

02 juin 2006 -16:13

Appartient à [Conseil des Ministres du 2 juin 2006](#)

Assurances vie et fonds de placement

La transparence pour les assurances vie et les fonds de placement

La transparence pour les assurances vie et les fonds de placement

Mme Freya Van den Bossche, Ministre de la Protection de la Consommation, a conclu, en concertation avec le secteur financier, quelques conventions qui doivent rendre les informations plus claires pour le consommateur en ce qui concerne les assurances vie et les fonds de placement. Celui qui veut placer son argent ou contracter une assurance-vie, éprouve souvent des difficultés quand il s'agit de choisir le produit financier qu'il lui faut. L'information qu'on donne aux consommateurs sur les produits de placement et les assurances-vie est souvent très complexe, si bien que pour beaucoup de gens il devient très difficile de comparer les différents produits. En outre, les fonds de placement changent souvent de nom. Ainsi, il devient évidemment très difficile de trouver les informations qu'il faut. Les consommateurs doivent à tout moment avoir la possibilité de connaître le prix exact, de comparer des produits et de choisir le produit qu'ils veulent avoir. Une information compréhensible et facilement comparable sur les risques et les coûts des produits de placement dans une langue humaine et limpide est essentielle. Aujourd'hui, de plus en plus de gens veulent placer leur argent ou contracter une assurance-vie. Et de plus en plus de gens s'intéressent à une épargne-pension complémentaire. Mais pour le consommateur, et même pour des initiés au monde financier, il est difficile de bien interpréter l'information donnée sur les produits, à cause de la complexité de cette matière. L'information sur les placements et les assurances-vie est pour beaucoup de consommateurs difficile à comprendre. En outre, il est très difficile de bien estimer l'impact véritable de tous les coûts annuels. Ainsi, les coûts peuvent s'élever à plus d'un certain pourcentage par an. Si le rendement est seulement de quelques pourcentages, cette connaissance est essentielle. De plus, beaucoup de produits changent régulièrement de nom. Inutile donc de dire qu'en fin de compte, les consommateurs n'y voient plus clair et que les arbres cachent la forêt. Les conventions doivent permettre au consommateur de mieux connaître les produits et de mieux les comparer afin de choisir le produit qu'il veut avoir. Ainsi, les banques et les assurances se sont montrées d'accord d'arriver à des renseignements plus univoques sur les risques et les coûts des produits de placement, et cela avant fin juin 2006. Et puis, la Commission Bancaire, Financière et des Assurances (CBFA) devra tenir, vers fin décembre 2006, un registre comportant tous les fonds de placement, de telle sorte que les consommateurs auront la possibilité de vérifier l'historique des fonds.

