

L'Observatoire de l'épargne de l'AMF

Un outil au service de l'AMF et des
épargnants

I- Pourquoi un Observatoire de l'épargne à l'AMF ?

Plan stratégique

Publié le 29 juin 2009, le plan stratégique de l'AMF prévoyait la création « *d'un «Observatoire des produits d'épargne de détail» pour mieux identifier les différents types de produits proposés aux épargnants, les différents canaux de distribution et assurer une veille sur les évolutions et les tendances dans ces marchés* ».

Lors de la déclinaison opérationnelle du plan stratégique de l'AMF (16 décembre 2009) a été réaffirmé l'objectif d'assurer « *une veille sur :*

- *l'offre de produits financiers à destination des investisseurs non professionnels ;*
- *les actions de communication/publicité des distributeurs de produits financiers ;*
- *et les tendances des placements financiers des ménages, en centralisant les études et analyses menées au sein de l'AMF et en externe ».*

II- Renforcer la veille de l'AMF

L'Observatoire enrichit le **dispositif de veille** de l'AMF pour une meilleure protection de l'épargne des Français.

Un outil interne :

L'information est rassemblée à partir de sources externes (Insee, Banque de France, TNS Sofres...) mais aussi à partir de « capteurs » mis en place en interne à l'AMF :

- « visites mystères » ;
- AMF Epargne Info Service ;
- veille systématique de la communication promotionnelle et des publicités.

Des apports concrets :

- la veille active du marché de l'épargne ;
- une connaissance et une culture communes en interne ;
- l'information et l'alerte des épargnants.

III- Le contenu de l'Observatoire de l'épargne

L'Observatoire constitue en interne une base d'informations sur le marché de l'épargne, l'offre et la demande, les comportements, les pratiques de commercialisation et de souscription, la tarification ou encore les problèmes rencontrés par les épargnants.

Il est organisé en 9 rubriques :

- les comptes financiers des ménages, leur patrimoine ;
- les attentes et les attitudes des épargnants et des investisseurs ;
- les montants de collecte et les encours par produits ;
- la communication promotionnelle et la publicité sur les produits d'épargne ;
- la qualité du questionnement de la clientèle et des préconisations formulées par les conseillers ;
- les canaux de distribution : notamment les pratiques de souscription des produits et services financiers via internet ;
- la tarification des OPCVM et des autres produits d'épargne ;
- les demandes d'information adressées à AMF Epargne Info Service.

IV- La Lettre de l'Observatoire de l'épargne de l'AMF

Dans le premier numéro de la Lettre, l'AMF a choisi pour son dossier le thème de la **tarification des produits financiers**.

Les « visites mystères » mises en place par l'AMF montrent que les conseillers bancaires n'informent pas assez souvent sur les frais :

- en mai 2011, les frais n'ont été spontanément présentés que dans 4 cas sur 10 ;
- de plus, dans 1 cas sur 10 seulement, le chargé de clientèle distingue spontanément les différents types de frais.

Or, les frais constituent un élément important du rendement final des placements, particulièrement lorsque les rendements sont bas.

- L'AMF met en place un suivi des évolutions de ces frais.
- L'AMF souhaite fournir des repères aux épargnants.

V- Les frais des produits financiers

Le coût des ordres d'achats et de ventes d'actions sur Euronext Paris passés sur internet

Frais moyens d'achat et de vente d'actions sur internet, au 01/12/2011

Montant de l'ordre	Ordre passé via le site d'une grande banque de réseau	Ordre passé auprès d'un courtier en ligne
1 000 euros	7,4 euros (0,74 %)	6,2 euros (0,61 %)
5 000 euros	25 euros (0,50 %)	13,9 euros (0,28 %)
10 000 euros	47 euros (0,47 %)	21,6 euros (0,22 %)

Source : AMF.

Les frais pour un ordre de 5 000 euros passé sur la Bourse de New York (NYSE) représentent en moyenne 1,10 % du montant de l'ordre passé auprès d'une banque de réseau et 0,43 % de l'ordre passé via un courtier en ligne.

