

Clarification des statuts d'intermédiaire en matière de commercialisation

Mai 2015



L'Association Française de la Gestion financière (AFG) représente et défend les intérêts des professionnels de la gestion de portefeuille pour compte de tiers. Créée en 1961, elle réunit tous les acteurs du métier de la gestion d'actifs, qu'elle soit individualisée sous mandat ou collective via les Organismes de placement collectif (OPC). Ses membres sont les sociétés de gestion de portefeuille, entrepreneuriales ou filiales de groupes bancaires ou d'assurance, français et étrangers. Depuis 2009, l'AFG accueille des "membres correspondants" (plus de 60 à fin 2014) représentatifs de l'écosystème de la gestion : avocats, cabinets de conseil, SSII, fournisseurs de données, succursales.

La gestion d'actifs française représente plus de 3 400 Md€, dont 1 700 Md€ sous forme de fonds de droit français et 1 700 Md€ en gestion sous mandat et fonds de droit étranger. Source de plus de 83 000 emplois dont 26 000 propres aux sociétés de gestion, elle joue un rôle essentiel dans le financement de l'économie.

L'AFG a pour mission d'informer, d'assister et de former ses adhérents. Elle leur apporte un concours permanent dans les domaines juridique, fiscal, économique, comptable et technique. Elle anime la réflexion de la profession sur l'évolution des techniques de gestion, la protection et l'orientation de l'épargne, la recherche et la formation.

Interlocuteur des pouvoirs publics français, européens et internationaux, l'AFG contribue activement à l'évolution de la réglementation. Elle définit les règles de déontologie de la profession et joue un rôle moteur en matière de gouvernement d'entreprise.

L'Association contribue également à la promotion et au rayonnement de la gestion française – l'une des premières au monde – auprès de l'ensemble des acteurs concernés, investisseurs, émetteurs, politiques et médias en France et, notamment via "*Paris Fund Industry*", à l'international.

31, rue de Miromesnil – 75008 Paris – Tél. : 01 44 94 94 00 – www.afg.asso.fr

Clarification des statuts d'intermédiaire en matière de commercialisation

Mai 2015

sommaire

Introduction	3
1. L'apporteur d'affaires	4
2. L'agent lié	4
3. Le CIF, conseiller en investissement financier (appelé anciennement CGP)	6
4. Le statut d'IAS, intermédiaire en assurance	7
5. Le "Third Party marketer"	9
6. Le démarchage bancaire et financier	11
Remerciements	16

Introduction

Afin de répondre aux fréquentes demandes de nos adhérents sur la clarification des différents statuts permettant la distribution des instruments financiers (démarcheurs, CIF, apporteurs d'affaires, intermédiaires en assurance, *Third party marketer...*), la commission Commercialisation a mis à jour une note préalablement élaborée par la commission des SGE en 2008 sur les différents statuts d'intermédiaire en matière de commercialisation.

Il convient de préciser qu'il est possible qu'un même intermédiaire cumule plusieurs statuts juridiques différents, chacun étant soumis à une réglementation spécifique. Par exemple, un CGP (Conseiller en gestion de patrimoine) peut être à la fois CIF et intermédiaire en assurance.

Avertissement. Nous attirons l'attention des lecteurs sur deux aspects non couverts dans cette note. D'une part, cette note n'a pas vocation à aborder en détail la question de la rémunération des distributeurs et de toutes les questions y afférents (TVA par exemple). D'autre part, les relations décrites avec les différents intermédiaires sont envisagées sur le territoire français ; dussent-elles se produire avec des intermédiaires exerçant à l'étranger, les lecteurs sont invités à vérifier également les règles locales de distribution.

1. L'apporteur d'affaires
2. L'agent lié
3. Le CIF (ou CGP)
4. L'intermédiaire en assurance (IAS)
5. Le "Third Party Marketer" (TPM)
6. Le démarchage

1. L'apporteur d'affaires

Qui est-il ? Que fait-il ?

L'apporteur d'affaires est une personne physique ou morale qui par ses relations, son carnet d'adresses met en relation un client potentiel et un prestataire de services d'investissement / une SGP.

Cette activité n'est pas réglementée. Cependant, l'apporteur d'affaires n'est pas habilité à faire du conseil ni à démarcher au nom de la société de gestion. La société de gestion devra s'assurer que cet apporteur d'affaire n'exerce pas ces deux métiers réglementés afin de ne pas se trouver en risque juridique.

