

VERSLAG AAN DE KONING

Sire,

Het ontwerp van koninklijk besluit dat U is voorgelegd heeft tot doel de niet-professionele cliënten een betere bescherming te bieden bij de commercialisering van financiële producten. Hiervoor wordt een transversale benadering gevolgd.

Het ontwerp bestaat uit twee luiken:

- enerzijds wordt de verplichting ingevoerd om bij de commercialisering van financiële producten bij niet-professionele cliënten een informatiefiche te verstrekken (een bondig, gestandaardiseerd en makkelijk te begrijpen document waarin een aantal gegevens verplicht zijn opgenomen met het oog op de beschrijving van het product) (titel 2 van het ontwerp);
- anderzijds wordt de reclame voor financiële producten gereguleerd (minimale informatie, regels voor het vermelden van historische, gesimuleerde en toekomstige rendementen en voor het opnemen van voorbeelden, productvergelijkingen, enz.) (titel 3 van het ontwerp).

Op dit ogenblik is reeds een gelijkaardige reglementering ingevoerd voor de commercialisering van gereguleerde spaarrekeningen bij niet-professionele cliënten door het koninklijk besluit van 18 juni 2013 waarbij bepaalde informatieverplichtingen worden opgelegd bij de commercialisering van gereguleerde spaarrekeningen.

Het voorliggende ontwerp is gemodelleerd op deze bestaande reglementering die het vervangt en uitbreidt tot alle types van

RAPPORT AU ROI

Sire,

Le projet qui Vous est soumis vise à renforcer la protection des clients de détail lors de la commercialisation de produits financiers et ce, en suivant une approche transversale.

Le projet comporte deux volets :

- d'une part, il impose la remise aux clients de détail, lors de la commercialisation de produits financiers, d'une fiche d'information (un document court, standardisé et facile à comprendre, comprenant diverses mentions obligatoires visant à décrire le produit) (titre 2 du projet);
- d'autre part, il réglemente la publicité pour les produits financiers (mentions minimales, règles en vue de la présentation des rendements historiques, simulés et futurs, fournitures d'exemples, comparaisons entre produits, etc...) (titre 3 du projet).

A l'heure actuelle, la commercialisation de comptes d'épargne réglementés auprès de clients de détail est déjà soumise à une réglementation de ce type, via l'arrêté royal du 18 juin 2013 imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de comptes d'épargne réglementés.

Le présent projet s'inspire de cette réglementation existante (qu'il remplace) et l'étend à tous types de produits financiers.

financiële producten.

Kenmerkend voor dit ontwerp is zijn transversale aard, wat betekent dat het van toepassing is op alle financiële producten (spaarrekeningen, kasbons, verzekeringsovereenkomsten uit de groep leven en niet-leven, effecten en andere beleggingsinstrumenten, ...) die gecommmercialiseerd worden bij niet-professionele cliënten, dus bij natuurlijke personen, maar ook bij vennootschappen die niet worden beschouwd als professionele cliënten (zoals kmo's).

Daarbij gaat dit besluit uit van een cliëntenclassificatie uit de MiFID-richtlijn. In het kader van dit besluit zal deze classificatie eveneens relevant zijn voor de commercialisering van verzekeringsproducten. Het bleek dan ook onnodig om verzekeringsovereenkomsten die grote risico's dekken en voornamelijk bestemd zijn voor professionele cliënten uit te sluiten van het toepassingsgebied van dit besluit.

De bescherming die dit besluit biedt, overstijgt bijgevolg de notie van "consumenten" in de zin van titel VI van het Wetboek van Economisch Recht (waarin consumenten gedefinieerd zijn als natuurlijke personen die producten uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden verwerven of gebruiken). Zo zal een zelfstandige die zijn activiteit uitoefent via een vennootschap en als bedrijfsleider bepaalde levensverzekeringsovereenkomsten onderschrijft, de bescherming van deze reglementering genieten.

Le présent projet se caractérise ainsi par son caractère transversal, c'est-à-dire qu'il s'applique à tous les produits financiers (comptes d'épargne, bons de caisse, contrats d'assurance du groupe d'activité vie et non vie, valeurs mobilières et autres instruments de placement...) qui sont commercialisés auprès de clients de détail, soit auprès des personnes physiques, mais également auprès des sociétés qui ne sont pas considérées comme des clients professionnels (telles les PME).

Le présent arrêté se réfère à cet égard à une classification des clients issue de la directive Mifid. Dans le cadre du présent arrêté, cette classification sera également pertinente lors de la commercialisation de produits d'assurances. Par conséquent, il a paru inutile d'exclure du champ d'application du présent arrêté les contrats d'assurances portant sur la couverture de grands risques, lesquels sont principalement destinés aux clients professionnels.

La protection mise en place par le présent arrêté va donc au-delà des "consommateurs" au sens du titre VI du Code de droit économique (les consommateurs étant les personnes physiques qui acquièrent ou utilisent des produits à des fins excluant tout caractère professionnel). L'indépendant qui exerce son activité en société et qui souscrit, en tant que dirigeant d'entreprise, certains contrats d'assurance-vie sera donc protégé par la présente réglementation.