Après des grands réseaux bancaires, le coût moyen d'un ordre internet de 5 000 euros sur Euronext est :

- 40 % moins chers que pour un ordre passé par téléphone ;
- et environ 2 fois moins élevé que le coût d'un ordre passé auprès d'un chargé de clientèle en agence.

V- Les frais des produits financiers

Les droits de garde

Le montant des droits de garde augmente avec le montant du portefeuille et le nombre de valeurs détenues. Cependant, plus le montant global du portefeuille est élevé et plus le poids des droits de garde diminue.

Montants moyens des droits de garde prévus par les grandes banques de réseau pour 2 portefeuilles composés de valeurs françaises cotées sur Euronext Paris, au 01/12/2011

Portefeuille de 10.000 euros (10 lignes)	77 euros	0,77 %
Portefeuille de 50.000 euros (10 lignes)	145 euros	0,29 %

Source : AMF.

Du fait de l'existence de frais fixes par ligne (entre 4 et 5 euros par ligne), un portefeuille de 10 000 euros réparti sur 5 lignes produirait, en moyenne, des droits de garde représentant 0,55 % du montant investi.

La plupart des courtiers en ligne ne prélèvent aucun droit de garde, à l'inverse des banques de réseau. Cependant, cette gratuité peut être conditionnée à un nombre minimal d'ordres de Bourse à passer chaque mois ou à un montant minimal de portefeuille.

V- Les frais des produits financiers

Les frais des OPCVM (1/2)

Indicateur agrégé harmonisé, le TFE (total des frais sur encours) reprend les frais de fonctionnement et de gestion de l'OPCVM. Ces frais récurrents s'ajoutent aux éventuels droits d'entrée et de sortie prélevés par les distributeurs.

Les TFE, toutes catégories confondues, sont en moyenne de 1,6 % sur 2010. L'année 2010 marque une baisse des TFE pour certaines catégories de fonds.

Evolution des TFE moyens des OPCVM de droit français, en %

	2008	2009	2010
Actions françaises	2,07	2,31	2,36
Actions européennes	2,28	2,52	2,39
Actions internationales	1,87	2,00	1,89
Diversifiés	1,83	2,00	1,95
Obligations en euros	0,69	0,79	0,72
Monétaire en euros	0,45	0,42	0,30

Source : Six Telekurs Europerformance, janvier 2012

V- Les frais des produits financiers

Les frais des OPCVM (2/2)

La dispersion des TFE est importante dans certaines catégories de fonds. Ceci s'explique pour certains fonds par la pratique des commissions sur performance.

Pour ces catégories de fonds, les médianes de TFE se situent à des niveaux inférieurs.

Les TFE par catégorie Europerformance, en 2010/2011

	Nombre de fonds	TFE moyen (%)	TFE max (%)
Actions européennes	481	2,21	11,78
Actions françaises	320	2,35	11,68
Diversifiés internationaux	834	2,36	10,39
Obligations euro	631	0,73	3,29

Source : Six Telekurs Europerformance, janvier 2012

V- Les frais des produits financiers

Depuis le rapport de la COB en 2002 sur « les frais et commissions à la charge de l'investisseur dans la gestion collective », l'AMF a constamment œuvré pour une information plus claire et plus complète sur les frais.

Citons notamment, récemment :

- la généralisation en 2011 du document d'information clé pour l'investisseur (DICI) qui facilite l'accès à l'information sur les frais et leur comparabilité ;
- la publication récente du guide pédagogique sur « Les frais liés à vos investissements financiers ».

Les sujets de la Lettre de l'Observatoire de l'épargne

La lettre de l'Observatoire proposera chaque trimestre un focus, un dossier et des actualités sur tous les sujets de l'épargne.

Ainsi, en fonction de l'actualité, seront prochainement abordés les thèmes

- de la communication des établissements financiers,
- des rendements des placements,
- des comportements des investisseurs...

A suivre ...