

## Rapport sectoriel relatif à l'évaluation du caractère approprié

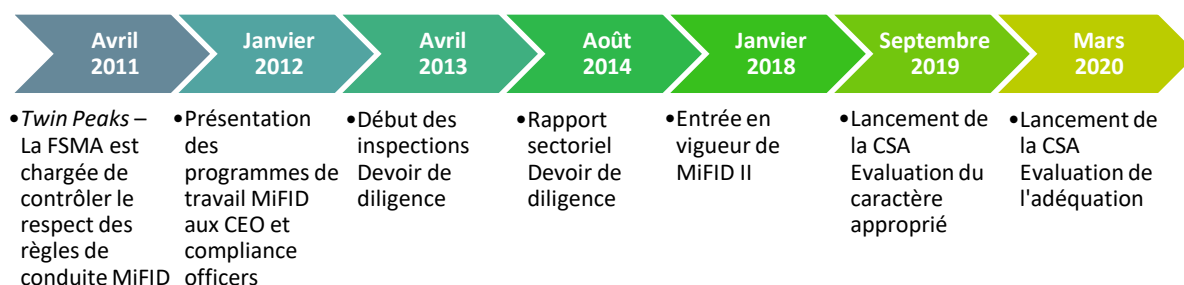
La FSMA a mené une série d'inspections dans le cadre d'une *Common Supervisory Action* (ci-après « CSA<sup>1</sup> ») de l'agence européenne ESMA. Le thème de cette action de surveillance était l'évaluation du caractère approprié lors de la fourniture à des clients de détail des services d'investissement « réception et transmission d'ordres » et « exécution d'ordres au nom de clients ».

Le présent rapport sectoriel présente un aperçu des principales constatations, bonnes pratiques et recommandations que la FSMA a tirées de cette CSA. Les entreprises auprès desquelles la CSA a été menée ont reçu un rapport d'inspection individuel et ont pris des mesures correctrices en réponse aux constatations de la FSMA.

### 1 Dix ans de surveillance par la FSMA de l'évaluation du caractère approprié: belle amélioration mais il reste de la marge de progression

Suite à la réforme *Twin Peaks*, la FSMA s'est vu confier en avril 2011 le contrôle du respect des règles de conduite MiFID. Elle a depuis lors développé un nombre important d'activités pour s'assurer que les entreprises qui prestent des services d'investissement en Belgique soient conscientes de leurs obligations vis-à-vis de leurs clients, qu'elles s'organisent adéquatement et qu'elles appliquent effectivement leurs politiques et procédures.

L'évaluation du caractère approprié fait partie du devoir de diligence et consiste à évaluer, avant que les clients ne procèdent à certaines transactions, leurs connaissances et expérience sur les produits envisagés. Au cours des 10 dernières années, la FSMA a procédé à des inspections auprès d'un nombre important d'entreprises, allant de petites entreprises d'investissement à de grandes banques, qui utilisent des canaux de distribution variés.



Le tableau ci-dessous donne un aperçu des constatations de la FSMA à l'issue de la CSA (colonne 2). La colonne 1 contient, à titre de comparaison, les constats posés par la FSMA en 2014. Les points pour lesquels la FSMA a constaté une **nette amélioration** dans l'ensemble du secteur sont signalés en vert. Les points pour lesquels la FSMA a constaté une **amélioration**, mais pour lesquels elle voit **encore une marge de progression dans certaines entreprises du secteur**, sont indiqués en jaune. Une couleur orange signale un point pour lequel la FSMA voit encore une **large marge de progression dans l'ensemble du secteur**.

<b>Constats</b> <b>Rapport sectoriel 2014</b>	<b>Constats</b> <b>Rapport sectoriel 2021</b>
<p><i>Durant les inspections, il a été constaté dans un certain nombre de cas que <b>l'entreprise présumait ne pas fournir de service en investissement</b> à leurs clients alors que cela semblait bien être le cas selon les constats de la FSMA. Les entreprises concernées ont été contraintes d'adapter leur modèle commercial.</i></p>	<p>La plupart des entreprises proposent plusieurs services d'investissement auxquels s'appliquent différents régimes de diligence: <i>execution-only</i>, évaluation du caractère approprié ou évaluation de l'adéquation. Elles <b>délimitent leurs services d'investissement</b> en faisant usage de catégories de produits ou de canaux de distribution distincts. Les entreprises <b>organisent des contrôles suffisants pour veiller à un niveau de protection clair</b> de leur gamme d'investissement.</p>
<p><i>La <b>FSMA demande</b> que les questionnaires sur les connaissances et l'expérience couvrent une <b>diversité suffisante d'instruments financiers</b>. Les produits peuvent, à cet effet, être catégorisés en types pertinents, pour autant que l'entreprise puisse démontrer que la connaissance de l'un des produits d'un type déterminé permet raisonnablement de conclure à l'existence de la connaissance des autres produits de ce type. Les produits auxquels ne s'applique pas ce raisonnement doivent être catégorisés en types distincts.</i></p>	<p>Les entreprises classent leurs instruments financiers en (sous-)catégories de produits. La <b>catégorisation</b> des instruments financiers n'est <b>dans certains cas pas suffisamment granulaire</b>. Une catégorisation imparfaite peut mener à une situation où la collecte d'informations ne suffit pas à vérifier pour chaque produit de la gamme si le client a connaissance de ses risques et caractéristiques essentiels.</p>
<p><i>Certains instruments financiers sont <b>souvent qualifiés, de manière erronée, de produits non complexes</b>.</i></p>	<p>Dans un <b>nombre limité de cas</b>, une <b>mauvaise catégorisation</b> entraîne une détermination erronée du degré de complexité, et par conséquent l'absence d'évaluation du caractère approprié.</p>
<p><i>La FSMA demande que les questionnaires ne se limitent pas à des questions par lesquelles le client répond <b>simplement par oui ou non</b>. Les connaissances du client <b>doivent être constatées dans les faits</b>. Une simple signature du client sous l'enregistrement des réponses ne suffit pas pour démontrer que l'évaluation de ses connaissances a eu lieu.</i></p>	<p>Pour <b>recueillir des informations sur les connaissances et l'expérience</b>, les entreprises utilisent un questionnaire propre composé le plus souvent de questions à choix multiple. Les questions sont <b>en règle générale de bonne qualité</b>. Dans un nombre limité de cas, la récolte d'informations sur les connaissances repose sur une simple auto-évaluation du client.</p>
	<p>Pour évaluer le caractère approprié, certaines entreprises se servent d'un <b>modèle de scoring</b>. Elles attribuent alors une pondération ou un score aux réponses données par le client aux questions sur ses connaissances et expérience. La moyenne pondérée qui en résulte détermine le résultat de l'évaluation du caractère approprié. Un modèle mal conçu peut fausser les résultats de l'évaluation du caractère approprié.</p>