In de vigerende reglementering zijn de regels voor informatieverstrekking aan de cliënten bij het commercialiseren van financiële producten verspreid over verschillende sectorale financiële wetgevingen die

Actuellement, la réglementation de l'information devant être fournie aux clients lors de la commercialisation de produits financiers est répartie au sein de plusieurs législations financières sectorielles, lesquelles

doorgaans Europese richtlijnen omzetten, met name:

- de wet van 16 juni 2006 op de openbare aanbidding van beleggingsinstrumenten en de toelating van beleggingsinstrumenten tot de verhandeling op een gereguleerde markt; hierin is de reglementering opgenomen voor de informatieverstrekking ingeval beleggingsinstrumenten worden gecommmercialiseerd in het kader van een openbare aanbidding (verplicht prospectus en reclame);

- de wet van 2 augustus 2002 betreffende het toezicht op de financiële sector en de financiële diensten en het koninklijk besluit van 3 juni 2007 tot bepaling van nadere regels tot omzetting van de richtlijn betreffende markten voor financiële instrumenten; hierin is vastgelegd welke informatie een financiële dienstverlener moet verstrekken over de financiële instrumenten;

- de wet van 3 augustus 2012 betreffende bepaalde vormen van collectief beheer van beleggingsportefeuilles en het koninklijk besluit van 12 november 2012 met betrekking tot bepaalde openbare instellingen voor collectieve belegging; hierin is geregeld welke informatie verstrekt moet worden bij een openbaar aanbod van effecten die zijn uitgegeven door een instelling voor collectieve belegging (prospectus, document met essentiële beleggersinformatie en reclame);

- de wet van ... 2014 en het koninklijk besluit van 14 november 2003 betreffende de levensverzekeringsactiviteit waarin de reglementering is opgenomen voor de informatieverstrekking aan het publiek bij de commercialisering van bepaalde verzekeringsovereenkomsten;

- de wet van ... 2014 betreffende de alternatieve instellingen voor collectieve belegging en hun beheerders die de

transposent généralement des directives européennes :

- la loi du 16 juin 2006 relative aux offres publiques d'instruments de placement et aux admissions d'instruments de placement à la négociation sur des marchés réglementés, qui réglemente l'information diffusée lorsque des instruments de placement sont commercialisés dans le cadre d'une offre publique (prospectus obligatoire et publicité);

- la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers et l'arrêté royal du 3 juin 2007 portant les règles et modalités visant à transposer la Directive concernant les marchés d'instruments financiers, qui réglementent les informations devant être fournies par les prestataires de services financiers portant sur des instruments financiers ;

- la loi du 3 août 2012 relative à certaines formes de gestion collective de portefeuilles d'investissement et l'arrêté royal du 12 novembre 2012 relatif à certains organismes de placement collectifs publics, qui réglementent l'information devant être fournie en cas d'offre publique de titres émis par des organismes de placement collectif (prospectus, document d'informations clés et publicité) ;

- la loi du 2014 relative aux assurances et l'arrêté royal du 14 novembre 2003 relatif à l'activité d'assurance sur la vie, qui réglementent l'information devant être fournie au public lors de la commercialisation de certains contrats d'assurances ;

- la loi du 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires, qui réglemente l'information

informatieverstrekking reguleert ingeval van een openbaar aanbod van rechten van deelneming in deze instellingen (prospectus, essentiële beleggersinformatie en reclame).

Het voorliggende ontwerp rationaliseert deze vereisten en vult ze tezelfdertijd aan door gebruik te maken van een aantal machtigingen waarin de betrokken sectorale wetten voorzien.

fournie en cas d'offre publique de parts de ces organismes (prospectus, informations clés pour l'investisseur et publicité).

Le présent projet vient à la fois rationaliser et compléter ces exigences, en faisant usage d'un certain nombre d'habilitations prévues dans les lois sectorielles concernées.

Het onderhavige ontwerp is het resultaat van een initiatief dat weliswaar op Belgisch niveau is genomen maar deels geïnspireerd is op een voorstel van verordening van de Europese Commissie voor een nieuw "document met essentiële beleggersinformatie" voor retailbeleggingsproducten dat thans wordt onderzocht (COM(2012) 352 final van 3 juli 2012). Net als bij het voorliggende ontwerp ligt aan de basis van dit Europese initiatief ook de vaststelling dat de reglementering voor financiële producten zowel op Europees als op nationaal niveau vaak onvolledig en niet coherent is en dat deze incoherentie een risico inhoudt voor de beleggersbescherming en de goede werking van de markten; deze bezorgdheid werd nog aangewakkerd door de recente financiële crisis.

Le présent projet est le fruit d'une initiative prise au niveau belge, mais cette initiative s'inspire en partie d'une proposition de règlement de la Commission européenne, actuellement à l'examen, portant sur un nouveau « document d'informations clés » pour les produits d'investissement de détail (COM(2012) 352 final du 3 juillet 2012). Comme le présent projet, cette initiative européenne est partie du constat que les produits financiers sont souvent réglementés, tant au niveau européen que national, de façon incomplète et incohérente et que cette incohérence est source de risques pour la protection de l'investisseur et le bon fonctionnement des marchés ; la récente crise financière ayant accentué les préoccupations causées par cette situation.

Het voorliggende ontwerp beoogt dan ook een verbetering van de pre-contractuele informatie die beschikbaar is voor de niet-professionele cliënten, en draagt er daarbij zorg voor om:

Le présent projet vise ainsi à améliorer l'information pré-contractuelle disponible pour le client de détail, tout en veillant :

- binnen de grenzen te blijven die de Europese wetgever toelaat, en
- geen overbodige kosten te genereren voor de professionele actoren in de sector.