L'apporteur d'affaires se contente de mettre en contact un investisseur avec un prestataire de services d'investissement ; il n'est pas obligé de prendre un quelconque statut (CIF, agent lié,...).

L'investisseur apporté contracte directement avec la SGP et devient son client. L'apporteur d'affaires n'a pas de droit spécifique sur la clientèle apportée.

Comment est-il rémunéré ?

L'apporteur d'affaires est rémunéré en une seule fois à l'occasion de l'apport initial (mais peut être payé en plusieurs versements).

Ses responsabilités réglementaires

L'apporteur d'affaires n'a pas de responsabilités liées aux exigences du KYC, de la Lutte contre le blanchiment et de la MIF (il ne fournit pas de conseil en investissement).

C'est à la SGP de remplir ces diligences et d'en porter la responsabilité.

2. L'agent lié

Qui est-il ? Que fait-il ?

Créé par la directive 2004/39/CE concernant les marchés d'instruments financiers (MIF), le statut d'agent lié permet à une personne, mandatée par un prestataire de services d'investissement **unique** de fournir certains services d'investissement. L'agent lié doit être immatriculé sur un registre public de l'État dans lequel il est établi – en France, le registre est tenu par l'ORIAS – et est soumis à des obligations et interdictions vis-à-vis de ses clients.

Qu'est-ce qu'un agent lié ?

Selon l'article L. 545-1 du Code monétaire et financier, un agent lié est une personne physique ou morale, mandatée par un prestataire de services d'investissement **unique**, qui peut fournir pour le compte de ce dernier les services d'investissement suivants :

- réception et transmission d'ordres pour le compte de tiers,
- placement garanti ou non garanti,
- conseil en investissement.

L'agent lié peut également faire la promotion des services fournis par le PSI qui l'a mandaté, fournir des conseils sur ces services et démarcher des clients pour le compte de celui-ci.

La relation entre l'agent lié et le PSI

En application de l'article L. 545-2 du Code monétaire et financier, l'agent lié agit en vertu d'un mandat **donné par un unique PSI** agréé pour fournir les services pour lesquels il mandate l'agent lié. L'agent lié exerce son activité sous la responsabilité entière et inconditionnelle de ce PSI.

L'entrée en relation avec les clients et les interdictions applicables à l'agent lié

Lorsque l'agent lié entre en contact avec des clients, réels ou potentiels, il doit les informer de son statut et de l'identité de son mandant (article L. 545-2 du Code monétaire et financier).

L'agent lié ne peut recevoir ni fonds, ni instruments financiers, de la part des clients de son mandant (article L. 545-3 du Code monétaire et financier).

Comment est-il rémunéré ?

Honoraires négociables entre la SGP et l'agent lié.

Ses responsabilités réglementaires

L'agent lié exerce son activité sous la responsabilité entière et inconditionnelle de ce PSI.

Les responsabilités de la SGP

Selon les dispositions de l'article L. 545-4 du Code monétaire et financier, le PSI pour le compte duquel agit l'agent lié doit :

- s'assurer de son honorabilité et de ses connaissances professionnelles,
- le déclarer à l'ORIAS,
- surveiller les activités de l'agent lié afin de toujours se conformer aux dispositions législatives et réglementaires auxquelles il est lui-même soumis et s'assurer que l'agent lié respecte également les dispositions législatives et réglementaires qui lui sont applicables.

Lorsque l'agent lié exerce, par ailleurs, des activités hors celles régies par le régime des agents liés, le PSI doit prendre les mesures adaptées pour éviter que ces autres activités aient un effet négatif sur les activités que ce même agent exerce pour le compte dudit prestataire.

3. Le CIF – Conseiller en investissement financier (appelé anciennement CGP*)

** Il faut souligner que le CGP n'est pas automatiquement CIF et qu'il convient de bien faire la différence sur un plan juridique. Seul le CIF est habilité à conseiller ses clients sur les produits et services de la SGP.*

Qui est-il ? Que fait-il ?

Jusqu'à la loi de sécurité financière du 1^{er} août 2003, le conseil en investissements financiers était exercé par des professionnels regroupés sous différentes appellations : conseillers en gestion de patrimoine, conseillers financiers, experts financiers, etc. Pour protéger les investisseurs, le rôle et les missions du conseiller en investissements financiers (CIF) sont désormais encadrés par le Code monétaire et financier et le Règlement général de l'AMF.