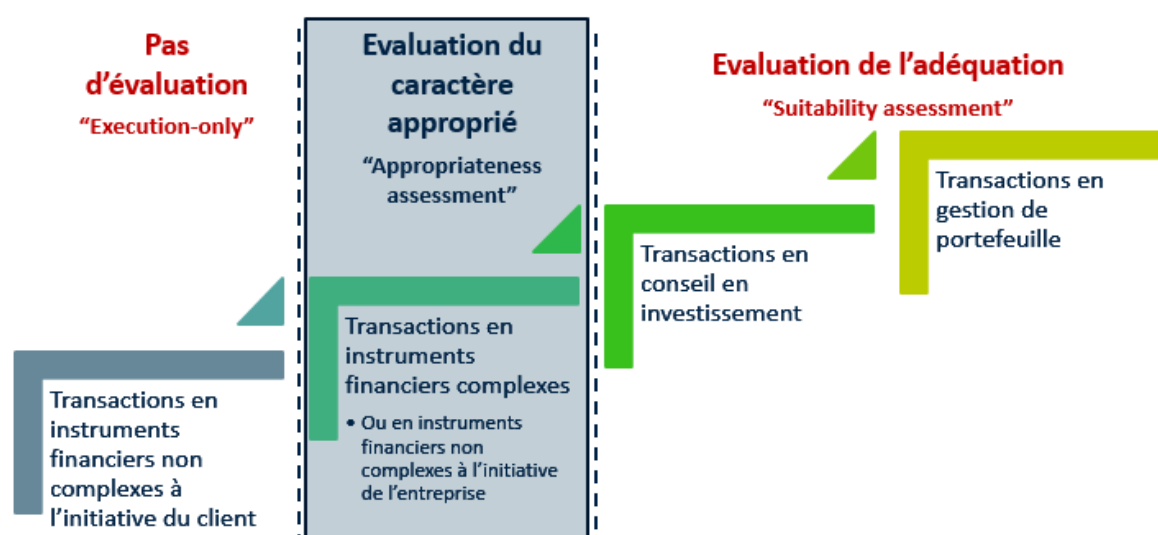
<b>Constats</b> <b>Rapport sectoriel 2014</b>	<b>Constats</b> <b>Rapport sectoriel 2021</b>
<p>Les entreprises doivent s’assurer que les réponses données par le client sont fiables et cohérentes. Les banques en ligne doivent accorder une attention particulière au contrôle des données du client car elles dépendent encore plus que d’autres entreprises des données que le client leur communique.</p>	<p>Différentes entreprises disposent de <b>mécanismes de sécurité pour garantir la fiabilité des informations recueillies sur les connaissances du client</b>. Elles utilisent par exemple plusieurs séries de questionnaires de connaissances ou imposent une période de <i>cooling-off</i>. Certaines entreprises recourent par ailleurs à des pop-ups ou des blocages pour inciter de manière proactive leurs clients à compléter le questionnaire relatif aux connaissances et à l’expérience s’ils ne l’ont pas encore fait.</p>
	<p>Les entreprises intègrent le plus souvent <b>l’évaluation du caractère approprié</b> dans leur système informatique. Lorsque le client ou le collaborateur introduit un ordre sur un produit qui est enregistré comme « complexe » dans le système informatique, le système déclenche automatiquement l’évaluation du caractère approprié.</p>
	<p>Les entreprises <b>avertissent</b> le client lorsque la transaction n’est pas appropriée et quand elles ne disposent pas d’assez d’informations sur ses connaissances et son expérience pour réaliser l’évaluation du caractère approprié.</p>
	<p>Certaines entreprises ne transmettent pas d’avertissement au client en cas d’<b>ordres passés par téléphone</b>.</p>
<p>Concernant la <b>conservation des données</b>, la FSMA a régulièrement constaté que les entreprises ne sont <b>pas suffisamment organisées</b> pour se conformer à leurs obligations légales.</p>	<p>En règle générale, les entreprises disposent de procédures adéquates de <b>conservation</b> de données relatives à l’évaluation du caractère approprié, mais leur application laisse parfois à désirer. La FSMA constate par ailleurs des problèmes de gestion de données dans un nombre limité d’entreprises.</p>
<p>La FSMA constate que <b>les procédures de contrôle interne ne sont parfois pas assez efficaces</b>: les contrôles ne sont pas assez pertinents et ne sont pas ou pas assez documentés. La fonction de conformité se concentre principalement sur sa mission de conseil et <b>trop peu</b> sur la <b>surveillance</b>. Le département Compliance ne dispose souvent pas d’une <b>méthodologie de contrôle</b> adéquate et de ressources suffisantes pour minutieusement traiter cette tâche.</p>	<p>Les entreprises disposent en général de <b>procédures de contrôle</b>. La plupart des entreprises se fient en outre aux contrôles automatiques intégrés dans leur système informatique.</p>
	<p>Les entreprises n’appliquent pas toujours en pratique leurs procédures de contrôle. Elles ne vérifient par ailleurs pas assez souvent <b>l’efficacité</b> de leurs contrôles automatiques.</p>

