixées notamment par l'article 24 du règlement délégué AIFM pour que le paiement de rétrocessions puisse avoir lieu. Plusieurs sanctions disciplinaires ont été prononcées par la commission des sanctions de l'AMF en 2025 sur ce thème, et des échanges sont en cours avec les parties prenantes dans le but de fournir aux professionnels des précisions sur les attentes de l'AMF quant aux modalités de recueil par les sociétés de gestion de portefeuille de la preuve de l'amélioration du service par les distributeurs.

L'ACPR, dans le cadre d'un contrôle sur la commercialisation en ligne par un intermédiaire de contrats d'assurance-vie et de retraite, a mis en évidence des défaillances dans : le dispositif de distribution, le contrôle du respect du marché cible et la délivrance de l'information précontractuelle sur les frais et performances des supports proposés. En matière de conseil, outre une détermination insuffisante du niveau de connaissance et d'expérience financières ainsi que de la capacité à subir des pertes, le mandat d'arbitrage ne permet pas de préconiser une allocation cohérente avec les exigences et les besoins du client. De plus, aucune procédure de prévention et de gestion des conflits d'intérêts n'avait été mise en place, alors que cela aurait permis d'identifier ceux, potentiels, résidant dans les liens capitalistiques entre la société et son partenaire actionnaire ou encore le cumul de la qualité de souscripteur et de distributeur d'un contrat collectif.

3

ENCADRER LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS FINANCIERS

Faciliter la prise en compte des préférences de durabilité dans le conseil

L'ACPR et l'AMF ont publié en novembre 2025 une démarche conjointe[4] pour aider les professionnels de l'assurance-vie et du conseil en investissement à mieux intégrer les préférences de durabilité de leurs clients dans leurs recommandations. Depuis 2022, la réglementation européenne (MiFID II et DDA) impose de prendre en compte ces préférences lors de la fourniture du conseil sur des produits d'investissement, en plus des critères traditionnels comme l'expérience, la situation financière ou la capacité à prendre des risques. Les deux autorités constatent cependant que la mise en œuvre de cette réglementation reste souvent insuffisante : les notions réglementaires définissant la durabilité restent complexes et difficilement compréhensibles, les parcours de conseil ne sont pas toujours conformes, et peu de clients sont en mesure d'exprimer des préférences de durabilité de manière détaillée.

Constatant que ces exigences restent difficiles à appliquer, les deux autorités proposent une approche de supervision pragmatique, avec des solutions concrètes pour simplifier la démarche : outils d'évaluation adaptés, meilleures pratiques de questionnement et clarification des obligations. L'objectif est de faciliter le parcours du client, d'assurer une prise en compte fiable de ses attentes en matière d'investissement durable, et de renforcer la qualité du conseil.

Cette initiative s'inscrit plus largement dans la volonté de développer une finance durable accessible, compréhensible et protectrice pour les épargnants.

[4] ACPR, AMF (2024). *L'ACPR et l'AMF présentent leur démarche conjointe pour accompagner les professionnels dans la prise en compte des préférences de durabilité des clients.*

La distribution, les frais et la performance des produits structurés

Des travaux sur les produits structurés ont été lancés début 2024 sous l'égide du Pôle commun ACPR-AMF, dans un contexte de fort dynamisme du marché des produits structurés vendus aux investisseurs particuliers. L'objectif était d'analyser les collectes annuelles, les principaux circuits de commercialisation et les caractéristiques de ces produits (niveau de risque, performances brutes, sous-jacent notamment) en France. Les travaux ont abouti à l'établissement d'une cartographie du marché publiée en avril 2025.

Dans le prolongement de la publication de cette cartographie, en avril 2025, le pôle commun a engagé une nouvelle phase d'étude portant sur la distribution, les frais et la performance de ces produits. Un premier volet de cette étude a porté sur les frais et la performance (structure tarifaire, juste valeur, modalités d'information des clients sur ces coûts - notamment dans les DIC, etc.), l'AMF et l'ACPR ont conjointement adressé, en septembre, un questionnaire à des émetteurs représentatifs de la Place, sur la base duquel des entretiens ont été menés en septembre et octobre.

