

## Position – recommandation AMF

### Position-Recommandation complétant la Position 2013-02 sur le recueil des informations relatives à la connaissance du client – DOC-2017-08

**Textes de référence : articles 314-44, 314-46, 314-47, 314-51 à 314-53, 317-71 et 325-7 du règlement général de l'AMF**

**Annexe : Position AMF - Le recueil des informations relatives à la connaissance du client – DOC-2013-02**

Cette Position-Recommandation complétant la position AMF DOC-2013-02 est destinée aux prestataires de services d'investissement (PSI) et aux conseillers en investissements financiers (CIF) ci-après désignés le « prestataire ». Il est néanmoins précisé que les principes faisant appel au dispositif de contrôle interne (en ce compris la cartographie des risques) ne concernent que les PSI.

Du courtage en ligne en passant par la banque au quotidien et l'épargne, la digitalisation s'est largement développée faisant émerger des établissements/canaux de distribution 100% en ligne, aux côtés des réseaux de distribution traditionnels offrant des approches mixtes alliant la relation traditionnelle en agence et les processus digitaux. Les dispositions législatives et réglementaires, en particulier les règles de bonne conduite issues de la transposition de la directive MIF<sup>1</sup> doivent être respectées quel que soit le canal de distribution des instruments financiers utilisé par le prestataire.

**Or, qu'elle soit réalisée au travers de plateformes ou d'objets connectés, la digitalisation des processus est porteuse de nouveaux risques** pour la fourniture de services d'investissement et/ou pour les actes requis préalables à leur réalisation. Si le choix du prestataire est de digitaliser les processus propres à la fourniture de services d'investissement ou à leurs étapes préalables, celui-ci doit prendre des mesures pour pallier certains risques qui sont la conséquence directe de l'absence de contact entre le distributeur et son client. Il s'agit notamment :

- du risque de qualité des informations fournies par le client et collectées par le prestataire,
- de l'utilisation des informations collectées par un algorithme mal élaboré ou mal utilisé dans ses deux phases que sont, d'une part, la définition du profil du client, d'autre part, le choix des instruments financiers en cohérence avec son profil,
- d'une augmentation du risque lié à la conservation des données personnelles des clients,
- d'un risque de réputation par une mauvaise utilisation systématique des données portant sur un grand nombre de clients ou par une dégradation du système de traitement des données.

Le PSI doit par ailleurs intégrer l'évaluation et le contrôle de ces nouveaux risques dans son dispositif de contrôle interne.

C'est dans ce contexte qu'a été réalisée une Position-Recommandation dédiée spécifiquement aux risques induits par la transition digitale sur les relations entre le prestataire et son client ainsi que sur les conséquences sur les comportements du client.

Il est convenu dans cette Position-Recommandation que la qualité des tests d'adéquation induits par les services de conseil en investissement ou de gestion de portefeuille pour le compte de tiers repose sur les résultats des démarches suivantes pour partie chronologique :

- la collecte d'informations auprès du client,
- l'utilisation de ces données collectées par un algorithme de définition du profil du client,

---

<sup>1</sup> Applicables aux PSI ou aux CIF au titre du régime national.

- et le choix automatique d'instruments financiers ou de services qui sont en adéquation avec ce profil,
- la mise à jour et le stockage des données du client.

**Recommandation :**

L'AMF recommande dans le cas d'utilisation d'algorithmes que le prestataire informe de manière précise le client sur leur finalité, ainsi que sur les modalités d'aide en ligne ou de contacts mis à la disposition du client lors de ces démarches.

Le champ d'application de cette Position-Recommandation reste identique à celui de la Position Recueil des informations relatives à la connaissance du client DOC-2013-02.

Celle-ci complète en tant que de besoin les principes énoncés et référencés dans le paragraphe 4 de la position citée en référence (cf. renvois numérotés), principes qui doivent s'apprécier en proportionnalité au regard de l'organisation digitale en place.

#### 4.1 Modalités de recueil et traçabilité des informations

Dans la pratique, le prestataire a souvent recours à des questionnaires grâce auxquels il collecte des informations nécessaires pour apprécier le caractère adapté ou approprié du service d'investissement. Réalisée au travers d'un processus automatisé, cette étape doit être d'autant plus encadrée et faire l'objet de contrôle d'efficacité et de cohérence que la fourniture d'informations par le client, leur collecte et leur traitement sont effectués sans intervention humaine du prestataire, mettant potentiellement plus encore le client en situation d'auto-évaluation qu'en agence (§ 4.2.2 de la position DOC 2013-02).

**Position :**

Le dispositif utilisé doit permettre de poser des questions claires, précises, perçues comme telles par le client et d'effectuer des contrôles de cohérence des données saisies et recueillies par d'autres voies (agence, téléphone, etc.), toute incohérence devant donner lieu à une demande de complément ou de modification d'information et, le cas échéant, générer des alertes, mises en garde ou blocages dans le parcours du client.