## 2 Les entreprises évaluent le caractère approprié de transactions envisagées en examinant les connaissances et l'expérience du client

Lorsqu'une entreprise<sup>2</sup> fournit un conseil en investissement pour une transaction ou qu'elle exécute celle-ci dans le cadre d'un service de gestion de portefeuille, elle doit vérifier si ladite transaction est adéquate pour le client<sup>3</sup> (*suitability assessment*).

Lorsqu'une transaction ne s'accompagne pas d'un conseil en investissement ou qu'elle ne s'inscrit pas dans le cadre d'un service de gestion de portefeuille, l'entreprise doit procéder à une évaluation de son caractère approprié (*appropriateness assessment*). Elle n'est dispensée de cette évaluation que lorsqu'il s'agit de transactions portant sur un instrument financier non complexe<sup>4</sup> et effectuées à l'initiative du client (*execution-only*)<sup>5</sup>.

Le présent rapport porte exclusivement sur les **transactions pour des clients de détail, qui requièrent une évaluation du caractère approprié.**



Les entreprises ne peuvent semer **aucune confusion** quant à la nature des services d'investissement qu'elles proposent. Elles doivent à ce sujet fournir des informations correctes, claires et non trompeuses à leurs clients.

Lors de l'évaluation du caractère approprié, les entreprises évaluent les deux **aspects** suivants :

1. les connaissances du client ;
2. son expérience.

Les entreprises doivent, pour chaque catégorie de produits, vérifier si le client possède les connaissances et l'expérience requises pour prendre une décision d'investissement éclairée. Cette obligation s'applique aux catégories de produits qu'elles proposent ou pour lesquelles leur client manifeste de l'intérêt. Elles devraient dès lors convenablement **répartir** les produits de leur gamme **en catégories**. La répartition s'opère en fonction de la nature et des caractéristiques spécifiques des produits, y compris leur complexité, leurs risques et leurs coûts. Des processus plus élaborés

pourraient s'avérer nécessaires pour les produits complexes (tels que des produits présentant des propriétés particulières).

Les entreprises doivent **recueillir** auprès du client **des informations** à l'égard des deux aspects (connaissances et expérience) de l'évaluation du caractère approprié. Elles ne peuvent pas à cet égard se fier excessivement à une auto-évaluation du client.

Les entreprises peuvent se fonder sur les informations fournies par le client sauf si elles savent, ou devraient savoir, que ces informations sont manifestement périmées, erronées ou incomplètes.

Grâce aux **informations spécifiques** collectées **sur le client**, les entreprises doivent se faire une idée claire des connaissances et de l'expérience du client de manière à pouvoir évaluer si l'instrument financier proposé est approprié pour lui.

Les entreprises devraient indiquer de manière claire et précise au client que l'évaluation du caractère approprié a pour but de leur permettre d'agir au mieux des intérêts du client. L'**entreprise** devrait en l'espèce spécifier clairement que l'évaluation du caractère approprié relève de sa propre **responsabilité**. Elle ne peut pas faire endosser cette responsabilité au client.

Lorsque l'entreprise juge qu'un client dispose de connaissances ou d'une expérience insuffisantes par rapport à un instrument financier, elle **avertit** le client que l'instrument n'est **pas approprié**.

Lorsque le client ne fournit **pas ou pas assez d'informations** au sujet de ses connaissances et de son expérience, l'entreprise l'avertit qu'elle **ne peut dès lors pas déterminer** si le service ou le produit offert lui est approprié.

Les deux types d'avertissement peuvent être transmis sous une forme standardisée.

Les entreprises doivent conserver les **données** suivantes :

- les données recueillies sur les connaissances et l'expérience ;
- le résultat de l'évaluation du caractère approprié ; et
- le cas échéant, l'avertissement<sup>6</sup> adressé au client.

Les données conservées doivent être **facilement accessibles** aux personnes concernées au sein de l'entreprise et à la FSMA. Il ne peut pas être possible de manipuler ou d'altérer ces données.

Les entreprises doivent régulièrement **revoir** leur **politique et leurs procédures** en matière d'évaluation du caractère approprié. Elles procéderont à ce réexamen chaque fois que se produira une modification substantielle affectant leur capacité à continuer à les appliquer. Elles doivent vérifier l'efficacité de leur politique et de leurs procédures afin d'en déceler les lacunes éventuelles et d'y remédier.

Les **fonctions de contrôle** des entreprises réglementées ont chacune leur rôle à jouer. S'agissant des règles de conduite, la tâche dévolue à la fonction de compliance est essentielle. Cette dernière est chargée de surveiller le risque de compliance de l'entreprise, ainsi que d'établir des recommandations et un compte rendu le concernant.

Les constatations et mesures décrites dans le présent rapport sont basées sur les **textes légaux et réglementaires de référence** suivants :

- article 27bis, §§ 1 et 2 et article 27ter, §§ 3 et 5 de la Loi Surveillance Secteur Financier 2 août 2002;
- articles 21, 44, 55-57, 72, 74 et 76 du Règlement délégué 2017/565.

