

25 AVRIL 2014. - Arrêté royal imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail

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).

La fiche d'information doit contenir des informations correctes, claires, non trompeuses et cohérentes avec les informations figurant dans tous les autres documents contenant des informations contractuelles ou précontractuelles. S'agissant des produits d'assurances, cette exigence concerne les conditions générales du produit et non les conditions particulières.

L'objectif de la fiche d'information est en effet de donner un aperçu des caractéristiques essentielles du produit sous une forme standardisée, valable pour tous les clients de détail. Les éventuelles dérogations individuelles qui seraient stipulées dans les conditions particulières ne seront donc pas mentionnées dans les fiches d'information.

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 au sens de l'article 2, alinéa 1^{er}, 39° de la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers, soit tous les produits d'épargne, d'investissement et d'assurance.

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...).

Une exception au champ de l'application de l'arrêté est cependant prévue pour tous les produits de pension dits "du premier pilier" et "du second pilier" (article 1, § 2). Par "second pilier", l'on vise tous les produits de pension qui sont constitués dans le cadre d'une activité professionnelle, que ce soit en tant qu'employé, indépendant ou chef d'entreprise indépendant. Le présent projet s'applique lorsque des produits financiers 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) (article 2, 2° du présent projet).

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. Il convient de noter que certains contrats d'assurances portant sur la couverture de grands risques ont été exclus du champ d'application

du présent arrêté dans la mesure où ces contrats sont principalement destinés aux clients professionnels (hors professions libérales) et où leurs caractéristiques s'accrochent mal des règles standardisées du présent arrêté.

Dans la mesure où le présent arrêté s'applique aux clients de détail, la protection qu'il met en place va au-delà des "consommateurs" au sens du Livre VI du Code de droit économique, lequel a intégré la réglementation des pratiques du marché. Pour rappel, les consommateurs sont 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 n'est pas un consommateur au sens du Livre VI du Code de droit économique, mais il sera protégé par la présente réglementation.

Inversément, il convient d'attirer l'attention sur le fait que les clients de détail qui sont par ailleurs des consommateurs au sens du Livre VI du Code de droit économique bénéficient de la protection prévue par ce livre. En effet, le Livre VI du Code constitue une réglementation transversale applicable à la commercialisation de tous types de produits et services aux consommateurs. Le Livre VI du Code s'applique notamment lorsque des "services financiers" sont commercialisés auprès de consommateurs. Or, les produits financiers au sens de cet arrêté constituent des services financiers au sens du Code. Ceci signifie qu'outre les règles du présent arrêté, les publicités relatives aux produits financiers doivent également respecter les règles prévues dans le Code, notamment en ce qui concerne la réglementation des pratiques commerciales, la publicité comparative, les offres conjointes, etc... Le Livre VI du Code de droit économique constitue ainsi un corps de règles générales qui s'applique en principe cumulativement aux règles de droit financier, dont celles prévues dans le présent arrêté.

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 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 4 avril 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 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires, qui réglemente l'information 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.

Le présent projet étend ainsi un certain nombre de règles découlant de la réglementation Mifid à tous types de produits d'épargne ou d'investissement. C'est le cas, par exemple, des règles

relatives à la mention de rendements historiques, simulés et futurs dans la publicité. Certaines règles prévues dans le présent arrêté sont similaires à des règles prévues dans le Livre VI du Code de droit économique, telle que la règle selon laquelle la publicité (qui constitue une pratique commerciale au sens du Livre VI) ne peut être trompeuse (article 11, 1^o du projet). Les pratiques commerciales trompeuses sont définies aux articles VI. 97. à VI. 100. du Code de droit économique. Une publicité qui s'avérerait trompeuse au sens du Code serait évidemment également trompeuse au sens du présent arrêté. Dans la mesure où la FSMA sera également compétente pour assurer le respect du Livre VI du Code de droit économique (voy. à cet égard l'article XV. 11., § 2 du Code de droit économique), elle vérifiera la compatibilité des publicités pour les produits financiers avec les dispositions du présent arrêté et des autres réglementations financières, d'une part, et avec les dispositions du Livre VI du Code, d'autre part, sachant que ces dispositions se recouvrent partiellement. A noter enfin que la commercialisation de certains produits financiers est également soumise à des règles de conduite (telles les règles Mifid). Le respect du présent arrêté (remise de la fiche d'information aux clients, mention du label dans la publicité, etc...) ne dispense évidemment pas la personne qui commercialise le produit du respect de ces règles de conduite (telle que par exemple l'obligation d'établir un "suitability test" en cas de fourniture de certains conseils). Ces règles de conduite demeurent donc applicables, en sus du présent arrêté.

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 (appelée "PRIIPs") 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.

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

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

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 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 (et qu'il n'existe pas non plus de KIID comme alternative à la fiche d'information), 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.

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.

Dans la mesure où le projet impose également la remise d'une fiche d'information en cas de commercialisation de titres émis par l'Etat ou par ses autorités régionales ou locales, il repose sur l'article 30bis de la loi du 2 août 2002. Cet article, lu conjointement avec l'article 64, alinéa 3 de la même loi, permet en effet au Roi d'adopter des règles favorisant la transparence des produits financiers commercialisés auprès de clients de détail (par exemple par le biais d'une fiche d'information obligatoire).

Alors que l'habilitation au Roi prévue à l'article 45, § 2 de la loi du 2 août 2002 est limitée à certaines entreprises réglementées (établissements de crédit, entreprises d'assurances, OPC, etc...), l'article 30bis a une portée plus large, permettant d'inclure des produits provenant d'autres types d'émetteurs, comme l'Etat.

Ceci explique pourquoi les articles 30bis et 64, alinéa 3 de la loi du 2 août 2002 sont mentionnés dans le préambule de l'arrêté - mention qui a soulevé certaines interrogations dans le chef du Conseil d'Etat.

En vertu de l'article 30bis de la loi du 2 août 2002, la FSMA peut adopter un règlement visant à imposer la mention obligatoire d'un label lors de la commercialisation de certains produits financiers. 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.

Le projet prévoit qu'il ne pourra pas être fait mention d'une autre échelle de risques que le label susmentionné dans la publicité ou dans la fiche d'information, à moins qu'il ne s'agisse d'une échelle de risques imposée par la législation belge ou européenne. Le "SRRI" (au sens du règlement 583/2010 de la Commission européenne du 1^{er} juillet 2010 mettant en oeuvre la Directive 2009/65/CE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les informations clés pour l'investisseur et les conditions à remplir lors de la fourniture des informations clés pour l'investisseur ou du prospectus sur un support durable autre que le papier ou au moyen d'un site web, tel que détaillé dans la recommandation du CESR du 1^{er} juillet 2010 (CESR/10-673) "Methodology for calculation of the synthetic risk and reward indicator in the key investor information document") pourra dès lors être mentionné dans la publicité relative à un OPC public à nombre variable de parts ou dans la publicité relative à un contrat d'assurance de la branche 23.

Cette exigence ne porte pas préjudice à la possibilité, pour les personnes commercialisant un produit financier ou les fabricants qui font ce choix, de mentionner dans la publicité ou dans la fiche d'information le profil standardisé des investisseurs auxquels le produit est destiné ou encore la classe d'actifs à laquelle le produit appartient dans le cadre d'une stratégie d'investissement et ce, pour autant que ces mentions ne créent pas de confusion avec l'échelle de risques obligatoire (le label). "Défensif", "bas", "moyen", "neutre", "élevé", "dynamique" constituent ainsi des exemples d'indications possibles du profil standardisé de l'investisseur. "Liquidités", "croissance", ou "valeur" constituent des exemples d'indications possibles des classes d'actifs.

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.

Ceci signifie que celui qui commercialise des produits financiers devra remettre à tous ses clients les fiches d'information relatives à tous les produits qui leur sont présentés, peu importe que ces clients achètent, souscrivent à, adhèrent à, acceptent, signent ou ouvrent tout ou partie des produits proposés.

Cette notion de "commercialisation" 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 a été prévue en faveur des prestataires de

services de réception/transmission d'ordres et d'exécution d'ordres (article 1, § 1^{er}, alinéa 2 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 ou d'exécution des ordres (par exemple, des commissions versées par les émetteurs). Cette exception ne vise donc pas le cas où l'établissement financier est offreur de titres faisant l'objet d'une revente.

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 30bis) ou la loi du 4 avril 2014 relative aux assurances. Elle est par contre plus large que celle figurant dans la 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. Néanmoins, une exception à l'application de l'arrêté est prévue pour tous les produits financiers nécessitant une contrepartie initiale d'au moins 100.000 euros (250.000 euros s'il s'agit de parts d'organismes de placement collectif à nombre variable de parts). En effet, un prospectus d'offre n'est pas requis par la loi du 16 juin 2006 lorsque des instruments de placement requérant une telle contrepartie sont offerts en vente ou en souscription, au motif que les investisseurs qui sont en mesure d'investir des montants aussi élevés disposent d'autres moyens d'être correctement informés sur les produits dans lesquels ils envisagent d'investir. Il est proposé de suivre la même logique dans le présent arrêté via l'introduction de ce même seuil.

Le présent projet a donc vocation à réglementer la commercialisation de produits financiers opérée dans le cadre de certaines offres non publiques adressées à des clients de détail. Le présent projet fait dès lors usage des habilitations prévues à l'article 57/1 de la loi du 16 juin 2006 et aux articles 68, § 2, 116, § 2, 122, § 2, 126, § 3, 133, § 2, 149, 155, 162, 496, § 2, 499, § 2 de la loi du 19 avril 2014 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. Ceci ne concerne toutefois pas les offres de produits financiers requérant une contrepartie initiale d'au moins 100.000 euros (ou 250.000 euros dans le cas de parts d'OPC à nombre variable de parts) puisque la commercialisation de ces produits est exclue du champ d'application du présent arrêté.

Sur la base de l'article 57/1 de la loi du 16 juin 2006, 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^o du présent projet).

Les lois sectorielles (loi du 16 juin 2006, loi du 3 août 2012, loi du 4 avril 2014 et loi du 19 avril 2014) habilitent par ailleurs le Roi à préciser le contenu des 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 la directive Mifid (article 25 du présent projet).

Dans la publicité, l'utilisation de mots techniques devra être évitée. Les termes et paramètres financiers ou autres termes spécifiques et, dans des cas exceptionnels, les mots techniques devront être expliqués.

La "rémunération" visée à l'article 12, § 1^{er}, 4^o, b) est pertinente essentiellement lorsqu'il est question de produits à taux fixe. Il s'agit de l'intérêt de base et de la prime de fidélité d'un compte d'épargne, du taux d'intérêt d'un bon de caisse et d'un compte à terme, du coupon d'une obligation, et enfin du taux d'intérêt d'une assurance-vie de la branche 21.

