

## Formation à l'examen RCSI de l'AMF

### Cas pratique n° 2

#### Le développement d'une nouvelle activité et la commercialisation des produits d'épargne

##### Conseils à la personne dispensant le cas

- Prendre le temps de se présenter en expliquant son parcours jusqu'au poste actuel de responsable de la conformité.
- Présenter la philosophie de l'exercice : présentation par des professionnels de la fonction d'un scénario préparé dans le cadre du Comité Conformité de l'AMAFI. Les apprenants pourraient être confrontés dans leurs fonctions futures à ce type de scénarios, il s'agit donc de présenter de manière concrète les solutions qui peuvent y être apportées.
- Penser à expliciter le rôle de la conformité sur chaque thème (il ne s'agit pas de donner un cours sur la réglementation applicable mais plutôt de mettre en exergue les différentes tâches et responsabilités de la fonction).
- Penser à faire part aux apprenants de son expérience propre, d'exemples vécus, de pratiques constatées au cours de sa carrière, des difficultés d'interprétation/de mise en œuvre, y compris en termes de cohérence avec les pratiques d'autres pays et notamment le Royaume-Uni.
- Chaque personne peut évidemment conserver une grande liberté dans la dispense du cas – il est possible de ne pas traiter certains thèmes qui ne seraient pas adaptés à l'auditoire ou encore d'entrer davantage dans le détail de certains autres. Les tableaux qui suivent constituent une trame indicative que la personne dispensant le cas peut évidemment modifier et enrichir.

*Note* : la colonne « Jurisprudence » du tableau ne reprend pas l'exhaustivité de la jurisprudence sur le thème examiné ; sont uniquement mises en exergue les décisions les plus notables pour chacun d'entre eux. À noter que la plupart sont d'ailleurs antérieures à la réglementation en vigueur (en particulier pour MIF 2).

### **Cas pratique n° 1 – Les faits**

**1-a.** Vous êtes le responsable de la conformité du PSI A, une entreprise d'investissement agréée en France. Le Directeur Général vous convoque pour vous informer que le PSI A va se lancer dans l'émission de produits structurés. Quelles diligences allez-vous réaliser avant le lancement de l'activité ?

**1-b.** Il vous présente M.X, débauché d'une grosse BFI française avec ses équipes de structuration et de vendeurs, qui vous demande de lui rappeler les règles qu'ils devront appliquer pour leurs activités. Quelles informations allez-vous communiquer à M.X?

**1-c.** Il vous présente par ailleurs une nouvelle idée de produit en cours de conception : un EMTN (produit structuré) qui réplique la performance des meilleures actions ISR du CAC 40. Quelles informations complémentaires allez-vous demander pour mieux préciser vos conseils ?

**1-d.** Il a d'ailleurs commencé à rédiger un document de présentation dont il vous montre la première version, celui-ci s'intitule : « La sérénité version Green ». Quelles sont les règles indispensables que vous devez lui rappeler pour la finalisation de la brochure ?

**1-e.** Il vous informe également que ces produits seront vendus à la fois aux clients de A (des personnes physiques et des banques privées qui font de la gestion discrétionnaire pour leurs clients finaux fortunés) et à des relations qu'il entend développer avec de nouvelles banques privées. Des diligences complémentaires sont-elles nécessaires ?

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<b>Cas pratique n° 5 : Développement d'une nouvelle activité et commercialisation de produits d'épargne</b>			
<p><b>1-a.</b> <i>Vous êtes le responsable de la conformité du PSI A, une entreprise d'investissement agréée en France. Le Directeur Général vous convoque pour vous informer que le PSI A va se lancer dans l'émission de produits structurés. Quelles diligences allez-vous réaliser avant le lancement de l'activité ?</i></p>			
<p><b>Agrément et services d'investissement</b></p>	<p>1. Lorsque le requérant demande un agrément d'établissement de crédit comportant le droit de fournir des services d'investissement, il inclut dans sa demande adressée à l'ACPR un programme d'activité relatif aux services d'investissement. Il peut revenir à la fonction conformité d'établir ce programme d'activité.</p> <p>2. Vérification des agréments de la banque (site de l'ACPR – liste Regafi) ; procédure de demande d'agrément pour un nouveau service d'investissement auprès de l'ACPR, en lien éventuellement avec la BCE et l'AMF (rappel des services d'investissement potentiellement concernés : exécution d'ordres, RTO, conseil en investissement).</p> <p>3. Rôle de la fonction conformité : comprendre l'activité envisagée pour identifier quels agréments sont nécessaires et faire le lien avec les régulateurs pour leur obtention, mise à jour du programme d'activités.</p>	<p>- Règlement délégué 2017/1943 de la Commission du 14.7.2016 complétant MiFID 2 par des normes techniques de réglementation concernant les informations à fournir et les exigences à respecter pour l'agrément des entreprises d'investissement.</p> <p>- Art. 7 de MiFID 2 (procédure d'agrément des EI) ;</p> <p>- Instruction AMF n° 2014-01 (programme d'activité) ;</p> <p>- Art. L. 532-1 à L. 532-5 du Comofi ;</p> <p>- Art. R. 532-1 à R. 532-9 du Comofi ;</p>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 22 fév. 2017, SAN-2017-02</a> <i>Non-respect de ses conditions d'agrément par la société qui confie à l'un de ses gérants travaillant depuis son domicile la gestion d'un second fonds et qui n'informe pas l'AMF des modalités de travail à distance d'un second gérant financier.</i></p> <p>- <a href="#">AMF, CdS, 17 nov. 2016, SAN-2016-14</a> <i>La société a été condamnée du fait de son insuffisance de moyens matériels, humains et financiers mettant en évidence un non respect des conditions d'agrément.</i></p>