- à rester dans les limites permises par le législateur européen, et
- à ne pas créer de charges superflues pour les professionnels du secteur.

Voor de instellingen voor collectieve belegging met een veranderlijk aantal rechten van deelneming wordt reeds een document met essentiële beleggersinformatie (KIID genoemd) ter beschikking gesteld van het

Ainsi, s'agissant des organismes de placement collectif à nombre variable de parts, un document d'informations clés (ou KIID) doit déjà être mis à disposition du public. Ce document est largement comparable à la

publiek. Dit document sluit nauw aan bij de informatiefiche die door het onderhavige besluit is vereist. Als een KIID wordt bezorgd aan een niet-professionele cliënt geldt dit bijgevolg als informatiefiche.

Als er krachtens dit besluit geen verplichting geldt om een informatiefiche op te stellen, staat het de persoon die het product commercialiseert alsnog vrij om zelf het initiatief te nemen om een informatiefiche op te stellen (*opt in*), meer bepaald als hij de vergelijkbaarheid tussen zijn producten en die van zijn concurrenten wenst te verbeteren (artikel 10 van het onderhavige ontwerp). In dit verband wordt erop gewezen dat de benaming "informatiefiche" voortaan wordt voorbehouden aan de documenten die zijn opgesteld volgens de voorschriften van het voorliggende besluit.

fiche d'information requise par le présent projet. Par conséquent, la remise du KIID au client de détail vaudra remise de la fiche d'information.

Lorsqu'une fiche d'information n'est pas obligatoire en vertu du présent arrêté, celui qui commercialise le produit pourra néanmoins faire le choix d'établir volontairement une fiche d'information (*opt in*), notamment s'il souhaite améliorer la comparabilité de ses produits avec ceux de ses concurrents (article 10 du présent projet). Il convient à cet égard de noter que l'appellation "fiche d'information" sera désormais réservée aux seuls documents établis conformément aux prescriptions du présent arrêté.

De verplichting die het onderhavige ontwerp oplegt om een informatiefiche te verstrekken aan niet-professionele cliënten, is gestoeld op artikel 45, § 2 van de wet van 2 augustus 2002 die de Koning, teneinde de billijke en professionele behandeling van de belanghebbende partijen te bevorderen, machtigt om voor de instellingen en personen onder toezicht van de FSMA de bepalingen uit te breiden die betrekking hebben op de informatieverplichtingen, de publiciteitsregels of de transparantie, met name door het opnemen van een label verplicht te stellen.

Als de FSMA bijgevolg een reglement vaststelt waarmee zij de vermelding van een label verplicht stelt bij de commercialisering van bepaalde financiële producten (zie in dit verband artikel 30*bis* van de wet van 2 augustus 2002), zal dit label moeten worden opgenomen in de informatiefiche over deze producten, alsook in de reclame die verspreid wordt bij hun commercialisering.

En ce que le présent projet impose la remise d'une fiche d'information obligatoire aux clients de détail, il repose sur l'article 45, §2 de la loi du 2 août 2002, lequel habilite le Roi, afin de promouvoir le traitement équitable et professionnel des parties intéressées, à compléter à l'égard des institutions ou personnes sous contrôle de la FSMA, les dispositions concernant les obligations d'information, les règles de publicité ou encore la transparence, notamment par la mention obligatoire d'un label.

Par conséquent, si la FSMA adopte un règlement visant à imposer la mention obligatoire d'un label lors de la commercialisation de certains produits financiers (voy. à cet égard l'article 30*bis* de la loi du 2 août 2002), ce label devra figurer dans la fiche d'information relative à ces produits, de même que dans la publicité diffusée à l'occasion de leur commercialisation.

Op te merken valt dat het voorliggende besluit een ruime definitie bevat van het begrip "commercialisering" als zijnde het voorstellen van een financieel product, ongeacht de wijze waarop dit gebeurt, om een niet-professionele cliënt of potentiële niet-professionele cliënt aan te zetten tot aankoop van, inschrijving op, toetreding tot, aanvaarding van, ondertekening van of opening van dit financieel product.

Dit begrip is ruimer dan het begrip "openbaar aanbod" dat de overschrijding van bepaalde drempels vereist bij de informatieverstrekking over het product.

Aangezien deze definitie zo ruim is opgevat, werd een uitzondering ingebouwd op de verplichting om een informatiefiche op te stellen voor de dienstverlening die erin bestaat orders te ontvangen en door te geven (artikel 3, § 2, 4° van dit ontwerp). Sommige dienstverleners stellen immers lijsten op van genoteerde effecten waarvoor orders kunnen worden ingevoerd en verspreiden die lijsten via hun website, wat een vorm van commercialisering is. Het is echter geenszins de bedoeling om deze financiële dienstverleners te verplichten een informatiefiche op te stellen, tenzij zij voor de commercialisering een andere vergoeding ontvangen dan de vergoeding voor het verlenen van de dienst van ontvangen/doorgeven van orders (bijvoorbeeld een commissie die gestort wordt door de emittent). Op te merken valt dat als deze ondernemingen reclame maken, de regels vervat in titel 3 van dit besluit van toepassing zijn.