Il convient de noter que l'arrêté prévoit la mention, dans la publicité, des rendements nets et des rémunérations nettes (par exemple le taux d'intérêt net en ce qui concerne les bons de caisse) et ce, lorsque cela s'avère techniquement possible. Dans la négative, les données brutes seront seules mentionnées, avec la précision que les frais et les taxes ne sont pas pris en compte dans le calcul de la rémunération ou du rendement. S'il s'avère techniquement possible de prendre en compte certains frais ou taxes (mais pas tous), le calcul de la rémunération ou du rendement doit prendre en compte ces frais et taxes, en expliquant la méthode utilisée.

Il convient également de noter que lorsque l'arrêté exige la mention des frais dans la publicité, ceci couvre tous les frais mis directement ou indirectement à charge du client, en ce compris les commissions et rémunérations versées aux intermédiaires en charge de la commercialisation du produit. Ces frais doivent être présentés sous forme agrégée, sans préjudice des obligations découlant des règles Mifid en matière de transparence des coûts et frais et des avantages et rémunérations (tant dans le secteur bancaire et des entreprises d'investissement que dans le secteur des assurances).

Enfin, d'éventuelles récompenses ("award") qui auraient été obtenues par le produit pourront être mentionnées dans la publicité à certaines conditions, visant à assurer la transparence de l'information.

Il convient de noter que le présent projet régleme nte 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 régleme nte 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 dans les publicités et autres documents et avis, dans la mesure où le client a le choix entre différents paramètres, comme par exemple sous-jacent du produit. Ce sera généralement le cas des 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 par contre pas visées par le présent arrêté.

Ces campagnes de notoriété peuvent être identifiées par le biais de plusieurs critères. Elles véhiculent un message qui est en principe centré sur l'établissement financier et non sur un produit déterminé. Elles peuvent le cas échéant citer plusieurs catégories génériques de produits commercialisés par cet établissement financier (par exemple, les OPC, les CFD, les obligations, les warrants, les produits d'assurance de la branche 23) mais ce, uniquement afin de donner un aperçu des activités de l'établissement financier, et donc sans décrire plus en détail ces produits. Dans la mesure où elles citent plusieurs catégories de produits sans donner d'autres précisions à leur sujet, les publicités de notoriété ne se prêtent d'ailleurs pas à un renvoi au prospectus, au KIID ou aux conditions générales du produit, selon le cas, alors qu'un tel renvoi serait requis en cas de publicités diffusées spécifiquement dans le cadre de la commercialisation de produits financiers déterminés ou d'une catégorie déterminée de produits financiers (ex : les publicités pour des CFD diffusées spécifiquement lors de leur commercialisation). Enfin, si ces campagnes de notoriété sont diffusées par le biais du site internet de l'établissement financier, elles doivent en principe figurer sur la partie générale du site, et non sur une partie du site qui serait dédiée à la commercialisation d'un ou plusieurs produits spécifiques.

Le présent arrêté est d'application lorsque des produits financiers sont commercialisés sur le territoire belge auprès de clients de détail par des fabricants, des distributeurs réglementés ou des intermédiaires, belges ou étrangers et, en ce qui concerne ces derniers, indépendamment de la question de savoir s'ils agissent par le biais d'une succursale ou dans le cadre de la libre prestation de services.

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.

Le fait que la fiche d'information soit établie par un tiers ne dispense évidemment pas celui qui commercialise le produit financier de ses propres obligations et notamment de son devoir de diligence au sens de la réglementation Mifid, telle qu'applicable dans le secteur bancaire et des entreprises d'investissement, de même que dans le secteur des assurances.

Par ailleurs, s'il reçoit une fiche qui comporte des erreurs manifestes ou dont le contenu ne correspond manifestement pas au prescrit légal, il devra - comme tout professionnel normalement diligent et prudent - s'abstenir d'utiliser cette fiche et donc de commercialiser le produit concerné.

En outre, si la FSMA constate que certaines fiches ne remplissent pas les exigences prévues dans le présent arrêté, elle pourra enjoindre à la personne responsable de l'établissement de la fiche de se mettre en ordre, faisant ainsi usage des pouvoirs prévus à l'article 36 de la loi du 2 août 2002.

A cet égard, il convient de relever que cette disposition a récemment été modifiée par la loi du 4 avril 2014 afin de permettre à la FSMA, lorsqu'elle enjoint à une personne de se conformer à certaines dispositions de la loi ou des arrêtés pris en son exécution (tel le présent arrêté), de

suspendre la commercialisation du produit financier concerné aussi longtemps que les dispositions légales ou réglementaires en question ne sont pas respectées. Afin de garantir l'efficacité de l'injonction de suspension de la commercialisation émise par la FSMA, la personne concernée (par exemple, le fabricant du produit) est tenue de communiquer cette suspension à toutes les personnes auxquelles elle fait appel en vue de la commercialisation du produit financier concerné sur le territoire belge et auxquelles cette suspension s'étend. De cette façon, l'injonction de suspendre la commercialisation est connue au sein de la chaîne de commercialisation. Si certains intermédiaires ou distributeurs poursuivent la commercialisation du produit en dépit de la communication qui leur aura été faite, des mesures adéquates pourront, le cas échéant, être prises à leur encontre sur la base du statut qui leur est applicable. Dans l'intérêt des utilisateurs de produits financiers, la FSMA pourra rendre cette injonction publique (Doc. Parl. Chbre, 2013-2014, 3361/001, p. 68 et suivants). 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).

Les fiches d'informations remises aux clients devront être classées dans le "dossier client" que les institutions financières sont par ailleurs tenues d'établir et de conserver. Tant que ce dossier devra être conservé, les clients auront le droit d'obtenir gratuitement une copie papier de la ou des fiches d'information qui lui auront été remises lors de la commercialisation de produits financiers (article 7, § 4 du présent projet).

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 soumise volontairement à l'approbation de la FSMA (opt in) à condition que la FSMA ait préalablement confirmé que les contrats d'assurance concernés (en ce compris les règlements de gestion applicables aux produits de la branche 23) n'appellent pas de remarques en ce qui concerne leur conformité avec la réglementation des assurances dont la FSMA assure le respect.

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, à la loi du 3 août 2012 ou encore à la loi du 19 avril 2014. 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).

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 chargée 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, § 1^{er}, 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).

Enfin, il convient de noter que la fiche d'information et la publicité relatives aux produits structurés dont le rendement, à échéances fixes, dépend d'une formule mathématique, devront comporter des exemples destinés à expliquer le fonctionnement de la formule du produit, sur la base de trois scénarios correspondant au 10^e, au 50^e et au 90^e percentile sur une distribution de rendement (calculée selon une méthode de type "Monte Carlo", reposant sur 5.000 à 10.000 simulations). Il convient de noter que les produits qui ne sont pas des produits structurés, comme les warrants, les options sur actions et les obligations convertibles ne sont pas visés par cette disposition.

L'expérience tirée de l'application de cette règle fera l'objet d'une évaluation par la FSMA. En conséquence, le champ d'application de cette obligation pourrait être étendu, en tenant compte de cette expérience et des évolutions sur les marchés financiers.

Le présent arrêté entrera en vigueur un an après le jour de sa publication au Moniteur belge. Ceci laisse un délai assez long aux entités concernées par l'arrêté aux fins d'adapter leur documentation et leurs procédures. Ce délai permettra également d'éventuelles adaptations du cadre réglementaire si la proposition de règlement de la Commission européenne portant sur un nouveau "document d'informations clés" pour les produits d'investissement de détail voit le jour entre-temps et si le texte adopté comporte des dispositions qui s'avèreraient incompatibles avec celles du présent arrêté.

Il convient de noter que lors du renouvellement annuel d'un contrat existant il n'y a pas de "commercialisation", dès lors qu'aucun produit nouveau ou modifié n'est proposé au client pour l'inciter à acheter le produit en question. Néanmoins, lorsqu'à l'occasion du renouvellement annuel d'un produit, un établissement financier propose un autre produit ou une version adaptée d'un produit existant (caractéristiques modifiées), il est alors question de commercialisation d'un nouveau produit et l'arrêté est d'application, requérant la remise d'une fiche d'information.

Tel est l'objet du présent projet.

Il a été tenu compte de la plupart des observations formulées par le Conseil d'Etat sur le présent projet.

Il convient cependant de noter que le Conseil d'Etat préconisait que les mises à jour de la fiche d'information soient fournies au client selon les mêmes modalités que la fiche d'information elle-même (plutôt que d'être mises à disposition sur un site internet). Le Conseil d'Etat estime en effet que tous les clients n'ont pas un accès régulier à internet. Il n'a pas été tenu compte de cette suggestion car la personne qui est tenue de mettre à jour la fiche n'est pas toujours celle qui a commercialisé le produit initialement et qui a dû remettre la fiche

d'information au client à cette occasion. En outre, celui qui est tenu de mettre à jour la fiche - il s'agit parfois du fabricant du produit - ne dispose pas nécessairement des coordonnées des personnes qui auront souscrit, acheté ou adhéré au produit. Il ne sera pas non plus informé de la revente éventuelle du produit ou de sa résiliation par le client - alors que ceci justifierait évidemment que la mise à jour de la fiche ne soit plus fournie au client. Il convient par ailleurs de rappeler que la fiche d'information constitue un document précontractuel qu'il est surtout utile de consulter avant de souscrire, d'acheter ou encore d'adhérer au produit. Enfin, certaines fiches devront être mises à jour très souvent (en cas de changement du taux offert, par exemple). Il paraîtrait disproportionné d'exiger une remise systématique de chaque mise à jour de la fiche aux personnes qui ont acheté le produit, sous peine d'inonder le client avec une documentation qui ne lui sera pas nécessairement utile. De plus, il ne faut pas perdre de vue que la plupart des clients de détail disposent d'un accès à internet - fut-il irrégulier (et cet accès se généralise au fil du temps).

Enfin, le Conseil d'Etat suggérerait également d'améliorer la qualité rédactionnelle de certaines dispositions de l'arrêté en projet. Ceci fut fait dans la mesure du possible, mais certaines dispositions identifiées par le Conseil d'Etat proviennent d'autres réglementations (tel l'arrêté royal du 3 juin 2007 portant les règles et modalités visant à transposer la Directive concernant les marchés d'instruments financiers), de sorte qu'il a paru problématique d'en modifier la formulation. La critique du Conseil d'Etat portait par ailleurs uniquement sur la qualité rédactionnelle de ces dispositions, lesquelles ne posaient par contre pas de problème sur le plan juridique.