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>Procédures d'approbation des nouveaux produits / nouvelles activités</b></p>	<p>1. Obligation pour le responsable de l'activité d'émission de produits structurés de respecter la politique « nouveaux produits/nouvelles activités » de la Banque (rôle éventuel de la conformité dans la formation du personnel sur cette politique).</p> <p>2. Obligation incombant au PSI pouvant notamment être prises en charge par la fonction conformité et positionnement de la fonction dans le Comité nouveaux produits/nouvelles activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ contrôle que le PSI a l'agrément nécessaire ;</li> <li>▪ mise à jour du programme d'activité du PSI en cas de fourniture d'un nouveau service ;</li> <li>▪ encartements supplémentaires si nécessaire ;</li> <li>▪ évaluer les connaissances et compétences du personnel si nécessaire ;</li> <li>▪ éventuel rôle de coordination dans le cadre du Comité nouveaux produits ;</li> <li>▪ rôle d'analyse des différents risques de conformité liés à cette nouvelle activité (le processus d'analyse est très complet et vise tous les risques de non-conformité possibles) ;</li> <li>▪ identification des contrôles à mettre en place pour suivre les risques liés à cette nouvelle activité (ici, changements organisationnels – mise en œuvre de barrières) ;</li> <li>▪ délivrance d'un avis – conditions suspensives éventuelles ;</li> <li>▪ suivi de la mise en œuvre des conditions suspensives, et éventuellement des autres conditions posées par les autres services qui valident le projet.</li> </ul> <p><i>N.B</i> : Les problématiques réglementaires de commercialisation de produits structurés à l'étranger peuvent aussi être abordées selon le profil des apprenants et de la personne dispensant le cas.</p> <p>3. Le cas échéant, information du régulateur par le PSI de son intention de</p>	<p>- Arrêté du 3 novembre 2014 sur le contrôle interne, art. 35 (avis du responsable en charge de la conformité pour nouveaux produits) et art. 221 ;</p> <p>- Position AMF n°2012-17 – Exigences relatives à la fonction conformité (4. Obligation de conseil de la fonction conformité) ;</p> <p>- Art. 25 de MiFID 2 (transposé à l'article L. 533-12-6 du Comofi)</p>	

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
	commercialiser un nouveau produit ou de s'engager dans une nouvelle activité.  4. Obligation de rédiger un programme d'émission, pour ce faire il sera notamment nécessaire de se rapprocher du département juridique.		

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p>1-b. Il vous présente M. X, débauché d'une grosse BFI française avec ses équipes de structuration et de vendeurs, qui vous demande de lui rappeler les règles qu'ils devront appliquer pour leurs activités. Quelles informations allez-vous communiquer à M. X ?</p>			
<p><b>Gouvernance Produit</b></p>	<p>1. Obligations principales en tant que Producteur (face aux clients et aux banques privées) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- définition d'un marché cible pour chaque produit, possibilité d'utiliser des marchés cibles génériques pour les produits les moins complexes (5 critères et stratégie de distribution) ;</li> <li>- le cas échéant, définition d'un marché cible négatif (ce qui pourra notamment être pertinent pour les produits structurés les plus complexes) ;</li> <li>- gouvernance interne : implication de l'organe de direction dans le dispositif Gouvernance Produits ;</li> <li>- revue régulière des produits notamment pour s'assurer que le marché cible est toujours pertinent ;</li> <li>- autres obligations : conflits d'intérêts / adéquation des coûts / expertise du personnel / test du produit face à plusieurs scénarios.</li> </ul> <p>2. Dans le cadre de la relation Producteur-Distributeur avec les Banques Privées, obligation de leur communiquer les marchés cibles (et marchés cibles négatifs définis).</p> <p>3. Obligations principales en tant que Distributeur (uniquement face aux clients directs)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pour les produits qui ne sont pas des produits « maison », nécessité de se rapprocher des producteurs pour obtenir leur marché cible (si les producteurs ne sont pas soumis à MIF 2, le distributeur pourra réaliser son propre marché cible) ;</li> <li>- définition d'un marché cible pour chaque produit en s'appuyant sur celui réalisé par le producteur, possibilité d'utiliser des marchés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. 9 de la Directive déléguée 2017/593 complétant MiFID 2 - transposé aux arts. 313-3 à 313-17 du RG AMF ;</li> <li>- Orientations de l'ESMA sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MiFID II (ESMA35-43-620) ;</li> <li>- Art. 10 de la Directive déléguée 2017/593 complétant MiFID 2 - transposé aux arts. 313-18 à 313-27 du RG AMF ;</li> <li>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations relatives à la Gouvernance Produits (<a href="#">AMAFI / 18-34</a>).</li> </ul>	

