

Bruxelles, le 10.12.2015
COM(2015) 630 final

LIVRE VERT

sur les services financiers de détail

**De meilleurs produits, un plus large choix et davantage d'opportunités pour les
consommateurs et les entreprises**

Livre vert sur les services financiers de détail

De meilleurs produits, un plus large choix et davantage d'opportunités pour les consommateurs et les entreprises

Section 1 Créer un véritable marché européen des services financiers de détail

Le marché unique et les quatre libertés qu'il garantit¹ sont une grande chance pour les citoyens de l'Union européenne. Dans les domaines où il est bien développé, comme le transport aérien, 500 millions de consommateurs bénéficient pleinement du jeu de la concurrence, qui permet à tout un chacun d'avoir accès à un plus large choix et à de meilleurs services à plus faible prix. L'une des priorités du président de la Commission, Jean-Claude Juncker, est d'approfondir le marché unique et de le rendre plus équitable.

Les services financiers de détail regroupent un ensemble de prestations essentielles pour la population: un lieu où conserver son argent, des solutions d'épargne-retraite, de financement d'un projet immobilier ou d'autres achats, d'assurance de la personne ou de la propriété contre les problèmes de santé ou le risque d'accident, etc. La mise en place de marchés de dimension européenne efficaces pour ces services élargirait les possibilités de choix dont disposent les consommateurs, permettrait aux prestataires performants de proposer leurs services dans l'ensemble de l'UE et favoriserait l'émergence de nouveaux acteurs et l'innovation. À l'heure actuelle, il n'existe cependant pas de marchés des services financiers de détail de dimension réellement européenne. Les achats transfrontières de tels services restent très minoritaires. Nombre de bons produits sont proposés sur les marchés nationaux, mais il est difficile aux consommateurs d'un État membre d'acheter des produits commercialisés dans un autre État membre. Cette situation n'a pas seulement pour effet de limiter le choix. Les faits montrent que les prix varient considérablement d'un État membre à l'autre: par exemple, l'assurance automobile d'un client lambda peut être deux fois plus chère dans certains États membres que dans d'autres.

Avec le numérique (dont la technologie permet le développement de nouveaux modèles d'entreprise et de nouveaux services), les consommateurs potentiels ont aisément accès à l'information. En conséquence, l'endroit où se trouvent physiquement les parties à une transaction a perdu de son importance. Le numérique peut contribuer à faire baisser les prix, à accroître la comparabilité des produits et, partant, à donner aux consommateurs les moyens de prendre leurs décisions financières en connaissance de cause. À long terme, il devrait permettre aux entreprises de proposer leurs produits partout dans l'Union et faire d'un marché européen unique une réalité plus tangible.

La confiance est cependant essentielle à l'expansion du marché unique dans ce domaine: les entreprises doivent avoir l'assurance qu'exercer leur activité sur une base transfrontière est possible, et les consommateurs, l'assurance que leurs intérêts seront protégés s'ils recourent à un prestataire transfrontière. Ces objectifs ne pourront être atteints que si les produits et les services proposés sont compréhensibles. En d'autres termes, les consommateurs devraient

¹ Le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) garantit la libre circulation des marchandises, des capitaux, des services et des personnes dans l'UE.

disposer d'informations qu'ils puissent comprendre sur leur fonction, leur prix et leurs performances par rapport à d'autres produits et services.

S'appuyant sur l'action précédemment conduite par l'UE dans ce domaine, le présent livre vert analyse ce qui pourrait être fait pour que le marché unique des services financiers améliore concrètement quotidien des Européens. Un marché des services financiers de détail qui fonctionne mieux créerait aussi de nouveaux débouchés commerciaux pour les prestataires et soutiendrait la croissance de l'économie européenne et la création d'emplois.

1.1 Objectif

Le présent livre vert est l'occasion de formuler des propositions sur la manière dont on pourrait ouvrir davantage le marché européen des services financiers de détail – assurances, prêts, paiements, comptes courants, comptes d'épargne et autres produits d'investissement de détail – pour le plus grand avantage des particuliers et des entreprises, tout en continuant à protéger adéquatement les consommateurs et les investisseurs. Il vise à déterminer quels obstacles précisément empêchent les consommateurs et les entreprises de profiter pleinement du marché unique et par quels moyens les surmonter. Il s'agit notamment de savoir comment utiliser au mieux les nouvelles technologies, avec des garde-fous appropriés. L'objectif est de permettre:

- aux entreprises établies dans un État membre de l'UE de proposer plus facilement des services financiers de détail dans d'autres États membres;
- aux consommateurs d'acheter plus facilement des services financiers de détail proposés dans d'autres États membres; et
- aux citoyens qui déménagent dans un autre État membre pour leurs études, leur travail ou leur retraite de conserver leurs produits financiers – grâce à ce que l'on appelle la «portabilité».

Le présent livre vert vise à stimuler le débat au niveau de l'UE et au niveau national. C'est une invitation, adressée au Parlement européen et au Conseil, aux autres institutions de l'UE, aux parlements nationaux et à l'ensemble des parties intéressées, à formuler des propositions sur les mesures qui pourraient être nécessaires à court ou à plus long terme pour réaliser un marché européen performant et concurrentiel dans ce domaine. Il analyse par conséquent:

- (1) le degré actuel de développement du marché unique des services financiers de détail et l'essor récent du numérique (section 2); et
- (2) la nécessité d'agir au niveau de l'UE ou au niveau national, pour abattre les obstacles qui empêchent actuellement les opérations transfrontières entre les consommateurs et les entreprises (section 3).

1.2 Action précédemment conduite par l'UE dans le domaine des services financiers de détail

La crise financière et le discrédit dont elle a frappé le secteur financier ont porté un coup à la confiance placée par les consommateurs dans ce secteur et dans les services financiers de détail. Pour redonner confiance aux consommateurs et favoriser l'expansion du marché unique, l'UE a récemment adopté un ensemble de mesures législatives dans le domaine des services financiers de détail. Certaines de ces initiatives sont toujours en voie de mise en

œuvre au niveau national. Examinées plus en détail dans le présent livre vert, elles visent notamment:

- à donner aux consommateurs les moyens de prendre des décisions en connaissance de cause, en imposant aux prestataires des exigences de transparence accrue et l'obligation de mieux conseiller leurs clients dans certains domaines, avant de leur vendre certains produits financiers tels que comptes de paiement, crédits à la consommation, crédits hypothécaires, produits d'investissement et assurances;
- à favoriser le développement de marchés concurrentiels pour les comptes de paiement, en garantissant un droit d'accès à un compte de paiement de base dans toute l'UE, ainsi qu'à des services de changement de compte de paiement au niveau national, et en interdisant toute discrimination fondée sur le lieu de résidence en matière de compte de paiement;
- à renforcer les règles de protection des consommateurs en matière d'investissements, de crédits hypothécaires et d'assurances, afin de leur donner confiance dans les achats qu'ils peuvent effectuer sur leur marché national et dans le cadre d'une opération transfrontière; et
- à faciliter la distribution transfrontière des produits d'assurance et des crédits hypothécaires afin de stimuler la concurrence.

Les services financiers de détail sont, par ailleurs, soumis à tout un ensemble d'exigences et de règles au niveau de l'UE et au niveau national, dont la finalité est de protéger les consommateurs et de favoriser le développement d'un marché intérieur de l'UE pour ces services. Certaines exigences sont transsectorielles, par exemple celles relatives aux clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs ou aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs², mais nombre de produits financiers et de services de paiement sont aussi régis par une législation sectorielle. La Commission suit de près la mise en œuvre et le respect, dans les États membres, de la législation en vigueur et elle continue à encourager la coopération entre les autorités nationales compétentes pour garantir son application effective dans l'ensemble de l'UE³. Le travail des autorités européennes de surveillance (AES) dans ce domaine est également important⁴. Parallèlement à ces travaux, elle a régulièrement revu le cadre réglementaire applicable au secteur des services financiers

² Voir, notamment, la directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs (JO L 95 du 21.4.1993, p. 29) et la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (JO L 149 du 11.6.2005, p. 22).

³ Comme outil notable, il convient notamment de citer le réseau de coopération en matière de protection des consommateurs établi en vertu du règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs [règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil du 27 octobre 2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs, JO L 364 du 9.12.2004, p. 1].

⁴ Les trois AES sont l'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF), l'Autorité bancaire européenne (ABE) et l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (AEAPP).

de détail, dans l'objectif de donner naissance à des marchés plus intégrés, plus concurrentiels et plus équitables⁵.

1.3 Comment le présent livre vert s'inscrit-il dans les priorités globales de la Commission?

Cette consultation complète d'autres champs essentiels du travail de la Commission:

- *le marché unique numérique*. La stratégie pour le marché unique numérique⁶ vise notamment à garantir un meilleur accès des consommateurs et des entreprises aux produits et services vendus en ligne dans toute l'Europe, en mettant un terme au «blocage géographique» injustifié (restrictions à l'achat imposées par le fournisseur). Elle s'intéresse également à l'équité des conditions de concurrence entre les prestataires de services et prévoit une évaluation complète des plateformes en ligne, dans le cadre de laquelle une attention particulière sera accordée au traitement des données. Elle encourage enfin la normalisation afin d'accroître l'interopérabilité technologique. S'ils ne sont pas spécifiques à l'essor du numérique dans le secteur financier, tous ces éléments valent aussi pour celui-ci;
- *l'union des marchés des capitaux (UMC)*. L'UMC⁷ vise à donner naissance à un marché unique des capitaux plus fort, qui offre aux entreprises plus de solutions de financement à tous les stades de leur développement, et aux investisseurs de détail et aux épargnants plus de possibilités d'investissement et de meilleurs rendements;
- *la stratégie pour le marché unique*. Cette stratégie⁸ prévoit des actions ciblées, poursuivant trois grandes finalités: ouvrir de nouvelles perspectives aux consommateurs, aux professions libérales et aux entreprises; encourager la modernisation et l'innovation; et garantir des résultats concrets, qui bénéficient à tous au quotidien. Elle vise à faciliter la prestation transfrontière de services et à éliminer les principaux obstacles auxquels se heurtent les prestataires de services aux entreprises et de services de construction. La Commission suivra l'évolution du marché et prendra, si nécessaire, des mesures appropriées en ce qui concerne les obligations d'assurance auxquelles ces prestataires sont soumis.

Le présent livre vert tient également compte d'autres initiatives plus spécifiques engagées par la Commission, qu'il complète, comme l'appel à témoignages sur le cadre réglementaire

⁵ Par exemple, le plan d'action de la Commission pour les services financiers (1999); la communication de la Commission intitulée «Enquête par secteur menée en vertu de l'article 17 du règlement (CE) n° 1/2003 sur la banque de détail» [COM(2007) 33 final]; le livre vert sur les services financiers de détail dans le marché unique [COM(2007) 226 final]; et le livre vert intitulé «Vers un marché européen intégré des paiements par carte, par internet et par téléphone mobile» [COM(2011) 941 final].

⁶ Communication de la Commission – Stratégie pour un marché unique numérique en Europe (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_fr.pdf).

⁷ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions – Un plan d'action pour la mise en place d'une union des marchés des capitaux» [COM(2015) 468 final du 30.9.2015].

⁸ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions du 19 mai 2010 – Améliorer le marché unique: de nouvelles opportunités pour les citoyens et les entreprises, COM(2015) 550 final du 28.10.2015.

applicable aux services financiers dans l'UE⁹, les travaux en cours pour supprimer les obstacles liés au droit des contrats dans le secteur des assurances¹⁰, l'évaluation du potentiel de la directive concernant la commercialisation à distance de services financiers¹¹ et l'actuelle enquête sectorielle sur le commerce électronique¹².

Section 2 État actuel de développement des marchés financiers de détail

2.1 Des marchés fragmentés et une concurrence insuffisante

Les prix et les possibilités de choix sont très variables d'un État membre à l'autre. Sur certains marchés, les consommateurs changent rarement de produits, ce qui peut ne guère inciter les entreprises à se livrer concurrence. Dans certains États membres, on note, en outre, une forte concentration des prestataires de services. Par ailleurs, les marchés des services financiers de détail de l'UE n'enregistrent qu'une faible activité transfrontière. Dans une certaine mesure, cette situation est le reflet de préférences culturelles nationales et résulte d'un choix des consommateurs: tous ne souhaitent pas acheter leurs produits financiers auprès d'un prestataire étranger. Il vaut toutefois la peine de se demander si l'on ne pourrait pas faire plus pour réduire la fragmentation.

