

A cartes rebattues...

L'intermédiation au carrefour de la transparence et de la «mifidisation»

Les nouvelles réglementations dans leur lettre mais aussi, désormais, dans leur esprit.

Pour sa traditionnelle table ronde sur l'intermédiation financière, le 10^e de rang, Farad International – qui par la même occasion fêtait ses quinze années d'existence –, s'est penché sur la vague de transparence qui touche le monde de la finance en général et celui de la distribution de l'assurance vie en particulier.

Une vague de transparence dont les véhicules sont connus: Solvency 2, Mifid – qui, si elle concerne plutôt le secteur bancaire, touchera par ricochet le monde de l'assurance –, les directives IDD (Insurance distribution directive) et le règlement PRIIPs (Packaged retail and insurance based investment products).

Des textes dont les dates d'entrée en application varient mais qu'on ne peut ignorer. Et encore moins en faire l'économie.

C'était là tout le sens du message adressé par Claude Marx, le directeur général de la Commission de surveillance du secteur financier, pour qui, désormais, les professionnels de la Place se doivent d'appliquer ces nouvelles normes de transparence. À la lettre, mais aussi en tenant compte de l'esprit du temps. Il conviendra désormais de s'assurer que la légalité est respectée ici, mais aussi dans le pays de résidence des clients.

Mieux, analyse James J. Doyle, le general manager d'E.A.S.I. Services, membre du groupe Farad, il va falloir aller encore plus loin en faisant en sorte de prendre en compte ce qui sera licite ou pas dans dix ans. *«Quand, dans dix ans, on se retournera, il faudra pouvoir répondre à la question de savoir si nous avons bien fait aujourd'hui ce que l'on nous demandera dans le futur.»* Une véritable révolution, pour lui, peut-être même le principal impact de l'affaire des Panama Papers.

Insistant sur la nécessité pour les acteurs de la Place de prendre la transparence fiscale



170 personnes ont assisté à la table ronde organisée par Farad. Table ronde durant laquelle 30 orateurs se sont succédé

à bras le corps et de l'appliquer sans délai, le patron de la CSSF a annoncé l'intensification des inspections sur site.

Mieux vaut prévenir que guérir...

Claude Wirion, le directeur général du Commissariat aux Assurances, était sur la même longueur d'onde. Pour ce qui est de la forme, il s'est attaché à faire un état des lieux concernant IDD et PRIIPs. Concernant la première réglementation, il a estimé que le texte de transposition arriverait devant la Chambre des députés pour la rentrée. Quant au vote, il l'espère pour la fin de l'année.

Digitalisation placebo

Pour ce qui est du PRIIPs, il a invité ses ouailles à faire entendre leurs revendications via leurs représentants à Bruxelles. Cette réglementation va conduire, analyse James J. Doyle, à augmenter considérablement toute

la panoplie de documents nécessaires à la présentation des produits aux clients. Et, surtout, à chaque modification du produit, il faudra produire de nouveaux documents. Ce qui, dans le cas de produits multi-supports ou dédiés – les produits au cœur des assurances vie à la luxembourgeoise – risque fort d'être impossible.

La question de l'inadaptation de PRIIPs aux marchés de niche est une des grandes préoccupations des professionnels de l'assurance vie.

A eux de se faire entendre. Globalement, face à ces réglementations, les professionnels semblent fatalistes. Les fondements – une meilleure connaissance des clients et une lutte contre la fraude fiscale – en sont bien reçus.

Ce qui gêne, c'est que toutes ces réglementations arrivent en un laps de temps très court. Il faut les digérer. Et en supporter les

coûts induits. *«Les prix ne pourront rester ce qu'ils sont.»* Et les courtiers seront en première ligne. Tous les participants à la table ronde étaient d'accord sur ce point: c'est le client final qui devra supporter ces coûts. Des coûts qui impacteront les rendements. Ce qui, dans un environnement de taux bas, n'incite pas à l'optimisme.

On pourrait imaginer que la digitalisation puisse être une source de contrôle des coûts. La réalité n'est pas si évidente que cela. La digitalisation, les clients en sont friands. Surtout depuis la multiplication des smartphones et des tablettes. Les flux d'information qu'ils réclament ainsi qu'un contact quasi permanent avec leurs assureurs ou intermédiaires, ce sont de nouvelles demandes qui ont un prix.

Bref, l'investissement est énorme pour des retombées à moyen terme.

MARC FASSONE