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
	<p>cibles génériques pour les produits les moins complexes (5 critères et stratégie de distribution) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le cas échéant, définition d'un marché cible négatif (ce qui pourra notamment être pertinent pour les produits structurés les plus complexes) ;</li> <li>- vérification de l'adéquation entre le marché cible du Produit et le client : en fonction des services rendus, le nombre de critères à vérifier varie (exécution d'ordres = seulement le premier, RTO = les deux premiers, conseil et gestion sous mandat = tous les critères) ;</li> <li>- information des clients lorsque tous les critères ne sont pas vérifiés et lorsque la vente est réalisée au sein du marché cible négatif ;</li> <li>- envoi aux Producteurs d'un rapport sur les ventes réalisées en dehors du marché cible pour des motifs autres que la diversification ou la couverture ou au sein du marché cible négatif ;</li> <li>- gouvernance interne : implication de l'organe de direction dans le dispositif Gouvernance Produits ;</li> <li>- expertise du personnel.</li> </ul>		
<b>Coûts et charges</b>	<p>1. Pour les produits commercialisés en direct, fourniture des informations en <i>ex-ante</i> sur les coûts du produit <b>et</b> ceux du service (les produits structurés incluant nécessairement un dérivé, le régime <i>Full disclosure</i> s'applique dans tous les cas) en amont de la fourniture du service.</p> <p>Compte-tenu de la typologie de clients (clients non-professionnels) et de produits (produits structurés), cette information devra <i>a priori</i> être réalisée transaction par transaction.</p> <p>Le cas échéant, dans le cadre des relations continues, fourniture aux clients des informations <i>ex-post</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. 50 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>- Q&amp;A ESMA relatif à la protection des investisseurs, section 9 « <i>costs and charges</i> », ESMA35-43-349 ;</li> <li>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations d'information sur les coûts et frais (<a href="#">AMAFI / 18-30</a>).</li> </ul>	

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
	<p>2. Pour les produits commercialisés <i>via</i> les banques privées : communication à ces dernières de l'information sur les coûts du Produit et ceux du service (application du régime <i>Full disclosure</i>).</p> <p>Compte-tenu de la typologie de clients (contrepartie éligible qui entend redistribuer le produit) et de produits (produits structurés), cette information devra <i>a priori</i> être réalisée transaction par transaction.</p> <p>Le cas échéant, mettre à la disposition de la banque privée les informations nécessaires pour qu'elle soit en mesure de communiquer à ses clients le rapport dû en <i>ex-post</i>.</p>		
<b>PRIIPs</b>	<p>1. Réalisation d'un KID PRIIPs (ou Document d'informations clés) pour tous les produits packagés (ce qui est le cas des produits structurés) lorsque ces derniers sont mis à la disposition d'investisseurs non-professionnels</p> <p>2. Ce KID doit être produit dans la langue de chaque pays où il est distribué (impossibilité d'utiliser uniquement des KIDs en anglais pour distribuer dans toute l'Union européenne)</p> <p>3. Mise à jour de ce KID lorsque cela est nécessaire</p> <p>4. Lorsque le produit est commercialisé en direct : remise de ce KID aux investisseurs de détail en amont de la transaction.</p> <p>5. Lorsque le produit est commercialisé via des distributeurs qui entendent le commercialiser auprès d'investisseurs de détail : fourniture de ce KID (et de ses mises à jour) aux banques privées.</p>	<p>- PRIIPs, arts. 5 et 14 ;</p> <p>- PRIIPs, art.7 ;</p> <p>- Règlement délégué 2017/653 complétant PRIIPs, art. 15.1 ;</p> <p>- PRIIPs, art. 14 ;</p> <p>- PRIIPs, art. 13 ;</p> <p>- Document de questions-réponses AMAFI concernant la mise en œuvre du dispositif PRIIPs (<i>AMAFI / 18-61</i>).</p>	



Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p>1-c. Il vous présente par ailleurs une nouvelle idée de produit en cours de conception : un EMTN (produit structuré) qui réplique la performance des meilleures actions ISR du CAC 40. Quelles informations complémentaires allez-vous demander pour mieux préciser vos conseils ?</p>			
<p><b>Structuration du Produit</b></p>	<p>1. Compte-tenu de la commercialisation de ce produit à des investisseurs non-professionnels, nécessité de vérifier la complexité et l'intelligibilité du Produit. Il est notamment nécessaire d'être particulièrement attentif aux risques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mauvaise présentation écrite ou orale des risques et/ou du profil de gain/perte du produit ;</li> <li>- caractère non familier pour les clients non professionnels du (ou des) sous-jacent(s) utilisé(s) ;</li> <li>- profil de gain/perte assujéti à la réalisation concomitante de plusieurs conditions sur au moins deux classes d'actifs ;</li> <li>- nombre de mécanismes compris dans la formule de calcul du gain ou de la perte de l'instrument financier.</li> </ul> <p>2. Sur ce dernier point, si la Position 2010-05 s'applique (la commercialisation d'un instrument financier complexe en France auprès de client non professionnel) nécessité de faire valider le décompte de mécanismes (structuration du produit + sous-jacents utilisés) auprès de l'AMF avant le lancement du produit à moins que cette structuration ne figure dans l'Annexe de la Position 2010-05.</p>	<p>Position AMF 2010-05.</p>	
<p><b>Sous-jacent utilisé</b></p>	<p>Afin de pouvoir prétendre à l'utilisation du Guide AMAFI-AFG sur les indices dits ESG (et ainsi ne pas se voir décompter de mécanisme de complexité additionnel) nécessité de répondre à 3 conditions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'indice doit répondre à une ou plusieurs thématiques ESG ;</li> <li>- l'entité de notation ESG indépendante et reconnue ;</li> <li>- l'indice doit sélectionner les actifs selon un filtre ou une combinaison de filtres « ESG ».</li> </ul>	<p>Guide AMAFI/AFG de prise en compte des thématiques « ESG » pour les produits sur indices (<a href="#">AMAFI/18-40</a>).</p>	

