

RETAIL INVESTMENT STRATEGY (RIS)

Type d'acte : Proposition règlement

Contexte

La Commission Européenne pose un contexte très clair :

- Les informations ne permettent pas toujours aux investisseurs de faciliter leur **processus de décision**.
- On retrouve désormais une **forte influence du marketing digital** avec des communications parfois trompeuses.
- **Les Incitations & les conflits d'intérêts pénalisent l'investisseur de détail.**
- Un **mauvais rapport qualité prix** de certains produits est constaté.

Objectifs

- Améliorer les informations fournies aux investisseurs et leur capacité à prendre des décisions d'investissement bien informées.
- Mieux aligner les intérêts entre les intermédiaires et les investisseurs.
- S'assurer que les investisseurs de détail se voient proposer des produits rentables.

Quels sont les problèmes identifiés ?

Les produits d'investissements achetés par les investisseurs de détails ne sont pas toujours dans leurs intérêts en raison :

- Du manque d'informations claires et compréhensibles sur les produits d'investissements.
- Des lacunes lors du processus de fabrication et de distribution des produits, notamment avec le paiement d'incitation.

Quels sont les conséquences identifiées ?

- Les investisseurs peuvent ne pas être suffisamment protégés ou traités équitablement ce qui ne conduit pas toujours à de bons rendements.
- Un manque de confiance perdue avec des niveaux d'investissement bas dans les marchés de capitaux.
- Le marché des capitaux Européen n'est pas suffisamment attractif.

Les points clés :



Les acteurs concernés :

- Producteurs : banques de détail/ assureurs/ banques d'investissement/gérants d'actifs...
- Distributeurs : assureurs / banques de détails/ CGP...

Les textes concernés :

Mifid II, IDD, Solvency 2 ucits et AIFMD

Version Finale RIS

Entrée en vigueur

2024

2025

2026

2029

Publication des RTS
(format, terminologie standard..)

Evaluation par l'ESMA des effets des paiements des tiers sur les investisseurs de détail. Si nécessaires la commission proposera des amendements législatifs au parlement européen et au conseil pour éviter des préjudices aux consommateurs.

RETAIL INVESTMENT STRATEGY (RIS)

Le Retail Investment strategy va permettre d'améliorer la communication avec des présentations et des terminologies standardisés, tout en intégrant les préférences en matière de durabilité et en s'adaptant à l'ère numérique. **Quels sont les changements clés que nous avons identifiés ?**

La proposition réglementaire à ce jour :

<p>Communication - Marketing</p>	<p>Des règles plus strictes sont attendues : Les organes de gestion devront superviser la politique de communication c'est-à-dire définir cette politique et l'approuver. La répartition des responsabilités entre les producteurs et distributeurs sera amenée à évoluer.</p>
<p>Classification</p>	<p>Changement dans la classification des clients "professionnels" : On parle d'une nouvelle catégorie " semi-professionnel" avec un ajout de critère lié à l'expérience professionnelle ou à la formation. Mais également une réduction du critère de richesse minimum est proposé à 250 000 euros.</p>
<p>Compétences</p>	<p>Renforcement des exigences en connaissances pour les conseillers en investissement : Formation à suivre, et obtention d'un certificat annuel à présenter.</p>
<p>Incitations</p>	<p>Un bannissement est programmé pour les incitations payées par les fabricants aux distributeurs pour les ventes sans conseil (vente à exécution seulement) , avec des règles pour renforcer l'obligation des entreprises d'agir dans le meilleur intérêt de leurs clients. L'interdiction des ventes conseillées sera examiné en 2029.</p>
<p>Gouvernance Produits</p>	<p>Rapport Qualité Prix : Comparaison avec un benchmark communiqué par l'ESMA dans le processus de tarification des coûts. Une forte coordination entre producteur et distributeur est attendue.</p>
<p>Divulgations</p>	<p>Simplifier les divulgations : Afficher un avertissement pour les produits "particulièrement risqués". Un nouveau relevé annuel sera à fournir au client l'informant a posteriori des frais effectivement payés, et des performances du portefeuille. Présentation standardisée des informations sur les coûts, les paiements de tiers, les charges associées. Un document d'information standard pour les produits d'assurance vie est également proposé.</p>
<p>Réglementaire</p>	<p>Modification du DIC : Nouvelle section " L'essentiel à savoir sur ce produit" Elimination de certains éléments jugés inefficaces. Ajout d'une section sur la durabilité Ajout d'une nouvelle section "Dans quelle mesure ce produit est-il durable sur le plan environnemental ? " (proportion minimal des investissement associés à des activités économiques considérées comme durable sur ce plan / intensité attendue d'émissions de gaz à effet de serre associée au produit d'investissement).</p>

RETAIL INVESTMENT STRATEGY (RIS)

Ce que cela change pour vous

Communication - Marketing	Implication des organes de décision, une augmentation de la charge de travail est à anticiper. Forte coordination entre producteurs et distributeurs
Classification	Task Force : Revue classification des clients Réduire la charge administrative qui pèse sur les investisseurs de détail disposant d'une capacité financière suffisante ainsi que de connaissances et d'une expérience suffisante.
Compétences	Nouveau process à implémenter : Pilotage continu process de formation. Des notions de durabilités sont attendues (IDD et MIFID II sont concernées).
Incitations	LA FIN DES RETROCESSIONS ? Impact marché ! notamment au niveau des conditions de concurrence. Une offre qui se contracte , impact au niveau du prix produit et une augmentation transparence.
Gouvernance produits	Nouvelle obligation dans le cadre de la gouvernance produits. Justificatifs à fournir lors de la tarification.
Divulgations	Nouveau relevé à communiquer, adaptation des documents à prévoir.
Réglementaire	Optimisation de la présentation du DIC (organisation par niveau). L'idée est de le moderniser et de simplifier le KID avec une préférence pour un format électronique permettant une extraction de données d'ici fin 2027.

*Pour aller plus loin,
discutons de vos priorités.*

Gardez le cap sur vos projets



Eloïse Porcher
Spécialiste Distribution Produits
eporcher@solent-consulting.com
+33 7 71 86 86 64



Jérôme Haniez
Associé
jhaniez@solent-consulting.com
+33 6 30 27 89 24