L'essor du commerce en ligne est une formidable opportunité dont les entreprises pourraient tirer parti pour offrir leurs services à distance à des clients établis dans d'autres États membres. Les citoyens mobiles de l'Union constituent aussi un important marché potentiel: 13,6 millions de citoyens de l'Union résident dans un autre État membre que leur État membre d'origine, et bien d'autres encore sont susceptibles de connaître cette situation à un moment de leur existence¹³. En outre, 35 % d'entre eux vivent dans des régions bordant un autre État membre¹⁴, et beaucoup d'entre eux réalisent déjà une partie de leurs achats dans leur zone transfrontalière «locale»¹⁵. Il devrait également être possible d'acheter ainsi des services financiers de détail, mais tel est rarement le cas. Afin que les marchés soient accessibles à toutes les entreprises, il conviendrait d'abattre les obstacles inutiles et injustifiés empêchant de nouveaux entrants de s'implanter sur le marché, notamment des entreprises qui seraient en mesure de proposer leurs produits en prestation transfrontière dans l'UE.

⁹ Commission européenne, Appel à témoignages: cadre réglementaire applicable aux services financiers dans l'UE (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/financial-regulatory-framework-review/docs/consultation-document_fr.pdf).

¹⁰ Pour plus d'informations, voir http://ec.europa.eu/justice/contract/insurance/index_fr.htm.

¹¹ Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE (JO L 271 du 9.10.2002, p. 16).

¹² Pour plus d'informations, voir http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

¹³ Eurostat, «EU citizenship – statistics on cross-border activities» (Citoyenneté de l'Union européenne – statistiques sur les activités transfrontières), avril 2013, (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/EU_citizenship_-_statistics_on_cross-border_activities) (accès mars 2015).

¹⁴ «Territories with specific geographical features» (Territoires présentant des caractéristiques géographiques particulières), Working paper, European Union Regional Policy, n° 02/2009, p. 4 et 5.

¹⁵ Parlement européen, «EU contract law as a tool for facilitating cross-border transactions: a point of view from consumers» (Le droit des contrats de l'UE en tant qu'outil facilitant les opérations transfrontières: le point de vue des consommateurs), 2010 (<http://www.europarl.europa.eu/webnp/cms/pid/1483>), p. 9.

Résidez-vous en Belgique?

☒ **Oui**
☐ **Non**

Si vous ne résidez pas en Belgique, vous ne pouvez pas ouvrir un compte auprès d'ABC Direct. (ndt: traduction libre)

Une activité transfrontière limitée

Les opérations transfrontières directes dans le secteur des services financiers de détail sont actuellement peu développées: les consommateurs achètent surtout ces produits sur leur marché national, et les prestataires desservent très majoritairement les marchés où ils sont physiquement implantés¹⁶. Selon des études récentes, le pourcentage de consommateurs à avoir déjà acheté des produits bancaires dans un autre État membre est inférieur à 3 % pour les cartes de crédit, les comptes courants et les hypothèques¹⁷. Dans le segment du crédit à la consommation, seuls 5 % des prêts ont été obtenus sur une base transfrontière¹⁸. Dans la zone euro, les prêts transfrontières représentent moins de 1 % du total des prêts immobiliers¹⁹. Dans l'assurance, la prestation transfrontière de services n'a représenté que quelque 3 % du total des primes brutes émises en 2011 et 2012²⁰.

Différences de prix et de possibilités de choix

Les prix différents pratiqués pour des produits identiques ou similaires selon les marchés nationaux où ils sont offerts, y compris par le même prestataire, témoignent de la fragmentation du marché. Par exemple, lorsqu'elles ouvrent une succursale dans un autre pays, les entreprises n'y exportent généralement pas leurs prix s'ils sont plus compétitifs, mais tendent à adapter leurs tarifs aux conditions locales. Le choix limité dont disposent les consommateurs de certains États membres est également révélateur de la fragmentation du marché: dans certains pays, ils n'ont ainsi accès qu'à des prêts hypothécaires à taux fixe, et dans d'autres, qu'à taux variable²¹.

Dans le secteur bancaire, les informations recueillies par le groupe des utilisateurs de services financiers montrent que, pour un certain nombre de produits, les différences de prix (au-delà des différences objectives pouvant s'expliquer en termes de pouvoir d'achat ou de niveau

¹⁶ «Special Eurobarometer survey 373, Retail Financial Services» (Eurobaromètre spécial 373, Services financiers de détail), p. 28 et suivantes (http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/eb_special_373-report_en.pdf).

¹⁷ «Special Eurobarometer survey 373, Retail Financial Services» (Eurobaromètre spécial 373, Services financiers de détail), p. 32.

¹⁸ «Study on the functioning of the consumer credit market in Europe» (Étude sur le fonctionnement du marché européen du crédit à la consommation), juillet 2013 (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf), p. x à xi.

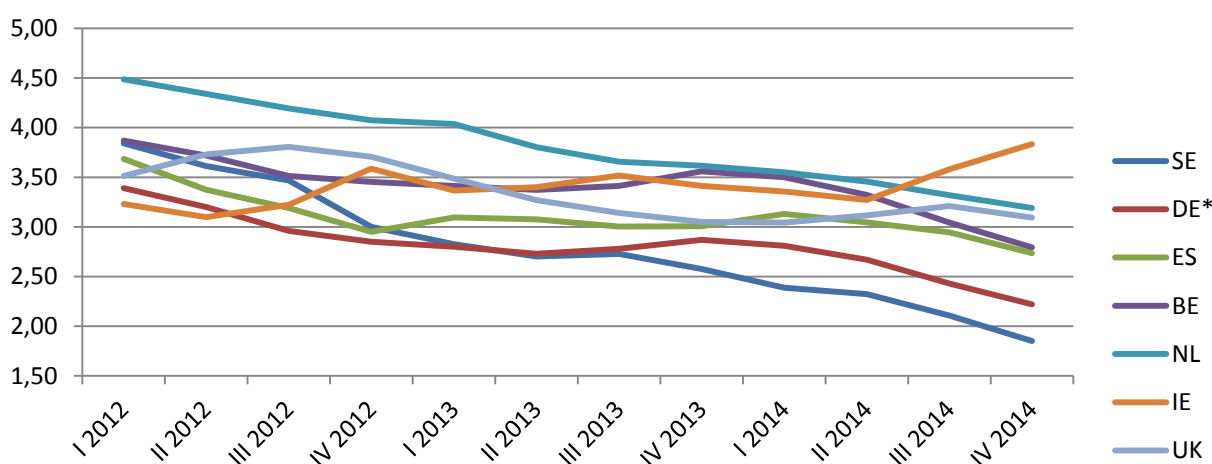
¹⁹ Sources: Statistical Data Warehouse de la BCE.

²⁰ DSF Policy Paper n°45, «Cross-border insurance in Europe» (L'assurance transfrontière en Europe), Dirk Schoenmaker et Jan Sass, novembre 2014, p. 12.

²¹ Fédération hypothécaire européenne, Hypostat 2015, p. 15.

national des prix) peuvent être très importantes d'un État membre à l'autre²². Les frais annuels d'utilisation d'une carte de crédit peuvent aller de 9,10 EUR en Roumanie à près de 114 EUR en Slovaquie. Les virements hors ligne sont gratuits dans certains États membres, mais coûtent en moyenne 3,58 EUR en France. Il existe également une importante dispersion des taux d'intérêt acquittés par les ménages sur leurs emprunts hypothécaires dans différents pays (voir le graphique n° 1)²³. Et la dispersion est encore plus grande pour les crédits à la consommation que pour les crédits hypothécaires.

Graphique n° 1: données de la Fédération hypothécaire européenne sur les taux d'intérêt pratiqués sur les nouveaux crédits hypothécaires résidentiels, par trimestre (2012–2014)



*Il convient de noter que la moyenne pondérée pour l'ensemble du marché reflète sans doute davantage les prêts à court terme. Ce biais s'explique par le mécanisme de pondération appliqué: les volumes de prêts incluent les prolongations, pour lesquelles le

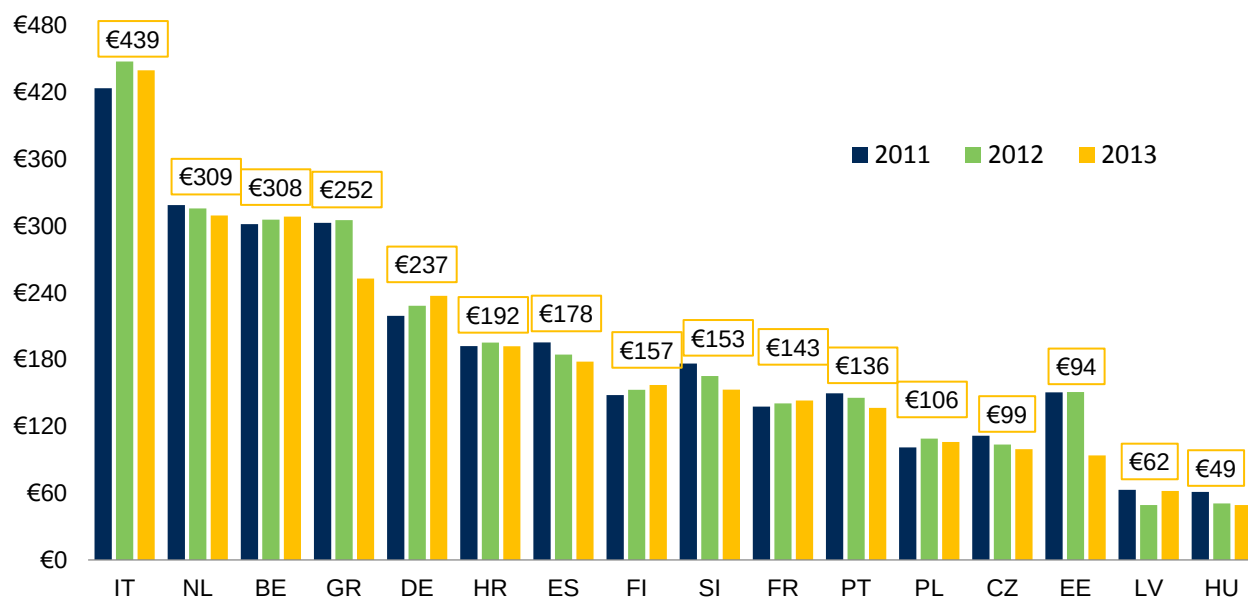
Dans le secteur des assurances, pour un même profil de risque, le prix d'une police pourra varier du simple au double en fonction du lieu de résidence de l'assuré. Selon les informations recueillies par le groupe des utilisateurs de services financiers, les primes mensuelles dues pour des assurances vie à 25 ans comparables, non assimilables à des produits d'investissement, vont de 10 EUR en Slovaquie ou 12,40 EUR en Espagne à 65 GBP au Royaume-Uni. Dans le cas de l'assurance automobile, les tarifs varient même pour le même modèle de véhicule (voir le graphique n° 2)²⁴.

²² Groupe des utilisateurs de services financiers, «*Retail Financial Market Integration*» (L'intégration des marchés financiers de détail) (http://ec.europa.eu/finance/financeservices-retail/fsug/papers/index_en.htm).

²³ Sources: Fédération hypothécaire européenne.

²⁴ Insurance Europe, «*European Motor Insurance Markets*» (Les marchés européens de l'assurance automobile), p. 40 (graphique n° 48), novembre 2015 (www.insuranceeurope.eu). Veuillez noter que nous avons édité ce graphique pour en supprimer les pays hors UE. Voir également Europe Economics, «*Retail Insurance Market Study*» (Étude sur le marché des assurances de détail) (26.11.2009), p. 301 et 315 (http://ec.europa.eu/finance/insurance/docs/motor/20100302rim_en.pdf).

Graphique n° 2: primes moyennes de l'assurance obligatoire de responsabilité civile au tiers, par pays



Des facteurs tels que la conjoncture économique, le niveau du pouvoir d'achat, les structures institutionnelles ou financières (par exemple, en matière de fiscalité, de réglementation ou de surveillance), les coûts de financement, les propositions de valeur (qui peuvent être influencées par le conditionnement des produits, notamment en cas de ventes liées) et les structures de prix prévalant sur le marché local peuvent expliquer ces différences de prix. Dans le secteur de l'assurance (et tout particulièrement pour l'assurance automobile), les coûts et les risques inhérents à la fourniture de couvertures peuvent varier très fortement d'un État membre à l'autre, ce qui peut justifier certaines différences de prix. Cependant, rien ne semble justifier objectivement l'ampleur des écarts de prix constatés pour des produits qui sont moins liés à la situation géographique ou aux caractéristiques du risque sur le marché local, tels l'assurance vie (même si l'espérance de vie peut ne pas être la même dans tous les États membres). De fait, les facteurs susmentionnés ne suffisent pas toujours à expliquer le degré de fragmentation des prix dans l'ensemble de l'UE.