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-d.</b> Il a d'ailleurs commencé à rédiger un document de présentation dont il vous montre la première version, celui-ci s'intitule : « La sérénité version Green ». Quelles sont les règles indispensables que vous devez lui rappeler pour la finalisation de la brochure ?</p>			
<p><b>Contenu de la brochure</b></p>	<p>1. Les documentations à caractère commercial doivent avoir un contenu clair, exact et non trompeur (notamment nécessité de faire une présentation équilibrée des avantages et des risques : ce qui n'est pas le cas du titre actuel qui laisse supposer que le produit sera nécessairement rentable, peu importe les conditions de marché).</p> <p>2. Le langage utilisé dans cette documentation doit être adapté au public auquel elle s'adresse, en l'occurrence des investisseurs non-professionnels.</p> <p>3. L'AMF a reconnu le Guide AMAFI-AFG sur les indices dits « ESG », néanmoins ce Guide ne permet pas de faire du <i>Greenwashing</i> en appelant « Green » un produit qui ne le serait en fait pas.</p>	<p>- Comofi, art. L. 533-12 ;</p> <p>- RG AMF, art. 212-28-I ;</p> <p>- Position AMF 2010-05 et 2013-13.</p>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 25 juill. 2017, SAN-2017-07</a> Dans ses prospectus des Fonds, la société avait délivré une information « parcellaire ».</p> <p>- <a href="#">AMF, CA, 19 oct. 2016, TRA-2017-03</a> Certains supports de communication de la société ne présentaient pas toujours une information au contenu clair, exact et non trompeur, ce qui pouvait porter atteinte à la protection des intérêts des porteurs. Ainsi des clients ont pris leur décision d'entrer en relation, d'investir ou de maintenir leurs investissements dans des parts de FCT sur une base erronée.</p>
<p><b>Communication de la brochure à l'AMF</b></p>	<p>Suite à la modification récente de son processus de revue de la documentation commerciale par l'AMF, seules les versions définitives des brochures commerciales doivent dorénavant être communiquées à l'AMF à moins qu'il ne s'agisse d'un placement privé.</p>	<p>- Annexe à la communication AMF du 8 octobre 2018 : « contrôle des documentations à caractère promotionnel ».</p>	

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-e.</b> Il vous informe également que ces produits seront vendus à la fois aux clients du PSI A (des personnes physiques et des banques privées qui font de la gestion discrétionnaire pour leurs clients finaux fortunés) et à des relations qu'il entend développer avec de nouvelles banques privées.</p> <p><i>Des diligences complémentaires sont-elles nécessaires ?</i></p>			
<p><b>A – Relation directe avec les clients</b></p>			
<p><b>Connaissance et catégorisation des clients</b></p>	<p>1. Recueil des informations utiles relatives à l'identité et à la capacité juridique de tout nouveau client.</p> <p>2. KYC, évaluation du risque LCB/FT des nouveaux clients, vérification contre les listes de sanctions, recueil d'informations sur le profil d'investissement du client et classification du client. Rôle de mise en place ou, à tout le moins, de revue de la procédure par la conformité. Escalade éventuelle vers la fonction conformité en cas de risque détecté/anomalie. Rôle de contrôle de second niveau de la fonction conformité.</p> <p>3. Mise en œuvre de politiques et de procédures appropriées et écrites permettant de classer ses clients dans les catégories de clients non professionnels, clients professionnels ou contreparties éligibles. Tenue sur un support durable qui doit être mis à disposition des clients qui peuvent demander un changement de catégorisation.</p> <p>4. Les clients (nouveaux, ainsi que les clients existants ayant changé de catégorie) doivent être informés de leur catégorisation.</p>	<p>- Annexe II de MiFID 2 ;</p> <p>- Article 45 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</p> <p>- Q&amp;A ESMA relatif à la protection des investisseurs, section 11 « <i>client categorisation</i> », ESMA35-43-349 ;</p> <p>- Articles D. 533-4 et D. 533-5 Comofi ;</p> <p>- Articles L. 561-2 et suivants du Comofi ;</p> <p>- Chapitre III de l'arrêté du 3 novembre 2014 ;</p> <p>- Chapitre premier du Titre cinquième du Comofi.</p>	<p>- <a href="#">AMF, CA, 19 nov. 2016, TRA-2017-03</a>  <i>La société n'avait pas établi de procédure interne lui permettant de catégoriser ses clients. Elle avait néanmoins mis en œuvre un mode opératoire consistant à faire remplir à ses clients, lors de l'entrée en relation et préalablement à toute ouverture de compte, un formulaire qui proposait uniquement aux clients de se catégoriser en tant que client professionnel sur option.</i></p>