Aldus is een definitie van het begrip "commercialisering" opgenomen die identiek is aan de definitie die in andere wetgevingen is vastgesteld, zoals in de voormelde wet van 2 augustus 2002 (in artikel 30*bis*) of in de wet van ... 2014 Daarentegen is de definitie

Il convient de noter que dans le présent arrêté, la notion de commercialisation est définie de manière large, comme étant la présentation de quelque manière que ce soit, d'un produit financier, en vue d'inciter un client de détail existant ou potentiel à acheter, à souscrire, à adhérer à, accepter, à signer ou à ouvrir ce produit financier.

Cette notion est plus large que celle d'offre publique, laquelle requiert que certains seuils soient dépassés lors de la communication des informations sur le produit.

Compte tenu de cette définition large, une exception à l'obligation d'établir une fiche d'information a été prévue en faveur des prestataires de services de réception/transmission d'ordres (article 3, §2, 4° du présent projet). Certains prestataires établissent en effet des listes de titres cotés sur lesquels des ordres peuvent être introduits et ils les diffusent sur leur site internet - ce qui constitue une forme de commercialisation. L'objectif n'est pas d'imposer à ces prestataires de services financiers l'établissement d'une fiche d'information, sauf s'ils perçoivent, à l'occasion de cette commercialisation, une rémunération autre que celle liée à la prestation du service de réception/transmission d'ordres (par exemple, des commissions versées par les émetteurs). Il convient de noter que si ces entreprises font de la publicité, les règles prévues dans le titre 3 de l'arrêté s'appliqueront.

La notion de commercialisation ainsi définie est identique à celle figurant dans d'autres législations, telle que la loi du 2 août 2002 susmentionnée (en son article 30 bis) ou la loi du 2014 relative aux assurances. Elle est par contre plus large que celle figurant dans la

ruimer opgevat dan de definitie die de wet van 3 augustus 2012 hanteert, aangezien commercialisering in deze wetgeving, die eigen is aan de instellingen voor collectieve belegging, gekoppeld is aan het openbaar aanbod.

In de zin van dit ontwerp is er dus sprake van de commercialisering van financiële producten van het type "beleggingsinstrument" ook al worden zij gecommmercialiseerd bij minder dan 150 niet-professionele cliënten en heeft de aanbieding van producten bijgevolg geen openbaar karakter in de zin van de bovenvermelde wet van 16 juni 2006.

Het voorliggende ontwerp strekt er dus toe de commercialisering van financiële producten te reguleren die plaatsvindt in het kader van een aanbieding die geen openbaar karakter heeft (maar niettemin aan niet-professionele cliënten is gericht). Dit ontwerp maakt dan ook gebruik van de machtiging waarin voorzien is in artikel 57/1 van de wet van 16 juni 2006 om de geldende regels voor de reclame die verspreid wordt bij openbare aanbiedingen, uit te breiden tot de reclame die naar de niet-professionele cliënten toe wordt verspreid bij aanbiedingen die geen openbaar karakter hebben (artikel 9, § 3, 1° van het onderhavige ontwerp).

Op grond van deze zelfde machtiging breidt dit ontwerp ook het toepassingsgebied van de geldende reclameregels uit tot bepaalde verrichtingen die buiten het toepassingsgebied van de wet van 16 juni 2006 vallen, zoals aanbiedingen van kasbons door kredietinstellingen (artikel 9, § 3, 2° van dit ontwerp).

loi du 3 août 2012 puisque dans cette législation propre aux organismes de placement collectif la commercialisation est liée à l'offre publique.

Au sens du présent projet, il y a donc commercialisation de produits financiers, de type "instruments de placement", même lorsque cette commercialisation a lieu auprès de moins de 150 clients de détail et que l'offre des produits ne revêt dès lors pas un caractère public au sens de la loi du 16 juin 2006 susmentionnée.

Le présent projet a ainsi vocation à régler la commercialisation de produits financiers opérée dans le cadre d'une offre non publique (mais néanmoins adressée à des clients de détail). Le présent projet fait dès lors usage de l'habilitation prévue à l'article 57/1 de la loi du 16 juin 2006 aux fins d'étendre les règles applicables aux publicités diffusées lors des offres publiques aux publicités diffusées lors d'offres non publiques à l'attention de clients de détail (article 9, §3, 1°, du présent projet).

Sur la base de cette même habilitation, le présent projet étend également le champ d'application des règles applicables à la publicité à certaines opérations qui demeurent en dehors du champ d'application de la loi du 16 juin 2006, telles que les offres de bons de caisse par les établissements de crédit (article 9, §3, 2° du présent projet).

