

**CHAPITRE 2**  
—  
**LA DÉONTOLOGIE, LA CONFORMITÉ  
ET L'ORGANISATION  
DÉONTOLOGIQUE  
DES ÉTABLISSEMENTS**

## INTRODUCTION

Pour assurer au client un service de qualité en toute intégrité et équité, gage de sa confiance dans l'organisme financier avec lequel il effectue des opérations, il est apparu nécessaire de promouvoir et formaliser certaines pratiques. Celles-ci relèvent de la déontologie et de la conformité, en s'appuyant sur des textes législatifs, des réglementations institutionnelles et professionnelles, des règles propres aux établissements.

Ce chapitre traite des principales règles de bonne conduite ainsi que de l'organisation de la déontologie dans les établissements. Il aborde ensuite leurs déclinaisons opérationnelles.

Enfin il expose les règles relatives au traitement des réclamations des clients ainsi que les différentes médiations.

## SOMMAIRE DU CHAPITRE

<b>I</b>	<b>LES FONDEMENTS DES RÈGLES DE BONNE CONDUITE ET DE DÉONTOLOGIE.....</b>	<b>95</b>
	1. Définitions.....	95
	2. La fonction conformité (RCSI ou RCCI) - une fonction indépendante et garante de principes .....	96
	3. Les principes .....	97
	<b>Pour aller plus loin .....</b>	<b>100</b>
<b>I</b>	<b>GOVERNANCE, RÉMUNÉRATION ET BONNE CONDUITE DES ÉMETTEURS, DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES DES PRINCIPES DE BONNE CONDUITE ET DE DÉONTOLOGIE.....</b>	<b>101</b>
	1. Gouvernance, rémunération et bonne conduite des émetteurs.....	101
	2. Déclinaison opérationnelle des principaux fondements des règles de bonne conduite et de déontologie .....	103
	3. Le régime des « transactions personnelles ».....	103
	4. Les listes de surveillance .....	104
	5. Les listes d'interdiction .....	104
	6. Les barrières à l'information ou « murailles de Chine ».....	105
	7. La gestion des conflits d'intérêts .....	105
	8. Enregistrement des communications téléphoniques et électroniques avec les clients .....	106
	9. Devoir d'alerte, lanceurs d'alerte et statut de lanceur d'alerte .....	107
	<b>Pour aller plus loin .....</b>	<b>107</b>
<b>I</b>	<b>LE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS, PRINCIPES DE MÉDIATION DE LA CONSOMMATION ET LES DIFFÉRENTES MÉDIATIONS.....</b>	<b>109</b>
	1. Traitement des réclamations des clients.....	109
	2. Principes de médiation de la consommation.....	112
	3. Médiation bancaire et assurantielle.....	113
	4. Médiation publique de l'AMF .....	114
	<b>Pour aller plus loin .....</b>	<b>115</b>



# LES FONDEMENTS DES RÈGLES DE BONNE CONDUITE ET DE DÉONTOLOGIE

## 1. DÉFINITIONS

### 1.1. La déontologie

C'est « l'ensemble des règles de bonne conduite applicables par les unités et leurs collaborateurs en matière de **comportement professionnel et personnel**, dictées par le respect d'obligations légales ou réglementaires et par les principes d'éthique auxquels l'établissement entend se conformer ».

Un code de bonne conduite énonce les règles auxquelles l'établissement adhère et exige de ses collaborateurs.

Les codes de bonne conduite visent à :

- agir d'une manière honnête, loyale et professionnelle ;
- servir au mieux les intérêts des clients ;
- favoriser l'intégrité du marché (voir ci-dessous).

Les codes de bonne conduite sont élaborés au niveau :

- **des associations professionnelles** (ex. : Fédération bancaire française pour les banques, Association française de la gestion financière (AFG) pour les sociétés de gestion de portefeuille). Elles recueillent l'approbation de l'AMF ;
- **de chaque société** (ex. : code de déontologie ou charte éthique interne).

### 1.2. La conformité

La notion de conformité se définit par rapport au risque de non-conformité énoncé en particulier dans l'arrêté du 3 novembre 2014<sup>42</sup>.

C'est « **le risque de sanction judiciaire, administrative ou disciplinaire, de perte financière significative ou d'atteinte à la réputation, qui naît du non-respect de dispositions propres aux activités bancaires et financières**, qu'elles soient de nature législative ou réglementaire, nationales ou européennes directement applicables, ou qu'il s'agisse de normes professionnelles et déontologiques, ou d'instructions des dirigeants effectifs prises notamment en application des orientations de l'organe de surveillance ».