<p><b>Caractère approprié</b></p>	<p>1. En l'absence de fourniture d'un conseil en investissement, obligation de réaliser un test du caractère approprié : vérification des connaissances et de l'expérience du client.</p> <p>2. Pour rappel, le régime dit « execution only » (absence de test à réaliser) ne s'applique pas ici car les produits en cause sont complexes au sens de l'article 25.4.a) de MiFID 2.</p>	<p>- MiFID 2, art. 25.4.a).</p> <p>- Art. L. 533-13 du Comofi.</p>	
<p><b>Test d'adéquation</b></p>	<p>1. Rôle de la fonction conformité pour l'identification des activités dans lesquelles un conseil en investissement est fourni aux clients (et dans la formation des équipes).</p> <p>2. Obligation de réaliser un test d'adéquation (si fourniture d'un conseil en investissement) : connaissance, expérience (lui permettant notamment d'appréhender les risques inhérents aux instruments, transactions ou services), situation financière, objectifs d'investissement.</p> <p>Afin de s'acquitter de son obligation et de recueillir des informations de qualité, le PSI devra notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informer le client de l'objectif du test d'adéquation ;</li> <li>- tester la compréhension par le client du fonctionnement de chaque type d'instrument), et éviter ainsi que le client ne doive s'auto-évaluer ;</li> <li>- contrôler la cohérence entre les réponses.</li> </ul> <p>3. Obligation de fournir au client non-professionnel un « rapport d'adéquation » à l'issue du conseil (quel que soit le sens du conseil).</p> <p>4. La fonction conformité s'assure de la mise en place du dispositif d'évaluation de l'adéquation des conseils fournis aux clients, y compris en matière de formation des conseillers ; rôle de contrôle de l'adéquation des</p>	<p>- Art. 54 et 55 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</p> <p>- Position AMF n°2012-13 – Exigences relatives à l'adéquation pour un client de services d'investissement ou d'instruments financiers [en cours de modification suite à MiFID 2] ;</p> <p>- Orientations de l'ESMA concernant certains aspects relatifs aux exigences d'adéquation de la directive MiFID II ;</p> <p>- Art. L. 533-13 du Comofi ;</p> <p>- Art. L. 533-15 du Comofi ;</p> <p>- Art. 58 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</p> <p>Cas spécifique du démarchage :</p> <p>- Art. L. 341-1 et s. du Comofi (démarchage).</p>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 10 décembre 2012, SAN-2012-19</a> (concerne une société de gestion) <i>Sanction du défaut de l'adéquation entre le profil et les objectifs des clients et le produit proposé, en raison du caractère insuffisant des informations recueillies sur la situation financière, l'expérience en matière d'investissement et les objectifs du client.</i> <i>(suite à recours formé par les mis en cause, la décision de la CdS sur le manquement à l'obligation de s'assurer de l'adéquation du produit a été confirmée par le Conseil d'Etat dans un arrêt du 16 juillet 2014, n° 365941)</i></p> <p>- <a href="#">AMF, CdS, 28 déc. 2018, SAN-2018-19</a> <i>La société ne disposait pas d'une procédure écrite de recueil des informations relatives à la connaissance de ses clients.</i> <i>Elle n'avait pas non plus procédé dans chaque cas à un recueil complet et formalisé d'informations auprès de sept de ses clients, avant de leur adresser un conseil, de sorte que pour l'un de ces clients, elle ne disposait d'aucune information sur son niveau de connaissance et d'expérience en matière</i></p>

	<p>conseils fournis et de la piste d'audit. [Ici, pas de situation de démarchage mais les règles sur le démarchage pourraient s'appliquer dans d'autres situations]</p> <p>5. Le cas échéant, une évaluation de l'adéquation doit être menée périodiquement, au moins une fois par an.</p>		<p><i>d'investissement et que pour les six autres, les informations collectées étaient insuffisantes.</i></p>
<p><b>Transparence de l'information communiquée aux clients</b></p>	<p>1. Quelles informations et quels documents doivent être donnés au client ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convention client ;</li> <li>- Descriptifs du produit et de ses risques / des services proposés ;</li> <li>- Remise du prospectus en cas d'offre au public ;</li> <li>- Information sur les coûts et frais et sur l'impact de ces derniers sur le rendement ;</li> <li>- Fourniture du « rapport d'adéquation » (le cas échéant) ;</li> <li>- Documentation commerciale du produit ;</li> <li>- KID PRIIPs.</li> </ul> <p>2. Information du client lorsqu'au moins l'un des cinq critères du marché cible n'a pas été vérifié alors qu'il aurait dû l'être ou lorsque la vente est réalisée au sein du marché cible négatif.</p>	<p>- Position-recommandation n°2007-25 – Questions-réponses relatives aux règles de bonnes conduites applicables aux PSI, 2. Informations dues aux clients [Position AMF prise avant la rédaction du dispositif MIF 2, incertitude quant à sa validité à compter du 3 janvier 2018].</p> <p>- Art. 45 à 53 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</p> <p>- Art. L. 533-12, L. 533-12-1, L. 533-12-4, L. 533-12-7 et L. 533-15 du Comofi.</p> <p>- Orientations de l'ESMA sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MiFID II (ESMA35-43-620) ;</p> <p>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations relatives à la Gouvernance Produits (<a href="#">AMAFI / 18-34</a>) ;</p>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 21 septembre 2012, SAN-2012-15</a></p> <p><i>L'obligation faite aux PSI d'agir de manière honnête, loyale et professionnelle a pour finalité d'assurer la préservation des intérêts des clients, ce qui implique que l'information qui leur est délivrée soit exacte, claire et non trompeuse ; que ceux-ci doivent en effet être mis en mesure de prendre leurs décisions d'investissement ou de désinvestissement de manière éclairée ou de confier la gestion de leurs actifs en toute connaissance de cause, qu'il s'agisse des caractéristiques des investissements ou des risques encourus.</i></p> <p>- <a href="#">AMF, CdS, 24 janv. 2019, SAN-2019-01</a></p> <p><i>La société aurait transmis à ses clients des plaquettes commerciales mettant en avant les rendements et les remboursements garantis de titres, tout en éludant les risques, et sans les informer de la fragilité financière du groupe auquel se rapportaient ces titres alors même qu'ils étaient exposés à des risques de non remboursement de leurs capitaux. La société avait connaissance des risques et des mauvais résultats financiers du groupe.</i></p>