Par ailleurs, il convient de porter attention :

- aux cas de pluralité de prestataires intervenant dans cette collecte, notamment en termes de responsabilités des différents acteurs ;
- à l'utilisation et la protection des informations qui auraient pu être collectées sur le client dans et hors du processus objet de cette Position-Recommandation.

A titre d'exemple, une banque en ligne pourrait utiliser tout ou partie des données collectées de manière traditionnelle en agence par une autre entité de son groupe ou utiliser dans le futur des données bancaires agrégées.

##### 4.1.1 Informer le client que le questionnaire est effectué dans son intérêt

☛ **Le prestataire doit s'assurer de la traçabilité de la prise de connaissance par le client de la finalité des questions posées sur son expérience, ses connaissances, sa situation financière et ses objectifs.**

**Position :**

Le prestataire doit indiquer explicitement que le recueil d'informations est effectué dans l'intérêt du client et que la fourniture d'informations complètes et sincères est une condition nécessaire pour que le prestataire soit en mesure de faire bénéficier le client d'un service de qualité. Il se conforme ainsi aux obligations de l'article L.533-11 du code monétaire et financier.

#### 4.1.2 Veiller à la clarté et la compréhension des questions

Sans intervention humaine, le recueil d'informations sur la situation financière ou les objectifs d'investissement peut nécessiter un encadrement particulier.

**Position :**

Nonobstant le fait que le prestataire doit formuler des questions claires et compréhensibles par le client et ne laissant aucune place à l'interprétation, le client peut ne pas comprendre la question ou sa finalité.

- Le prestataire doit donner la possibilité au client d'ouvrir le cas échéant des fenêtres d'information ou de joindre un conseiller par tout canal dédié à cet effet, afin de l'éclairer sur la finalité des questions posées.

#### 4.1.3 L'utilisation du digital offre la possibilité d'améliorer la qualité des informations recueillies par le prestataire en termes d'enrichissement des questions posées, de cohérence et de traçabilité, mais ce canal accroît dans le même temps le risque d'incompréhension ou de mauvaise appréciation par le client.

**Position :**

Le prestataire doit prendre les mesures nécessaires pour remédier au risque d'incompréhension ou de mauvaise appréciation par le client. Il doit **également** s'assurer de la traçabilité de l'engagement du client sur la sincérité des réponses qu'il apporte aux questions posées sauf à ce que cela soit assuré par un autre processus (par exemple dans des conditions générales des prestations de services d'investissement en ligne).

Il est rappelé **qu'en toutes circonstances, les dispositions de l'article 314-53 du règlement général de l'AMF s'appliquent aux prestataires de services d'investissement<sup>2</sup>**.

A défaut ou si le prestataire sait, ou est en situation de savoir, que les informations collectées sont périmées, erronées ou incomplètes, il devra s'abstenir de recommander des instruments financiers ou de fournir le service de gestion de portefeuille pour compte de tiers, ou bien demander en amont de toute nouvelle proposition une mise à jour de ses données personnelles et financières destinées à s'assurer du caractère adapté du service rendu ou du produit recommandé.

En **vue d'améliorer la qualité des informations recueillies, le questionnaire peut être enrichi**, tout en respectant le principe de proportionnalité<sup>3</sup> :

- en adaptant le nombre des questions à la nature du service d'investissement fourni, au profil du client et/ou à la complexité des produits afin de permettre d'évaluer sa connaissance réelle et son expérience sur les instruments financiers, et en utilisant les possibilités offertes par le digital pour vérifier de manière pratique les réponses du client, tout en restant attentif à la propension naturelle du client à surestimer ses compétences ;
- en incluant (i) des demandes ciblées pour les clients qui font l'objet de politiques spécifiques pour que le traitement, s'il est retenu, de populations nécessitant une attention particulière, soit homogène qu'il soit réalisé en face à face en agence ou en ligne, (ii) des critères permettant de les identifier ; il peut s'agir de clients non-résidents, de clients demandeurs de produits de défiscalisation, de la clientèle sensible (mineurs, personnes âgées, majeurs sous tutelle...) ;
- en utilisant le digital pour construire une arborescence de questions dont la logique permet de vérifier la cohérence des réponses obtenues pour chaque question mais aussi entre les questions (par exemple, prévoir des questions récurrentes posées sous un angle différent). Certaines incohérences doivent

<sup>2</sup> Article 314-53 du RGAMF « Le prestataire de services d'investissement est habilité à se fonder sur les informations fournies par ses clients, à moins qu'il ne sache, ou ne soit en situation de savoir, que celles-ci sont manifestement périmées, erronées ou incomplètes ».