Le CIF exerce à titre de profession habituelle :

- le conseil en investissement (actions, obligations, actions de SICAV ou parts de FCP, instruments financiers à terme, etc.),
- le conseil portant sur la réalisation de services d'investissement (réception-transmission d'ordres pour le compte de tiers, exécution d'ordres pour le compte de tiers, gestion de portefeuille pour le compte de tiers, etc.),
- le conseil portant sur la réalisation d'opérations sur biens divers (souscription de rente viagère, etc.).

Le CIF peut également recevoir un ordre d'un client qui souhaite souscrire des parts ou actions d'organismes de placement collectif (par exemple OPCVM ou OPCI) pour lesquelles il lui a fourni au préalable une prestation de conseil.

Le CIF peut démarcher des clients pour proposer son activité de conseil en investissements financiers. Il peut aussi mandater des personnes physiques qui démarcheront pour son compte.

Mais un CIF ne peut pas, au cours d'une même prestation, agir à la fois en tant que démarcheur et en tant que CIF (cf. *Position-Recommandation AMF 2006-23*).

Il peut adjoindre à ce statut ceux d'IOBSP (Intermédiaire en opérations de banque et de services de paiement), d'IAS ou encore d'intermédiaire en immobilier. Il devra dans ce cas respecter la réglementation propre à ces statuts.

Le CIF doit nécessairement adhérer à une association CIF professionnelle de son choix et respecter les règles de bonne conduite définies dans le Règlement général de l'AMF et par ladite association professionnelle. Les CIF doivent suivre chaque année des formations organisées par leur association pour actualiser leurs connaissances.

En complément, le CIF doit souscrire une assurance et justifier de compétences professionnelles fixées par le Règlement général de l'AMF.

Comment est-il rémunéré ?

Le CIF est rémunéré dans la plupart des cas par le biais des commissions de souscription des OPC et par une quote-part des frais de gestion annuels prélevés sur les encours apportés.

Il convient pour le CIF de gérer les potentiels conflits d'intérêts que peuvent impliquer de telles commissions.

À partir du 1^{er} janvier 2017, la nouvelle directive MIF II interdira aux CIF "indépendants" de percevoir des commissions des SGP producteurs des produits financiers qu'il conseille ; il devra être rémunéré exclusivement par son client.

Ses responsabilités réglementaires

Le CIF conseille la clientèle qui lui est propre ; à ce titre il est responsable de l'identification du client, y compris au regard de la réglementation FATCA et de toute disposition réglementaire ou fiscale analogue, des tests d'adéquation et/ou du caractère approprié, des procédures de lutte contre le blanchiment, de la transmission de toutes informations sur le produit et de façon générale de toutes les obligations prévues au Règlement général de l'AMF dans la relation avec le client.

Les responsabilités de la SGP au moment de l'entrée en relation

Vérifier l'immatriculation au fichier de l'ORIAS, consultable sur Internet.

L'ORIAS vérifie les conditions d'âge, d'honorabilité et de compétence professionnelle, la souscription d'une assurance, l'adhésion à une association professionnelle agréée, etc.

4. Le statut d'IAS, intermédiaire en assurance

Qui est-il ?

L'IAS a un statut juridique défini par le Code des assurances. Il obéit ainsi aux règles définies par ce code.

Est intermédiaire en assurance, toute personne exerçant l'activité d'intermédiation en assurance à titre rémunéré, telles qu'une "activité qui consiste à présenter, proposer ou aider à conclure des contrats d'assurances ou de réassurances ou à réaliser d'autres travaux préparatoires à leur conclusion" (art. L. 511-1 du Code des assurances), "est considéré comme présentation, proposition ou aide à la conclusion d'une opération d'assurance, le fait pour toute personne physique ou morale de solliciter ou de recueillir la souscription d'un contrat ou l'adhésion à tel contrat ou d'exposer oralement ou par écrit à un souscripteur ou un adhérent éventuel, en vue de cette souscription ou adhésion, les conditions de garantie du contrat" (art. R. 511-1 du Code des assurances).

La notion de rémunération est entendue "comme tout versement pécuniaire ou tout autre forme d'avantage économique convenu et lié à la prestation d'intermédiation".