		<ul style="list-style-type: none"><li>- Position AMF 2013-13 ;</li><li>- PRIIPs arts. 5 et 14.</li></ul>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 25 juin 2018, SAN-2018-07</a> <i>La société a commis plusieurs manquements à ses obligations professionnelles à l'occasion de la diffusion de recommandations d'investissement écrites ou filmées, portant sur une stratégie d'achat ou de vente de CFD sur un sous-jacent déterminé, destinées au public ou aux canaux de distribution, et figurant en libre accès sur le site Internet de la société et sur ses comptes Twitter et Facebook ou sous forme de vidéos sur YouTube.</i></p>
--	--	--	---

Thèmes	Détails sur le thème (rôle de la fonction conformité)	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<b>B – Relation avec les banques privées (relations producteurs distributeurs)</b>			
<b>Signature d'une convention de distribution</b>	1. La signature d'une convention de distribution n'est plus obligatoire depuis l'entrée en application de MIF 2 mais semble vivement recommandée pour définir les droits et obligations de chacun notamment compte-tenu des différentes obligations de MIF 2.		
<b>Inducements</b>	<p>1. Rôle de la conformité dans l'identification des différents types de rémunérations perçues et versées et l'évaluation de leur légitimité.</p> <p>2. Caractérisation de la rémunération perçue ou versée comme un <i>inducement</i> ou pas (question de la structure juridique du groupe et de la nature du service – cas particulier du placement garanti et de la prise ferme).</p> <p>3. Si <i>inducement</i>, contrôle du fait que cette rémunération permet l'amélioration de la qualité du service fourni au client (ici, accès à l'instrument financier), qu'elle ne nuit pas aux intérêts des clients et qu'elle est communiquée aux clients.</p> <p>4. Information du client dans le cadre du placement : via le prospectus si offre au public et pas de conseil en investissement.</p>	<p>- Position-Recommandation AMF n°2013-10 – Rémunérations et avantages reçus dans le cadre de la commercialisation et la gestion sous mandat d'instruments financiers ;</p> <p>- Article 24.9 de MiFID 2 ;</p> <p>- Article 11 de la directive déléguée 2017/593 complétant MIF 2 ;</p> <p>- Art. L. 533-12-2 à L. 533-12-4 du Comofi ;</p> <p>- Art. 314-76-1 à 314-76-7 du RG AMF.</p>	<p>- <a href="#">AMF, CdS, 21 septembre 2012, SAN-2012-15</a></p> <p><i>La seule mention dans les conditions tarifaires adressées aux clients du fait que la banque était « susceptible de percevoir des rétrocessions au titre de certains investissements réalisés pour le compte de ses clients (...) » n'est pas suffisante pour permettre à la banque de se conformer à son obligation de communiquer, avant la fourniture du service, une information complète exacte et compréhensible sur la rémunération reçue ou versée à un tiers.</i></p>

Résumé des points essentiels à retenir :



## Tableau à remettre aux apprenants

Cas pratique n° 5 : Développement d'une nouvelle activité et commercialisation de produits d'épargne		
Thèmes	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-a.</b> Vous êtes le responsable de la conformité du PSI A, une entreprise d'investissement agréée en France. Le Directeur Général vous convoque pour vous informer que le PSI A va se lancer dans l'émission de produits structurés. Quelles diligences allez-vous réaliser avant le lancement de l'activité ?</p>		
<p><b>Agrément et services d'investissement</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Règlement délégué 2017/1943 de la Commission du 14.7.2016 complétant MiFID 2 par des normes techniques de réglementation concernant les informations à fournir et les exigences à respecter pour l'agrément des entreprises d'investissement.</li> <li>- Art. 7 de MiFID 2 (procédure d'agrément des EI) ;</li> <li>- Instruction AMF n° 2014-01 (programme d'activité) ;</li> <li>- Art. L. 532-1 à L. 532-5 du Comofi ;</li> <li>- Art. R. 532-1 à R. 532-9 du Comofi ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 22 fév. 2017, SAN-2017-02</a> <i>Non-respect de ses conditions d'agrément par la société qui confie à l'un de ses gérants travaillant depuis son domicile la gestion d'un second fonds et qui n'informe pas l'AMF des modalités de travail à distance d'un second gérant financier.</i></li> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 17 nov. 2016, SAN-2016-14</a> <i>La société a été condamnée du fait de son insuffisance de moyens matériels, humains et financiers mettant en évidence un non respect des conditions d'agrément.</i></li> </ul>
<p><b>Procédures d'approbation des nouveaux produits / nouvelles activités</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrêté du 3 novembre 2014 sur le contrôle interne, art. 35 (avis du responsable en charge de la conformité pour nouveaux produits) et art. 221 ;</li> <li>- Position AMF n°2012-17 – Exigences relatives à la fonction conformité (4. <i>Obligation de conseil de la fonction conformité</i>) ;</li> <li>- Art. 25 de MiFID 2 (transposé à l'article L. 533-12-6 du Comofi)</li> </ul>	