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

Nous avons l'honneur d'être,
Sire,
de Votre Majesté,
les très respectueux
et les très fidèles serviteurs,
Le Ministre de l'Economie et des Consommateurs,
J. VANDE LANOTTE
Le Ministre des Finances,
K. GEENS

Annexe

Champ d'application de l'arrêté en projet et portée du contrôle par la FSMA

Types de produits (1)
1. contrats d'assurance (vie et non-vie) (2)
2. comptes-épargne
3. bons de caisse
4. bons d'Etat et valeurs mobilières inconditionnellement et irrévocablement garanties par l'Etat
5. UCITS et AIF publics à capital variable
6. autres instruments de placement que 3, 4, 5 commercialisés dans le cadre d'une offre publique avec prospectus
7. autres instruments de placement que 3, 4, 5, commercialisés parmi les clients retail, dans le cadre d'une offre privée
exemples : offres d'un montant total inférieur à 100.000 euros, offres publiques exemptées de prospectus (offres d'investissement)

- (1) Pour autant que la contrepartie initiale qui est requise soit d'au moins 100.000 euros (250.000 euros dans le cas des parts d'OPC à nombre variable de parts).
- (2) A l'exclusion des contrats d'assurances portant sur la couverture des grands risques.

AVIS 55.581/2 DU 27 MARS 2014 DU CONSEIL D'ETAT, SECTION DE LEGISLATION, SUR UN PROJET D'ARRETE ROYAL 'IMPOSANT CERTAINES OBLIGATIONS EN MATIERE D'INFORMATION LORS DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS FINANCIERS AUPRES DES CLIENTS DE DETAIL'

Le 28 février 2014, le Conseil d'Etat, section de législation, a été invité par le Vice-Premier Ministre et Ministre de l'Economie à communiquer un avis, dans un délai de trente jours, sur un projet d'arrêté royal 'imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail'.

Le projet a été examiné par la deuxième chambre le 27 mars 2014.

La chambre était composée de Pierre Vandernoot, président de chambre, Martine Baguet et Luc Detroux, conseillers d'Etat, Yves De Cordt, assesseur, et Anne-Catherine Van Geersdaele, greffier.

Le rapport a été présenté par Jean-Luc Paquet, premier auditeur .

La concordance entre la version française et la version néerlandaise a été vérifiée sous le contrôle de Pierre Vandernoot .

L'avis, dont le texte suit, a été donné le 27 mars 2014.

Comme la demande d'avis est introduite sur la base de l'article 84, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, 2^o , des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat, la section de législation limite son examen au fondement juridique du projet, à la compétence de l'auteur de l'acte ainsi qu'à l'accomplissement des formalités préalables, conformément à l'article 84, § 3, des lois coordonnées précitées.

Sur ces trois points, le projet appelle les observations suivantes.

Observation générale

Plusieurs dispositions du projet se réfèrent à des textes législatifs ou réglementaires non encore entrés en vigueur, voire non encore adoptés. Il en va notamment ainsi des articles 7, § 2, et 9, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, du projet.

L'auteur du projet devra veiller à ne faire entrer en vigueur celui-ci au plus tôt que lorsque les textes auxquels il est ainsi fait référence seront eux-mêmes entrés en vigueur.

Le cas échéant, une disposition transitoire sera insérée dans le projet.

Observations particulières

Préambule

1. Les quatre premiers alinéas ne doivent mentionner que les articles et leurs subdivisions éventuelles qui constituent le fondement juridique précis (1) des dispositions de l'arrêté en projet. C'est ainsi, par exemple, que la raison de mentionner à l'alinéa 1^{er} les articles 30bis et 64, alinéa 3, de la loi du 2 août 2002 'relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers' n'apparaît pas et que ce sont respectivement l'article 58, § 4, et certaines subdivisions de l'article 64, § 1^{er}, qu'il semble convenir de viser plus particulièrement à la fin des alinéas 2 et 3.

D'autre part, il y a lieu de mentionner les modifications encore en vigueur que ces articles ou subdivisions pertinentes d'articles ont précédemment subies.

2. Le projet de loi 'relative aux assurances' a été adopté par la Chambre des représentants le 20 mars 2014 mais ne peut encore être considéré comme définitif parce que voté par les deux

assemblées législatives. Les dispositions de l'arrêté en projet relatives aux assurances trouvent cependant déjà un fondement légal suffisant dans l'article 20 de la loi du 9 juillet 1975 'relative au contrôle des entreprises d'assurances', suivant lequel

« Tous documents destinés au preneur d'assurance, à l'assuré, au bénéficiaire, à la personne lésée et aux tiers concernés par l'exécution du contrat d'assurance et en général tous documents portés à la connaissance du public en Belgique par les entreprises d'assurances doivent comprendre les mentions fixées par le Roi, sur avis de la F.S.M.A.

Il peut également déterminer les informations que les entreprises d'assurances doivent fournir au preneur d'assurances avant la conclusion du contrat et pendant la durée de celui-ci ».

Sauf si le projet de loi 'relative aux assurances' devait avoir été sanctionné et promulgué par le Roi avant l'adoption du texte en projet, l'alinéa 4 sera remplacé par le visa de l'article 20 de la loi précitée du 9 juillet 1975. Dans l'hypothèse inverse, il conviendra de vérifier la pertinence de la référence aux articles 28, 30 et 38 de la loi 'relative aux assurances'.

Dispositif

Article 7

L'article 7, § 3, du projet dispose que, « tant que le produit financier est commercialisé sur le territoire belge, chaque personne responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information publie la version actualisée de cette fiche d'information sur un site internet auquel le public peut avoir accès gratuitement ».

Or le paragraphe 1^{er} de l'article 7 impose que, quel que soit le moyen utilisé pour fournir la fiche d'information (papier, support durable ou site internet), le client de détail puisse obtenir gratuitement sur simple demande la fiche d'information sur papier.

Afin que tous les clients de détail, en ce compris ceux qui n'ont pas un accès régulier à internet, puissent prendre connaissance des mises à jour des fiches d'information, il serait opportun de prévoir qu'aussi longtemps que le produit financier est commercialisé sur le territoire belge, chaque personne responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information doit en fournir gratuitement une version actualisée aux clients de détail selon les modalités prévues à l'article 7, § 1^{er}.

Article 8

Au paragraphe 4, la notion de « jours ouvrables » n'étant pas reçue en droit, il y a lieu de la définir dans le projet.

La même observation vaut pour la suite de celui-ci.

Article 10

Au paragraphe 1^{er}, alinéa 2, il faut renvoyer à l'alinéa 1^{er} et non au paragraphe 1^{er}.

Article 12

1. La question se pose de savoir si, pour assurer la correcte information des consommateurs, il ne conviendrait pas, à l'article 12, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, 2^o, de remplacer le mot « ou » par le mot « et ».

2. Par ailleurs, la notion d'« Etat d'origine » sera définie.

Observation finale

Plusieurs dispositions du projet suscitent des difficultés quant à leur qualité rédactionnelle ou quant à l'exacte concordance entre les deux versions linguistiques.

Il en va ainsi des articles 2, 4^o, a), 7, § 1^{er}, alinéas 3, a), et 4, 9, § 1^{er}, 10, § 1^{er}, alinéa 2, 14, § 2, alinéa 1^{er}, b), et 22, a).

Le greffier,

A.-C. Van Geersdaele.

Le président,

P. Vandernoot.

Note

(1) Principes de technique législative - Guide de rédaction des textes législatifs et réglementaires, www.raadvst-consetat.be, onglet « Technique législative », recommandation n° 27.

25 AVRIL 2014. - Arrêté royal imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de produits financiers auprès des clients de détail

PHILIPPE, Roi des Belges,

A tous, présents et à venir, Salut.

Vu la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers, l'article 27, §§ 11 et 12, inséré par l'arrêté royal du 27 avril 2007 et modifié par l'arrêté royal du 3 mars 2011, l'article 28ter, §§ 3 et 4, inséré par la loi du 2 juillet 2010 et remplacé par la loi du 30 juillet 2013, l'article 30bis, inséré par la loi du 30 juillet 2013, l'article 45, § 2, remplacé par l'arrêté royal du 3 mars 2011 et modifié par la loi du 30 juillet 2013 et l'article 64, alinéa 3, modifié par l'arrêté royal du 3 mars 2011;

Vu 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, les articles 57/1, inséré par la loi du 2 juillet 2010 et remplacé par la loi du 17 juillet 2013 et 58, § 4;

Vu la loi du 3 août 2012 relative à certaines formes de gestion collective de portefeuilles d'investissement, l'article 64, § 1, 1°, modifié par la loi du 17 juillet 2013;

Vu la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires, les articles 68, § 2, 116, § 2, 122, § 2, 126, § 3, 133, § 2, 149, 155, 162, 229, 496, § 2, 499, § 2;

Vu la loi du 4 avril 2014 relative aux assurances, les articles 28, 30 et 38;

Vu l'avis 55.581/2 du Conseil d'Etat, donné le 27 mars 2014, en application de l'article 84, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, 1°, des lois sur le Conseil d'Etat, coordonnées le 12 janvier 1973;

Vu l'avis de l'Autorité des services et marchés financiers (FSMA), donné le 15 janvier 2014;

Vu l'avis de la Banque nationale de Belgique, donné le 27 février 2014;

Vu l'avis de la Commission des assurances, donné le 26 février 2014;

Vu l'avis du Conseil de la consommation, donné le 20 mars 2014;

Vu la consultation ouverte organisée par la FSMA du 3 au 17 février 2014;

Sur la proposition du Ministre des Finances et du Ministre de l'Economie et des consommateurs,

Nous avons arrêté et arrêtons :

TITRE 1^{er}. - Objet et définitions

Article 1^{er}. § 1^{er}. Le présent arrêté établit certaines obligations en matière d'information à respecter à l'égard des clients de détail lors de la commercialisation à titre professionnel de produits financiers sur le territoire belge.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, les obligations d'information prévues dans le présent arrêté ne sont pas applicables :

1° lorsque l'achat, la souscription, l'adhésion à, l'acceptation, la signature ou l'ouverture du produit financier requiert, dans le chef du client de détail, une contrepartie initiale d'au moins 100.000 euros ou 250.000 euros s'agissant de parts d'organismes de placement collectif à nombre variable de parts;

2° lorsque la commercialisation d'un produit financier admis à la négociation sur un marché réglementé ou sur un MTF, au sens respectivement de l'article 2, alinéa 1^{er}, 3° et 4°, de la loi du 2 août 2002, a lieu dans le cadre de la prestation d'un service de réception et de transmission d'ordres ou d'exécution d'ordres au sens respectivement de l'article 46, 1°, 1 et 2 de la loi du 6 avril 1995 relative au statut et au contrôle des entreprises d'investissement, lorsque le prestataire de ce service ne perçoit pas d'autre rémunération à l'occasion de la commercialisation que celle liée à la réception et la transmission ou l'exécution des ordres, selon le cas.