La FSMA a en outre suivi dans une large mesure les orientations élaborées par l'agence européenne ESMA en concertation avec toutes les autorités de contrôle européennes chargées de veiller au respect des règles MiFID<sup>7</sup>. La FSMA a informé l'ESMA de son intention d'appliquer ces orientations dans ses pratiques de contrôle.

### 3 Constatations de la FSMA concernant l'évaluation du caractère approprié<sup>8</sup>

#### 3.1 Les entreprises veillent à ce que le niveau de protection lié à leurs services d'investissement soit clair, tant pour leurs clients que pour leurs collaborateurs<sup>9</sup>

La FSMA formule les constatations suivantes à propos de la gamme de services d'investissement des entreprises<sup>10</sup>:

- De nombreuses entreprises proposent plusieurs services d'investissement auxquels s'appliquent différents régimes de diligence : *execution-only*, évaluation du caractère approprié ou évaluation de l'adéquation.
- Elles ont pour cela recours à différents canaux de distribution :
  - *face-to-face* : réseau d'agences et/ou visites à domicile ;
  - en ligne (site web transactionnel et/ou applications mobiles) ;
  - téléphone ;
  - e-mail.
- Les entreprises délimitent leurs services d'investissement en faisant usage de catégories de produits ou de canaux de distribution distincts. Certaines entreprises fournissent ainsi uniquement en ligne les services requérant une évaluation du caractère approprié, tandis qu'elles recourent plutôt au *face-to-face* pour les services soumis à une évaluation de l'adéquation. D'autres entreprises n'autorisent, pour chaque canal de distribution, que des transactions sur certaines catégories précises de produits.
- Les entreprises informent leurs clients de différentes façons sur leurs services d'investissement:
  - au moyen de brochures ;
  - au travers de leurs conditions générales ;
  - par le biais de leur site web.

La plupart des entreprises veillent à ce que les clients puissent facilement et clairement identifier ces informations, et à ce que celles-ci soient rédigées dans un langage compréhensible et adaptées au canal de distribution utilisé par l'entreprise.

- Les entreprises organisent des contrôles suffisants<sup>11</sup> pour vérifier que leurs collaborateurs ne fournissent pas de conseil en investissement pour une transaction alors qu'ils enregistrent ladite transaction dans les systèmes comme n'ayant pas fait l'objet d'un conseil en investissement.
- Dans un nombre de cas limité, les entreprises utilisent, dans les communications avec les clients ou dans les procédures internes destinées au personnel, une terminologie inexacte quant à l'évaluation qu'elles font d'une transaction. Cela peut créer une confusion pour le client quant au service qui lui a été fourni et à la protection dont il bénéficie. Le fait que le collaborateur utilise le terme « adéquation » ou « *suitability* » au lieu de « caractère approprié » ou « *appropriateness* » pourrait à tort donner au client l'impression que ses transactions s'inscrivent dans le cadre d'un conseil en investissement.
- Dans les formations qu'elles dispensent à leur personnel, certaines entreprises ne rappellent pas suffisamment les procédures internes relatives à l'utilisation de l'évaluation du caractère approprié et à la distinction entre services d'investissement.
- Une entreprise collecte plus d'informations que la loi ne l'y oblige pour l'évaluation du caractère approprié : elle s'enquiert également de la situation financière et des objectifs d'investissement du client. Ceci peut entraîner une confusion pour le client quant au service d'investissement reçu étant donné qu'il s'agit là d'informations à recueillir pour une évaluation de l'adéquation<sup>12</sup>.

### 3.2 Les entreprises catégorisent les instruments financiers et définissent leur complexité

Les entreprises déterminent pour chaque instrument financier de leur gamme s'il est complexe ou non et à quelle catégorie de produit il appartient (p.e. action, obligation de société, obligation convertibles, etc.). La FSMA constate ce qui suit à ce sujet :

- Les entreprises classent les instruments financiers qu'elles proposent en différentes catégories (et parfois sous-catégories) de produits conformément à leurs politique et procédures. Les informations concernant la complexité des instruments financiers sont la plupart du temps enregistrées dans leur système informatique au niveau de la (sous-)catégorie de produits. Lorsqu'un client ou un collaborateur introduit un ordre sur un instrument financier, le système détermine sur la base de la complexité de la (sous-)catégorie de produits<sup>13</sup> enregistrée si une évaluation du caractère approprié s'impose.
- De nombreuses entreprises font à cette fin appel à des fournisseurs de données externes. Dans ce cas, elles réalisent des contrôles limités sur la fiabilité des informations reçues.
- Les entreprises disposent d'une procédure pour déterminer la catégorie et la complexité des instruments financiers de leur offre.
- Les entreprises organisent des contrôles portant sur la catégorisation et la détermination de la complexité. Ces contrôles manquent toutefois souvent d'efficacité et ne suffisent pas à identifier certains manquements ou incohérences.
- Un nombre limité d'entreprises n'intègrent pas en temps voulu dans leur système informatique des corrections dans la détermination de la complexité<sup>14</sup>.
- La catégorisation des instruments financiers n'est dans certains cas pas suffisamment granulaire. Dans un nombre de cas limité, une mauvaise catégorisation débouche sur une détermination erronée de la complexité et par conséquent l'absence d'évaluation du caractère approprié.

- Certaines entreprises procèdent toujours à une évaluation du caractère approprié, que l'instrument financier soit « complexe » ou « non complexe ».