De sectorale wetten (wet van 16 juni 2006, wet van 3 augustus 2012, wet van ... 2014 en wet van ... 2014 ...) machtigen de Koning overigens om de inhoud van de reclame te

Les lois sectorielles (loi du 16 juin 2006, loi du 3 août 2012, [loi du 2014][11] et [loi du 2014][12] relative aux assurances)habilitent par ailleurs le Roi à préciser le contenu des

preciseren en/of om bepaalde vereisten op te leggen voor de reclame (in de Franse tekst van bepaalde sectorale wetten wordt voor het begrip reclame niet de term "publicités" maar "communications à caractère promotionnel" gebruikt.) Het voorliggende ontwerp maakt gebruik van deze machtigingen door op transversale wijze de volgende maatregelen te nemen:

- invoeren van algemene vereisten die van toepassing zijn op de reclame voor financiële producten (zoals de vereiste dat de informatie die in de reclame is vervat niet onjuist of misleidend mag zijn) (artikel 11 van dit ontwerp),

- opleggen van een minimale inhoud waaraan de reclame moet voldoen (afgestemd op het type product), tenzij het technisch gezien niet mogelijk is om alle vereiste informatie via het gekozen reclamemedium te vermelden (bijvoorbeeld als het gaat om een radiospot) (artikel 12 van dit ontwerp),

- opleggen van specifieke regels ingeval rendementscijfers worden opgenomen in de reclame (historische, gesimuleerde en toekomstige rendementen), regels die geïnspireerd zijn op de regels uit de MiFID-richtlijn (artikelen 15 tot 22 van dit ontwerp).

- opleggen van specifieke regels indien producten worden vergeleken in de reclame, regels eveneens geïnspireerd op de regels uit de MiFID-richtlijn (artikel 25 van dit ontwerp).

Bij de commercialisering van financiële producten waarvan het rendement op vaste vervaldagen afhangt van een wiskundige formule, moet de reclame drie voorbeelden bevatten die illustreren hoe deze formule werkt, uitgaande van drie scenario's die overeenstemmen met het 10e, het 50e en het 90e percentiel van de rendementsverdeling (berekend volgens een methode van het type "Monte Carlo", gebaseerd op 5.000 tot 10.000 simulaties) (artikel 23 van dit ontwerp).

publicités et/ou à prévoir certaines exigences applicables aux publicités (dénommées "communications à caractère promotionnel" dans certaines lois sectorielles). Le présent projet fait usage de ces habilitations en prévoyant, de manière transversale :

- des exigences générales applicables aux publicités pour des produits financiers (telle que l'exigence que les informations contenues dans les publicités ne peuvent être trompeuses ou inexactes) (article 11 du présent projet),

- un contenu minimal pour les publicités (calibré en fonction du type de produit), sauf exception s'il est techniquement impossible de prévoir toutes les mentions requises sur le support publicitaire choisi (par exemple s'il s'agit d'un spot radio) (article 12 du présent projet),

- des règles spécifiques lorsque des rendements sont présentés dans les publicités (rendements historiques, simulés ou futurs), lesquelles sont inspirées des règles issues de la directive Mifid (articles 15 à 22 du présent projet),

- des règles spécifiques lorsque des produits sont comparés dans des publicités, également inspirées des règles issues de dans la directive Mifid (article 25 du présent projet).

Par ailleurs, lors de la commercialisation de produits financiers dont le rendement, à échéances fixes, dépend d'une formule mathématique, la publicité devra comporter trois exemples permettant d'illustrer le fonctionnement de cette formule, selon trois scénarios correspondant au 10^e, au 50^e et au 90^e percentile sur une échelle de rendement (calculée selon une méthode de type "Monte Carlo", reposant sur 5.000 à 10.000 simulations) (article 23 du présent projet).

Op te merken valt dat het onderhavige ontwerp niet enkel een regulering invoert voor de "reclame" die specifiek in kader van de commercialisering van financiële producten wordt verspreid, maar ook voor de "andere documenten en berichten" die specifiek in ditzelfde kader worden verspreid (artikel 9, § 1, tweede lid van dit ontwerp). Deze zelfde benadering kan worden teruggevonden in de wet van 16 juni 2006 die een regeling invoert voor zowel de reclame als de "andere documenten en berichten" die specifiek worden verspreid in het kader van een openbare aanbidding.

Er dient eveneens op gewezen te worden dat deze reclame en andere documenten en berichten soms verspreid worden bij de commercialisering van verschillende producten die tot eenzelfde categorie behoren, zonder dat de producten individueel geïdentificeerd worden (bijvoorbeeld reclame voor producten van het type CFD of warrants). Deze reclame en andere documenten en berichten vallen eveneens onder de onderhavige reglementering voor zover ze specifiek verspreid worden in het kader van de commercialisering van financiële producten (artikel 9, § 2 van dit ontwerp). De zogenaamde notoriteitscampagnes die het promoten van een financiële instelling tot doel hebben en niet specifiek gericht zijn op de commercialisering van financiële producten, vallen dus niet onder het voorliggende besluit.

Dit besluit is van toepassing wanneer financiële producten bij niet-professionele cliënten worden gecommercialiseerd door fabrikanten, gereguleerde distributeurs of zelfs tussenpersonen.

Il convient de noter que le présent projet réglemente non seulement les "publicités" diffusées spécifiquement dans le cadre de la commercialisation de produits financiers, mais également les "autres documents et avis" diffusés spécifiquement dans le même cadre (article 9, §1, alinéa 2 du présent projet). On retrouve cette même approche dans la loi du 16 juin 2006 qui réglemente les "communications à caractère promotionnel", de même que les "autres documents et avis" diffusés spécifiquement dans le cadre d'une offre publique.