§ 2. Cet arrêté ne s'applique pas aux contrats conclus dans le cadre des premiers et seconds piliers de pension.

§ 3. Cet arrêté ne s'applique pas aux produits d'assurance qui portent sur la couverture de grands risques tels que visés à l'article 5, 39° de la loi du 4 avril 2014, à l'exception des risques décrits au point b) de cette disposition pour autant que le preneur d'assurance exerce une profession libérale et que le risque porte sur l'exercice de cette profession.

Art. 2. Pour l'application du présent arrêté, il y a lieu d'entendre par :

1° commercialisation : la présentation d'un produit financier, de quelque manière que ce soit, en vue d'inciter un client de détail existant ou potentiel à acheter, à souscrire, à adhérer à, à accepter, à signer ou à ouvrir le produit financier;

2° client de détail : un client de détail au sens de l'article 2, alinéa 1^{er}, 29°, de la loi du 2 août 2002;

3° produits financiers : les produits visés à l'article 2, alinéa 1^{er}, 39°, de la loi du 2 août 2002;

4° produits d'épargne : les produits des types suivants :

a) les comptes matérialisant la réception de dépôts d'argent conformément à l'article 68bis, alinéa 1^{er}, 1°, de la loi du 16 juin 2006, parmi lesquels :

- les comptes d'épargne réglementés;
- les comptes d'épargne non réglementés;
- les comptes à terme,

à l'exclusion des comptes de paiement au sens de l'article 2, 8°, de la loi du 10 décembre 2009 relative aux services de paiement;

b) les produits des branches 21, 22 et 26 qui sont repris sous le groupe d'activités "vie" à l'annexe I de l'arrêté royal du 22 février 1991 portant règlement général relatif au contrôle des entreprises d'assurances qui comportent une composante d'épargne, et les produits visés aux points I, II et VI de l'annexe I à la Directive 2002/83/CE ou de l'annexe II à la Directive 2009/138/CE qui comportent une composante d'épargne;

c) les produits qui constituent une combinaison de plusieurs contrats visés au littéra b);

5° produits d'investissement : les produits des types suivants :

a) les instruments de placement au sens de l'article 4 de la loi du 16 juin 2006;

b) les produits de la branche 23 repris sous le groupe d'activités "vie" à l'annexe I de l'arrêté royal du 22 février 1991 portant règlement général relatif au contrôle des entreprises d'assurances et les produits visés au point III de l'annexe I à la Directive 2002/83/CE ou de l'annexe II à la Directive 2009/138/CE;

c) les produits financiers présentant des caractéristiques à la fois de produits d'investissement et de produits d'épargne;

6° bons de caisse : les valeurs mobilières visées à l'article 16, § 1^{er}, 6°, de la loi du 16 juin 2006;

7° comptes à terme : les dépôts de fonds à durée et taux d'intérêt préalablement fixés;

8° comptes d'épargne réglementés : les comptes d'épargne qui remplissent les conditions

fixées à l'article 2 de l'arrêté royal d'exécution du Code des impôts sur les revenus 1992 (AR/CIR 92);

9° comptes d'épargne non réglementés : les comptes d'épargne qui ne remplissent pas les conditions fixées à l'article 2 de l'arrêté royal d'exécution du Code des impôts sur les revenus 1992 (AR/CIR 92);

10° organismes de placement collectif à nombre variable de parts : les organismes visés à l'article 3, 5°, de la loi du 3 août 2012 et à l'article 3, 8° de la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires;

11° publicité : toute communication visant spécifiquement à promouvoir l'achat, la souscription, l'adhésion à, l'acceptation, la signature ou l'ouverture d'un produit financier, quel que soit le support utilisé ou son moyen de diffusion;

12° fabricant : la personne qui a développé ou émis le produit financier aux fins de sa commercialisation par elle-même ou par des tiers, à savoir :

a) l'établissement de crédit pour les produits financiers visés à l'article 2, 4°, a);

b) l'assureur pour les produits d'assurance;

c) l'émetteur pour les instruments de placement, à l'exception des organismes de placement collectif;

d) pour les organismes de placement collectif, la société d'investissement ou, pour chacun des organismes de placement collectif qu'elle gère, la société de gestion d'organismes de placement collectif;

13° distributeur réglementé : la personne autre que le fabricant du produit financier qui, soit commercialise ce produit, soit fait appel aux fins de sa commercialisation à des intermédiaires réglementés, et qui dispose de l'un des statuts suivants :

a) le statut d'établissement de crédit tel que défini à l'article 1^{er}, § 3, de la loi du 25 avril 2014 relative au statut et au contrôle des établissements de crédit;

b) le statut d'entreprise d'investissement telle que définie à l'article 44 de la loi du 6 avril 1995 relative au statut et au contrôle des entreprises d'investissement;

c) le statut d'entreprise d'assurances soumise à la loi du 9 juillet 1975 relative au contrôle des entreprises d'assurances;

d) le statut de société de gestion d'organismes de placement collectif telle que définie à l'article 3, 12°, de la loi du 3 août 2012;

e) le statut de gestionnaire d'OPCA tel que défini à l'article 3, 13° de la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires;

14° intermédiaire réglementé : l'intermédiaire d'assurances tel que visé à l'article 5, 20°, de la loi du 4 avril 2014, ainsi que l'intermédiaire en services bancaires et en services d'investissement tel que visé à l'article 4, 2°, de la loi du 22 mars 2006 relative à l'intermédiation en services bancaires et en services d'investissement et à la distribution d'instruments financiers;

15° Etat d'origine : l'Etat dans lequel l'entité concernée a son siège statutaire;

16° label : le label attribué au produit, tel que visé dans l'arrêté ou le règlement adopté en application de l'article 30bis de la loi du 2 août 2002;

17° support durable : tout instrument permettant au client de détail de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement d'une manière permettant de s'y reporter aisément à l'avenir pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées;

18° jours ouvrables : l'ensemble des jours calendrier, à l'exclusion des dimanches et jours fériés légaux. Si le délai exprimé en jours ouvrables expire un samedi, il est prolongé jusqu'au

jour ouvrable suivant;

19° la loi du 2 août 2002 : la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers;

20° la loi du 16 juin 2006 : 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;

21° la loi du 3 août 2012 : la loi du 3 août 2012 relative à certaines formes de gestion collective de portefeuilles d'investissement;

22° l'arrêté royal du 12 novembre 2012 : l'arrêté royal du 12 novembre 2012 relatif à certains organismes de placement collectif publics;

23° la loi du 4 avril 2014 : la loi du 4 avril 2014 relative aux assurances;

24 ° la loi du 19 avril 2014 : la loi du 19 avril 2014 relative aux organismes de placement collectif alternatifs et à leurs gestionnaires.

TITRE 2. - Fiche d'information obligatoire

CHAPITRE 1^{er}. - Principe

Art. 3. § 1^{er}. Lors de la commercialisation de produits financiers, une fiche d'information remplissant les conditions fixées dans le présent titre doit être fournie au client de détail gratuitement et en temps utile, avant toute opération envisagée d'achat, de souscription, d'adhésion à, d'acceptation, de signature ou d'ouverture d'un produit financier.

Lorsque des informations sur un produit financier sont fournies à un client de détail existant ou potentiel lors de la commercialisation de produits financiers, ces informations doivent être cohérentes avec les informations reprises dans la fiche d'information et doivent renvoyer à celle-ci.

§ 2. Sans préjudice de l'article 10, le présent titre n'est pas applicable :

1° aux instruments de placement commercialisés dans le cadre d'une offre publique en vue de laquelle un prospectus a été publié conformément à la loi du 16 juin 2006;

2° aux instruments de placement commercialisés dans le cadre d'une offre non publique au sens de l'article 3, § 2 de la loi du 16 juin 2006 ou de l'article 5, § 1^{er} de la loi du 3 août 2012 ou de l'article 5, § 1^{er} de la loi du 19 avril 2014;

3° aux instruments de placement visés à l'article 16, § 1^{er}, 3° et 8° et à l'article 18, § 1^{er}, de la loi du 16 juin 2006.

§ 3. S'agissant de la commercialisation de parts d'organismes de placement collectif à nombre variable de parts, les obligations visées dans le présent titre sont réputées remplies par le respect des règles relatives aux informations clés pour l'investisseur, telles que prévues par les et en vertu des articles 56 à 70 de la loi du 3 août 2012 ou des articles 221 à 234 de la loi du 19 avril 2014.

CHAPITRE 2. - Contenu de la fiche d'information

Art. 4. § 1^{er}. La fiche d'information contribue à assurer l'information adéquate des clients de détail en décrivant, de façon succincte et comparable, les principales caractéristiques du produit financier proposé, de manière à ce que ces clients soient raisonnablement en mesure de comprendre la nature du produit financier, ainsi que les risques qui y sont liés et, en ce qui concerne les produits d'assurance, la couverture offerte, de même que les principaux risques qui ne sont pas couverts.