### 3.3 Les entreprises collectent des informations sur les connaissances et l'expérience du client

#### 3.3.1 Les entreprises font usage d'un questionnaire propre pour recueillir des informations. La collecte d'informations n'est pas toujours suffisamment granulaire

Les questionnaires standardisés utilisés par les entreprises pour collecter auprès des clients des informations sur leurs connaissances et leur expérience se composent la plupart du temps de trois sortes de questions à choix multiple :

1. **des questions générales** sur le niveau général de connaissances et d'expérience du client (sur la base de ses études, de sa profession, etc.) ;
2. **des questions d'expérience** portant sur les investissements que le client a déjà faits par le passé (nombre, montant, volume, période, nature, etc.) ;
3. **des questions de connaissances liées au produit** relatives aux connaissances effectives du client sur une catégorie de produits<sup>15</sup>, à l'aide de questions à choix multiple sur les risques et caractéristiques essentiels des produits.

La FSMA formule les constatations générales suivantes par rapport aux questionnaires :

- Certaines entreprises prévoient, tant que le client n'a pas encore rempli de questionnaire, de lui demander de le compléter chaque fois qu'il souhaite effectuer une nouvelle transaction. Différentes entreprises utilisent pour ce faire des *pop-up* dans leurs applications numériques.
- Dans un nombre de cas limité, les questions d'expérience ne portent pas sur la nature (achat/vente) des investissements passés du client.
- La collecte d'informations sur les connaissances et l'expérience n'est pas toujours assez granulaire du fait de catégories de produits définies de manière trop large. Différents types d'instruments financiers sont rassemblés dans une même catégorie de produit, ce qui fait qu'il est impossible de vérifier si le client comprend suffisamment les risques et caractéristiques essentiels de chaque type d'instrument financier<sup>16</sup>.

#### 3.3.2 Les entreprises veillent à ce que les informations recueillies soient fiables, cohérentes et à jour

La FSMA constate ce qui suit à propos de la fiabilité, de la cohérence et de la mise à jour des informations recueillies sur les connaissances et l'expérience :

- Dans un nombre de cas limité, la collecte d'informations sur les connaissances repose sur une simple auto-évaluation du client.
- Les entreprises vérifient si les informations recueillies sont cohérentes à l'aide de contrôles automatiques, le plus souvent intégrés dans leur système informatique<sup>17</sup>. Elles ne prennent que rarement contact avec le client pour clarifier des contradictions constatées.



- Les données recueillies sont dans la plupart des entreprises valables pour au moins deux ans. Au-delà de ce délai, l'entreprise demande au client de remplir de nouveau le questionnaire. La FSMA constate cependant dans un nombre limité de cas que la durée de validité maximale prévue pour les informations recueillies sur les connaissances et l'expérience est dépassée.
- Certaines entreprises modifient leurs questions de connaissances liées au produit sans évaluer si leurs clients existants doivent répondre aux nouvelles questions.
- De nombreuses entreprises permettent à leurs clients de prendre l'initiative de remplir de nouveau le questionnaire sur le site web transactionnel. Connaissances et expérience peuvent en effet évoluer avec le temps. La FSMA n'a pas constaté de situation où l'entreprise inciterait son client, sans que sa situation ait réellement changé, à actualiser ses données de manière à ce qu'un produit donné devienne approprié.
- Certaines entreprises utilisent plusieurs séries de questionnaires ou imposent une période de *cooling-off* après deux tentatives ratées du client de répondre correctement aux questions de connaissances.

### 3.4 Les entreprises évaluent le caractère approprié des instruments financiers

#### 3.4.1 Les entreprises intègrent l'évaluation du caractère approprié dans leurs systèmes

La FSMA constate ce qui suit à propos de l'évaluation du caractère approprié d'instruments financiers :

- Les entreprises intègrent la plupart du temps l'évaluation du caractère approprié dans leurs systèmes informatiques. Elle le font tant dans le site web transactionnel destiné au client<sup>18</sup> que dans les applications sous-jacentes<sup>19</sup> utilisées par leurs collaborateurs. Lorsque le client ou le collaborateur introduit un ordre sur un produit qui est enregistré comme « complexe » dans le système informatique, le système déclenche automatiquement l'évaluation du caractère approprié.
- Lorsqu'une transaction n'est pas appropriée ou quand l'entreprise ne dispose pas d'informations suffisantes sur les connaissances et l'expérience du client, la loi impose seulement que l'entreprise avertisse le client. Une fois cet avertissement adressé, le client peut poursuivre la transaction. La plupart des entreprises permettent au client – malgré l'avertissement donné – de procéder à la transaction à ses propres risques<sup>20</sup>. Dans certaines entreprises, le système se bloque lorsque le client ne remplit pas le questionnaire ou quand le produit souhaité n'est pas approprié. Le client reçoit alors un avertissement, mais ne peut pas effectuer de transaction.
- La majorité des entreprises ne réalisent pas d'évaluation du caractère approprié en cas de transactions de vente. Une entreprise le fait. Elle avertit le client si l'opération de vente ne lui est pas appropriée<sup>21</sup>.

#### 3.4.2 Certaines entreprises ont recours à un modèle de scoring

Certaines entreprises traitent les informations recueillies à l'aide d'un modèle de scoring. Elles attribuent une pondération ou un score aux réponses données par le client aux questions sur ses connaissances et expérience. La moyenne pondérée qui en résulte détermine le résultat de l'évaluation du caractère approprié. La FSMA constate ce qui suit à propos de la conception du modèle de scoring :

- Les réponses aux questions de connaissances liées au produit et d'expérience sont en général plus fortement pondérées que celles aux questions générales<sup>22</sup>.
- La plupart des entreprises attribuent un poids plus important aux réponses aux questions de connaissances liées au produit qu'à celles aux questions d'expérience. Toutefois, un nombre limité d'entreprises estiment que la transaction est appropriée alors que le client n'a pas répondu correctement à toutes les questions relatives aux connaissances des risques et caractéristiques essentiels du produit.
- Une entreprise pondère de manière identique les réponses aux questions de connaissances liées au produit et celles aux questions d'expérience. Un score élevé dans l'un des domaines compense un score plus faible dans l'autre<sup>23</sup>. Ceci a parfois pour conséquence qu'une transaction est considérée comme appropriée alors que le client ne comprend pas assez les caractéristiques et risques spécifiques à la catégorie de produits concernée : il peut réussir en obtenant un bon score aux questions d'expérience tout en ne répondant pas correctement à une ou plusieurs questions de connaissances liées au produit.

