

L'AMF et l'ACP renforcent le contrôle de la commercialisation des produits financiers

Les autorités sont décidées à encadrer plus fermement les modalités de commercialisation des produits financiers en France. L'AMF (Autorité des marchés financiers) et l'ACP (Autorité de contrôle prudentiel) ont, dans le cadre de leur pôle commun, analysé les pratiques en matière de recueil des informations relatives à la connaissance du client. Le constat est plutôt critique : « *les documents communiqués lors de contrôles sur place, certaines pratiques observées sur le marché ainsi que des informations et réclamations reçues par les deux autorités ont mis en évidence des insuffisances, tant sur les modalités de recueil et la traçabilité des informations que sur la qualité des informations recueillies et leur exploitation dans le processus de commercialisation* » jugent-elles. Aussi l'ACP publie une recommandation applicable à la commercialisation des contrats d'assurance-vie et l'AMF une position applicable à la commercialisation des instruments financiers. Ces deux textes entreront en vigueur le 1^{er} octobre 2013.

Un professionnel (prestataire de service d'investissement, conseiller en investissement financier...) doit « *lors de la commercialisation d'un contrat d'assurance vie ou d'un instrument financier (...) s'enquérir des exigences et besoins du client, de sa situation financière, de ses objectifs, ainsi que de ses connaissances et de son expérience en matière financière, afin de délivrer un conseil adapté* » rappellent-elles. Mais à ces exigences réglementaires existantes, l'AMF et l'ACP ont souhaité ajouter des précisions relatives :

- aux modalités de recueil des informations (forme et contenu des questions posées, qualité des informations recueillies et actualisation de celles-ci) et à la traçabilité de ces informations (conservation, accessibilité, remise ou mise à disposition) ;
- à la qualité du contenu des informations recueillies, en dressant une liste indicative et non exhaustive d'informations qui pourraient être demandées au client, tant sur sa situation familiale, patrimoniale et personnelle que sur ses connaissances et expériences en matière financière, ses objectifs de souscription et son horizon d'investissement, ainsi que sur son profil au regard du rendement attendu et au niveau de risque qu'il est prêt à supporter ;
- à l'exploitation des informations recueillies (gestion des réponses incohérentes et/ou incomplètes, et connaissances exigées des personnes en charge de la commercialisation) ;
- aux moyens et procédures mis en place pour s'assurer du respect des règles de protection de la clientèle et au contrôle interne pour les entreprises tenues de se doter d'un tel dispositif.

Très concrètes, les recommandations de l'ACP au sujet du devoir de conseil en assurance vie et la position de l'AMF dans le cadre de sa position sur la commercialisation des instruments financiers (qui sont en grande partie les mêmes) militent pour un approfondissement de la connaissance et du suivi du profil et des attentes de l'épargnant. Elles incitent par exemple les distributeurs :

- à s'enquérir des connaissances et de l'expérience du client en matière financière au moyen de questions, en ne recourant pas exclusivement à l'auto-évaluation du client, en s'informant de l'existence de gains réalisés ou de pertes déjà subies sur les différents produits d'épargne et d'investissement, et de la réaction du client à ces gains ou à ces pertes ;
- à déterminer objectivement le profil du client en attirant son attention sur le fait qu'un rendement élevé est susceptible d'entraîner un risque important ;
- à identifier et gérer les réponses manifestement incohérentes entre elles et/ou incomplètes apportées par le client en mettant en place des mécanismes d'alerte et en attirant l'attention du client sur cette situation ;
- à mettre en place des procédures permettant de déterminer les informations qui doivent faire périodiquement l'objet d'une actualisation. La périodicité d'actualisation des informations recueillies peut-être variable et dépendre par exemple, du profil de risque des clients ;
- à s'assurer que les personnes en charge d'accompagner les clients lors de la fourniture d'un

service d'investissement ou d'un conseil disposent des connaissances suffisantes pour exploiter les outils et / ou documents de recueil des informations. Mais aussi qu'elles évitent lorsqu'elles ne sont pas en mesure de fournir un service de conseil en investissement d'orienter le client vers le service d'investissement de réception transmission d'ordre ou d'exécution d'ordre pour le compte de tiers.

La recommandation de l'ACP et la position de l'AMF sont dans notre base « Ressources », rubrique Institutions et Organisations françaises, respectivement ACP, recommandations et AMF positions.