Elle renvoie à la nécessité de respecter :

- **l'ensemble des lois et règlements propres à l'activité bancaire et financière**, par exemple, la loi MURCEF<sup>43</sup>, le Règlement Abus de marché (voir le Chapitre 4, *La Réglementation Abus de marché*), la loi sur la vente à distance de services financiers (voir le Chapitre 5, *Le démarchage bancaire et financier, la vente à distance*), la Directive sur les Marchés d'instruments financiers, la loi Informatique et Libertés, le Règlement général sur la protection des données (RGPD), l'ordonnance sur la lutte contre le blanchiment (voir le Chapitre 3, *La réglementation pour la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme*) qui sont contenues dans le Code monétaire et financier ;

<sup>42</sup> L'arrêté du 3 novembre 2014 se substitue au règlement du Comité de la réglementation bancaire et financière n° 97-02 du 21 février 1997 relatif au contrôle interne des établissements de crédit et entreprises d'investissement. Avec cet arrêté s'achève la transposition de la Directive sur les exigences en fonds propres (*Capital requirements directive* – CRD IV).

<sup>43</sup> Cette loi a renforcé l'information de la clientèle et simplifié les relations avec les clients.

- **l'ensemble des lois et règlements propres à l'activité des sociétés de gestion d'actifs** (Voir le Chapitre 8, *La gestion collective / la gestion pour compte de tiers*) ;
- **les normes et usages professionnels** ;
- les dispositions de la **Commission nationale informatique et libertés (CNIL)** et du **Conseil constitutionnel**<sup>44</sup> ;
- **le défenseur des droits**<sup>45</sup> qui a notamment repris, en 2011, les missions de la Haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (HALDE) ;
- **les décisions des régulateurs**, Autorité des marchés financiers (AMF) et Autorité de contrôle prudentiel et de résolution ;
- **les procédures internes à l'établissement.**

## 2. LA FONCTION CONFORMITÉ (RCSI OU RCCI) - UNE FONCTION INDÉPENDANTE ET GARANTE DE PRINCIPES

Pour assurer dès le départ l'indépendance des fonctions RCSI ou RCCI<sup>46</sup>, **l'AMF doit être informée de toute nomination.**

**Ils doivent disposer d'une carte professionnelle délivrée par l'AMF** dans les six mois de leur nomination qui s'assure de :

- (i) leur honorabilité (absence de condamnation selon l'article 777 du Code de procédure pénale) ;
- (ii) leur niveau de connaissances (examen AMF) ;
- (iii) leur avoir fait passer un entretien devant un jury notamment pour vérifier la connaissance du dispositif de contrôle en place par le candidat.

**Les RCSI ou RCCI n'ont pas de fonction opérationnelle dans les activités qu'ils contrôlent.**

Néanmoins, l'AMF peut dispenser d'examen une personne ayant exercé des fonctions analogues chez un autre prestataire de services d'investissement ayant une activité et une organisation équivalentes, à la condition que cette personne ait déjà passé avec succès cet examen et que le prestataire de services d'investissement envisageant de lui confier cette fonction ait déjà présenté avec succès un candidat à l'examen.

Dans une société de gestion de portefeuille, on trouve deux niveaux des dispositifs de contrôle interne et de conformité : le contrôle permanent, intégrant le dispositif de conformité et le contrôle périodique.

**Un dispositif de conformité** est mis en place et **maintenu à jour des évolutions réglementaires à travers des procédures, des contrôles** de la bonne application des procédures et de leur efficacité, **un reporting régulier (a minima annuel)** auprès des instances de surveillance et des dirigeants de la société sur le dispositif et le résultat des contrôles.

Le responsable de la société peut être RCCI ou RCSI dans le cas d'entités indépendantes de faibles dimensions.

<sup>44</sup> Décision du Conseil constitutionnel du 26 mars 2012 qui juge que l'impartialité des procédures menées relève de l'organisation de la CNIL et du choix des membres.

<sup>45</sup> Le Défenseur des droits, autorité indépendante instituée par la loi organique et la loi ordinaire du 29 mars 2011, regroupe les missions du Médiateur de la République, du Défenseur des enfants, de la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (HALDE) et de la Commission nationale de déontologie de la sécurité (CNDS). Il est chargé de défendre les droits des citoyens face aux administrations, aux discriminations, au respect de la déontologie.

<sup>46</sup> Responsable de la conformité des services d'investissement au sein d'un prestataire de services d'investissement ou Responsable de la conformité et du contrôle interne au sein d'une société de gestion.

### 3. LES PRINCIPES

Les fonctions de conformité doivent s'assurer que le dispositif établi permette de respecter les principes suivants.