### **3.5 Les entreprises avertissent le client lorsqu'une transaction n'est pas appropriée et en cas de manque d'informations sur ses connaissances et expérience**

La FSMA constate ce qui suit par rapport à la transmission d'avertissements au client :

- Les entreprises avertissent le client qu'elles ne peuvent pas procéder à l'évaluation du caractère approprié lorsqu'elles ne disposent pas de suffisamment d'informations sur ses connaissances et expérience.
- Lorsque l'évaluation du caractère approprié révèle que le client a une connaissance insuffisante et/ou aucune expérience de la catégorie de produits concernée, les entreprises avertissent le client que la transaction ne lui est pas appropriée.
- Les entreprises transmettent l'avertissement sous une forme standardisée.
- Certaines entreprises ne font pas de distinction entre le cas où le client ne fournit pas ou pas assez d'informations et celui où le produit ne lui est pas approprié<sup>24</sup>.
- La plupart des entreprises transmettent l'avertissement au client avant la transaction. Une entreprise avertit le client trop tard, par le biais du bordereau d'exécution, c'est-à-dire après que la transaction a été exécutée.
- Certaines entreprises ne transmettent à tort pas d'avertissement au client en cas d'ordres passés par téléphone.

### **3.6 Les entreprises disposent de procédures adéquates de conservation des données, mais quelques-unes ne les appliquent pas toujours**

La FSMA constate ce qui suit par rapport à la conservation de données relatives à l'évaluation du caractère approprié :

- Les entreprises disposent en règle générale de procédures adéquates de conservation de données relatives à l'évaluation du caractère approprié.

- Dans un nombre de cas limité, la mise en œuvre des procédures laisse à désirer. Quelques entreprises ne conservent par exemple pas le résultat de l'évaluation du caractère approprié ni/ou l'avertissement transmis au client.
- En cas d'ordres par téléphone, les entreprises enregistrent les conversations téléphoniques, conservent ces enregistrements et les contrôlent<sup>25</sup>.

La FSMA constate des problèmes de gestion de données dans quelques entreprises : elles ne sont pas en mesure d'extraire à court terme des listes correctes de transactions de leurs bases de données<sup>26</sup>.

### 3.7 Les entreprises contrôlent régulièrement la mise en œuvre de l'évaluation du caractère approprié

La FSMA constate ce qui suit par rapport au contrôle de l'évaluation du caractère approprié :

- Le contrôle de première ligne existe en règle générale : les entreprises disposent de procédures de contrôle adéquates.
- Les entreprises contrôlent périodiquement les ordres passés par téléphone. Elles réécoutent à cette fin (un échantillon) des enregistrements de conversations téléphoniques. Les entreprises ne vérifient pas toujours lors de ces contrôles si le collaborateur a, le cas échéant, transmis un avertissement au client.
- La politique et les procédures prescrivent des contrôles, mais l'entreprise ne les applique pas toujours en pratique. Les manquements constatés par la FSMA sont principalement dus à ce manque d'efficacité. À titre d'exemple :
  - Certaines entreprises disposent de procédures de mise à jour périodique des informations recueillies sur les connaissances et l'expérience, et d'examen systématique de celles-ci. Les informations recueillies sur les connaissances et l'expérience sont malgré tout obsolètes.
  - Malgré que la plupart des entreprises organisent des contrôles sur la catégorisation et la détermination de la complexité, les produits financiers se retrouvent régulièrement dans la mauvaise catégorie de produits et/ou sont étiquetés à tort comme « non complexes ».
- La plupart des entreprises se fient uniquement aux contrôles automatiques intégrés dans les systèmes informatiques. Elles ne vérifient cependant pas assez souvent s'ils sont efficaces.

## 4 La FSMA constate de bonnes pratiques en matière d'évaluation du caractère approprié

La FSMA constate les bonnes pratiques suivantes :

- Les entreprises qui proposent plusieurs services d'investissement les distinguent suffisamment pour ne pas semer de confusion chez les clients quant au service d'investissement proposé.
- Les entreprises utilisent des questionnaires qualitatifs afin de recueillir auprès du client des informations sur ses connaissances et son expérience<sup>27</sup>.
- Certaines entreprises disposent de mécanismes de sécurité pour garantir la fiabilité des informations recueillies au sujet des connaissances du client. Elles utilisent par exemple plusieurs séries de questionnaires de connaissances ou imposent une période de *cooling-off* après que le client ait échoué à deux reprises de répondre correctement aux questions de connaissances<sup>28</sup>.