Un manque de concurrence et un très faible taux de changement de prestataire parmi les consommateurs

Les marchés de la banque et de l'assurance de détail de la majorité des États membres sont très concentrés, et certains signes montrent qu'ils ne sont pas pleinement concurrentiels, ce qui limite aussi bien le choix des consommateurs que la valeur et la qualité des produits qui leur sont fournis. Fin 2013, par exemple, la part de marché des cinq plus grands acteurs du secteur bancaire allait de près de 95 % en Grèce à plus de 30 % en Allemagne et au Luxembourg²⁵. Dans le cadre de la consultation publique sur le réexamen du règlement

²⁵ Voir BCE, «Banking Structures Report» (Rapport sur les structures bancaires), octobre 2014, p. 15 (<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/bankingstructuresreport201410.en.pdf>).

d'exemption par catégorie dans le secteur des assurances, la plupart des assureurs et de leurs fédérations professionnelles ont soutenu que les marchés de l'assurance étaient concurrentiels²⁶. On observe néanmoins une forte concentration tant en assurance vie qu'en assurance non-vie. Ainsi, les taux de concentration dans le secteur de l'assurance vie, tels que mesurés par la part de marché des cinq plus grandes compagnies d'assurance vie en 2013, allaient de 100 % en Estonie et à Malte à moins de 40 % en Allemagne et en Croatie²⁷. Ces écarts importants ne semblent pas justifiés par les différences de taille de ces marchés.

Le taux de changement de prestataire est très faible dans l'UE²⁸. Il ressort d'un sondage Eurobaromètre réalisé en 2012 que plus de 85 % des personnes interrogées qui avaient un prêt personnel en cours ou étaient detentrices d'une carte de crédit n'avaient pas changé de prestataire, ni même essayé d'en changer²⁹. En outre, au niveau des États membres, il apparaît que les marchés de l'épargne ne fonctionnent pas bien, les consommateurs restant «coincés» avec le même prestataire et le même produit, quand bien même il existe des produits similaires offrant de meilleurs rendements³⁰. En réalité, d'après les tableaux de bord des marchés de consommation, les services financiers de détail sont l'un des domaines dans lesquels les consommateurs sont les plus mécontents des services qu'ils reçoivent³¹. Cette combinaison d'un haut degré de mécontentement, de prix variables et d'un faible taux de changement de prestataire indique sans doute que la concurrence ne fonctionne pas assez bien sur ces marchés de consommation, ou que les barrières à l'accès à certains produits ou à leur abandon contribuent à l'inertie des consommateurs et les empêchent de trouver les meilleures offres.

Si les consommateurs changeaient plus facilement de prestataire, cela favoriserait la concurrence entre entreprises et inciterait de nouveaux acteurs à pénétrer des marchés matures. Sans les obstacles qui bloquent les opérations transfrontières, une plus grande facilité des consommateurs à changer de prestataire pourrait aussi encourager les entreprises à proposer leurs services depuis un autre État membre. Ces dernières années, deux des marchés où changer de prestataire peut se révéler le plus difficile (comptes de paiement et crédits hypothécaires) ont fait l'objet d'initiatives de l'UE, toujours en voie de transposition au

²⁶ «Summary Report of the Replies to the Public Consultation on the Review of the Insurance Block Exemption Regulation» (Synthèse des réponses reçues à la consultation publique sur le réexamen du règlement d'exemption par catégorie dans le secteur des assurances)

(http://ec.europa.eu/competition/consultations/2014_iber_review/summary_report_en.pdf).

²⁷ Voir «EU/EEA (Re)insurance statistics» (Statistiques sur la (ré)assurance dans l'UE/EEE) (tableau 10) (<https://eiopa.europa.eu/financial-stability-crisis-prevention/financial-stability>).

²⁸ «Monitoring consumer markets in the European Union 2013» (Suivi des marchés de consommation de l'Union européenne en 2013), p. 43 et 44

(http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_1.pdf).

²⁹ «Special Eurobarometer survey 373, Retail Financial Services» (Eurobaromètre spécial 373, Services financiers de détail), p. 85.

³⁰ FCA, «Cash Savings Market Study Report» (Rapport d'étude sur le marché de l'épargne)

(<http://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>);

Autoriteit Consument & Markt, «Barriers to entry in the Dutch retail banking sector» (Barrières à l'entrée dans le secteur néerlandais de la banque de détail), p. 69.

³¹ Voir le dernier tableau de bord des marchés de consommation à l'adresse suivante:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/index_en.htm.

niveau national: la directive sur le crédit hypothécaire³² supprime certains obstacles à la sortie, tandis que la directive sur les comptes de paiement crée des services nationaux dédiés pour le changement de compte³³. Mais il existe encore d'autres moyens par lesquels le changement de prestataire pourrait être encouragé au niveau de l'UE. Par exemple, la pleine portabilité des numéros de compte bancaire est en cours d'examen dans certains États membres.

La vente liée et les offres groupées de produits peuvent aussi limiter le choix des consommateurs. Outre les règles de concurrence, la vente liée et les offres groupées de produits financiers de détail sont soumises à des règles sectorielles, édictées dans la directive sur le crédit hypothécaire (qui garantit aux emprunteurs la possibilité de choisir un autre prestataire pour leur assurance)³⁴, la directive sur les comptes de paiement et la directive à venir sur la distribution d'assurances³⁵. La directive révisée sur les marchés d'instruments financiers (MiFID II)³⁶ habilite également l'AEMF à élaborer – en coopération avec l'ABE et l'AEAPP – des orientations sur les pratiques de vente croisée. S'ils ont la liberté d'acheter séparément chacun des produits compris dans un paquet (par exemple, l'assurance auprès d'un autre prestataire), les consommateurs devraient en être avisés et disposer d'informations claires sur les coûts. La Commission continuera à vérifier si cette règle est bien respectée et évaluera si de nouvelles mesures en la matière sont nécessaires.

2.2 Évolution du secteur des services financiers de détail sous l'effet de l'essor du numérique

Au cours des dernières années, l'essor du numérique et l'innovation ont rapidement transformé le paysage des services financiers de détail, et cette évolution va très certainement se poursuivre. Les établissements financiers tendent de plus en plus à proposer leurs produits en ligne ou par des applications, et, à l'heure actuelle, la grande majorité des consommateurs utilisent régulièrement les services de banque en ligne pour gérer leurs comptes ou réaliser des opérations³⁷. En principe, ces avancées technologiques devraient favoriser le

³² Directive 2014/17/UE du Parlement européen et du Conseil du 4 février 2014 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel et modifiant les directives 2008/48/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) n° 1093/2010 (JO L 60 du 28.2.2014, p. 34). L'article 25 traite du remboursement anticipé.

³³ Directive 2014/92/UE du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 sur la comparabilité des frais liés aux comptes de paiement, le changement de compte de paiement et l'accès à un compte de paiement assorti de prestations de base (JO L 257 du 28.8.2014, p. 214).

³⁴ Article 12, paragraphe 4, de la directive sur le crédit hypothécaire: «Les États membres peuvent également autoriser les prêteurs à exiger du consommateur qu'il souscrive une police d'assurance appropriée en rapport avec le contrat de crédit. Dans ce cas, les États membres veillent à ce que le prêteur accepte la police d'assurance établie par un prestataire différent du prestataire préconisé par le prêteur si la police en question présente un niveau de garanties équivalent à celui de la police proposée par le prêteur.»

³⁵ Publication attendue début 2016, voir également <http://www.consilium.europa.eu/fr/press/press-releases/2015/07/22-insurance-mediation/>.

³⁶ Directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers et modifiant la directive 2011/61/UE et la directive 2002/92/CE (JO L 173 du 12.6.2014, p. 349).

³⁷ Statista, «Online banking penetration in selected European markets in 2014» (Pénétration de la banque en ligne sur certains marchés européens en 2014), site web (<http://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>).

développement des opérations transfrontières et, dans le cadre de ces opérations, un plus large accès des consommateurs à des informations et conseils utiles, une meilleure comparabilité des produits et une plus grande facilité de changement de prestataire³⁸.

Un marché numérique, avec de nouveaux acteurs et de nouvelles techniques

L'essor du numérique entraîne actuellement un important bouleversement du secteur des services financiers de détail. De nouveaux modèles d'entreprise apparaissent. Des prestataires tout en ligne et des entreprises technologiques s'implantent sur le marché, proposant toute une gamme de services (au sein des États membres et parfois en prestation transfrontière): virements électroniques, intermédiation de paiements en ligne, agrégation de données financières, financement entre pairs, comparaison des prix... On assiste également à l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs, qui ne sont pas des prestataires de services financiers classiques et qui n'ont pas toujours les services financiers pour cœur de métier. Des médias sociaux, par exemple, vendent désormais des produits financiers. Ces nouvelles technologies peuvent profiter aux consommateurs, à condition de respecter des normes de sécurité appropriées.

Tant les prestataires établis que les entreprises de technologie financière (Fintechs) explorent de nouvelles solutions pour interagir avec leurs clients, intégrer leurs canaux de distribution et offrir des services plus rapides, plus réactifs et davantage sur mesure. Pour les prestataires établis, les technologies numériques telles que les grands livres distribués (*distributed ledgers*), sur le modèle du *blockchain* utilisé par Bitcoin, sont l'occasion de réorganiser les processus internes et de réaliser des économies d'échelle grâce à une standardisation et une automatisation accrues. Désireux de contribuer à forger cette évolution et de rester à la pointe de la tendance, les prestataires établis nouent également des partenariats avec des entreprises de technologie financière, ou promeuvent leur développement, et travaillent en collaboration avec de grands fournisseurs numériques. En outre, les entreprises utilisent de plus en plus de mégadonnées, tirées de sources incluant les médias sociaux, afin de recueillir des informations sur leurs clients cibles potentiels. Si cela leur permet de mieux cerner leurs clients, cela soulève aussi des questions quant à l'usage qui est fait de ces données.

Ces changements impacteront tout particulièrement les prestataires existants, comme les banques traditionnelles, en raison de leur dépendance vis-à-vis de leur important (et coûteux) réseau d'agences et des comptes de paiement comme voie d'accès classique aux consommateurs, que remet en cause l'émergence des entreprises de technologie financière et du portefeuille numérique. Les nouveaux entrants sur le marché ont aussi misé fortement sur des activités auxiliaires rentables, telles que les activités de change³⁹. Aussi les banques et les compagnies d'assurance investissent-elles massivement dans la numérisation de leurs ventes et de leurs services à la clientèle, dans l'espoir d'économiser sur leurs coûts et de nouer des

³⁸ KPMG, «*Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*» (La banque mobile en 2015: les tendances mondiales et leur impact sur les banques), p. 21 et 22. KPMG postule que le recours accru à des produits financiers qu'entraîne la banque en ligne encourage les consommateurs à reconsidérer plus activement les options qui s'offrent à eux.

³⁹ KPMG, «*Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*», p. 27.

relations plus étroites avec leurs clients existants⁴⁰. Car les nouveaux acteurs du marché (qui ne jouissent pas encore d'une clientèle stable) sont bien placés pour être à la pointe en matière de solutions transfrontières et prendre des marchés aux acteurs historiques.

À l'échelle de l'UE, le développement de canaux de distribution en ligne est particulièrement intéressant. En permettant aux prestataires et aux consommateurs de faire affaire à distance plus aisément et à moindre coût, l'essor du numérique devrait permettre aux premiers d'accéder à une large base de consommateurs dans le marché unique et aux seconds de bénéficier des meilleures offres disponibles. En principe, il devrait favoriser l'activité transfrontière, en dispensant les entreprises de devoir s'établir dans d'autres États membres.

Cependant, si elles offrent la possibilité d'améliorer le service à la clientèle et de réduire les prix, les nouvelles technologies peuvent aussi poser des problèmes réglementaires, notamment en termes de cybersécurité et de protection des données. Les cybermenaces sont une préoccupation majeure des consommateurs et des entreprises. Cette problématique, qui va probablement gagner en importance avec la progression du numérique, appelle une réponse appropriée. Les nouveaux acteurs ne sont peut-être pas toujours soumis dans la même mesure que les acteurs établis aux cadres réglementaires et de surveillance en vigueur, notamment en matière de protection des consommateurs. En outre, les nouvelles technologies, et l'émergence de nouveaux canaux de distribution qu'elles permettent, peuvent rendre malcommode la fourniture d'informations précontractuelles appropriées aux consommateurs (par exemple, en raison de la petite taille de l'écran d'appareil mobile sur lequel les informations obligatoires sont fournies). Il faudra étudier soigneusement comment saisir les opportunités qui s'offrent tout en répondant adéquatement aux défis qui les accompagnent (notamment en termes de sécurité et de protection des consommateurs).