Il convient également de noter que ces publicités et autres documents et avis sont parfois diffusés lors de la commercialisation de plusieurs produits appartenant à une même catégorie, sans que les produits soient identifiés individuellement (par exemple, des publicités pour les produits de type CFD ou warrants). Ces publicités et autres documents et avis sont également visés par la présente réglementation, dans la mesure où ils sont diffusés spécifiquement dans le cadre de la commercialisation de produits financiers (article 9, §2 du présent projet). Les campagnes de publicité dites "de notoriété", visant à promouvoir un établissement financier, qui ne sont pas liées spécifiquement à la commercialisation de produits financiers, ne sont donc pas visées par le présent arrêté.

Le présent arrêté s'appliquera lorsque des produits financiers sont commercialisés auprès de clients de détail, tant par les fabricants des produits, que par des distributeurs réglementés ou encore par des intermédiaires.

Iedere persoon die, voor eigen rekening of voor rekening van derden, beroepshalve een product commercialiseert, moet een informatiefiche verkrijgbaar stellen voor zijn cliënten en erop toezien dat alle informatie die aan de cliënten wordt verstrekt, coherent is met de informatie vermeld in de informatiefiche (titel 2 van dit ontwerp). Als hij bovendien reclame maakt voor de producten, moet hij ook de in dit besluit vermelde reclamevereisten naleven (titel 3 van dit ontwerp).

De informatiefiche moet worden opgesteld en geactualiseerd door diegene die het product commercialiseert (in voorkomend geval dus de tussenpersonen), tenzij de fabrikant van het product of een gereguleerde distributeur een beroep op hem heeft gedaan om het product te commercialiseren. Dan moet de fabrikant of de gereguleerde distributeur, naargelang het geval, de informatiefiche opstellen, actualiseren en verkrijgbaar stellen voor "zijn netwerk" (artikelen 5 en 6 van het ontwerp).

Via dit "cascadesysteem" kan worden vermeden dat alle tussenpersonen een informatiefiche moeten opstellen voor de producten die zij commercialiseren.

Zolang een product wordt gecommmercialiseerd, moet de desbetreffende informatiefiche worden geactualiseerd en voor de cliënten verkrijgbaar worden gesteld op een website (artikel 7, § 3, van dit ontwerp).

Toute personne qui commercialise, pour compte propre ou pour compte de tiers, un produit à titre professionnel devra mettre une fiche d'information à la disposition de ses clients et devra veiller à ce que toutes les informations fournies aux clients soient cohérentes avec celles figurant dans la fiche d'information (titre 2 du présent projet). Si par ailleurs il fait de la publicité pour les produits, il devra respecter les exigences prévues en matière de publicité dans le présent arrêté (titre 3 du présent projet).

La fiche d'information devra être rédigée et mise à jour par celui qui commercialise le produit (le cas échéant donc par des intermédiaires), sauf si le fabricant du produit ou un distributeur réglementé a fait appel à lui pour commercialiser le produit. Ce sera alors le fabricant ou le distributeur réglementé, selon le cas, qui devra établir la fiche, la mettre à jour et la mettre à disposition "de son réseau" (articles 5 et 6 du présent projet).

Grâce à cette "cascade", on évite que tous les intermédiaires doivent rédiger une fiche d'information pour les produits qu'ils commercialisent.

La fiche d'information devra être mise à jour et mise à disposition des clients sur un site internet pendant toute la durée de la commercialisation du produit (article 7, §3 du présent projet).

Behalve wanneer de verplichte informatiefiche betrekking heeft op een verzekeringsproduct, moet zij vooraf ter goedkeuring worden voorgelegd aan de FSMA (artikel 8 van dit ontwerp). Dat geldt bijvoorbeeld voor de informatiefiches over spaarrekeningen en kasbons of ook Staatsbons. De informatiefiche over

Sauf lorsqu'il s'agit d'un produit d'assurance, la fiche d'information obligatoire devra être soumise à l'approbation préalable de la FSMA (article 8 du présent projet). C'est le cas, par exemple, des fiches d'information relatives aux comptes d'épargne, aux bons de caisse ou encore aux bons d'Etat. La fiche d'information relative aux produits d'assurances pourra être

verzekeringsproducten kan op vrijwillige basis ter goedkeuring worden voorgelegd aan de FSMA (*opt in*).

Als de informatiefiche niet vooraf door de FSMA moet worden goedgekeurd, controleert deze a posteriori of de regels van het besluit zijn nageleefd, waarbij zij gebruik maakt van de haar bij de wet van 2 augustus 2002 toegekende bevoegdheden inzake het toezicht op de naleving van de ter uitvoering van die wet genomen besluiten.

Reclame wordt nu al vooraf ter goedkeuring aan de FSMA voorgelegd als het product wordt gecommmercialiseerd in het kader van een openbare aanbieding waarop de wet van 16 juni 2006, de wet van 3 augustus 2012 of de wet van ... 2014 betreffende de alternatieve instellingen voor collectieve belegging en hun beheerders van toepassing is. Datzelfde geldt ook voor de reclame, overeenkomstig voornoemd koninklijk besluit van 18 juni 2013, voor gereguleerde spaarrekeningen.

Wanneer de informatiefiche over een product vooraf door de FSMA wordt goedgekeurd, moet haar, krachtens dit besluit, ook de reclame voor dat product vooraf ter goedkeuring worden voorgelegd (artikel 26 van dit ontwerp). Dit geldt voor de reclame voor spaarrekeningen (in het verlengde van de bij het koninklijk besluit van 18 juni 2013 ingevoerde regeling) en de reclame voor kasbons en voor Staatsbon. Reclame voor verzekeringsproducten moet enkel vooraf ter goedkeuring aan de FSMA worden voorgelegd als die reclame afkomstig is van een onderneming die heeft beslist om de informatiefiche over die verzekeringsproducten vrijwillig ter goedkeuring aan de FSMA voor te leggen (*opt in*).

soumise volontairement à l'approbation de la FSMA (*opt in*).