Il existe plusieurs catégories d'IAS :

- les courtiers en assurance
- les agents généraux d'assurance
- les mandataires d'assurance
- les mandataires d'intermédiaire en assurance

Deux catégories principales d'intermédiaires en assurance sont à distinguer : les mandataires des entreprises d'assurance (dont les agents généraux d'assurance) et les mandataires des clients assurés (les courtiers d'assurance).

→ Les agents généraux d'assurance exercent en tant que mandataires des entreprises d'assurance. Ils ont la charge de placer les produits d'assurance de leur entreprise auprès de la clientèle, et éventuellement de les gérer. À ce titre, leurs actes engagent normalement la responsabilité de la compagnie qui les emploie. L'ORIAS les définit de la façon suivante : personnes physiques ou morales titulaires d'un mandat d'agent général d'assurance, soumises à une obligation contractuelle de travailler exclusivement avec une ou plusieurs entreprises d'assurance.

Certains agents peuvent exercer également en qualité de courtiers pour certaines garanties que leur entreprise ne propose pas, et qu'ils sont donc autorisés à placer auprès d'autres compagnies.

Se trouvent également dans cette catégorie le mandataire en assurances et le mandataire d'intermédiaire d'assurances :

- Le mandataire en assurances est une personne physique **non salariée** ou une personne morale, autre qu'un agent général d'assurances, mandatée par une entreprise d'assurances avec ou sans lien d'exclusivité contractuelle.
- Le mandataire d'intermédiaire en assurances est une personne physique ou morale mandatée par un courtier en assurances ou en réassurance, un agent général d'assurances ou un mandataire en assurances. L'intermédiaire pour le compte duquel il agit répond des fautes qu'il pourrait commettre dans l'exercice de son mandat.

→ Les courtiers en assurance (souvent appelés "assureur-conseils") sont des commerçants indépendants, propriétaires de leur portefeuille de clients. Ils peuvent présenter les demandes d'assurance de leurs clients auprès des entreprises d'assurance de leur choix. L'ORIAS les définit de la façon suivante : personnes physiques et sociétés immatriculées au Registre du commerce pour l'activité de courtage d'assurances exerçant leur activité en fondant ou non leur analyse sur un nombre suffisant de contrats d'assurance offerts sur le marché. À cet égard, ils sont généralement considérés comme les mandataires des assurés, et engagent leur propre responsabilité lorsqu'ils commettent une faute dans l'exercice de leur mandat. Pour cette raison, les courtiers doivent à tout moment justifier d'une assurance couvrant leur responsabilité civile professionnelle et d'une garantie financière protégeant les fonds que leurs clients leur ont confiés.

Toutefois, certains courtiers peuvent de surcroît avoir été mandatés par des entreprises d'assurances et, dans ce cas, engager la responsabilité de ces dernières.

Que fait-il ?

L'intermédiaire en assurance est une personne physique ou morale qui présente, propose ou aide à conclure des contrats d'assurance (notamment assurance vie mais pas exclusivement).

Il est tenu à une obligation d'information et de conseil, c'est à dire qu'il doit analyser la situation et les besoins de ceux qui s'adressent à lui, et leur proposer les garanties d'assurance les mieux adaptées.

La personne qui n'effectue que de l'intermédiation en assurance (assurance vie entre autres), n'est pas obligée de prendre le statut CIF et n'est pas soumise à la réglementation visant le démarchage bancaire et financier.

L'intermédiaire en assurance doit être enregistré sur le fichier de l'ORIAS consultable sur Internet.

Comment est-il rémunéré ?

Par le biais de rétrocessions de l'assureur sur la commission de gestion du contrat d'assurance et des droits d'entrée sur le dit contrat dans la plupart des cas. Dans certains cas il reçoit aussi un pourcentage sur encours des OPC investis dans des contrats en unité de compte.

Ses responsabilités réglementaires

Elles varient selon les différentes catégories d'intermédiaires. La révision en cours de la directive IMD (*Insurance Mediation Directive*) devrait conduire à une révision du droit applicable. À ce jour, les obligations résultant d'IMD 1 sont nettement moins contraignantes que celles résultant de la directive MIF ; l'on s'attend à ce qu'il en aille de même pour IMD 2.

5. Le “Third Party marketer”

Le “Third Party marketer” ou Tierce Partie Marketeur n'a pas de statut juridique propre et n'est pas régulé en France.