De nouveaux produits financiers et de paiement

La Commission soutient le développement de technologies innovantes et adaptées aux attentes des consommateurs, et elle souhaite faire en sorte que le plus grand nombre de consommateurs y ait accès dans toute l'Europe, y compris, lorsque cela est possible, par-delà les frontières. La numérisation des services financiers a permis l'émergence de nouveaux produits, tels que les prêts SMS ou entre particuliers (*peer-to-peer*), dont certains ne sont pas sans poser des problèmes de réglementation et de protection des consommateurs.

Dans le domaine des paiements, en particulier, de nouvelles possibilités se font jour avec le développement, sur les marchés nationaux, des paiements par mobile et par internet et des paiements instantanés. Les paiements par mobile sont en plein essor en Europe, les acteurs du marché (banques, systèmes de cartes, opérateurs de téléphonie mobile et acteurs de l'internet, notamment) proposant actuellement un large éventail de solutions de paiement de proximité ou à distance. Ces services, qui comprennent les virements entre particuliers, les portefeuilles mobiles, les applications bancaires et les applications de cartes, utilisent diverses technologies (les communications en champ proche - *near-field communications* - et les codes QR étant les plus développées pour les paiements sur le point de vente). Pour le consommateur, c'est la

⁴⁰ KPMG, «*Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*», p. 21.

possibilité de régler des achats par téléphone ou de passer par une application pour partager une note de restaurant ou envoyer de l'argent à des amis. Mais ces solutions ne sont souvent utilisables qu'au niveau national, elles ne sont généralement pas interopérables, et les entreprises ou les groupes qui les proposent sont en concurrence pour imposer leurs propres normes. Cette couverture géographique limitée et ce manque d'interopérabilité n'incitent pas les commerçants à les accepter, ce qui en limite l'utilisation transfrontière.

Les systèmes de paiement en temps réel (ou instantané) qui existent actuellement dans certains pays suscitent beaucoup d'intérêt ailleurs, leur rapidité étant un facteur potentiel d'innovation et pouvant conduire à l'émergence de nouvelles applications de paiement. Ils constituent la prochaine étape logique de la mise en place du marché unique des paiements de détail qui fait suite au passage à l'espace unique de paiement en euros (SEPA)⁴¹: les prestataires de services de paiement de l'UE ont d'ailleurs commencé à mettre au point un système de virement instantané SEPA. Le comité des paiements de détail en euros et le Conseil européen des paiements⁴² se sont attelés à l'élaboration, pour les paiements instantanés et les virements par mobile entre particuliers, d'une norme paneuropéenne qui pourrait déboucher sur des systèmes interopérables. La Commission soutient ces deux organismes dans leurs travaux.

Section 3 De meilleurs produits, un plus large choix et davantage d'opportunités pour les consommateurs et les entreprises

Tous les avantages potentiels de la création d'un marché européen unique pour les services financiers de détail n'ont pas encore été exploités. L'un des moyens les plus directs de stimuler la concurrence et d'accroître le bien-être des consommateurs serait de réduire, lorsque cela est possible, les obstacles au commerce transfrontière de ces services. Ces obstacles sont liés à deux problèmes principaux rencontrés tant par les fournisseurs que par les consommateurs, dont l'effet conjugué réduit le choix et la concurrence et explique la fragmentation persistante du marché européen:

- soit les consommateurs ne sont pas au courant des offres existant dans les autres États membres ou n'ont pas suffisamment confiance dans celles-ci, soit ils ont des difficultés à y accéder (point 3.1); et
- les fournisseurs ne proposent pas leurs produits aux consommateurs des autres États membres parce que, même à l'heure du numérique, la fragmentation des marchés entraîne des coûts opérationnels et de mise en conformité excessifs (section 3.2).

La Commission souhaite en particulier savoir si l'utilisation de technologies numériques innovantes pourrait contribuer à aplanir ces obstacles. La défiance des consommateurs à l'égard des transactions transfrontières et l'insécurité juridique des commerçants dans ce

⁴¹ De plus amples informations sur le SEPA peuvent être obtenues à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/finance/payments/sepa/index_fr.htm

⁴² Pour de plus amples informations, voir <http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/governance/eu/html/index.en.html> et <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>.

domaine peuvent aussi résulter d'une mise en œuvre peu cohérente de la législation de l'UE dans les États membres. Le réseau de coopération en matière de protection des consommateurs couvre certaines mesures législatives essentielles dans le domaine des services financiers. En cas de problème de respect de la législation de l'UE, de tels réseaux pourraient être davantage mis à profit.

Questions générales

1. *Pour quels produits financiers une offre transfrontière accrue pourrait-elle stimuler la concurrence sur les marchés nationaux en termes de choix et de prix?*
2. *Quels obstacles empêchent les entreprises de fournir directement des services financiers dans d'autres États membres, et les consommateurs d'acheter directement des produits dans d'autres États membres?*
3. *La numérisation et l'innovation dans le secteur de la technologie financière pourraient-ils permettre de surmonter tout ou partie de ces obstacles?*
4. *Quelles mesures pourraient être prises pour que la numérisation des services financiers n'aggrave pas l'exclusion financière, en particulier parmi les personnes en situation d'illettrisme électronique?*
5. *Quelle devrait être notre approche si les opportunités créées par la croissance et la diffusion des technologies numériques devaient entraîner de nouveaux risques en termes de protection des consommateurs?*
6. *Les clients ont-ils accès à des produits financiers simples, compréhensibles et sûrs dans toute l'Union européenne? Si tel n'est pas le cas, comment leur permettre d'y accéder?*
7. *La qualité de la mise en œuvre, dans les États membres, de la législation de l'UE sur les services financiers de détail pose-t-elle un problème du point de vue de la confiance des consommateurs et de l'intégration des marchés?*
8. *Y a-t-il d'autres éléments ou d'autres évolutions à prendre en considération en ce qui concerne la concurrence transfrontière et le choix de services financiers de détail?*

3.1 Aider les consommateurs à acheter des produits financiers dans d'autres États membres

À certains moments de leur vie, les consommateurs doivent prendre des décisions financières majeures, qui ont des conséquences à long terme. Qu'il s'agisse de souscrire une assurance vie, de contracter un emprunt immobilier, de s'installer à l'étranger ou d'épargner pour l'avenir, les consommateurs devraient i) savoir quelles sont les options disponibles ailleurs dans l'UE; ii) obtenir des produits adaptés à leurs besoins, à un prix concurrentiel; et iii) avoir l'assurance que leurs produits sont sûrs et adaptés et qu'ils leur procureront les avantages recherchés.

3.1.1 Connaître les options disponibles⁴³

Je cherche la meilleure offre possible dans mon pays, car je ne crois pas qu'il existe des produits plus intéressants ou moins chers dans les autres États membres.

⁴³ Les exemples donnés dans le présent document sont inspirés d'un certain nombre de cas concrets portés à l'attention de la Commission.

Les consommateurs n'étant souvent pas informés des produits financiers proposés dans les autres États membres, il leur est difficile d'en acheter en dehors de leur pays d'origine. Rares sont les prestataires de services financiers de détail qui s'adressent aux consommateurs d'États membres dans lesquels ils ne sont pas eux-mêmes physiquement implantés. En outre, les consommateurs qui veulent se renseigner sur les produits proposés dans d'autres États membres doivent surmonter un certain nombre d'obstacles, notamment celui de la langue.

Mieux informer les clients et les aider à changer de prestataire

L'un des moyens d'améliorer l'information des consommateurs et de les encourager à changer pour des produits mieux adaptés à leurs besoins consisterait à leur garantir l'accès à des canaux d'information leur permettant de savoir quels produits sont disponibles dans les autres États membres et d'en comprendre les caractéristiques. Ces canaux d'information pourraient, par exemple, être des intermédiaires financiers, des sites web de comparaison indépendants ou des services de conseils financiers indépendants par internet.

Les sites de comparaison indépendants peuvent non seulement informer les clients de l'existence de tel ou tel produit, mais surtout les aider à changer de prestataire en leur permettant d'évaluer les produits et de choisir le mieux adapté à leurs besoins. L'AEAPP a constaté que les sites web comparateurs stimulaient la concurrence entre assureurs et intermédiaires d'assurance et qu'ils contribuaient à accroître la transparence et la comparabilité des informations mises à la disposition des consommateurs⁴⁴. Ce concept pourrait être étendu à d'autres segments de produits et aux États membres où de tels dispositifs n'existent pas encore, sachant que toute initiative devra tenir compte du fait que de nombreux sites comparateurs manquent parfois de précision dans la délimitation des aspects qu'ils comparent et se focalisent souvent trop sur les prix⁴⁵. Les sites web comparateurs sont très courants dans le secteur des assurances; dans le secteur bancaire, la directive sur les comptes de paiement a imposé l'obligation de créer au niveau national au moins un site de comparaison (répondant à des critères de qualité précis), qui présente les services de compte bancaire proposés par différents établissements financiers et précise les frais y afférents.

Les autres méthodes permettant d'améliorer les taux de changement de prestataire peuvent consister, par exemple, à garantir aux consommateurs la possibilité de se retirer sans pénalités excessives, à l'instar de la directive sur le crédit hypothécaire et de la directive sur le crédit à la consommation⁴⁶, ou à les aider à surmonter leur inertie en réduisant les obstacles et les formalités liées au changement de produit⁴⁷. L'envoi de messages ciblés aux moments clés où les consommateurs peuvent avoir intérêt à changer de produit pourrait aussi amener ceux-ci à

⁴⁴ Rapport de l'AEAPP sur les bonnes pratiques en matière de sites web comparateurs (*Good Practices on Comparison Websites*) (janvier 2014)

⁴⁵ Commission européenne, «*Comparison Tools and Third-Party Verification Schemes*» (Outils de comparaison et systèmes de vérification par un tiers)

(http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm)

⁴⁶ Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil (JO L 133 du 22.5.2008, p. 66).

⁴⁷ Les entreprises sont actuellement soumises à des dispositions législatives de l'UE sur les clauses contractuelles abusives et les pratiques commerciales déloyales (voir la note de bas de page n° 3), qui limitent la possibilité d'ériger certains obstacles, contractuels ou non, au changement de prestataire.

s'impliquer davantage dans leurs décisions financières et à ne pas se sentir irrévocablement liés par leurs achats⁴⁸.

Questions

9. *Quel serait le meilleur moyen d'informer les consommateurs des différents services financiers et produits d'assurance de détail disponibles dans l'Union?*
10. *Que faire d'autre pour faciliter la distribution transfrontière de produits financiers par des intermédiaires?*
11. *De nouvelles mesures sont-elles nécessaires pour améliorer la comparabilité des offres et/ou faciliter le changement de prestataire de services financiers de détail, que le nouveau prestataire se trouve dans le même État membre ou dans un autre? Dans l'affirmative, en quoi consisteraient ces mesures et sur quels segments de produits devraient-elles porter?*

Mettre un terme à la facturation de frais complexes et prohibitifs sur les opérations réalisées à l'étranger ou avec l'étranger

Je vis dans la zone euro. Ma banque me facture des frais élevés chaque fois que je vire de l'argent dans un État membre extérieur à la zone euro. Après avoir utilisé ma carte de crédit à l'étranger, je me suis retrouvé avec une facture très élevée parce que la banque avait appliqué un taux de change moins favorable que celui du marché, sans m'en avoir dûment informé à l'avance.

En ce qui concerne les frais de transaction, le règlement (CE) n° 924/2009 concernant les paiements transfrontaliers⁴⁹ a supprimé les différences de frais entre paiements transfrontières et paiements nationaux en euros, au grand avantage des consommateurs qui effectuent des paiements en euros. En revanche, les citoyens désireux de virer des fonds dans d'autres pays de l'UE et dans une autre monnaie que l'euro doivent souvent acquitter des frais très élevés par rapport à ceux appliqués aux virements domestiques. Ces frais, qui comprennent les frais de transaction et les frais de change, peuvent représenter une part importante du montant de la transaction. Les frais de transaction appliqués aux consommateurs lambda pour des paiements transfrontières et des virements dans d'autres monnaies que l'euro ont tendance à être très élevés dans tous les États membres et ne sont pas toujours clairement indiqués aux clients. Or il existe de plus en plus de sites web de change entre particuliers, qui offrent des taux beaucoup plus avantageux et commencent à avoir un impact réel sur les marchés. Les entreprises doivent certes faire preuve de transparence en ce qui concerne les frais et les taux appliqués aux opérations de change, mais ces frais et taux ne sont eux-mêmes soumis à aucune réglementation européenne spécifique.