Lorsque l'approbation préalable de la fiche d'information par la FSMA n'est pas requise, la FSMA contrôlera a posteriori le respect des règles de l'arrêté, en faisant usage des pouvoirs qui lui sont octroyés par la loi du 2 août 2002 en vue de contrôler le respect des arrêtés pris en exécution de cette loi.

S'agissant des publicités, celles-ci sont d'ores et déjà soumises à l'approbation préalable de la FSMA lorsque la commercialisation du produit a lieu dans le cadre d'une offre publique soumise à la loi du 16 juin 2006 ou à la loi du 3 août 2012 ou encore à la loi du ... 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires. C'est également le cas des publicités relatives aux comptes d'épargne réglementés en vertu de l'arrêté royal du 18 juin 2013 susmentionné.

En vertu du présent arrêté, lorsque la FSMA approuve préalablement la fiche d'information relative au produit, les publicités relatives au produit concerné devront également lui être soumises préalablement pour approbation (article 26 du présent projet). Ce sera le cas des publicités pour les comptes d'épargne (dans la continuité du régime mis en place par l'arrêté royal du 18 juin 2013), des publicités pour les bons de caisse et pour les bons d'Etat. S'agissant des publicités pour les produits d'assurance, elles ne devront être soumises à l'approbation préalable de la FSMA que lorsqu'elles émanent d'une entreprise qui a par ailleurs décidé de soumettre volontairement à l'approbation de la FSMA la fiche d'information relative aux produits concernés (*opt in*).

Reclame voor een financieel product moet, met andere woorden, enkel vooraf door de FSMA worden goedgekeurd als deze daarnaast ook het prospectus of de informatiefiche over datzelfde product goedkeurt. De FSMA dient zich dus vooraf uit te spreken over een geheel van documenten dat bij de commercialisering van producten wordt verspreid, en niet over reclame die haar afzonderlijk wordt voorgelegd.

Op te merken valt dat, als de reclame voor een product niet vooraf ter goedkeuring aan de FSMA moet worden voorgelegd (bv. reclame die bij de commercialisering van financiële producten in het kader van een niet-openbare aanbidding wordt verspreid), de FSMA a posteriori zal nagaan of de bepalingen van dit besluit zijn nageleefd, waarbij zij gebruik maakt van de haar bij de sectorale wetten verleende bevoegdheden. In verband met de reclame die bijvoorbeeld bij de commercialisering in het kader van een niet-openbare aanbidding wordt verspreid, kan de FSMA met name die niet-openbare aanbidding schorsen als zij gegronde redenen heeft om aan te nemen dat de bepalingen van dit besluit niet zijn nageleefd, waarbij zij aldus gebruik maakt van de bevoegdheid die haar bij artikel 67, § 1, d), van de wet van 16 juni 2006 (waarvan de toepassing door artikel 9, § 3, van dit besluit tot niet-openbare aanbiddingen wordt uitgebreid) wordt verleend.

Dat is het doel van dit ontwerp.

Als bijlage gaat een tabel die het toepassingsgebied van dit besluit en de reikwijdte van het door de FSMA uitgeoefende toezicht samenvat.

Autrement dit, la FSMA ne devra préalablement approuver les publicités relatives à un produit financier que si elle approuve par ailleurs soit un prospectus, soit une fiche d'information relative à ce même produit. Ainsi la FSMA sera appelée à se prononcer préalablement sur un ensemble de documents diffusés dans le cadre de la commercialisation de produits et non sur des publicités qui lui seraient transmises isolément.

A noter que lorsque la publicité pour un produit n'est pas soumise à l'approbation préalable de la FSMA (par exemple les publicités diffusées lors de la commercialisation de produits financiers dans le cadre d'une offre non publique), la FSMA sera chargé de contrôler a posteriori le respect du présent arrêté, en faisant usage des pouvoirs dont elle dispose en vertu des lois sectorielles. S'agissant, par exemple, de publicités diffusées lors de la commercialisation dans le cadre d'une offre non publique, la FSMA pourra notamment suspendre l'offre non publique si elle a des motifs raisonnables de croire que les dispositions du présent arrêté n'ont pas été respectées, faisant ainsi usage du pouvoir qui lui est octroyé par l'article 67, §1er, d), de la loi du 16 juin 2006 (dont l'application aura été étendue aux offres non publiques par l'article 9, §3 du présent arrêté).

Tel est l'objet du présent projet.

Un tableau résumant le champ d'application du présent projet et la portée du contrôle qui sera effectué par la FSMA figure en annexe.