En Grande-Bretagne, ils sont régulés et ont un statut s'apparentant à celui de l'agent lié avec plusieurs mandants. Ils sont au nombre d'une soixantaine.

Aux États-Unis, ils sont enregistrés auprès de la SEC, ou de la FINRA (*Financial Industry Regulatory Authority*), et/ou des États dans lesquels ils exercent avec un statut proche de celui du “*broker-dealer*”. Ils sont environ 35 aux États-Unis, membres de 3PM (*Third Party Marketers Association*).

En France, l'Association Française des TPM (AFTPM) représentent une dizaine d'acteurs couvrant environ 41 SGP dont 28 SGP françaises. Leurs clients sont des sociétés de gestion françaises ou étrangères qui leur confient la mission de développer la vente de leurs produits auprès d'investisseurs professionnels en France ou à l'étranger.

La mission du TPM couvre, en tout ou partie, les fonctions :

- d'assistance à la société de gestion pour la mise en place d'opérations sélectives de marketing et de communication ;
- de recherche de souscripteurs potentiels et de distributeurs, qui sont systématiquement des investisseurs professionnels ou qualifiés ;
- d'animation de la relation commerciale existante avec ces investisseurs en leur fournissant notamment des informations, des *reporting* et données afférentes aux produits souscrits ainsi que toute documentation réglementaire sur les OPC ;
- de fidélisation de la clientèle en les suivant et les informant tout au long de la relation.

Les TPM se prévalent d'un niveau de technicité élevé qui leur permet de présenter et d'expliquer les produits à une clientèle professionnelle exigeante, en particulier les investisseurs institutionnels.

Le TPM peut permettre à certaines sociétés de gestion entrepreneuriales de réduire au strict minimum les investissements et temps consacrés au développement commercial pour se consacrer à la seule gestion de portefeuilles. Son rôle s'inscrit habituellement sur le moyen long terme, compte-tenu de la spécificité de ces missions.

Le recours à un TPM peut aussi permettre de pénétrer un marché étranger sans avoir à y créer une structure locale.

En pratique, un TPM est généralement sous contrat avec au maximum 3 à 5 sociétés de gestion exerçant dans des domaines complémentaires et n'étant donc pas en concurrence. Au terme de la mission confiée à un TPM, les clients apportés deviennent clients à part entière de la société de gestion.

Comment est-il rémunéré ?

Les modes de rémunération du TPM par les sociétés de gestion sont variés ; ils peuvent prendre la forme de rémunération au forfait et/ou sur encours.

Ses responsabilités réglementaires

Le TPM étant mandaté par une société de gestion pour trouver des investisseurs qualifiés, ou autres investisseurs institutionnels, son activité peut s'apparenter au démarchage bancaire et financier (cf. *infra*).

Toutefois, la réglementation sur le démarchage ne s'applique pas dans la mesure où l'article L. 341-2 1° dispose que la réglementation sur le démarchage ne couvre pas les "prises de contact avec les investisseurs qualifiés définis à l'article L. 411-2 et avec les personnes morales dont le total du bilan, le chiffre d'affaires, le montant des actifs gérés, les recettes ou les effectifs sont supérieurs à un seuil fixé par décret".

Le TPM ne fournit aucun service d'investissement (le TPM n'est pas CIF), il ne peut délivrer de conseil en investissement ni fournir de RTO.

Les diligences KYC, LCB-FT, test MIF... sont de la responsabilité de la société de gestion ; toutefois, le TPM peut apporter son assistance à la société de gestion dans la collecte des informations nécessaires à la connaissance du client.

La responsabilité de la SGP

La SGP reste responsable de toutes les formalités liées au KYC, LCB-FT, MIF.

6. Le démarchage bancaire et financier

Qu'est-ce que le démarchage bancaire ou financier ?

Pour renforcer la protection des investisseurs, le code monétaire et financier apporte un cadre juridique aux conditions de démarchage bancaire ou financier. L'AMF dispose à l'égard des démarcheurs d'un pouvoir de contrôle et de sanction.

Il y a démarchage lorsque...