§ 2. La fiche d'information doit remplir les conditions suivantes :

1° les informations qu'elle contient sont correctes, claires, non trompeuses et cohérentes avec les informations figurant dans tous les autres documents contenant des informations contractuelles ou précontractuelles, sans préjudice de la possibilité de stipuler des conditions

particulières dans les contrats d'assurance;

2° les informations qu'elle contient sont rédigées dans un langage non technique;

3° elle est compréhensible pour les clients de détail sans que ces derniers doivent prendre connaissance d'autres documents, sans préjudice de la possibilité de renvoyer à d'autres documents pour compléter ou préciser certaines informations figurant dans la fiche;

Si un renvoi est fait à d'autres documents, ce renvoi doit être précis;

4° elle ne dépasse pas trois pages de format A-4 lorsqu'elle est imprimée. Si elle comporte des exemples chiffrés tels que visés au 9°, elle peut comporter une page supplémentaire;

5° la typographie utilisée contribue à la lisibilité et à la bonne compréhension de son contenu;

6° le terme "fiche d'information" y est clairement mentionné;

7° elle indique les coordonnées de l'entité indépendante au sens du Livre XVI du Code de droit économique et du service interne de plainte auxquels une plainte éventuelle peut être adressée;

8° dans le cas de produits d'épargne ou de produits d'investissement, elle mentionne de manière bien visible, sur la première page, le label attribué au produit financier concerné;

Il ne peut y être fait mention d'une échelle de risque autre que le label susmentionné, sauf s'il s'agit d'une échelle imposée par la réglementation belge ou européenne;

9° lorsqu'elle porte sur des produits financiers qui donnent droit, à des dates prédéterminées, à des versements dont le calcul est fondé sur une formule et qui sont liés à la performance ou à l'évolution du prix d'actifs financiers, d'indices ou de valeurs de référence ou à la réalisation d'autres conditions concernant ces actifs financiers, indices ou valeurs de référence, ou sur des produits financiers présentant des caractéristiques similaires, la fiche d'information contient trois exemples chiffrés appropriés illustrant le fonctionnement de la formule;

10° elle contient un avertissement indiquant au client de détail que toute décision d'acheter, de souscrire, d'adhérer à, d'accepter, de signer ou d'ouvrir le produit concerné doit être fondée sur un examen exhaustif de tous les documents pertinents contenant des informations contractuelles ou précontractuelles;

11° si elle a été approuvée préalablement par la FSMA, la fiche d'information contient la mention : "la présente fiche d'information a été approuvée par la FSMA". Il est également précisé que cette approbation ne comporte aucune appréciation de la qualité et de l'opportunité d'acheter, de souscrire, d'adhérer à, d'accepter, de signer ou d'ouvrir le produit concerné, ni de la qualité de ce produit, des risques qui y sont liés ou de la couverture offerte s'il s'agit d'un produit d'assurance.

Si la fiche d'information n'a pas été soumise à l'approbation préalable de la FSMA, elle contient la mention : "conformément à la réglementation en vigueur, la présente fiche d'information n'a pas été soumise à l'approbation préalable de la FSMA";

12° elle mentionne le régime fiscal applicable au client de détail moyen ayant la qualité de personne physique résident belge, accompagné de la mention que ce régime s'applique à ce type de personne;

13° elle mentionne in fine la date à laquelle elle a été établie ou mise à jour pour la dernière fois.

§ 3. La fiche d'information mentionne l'adresse du site internet visé à l'article 7, § 3, et l'endroit où la version actualisée de la fiche d'information sera disponible sur ce site.

§ 4. Si l'annexe A comporte un modèle standardisé de fiche d'information correspondant au produit financier concerné, la fiche d'information doit être établie conformément à ce modèle, sans préjudice de la possibilité de s'écarter du modèle dans des cas très spécifiques compte tenu des caractéristiques du produit financier concerné après approbation préalable de la

FSMA.

§ 5. Les exemples visés au paragraphe 2, 9° se composent d'un scénario négatif, d'un scénario neutre et d'un scénario positif qui remplissent les conditions suivantes :

1° les scénarios sont établis à partir d'une distribution de rendement qui doit être obtenue sur la base de modèles reposant sur des hypothèses raisonnables et prudentes et permettant de refléter l'évolution des facteurs qui déterminent le rendement en effectuant un nombre suffisant de simulations des modèles via la génération de variables aléatoires;

Cette méthode ne prend pas en compte de rendements historiques simulés et est cohérente avec la méthode utilisée pour procéder à l'évaluation de produits financiers comparables dans le cadre de la comptabilité interne, sans prendre en considération le risque de défaut de paiement ou de faillite;

2° lorsque les scénarios sont fondés sur des rendements bruts, l'effet des commissions, des redevances ou autres frais est précisé;

3° les scénarios sont présentés dans la publicité dans l'ordre suivant :

1) le scénario négatif, qui correspond au 10^e percentile de la distribution de rendement avec mention des circonstances dans lesquelles il est susceptible de se produire, du rendement observé dans ce scénario et de la précision suivante : "au vu des simulations, la probabilité que le rendement à l'échéance soit inférieur ou égal au rendement observé dans ce scénario est de 10 %";

2) le scénario neutre, qui correspond au 50^e percentile de la distribution de rendement avec mention des circonstances dans lesquelles il est susceptible de se produire, du rendement observé dans ce scénario et de la précision suivante : "au vu des simulations, la probabilité que le rendement à l'échéance soit inférieur ou égal au rendement observé dans ce scénario est de 50 %";

3) le scénario positif, qui correspond au 90^e percentile de la distribution de rendement avec mention des circonstances dans lesquelles il est susceptible de se produire, du rendement observé dans ce scénario et de la précision suivante : "au vu des simulations, la probabilité que le rendement à l'échéance soit inférieur ou égal au rendement observé dans ce scénario est de 90 %".

Lorsque la formule expose le client de détail à des pertes potentielles considérables sur le capital qui ne sont pas illustrées de manière adéquate par les scénarios visés à l'alinéa précédent, il y a lieu de prévoir un ou plusieurs scénarios complémentaires qui illustrent ces pertes de manière adéquate, en mentionnant les circonstances dans lesquelles ces scénarios complémentaires sont susceptibles de se produire, le rendement observé dans ces scénarios et la probabilité estimée que le rendement à l'échéance soit inférieur ou égal au rendement observé dans ces scénarios.

Les exemples chiffrés sont suivis de :

1° l'indication de la date à laquelle ces exemples chiffrés ont été calculés;

2° une mention figurant en bonne place, précisant que de tels exemples chiffrés illustrent le fonctionnement de la formule du produit et ne constituent pas une garantie quant à son rendement futur.

CHAPITRE 3. - Etablissement et mise à jour de la fiche d'information et remise de cette fiche aux distributeurs réglementés et aux intermédiaires réglementés

Art. 5. § 1^{er}. Toute personne commercialisant un produit financier sur le territoire belge est responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information relative à ce produit financier.

§ 2. Par dérogation au paragraphe 1^{er}, les règles suivantes sont applicables :

- a) si le fabricant du produit financier fait appel, aux fins de la commercialisation de ce produit sur le territoire belge, à un ou plusieurs distributeurs réglementés et/ou à un ou plusieurs intermédiaires réglementés, seul le fabricant est responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information relative à ce produit financier, cette responsabilité n'incombant pas aux distributeurs réglementés ni aux intermédiaires réglementés auxquels il fait appel;
- b) si un distributeur réglementé fait appel, aux fins de la commercialisation d'un produit financier sur le territoire belge, à un ou plusieurs distributeurs réglementés et/ou à un ou plusieurs intermédiaires réglementés et que le fabricant de ce produit financier ne fait pas appel, aux fins de sa commercialisation sur le territoire belge, au distributeur réglementé cité en premier lieu, seul ce dernier est responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information relative à ce produit financier, cette responsabilité n'incombant pas aux distributeurs réglementés ni aux intermédiaires réglementés auxquels le distributeur réglementé cité en premier lieu fait appel;
- c) si un intermédiaire d'assurances fait appel, aux fins de la commercialisation d'un produit financier sur le territoire belge, à un ou plusieurs sous-agents d'assurances tels que visés à l'article 262, 4° de la loi du 4 avril 2014 et que ni le fabricant de ce produit financier ni un distributeur réglementé ne font appel à cet intermédiaire d'assurances aux fins de la commercialisation du produit sur le territoire belge, seul l'intermédiaire d'assurances est responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information relative à ce produit financier, cette responsabilité n'incombant pas aux sous-agents d'assurances auxquels il fait appel.

Pour l'application de l'alinéa 1^{er}, le fabricant, le distributeur réglementé et/ou l'intermédiaire d'assurances sont présumés faire appel, aux fins de la commercialisation du produit sur le territoire belge, aux autres personnes mentionnées à l'alinéa 1^{er} si l'une des circonstances suivantes se présente :

- a) ces autres personnes agissent, lors de la commercialisation, au nom et pour le compte du fabricant, du distributeur réglementé ou de l'intermédiaire d'assurances, ou sous sa responsabilité; ou
- b) le fabricant, le distributeur réglementé ou l'intermédiaire d'assurances a conclu un contrat avec ces autres personnes en vue de la commercialisation du produit financier concerné en Belgique; ou
- c) ces autres personnes perçoivent directement ou indirectement une rémunération ou un avantage du fabricant, du distributeur réglementé ou de l'intermédiaire d'assurances à l'occasion de la commercialisation du produit financier concerné en Belgique.

Art. 6. La personne responsable, conformément à l'article 5, § 2, alinéa 1^{er}, de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information est tenue de remettre cette fiche d'information et ses mises à jour, de son propre chef, aux intermédiaires réglementés et aux distributeurs réglementés auxquels elle fait appel aux fins de la commercialisation du produit financier sur le territoire belge.

Les distributeurs réglementés et les intermédiaires réglementés sont tenus de remettre la dernière version disponible de la fiche d'information, de leur propre chef, aux distributeurs réglementés et aux intermédiaires réglementés auxquels ils font appel aux fins de la commercialisation du produit financier sur le territoire belge.

L'article 5, § 2, alinéa 2, est applicable mutatis mutandis.

CHAPITRE 4. - Fourniture de la fiche d'information aux clients de détail

Art. 7. § 1^{er}. Toute personne qui commercialise un produit financier auprès de clients de détail est tenue de leur fournir la fiche d'information de ce produit par l'un des moyens suivants :

- a) sur papier,
- b) sur tout autre support durable si les conditions prévues à l'alinéa 2 sont remplies, à condition que le client de détail puisse obtenir gratuitement sur simple demande la fiche d'information sur papier,
- c) par le biais d'un site internet si les conditions prévues à l'alinéa 3 sont remplies, à condition que le client de détail puisse obtenir gratuitement sur simple demande la fiche d'information sur papier.

Un support durable autre que le papier n'est admis que si :

- a) la fourniture de cette information sur ce support est adaptée au contexte dans lequel sont ou seront conduites les affaires entre la personne qui commercialise le produit et le client de détail; et
- b) le client de détail à qui l'information doit être fournie, après s'être vu proposer le choix entre la fourniture de l'information sur papier ou cet autre support durable, opte spécifiquement pour la fourniture de l'information sur cet autre support.

Lorsque la fiche d'information est fournie par le biais d'un site internet et que les informations qu'elle contient ne s'adressent pas personnellement au client de détail, les conditions cumulatives suivantes doivent également être remplies :

- a) la fourniture de la fiche d'information par le biais d'un site internet est adaptée au contexte dans lequel sont ou seront conduites les affaires entre la personne qui commercialise le produit et le client de détail;
- b) le client de détail à qui la fiche d'information doit être fournie, après s'être vu proposer le choix entre la fourniture des informations sur papier ou sur un site internet, opte spécifiquement pour la fourniture des informations sur le site internet;
- c) le client de détail s'est vu notifier l'adresse du site internet et l'endroit où la fiche d'information est disponible sur ce site;
- d) l'information est à jour;
- e) l'information est accessible de manière continue via le site internet pendant le laps de temps qui est raisonnablement nécessaire au client pour l'examiner.