Pour les paiements par carte, les consommateurs ne connaissent pas toujours le taux de conversion qui sera appliqué à une transaction à l'étranger, par exemple à des retraits en liquide ou à des achats par carte de paiement dans un État membre utilisant une autre

⁴⁸ Voir, par exemple, l'étude de marché de la FCA sur les comptes d'épargne, qui propose d'envoyer un SMS pour prévenir de l'expiration prochaine de la période d'application d'un taux promotionnel (<https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>).

⁴⁹ Règlement (CE) n° 924/2009 du Parlement européen et du Conseil du 16 septembre 2009 concernant les paiements transfrontaliers dans la Communauté et abrogeant le règlement (CE) n° 2560/2001 (JO L 266 du 9.10.2009, p. 11).

monnaie. La conversion est généralement effectuée par la banque émettrice de la carte. Depuis quelques années, les commerçants proposent de plus en plus souvent d'appliquer le taux de change de leur propre banque (c'est ce que l'on appelle le «change dynamique au point de vente» ou DCC, pour *dynamic currency conversion*), ce qui assure au moins une certaine transparence au consommateur et peut s'avérer plus avantageux pour lui. Mais les taux proposés par les commerçants n'avantagent pas toujours le consommateur et, pour lui, ils sont souvent difficiles à comparer au cas par cas avec les taux proposés par sa propre banque, puisqu'il ne connaît pas précisément ces derniers au moment de la transaction. Autrement dit, jusqu'à présent, les consommateurs n'ont pas pu profiter de la concurrence liée aux formules de change dynamique.

Compte tenu de l'existence de différentes monnaies nationales dans l'UE et de la poursuite de l'intégration des marchés de services financiers de détail, cette question devrait prendre de plus en plus d'importance avec l'essor du commerce électronique dans le marché unique numérique, et elle devra faire l'objet d'une réflexion plus approfondie.

Questions

12. *Quelles autres mesures pourraient être prises au niveau de l'UE pour régler le problème de la surfacturation des paiements (virements) transfrontières dans l'UE impliquant différentes monnaies?*
13. *Outre les obligations d'information actuelles⁵⁰, d'autres mesures seraient-elles nécessaires pour que les consommateurs sachent quels frais de conversion leur seront facturés pour des transactions transfrontières?*

3.1.2 *Accéder aux services financiers de n'importe quel endroit d'Europe*

Nous nous sommes installés en France pour notre retraite et souhaitons conserver notre compte bancaire au Royaume-Uni pour y percevoir notre pension mensuelle. Mais notre banque refuse de renouveler notre carte de débit au motif que nous n'avons pas d'adresse permanente au Royaume-Uni. Elle ne maintiendra le compte ouvert que si nous y laissons une somme importante.

Nous avons également consulté un site très connu de comparaison des prix pour connaître les meilleurs taux d'épargne, et y avons lu l'avertissement suivant: «*Avant d'introduire votre demande, assurez-vous d'avoir lu et compris les conditions régissant le compte. En outre, vous devez être âgé de plus de 18 ans et résider en permanence au Royaume-Uni.*»

Les prestataires de services financiers ne proposant leurs produits à l'étranger que s'ils sont établis sur le marché visé, les consommateurs de l'UE peuvent rarement bénéficier des services financiers offerts dans d'autres États membres (hormis quelques rares produits

⁵⁰ Résolution législative du Parlement européen du 8 octobre 2015 sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant les services de paiement dans le marché intérieur et modifiant les directives 2002/65/CE, 2013/36/UE et 2009/110/CE et abrogeant la directive 2007/64/CE [COM(2013)0547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD)] Voir l'article 59 et l'article 60, paragraphe 3.

d'investissement)⁵¹. La directive sur les comptes de paiement renforcera le marché intérieur en interdisant toute discrimination fondée sur le lieu de résidence à l'encontre de consommateurs qui souhaitent se faire ouvrir ou utiliser un compte de paiement; mais dans la plupart des cas, les consommateurs se voient encore refuser des services s'ils ne résident pas dans le pays du prestataire⁵². Dans le secteur de l'assurance, c'est le lieu de résidence du consommateur, plus que son profil de risque individuel, qui détermine les options disponibles, car les assureurs établissent leurs contrats en se basant sur le pool de risque défini par la demande locale. Les prestataires en ligne peuvent employer des techniques de blocage géographique qui empêchent l'accès à des sites web, redirigent l'utilisateur vers d'autres sites ou ne lui permettent pas de conclure une transaction, parce qu'ils imposent des formats de saisie de données propres à tel ou tel pays (code postal ou informations de paiement, par exemple). Ces pratiques empêchent les consommateurs de demander les produits de leur choix.

Les consommateurs qui effectuent des achats dans l'UE ne devraient pas être traités différemment selon leur nationalité ou leur lieu de résidence, si cela n'est pas justifié par des critères objectifs. Des mesures de lutte contre le blocage géographique et d'autres formes de discrimination géographique ont été annoncées en mai 2015 dans le cadre de la stratégie pour le marché unique numérique et en novembre 2015 dans le cadre de la stratégie pour le marché unique⁵³. La Commission présentera d'ici à la mi-2016 des propositions législatives visant à mettre fin au blocage géographique injustifié et, plus généralement, à empêcher toute discrimination basée sur le lieu de résidence ou la nationalité des consommateurs.

Questions

14. Quelles mesures pourraient être prises pour éviter les discriminations injustifiées basées sur le lieu de résidence dans le secteur des services financiers de détail, y compris les assurances?

Améliorer la portabilité des produits

Je souhaite m'installer dans un autre État membre pour y occuper un nouvel emploi. J'ai depuis longtemps une assurance maladie privée dans mon État membre d'origine, mais, ne pouvant la transférer sur mon nouveau lieu de résidence, je vais devoir y souscrire un nouveau contrat d'assurance maladie privée. Or, j'ai découvert que mes primes seraient nettement plus élevées dans mon nouveau pays de résidence, car l'assurance se base sur mon dernier bilan de santé, et non sur l'ensemble de mon historique médical.

Les citoyens qui quittent leur État membre pour un autre risquent de ne plus pouvoir bénéficier des produits financiers acquis dans leur pays d'origine, tout en se trouvant exclus du secteur financier de leur nouveau pays de résidence. Cette situation peut être

⁵¹ BEUC, «*Protecting consumer interests in the retail financial services area*» (Protéger les intérêts des consommateurs dans le secteur des services financiers de détail) 2011, p. 3 (<http://www.beuc.org/publications/2011-09879-01-e.pdf>)

⁵² Voir l'exemple figurant dans la section 2.1.

⁵³ La consultation sur le blocage géographique est ouverte jusqu'au 28 décembre 2015 (voir <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/geoblocksurvey2015/>).

particulièrement difficile pour les consommateurs les moins bien armés pour négocier avec les prestataires de services de leur nouvel État membre de résidence, ou pour les citoyens qui ont besoin de recourir fréquemment à une couverture financière qu'ils ont parfois mis toute une vie à se constituer, comme l'assurance maladie privée.

En effet, il existe apparemment, dans l'assurance maladie privée, des clauses contractuelles qui limitent le droit aux prestations à l'État membre où l'assuré réside habituellement lors de la conclusion du contrat. Or, la résidence habituelle peut par nature changer au fil du temps. Les assurés qui déménagent dans un autre État membre risquent donc de ne plus pouvoir bénéficier des avantages liés à leurs contrats existants, se faire rembourser des frais hospitaliers ou percevoir leur pension de retraite privée. Ce problème touche plus particulièrement les personnes âgées, qui se voient souvent appliquer des primes plus élevées pour une assurance santé ou des soins de longue durée.

Des problèmes particuliers se posent aux consommateurs qui souhaitent percevoir les prestations liées à un contrat d'assurance retraite. Outre les difficultés non négligeables que peuvent rencontrer les assurés en cas de double imposition ou de dispositions fiscales contradictoires, de nombreux contrats d'assurance vie limitent la validité de l'assurance à l'État membre où réside habituellement l'assuré⁵⁴. Ces restrictions, qui limitent le choix des consommateurs et la concurrence transfrontière, constituent aussi un obstacle de taille pour les citoyens de l'UE désireux de s'installer dans un autre État membre, les plus touchés étant les retraités.

Question

15. Quelles mesures pourraient être prises au niveau de l'UE pour faciliter la portabilité des produits financiers de détail, tels que les produits d'assurance vie ou d'assurance maladie privée?

Faciliter la souscription et la reconnaissance transfrontières de contrats d'assurance de responsabilité civile professionnelle

Dans les secteurs où l'assurance de responsabilité civile professionnelle est obligatoire⁵⁵, les prestataires de services ont souvent des difficultés à trouver des produits qui couvrent la fourniture de leurs services dans plusieurs États membres. Dans le cadre de la stratégie pour le marché unique, la Commission a annoncé qu'elle examinerait l'évolution du marché de l'assurance obligatoire de responsabilité civile professionnelle (RCP) du point de vue de la disponibilité et de la reconnaissance mutuelle des contrats et qu'elle prendrait si nécessaire des mesures concernant les obligations d'assurance des prestataires de services aux entreprises et de services de construction.

⁵⁴ La question des régimes de retraite privés est traitée dans le cadre des travaux de la Commission sur l'union des marchés des capitaux.

⁵⁵ En vertu de l'article 23 de la directive «services», les États membres peuvent imposer aux prestataires de services de souscrire une assurance de responsabilité professionnelle ou de prévoir une autre forme de garantie financière. Directive 2006/123/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 relative aux services dans le marché intérieur (JO L 376 du 27.12.2006, p. 36).

Question

16. Quelles mesures pourraient être prises au niveau de l'UE pour faciliter la souscription, par les prestataires de services, d'une assurance de responsabilité civile professionnelle obligatoire, et sa reconnaissance par-delà les frontières?

3.1.3 Profiter en toute confiance des opportunités existant dans d'autres pays d'Europe

J'ai trouvé dans un autre État membre une offre de crédit très intéressante, à un taux beaucoup plus bas que ce qui m'est proposé ici. J'étais tentée, mais par crainte d'éventuels problèmes, j'ai finalement opté pour un produit plus cher proposé sur le marché local.

Les consommateurs ont besoin de savoir qu'ils seront suffisamment protégés avant et après l'achat d'un produit financier de détail, où qu'ils l'achètent dans l'Union⁵⁶.

Encourager la comparabilité et aider les consommateurs à mieux comprendre les offres grâce à une meilleure information

Les consommateurs ont besoin d'informations facilement compréhensibles. Les informations fournies devraient être claires et se concentrer sur ce qui permettra au consommateur de bien comprendre en quoi consiste le produit; elles devraient aussi tenir compte des comportements de consommation. Quel que soit son degré d'éducation financière, tout consommateur achetant un produit a besoin de savoir ce qu'il devra payer, à qui, et quels avantages il en retirera. Pour faire le bon choix, il doit pouvoir en comparer les coûts et les avantages. Les organisations de consommateurs, entre autres, ont un rôle important à jouer dans le partage et la diffusion d'évaluations impartiales des produits financiers.

Une éventuelle initiative dans ce domaine pourrait s'appuyer sur les efforts déployés depuis quelques années pour assurer la diffusion d'informations utiles, transparentes et comparables. Plusieurs mesures prises ces dernières années au niveau de l'UE contiennent en effet des dispositions en la matière, notamment la directive sur le crédit hypothécaire, la directive sur le crédit à la consommation, la directive sur les OPCVM⁵⁷, la directive révisée sur les marchés d'instruments financiers (MiFID II), le règlement sur les produits d'investissement packagés de détail et fondés sur l'assurance⁵⁸ et, pour les produits d'assurance non-vie, la directive sur la distribution d'assurances. La vente à distance (en ligne) de services financiers de détail est soumise aux obligations d'information imposées par la directive concernant la

⁵⁶ Dans l'enquête Eurobaromètre 373 «Retail Financial Services», p. 42, les principaux motifs d'inquiétude invoqués à propos de l'achat d'un produit financier dans un autre État membre sont les suivants: «Ne pas disposer d'informations claires» (29 %), «Vous ne connaissez pas vos droits en cas de problème» (28 %) et «La protection du consommateur est plus faible dans les autres pays de l'UE».

⁵⁷ Directive 2009/65/CE, modifiée en dernier lieu par la directive 2014/91/UE du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 modifiant la directive 2009/65/CE portant coordination des dispositions législatives, réglementaires et administratives concernant certains organismes de placement collectif en valeurs mobilières (OPCVM), pour ce qui est des fonctions de dépositaire, des politiques de rémunération et des sanctions (JO L 257 du 28.8.2014, p. 186).