Il y a démarchage bancaire ou financier dès lors qu'une personne physique ou morale est contactée sans qu'elle l'ait sollicité, par quelque moyen que ce soit (courrier, téléphone, etc.), pour lui proposer :

- la réalisation d'une opération sur instruments financiers (actions, obligations, SICAV, etc.),
- la réalisation d'une opération de banque ou d'une opération connexe (réception de fonds du public, opération de crédit, opération de change, etc.), la fourniture de services d'investissement ou de services connexes (réception et transmission d'ordres pour le compte de tiers, gestion de portefeuille pour le compte de tiers, tenue de compte-conservation d'instruments financiers pour le compte de tiers, etc.),
- la réalisation d'une opération sur biens divers (souscription de rente viagère, etc.),
- la fourniture d'une prestation de conseil en investissement,
- la fourniture d'un service de paiement.

Il y a également démarchage bancaire ou financier, quelle que soit la personne à l'initiative de la démarche (démarcheur ou personne démarchée) si ce contact se fait :

- au domicile de la personne démarchée,
- sur son lieu de travail,
- dans tout autre endroit non destiné à la commercialisation de produits financiers.

Exemple : une personne est abordée alors qu'elle fait ses courses dans un centre commercial, c'est, en principe, du démarchage.

En revanche, certaines situations listées à l'article L. 341-2 du Code monétaire et financier échappent à l'application du régime du démarchage bancaire ou financier. Par exemple, si une personne est abordée alors qu'elle fait la queue au guichet d'une banque, ce n'est pas du démarchage.

Dans quel cas la SGP est-elle amenée à confier des mandats de démarchage à des démarcheurs ?

Nota bene. Si la réglementation encadre la prestation de démarchage bancaire et financier, elle ne définit pas le démarcheur. Le démarcheur n'a pas de statut juridique (comme peut l'être un CIF, un agent lié ou un IAS par exemple). C'est pourquoi nous avons intitulé ce chapitre "Démarchage" et non "Démarcheur".

L'activité de démarchage est inhérente aux statuts des prestataires de services d'investissement comme les établissements bancaires, les CIF ou les agents liés (voir liste complète *infra*) avec

lesquelles les SGP signent habituellement des conventions de distribution et non des mandats de démarchage.

En revanche, lorsqu'une SGP fait appel à une personne physique ou morale qui n'est ni PSI ni habilitée par la loi (cf. liste *infra*) à pratiquer du démarchage en son propre nom, elle doit lui confier un mandat de démarchage qui autorise ladite personne à démarcher des clients potentiels au nom de la SGP.

En pratique donc, une SGP est amenée à signer un mandat de démarchage à une personne physique ou morale qui n'est ni établissement bancaire, ni CIF, ni intermédiaire en assurance, ni agent lié (ou toute autre personne habilitée). Cela peut concerner par exemple les TPM (voir point 5).

Le démarcheur est alors une simple personne physique ou personne morale mandatée par un établissement de crédit, une SGP, un CIF, etc., afin d'effectuer une prestation de démarchage bancaire et financier au nom du mandant.

Les démarcheurs habilités par nature

La liste des personnes autorisées à pratiquer du démarchage bancaire ou financier est strictement prévue dans la loi. Ces personnes morales ou physiques ont la possibilité de désigner l'un de leurs salariés ou de mandater une tierce personne pour démarcher les clients.

Sont habilités au démarchage :

- les établissements de crédit (ex. : une banque) ou les sociétés de financement,
- les établissements de monnaie électronique,
- les établissements de paiement,
- les entreprises d'investissement,
- les sociétés de gestion de placements collectifs,
- les entreprises d'assurance,
- les établissements équivalents agréés dans un autre État membre de la Communauté européenne et habilités à intervenir sur le territoire français,
- le Trésor Public,
- la Banque de France,
- La Poste,
- l'Institut d'émission des départements d'Outre-mer,
- l'Institut d'émission d'Outre-mer,
- la Caisse des dépôts et consignations,
- les sociétés de capital-risque,
- les conseillers en investissements financiers*,
- les intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement,
- les agents liés.

Les entreprises peuvent également, dans le cadre des plans d'épargne salariale qu'elles peuvent mettre en place pour leurs salariés, recourir ou se livrer à l'activité de démarchage bancaire ou financier.

** Rappel : un CIF ne peut pas, au cours d'une même prestation, agir à la fois en tant que démarcheur et en tant que CIF (cf. partie 3, CIF).*

Le démarcheur habilité par mandat

Le démarcheur doit être mandaté par des personnes habilitées à mandater une tierce personne (voir liste *supra*).