Wij hebben de eer te zijn,

Sire,

van Uwe Majesteit,

de zeer eerbiedige en zeer getrouwe
dienaars,

De Minister van Economie en Consumenten,

Nous avons l'honneur d'être,

Sire,

de Votre Majesté,

les très respectueux et les très fidèles
serviteurs,

Le Ministre de l'Économie et des
Consommateurs,

Johan Vande Lanotte

De Minister van Financiën,

Le Ministre des Finances,

Koen Geens

Bijlage: Toepassingsgebied van het besluit en reikwijdte van het door de FSMA uitgeoefende toezicht

Producttypes	Informatiefiche		Reclame	
	verplichte informatiefiche ?	soort toezicht	reglementering van de inhoud ?	soort toezicht
1. <u>verzekeringsovereenkomsten (leven en niet-leven)</u>	ja	a-posterioritoezicht door de FSMA een "opt in" is mogelijk met het oog op van een voorafgaande goedkeuring door de FSMA	ja	a-posterioritoezicht door de FSMA a-prioritoezicht door de FSMA als voor een "opt in" wordt geopteerd met betrekking tot de goedkeuring van de informatiefiche
2. <u>sparrekeningen</u>	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA
3. <u>kasbons</u>	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA
4. <u>[Staatsbons en effecten die onvoorwaardelijk en onherroepelijk door de Staat zijn gegarandeerd]</u>	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA	ja	voorafgaande goedkeuring door de FSMA
5. <u>ICBE's en open openbare ICB's die geen ICBE's zijn</u>	= de KIID (vereist krachtens de wet van 3/08/12)	= dat van de KIID (voorafgaande goedkeuring door de FSMA)	ja (reeds ingeschreven in de wet van 3/08/13)	voorafgaande goedkeuring door de FSMA (reeds ingeschreven in de wet van 3/08/13)
6. andere beleggingsinstrumenten dan hierboven vermeld onder 3, 4 en 5 die in het kader van een <u>openbare aanbieding met prospectus</u> (al dan niet geharmoniseerd) worden gecommmercialiseerd	neen, maar een "opt in" is mogelijk → vrijwillige informatiefiche	bij een "opt in" voor de informatiefiche → voorafgaande goedkeuring van de informatiefiche door de FSMA (als reclame)	ja (reeds ingeschreven in de wet van 16/06/06)	voorafgaande goedkeuring door de FSMA (reeds ingeschreven in de wet van 16/06/06)
7. andere beleggingsinstrumenten dan hierboven vermeld onder 3, 4 en 5 die in het kader van <u>een al dan niet openbare aanbieding zonder prospectus</u> bij niet-professionele cliënten worden gecommmercialiseerd voorbeelden: aanbiedingen voor een totaalbedrag van minder dan € 100.000, openbare aanbiedingen die zijn vrijgesteld van de prospectusverplichting (aanbiedingen van aandelen in coöperatieve vennootschappen, aanbiedingen aan werknemers), aanbiedingen die niet door de prospectuswet worden geregeld	neen, maar een "opt in" is mogelijk → vrijwillige informatiefiche	bij een "opt in" voor de informatiefiche → a-posterioritoezicht van de informatiefiche door de FSMA (zoals voor reclame)	ja	a-posterioritoezicht door de FSMA

(aanbiedingen van aandelen in het kapitaal van centrale banken, aanbiedingen van effecten door vzw's).				
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

Annexe : champ d'application de l'arrêté en projet et portée du contrôle par la FSMA

Types de produits	Fiche-info		Publicité	
	fiche d'information obligatoire ?	type de contrôle	règlementation du contenu ?	type de contrôle
1. <u>contrats d'assurance</u> (vie et non-vie)	oui	contrôle a posteriori par la FSMA opt in possible en vue d'une approbation préalable par la FSMA	oui	contrôle a posteriori par la FSMA contrôle a priori si opt in pour l'approbation de la fiche d'information
2. <u>comptes-épargne</u>	oui	approbation préalable par la FSMA	oui	approbation préalable par la FSMA
3. <u>bons de caisse</u>	oui	approbation préalable par la FSMA	oui	approbation préalable par la FSMA
4. [<u>bons d'Etat et valeurs mobilières inconditionnellement et irrévocablement garanties par l'Etat</u>]	oui	approbation préalable par la FSMA	oui	approbation préalable par la FSMA
5. <u>UCITS et OPC publics ouverts non UCITS</u>	= le KIID (requis en vertu de la loi du 3/08/12)	= celui du KIID (approbation préalable par la FSMA)	oui (déjà prévu dans loi 3/08/13)	approbation préalable par la FSMA (déjà prévue dans loi du 3/08/13)
6. autres instruments de placement que 3, 4, 5 commercialisés dans le cadre d'une <u>offre publique avec prospectus</u> (harmonisé ou non)	non, mais opt in possible → fiche d'information volontaire	si opt in pour la fiche-info → approbation préalable de la fiche d'information par la FSMA (en tant que publicité)	oui (déjà prévu dans la loi du 16/06/06)	approbation préalable par la FSMA (déjà prévue dans la loi du 16/06/06)
7. autres instruments de placement que 3, 4, 5, commercialisés parmi les clients retail, dans le cadre d'une <u>offre publique ou non, sans prospectus</u> exemples : offres d'un montant total inférieur à 100.000 €), offres	non, mais opt in possible → fiche d'information volontaire	si opt in pour la fiche-info → contrôle a posteriori de la fiche d'information par la FSMA (comme pour la publicité)	oui	contrôle a posteriori par la FSMA

publiques exemptées de prospectus (offres de parts de coopératives, offres aux salariés, ...), offres que la loi prospectus ne règle pas (offres de parts de capital dans les banques centrales, offres de titres par des ASBL).				
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--