⁵⁸ 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 (JO L 352 du 9.12.2014, p. 1).

commercialisation à distance de services financiers. Conformément au plan d'action pour la mise en place d'une union des marchés des capitaux, la Commission demandera aux AES d'étudier la question de la transparence des produits de retraite et des produits de détail à long terme, notamment du point de vue de leur performance nette réelle et des frais appliqués. En outre, l'essor du numérique, avec l'apparition de nouveaux produits et de nouveaux canaux de communication numériques qu'elle permet, offre l'occasion d'examiner plus avant comment les informations que les entreprises communiquent à leurs clients, y compris en application du droit de l'UE et des réglementations nationales, peuvent servir au mieux les intérêts de ces derniers et les aider à comprendre les produits et à acheter en toute confiance.

Question

17. De nouvelles mesures sont-elles nécessaires au niveau de l'UE pour accroître la transparence et la comparabilité des produits financiers (notamment en s'appuyant sur des solutions numériques) et renforcer ainsi la confiance des consommateurs?

Améliorer les possibilités de recours dans le secteur des services financiers de détail

Il est souvent difficile, pour les consommateurs, de trouver un mécanisme de recours approprié pour les achats transfrontières, ce qui peut les dissuader d'acheter des produits financiers dans d'autres États membres.

Pour aider les consommateurs dans de telles situations, la Commission a créé en 2001 le réseau pour la résolution des litiges financiers (FIN-NET), qui vise à faciliter le règlement des litiges transfrontières relatifs aux services financiers⁵⁹. Ce réseau informel, reposant sur une adhésion volontaire, réunit des médiateurs, des instances d'arbitrage et d'autres systèmes de règlement extrajudiciaire des litiges de toute l'UE. Les membres de FIN-NET ont des compétences et des approches différentes, allant de la participation volontaire des parties aux procédures d'arbitrage à une participation imposée, avec obligation de se conformer aux décisions. En outre, à l'heure actuelle, ce réseau ne couvre pas tous les États membres, ni toutes les activités du secteur financier de chaque pays⁶⁰.

Pour accroître la confiance des consommateurs dans les produits vendus dans d'autres États membres, le réseau FIN-NET pourrait être amélioré de manière à garantir que tous ses membres sont répertoriés comme répondant aux exigences de qualité imposées aux «entités de règlement extrajudiciaire des litiges» par la directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation⁶¹. Pour que ce réseau renforcé profite aux consommateurs, il faudrait qu'ils soient plus nombreux à en connaître l'existence. En effet, bien qu'ayant traité plus de 3 500 réclamations transfrontières en 2014, il n'est guère connu du grand public. La Commission examinera si le renforcement de la notoriété de FIN-NET doit être une priorité immédiate. À long terme, et dans l'éventualité d'une intégration transfrontière plus poussée, il faudra peut-être envisager de nouvelles mesures pour améliorer encore le système de

⁵⁹ Pour de plus amples renseignements, voir: http://ec.europa.eu/finance/fin-net/index_fr.htm.

⁶⁰ FIN-NET compte actuellement 57 membres dans 22 États membres de l'UE et dans les trois pays de l'EEE non membres de l'UE (Norvège, Islande et Liechtenstein).

⁶¹ Directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE (JO L 165 du 18.6.2013, p. 63).

règlement extrajudiciaire des litiges portant sur des services financiers de détail, à partir de l'expérience tirée de la mise en œuvre de la directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

En 2013, la Commission a adopté une recommandation sur le recours collectif⁶². Cette recommandation invite les États membres à mettre en place des mécanismes de recours collectif en cas de violation de droits conférés par le droit de l'Union, y compris en matière de services financiers. Les recours collectifs ont prouvé leur efficacité en tant qu'instrument de défense des intérêts des consommateurs dans le domaine des services financiers⁶³. La Commission évaluera la mise en œuvre de la recommandation en se fondant sur l'expérience pratique acquise d'ici à juillet 2017.

Questions

18. *Des mesures devraient-elles être prises pour renforcer la notoriété de FIN-NET auprès des consommateurs et son efficacité dans le contexte de la mise en œuvre de la directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges?*
19. *Les consommateurs peuvent-ils obtenir des réparations financières adaptées en cas de vente abusive de produits financiers et d'assurance de détail? Si tel n'est pas le cas, comment leur garantir cette possibilité?*

Protection des victimes en cas d'insolvabilité d'un assureur automobile

Un consommateur victime d'un accident de voiture dans un autre État membre risque de ne pas être indemnisé en cas d'insolvabilité de l'assureur de la partie responsable. En effet, tous les États membres n'ont pas encore adhéré à l'accord volontaire visant à garantir l'indemnisation des victimes d'accidents causés par un véhicule assuré par un assureur insolvable établi dans un autre État membre que celui où a eu lieu l'accident. Récemment, à la suite de l'insolvabilité d'un assureur qui assurait des véhicules à l'étranger, l'indemnisation d'environ 1 750 personnes a dû être prise en charge par un fonds de garantie d'un autre État membre.

Questions

20. *Des mesures sont-elles nécessaires pour garantir que les victimes d'accidents de voiture seront couvertes par les fonds de garantie d'autres États membres en cas d'insolvabilité de l'assureur?*

Améliorer la transparence et la comparabilité des assurances complémentaires

Lorsque je suis allé chercher la voiture de location que j'avais réservée, on m'a proposé de payer, en plus du tarif de base de la location et de mon assurance actuelle, un montant élevé pour bénéficier d'une assurance complémentaire.

Les consommateurs ne sont souvent pas informés du coût ou de la valeur des produits d'assurance complémentaire et peuvent être confrontés à des prix élevés en raison d'un

⁶² Recommandation de la Commission du 11 juin 2013 relative à des principes communs applicables aux mécanismes de recours collectif en cessation et en réparation dans les États membres en cas de violation de droits conférés par le droit de l'Union (JO L 201 du 26.7.2013, p. 60).

⁶³ Voir, par exemple, les recours collectifs intentés contre des produits d'assurance vie en France et contre des systèmes d'actions privilégiées et de pyramides financières en Espagne.

manque de concurrence et d'information. C'est le cas, par exemple, dans le secteur de la location automobile: sur les 1758 plaintes de consommateurs relatives aux locations de véhicules automobiles qui ont été signalées en 2014, 44,7 % concernaient des frais supplémentaires (liés, par exemple, à des dommages ou à des services supplémentaires tels que des produits d'assurance non présentés lors de la réservation)⁶⁴. Pour les produits d'assurance, y compris ceux qui sont attachés à un autre produit, la directive sur la distribution d'assurance renforcera les obligations d'information (mais pas sur les prix), de manière à éviter les préjudices pour les consommateurs. En outre, le 4 juillet 2015, cinq grandes sociétés de location de voitures ont accepté de revoir leurs relations avec la clientèle et de mieux informer les consommateurs, dès l'étape de la réservation, sur les rachats de franchise et les assurances facultatives⁶⁵.

Questions

21. Quelles autres mesures pourrait-on prendre pour améliorer la transparence entourant les produits d'assurance complémentaire et faire en sorte que les consommateurs qui achètent ces produits le fassent en toute connaissance de cause? En ce qui concerne le secteur de la location automobile, faut-il prendre des mesures spécifiques à propos des produits complémentaires?

3.2 Ouvrir de nouveaux débouchés pour les prestataires

Les prestataires de services se heurtent à des obstacles lorsqu'ils tentent d'exercer leurs activités dans un autre État membre sans s'y établir, c'est-à-dire sans y ouvrir de succursale ou de filiale. C'est pourquoi ils ne proposent généralement pas leurs produits dans d'autres États membres ni ne cherchent à les rendre transférables. La présente section porte sur la manière dont la Commission pourrait aider à réduire les coûts et les risques associés à la prestation transfrontière de services financiers, afin que celle-ci devienne possible pour les entreprises et qu'elle permette d'accroître la concurrence dans l'UE et d'élargir le choix offert aux consommateurs.

3.2.1 Relever les défis de la numérisation et exploiter les opportunités qu'elle offre

Le passage au numérique offre aux entreprises de nouvelles possibilités de dialogue avec leurs clients, mais il comporte aussi de nombreux défis. Fournir, grâce au numérique, des services à distance ou par-delà les frontières peut présenter des difficultés lorsque ces services étaient jusque-là fournis en présence du client. La présente section se penche sur ces difficultés et sur la nécessité de prendre des mesures au niveau de l'UE pour les réduire, parallèlement aux

⁶⁴ Location automobile: données clés provenant de la base de données des centres européens des consommateurs (http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/cross-border_enforcement_cooperation/docs/car_rental_version2_en.pdf)

⁶⁵ Commission européenne, «Better protection for consumers when renting cars» (Location de voiture: mieux protéger les consommateurs), site internet (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/150713_en.htm)

travaux menés dans le cadre de l'initiative de la Commission en faveur du marché unique du numérique. C'est un sujet qui intéresse également particulièrement les acteurs du secteur⁶⁶.

Aider les entreprises à mieux tirer parti du numérique

La rapidité du passage au numérique fait que certaines évolutions favorables à la concurrence et aux consommateurs sont rendues impossibles ou sont freinées par des dispositions législatives ou autres, car elles n'avaient pas été anticipées au moment où ces dispositions ont été élaborées. La Commission aimerait savoir comment, au niveau européen, encourager les entreprises à proposer des services innovants et attractifs pour les consommateurs et comment éviter une fragmentation des marchés selon les frontières nationales.

Questions

22. Quelles mesures peuvent être prises au niveau de l'UE pour aider les entreprises à créer des services financiers numériques innovants et à les proposer dans toute l'Europe, en assurant un niveau adéquat de sécurité et de protection des consommateurs?

Permettre la signature et la vérification de l'identité sous forme électronique

Une banque, qui propose des taux d'intérêt relativement élevés, est contactée par des consommateurs d'autres États membres qui souhaitent y déposer leur épargne. Les dispositions en matière de lutte contre le blanchiment de capitaux imposent toutefois à cette banque de vérifier l'identité de ses clients, ce qui est difficile à distance et doit donc être effectué par une succursale. Ne souhaitant pas, pour des raisons de coût et de temps, se rendre à l'une de ses succursales, les consommateurs décident de ne pas déposer leur argent auprès de cette banque.

Les entreprises ont fait observer que leur capacité à nouer et maintenir des relations commerciales à distance avec des clients était restreinte par l'obligation de s'informer sur ces derniers (KYC, pour «know your customer»), que leur impose la législation antiblanchiment. L'étude de la Commission sur la directive concernant la commercialisation à distance de services financiers⁶⁷ cite également cet obstacle. Il concerne de nombreux services financiers, mais plus particulièrement les produits d'épargne et d'investissement⁶⁸.

⁶⁶ Voir, par exemple, le rapport de la Fédération bancaire de l'Union européenne, «Driving the Digital Transformation» (Conduire la mutation numérique) (<http://www.ebfdigitalbanking.eu/>).

⁶⁷ «Analysis of the Economic Impact of Directive 2002/65/EC concerning the distance marketing of consumer financial services on the conclusion of cross-border contracts for financial services between suppliers and consumers within the Internal Market» (Analyse de l'impact économique de la directive 2002/65/CE concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs sur la conclusion de contrats transfrontières de services financiers entre prestataires et consommateurs au sein du marché intérieur), rapport final (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/final_rep_financial_services_2009.pdf)

⁶⁸ Il convient de noter que la quatrième directive antiblanchiment a été adoptée cette année. Son approche fondée sur les risques permet une plus grande souplesse afin de tenir compte des particularités nationales et des circonstances des différentes transactions ou relations commerciales. Voir la directive (UE) 2015/849 du Parlement Européen et du Conseil du 20 mai 2015 relative à la prévention de l'utilisation du système financier aux fins du blanchiment de capitaux ou du financement du terrorisme, modifiant le règlement (UE) n° 648/2012 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 2005/60/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2006/70/CE de la Commission (JO L 141 du 5.6.2015, p. 73).

L'obligation de s'informer sur un client suppose généralement de vérifier son identité sur la base de documents issus de plusieurs sources, et de confirmer cette identité en le rencontrant en personne. Les modalités précises varient selon les États membres, certains d'entre eux autorisant la vérification à distance des informations (sous certaines conditions), par exemple au moyen de webcams et de documents scannés, ou la vérification par des tiers des documents originaux, par exemple par l'intermédiaire de bureaux de poste. Les États membres n'ayant pas tous prévu ce type d'options, les dispositifs de vérification par des tiers ne sont pas accessibles à toutes les entreprises qui proposent des produits en dehors de leurs frontières nationales.