Pour exercer son activité, le démarcheur doit remplir des conditions d'âge, d'honorabilité et de compétences définies par le Code monétaire et financier.

Tout démarcheur, qu'il soit employé d'une personne habilité au démarchage, mandaté par une personne habilité au démarchage ou employé d'une personne mandatée, doit être titulaire d'une carte de démarcheur délivrée par son mandant et signée par un représentant qualifié, s'il se déplace au domicile des personnes démarchées, sur les lieux de travail ou dans les lieux non destinés à la commercialisation des produits concernés.

Cette carte est délivrée pour une durée maximale de deux ans ou lorsque le démarcheur est employé ou salarié d'une SGP pour une durée de trois ans (cf. *Code monétaire et financier* L. 341-3). Dans les deux cas, la carte est renouvelable.

Nota bene En application de la loi de régulation bancaire et financière du 22 octobre 2010, le fichier des démarcheurs tenu par la Banque de France pour le compte de l'AMF et de l'ACP a disparu le 1^{er} janvier 2013. En conséquence, depuis le 1^{er} janvier 2013, les démarcheurs n'ont plus à être enregistrés sur ce fichier. Cependant, les démarcheurs sont toujours soumis aux dispositions qui restent en vigueur, par exemple, l'obligation d'être titulaire et de présenter une carte de démarchage, notamment lorsqu'ils se rendent au domicile des personnes démarchées ou sur leur lieu de travail.

Tout démarcheur mandaté, personne physique ou personne morale, doit :

- être couvert par une assurance en responsabilité civile professionnelle (souscrite en général par son mandant) dont les niveaux de garantie sont fixés à l'article D. 341-3 du Code monétaire et financier,
- avoir conclu un contrat de mandat.

Les produits non autorisés au démarchage

Les produits suivants ne peuvent pas être proposés à l'occasion d'un acte de démarchage bancaire ou financier :

- les produits dont le risque maximum n'est pas connu au moment de la souscription ou pour lesquels le risque de perte est supérieur au montant de l'apport financier initial (à l'exception des produits entrant dans le cadre d'une opération normale de couverture à condition que ces produits soient proposés exclusivement à des personnes morales),
- les produits non autorisés à la commercialisation sur le territoire français en application de l'article L. 151-2 du Code monétaire et financier,
- les organismes de titrisation (OT),

Les parts, actions et titres de créance émis par un OT ne peuvent faire l'objet de démarchage sauf auprès d'investisseurs qualifiés mentionnés au II de l'article L. 411-2 du CMF.

L'AMF rappelle, dans sa *Position AMF n° 2011-02 – questions-réponses de l'AMF sur les OT telle que modifiée le 31 janvier 2013*, que "les titres financiers émis par un OT, même s'ils font l'objet d'une offre au public, ne peuvent donc pas être commercialisés par la voie du démarchage bancaire ou financier".

Cf. document AFG : *Titrisation – Questions / Réponses – Juin 2014*

- les instruments financiers non admis aux négociations sur les marchés réglementés ou sur les marchés étrangers reconnus, à l'exception :
 - des parts ou actions d'OPCVM et de certains FIA (fonds d'investissement à vocation générale, des fonds de capital investissement, des fonds de fonds alternatifs, etc.),
 - des titres financiers offerts au public après établissement d'un document d'information dans les conditions du titre 1^{er} du livre IV du Code monétaire et financier,
 - des titres émis par les sociétés de capital-risque mentionnées à l'article 1^{er}-1 de la loi n° 85-695 du 11 juillet 1985,
 - des produits proposés dans le cadre d'un dispositif relevant du livre III de la troisième partie du Code du travail (intéressement, participation et épargne salariale).

En ce qui concerne les parts de SCPI qui sont désormais des FIA, elles peuvent faire l'objet de démarchage pour autant que les statuts de la SCPI prévoient la limitation de la responsabilité de chaque associé au montant de sa part au capital.

Comment est-il rémunéré ?

Le démarcheur est habituellement rémunéré en une seule fois à l'occasion de l'apport initial.

Au regard des obligations qu'a la SGP de ne rémunérer un tiers que si cette rémunération améliore la qualité du service rendu au client, il peut être difficile de justifier une rémunération récurrente à un démarcheur qui, parce qu'il ne fournit pas de services d'investissement, ne conserve pas de relation avec le client final.