#### 3.1. Assurer la primauté des intérêts des clients

**L'article 314-3 du Règlement général de l'AMF dispose que « le prestataire de services d'investissement agit d'une manière honnête, loyale et professionnelle, avec la compétence, le soin et la diligence qui s'imposent, afin de servir au mieux l'intérêt des clients et de favoriser l'intégrité du marché. Il respecte notamment l'ensemble des règles organisant le fonctionnement des plates-formes de négociation sur lesquelles il intervient. »**

Il y a donc obligation de ne pas tirer un avantage d'une situation où l'intérêt du prestataire passerait avant celui du client et d'utiliser au mieux les plates-formes et règles de marché pour répondre aux besoins du client.

#### 3.2. Agir de manière honnête, loyale et professionnelle

##### 1. Déclarer d'éventuelles opérations suspectes

Les acteurs doivent déclarer les opérations suspectes<sup>47</sup>. Pour cela un dispositif doit être établi au sein de la société.

##### 2. Respecter le fonctionnement des marchés

Elle respecte l'ensemble des règles organisant le fonctionnement des marchés réglementés et des systèmes multilatéraux de négociation sur lesquels elle intervient.

##### 3. Éviter les conflits d'intérêts

Ce point sera abordé dans le chapitre suivant. Toutefois, des règles doivent être mises en place afin de les éviter. Il y a nécessité d'égalité de traitement des clients entre eux, d'un client vis-à-vis du prestataire.

Les transactions du personnel des prestataires de services d'investissement doivent être encadrées, gérées par un professionnel ou en direct n'intervenant qu'à travers des OPCVM afin d'éviter des abus de marchés et conflits d'intérêts. Ainsi, il ne leur est pas possible de gérer un portefeuille sur lequel ils ont un choix sur les titres à acheter ou vendre. Seule une transaction à travers un intermédiaire (gestion sous mandat, le gérant choisit les titres ou un OPCVM dont le gérant choisit les titres le composant) est admise pour éviter les conflits d'intérêts.

##### 4. Rémunérer

Le prestataire de services d'investissement respecte les principes de rémunération, de commission ou d'avantage non monétaire par le Règlement général de l'AMF. Ainsi, l'AMF recommande par exemple de communiquer aux clients l'information sur les incitations et les rémunérations reçues de tiers lors de la distribution de produits d'épargne, de la fourniture d'un service de conseil en investissement non indépendant, de la perception de commissions de mouvement dans le cadre de la fourniture d'un service de gestion de portefeuille.

La rémunération ne doit pas nuire au respect de l'obligation de la société de gestion de portefeuille d'agir au mieux des intérêts du porteur de parts ou de l'actionnaire d'un OPCVM.

Il ne doit pas nuire au respect de l'obligation de la société de gestion de portefeuille d'agir au mieux des intérêts du porteur de parts ou de l'actionnaire d'un OPCVM.

**Toute rémunération, commission ou avantage non monétaire est interdit si la fourniture du service au client est altérée par cette rémunération, cette commission ou cet avantage.**

La politique de rémunération, quand elle existe, est conforme à la stratégie économique, aux objectifs, aux valeurs et aux intérêts de la société de gestion de portefeuille et des OPCVM qu'elle gère et à ceux des porteurs de parts de l'OPCVM et comprend des mesures visant à éviter les conflits d'intérêts.

<sup>47</sup> Selon le Code monétaire et financier, opérations portant sur des sommes dont on sait, soupçonne ou on a de bonnes raisons de soupçonner qu'elles proviennent d'une infraction passible d'une peine privative de liberté supérieure à un an ou sont liées au financement du terrorisme.

**Le paiement d'une part substantielle** (au moins 40 %) de la composante variable de la rémunération des catégories de personnel mentionnées à l'article L. du 533-22-2 Code monétaire et financier (dont les dirigeants, les gérants, les preneurs de risque, les fonctions de contrôles et toute personne du PSI dont la rémunération est dans la tranche de celle de la direction) **est reporté pendant une période appropriée compte tenu de la période de détention recommandée aux porteurs de parts ou actionnaires de l'OPCVM concerné.** Cette part est équitablement proportionnée à la nature des risques liés à l'OPCVM en question. La période mentionnée devrait être d'au moins trois ans.

**Le personnel engagé dans des fonctions de contrôle est rémunéré en fonction de la réalisation des objectifs liés à ses fonctions, indépendamment des performances des secteurs d'exploitation qu'il contrôle.**

### 3.3. Fournir aux clients des informations claires, exactes et non trompeuses

**Toujours dans la logique de la primauté des intérêts du client, son information claire, exacte et non trompeuse vise à sa protection.**

Cette information intervient tant en amont lors des actions d'acquisition commerciale (prospectus, mails, ouverture de contrat, de placement de produits...), que lors de la contractualisation (informations disponibles sur le site de la société) ou de l'exécution de la prestation (avis d'opéré, compte rendu de gestion...).