Les règles en vigueur dans certains États membres limitent également la possibilité de signer des contrats à distance, ce qui restreint encore la capacité des prestataires transfrontières à engager des relations commerciales avec de nouveaux clients. Cela limite considérablement la vente à distance de produits et pourrait avoir un effet disproportionné sur les activités transfrontières. Le règlement relatif à l'identification électronique et aux services de confiance pour les transactions électroniques au sein du marché intérieur (eIDAS)⁶⁹ est prometteur à cet égard; il apportera une solution pour l'utilisation transfrontière de l'identification électronique et des services de confiance électroniques (signatures électroniques, cachets électroniques, horodatages électroniques, service d'envoi recommandé électronique et authentification de site web). Il devrait permettre aux entreprises d'identifier plus facilement leurs clients à distance ou d'obtenir une authentification forte des parties aux opérations de paiement en application de la directive révisée sur les services de paiement. Dans ce contexte, le secteur financier est considéré comme l'un de ceux qui pourraient bénéficier le plus des solutions d'identification électronique.

La marge d'amélioration dans ce domaine pourrait être considérable. La généralisation des mesures de vérification à distance actuellement en place dans certains États membres, ainsi que la diffusion de l'identification électronique et des services de confiance, pourraient contribuer à l'élimination d'un obstacle majeur à la fourniture transfrontière de services. Parmi les autres solutions pourraient figurer la suppression des limites administratives à l'établissement à distance de contrats, le développement de nouveaux dispositifs d'identité électronique, ou la généralisation des mesures permettant la vérification de l'identité par l'intermédiaire de tiers, ou permettant à un consommateur qui change de prestataire de faire reconnaître à ce dernier une vérification antérieure. Ces solutions ne doivent évidemment pas diminuer l'efficacité des mesures de l'UE contre le blanchiment de capitaux ou le financement d'activités illégales.

Questions

23. Des mesures supplémentaires sont-elles nécessaires pour améliorer l'application de la législation européenne relative à la lutte contre le blanchiment de capitaux, notamment pour faire en sorte que les prestataires de services soient en mesure d'identifier les

⁶⁹ Règlement (UE) n° 910/2014 du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein du marché intérieur et abrogeant la directive 1999/93/CE (JO L 257 du 28.8.2014, p. 73).

clients à distance, tout en maintenant les exigences du cadre actuel?

24. Des mesures supplémentaires sont-elles nécessaires, notamment en ce qui concerne les normes de sécurité, pour promouvoir la diffusion et l'utilisation de l'identification électronique et des signatures électroniques dans les services financiers de détail?

Améliorer l'accès aux données financières et leur facilité d'utilisation

Un prêteur est contacté par des consommateurs d'autres États membres qui sont à la recherche d'un crédit. Comme ces consommateurs viennent d'un autre État membre, il ne peut obtenir que peu d'informations à leur sujet lorsqu'il tente d'évaluer leur solvabilité. Étant dans l'impossibilité de vérifier les informations qu'ils lui fournissent, il décide alors de ne pas leur accorder de crédit.

Sans avoir accès aux données sur les consommateurs, les entreprises ne peuvent que difficilement fournir des produits financiers (en particulier de crédit ou d'assurance) sur d'autres marchés, car elles ne sont pas en mesure d'évaluer les risques auxquels elles s'exposent. Elles ne peuvent pas non plus évaluer les risques attachés aux consommateurs mobiles dont les données ont été compilées dans un autre État membre. Avec l'essor du numérique, l'appétit des entreprises pour les données s'accroît, les procédés qu'elles utilisent pour fixer le prix de leurs produits étant de plus en plus sophistiqués. Par ailleurs, les données clients constituent parfois elles-mêmes le prix de certaines offres présentées comme gratuites par les prestataires de services numériques, lesquels traitent et utilisent ces données à des fins commerciales ou les vendent à d'autres sociétés.

En vertu de la directive sur le crédit à la consommation et de la directive sur le crédit hypothécaire, les créanciers ont le droit de consulter les bases de données sur le crédit dans d'autres États membres, sur une base non discriminatoire, pour évaluer la solvabilité de clients potentiels. Les entreprises continuent cependant à se heurter à des problèmes lorsqu'elles tentent d'utiliser ces données, car les techniques de collecte, de distribution et d'exploitation des données varient encore grandement d'un pays à l'autre de l'UE, et il n'y a pas de consensus quant aux données pertinentes pour évaluer la solvabilité. Certains registres de crédit, par exemple, ne recueillent que des données «négatives»⁷⁰, alors que d'autres bases de données contiennent aussi des données «positives»⁷¹. L'accès aux données et leur exploitation peuvent donc s'avérer problématiques et de nombreuses entreprises peuvent aussi avoir des difficultés économiques à fournir leurs services sur une base transfrontière. Des dispositifs privés d'échange transfrontière de données de crédit ont été mis en place par l'Association of Consumer Credit Information Suppliers (ACCIS)⁷² mais ils ne relient actuellement les registres de crédit à la consommation que d'un nombre limité d'États membres. Par ailleurs, les registres de crédit privés collectent souvent plus de données qu'il n'est nécessaire pour une évaluation de la solvabilité, ou des données dont l'utilité pour l'évaluation de la solvabilité est discutable.

⁷⁰ Les informations sur un crédit ne sont recueillies qu'à partir du moment où le consommateur a manqué à ses obligations de paiement.

⁷¹ Chaque crédit est individuellement enregistré. Des données relatives aux autres types d'engagements peuvent également être recueillies.

⁷² De plus amples informations sur l'ACCIS peuvent être obtenues à l'adresse suivante: <http://www.accis.eu/>

Avec le passage au numérique du secteur des services financiers, les entreprises d'assurance et d'autres entreprises de services financiers ont recours à des outils informatiques modernes et à l'analyse de mégadonnées pour proposer des produits d'assurance de plus en plus personnalisés avec une tarification sur mesure des risques, nécessitant des méthodes de suivi étroit faisant un usage intensif de données, telles que des systèmes télématiques. Cette progression de l'utilisation de données ouvre d'importantes perspectives de baisse des prix pour de nombreux consommateurs, mais ces pratiques suscitent également des inquiétudes quant au respect de la vie privée et à la protection des données, qu'il convient de prendre en considération.

Les consommateurs voudront aussi pouvoir tirer avantage de cette plus large diffusion des données pour faire valoir un historique de sinistres favorable ou un bon coefficient de bonus/malus. La directive sur l'assurance automobile⁷³ prévoit actuellement le droit pour le preneur d'assurance de demander à tout moment à son assureur une attestation relative à ses sinistres au cours des cinq dernières années, mais bien souvent, dans la pratique, cela ne se traduit pas par des primes moins élevées lors de la conclusion d'un nouveau contrat d'assurance. Cela s'explique notamment par des différences entre les méthodes de calcul de la réduction des primes, y compris en ce qui concerne la longueur de la période que doit couvrir l'attestation, par le manque de confiance dans les attestations fournies par les assureurs, qui ne sont pas harmonisées, et par des différences entre les facteurs de risque pris en compte pour fixer les primes.

Questions

25. *Selon vous, quels types de données sont nécessaires pour une évaluation de la solvabilité?*
26. *L'utilisation accrue, par les entreprises (y compris les entreprises traditionnellement non financières), de données financières et non financières à caractère personnel impose-t-elle de prendre nouvelles mesures pour faciliter la fourniture de services ou pour garantir la protection des consommateurs?*
27. *Pour que les entreprises soient en mesure de fournir des services sur une base transfrontière, doit-on renforcer les exigences relatives à la forme, au contenu ou à l'accessibilité des historiques de sinistres des assurés (par exemple en ce qui concerne la période couverte ou le contenu)?*

Faciliter le service après-vente

Un assureur souhaite proposer dans un autre État membre des services en ligne d'assurance du contenu de l'habitation, mais cela nécessiterait d'investir dans un service clientèle en langue locale. Il ne pense pas que l'activité déagée sera suffisante pour justifier une telle dépense.

Les entreprises ont des obligations de service après-vente envers leurs clients qui peuvent être difficiles à honorer à distance. Répondre aux questions, évaluer et satisfaire les demandes d'indemnisation, discuter des préoccupations des clients et gérer les plaintes nécessite

⁷³ Directive 2009/103/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 septembre 2009 concernant l'assurance de la responsabilité civile résultant de la circulation de véhicules automoteurs et le contrôle de l'obligation d'assurer cette responsabilité (JO L 263 du 7.10.2009, p. 11).

généralement une intervention physique du personnel de la société, ou des gestionnaires de sinistres dans le cas des entreprises d'assurance. Cette intervention est possible à distance, mais peut néanmoins nécessiter que l'entreprise fasse d'importants investissements, surtout si des services doivent être fournis dans d'autres langues. Ce problème touche particulièrement les assureurs, compte tenu de leurs obligations de gestion des sinistres, pour lesquelles la présence d'un représentant de l'entreprise (tel qu'une succursale ou une filiale) dans l'État membre où se trouve le client semble essentielle. S'il y a moyen de surmonter ce problème en ayant recours à la sous-traitance ou à l'externalisation, ces options ne sont pas toujours possibles ni attrayantes, compte tenu notamment de la nécessité de superviser les sous-traitants agissant pour le compte de l'entreprise.

Questions

28. De nouvelles mesures sont-elles nécessaires pour aider les entreprises à fournir des services après-vente dans un autre État membre où elles ne possèdent ni filiale ni succursale?

Faire converger les procédures relatives à l'insolvabilité des personnes physiques, à l'évaluation des biens immobiliers et à l'exécution des garanties

Un prêteur est contacté par des consommateurs d'autres États membres, intéressés par le niveau peu élevé des taux fixes qu'il propose sur des crédits hypothécaires résidentiels. Incertain de la manière dont la valeur des biens immobiliers situés dans d'autres États membres est estimée et de la possibilité de faire jouer, au besoin, les garanties hypothécaires, il ne peut accorder de prêts à ces consommateurs.

Les créanciers peuvent hésiter à proposer davantage de crédits sur une base transfrontière parce qu'ils ne disposent pas de connaissances suffisantes sur les régimes d'insolvabilité personnelle applicables dans les autres États membres (lorsque ces régimes existent). Si le plan d'action pour l'union des marchés des capitaux prévoit des mesures pour accroître la convergence entre les 28 États membres sur certains aspects du droit de l'insolvabilité des entreprises, tels que la restructuration précoce et l'efficacité de l'organisation des procédures transfrontières, d'importantes divergences subsistent encore au sein de l'Union en ce qui concerne les régimes d'insolvabilité des personnes. Pour les entreprises qui souhaitent engager une relation commerciale transfrontière avec des clients, cela crée un risque supplémentaire, en particulier s'il s'agit d'octroyer des crédits (si les prêteurs ne sont pas en mesure d'évaluer et de quantifier le résultat des procédures d'insolvabilité et des dispositions relatives aux saisies, ils ne seront pas disposés à prêter à des particuliers). Les dispositions législatives et les pratiques des États membres en matière de défaillance et d'insolvabilité des entreprises et de surendettement des particuliers font actuellement l'objet de deux études dont les résultats sont attendus pour 2016.

De même, il est essentiel pour les créanciers de bien appréhender la valeur d'un bien immobilier, pour pouvoir être certains de la valeur de la garantie en cas de défaillance du débiteur. Si la directive sur le crédit hypothécaire exige la mise en place, dans tous les États membres, de normes fiables pour l'évaluation des biens immobiliers, elle ne garantit pas une entière convergence de ces normes au niveau de l'UE. Il est possible qu'en raison de cette

absence de convergence totale, certains créanciers doutent encore de la valeur des garanties hypothécaires situées dans d'autres États membres.

Questions

29. *Des mesures supplémentaires sont-elles nécessaires pour encourager les prêteurs à accorder des crédits hypothécaires ou des prêts sur une base transfrontière?*

3.2.2 Respecter des dispositions réglementaires qui diffèrent selon les États membres d'accueil

Les différences entre les régimes réglementaires des États membres ont une incidence notable sur le coût et les risques associés à la fourniture transfrontière de services financiers. Bien que la législation européenne assure un certain degré d'harmonisation au sein de l'UE, il existe néanmoins des différences juridiques dans certains domaines, tels que le droit des contrats, et les entreprises ont donc à se conformer à un ensemble conséquent de prescriptions réglementaires dans chaque État membre.

