

Commercialisation : les bonnes pratiques de l'été ... et de toute l'année



OK, bonne

pratique

L'AMF nous rappelait, juste avant l'été, les bonnes pratiques de commercialisation des instruments financiers, au travers du résultat des contrôles "SPOT" menés l'année dernière.

Cf. notre blog du 19 mars dernier sur les contrôles S.P.O.T de l'AMF :

[Les contrôles SPOT de l'AMF](#)

Dans son document de synthèse, publié en juin 2018, l'AMF présente les résultats de ses contrôles en matière de commercialisation (de SCPI, d'EMTN, par exemple), les insuffisances repérées et les bonnes pratiques identifiées.

Nous vous en présentons une sélection, pour rappel et, si nécessaire, mise en œuvre ... dès la rentrée.

- ***Pas d'info, pas de conseil : dans le doute, je m'abstiens***

Si l'information reçue de la part du client est insuffisante (pour formuler un conseil), alors : pas de conseil. Autrement dit, le doute (sur les objectifs d'investissement du client, sur son horizon d'investissement, sa connaissance des risques du produit ...), s'il ne peut être levé, doit conduire à l'absence de formulation du conseil en investissement, et donc de commercialisation.

- ***RTO et Conseil : je sais les distinguer***

L'AMF nous rappelle que, dans ce même contexte d'insuffisance d'information, la *mise en garde* du client concerne la seule RTO, et qu'il ne peut alors y avoir conseil en investissement, par exemple si "l'instrument financier proposé présente un niveau de risque supérieur à celui correspondant aux connaissances et à l'expérience du client".

- ***Un instrument financier, un conseil***

Autre rappel : le conseil doit identifier l'instrument financier conseillé au client, et non pas une famille d'actifs correspondant au profil et aux objectifs du client. Le conseil doit aussi expliquer le choix de l'instrument financier proposé. Dans les faits : un instrument financier = un conseil = un acte de commercialisation.

- ***Je rends compte et documente***

Sous MIF 1, et encore plus sous MIF 2, il faut documenter le conseil fourni au client ("obligation de rendre compte de tout service fourni au client"). Ceci est encore plus important sous MIF 2, où il faut :

- "Rendre compte, formaliser et tracer" l'adéquation entre l'instrument financier proposé et le profil du client, sous la forme du "rapport d'adéquation du conseil en investissement",
- Justifier de l'amélioration du service fourni, dans le cadre du conseil "non-indépendant".

J'établis ou j'utilise des *quizz* de connaissance du client en cas de commercialisation d'instruments financiers complexes (ex. : EMTN structurés). Ces questionnaires sont de plus en plus proposés par les promoteurs des produits, mais il est aussi possible de les créer pour des cas particuliers (pour nous : pour toute commercialisation de produits un peu complexes ou inhabituels), s'ils n'existent pas.

- ***J'informe sur les frais***

C'est bien sûr une obligation MIF 1, renforcée par MIF 2. L'AMF souligne ici le cas des schémas de rémunération exclusivement quantitatifs et progressifs (et vise plus particulièrement les distributions hiérarchisées), non portés à la connaissance des clients. Rappelons donc les sujets de : a) la transparence et l'information sur les rémunérations du conseiller, b) la gestion des conflits d'intérêts et c) la nécessité d'une appréciation qualitative de la commercialisation dans le système de rémunération.

Et donc : pas de mécanismes purement quantitatifs, voire progressifs, privilégiant la quantité (la commercialisation) sur la qualité (le conseil).

Pour en savoir plus :

[10/07/2018 : Synthèse des contrôles menés depuis fin 2016 sur la commercialisation d'instruments financiers auprès d'une population d'un âge avancé](#)

PS. : le titre (à rallonge) est un peu trompeur. Le document, très instructif, couvre beaucoup plus de situations que celles énoncées dans le titre.