- Dans différentes entreprises, le système se bloque lorsque le client ne parcourt pas le questionnaire sur les connaissances et ne fournit pas les informations requises. Le client reçoit un avertissement et ne peut pas poursuivre la transaction.
- La plupart des entreprises proposent au moins trois possibilités de réponse aux questions de connaissances, en sus de l'option « Je ne sais pas ». Sans cette dernière, les clients n'auraient d'autre choix que de deviner au hasard une réponse s'ils ne la connaissent pas<sup>29</sup>.
- S'ils ne l'ont pas encore fait, plusieurs entreprises encouragent de manière proactive les clients à remplir le questionnaire sur les connaissances et l'expérience ou prévoient des mécanismes de blocage dans leurs systèmes informatiques pour les y inciter. Elles ont par exemple recours à des *pop-ups* qui apparaissent automatiquement sur l'écran du client lorsqu'il se branche à la plateforme de négociation ou quand il reçoit un avertissement après avoir introduit un ordre.
- Certaines entreprises réalisent systématiquement un test du caractère approprié, quelle que soit la complexité de l'instrument financier. Bien que la loi ne l'impose pas, cela peut contribuer à renforcer la protection des investisseurs et à compenser partiellement les effets d'une mauvaise catégorisation de produits. Ces entreprises n'en doivent pas moins également continuer à prêter suffisamment attention à la bonne catégorisation de leurs produits.
- La plupart des entreprises enregistrent de manière adéquate les ordres passés par téléphone et contrôlent périodiquement les conversations, en vérifiant par exemple que le collaborateur ne fournit pas de conseil en investissement lorsque ce n'est pas autorisé.

## 5 La FSMA émet des recommandations relatives à l'évaluation du caractère approprié

La FSMA formule les recommandations suivantes en ce qui concerne l'évaluation du caractère approprié :

- Les entreprises devraient, par le biais de formations ou de canaux de communication internes, continuer à rappeler régulièrement à leurs collaborateurs les règles d'application de l'évaluation du caractère approprié et la distinction existant entre les différents services d'investissement.
- La catégorisation des instruments financiers devrait être suffisamment granulaire. La FSMA accepte que les entreprises classent leurs produits en catégories de produits pertinentes à l'unique condition que tous les produits d'une même catégorie présentent des caractéristiques et des risques semblables, de sorte que l'on puisse raisonnablement conclure que le fait de connaître l'un des produits d'une catégorie implique que l'on connaît les autres produits de ladite catégorie. Les entreprises devraient classer les produits pour lesquels ce n'est pas le cas dans des catégories séparées. Les entreprises peuvent ainsi recueillir pour chaque produit de leur gamme les informations nécessaires pour évaluer les connaissances du client sur les risques et caractéristiques essentiels de ce produit.
- Les entreprises devraient promptement détecter et intégrer dans leurs systèmes informatiques les changements dans la complexité d'instruments financiers afin d'empêcher que des transactions sur produits complexes puissent être effectuées sans évaluation du caractère approprié.
- La collecte d'informations concernant les connaissances ne devrait pas reposer sur une simple auto-évaluation du client. La FSMA rappelle que sonder les connaissances du client en lui demandant de répondre par « oui » ou « non » à la question de savoir s'il connaît le produit ne

suffit pas. Il n'est pas non plus approprié de laisser le client estimer lui-même son niveau de connaissances. Il incombe toujours aux entreprises d'évaluer le niveau de connaissance de leurs clients.

- La simple communication d'informations sur un produit d'investissement donné ne suffit pas à conclure que le client le connaît. L'entreprise ne peut décider qu'il le connaît qu'après s'être assurée que le client comprend suffisamment les risques et caractéristiques essentiels du produit pour prendre des décisions d'investissement éclairées.
- Les entreprises qui ont recours à un modèle de scoring pour l'évaluation du caractère approprié doivent s'en servir avec prudence. Le modèle de scoring ne doit jamais avoir pour effet que des clients ne répondant pas correctement à certaines questions de connaissances sur les caractéristiques et les risques essentiels soient considérés comme ayant des connaissances suffisantes.
- Les entreprises transmettent des avertissements sous une forme standardisée. La réglementation MiFID ne précise pas à quel point les informations contenues dans l'avertissement doivent être détaillées. Les règles générales en matière de communication d'informations au client restent toutefois de mise : les informations doivent être correctes, claires et non trompeuses.
- Les entreprises devraient régulièrement vérifier l'efficacité de leurs contrôles automatiques afin de détecter à temps les erreurs de système.

