



FSMA_2019_15 du 30/07/2019

Procédure de soumission de publicités relatives à des OPC commercialisés en Belgique

Champ d'application:

Publicités se rapportant à des parts d'OPCVM et d'OPCA (ci-après, ensemble, les « OPC ») faisant l'objet d'une offre publique sur le territoire belge.

Résumé/Objectifs:

La présente communication décrit la procédure à suivre dans le cadre du contrôle a priori des publicités relatives à des OPC.

Structure:

1. Introduction
 2. Contenu du dossier à présenter
 3. Adresse à laquelle le dossier doit être envoyé
 4. Délai de traitement du dossier par la FSMA
 5. Approbation de la publicité par la FSMA
 6. Modification de la publicité approuvée
 7. Possibilité de faire approuver un « canevas » ou un « *template* »
-

1. Introduction

La présente communication décrit la procédure à suivre dans le cadre du contrôle a priori par la FSMA des publicités relatives à des parts d'OPC¹ faisant l'objet d'une offre publique en Belgique.

Cette communication ne concerne pas d'autres avis et documents relatifs à la vie sociale de l'OPC, ni d'autres documents et avis ayant trait à une offre publique de parts d'un OPC mais qui ne constituent pas une publicité.

La procédure est identique pour tout OPC, qu'il soit de droit belge ou étranger et qu'il s'agisse d'un OPCA ou d'un OPCVM.

¹ Voir les articles 60, § 3, et 155, § 1^{er}, de la loi du 3 août 2012 relative aux organismes de placement collectif qui répondent aux conditions de la directive 2009/65/CE et aux organismes de placement en créances, et l'article 225, § 2, de la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires.

2. Contenu du dossier à présenter

Le dossier à présenter à la FSMA comprend, outre le projet de publicité, les documents² qui permettent de vérifier le contenu de la publicité, sauf si ces documents sont déjà en possession de la FSMA.

3. Adresse à laquelle le dossier doit être envoyé

Le dossier est transmis à la FSMA par courriel à l'adresse suivante : cis.pub@fsma.be.

4. Délai de traitement du dossier par la FSMA

La FSMA se prononce dans les dix jours ouvrables à dater de la réception de la publicité. La FSMA fait part dans ce délai soit de ses remarques, soit de son approbation de la publicité qui lui a été soumise.

5. Approbation de la publicité par la FSMA

La FSMA ne peut marquer son approbation qu'après réception d'une publicité sous sa forme (mise en page) définitive ou sous une autre forme donnant une image fidèle du support publicitaire définitif³.

La FSMA donne son approbation sur la base des articles 60, § 3, et 155 de la loi du 3 août 2012 relative aux organismes de placement collectif qui répondent aux conditions de la directive 2009/65/CE et aux organismes de placement en créances, et des articles 225, § 2, et 267 de la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires⁴.

L'approbation de la FSMA est communiquée par envoi d'un courriel auquel est jointe la publicité approuvée.

² Prospectus, informations clés pour l'investisseur et document d'informations clés.

³ Les pages web soumises pour approbation doivent ainsi être en principe transmises sous la forme d'un lien vers ces pages web. Si toutefois cela s'avère impossible en raison de circonstances exceptionnelles, la FSMA pourra accepter en fonction du contexte que le dossier lui soit transmis sous la forme de captures d'écran de ces pages web. Il va de soi que les pages web transmises à la FSMA pour approbation ne peuvent pas encore être mises à la disposition du public et doivent pouvoir être consultées par la FSMA par le biais, par exemple, d'un lien vers l'environnement de test ou d'un mot de passe.

⁴ Cette approbation peut notamment être fondée sur l'application des articles 64 et 155 de la loi du 3 août 2012 précitée, des articles 35 à 46 inclus de l'arrêté royal du 12 novembre 2012 relatif aux organismes de placement collectif qui répondent aux conditions de la directive 2009/65/CE, des articles 229 et 267 de la loi du 19 avril 2014 précitée, des articles 27 à 29 inclus de l'arrêté royal du 25 février 2017 relatif à certains organismes de placement collectif alternatifs publics et à leurs sociétés de gestion, et portant des dispositions diverses, et des articles 11 à 26 inclus de l'arrêté royal du 25 avril 2014 imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail. La publication de cet arrêté royal du 25 avril 2014 a donné lieu à la rédaction de la circulaire FSMA_2015_16 du 27 octobre 2015 relative aux règles applicables aux publicités en cas de commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail, ainsi que de quelques Questions et réponses, qui peuvent être consultés sous le thème « Obligations en matière de publicité » sur le site web de la FSMA.

La publicité ne pourra être diffusée qu'après réception du courriel faisant part de l'approbation de la FSMA. La réception de ce courriel ne constitue toutefois pas une condition préalable à la négociation. Si les conditions permettant de procéder à la négociation sont remplies, les parts peuvent être négociées avant que la publicité soumise à la FSMA soit approuvée par cette dernière. Cependant, la négociation devra alors s'effectuer sans faire usage de la publicité soumise mais non encore approuvée.

6. Modification de la publicité approuvée

Toute modification apportée à une publicité déjà approuvée par la FSMA doit être soumise à cette dernière pour obtenir une nouvelle approbation de sa part. Il convient pour ce faire de suivre la même procédure que pour la publicité initiale.

Il est fait exception à cette exigence d'approbation a priori de modifications dans le cas où la FSMA a approuvé un « canevas » ou un « *template* » intégral ou partiel comme expliqué au point 7.

7. Possibilité de faire approuver un « canevas » ou « *template* »

La FSMA peut accepter d'approuver un « canevas » ou « *template* » pour certaines publicités qui sont actualisées et diffusées à intervalles réguliers. Dans ce cas de figure, la publicité ne devra être soumise qu'une seule fois à l'approbation de la FSMA.

Les documents modifiés ultérieurement pourront être diffusés sans être à nouveau soumis à l'approbation de la FSMA, à condition que les modifications qu'ils contiennent concernent uniquement l'actualisation de données chiffrées ou d'autres données qui ne comportent aucun élément d'appréciation. Dans les autres cas, toute modification apportée à une publicité déjà approuvée par la FSMA requiert une nouvelle approbation.

Il peut donc s'avérer indiqué de faire approuver un « canevas »/« *template* », par exemple pour des fiches produits, des pages internet relatives à des produits, des listes de produits, etc., qui sont actualisées à intervalles réguliers (quotidiennement, mensuellement, trimestriellement, lors du lancement d'un nouveau produit pour les listes de produits, etc.).

Pour plus d'informations concernant cette possibilité de faire approuver un « canevas » ou « *template* » intégral ou partiel, veuillez consulter la rubrique « Questions et réponses » du thème « Obligations en matière de publicité » sur le site web de la FSMA.