Un second volet consacré à la distribution a été lancé en parallèle avec pour objectif d'analyser le respect, par les assureurs et les distributeurs finaux, de leurs obligations réglementaires et doctrinales (définition et respect des marchés cibles, gouvernance et surveillance des produits, modalités de vérification de l'adéquation du conseil formulé, etc.). Des questionnaires ont été envoyés par chacune des autorités à des acteurs sélectionnés en fonction de leur représentativité, de la complexité et du niveau de risque des produits distribués (distributeurs intermédiaires, distributeurs finaux, PSI et CIF pour l'AMF ; assureurs pour l'ACPR). Des entretiens ont également été menés afin d'approfondir les réponses recueillies.

Une synthèse des principaux constats relevés sur la partie distribution et des principales données analysées sur les frais et la performance sera publiée au cours du second trimestre 2026.

L'évolution du cadre législatif et réglementaire des OPC et ses impacts sur l'assurance-vie

Fin 2022, l'AMF et l'ACPR ont mis en place au sein du Pôle commun un groupe de travail consacré aux « autres fonds d'investissement alternatifs (FIA) », afin de renforcer la supervision de ces fonds, qui font actuellement l'objet d'une simple déclaration auprès de l'AMF et non d'un agrément.

L'année 2025 a été caractérisée par de nombreux échanges entre l'AMF, l'ACPR, la Direction générale du Trésor et la Place dans le cadre de l'élaboration du projet de décret relatif à la réforme de l'univers d'investissement de l'assurance-vie. Les discussions ont notamment porté sur le cadre réglementaire le plus approprié pour encadrer ces véhicules, la faisabilité opérationnelle et l'anticipation d'éventuelles zones d'incertitudes ou failles juridiques susceptibles de compromettre la bonne application du futur texte et ce en leur qualité de sous-jacent d'unité de compte également.

Des échanges ont par ailleurs été entamés en 2025 afin d'évaluer les impacts de la révision des directives OPCVM et AIFM sur les fonds qui seront distribués en assurance-vie. Parmi les nouvelles obligations introduites par cette révision, l'obligation de choisir deux outils de gestion de liquidité par les gérants pose la question de l'articulation des mécanismes proposés par la directive avec l'assurance-vie et des éventuelles implications en matière de protection des investisseurs. Ces travaux se poursuivront en 2026 afin de comprendre au mieux ces nouveaux outils de gestion de la liquidité applicables aux fonds et leurs répercussions lors de leur commercialisation indirecte en assurance-vie.

L'ÉVOLUTION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE DU SECTEUR FINANCIER AVEC LA *RETAIL INVESTMENT STRATEGY* (RIS)

L'année 2025 a constitué le point d'orgue des négociations sur la stratégie européenne en matière d'investissement de détail (*Retail investment strategy*). Un paquet législatif consistant en une vaste réforme des règles de conduite et d'information encadrant la fourniture de services d'investissement aux clients de détail européens, qui figurent notamment dans les directives MIF2 et DDA, et dans le règlement PRIIPS a, en effet été proposé en mai 2023 par la Commission. Cette réforme vise à offrir aux investisseurs des informations claires, un traitement équitable et un niveau de protection élevé quels que soient les produits d'investissement ou les canaux de commercialisation utilisés.

L'accord politique du 18 décembre 2025 marque une avancée significative, en particulier sur le volet de la « *value for money* ». Les prestataires de services d'investissement devront recenser et quantifier l'ensemble des coûts et frais des produits qu'ils conçoivent ou conseillent, puis en apprécier le caractère justifié et proportionné au regard d'une comparaison avec des produits similaires. À défaut, leur commercialisation sera interdite. Pour l'assurance-vie, le dispositif est quasiment identique dans son principe et dans son niveau d'exigence. La logique de comparaison à des groupes de pairs est toutefois remplacée par un outil de supervision fondé sur des *benchmarks* : des références européennes seront élaborées par l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (EIOPA) ou, le cas échéant, des références nationales pour les produits distribués exclusivement sur un marché domestique.