—

- 
- <sup>1</sup> Le but est que les différentes autorités de contrôle de l'Union européenne prenant part à la CSA mènent simultanément des actions de contrôle sur le même thème. L'ESMA a fixé les limites du périmètre de la CSA pour évaluer si les entreprises respectaient leurs obligations en matière d'évaluation du caractère approprié. Les autorités nationales restent toutefois libres de déterminer leur approche en matière de surveillance. La FSMA a choisi d'appliquer la méthodologie d'inspection qu'elle suit habituellement pour contrôler le respect des règles de conduite MiFID.
- <sup>2</sup> Par « entreprise », il faut entendre les entreprises réglementées soumises aux dispositions de la directive MiFID, à savoir :
- les établissements de crédit et les entreprises d'investissement de droit belge, sauf pour ce qui est des succursales qu'ils ont établies dans un autre État membre de l'EEE ;
  - les succursales établies en Belgique d'établissements de crédit et d'entreprises d'investissement relevant du droit d'un État membre de l'EEE, pour ce qui est de leurs transactions effectuées sur le territoire belge ;
  - les succursales établies en Belgique d'établissements de crédit et d'entreprises d'investissement relevant du droit de pays tiers ;
  - les établissements de crédit et les entreprises d'investissement qui relèvent du droit d'un pays tiers et qui sont légalement autorisés à fournir des services en Belgique, pour ce qui est de leurs transactions effectuées sur le territoire belge ;
  - les sociétés de gestion d'OPCA établies en Belgique.
- <sup>3</sup> Par « client », il faut entendre tant le client effectif que le client potentiel.
- <sup>4</sup> Instrument financier non complexe au sens de l'article 27ter, § 5, 1° de la Loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers (ci-après « Loi Surveillance Secteur Financier 2 août 2002 ») ou après examen du produit financier au regard des conditions listées à l'article 57 du règlement délégué 2017/565 de la Commission du 25 avril 2016 (ci-après le « Règlement délégué 2017/565 ») (s'il ne s'agit pas d'un instrument financier d'office « non complexe »)
- <sup>5</sup> Les quatre conditions cumulatives devant être remplies pour pouvoir exécuter une transaction sans évaluation du caractère approprié figurent à l'article 27ter, § 5 de la Loi Surveillance Secteur Financier 2 août 2002.
- <sup>6</sup> Ceci inclut aussi les cas où le client, en dépit de l'avertissement, a tout de même souhaité réaliser la transaction et où l'entreprise a accédé à cette demande du client.
- <sup>7</sup> Orientations concernant certains aspects relatifs aux exigences d'adéquation de la directive MiFID II ESMA 35-43-1163 (en particulier en ce qui concerne la collecte d'informations sur les connaissances et l'expérience), *Q&A's on MiFID II and MiFIR investor protection and intermediaries topics* ESMA 35-43-349 (chapitre 10) et *MiFID II Supervisory Briefing on appropriateness and execution-only* ESMA 35-36-1640.
- <sup>8</sup> Les constatations figurant dans cette section sont celles faites au moment de l'inspection. Toutes les entreprises ont entre-temps élaboré un plan de redressement.
- <sup>9</sup> Par « collaborateurs », il faut entendre aussi bien les collaborateurs des entreprises elles-mêmes que les agents avec lesquels l'entreprise travaille et leurs collaborateurs.
- <sup>10</sup> Par « entreprise », il faut entendre dans cette section les huit entreprises ayant fait l'objet d'une inspection dans le cadre de la CSA relative à l'évaluation du caractère approprié.
- <sup>11</sup> Par exemple en réécoutant un échantillon de conversations téléphoniques avec des clients.
- <sup>12</sup> Les entreprises qui recueilleraient ces informations à d'autres fins doivent clairement indiquer à leurs clients qu'elles n'en tiendront pas compte dans le cadre de l'évaluation du caractère approprié.
- <sup>13</sup> Voir la section [3.4.1 Les entreprises intègrent l'évaluation du caractère approprié dans leurs systèmes.](#)
- <sup>14</sup> Il peut arriver que, à l'issue d'un contrôle périodique, un produit jusqu'alors enregistré comme « non complexe » doive passer dans la catégorie des produits « complexes ».

- 
- <sup>15</sup> Voir la section [3.2 Les entreprises catégorisent les instruments financiers et définissent leur complexité](#).
- <sup>16</sup> La FSMA rappelle les positions formulées dans sa note du 1<sup>er</sup> août 2014 publiée sur son site web : [Devoir de diligence : Constatations et positions dégagées à l'issue de plusieurs inspections](#).
- <sup>17</sup> Il se peut alors que la transaction soit bloquée ou que le client ne puisse plus sélectionner certains choix de réponse.
- <sup>18</sup> Il faut entendre par là la plateforme de négociation sur laquelle le client peut réaliser des transactions.
- <sup>19</sup> L'on entend par là les outils de l'entreprise utilisés par ses collaborateurs lors de l'évaluation du caractère approprié (en cas d'ordres passés par téléphone par exemple).
- <sup>20</sup> Le client doit accepter/confirmer l'avertissement avant de pouvoir procéder à la transaction.
- <sup>21</sup> En matière d'évaluation du caractère approprié, la réglementation n'établit *stricto sensu* pas de distinction entre transactions d'achat et de vente. La FSMA estime qu'une vente de produit correspondant à un désinvestissement de la part du client ne devrait pas nécessairement faire l'objet d'une évaluation du caractère approprié.
- <sup>22</sup> Voir la section [3.3.1 Les entreprises font usage d'un questionnaire propre pour recueillir des informations. La collecte d'informations n'est pas toujours suffisamment granulaire](#).
- <sup>23</sup> Si par exemple le client obtient de bons résultats aux questions d'expérience, mais échoue aux questions de connaissances, l'entreprise considérera tout de même, en se basant sur la moyenne pondérée, que la transaction est appropriée, et le client ne recevra pas d'avertissement alors qu'il ne comprend pas suffisamment les caractéristiques et les risques spécifiques du produit souhaité.
- <sup>24</sup> L'entreprise transmet toujours le même avertissement, que le résultat négatif de l'évaluation du caractère approprié soit dû à l'échec du client au test de connaissances ou au manque d'informations obtenues de sa part sur ses connaissances et son expérience.
- <sup>25</sup> Voir la section [3.7 Les entreprises contrôlent régulièrement la mise en œuvre de l'évaluation du caractère approprié](#).
- <sup>26</sup> Une entreprise présente par exemple de manière incorrecte certaines transactions sur produits complexes comme étant des transactions en *execution-only*.
- <sup>27</sup> La FSMA constate que différentes entreprises du secteur financier ont en quelques années consenti d'importants efforts pour améliorer la qualité des questionnaires.
- <sup>28</sup> Utiliser un seul questionnaire ou permettre au client de retenter sans fin sa chance peut en effet amener le client à déduire la bonne réponse. Les entreprises utilisant plusieurs séries de questionnaires devraient veiller à y formuler différemment les questions et réponses. Les renseignements demandés doivent néanmoins porter sur les mêmes risques et caractéristiques essentiels.
- <sup>29</sup> La fiabilité des informations recueillies peut s'en trouver compromise.