Pour l'application du présent article, la fourniture de la fiche d'information par le biais d'un site internet ou de communications électroniques sera considérée comme étant adaptée au contexte dans lequel sont ou seront conduites les affaires entre la personne qui commercialise le produit et le client de détail si ce dernier a un accès régulier à internet. Le client de détail sera supposé avoir accès régulier à internet s'il a fourni une adresse électronique en vue de la conduite de ces affaires.

§ 2. Sans préjudice des informations à fournir conformément au livre VI, titre 3, chapitre 2, du Code de droit économique, l'obligation applicable en vertu de l'article 3, § 1^{er}, doit être remplie immédiatement après l'achat, la souscription, l'adhésion à, l'acceptation, la signature ou l'ouverture d'un produit financier lorsque la vente de ce produit s'effectue, à la demande du client de détail, au moyen d'une technique de communication à distance ne permettant pas de remettre la fiche d'information au client avant l'achat, la souscription, l'adhésion au, l'acceptation, la signature ou l'ouverture du produit financier.

§ 3. Tant que le produit financier est commercialisé sur le territoire belge, chaque personne responsable de l'établissement et de la mise à jour de la fiche d'information publie la version actualisée de cette fiche d'information sur un site internet auquel le public peut avoir accès gratuitement.

§ 4. La fiche d'information remise au client est conservée dans le dossier client. Sur simple demande, le client non professionnel peut obtenir gratuitement une copie papier de la fiche

d'information conservée dans ce dossier.

CHAPITRE 5. - Approbation par la FSMA

Art. 8. § 1^{er}. La fiche d'information, ainsi que la mise à jour de la fiche d'information, ne peut être mise à la disposition des clients de détail qu'après avoir été approuvée par la FSMA.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, les éléments de la fiche d'information figurant dans l'annexe B peuvent être actualisés sans que la nouvelle version de la fiche d'information ait été approuvée par la FSMA.

Nonobstant l'alinéa 2, toute mise à jour de la fiche d'information doit être communiquée à la FSMA préalablement à sa diffusion.

§ 2. Par dérogation au paragraphe 1^{er}, les fiches d'information relatives aux produits d'assurance ne doivent pas être soumises à l'approbation de la FSMA avant leur diffusion.

Nonobstant l'alinéa 1^{er}, les fiches d'information relatives aux produits d'assurances peuvent être soumises à l'approbation de la FSMA avant d'être diffusées à condition que la FSMA ait confirmé que les contrats d'assurance concernés n'appellent plus de remarques. Dans ce cas, les paragraphes 1^{er}, alinéas 2 et 3, 3, 4 et 5 sont applicables.

§ 3. La FSMA peut déterminer la procédure d'approbation, ainsi que le contenu du dossier à joindre à la demande d'approbation.

§ 4. La FSMA se prononce dans les dix jours ouvrables à dater de la réception d'une demande d'approbation accompagnée d'un dossier complet. Passé ce délai, la demande est réputée rejetée.

§ 5. L'approbation de la fiche d'information par la FSMA ne comporte aucune appréciation de l'opportunité d'acheter, de souscrire, d'adhérer à, d'accepter, de signer ou d'ouvrir le produit financier concerné, ni de la qualité de ce produit, des risques qui y sont liés ou de la couverture offerte s'il s'agit d'un produit d'assurance.

Sauf la mention prévue à l'article 4, § 2, 11°, aucune mention de l'intervention de la FSMA ne peut être faite dans la fiche d'information.

TITRE 3. - Publicités et autres documents et avis

CHAPITRE 1^{er}. - Principe

Art. 9. § 1^{er}. Sans préjudice des conditions fixées dans la loi du 3 août 2012, dans la loi du 16 juin 2006, dans la loi du 2 août 2002, dans la loi du 4 avril 2014 et dans la loi du 19 avril 2014, toute publicité diffusée auprès des clients de détail lors de la commercialisation de produits financiers doit remplir les conditions fixées dans le présent titre.

Les dispositions du présent titre sont également applicables aux autres documents et avis qui sont diffusés auprès des clients de détail lors de la commercialisation de produits financiers.

§ 2. Par dérogation au paragraphe 1^{er}, l'article 12, § 1^{er}, 1°, n'est pas applicable aux publicités relatives à une ou plusieurs catégories de produits financiers sans identification de produits déterminés. Les autres dispositions du présent titre sont applicables à ce type de publicité sauf si les informations requises ne peuvent être fournies pour l'ensemble de la catégorie concernée.

§ 3. Les titres VI, VII, XI et XIII de la loi du 16 juin 2006, à l'exclusion de l'article 60, sont rendus applicables :

1° lorsque des instruments de placement sont commercialisés auprès de clients de détail dans le cadre d'une offre non publique au sens de l'article 3, § 2 de la loi du 16 juin 2006;

2° lorsque des instruments de placement visés à l'article 16, § 1^{er}, et à l'article 18, § 1^{er}, de la loi du 16 juin 2006 sont commercialisés auprès de clients de détail.

CHAPITRE 2. - Fiche d'information volontaire

Art. 10. § 1^{er}. Lorsque l'établissement d'une fiche d'information n'est pas obligatoire en vertu

du titre 2, un document intitulé "fiche d'information" peut être mis à la disposition des clients de détail lors de la commercialisation de produits financiers.

La fiche d'information volontaire visée à l'alinéa 1^{er} est soumise aux règles suivantes :

1° son contenu est établi conformément aux articles 4 à 7 et non au chapitre 3 du présent titre;
2° elle est soumise au contrôle de la FSMA tel qu'applicable aux publicités et autres documents et avis diffusés lors de la commercialisation des produits financiers concernés et non au contrôle prévu à l'article 8 pour la fiche d'information obligatoire.

§ 2. Lorsqu'une fiche d'information est établie conformément au paragraphe 1^{er}, les informations sur le produit financier qui sont fournies aux clients de détail existants ou potentiels lors de la commercialisation du produit financier doivent être cohérentes avec les informations reprises dans la fiche d'information et doivent renvoyer à celle-ci.

CHAPITRE 3. - Contenu des publicités

Section 1^{re}. - Exigences générales

Art. 11. Les publicités doivent répondre aux exigences suivantes :

- 1° les informations qu'elles contiennent ne peuvent être trompeuses ou inexactes;
- 2° elles s'abstiennent de mettre l'accent sur les avantages potentiels du produit financier sans indiquer aussi, correctement et de façon bien visible et équilibrée, les risques, limites ou conditions applicables au produit. Ces risques, limites ou conditions sont mentionnés de manière lisible et dans une taille de police de caractères au moins identique à celle utilisée pour la présentation des avantages;
- 3° elles ne peuvent ni travestir, ni minimiser, ni occulter certains éléments, déclarations ou avertissements importants;
- 4° elles ne mettent pas en exergue des caractéristiques non ou peu pertinentes pour bien comprendre la nature et les risques du produit financier ou, dans le cas de produits d'assurance, la couverture offerte et le calcul des primes;
- 5° les informations qu'elles contiennent sont cohérentes avec les informations contenues, le cas échéant, dans le prospectus, dans la fiche d'information, dans les informations clés pour l'investisseur ou dans toute autre information contractuelle ou précontractuelle;
- 6° les informations sont présentées d'une manière qui est compréhensible par le client de détail;
- 7° toute publicité est clairement reconnaissable en tant que telle;
- 8° toute confusion avec la publicité faite pour le fabricant ou la personne qui commercialise ou qui gère le produit financier, ou avec une publicité faite pour un service financier au sens de l'article 2, alinéa 1^{er}, 40°, de la loi du 2 août 2002, est interdite;
- 9° la publicité portant simultanément sur différents types de produits financiers opère, tant au niveau de la forme qu'au niveau du contenu, une distinction claire entre les informations données pour les différents types de produits financiers.

Section 2. - Contenu minimum

Art. 12. § 1^{er}. Sans préjudice de l'article 11, toute publicité contient au moins les informations suivantes :

- 1° la dénomination du produit financier;
Si la dénomination du produit financier ne fait pas référence au nom du fabricant de ce produit ou si elle est en contradiction avec les principaux risques liés à ce produit, des indications supplémentaires sont insérées, de manière bien visible, à côté de cette dénomination afin d'attirer particulièrement l'attention des clients de détail sur ces éléments;
- 2° le droit applicable au produit financier et l'Etat d'origine du fabricant de ce produit;
- 3° la mention du type de produit financier;

4° s'agissant des produits d'investissement et des produits d'épargne :

- a) une indication succincte de l'objectif d'investissement ou d'épargne;
- b) la rémunération ainsi que les conditions auxquelles est soumise une éventuelle formule de rémunération et, le cas échéant, la mention du fait que la rémunération est susceptible d'être modifiée, ainsi que les modalités de communication aux clients de la rémunération modifiée;
- c) le label attribué au produit, qui doit figurer de manière bien visible sur la première page de contenu, et une indication succincte des principaux risques;

Il n'est pas fait mention d'une échelle de risque autre que le label susmentionné, sauf s'il s'agit d'une échelle imposée par la réglementation belge ou européenne;

Si le produit financier est directement ou indirectement exposé à un risque de crédit potentiel de plus de 35 % sur une ou plusieurs entités spécifiques, l'identité et la solvabilité de cette ou ces entités sont mentionnées de manière bien visible;

- d) un relevé de tous les frais mis à charge du client de détail, qui, si cela s'avère techniquement possible, sont présentés de manière agrégée, sans préjudice des obligations de transparence qui découlent de l'article 27 de la loi du 2 août 2002 et de ses arrêtés d'exécution; Dans la mesure où cela est techniquement possible, la publicité précise quelle part du montant versé par le client non professionnel est affectée aux frais d'achat, de souscription, d'adhésion à, d'acceptation, de signature ou d'ouverture du produit financier;
- e) l'endroit où la valeur ou le prix du produit financier est publié;
- f) le montant minimum éventuellement requis lors de la souscription;

5°) s'agissant des produits d'assurance autres que des produits d'investissement ou d'épargne :

- a) une indication de l'endroit où les clients peuvent recevoir une offre de contrat incluant un calcul de la prime;
- b) une indication succincte de la couverture offerte;
- c) une indication des principaux risques qui ne sont pas couverts par cette assurance;

6° un renvoi :

- a) le cas échéant, au prospectus, à la fiche d'information ou aux informations clés pour l'investisseur, précisant la nécessité pour le client de détail de prendre connaissance de ces documents avant l'achat, la souscription, l'adhésion au, l'acceptation, la signature ou l'ouverture du produit financier;
- b) à tous les autres documents pertinents contenant des informations contractuelles ou précontractuelles, tels que le règlement de gestion pour les assurances liées à un fonds d'investissement;
- c) au lieu où les documents mentionnés aux lettres a) et b) peuvent être obtenus gratuitement par le client de détail, y compris l'adresse du site internet visé à l'article 7, § 3, ou à la façon dont le client de détail peut avoir accès à ces documents;

7° un avertissement spécifique au cas où aucun des documents visés au point 6°, a) n'est disponible;

8° la durée du produit financier;

9° les coordonnées de l'entité indépendante au sens du Livre XVI du Code de droit économique et du service interne de plainte auxquels une plainte éventuelle peut être adressée;

§ 2. A l'exception des informations visées au paragraphe 1^{er}, 1°, 3°, 6° a) et 7°, certaines informations visées au paragraphe 1^{er} peuvent être omises de la publicité s'il est techniquement impossible de les y mentionner, à condition que l'omission de ces informations ne soit pas susceptible d'induire les clients de détail en erreur.