S'agissant des règles propres au parcours client, le test d'adéquation sera complété pour tenir compte du besoin de diversification des clients, tandis qu'un nouveau cadre simplifié permettra d'alléger les questionnaires clients dans les réseaux de distribution proposant certains produits non complexes. Par ailleurs, l'information sur les coûts et les frais supportés par les clients sera rationalisée grâce à la mise en place de formats harmonisés et de méthodologies de calcul communes.

Enfin, afin de lutter contre les conflits d'intérêts, les colégislateurs ont renforcé l'obligation pour les entreprises d'investissement et les distributeurs de produits d'assurance d'agir d'une manière honnête, équitable et professionnelle qui serve au mieux les intérêts de leurs clients. Ils devront notamment veiller à ce que toute incitation qu'ils viendraient à percevoir procure un avantage tangible à leur client et à ce que son montant soit publié clairement et séparément des autres frais et commissions supportés par l'investisseur.

Compte tenu du délai de transposition en droit national (deux ans), l'entrée en application des textes amendés est escomptée à l'horizon 2028-2029.

L'application progressive de la directive européenne Accessibilité[4] (2019/882)

La directive sur l'accessibilité aux produits et services a pour objectif de garantir aux personnes handicapées un accès à certains produits et services essentiels. Elle a été transposée en droit français, notamment dans le code de la consommation et dans le code monétaire et financier.

Depuis le 28 juin 2025, de nouvelles règles d'accessibilité concernent, par exemple, les informations fournies aux clients des services bancaires et financiers en matière de crédit à la consommation, de crédit immobilier, de comptes de paiement, de monnaie électronique et de services d'investissement.

Ces informations doivent être compréhensibles, c'est-à-dire rédigées dans un langage simple, sans dépasser un niveau de complexité supérieur au niveau B2 (avancé) du Cadre européen commun de référence pour les langues.

De nouvelles obligations pèsent également sur les professionnels qui doivent informer les autorités de contrôle s'ils ne sont pas conformes aux nouvelles exigences d'accessibilité ou s'ils demandent une exception à ces exigences.

Depuis 2024, en coordination avec le Comité interministériel du handicap, l'ACPR et l'AMF travaillent au suivi de l'application de ces nouvelles règles par les professionnels et orientent les consommateurs dans leurs signalements.

Début 2026, six mois après l'entrée en vigueur des nouvelles règles, un premier bilan de leur application a été réalisé. En cours d'année, les autorités analyseront les retours des consommateurs et des professionnels afin d'évaluer leur appréhension des nouvelles obligations.

[4] Directive (UE) 2019/882 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 relative aux exigences en matière d'accessibilité applicables aux produits et services

GLOSSAIRE

ABE	Autorité bancaire européenne
ABE Infoservice	Assurance banque épargne Infoservice
AES	Autorités européennes de surveillance
ARPP	Autorité de régulation professionnelle de la publicité
CIF	Conseiller en investissements financiers
DGCCRF	Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes
DGT	Direction générale du Trésor
ESG	Critère environnementaux, sociaux et de gouvernance)
FIA	Fonds d'investissement alternatifs
PEAC	Plan épargne avenir climat
PSAN	Prestataire de services sur actifs numériques
UEI	Union de l'épargne et de l'investissement
RIS	*Retail Investment Strategy*
SCPI	Société civile de placement immobilier
SFDR	Règlement sur la publication d'informations en matière de durabilité
VEFA	Vente en l'état futur d'achèvement

Conception graphique et réalisation : Autorité des marchés financiers
Crédits photos : ©Banque de France - Marthe Lemelle - Istock
ISBN 979-10-91964-19-7
Juin 2026

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