<sup>3</sup> Si l'étendue des informations devant être recueillies peut varier, le PSI doit toujours s'assurer que la recommandation ou l'investissement réalisé pour le compte du client présente un caractère adéquat ou approprié pour le client (hors service d'exécution simple). Le principe de proportionnalité de la directive MIF autorise les PSI à recueillir un niveau d'information proportionné aux produits et aux services qu'ils offrent ou sur lesquels le client sollicite des services spécifiques de conseil en investissement ou de gestion de portefeuille pour le compte de tiers. En revanche, il ne permet pas aux PSI d'abaisser le niveau de protection dû aux clients.

pouvoir générer une alerte, invitant le client à corriger ses réponses dans un nombre limité de cas au-delà duquel le parcours client pourrait être stoppé ;

- en portant à la connaissance du client le fait qu'il est de bonne pratique de demander à réviser ses informations lors de la réalisation de certains événements ou si cet événement est susceptible de modifier les données fournies ;
- en se gardant d'encourager les modifications des réponses au questionnaire.

#### 4.1.4 Actualisation des données recueillies

**Position :**

Le prestataire doit, à l'issue du processus de collecte d'informations, en présenter la synthèse au client et obtenir sa validation. Il doit également lui proposer de revoir ses réponses s'il le souhaite avant sa propre validation par pour utilisation.

L'utilisation du digital permet au prestataire :

- de soumettre au client cette synthèse de manière systématique (ou, selon une fréquence adaptée que le prestataire pourra justifier) à chaque nouvelle connexion (ou, selon une fréquence adaptée dont le prestataire pourra justifier) en vue d'effectuer des transactions, pour lui demander de confirmer que les données fournies n'ont pas changé ;
- quelle que soit la réponse fournie par le client, de poser des questions complémentaires au client qui permettront à partir d'une liste d'évènements (perte ou changement d'emploi, changement de situation familiale...) de valider ou d'invalider la réponse du client et l'inviter à revoir le cas échéant chacune des données nécessaires à la fourniture du service d'investissement ;
- poser à nouveau la question lorsqu'il sait, en utilisant les données légitimement en sa possession, que les réponses du client sont erronées ou incomplètes.

#### 4.1.5 Conservation des données

L'usage du digital permet de conserver de manière chronologique les données collectées par le prestataire concernant son client.

**Position :**

Le prestataire doit assurer la traçabilité des réponses obtenues en prévoyant un stockage pérenne, adapté et sécurisé des données incluant un *back up* des serveurs en cas de cyber-attaque, de dommage matériel ou de problème technique.

## 4.2 Sur le contenu des informations

La digitalisation des processus permet d'enrichir la collecte d'informations parfois plus difficiles à obtenir dans une relation en face à face, en particulier celles relatives aux connaissances et à l'expérience du client en matière d'investissements.

**Position :**

Le prestataire doit être attentif à ce que la collecte de données soit cohérente et limitée à la finalité recherché. Le prestataire doit par ailleurs prendre les mesures nécessaires pour garantir la sécurité et l'intégrité des données personnelles des clients.

## 4.3 Sur l'exploitation des informations

### 4.3.1 Cohérence des données

☛ L'identification d'un nombre important d'incohérences, facilitée par le recours au digital (cf. 4.1.3 de la position AMF DOC 2013-02) devrait pouvoir provoquer des alertes et renforcer ainsi l'efficacité du dispositif de contrôle interne.

#### 4.3.2 L'exploitation des données

##### Position :

**Toutes les données collectées auprès du client et utiles pour satisfaire aux exigences de l'article L. 533-13 du code monétaire et financier doivent être utilisées pour déterminer son profil.** La modélisation utilisée dans un algorithme de profilage a parfois pour conséquence que les données collectées ou légitimement disponibles sont pondérées les unes par rapport aux autres ; le **prestataire doit, dans ce cas, être en mesure de justifier les choix retenus dans la modélisation de l'algorithme** utilisé et ses évolutions.

L'utilisation partielle des données du client, la surpondération ou la sélection de certaines d'entre elles, conduiraient vraisemblablement à généraliser l'utilisation de profils standards. Compte-tenu du risque d'une généralisation de recommandations non adaptées à la situation du client, le risque de dégradation de la qualité du conseil en investissement fourni au client ne peut être exclu.

Une fois les données validées par le client, le prestataire doit lui en présenter la synthèse en termes de profil (4.1.4). . La digitalisation permet d'identifier les responsabilités respectives du client (la complétude et la sincérité des réponses) et la détermination de son profil par le prestataire sur la base des informations transmises par le client ou légitimement disponibles, le client en étant dans ce cas informé au préalable. La digitalisation permet également de conserver la traçabilité du lien entre les données collectées, le profil du client, et les services ou produits proposés ou fournis au client.