Lorsque la publicité est diffusée sur un support électronique, les informations visées au

paragraphe 1^{er}, 6° a) et 7° peuvent le cas échéant être communiquées via un lien hypertexte à condition que celui-ci dirige directement les clients vers ces informations.

Art. 13. La rémunération visée à l'article 12, § 1^{er}, 4°, b), comprend aussi bien la rémunération brute que, lorsque cela est techniquement possible, la rémunération nette sur base annuelle, obtenu après déduction des frais et taxes applicables à un client de détail moyen ayant la qualité de personne physique résident belge, et accompagné de la mention que le régime fiscal en question s'applique à ce type de personne.

Lorsque seule la rémunération brute est mentionnée, les frais et taxes applicables sont indiqués à proximité et une mention précise que ces frais et taxes ne sont pas inclus dans le calcul de la rémunération.

Art. 14. § 1^{er}. Le label visé à l'article 12, § 1^{er}, 4°, d), est celui figurant sur la fiche d'information lorsqu'une fiche d'information a été établie pour le produit financier concerné.

§ 2. S'il n'a pas été établi de fiche d'information, les règles suivantes sont applicables :

a) les distributeurs réglementés et les intermédiaires réglementés auxquels le fabricant d'un produit financier fait appel aux fins de la commercialisation de ce produit sur le territoire belge, peuvent se procurer le label du produit auprès de ce fabricant;

b) les distributeurs réglementés et les intermédiaires réglementés auxquels un distributeur réglementé ou un intermédiaire d'assurances fait appel aux fins de la commercialisation d'un produit financier sur le territoire belge, peuvent se procurer le label du produit auprès de ce dernier distributeur réglementé ou auprès de cet intermédiaire d'assurances, selon le cas.

Les fabricants, les distributeurs réglementés et les intermédiaires d'assurances qui ont transmis le label du produit conformément à l'alinéa 1^{er}, sont tenus de communiquer les adaptations éventuelles de ce label, de leur propre chef, aux distributeurs réglementés et aux intermédiaires réglementés auxquels ils font appel aux fins de la commercialisation du produit concerné sur le territoire belge.

L'article 5, § 2, alinéa 2, s'applique mutatis mutandis pour déterminer si un fabricant, un distributeur réglementé ou un intermédiaire d'assurances fait appel à une autre personne.

Section 3. - Rendements historiques, simulés et futurs concernant les produits d'investissement et les produits d'épargne

Art. 15. Lorsqu'une publicité portant sur des produits d'investissement ou des produits d'épargne mentionne des rendements historiques, simulés ou futurs, les dispositions de la présente section sont applicables.

Art. 16. § 1^{er}. Les rendements historiques, simulés et futurs à plus d'un an sont présentés sous la forme de rendements actuariels.

Les rendements historiques, simulés et futurs à moins d'un an ne sont pas présentés sous la forme de rendements actuariels.

§ 2. Les rendements historiques, simulés et futurs sont les rendements bruts et, lorsque cela est techniquement possible, les rendements nets, obtenus après déduction des frais et taxes applicables à un client de détail moyen ayant la qualité de personne physique résident belge, et accompagnés de la mention que le régime fiscal en question s'applique à ce type de personne.

Lorsque seul le rendement brut est mentionné, il est accompagné de la mention que les frais et taxes ne sont pas inclus dans le calcul du rendement.

Art. 17. Lorsque la publicité contient une indication du rendement historique, elle doit remplir les conditions suivantes :

1° le produit financier concerné existe depuis au moins un an;

2° l'indication du rendement historique ne constitue pas le thème central de l'information

communiquée;

3° l'information contient des données appropriées concernant le rendement historique sur base actuarielle, couvrant les cinq dernières années ou toute la période de commercialisation du produit si cette période est inférieure à cinq ans, ou couvrant une période plus longue;

4° en sus du rendement visé au 3°, d'autres rendements actuariels à plus d'un an peuvent être présentés pour des périodes déterminées de 12 mois;

5° en sus du rendement visé au 3°, des rendements cumulés sur un an ou moins peuvent être présentés pour des périodes déterminées qui n'excèdent pas un an;

6° le choix des périodes de rendement et de la date d'établissement des rendements, telles que visées aux 4° et 5°, ne peut avoir pour effet d'induire le client de détail en erreur sur les performances passées;

7° la période de référence et la source des données sont clairement indiquées;

8° l'information fait figurer en bonne place un avertissement précisant que le rendement cité a trait aux années écoulées et qu'il ne constitue pas un indicateur fiable du rendement futur;

9° lorsque l'indication repose sur des chiffres exprimés dans une monnaie autre que l'euro, elle signale clairement de quelle monnaie il s'agit et mentionne que le rendement en euro peut se voir réduit ou augmenté en fonction des fluctuations du taux de change;

Si le rendement historique en euro a été réduit par des fluctuations du taux de change, la publicité le signale clairement;

10° le calcul des rendements est, selon le produit, fondé sur la valeur, le prix ou la rémunération du produit et sur le principe selon lequel toute recette distribuable est réinvestie. Les rendements visés aux 3°, 4° et 5° peuvent être calculés au moyen d'un simulateur mis à la disposition des clients sur un site internet.

Art. 18. Si les conditions du produit font référence à un indice financier, le rendement historique du produit, tel que visé à l'article 17, peut être comparé avec le rendement historique de l'indice financier concerné.

La comparaison de rendements est basée sur des données de marché externes, accessibles au public. La comparaison porte sur une même période de référence.

Art. 19. Lorsqu'un changement important est survenu dans les conditions du produit durant la période représentée par les rendements historiques, les performances passées enregistrées avant ce changement important continuent à figurer dans les rendements.

La période antérieure au changement important visé à l'alinéa 1^{er} est signalée dans les rendements et fait l'objet d'un avertissement clair selon lequel les performances affichées ont été réalisées dans des circonstances qui ne sont plus d'actualité.

Art. 20. § 1^{er}. L'évolution de la valeur, du prix ou du rendement du produit peut être présentée au moyen d'un graphique couvrant toute la période d'existence du produit.

§ 2. Si les conditions du produit font référence à un indice financier ou à une valeur sous-jacente, l'évolution de cet indice financier ou de cette valeur sous-jacente peut être présentée au moyen d'un graphique couvrant les cinq dernières années ou toute la période d'existence de l'indice financier ou de la valeur sous-jacente si cette période est inférieure à cinq ans, ou couvrant une période plus longue.

L'indice financier peut également être repris dans le graphique visé au paragraphe 1^{er}.

S'il n'existe pas de relation directe entre l'évolution de la valeur du produit et celle de la valeur de l'indice financier ou de la valeur sous-jacente auquel/à laquelle les conditions du produit font référence, il y a lieu de le mentionner en bas du graphique.

§ 3. Les conditions visées à l'article 17, 6° à 10°, s'appliquent mutatis mutandis aux informations présentées conformément aux paragraphes 1^{er} et 2.

Art. 21. Lorsque la publicité mentionne un rendement historique simulé ou y fait référence, elle doit se rapporter à un produit d'investissement, à un produit d'épargne ou à un indice financier, et les conditions suivantes doivent être remplies :

1° le rendement historique simulé prend pour base les performances passées réelles d'un ou plusieurs produits d'investissement, produits d'épargne ou indices financiers qui sont identiques ou sous-jacents au produit concerné;

2° en ce qui concerne les performances passées réelles visées au 1°, les conditions énumérées aux 2° à 7°, 9° et 10° de l'article 17 sont remplies;

3° la publicité fait figurer en bonne place un avertissement précisant que le rendement cité est un rendement historique simulé et qu'un rendement réalisé dans le passé ne constitue pas un indicateur fiable du rendement futur.

Art. 22. Lorsque la publicité contient des données sur le rendement futur d'un produit financier, autres que les exemples chiffrés visés à l'article 23, les conditions suivantes doivent être remplies :

a) le rendement futur n'est pas fondé sur des simulations de rendement passé et ne peut s'y référer;

b) le rendement futur repose sur des hypothèses raisonnables fondées sur des éléments objectifs;

c) lorsque le rendement futur est fondé sur des rendements bruts, l'effet des frais et taxes est précisé;

d) la publicité comporte en bonne place un avertissement précisant que de telles prévisions de rendement futur ne constituent pas un indicateur fiable quant aux rendements futurs;

e) lorsque le rendement futur du produit est lié à l'évolution d'un ou plusieurs actifs, indices ou valeurs de référence, ce rendement est exclusivement présenté au moyen d'un simulateur mis à la disposition des clients sur un site internet.

Art. 23. § 1^{er}. Toute publicité portant sur des produits financiers visés à l'article 4, § 2, 9°, reprend tels quels les exemples chiffrés figurant dans la fiche d'information.

§ 2. S'il n'existe pas de fiche d'information, la publicité contient, pour les produits financiers visés au paragraphe 1^{er}, des exemples chiffrés appropriés illustrant le fonctionnement de la formule établis conformément à l'article 4, § 5 et comportant les mentions prévues dans cette disposition.

§ 3. Les exemples visés aux paragraphes 1^{er} et 2 peuvent être omis de la publicité s'il est techniquement impossible de les y mentionner compte tenu du support utilisé ou de la forme de la publicité.