En toute hypothèse, la société de gestion doit documenter l'amélioration de la qualité du service fourni, le respect de l'obligation d'agir dans l'intérêt du client et le respect des règles de transparence.

Ses responsabilités réglementaires

L'article L. 341-11 du Code monétaire et financier confère au démarcheur une double obligation :

- s'informer de la situation financière de la personne démarchée, de son expérience et de ses objectifs en matière de placement ou de financement,
- informer de manière claire, compréhensible et équilibrée la personne démarchée sur les produits ou services proposés.

Tout démarcheur doit également communiquer à la personne démarchée son nom et adresse personnelle, ainsi que ces mêmes informations s'agissant de la (ou des) personne(s) morale(s) pour le compte de laquelle (desquelles) il agit. Il doit aussi communiquer les documents d'information relatifs aux produits et services proposés, leurs conditions et l'information relative à l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation.

Il est interdit au démarcheur de :

- proposer des produits, instruments financiers et services autres que ceux pour lesquels il a reçu des instructions expresses de la ou des personnes pour le compte desquelles il agit ;
- signer des contrats au nom et pour le compte de la personne pour le compte de laquelle il agit ;

- recevoir des fonds (espèces, chèques, effets de commerce, valeurs ou tout autre moyen de paiement) des personnes démarchées ;
- fournir des services d'investissement / il ne peut fournir un conseil en investissement.

À savoir. Un droit de rétractation pour la personne démarchée

Toute personne démarchée dispose d'un délai de 14 jours pour se rétracter, sans pénalité et sans avoir à justifier sa décision :

- à compter du jour où le contrat est conclu,
- à compter du jour où la personne démarchée reçoit les conditions contractuelles et les informations, si cette date est postérieure à celle de conclusion du contrat.

Pour certains produits financiers (ex. OPCVM) ou services d'investissement (ex. la réception-transmission d'ordres), ce délai de rétractation ne peut s'appliquer. Néanmoins, en cas de démarchage pour proposer ces produits ou services au domicile de la personne, sur son lieu de travail ou dans les lieux non destinés à la commercialisation de produits, instruments et services financiers, la personne démarchée dispose d'un délai de réflexion de 48 h.

La responsabilité de la SGP

Le mandat, mentionné à l'article L. 341-4 du Code monétaire et financier, est nominatif. Il liste la nature des produits et services qui en sont l'objet et les conditions dans lesquelles l'activité de démarchage peut être exercée. Un démarcheur peut recevoir plusieurs mandats non exclusifs de plusieurs entreprises. D'une durée de 2 ans (ou trois ans, cf. *supra* "le démarcheur habilité par mandat"), le mandat peut être renouvelé.

La SGP doit fournir une carte de démarchage à son mandataire.

La SGP reste en charge de toutes les responsabilités KYC, LCB-FT, MIF et autres diligences réglementaires même si le démarcheur a ses propres obligations (voir *supra* ses responsabilités réglementaires).

Remarque

Il est légitime de s'interroger sur la connaissance du client que recueille le démarcheur. Ses propres obligations impliquent qu'"avant de formuler une offre portant sur des instruments financiers, un service d'investissement ou un service connexe, les démarcheurs s'enquière de la situation financière de la personne démarchée, de son expérience et de ses objectifs en matière de placement ou de financement".

Il est recommandé que le test d'adéquation effectué dans le cadre du mandat de démarchage soit identique à celui réalisé en direct par la société de gestion. Cependant, la SGP reste responsable de la bonne exécution de ce test et devra en cela contrôler la prestation fournie par le démarcheur. Cette délégation devra faire l'objet d'une mention spéciale dans le mandat de démarchage.

L'AFG remercie l'ensemble des membres du groupe de travail qui ont participé à l'élaboration de ce document, et en particulier **Bernard AGULHON**, Amundi, qui a dirigé ce groupe rattaché à la Commission Commercialisation, présidée par **Jean-Marie CATALA**, Groupama AM.

AFG – 31, rue de Miromesnil – 75008 Paris – Tél. : 01 44 94 94 00 – www.afg.asso.fr

AFG
Service Communication – Formation

31 rue de Miromesnil

75008 Paris

T: 01 44 94 94 00

 @AFG_France

www.afg.asso.fr




association française
de la **gestion financière**