Thèmes	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-b.</b> Il vous présente M. X, débauché d'une grosse BFI française avec ses équipes de structuration et de vendeurs, qui vous demande de lui rappeler les règles qu'ils devront appliquer pour leurs activités. Quelles informations allez-vous communiquer à M. X ?</p>		
<p><b>Gouvernance Produit</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. 9 de la Directive déléguée 2017/593 complétant MiFID 2 - transposé aux arts. 313-3 à 313-17 du RG AMF ;</li> <li>- Orientations de l'ESMA sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MiFID II (ESMA35-43-620) ;</li> <li>- Art. 10 de la Directive déléguée 2017/593 complétant MiFID 2 – transposé aux arts. 313-18 à 313-27 du RG AMF ;</li> <li>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations relatives à la Gouvernance Produits (<a href="#">AMAFI / 18-34</a>).</li> </ul>	
<p><b>Coûts et charges</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. 50 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>- Q&amp;A ESMA relatif à la protection des investisseurs, section 9 « <i>costs and charges</i> », ESMA35-43-349 ;</li> <li>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations d'information sur les coûts et frais (<a href="#">AMAFI / 18-30</a>).</li> </ul>	
<p><b>PRIIPs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PRIIPs, arts. 5, 7, 13 et 14 ;</li> <li>- Règlement délégué 2017/653 complétant PRIIPs, art. 15.1 ;</li> <li>- Document de questions-réponses AMAFI concernant la mise en œuvre du dispositif PRIIPs (<a href="#">AMAFI / 18-61</a>).</li> </ul>	

Thèmes	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-c.</b> Il vous présente par ailleurs une nouvelle idée de produit en cours de conception : un EMTN (produit structuré) qui réplique la performance des meilleures actions ISR du CAC 40. Quelles informations complémentaires allez-vous demander pour mieux préciser vos conseils ?</p>		
<b>Structuration du Produit</b>	Position AMF 2010-05.	
<b>Sous-jacent utilisé</b>	Guide AMAFI/AFG de prise en compte des thématiques « ESG » pour les produits sur indices ( <a href="#">AMAFI / 18-40</a> ).	
Thèmes	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-d.</b> Il a d'ailleurs commencé à rédiger un document de présentation dont il vous montre la première version, celui-ci s'intitule : « La sérénité version Green ». Quelles sont les règles indispensables que vous devez lui rappeler pour la finalisation de la brochure ?</p>		
<b>Contenu de la brochure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comofi, art. L. 533-12 ;</li> <li>- RG AMF, art. 212-28-I ;</li> <li>- Position AMF 2010-05 et 2013-13.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 25 juill. 2017, SAN-2017-07</a> Dans ses prospectus des Fonds, la société avait délivré une information « parcellaire ».</li> <li>- <a href="#">AMF, CA, 19 oct. 2016, TRA-2017-03</a> Certains supports de communication de la société ne présentaient pas toujours une information au contenu clair, exact et non trompeur, ce qui pouvait porter atteinte à la protection des intérêts des porteurs. Ainsi des clients ont pris leur décision d'entrer en relation, d'investir ou de maintenir leurs investissements dans des parts de FCT sur une base erronée.</li> </ul>
<b>Communication de la brochure à l'AMF</b>	- Annexe à la communication AMF du 8 octobre 2018 : « contrôle des documentations à caractère promotionnel ».	

Thèmes	Textes législatifs et réglementaires applicables	Jurisprudence
<p><b>1-e.</b> Il vous informe également que ces produits seront vendus à la fois aux clients du PSI A (des personnes physiques et des banques privées qui font de la gestion discrétionnaire pour leurs clients finaux fortunés) et à des relations qu'il entend développer avec de nouvelles banques privées.</p> <p>Des diligences complémentaires sont-elles nécessaires ?</p>		
<p><b><u>A – Relation directe avec les clients</u></b></p>		
<p><b>Connaissance et catégorisation des clients</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Annexe II de MiFID 2 ;</li> <li>- Article 45 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>- Q&amp;A ESMA relatif à la protection des investisseurs, section 11 « <i>client categorisation</i> », ESMA35-43-349 ;</li> <li>- Articles D. 533-4 et D. 533-5 Comofi ;</li> <li>- Articles L. 561-2 et suivants du Comofi ;</li> <li>- Chapitre III de l'arrêté du 3 novembre 2014 ;</li> <li>- Chapitre premier du Titre cinquième du Comofi.</li> </ul>	<p>- <a href="#">AMF, CA, 19 nov. 2016, TRA-2017-03</a></p> <p><i>La société n'avait pas établi de procédure interne lui permettant de catégoriser ses clients. Elle avait néanmoins mis en œuvre un mode opératoire consistant à faire remplir à ses clients, lors de l'entrée en relation et préalablement à toute ouverture de compte, un formulaire qui proposait uniquement aux clients de se catégoriser en tant que client professionnel sur option.</i></p>
<p><b>Caractère approprié</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. L. 533-13 du Comofi ;</li> <li>- MiFID 2, art. 25.4.a).</li> </ul>	