Elle paraît être l'occasion pour le prestataire d'être en mesure de justifier (et de le vérifier dans le dispositif de contrôle interne) de la cohérence des services et produits proposés au client ou fournis à sa demande au vu de son profil.

##### Position

**Le prestataire doit être en mesure de justifier (et de le vérifier dans le dispositif de contrôle interne) de la cohérence des services et produits proposés au client ou fournis au vu de son profil.**

☛ Le prestataire doit s'assurer de la possibilité, le cas échéant, de restituer au client au moment de la souscription du produit l'ensemble des éléments qui lui ont permis de proposer le produit.

☛ Les produits choisis par l'algorithme doivent donner lieu à la mise à disposition du client des documents réglementaires : en pratique des liens avec une « bibliothèque produits » sont utilisés afin que les documentations réglementaires mises à disposition soient toujours à jour.

☛ Le prestataire doit organiser la conservation des confirmations successives par le client dans un espace sécurisé dédié. Cet espace dédié doit comporter une bibliothèque des documents qui lui ont été remis sans qu'ils puissent être supprimés ainsi que les liens avec les documents mis à disposition (en ce compris les différentes versions). Il est rappelé que l'accès à ces données par l'AMF est prévu par l'article L. 621-8-4 du code monétaire et financier.

☛ Lorsque le prestataire recommande au client de réaliser simultanément des opérations sur plusieurs instruments financiers permettant, par exemple, un changement d'allocations d'actifs dans son portefeuille, sa proposition doit indiquer que sa prestation de conseil porte sur chacune des opérations réalisées sur les instruments proposés et en particulier sur l'allocation proposée entre les différents instruments.

#### 4.4 Moyens et procédures

Le recueil en ligne des informations du client doit impliquer un renforcement par le prestataire de ses procédures, de son dispositif de contrôle interne ainsi que l'adaptation de ses méthodologies de contrôle. Le processus digital permet en outre de conserver les flux d'informations reçues et fournies du ou au client dans la durée.

**Position :**

- ☛ Les modifications des données du client à son initiative sans qu'un événement le justifie (y compris lorsqu'il change de profil de risque), doivent constituer une alerte dans le dispositif de contrôle interne du prestataire (cf. 4.1.3 de la position AMF DOC 2013-02).
- ☛ La validation du ou des algorithmes et la conservation de ses versions successives permettant de définir le profil du client doit être intégré dans le dispositif de contrôle interne du PSI.
- ☛ Le prestataire doit particulièrement veiller :
  - à l'établissement de profils de clients trop standardisés et au risque de dégradation de la qualité du conseil en investissement qui pourrait en résulter,
  - à la qualité des simulations mises en œuvre pour pouvoir proposer un (des) produits(s) adapté(s) au client,
  - au contrôle de la mise à disposition effective aux clients des documents réglementaires dans leur version définitive.
  - et au respect et à la bonne utilisation des données personnelles qu'il recueille directement auprès du client ou d'un tiers (autres entités du groupe, fournisseurs de données) ainsi qu'au respect des règles générales en matière de protection des données.

## 5. Risques de réputation

**Position :**

**Le prestataire doit procéder à l'évaluation du risque de réputation relatif aux erreurs répétées liées au questionnaire ou à l'algorithme utilisé appliquées à un grand nombre de clients et en tenir compte dans sa cartographie des risques de non-conformité.**

## 6. Risques de sécurité

**La responsabilité du prestataire demeure engagée vis-à-vis du client y compris lorsque le prestataire fait appel à des tiers pour stocker les données, les collecter, ou pour mettre en œuvre l'algorithme de détermination du profil et/ou des instruments financiers, objets des recommandations personnalisées ou du service de gestion de portefeuille pour le compte de tiers.**

**Position :**

Le prestataire doit :

- ☛ mentionner sur tout écran qui l'engage vis-à-vis du client **les coordonnées du service qui peut être contacté par le client** ainsi que, le cas échéant, celles des sous-traitants concernés.
- ☛ Mettre en place des processus adaptés **d'authentification du client** pour restreindre les cas d'usurpation d'identité.
- ☛ S'assurer de la qualité des tiers partenaires dans ces processus, au regard des règles professionnelles qui leur sont applicables.

- S'assurer de l'intégrité des données transmises par /ou à ces tiers (*cf.* point 4.4 de la position AMF DOC 2013-02).
- S'assurer que les tiers partenaires du prestataire (éditeurs de logiciels de conseil en investissement ou de gestion d'actifs par exemple) qui pourraient participer à la fourniture des services d'investissement de conseil en investissement ou de gestion de portefeuille pour le compte de tiers disposent des agréments nécessaires.