

## Réglementations et pratiques opérationnelles

La déclaration d'adéquation est introduite au 9° de l'article L. 541-8-1 du code monétaire et financier (CMF) et précisée à l'article 325-17 du RGAMF. L'objectif de ce document est de formaliser les conseils et les recommandations énoncées par le CIF au client, **avant toute souscription** de produits ou services financiers.

Deux éléments y sont attendus :

1. **Justifier les propositions ;**
2. **Présenter les avantages et les risques.**

Ces deux éléments doivent être exposés en tenant compte « du profil du client », son **expérience** en matière d'investissement, sa **situation financière** et ses **objectifs d'investissement**.

Pour des raisons pratiques, il est généralement rappelé en introduction de la DA, le contexte - objectifs du client, situation financière et expérience – avant d'énoncer les différentes recommandations formulées au client. C'est cette option qui a été retenue dans la proposition de la CNCIF (cf. 10-1-declaration-dadequation-cif).

### 1. Justifier les propositions

Concernant la justification des propositions, le CIF prendra soin de justifier ses recommandations. Le RGAMF apporte quelques précisions attendues.

La recommandation doit être :

- **Conforme aux objectifs** : il s'agit de répondre à la demande du client. Par exemple, face à une demande d'investissement à court terme on ne doit pas proposer des placements à long terme. La **durée d'investissement** doit être clairement renseignée, de même que **les exigences de celui-ci en termes de liquidité**.
- **Adaptée au client** : à la fois en termes de produits et services, mais également de vocabulaire et d'information délivrée au client. Par exemple, on prendra soin de ne pas utiliser un vocabulaire trop technique pour des clients n'ayant aucune expérience en matière financière.

La recommandation doit prendre en compte la **situation particulière du client**. Cela comprend l'environnement, la situation familiale (jeune actif, futur retraité, etc) ou les contraintes (entité régulée ne pouvant investir sur certains actifs) auxquels le client est soumis ; mais également ses **connaissances et son expérience** et plus spécifiquement, son **attitude à l'égard du risque et sa capacité de perte**.

L'automatisation de l'offre de produit, notamment à travers des outils de test d'adéquation, prenant en compte uniquement le critère de risque est très souvent rencontrée et peut introduire un biais face à une offre qui serait plus adaptée au client au regard de sa situation et de ses objectifs. Par exemple, les **tests d'adéquation** aboutissent à une notation du client, notation généralement basée sur l'échelle de rendement-risque de niveau 1 à 7, face à laquelle il est tentant de ne proposer que des produits d'une même notation à plus ou moins 1 près. Il est important de tenir compte de la

situation globale du client. Ainsi, des produits plus ou moins risqués au regard de la notation du client peuvent être proposés afin notamment de « rééquilibrer » le niveau de risque global du client.

Enfin, l'AMF précise dans son guide dédié au CIF de juin 2018 que la déclaration d'adéquation doit mentionner « si le test d'adéquation sera réalisé périodiquement, auquel cas, cette évaluation de l'adéquation devra être effectuée au moins une fois par an ». Il peut donc être prévu de refaire le test sur une fréquence plus faible qu'annuelle ou en cas d'évènement venant à modifier la situation du client.

## 2. Présenter les avantages et les risques.

La DA doit présenter les avantages et les risques en respectant les principes énoncés à l'article 325-12 du RGAMF, à savoir l'information doit être **claire, exacte et non trompeuse**. Il est donc attendu que la présentation entre avantages et risques soit équilibrée.

- **Les avantages** : avant de présenter les avantages, une analyse précise et détaillée est nécessaire (analyse réalisée a priori via le processus de gouvernance produit). Cette analyse permettra notamment d'apporter un jugement critique aux documents commerciaux pouvant mettre en avant des avantages et des rendements, et d'en comprendre les mécanismes qui devront être « clairement » exposés au client, c'est-à-dire exposés dans un langage compréhensible, sans pour autant occulter certains aspects et risques afin d'être exact, précis et non-trompeur sur l'information délivrée.
- **Les risques** : La DA est un document important permettant de palier d'éventuel biais de présentation ou insuffisances des documents commerciaux. Notamment, lorsqu'il n'existe pas de document présentant l'ensemble des risques comme un Document d'Information Clé ou un Prospectus, le CIF devra rechercher et présenter l'ensemble des risques dans la DA.

*Par exemple, dans les compositions administratives du 19 mars 2020, il a été reproché aux CIF de remettre uniquement au client une brochure commerciale relative à l'Offre, sans préciser **aucun risque**, notamment le risque de perte en capital pour l'investisseur. <https://www.amf-france.org/sites/default/files/2020-07/transaction-dodinot.pdf>*

### Quand réaliser une DA ?

La DA doit être communiquée avant toute souscription comme déjà mentionné. Elle doit être communiquée lors des évaluations périodiques, mais également préalablement à une proposition d'arbitrage sur un portefeuille conseillé ou tous « changements affectant les services ou instruments concernés ». A noter que dans ces deux derniers cas, la DA peut être « allégée » et ne couvrir que les changements affectant la situation du client et « ne pas répéter tous les détails du premier rapport ».

### Que faire lorsque le client ne suit pas précisément les recommandations émises ?

Il peut arriver qu'un moment de la souscription le client décide de souscrire un montant différent de ce qui avait été recommandé. Le CIF n'a pas à refaire de DA, mais il est néanmoins important qu'il mette en garde le client sur les risques que cela peut engendrer. Cela entre dans son devoir de conseil vis-à-vis du client. Il est souhaitable de formaliser cette information à travers une note qui sera dressée au client et qui sera conservée dans le dossier client.