<p><b>Test d'adéquation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. 54 et 55 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>- Position AMF n°2012-13 – Exigences relatives à l'adéquation pour un client de services d'investissement ou d'instruments financiers [en cours de modification suite à MiFID 2] ;</li> <li>- Orientations de l'ESMA concernant certains aspects relatifs aux exigences d'adéquation de la directive MiFID II ;</li> <li>- Art. L. 533-13 du Comofi ;</li> <li>- Art. L. 533-15 du Comofi ;</li> <li>- Art. 58 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>Cas spécifique du démarchage :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Art. L. 341-1 et s. du Comofi (démarchage).</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 10 décembre 2012, SAN-2012-19</a> (concerne une société de gestion) <i>Sanction du défaut de l'adéquation entre le profil et les objectifs des clients et le produit proposé, en raison du caractère insuffisant des informations recueillies sur la situation financière, l'expérience en matière d'investissement et les objectifs du client.</i> <i>(suite à recours formé par les mis en cause, la décision de la CdS sur le manquement à l'obligation de s'assurer de l'adéquation du produit a été confirmée par le Conseil d'Etat dans un arrêt du 16 juillet 2014, n° 365941)</i></li> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 28 déc. 2018, SAN-2018-19</a> <i>La société ne disposait pas d'une procédure écrite de recueil des informations relatives à la connaissance de ses clients.</i> <i>Elle n'avait pas non plus procédé dans chaque cas à un recueil complet et formalisé d'informations auprès de sept de ses clients, avant de leur adresser un conseil, de sorte que pour l'un de ces clients, elle ne disposait d'aucune information sur son niveau de connaissance et d'expérience en matière d'investissement et que pour les six autres, les informations collectées étaient insuffisantes.</i></li> </ul>
<p><b>Transparence de l'information communiquée aux clients</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Position-recommandation n°2007-25 – Questions-réponses relatives aux règles de bonnes conduites applicables aux PSI, 2. Informations dues aux clients [Position AMF prise avant la rédaction du dispositif MIF 2, incertitude quant à sa validité à compter du 3 janvier 2018].</li> <li>- Art. 45 à 53 du Règlement Délégué 2017/565 complétant MiFID 2 ;</li> <li>- Art. L. 533-12, L. 533-12-1, L. 533-12-4, L. 533-12-7 et L. 533-15 du Comofi.</li> <li>- Orientations de l'ESMA sur les exigences en matière de gouvernance des produits au titre de la directive MiFID II (ESMA35-43-620) ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 21 septembre 2012, SAN-2012-15</a> <i>L'obligation faite aux PSI d'agir de manière honnête, loyale et professionnelle a pour finalité d'assurer la préservation des intérêts des clients, ce qui implique que l'information qui leur est délivrée soit exacte, claire et non trompeuse ; que ceux-ci doivent en effet être mis en mesure de prendre leurs décisions d'investissement ou de désinvestissement de manière éclairée ou de confier la gestion de leurs actifs en toute connaissance de cause, qu'il s'agisse des caractéristiques des investissements ou des risques encourus.</i></li> <li>- <a href="#">AMF, CdS, 24 janv. 2019, SAN-2019-01</a> <i>La société aurait transmis à ses clients des plaquettes commerciales mettant en avant les rendements et les remboursements garantis de titres, tout en éludant les risques, et sans les informer de la fragilité</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guide AMAFI de mise en œuvre des obligations relatives à la Gouvernance Produits (<a href="#">AMAFI / 18-34</a>) ;</li> <li>- Position AMF 2013-13 ;</li> <li>- PRIIPs arts. 5 et 14.</li> </ul>	<p><i>financière du groupe auquel se rapportaient ces titres alors même qu'ils étaient exposés à des risques de non remboursement de leurs capitaux. La société avait connaissance des risques et des mauvais résultats financiers du groupe.</i></p> <p><a href="#">- AMF, CdS, 25 juin 2018, SAN-2018-07</a></p> <p><i>La société a commis plusieurs manquements à ses obligations professionnelles à l'occasion de la diffusion de recommandations d'investissement écrites ou filmées, portant sur une stratégie d'achat ou de vente de CFD sur un sous-jacent déterminé, destinées au public ou aux canaux de distribution, et figurant en libre accès sur le site Internet de la société et sur ses comptes Twitter et Facebook ou sous forme de vidéos sur YouTube.</i></p>
<p><b><u>B – Relation avec les banques privées (relations producteurs distributeurs)</u></b></p>		
<p><b>Signature d'une convention de distribution</b></p>		
<p><b>Inducements</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Position-Recommandation AMF n°2013-10 – Rémunérations et avantages reçus dans le cadre de la commercialisation et la gestion sous mandat d'instruments financiers ;</li> <li>- Article 24.9 de MiFID 2 ;</li> <li>- Article 11 de la directive déléguée 2017/593 complétant MIF 2 ;</li> <li>- Art. L. 533-12-2 à L. 533-12-4 du Comofi ;</li> <li>- Art. 314-76-1 à 314-76-7 du RG AMF.</li> </ul>	<p><a href="#">- AMF, CdS, 21 septembre 2012, SAN-2012-15</a></p> <p><i>La seule mention dans les conditions tarifaires adressées aux clients du fait que la banque était « susceptible de percevoir des rétrocessions au titre de certains investissements réalisés pour le compte de ses clients (...) » n'est pas suffisante pour permettre à la banque de se conformer à son obligation de communiquer, avant la fourniture du service, une information complète exacte et compréhensible sur la rémunération reçue ou versée à un tiers.</i></p>