Les exigences peuvent varier en fonction de caractéristiques spécifiques des traditions juridiques ou des secteurs financiers des États membres. Les cadres réglementaires nationaux divergent sensiblement dans des domaines tels que les contrats, la protection des données, la protection des consommateurs, la publication d'informations, la lutte contre le blanchiment de capitaux ou la fiscalité. En ce qui concerne la loi applicable aux aspects civils des contrats, il convient de distinguer les contrats d'assurance des autres types de contrats. Dans le domaine de l'assurance, la loi applicable est, en principe, celle du pays où est situé le risque assuré, qui est souvent celui dans lequel le preneur d'assurance a sa résidence habituelle⁷⁴. La possibilité pour les parties de choisir d'appliquer une autre loi est très restreinte. Pour les autres contrats conclus avec des consommateurs, les parties peuvent choisir d'appliquer aux transactions transfrontières la loi des contrats de l'État membre du vendeur, ce qui peut dans certains cas réduire les coûts de conformité juridique supportés par les entreprises; cependant, lorsque le vendeur exerce des activités dans l'État membre dans lequel un consommateur a sa résidence habituelle, ou dirige ses activités vers cet État membre, ce choix ne saurait remettre en cause la protection assurée au consommateur par la loi de ce dernier⁷⁵.

Ces différences peuvent entraîner des coûts et des risques importants pour les entreprises qui souhaitent proposer leurs services à des consommateurs situés dans un autre État membre. Pour les activités non financières, les coûts liés au respect de la législation sur les contrats sont estimés en moyenne à 10 000 EUR pour chaque État membre⁷⁶. Les entreprises financières doivent, en plus de ce montant, supporter d'importants coûts supplémentaires dans chaque État membre à cause des dispositions législatives et réglementaires particulières qui

⁷⁴ Voir l'article 7 du règlement (CE) n° 593/2008 du Parlement européen et du Conseil du 17 juin 2008 sur la loi applicable aux obligations contractuelles (Rome I) (JO L 177 du 4.7.2008, p. 6).

⁷⁵ Voir l'article 3, l'article 4, paragraphe 1, point b), et l'article 6 du règlement Rome I; Communication de la Commission: Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, p. 11 (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_fr.pdf)

⁷⁶ Communiqué de presse de la Commission européenne: Droit commun européen de la vente, p. 2 (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/i11_1175_fr.pdf)

s'appliquent au secteur⁷⁷. Les prescriptions et les coûts peuvent également différer selon que l'entreprise opère sur la base de la liberté d'établissement (avec une présence physique) ou de la libre prestation de services (y compris en ligne). D'une manière générale, une entreprise qui fournit des services doit se conformer à une partie seulement de la réglementation de l'État membre d'accueil, par exemple en matière de conduite professionnelle ou de protection des consommateurs.

Un certain nombre d'activités⁷⁸ peuvent actuellement bénéficier de «passeports» européens, qui permettent aux entreprises agréées dans un État membre de fournir leurs services dans un autre État membre, avec des charges et des formalités administratives réduites. Ce mécanisme de passeport n'élimine cependant pas les coûts de conformité juridique et ne s'applique pas à tous les produits. D'autres méthodes envisageables pour réduire progressivement les coûts et les risques liés aux différences entre les obligations juridiques sont décrites ci-dessous.

Faciliter aux entreprises la mise en conformité avec les obligations juridiques en vigueur dans d'autres États membres

Une plate-forme financière en ligne se heurte à des difficultés lorsqu'elle tente de proposer des produits d'épargne dans plusieurs États membres. Les informations sont difficilement accessibles et elle ne reçoit guère de soutien constructif de la part des autorités des États membres, en dépit des avantages que présentent ses produits pour les consommateurs. Ses coûts juridiques et de conformité sont élevés, ce qui réduit l'attrait de son offre.

Les États membres pourraient aider davantage les entreprises à opérer dans le cadre juridique actuel et à se mettre en conformité avec les obligations qu'elles doivent respecter pour pouvoir fournir des services dans d'autres États membres. À l'heure actuelle, les entreprises peuvent se tourner vers le réseau européen SOLVIT⁷⁹, qui les aide lorsqu'elles sont confrontées à des problèmes avec des autorités publiques qui n'appliquent pas correctement la législation européenne, ou vers les «guichets uniques», qui leur fournissent une assistance en ce qui concerne les obligations liées à la fourniture transfrontière de services⁸⁰. De telles initiatives pourraient être appliquées de manière plus large dans le domaine des services financiers et de l'assurance en vue de réduire les coûts et les risques auxquels s'exposent les entreprises souhaitant exercer leurs activités sur les marchés d'autres États membres.

Les gouvernements des États membres ou les autorités nationales compétentes pourraient renforcer encore (par exemple, au moyen de points de contact uniques) l'assistance pratique

⁷⁷ Le groupe d'experts de la Commission sur le droit européen du contrat d'assurance a constaté récemment que certaines prescriptions nationales concernant la forme des contrats d'assurance entraînaient indubitablement des coûts pour les entreprises. Voir le rapport final du groupe d'experts de la Commission sur le droit européen du contrat d'assurance (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report_en.pdf), p. 90

⁷⁸ Parmi les entreprises concernées figurent, par exemple, les établissements de crédit, les entreprises d'assurance, les courtiers d'assurance et les intermédiaires de crédit hypothécaire.

⁷⁹ De plus amples informations sur le réseau SOLVIT sont disponibles sur son site web (<http://ec.europa.eu/solvit/>)

⁸⁰ De plus amples informations au sujet des guichets uniques peuvent être obtenues sur leur site web (http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_en.htm) Ces entités ont été créées en vertu de la directive sur les services.

mise à la disposition des entreprises pour les procédures de mise en conformité transfrontière. Cela permettrait de soutenir les entreprises qui rencontrent des difficultés pour se lancer à l'étranger, et de favoriser l'intégration future des marchés de l'Union européenne ainsi que le développement et la diffusion de nouvelles technologies et de solutions innovantes, axées sur le marché, pour résoudre les problèmes de concurrence.

Questions

30. *Est-il nécessaire de prendre des mesures au niveau de l'Union européenne pour que les gouvernements des États membres ou les autorités nationales compétentes apportent une assistance pratique (par exemple, au moyen de points de contact uniques) en vue de faciliter la vente transfrontière de services financiers, en particulier pour les entreprises ou les produits innovants?*
31. *Quelles mesures seraient le plus utiles pour faire en sorte que les entreprises puissent plus facilement tirer parti de la liberté d'établissement ou de la libre prestation de services pour les produits innovants (telles qu'une réorganisation de la coopération entre les autorités de surveillance des pays d'origine et d'accueil)?*

Créer des régimes paneuropéens autonomes ou plus harmonisés

Un assureur propose des contrats d'assurance vie simples à un prix concurrentiel sur son marché national, en se conformant à toutes les exigences juridiques et réglementaires. Il constate que les primes sont beaucoup plus élevées dans d'autres États membres et y voit une opportunité commerciale à saisir. Toutefois, son produit étant conçu pour répondre aux exigences juridiques et réglementaires de son État membre d'origine, il ne peut pas le vendre sur d'autres marchés.

Pour élargir le choix de produits tout en réduisant les coûts supportés par les entreprises et en assurant aux consommateurs une protection adéquate, un cadre juridique distinct pourrait dans certains cas constituer la meilleure solution. Pour les produits aux caractéristiques identiques, ce cadre pourrait être un régime «opt-in», reposant sur une base volontaire. Son avantage serait d'assurer une standardisation entre les États membres et de permettre de surmonter les nombreuses divergences entre les réglementations nationales dans certains domaines. En outre, ce pourrait être un bon moyen de proposer des produits financiers comparables et faciles à comprendre, ce qui permettrait d'accroître la confiance des consommateurs et de les encourager à acheter des produits par-delà les frontières. Le plan d'action pour l'union des marchés des capitaux annonce l'intention de la Commission d'étudier l'opportunité d'établir un cadre stratégique pour la mise en place d'un marché européen de produits d'épargne retraite individuels simples, rentables et compétitifs.

En 2015, l'AEAPP a mené une consultation sur la création d'un produit paneuropéen standardisé d'épargne retraite individuelle. Ces travaux de l'AEAPP pourraient servir de base à l'élaboration d'un régime «opt-in» pour un produit paneuropéen d'assurance vie, compte tenu des similitudes entre ces produits. Cela pourrait également être utile pour d'autres produits.

On pourrait également parvenir à un résultat similaire en rapprochant les régimes et droits nationaux, afin de favoriser une plus grande convergence au moyen d'orientations, d'une comparabilité accrue ou de pratiques uniformisées, éventuellement en développant davantage les mécanismes actuels de passeport ou en en créant de nouveaux, et grâce à l'harmonisation

des normes en matière de surveillance (sous la houlette des AES) en vue de limiter les problèmes avec les autorités de réglementation des États d'accueil. Les règles «d'intérêt général»⁸¹ dans le secteur de l'assurance, qui font exception aux principes fondamentaux du traité en matière de libre circulation, sont une notion qui mériterait d'être éclaircie. On pourrait s'inspirer du régime des OPCVM, qui constitue un exemple actuel de régime paneuropéen réussi.

Questions

32. *Pour quels produits du secteur des services financiers de détail une standardisation ou des régimes «opt-in» permettraient-ils le plus efficacement de surmonter les divergences entre les législations des États membres?*
33. *De nouvelles mesures au niveau de l'UE sont-elles nécessaires en ce qui concerne le principe de «situation du risque» dans la législation sur l'assurance et pour clarifier les règles relatives à «l'intérêt général» dans le secteur de l'assurance?*

Section 4 Prochaines étapes

Les parties intéressées sont invitées à communiquer leurs réponses aux questions du présent livre vert avant le 18 mars 2016 au moyen du **questionnaire en ligne**: [lien].

La présente consultation suit les règles normales de la Commission européenne en matière de consultation publique. Les réponses au questionnaire en ligne seront publiées, sauf indication contraire de la part des participants. Afin de garantir un processus de consultation transparent et équitable, seules les réponses reçues via le questionnaire en ligne seront prises en compte et intégrées dans le rapport de synthèse. En cas de problème, ou si vous avez besoin d'une assistance particulière pour remplir le questionnaire, veuillez contacter: [adresse électronique].

Les règles générales de protection des données à caractère personnel peuvent être consultées sur le site EUROPA à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_fr.htm#personaldata. La déclaration relative au respect de la vie privée concernant cette consultation peut être obtenue à l'adresse suivante: [lien].

Vous êtes également invités à examiner s'il existe des obstacles qui ne sont pas abordés dans le présent document, et si certains des obstacles qui y sont décrits touchent plus particulièrement les petites et moyennes entreprises.

Pendant le processus de consultation, la Commission européenne:

- travaillera avec le Parlement européen pour obtenir un retour d'information direct de la part de ses membres;

⁸¹ Un État membre peut invoquer la notion d'intérêt général pour obliger un assureur qui souhaite exercer ses activités sur son territoire en vertu du droit d'établissement ou de la libre prestation de services à se conformer à ses lois nationales. Or, la notion d'intérêt général n'est pas définie dans les directives sur l'assurance, mais décrite dans la *communication interprétative de la Commission sur la liberté de prestation de services et l'intérêt général dans le secteur des assurances* (JO C 43, 16.02.2000) sur la base des exigences fixées par la Cour de justice.

- invite les États membres à organiser des consultations et des rencontres avec le public et les parlementaires nationaux afin d'encourager le débat sur ces questions au niveau national; et
- organisera de manière transparente et équilibrée des ateliers afin de consulter les parties ayant une expertise technique spécifique (universitaires, acteurs du marché) en vue de pouvoir formuler un avis éclairé sur certaines questions.

L'objectif de la Commission est, en ouvrant le marché unique des services financiers de détail et en améliorant son fonctionnement, d'en maximiser les avantages pratiques pour le plus grand nombre possible de consommateurs européens, pour que ces derniers disposent d'un choix plus vaste de produits financiers de meilleure qualité. Notre action aura aussi pour but de faire tomber certaines des barrières pratiques qui empêchent les entreprises de proposer leurs services sur une base transfrontière. La Commission continuera également de poursuivre ses objectifs plus généraux consistant à mettre fin aux blocages géographiques injustifiés et autres formes de discrimination fondée sur la nationalité ou le lieu de résidence, à soutenir la confiance des consommateurs grâce à l'existence de voies de recours appropriées, et à améliorer l'accès à des informations compréhensibles, comparables et proportionnées sur les services financiers de détail.

La Commission organisera une conférence au début de l'année 2016 afin d'examiner les résultats de la consultation et de débattre des domaines prioritaires mentionnés dans le présent livre vert. La Commission prévoit de publier vers l'été 2016 un plan d'action sur les services financiers de détail pour faire suite à la présente consultation.