Section 4. - Récompense et notation

Art. 24. § 1^{er}. S'il est fait mention dans une publicité d'une récompense obtenue par le produit financier, cette publicité comporte les données suivantes ou contient une référence à la page spécifique d'un site internet reprenant les données suivantes :

1° le nom de l'institution à l'origine du classement;

2° l'échelle du classement;

3° la date de publication;

4° l'endroit où la publication a eu lieu;

5° la catégorie dans laquelle le produit financier entraine en ligne de compte pour la récompense;

6° le nombre de produits financiers appartenant à cette catégorie.

Si le classement est exprimé sur la base de symboles, la signification de ces symboles est expliquée dans la publicité ou sur la page du site internet précitée.

§ 2. S'il est fait mention dans une publicité d'une notation, cette publicité indique l'échelle de la notation ainsi que la signification de cette notation ou contient une référence à la page spécifique d'un site internet mentionnant l'échelle de la notation ainsi que la signification de cette notation.

L'indication de la notation ne peut constituer le thème central de la publicité.

Section 5. - Comparaisons

Art. 25. Lorsqu'une publicité compare des produits financiers, elle doit remplir les conditions suivantes :

- 1° la comparaison est pertinente et présentée de manière correcte et équilibrée;
- 2° les sources d'information utilisées pour cette comparaison sont précisées;
- 3° les principaux faits et hypothèses utilisés pour la comparaison sont mentionnés.

CHAPITRE 4. - Approbation par la FSMA

Art. 26. § 1^{er}. Sans préjudice de l'article 60 de la loi du 16 juin 2006, des articles 60, 65 à 70 de la loi du 3 août 2012 et des articles 225, 230 à 234 de la loi du 19 avril 2014, chaque publicité doit être soumise à l'approbation préalable de la FSMA, sous la forme dans laquelle elle sera diffusée auprès des clients de détail, lorsqu'une fiche d'information doit être soumise à l'approbation de la FSMA conformément au titre 2.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, lorsqu'une fiche d'information relative à un produit d'assurance est soumise à l'approbation préalable de la FSMA avant sa diffusion en application de l'article 8, § 2, celui qui soumet la fiche d'information doit également soumettre à l'approbation préalable de la FSMA les publicités destinées aux clients de détail relativement au produit concerné.

§ 2. La FSMA se prononce dans les cinq jours ouvrables à dater de la réception d'un dossier complet. Passé ce délai, la demande est réputée rejetée.

§ 3. La FSMA peut déterminer la procédure d'approbation, ainsi que le contenu du dossier à joindre à la demande d'approbation. La FSMA tient compte à cet effet de la nature et du contenu de la publicité, en prenant notamment comme critères le caractère standardisé et récurrent de celle-ci, le moyen de diffusion utilisé et les caractéristiques du produit financier.

§ 4. L'approbation de la publicité par la FSMA ne comporte aucune appréciation de l'opportunité d'acheter, de souscrire, d'adhérer à, d'accepter, de signer ou d'ouvrir le produit financier concerné, ni de la qualité de ce produit et des risques qui y sont liés ou de la couverture offerte s'il s'agit d'un produit d'assurance.

Aucune mention de l'intervention de la FSMA ne peut être faite dans la publicité.

TITRE 4. - Dispositions modificatives

CHAPITRE 1^{er}. - Modifications de l'arrêté royal du 14 novembre 2003 relatif à l'activité d'assurance sur la vie

Art. 27. A l'article 8 de l'arrêté royal du 14 novembre 2003 relatif à l'activité d'assurance sur la vie, tel qu'inséré par l'arrêté royal du 10 juin 2004 et modifié par l'arrêté royal du 21 avril 2007, les modifications suivantes sont apportées :

- 1° au paragraphe 4, les mots "au public et" sont supprimés dans la phrase liminaire et le 3° est abrogé;
- 2° les paragraphes 5 et 6 sont abrogés.

Art. 28. A l'article 72 du même arrêté, tel que modifié par l'arrêté royal du 21 avril 2007, les modifications suivantes sont apportées :

- 1° au paragraphe 1^{er}, les alinéas 2 et 3 sont abrogés;
- 2° au paragraphe 2, le 13° est remplacé par ce qui suit :

"13° pour chaque fonds d'investissement en valeurs mobilières, la classe de risque dont il

relève, établie conformément à l'article 8 du règlement n° 583/2010 de la Commission du 1^{er} juillet 2010 mettant en oeuvre la Directive 2009/65/CE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les informations clés pour l'investisseur et les conditions à remplir lors de la fourniture des informations clés pour l'investisseur ou du prospectus sur un support durable autre que le papier ou au moyen d'un site web".

Art. 29. L'annexe 6 du même arrêté est abrogée.

CHAPITRE 2. - Modifications de l'arrêté royal du 12 novembre 2012 relatif à certains organismes de placement collectif publics

Art. 30. § 1^{er}. Les articles 35, 36, 37, §§ 1^{er} et 2, 1^{er} alinéa, 38, 40 à 43, 45 et 46 ainsi que l'annexe B, section I^{re}, partie 1. Publicité, de l'arrêté royal du 12 novembre 2012 relatif à certains organismes de placement collectif publics sont abrogés.

§ 2. La phrase liminaire de l'article 219, § 2, alinéa 1^{er} du même arrêté est remplacée par ce qui suit :

" § 2. Les articles 39 et 44 s'appliquent par analogie :"

§ 3. L'article 223, § 1^{er}, alinéa 1^{er} du même arrêté est remplacé par ce qui suit :

" § 1^{er}. Les articles 29 à 34, 39 et 44, relatifs au prospectus et aux informations clés pour l'investisseur concernant l'offre publique de parts ainsi qu'aux documents relatifs à l'offre publique de parts, sont applicables, sauf dérogation accordée par la FSMA."

Art. 31. Dans l'annexe B, section I^{re}, partie 2. Rapports périodiques, du même arrêté, les modifications suivantes sont apportées :

1° au point 3, le dernier alinéa est remplacé par ce qui suit :

"Le diagramme en bâtons satisfait aux critères suivants :

- a) l'échelle de l'axe des Y du diagramme est linéaire, et non logarithmique;
- b) l'échelle est adaptée à la taille des bâtons et ne comprime pas ceux-ci au point de rendre les fluctuations des rendements difficiles à discerner;
- c) l'axe des X se situe au niveau de performance de 0 %;
- d) une légende est insérée pour chaque bâton, qui indique le rendement réalisé en pourcentage;
- e) les performances passées sont arrondies à la première décimale."

2° le point 5 est remplacé par ce qui suit :

"5. La présentation des rendements est complétée par des déclarations, placées bien en évidence, qui :

- a) précisent que ces rendements ne constituent pas une indication fiable des performances futures et que les rendements passés peuvent être trompeurs;
- b) indiquent brièvement quels frais et commissions ont été inclus ou, au contraire, exclus du calcul des performances passées. Cette déclaration n'est pas obligatoire pour les OPC qui ne facturent pas de frais d'entrée ou de sortie;
- c) mentionnent l'année de création de l'OPC;
- d) indiquent la monnaie dans laquelle les performances passées ont été calculées. Cette monnaie est identique à celle qui est utilisée pour le calcul des performances passées mentionnées dans les informations clés pour l'investisseur. Lorsque les performances passées sont exprimées dans une monnaie autre que l'euro, les déclarations signalent clairement de quelle monnaie il s'agit et mentionnent que le rendement en euro peut se voir réduit ou augmenté en fonction des fluctuations du taux de change.

6. Le calcul des rendements est fondé sur la valeur nette d'inventaire de l'OPC et sur le principe selon lequel toute recette distribuable de l'OPC a été réinvestie.

7. Lorsqu'un changement important survient dans les objectifs et la politique d'investissement

de l'OPC durant la période représentée par les rendements, les performances passées enregistrées par l'OPC avant ce changement important continuent à figurer dans les rendements.

La période antérieure au changement important visé à l'alinéa précédent est signalée dans les rendements et fait l'objet d'un avertissement clair selon lequel les performances affichées ont été réalisées dans des circonstances qui ne sont plus d'actualité.

8. Lorsque la section 'Objectifs et politique d'investissement' du document d'informations clés pour l'investisseur se réfère à une valeur de référence (benchmark), une comparaison est opérée entre les rendements de l'OPC et ceux de la valeur de référence. Toute comparaison de rendements est basée sur des données de marché externes, accessibles au public. La comparaison porte sur une même période de référence.

Dans le cas des OPC ne disposant pas de données relatives à leurs performances passées sur la période de référence, la valeur de référence n'est pas affichée pour les années durant lesquelles l'OPC n'existait pas encore.

9. Dans le cas des restructurations visées à l'article 160, seules les performances passées de l'OPC bénéficiaire sont mentionnées.

Par dérogation à l'alinéa précédent, peuvent toutefois être mentionnées les performances passées :

a) de l'OPC apporteur ou du compartiment apporteur, dans le cas d'OPC ou de compartiments qui ont été créés par l'apport de la totalité des actifs et passifs d'un seul autre OPC ou d'un seul autre compartiment;

b) du compartiment ou fonds commun de placement à absorber, dans le cas d'une fusion visée à l'article 163 ou d'une restructuration visée à l'article 300 de la loi du 3 août 2012.

10. La présentation des rendements d'un feeder concerne spécifiquement le feeder et ne reproduit pas les performances passées du master.

L'alinéa précédent ne s'applique pas :

a) lorsque le feeder affiche les performances passées de son master à titre de valeur de référence; ou

b) lorsque le feeder dispose d'un historique de performances passées antérieures à la date à laquelle il a commencé à opérer en tant que feeder, ces performances continuant à figurer, pour les années concernées, dans les rendements, où est signalé le changement important survenu entre-temps, conformément à l'alinéa 2 du point 7."

TITRE 5. - Disposition abrogatoire

Art. 32. L'arrêté royal du 18 juin 2013 imposant certaines obligations en matière d'information lors de la commercialisation de comptes d'épargne réglementés, tel que modifié par l'arrêté royal du 21 décembre 2013, est abrogé.

TITRE 6. - Entrée en vigueur et dispositions diverses

Art. 33. Le présent arrêté entre en vigueur un an après le jour de sa publication au Moniteur belge.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, les dispositions du titre 3 ne sont pas applicables aux publicités et autres documents et avis dont la diffusion a commencé avant la date prévue à l'alinéa 1^{er}.

Art. 34. Le ministre qui a les Finances dans ses attributions et le ministre qui a l'Economie et les Consommateurs dans ses attributions sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Donné à Bruxelles, le 25 avril 2014.

PHILIPPE

Par le Roi :

Le Ministre des Finances,

K. GEENS

Le Ministre de l'Economie et des consommateurs,

J. VANDE LANOTTE