L'information nécessaire varie en fonction de la connaissance de son client et de la classification qui en est faite : client non professionnel, client professionnel et contrepartie éligible. Les clients non professionnels seront ceux qui disposeront de l'information la plus importante car c'est ce segment de clientèle qui est le moins averti.

L'information du client doit pouvoir être prouvée et être ainsi disponible sur un support durable, archivé<sup>48</sup>.

### 3.4. Connaître son client

C'est pourquoi la connaissance de son client est primordiale.

**Toujours dans la logique de la primauté des intérêts du client, son information claire, exacte et non trompeuse vise à sa protection.**

La connaissance du client passe bien entendu par son identification mais aussi par la connaissance de l'origine des fonds. Rappelons qu'en cas d'incapacité d'obtention de ces informations, le professionnel ne doit pas réaliser d'opération pour le client.

La connaissance du client passe également par la connaissance du patrimoine du client afin de vérifier si un client est en mesure de supporter un produit risqué ou l'importance qu'il revêt dans la globalité de ses avoirs.

Outre les établissements financiers, les assurances, les sociétés de gestion et les OPCVM, les entités remplissant au moins deux des trois critères suivants, sur la base des états comptables individuels ont la qualité de client professionnel :

- total du bilan égal ou supérieur à 20 millions d'euros ;
- chiffre d'affaires net ou recettes nettes égaux ou supérieurs à 40 millions d'euros ;
- capitaux propres égaux ou supérieurs à 2 millions d'euros.

**La classification initiale du client peut évoluer au cours du temps sous réserve de pouvoir le justifier.**

**Les prestataires de services d'investissement autres que les sociétés de gestion de portefeuille peuvent, de leur propre initiative ou à la demande d'un client, traiter comme un client non professionnel, soit de manière générale, soit pour des instruments financiers, services d'investissement ou transactions, un client considéré comme un client professionnel.**

**Si le prestataire accède à cette demande, une convention établie sur support durable détermine les instruments financiers, services d'investissement et transactions concernés.**

<sup>48</sup> Conservation des informations pendant cinq ans, à compter de la clôture des comptes ou de la cessation des relations avec lui.



Le client non professionnel peut renoncer à une partie de la protection que lui offrent les règles de bonne conduite.

Cette diminution de la protection accordée par les règles de bonne conduite n'est réputée valide qu'à la condition qu'une évaluation adéquate de la compétence, de l'expérience et des connaissances du client lui procure l'assurance raisonnable, au regard de la nature des transactions ou des services envisagés, que celui-ci est en mesure de prendre ses décisions d'investissement et de comprendre les risques qu'il encourt.

Les critères d'aptitude appliqués aux administrateurs et aux dirigeants des entreprises agréées sur la base des directives en matière financière peuvent être considérés comme un des moyens d'évaluer la compétence et les connaissances du client.

Dans le cas d'une petite entreprise, l'évaluation doit porter sur la personne autorisée à effectuer des transactions au nom de celle-ci.

**Dans le cadre de cette évaluation, au moins deux des critères suivants doivent être réunis :**

1. la **détention d'un portefeuille d'instruments financiers**, défini comme comprenant les dépôts bancaires et les instruments financiers **d'une valeur supérieure à 500 000 euros** ;
2. la **réalisation d'opérations**, chacune d'une taille significative (supérieure à 600 euros), sur des instruments financiers, **à raison d'au moins dix par trimestre en moyenne sur les quatre trimestres précédents** ;
3. **l'occupation pendant au moins un an, dans le secteur financier**, d'une position professionnelle exigeant une connaissance de l'investissement en instruments financiers.

Outre l'obligation légale (Directive MIF), la connaissance de son client permet de lui proposer un service ou un produit le plus adapté à ses besoins, sa connaissance, ses capacités patrimoniales. Le client connu sera mieux protégé, mieux averti, plus satisfait du service ou du produit.

De même, par cette connaissance, la société sera en conformité avec la réglementation, évitera des fraudes ou des opérations suspectes et identifiera ainsi mieux ses risques.

### 3.5. Préserver l'intégrité du marché

Il s'agit d'établir :

- des règles pour **prévenir la circulation induite d'informations privilégiées**, en application du Règlement Abus de marché afin :
  - d'identifier les entités susceptibles d'en détenir et les séparer,
  - d'informer les destinataires du niveau de confidentialité et d'interdire la communication de ces informations,
  - de prendre toutes précautions dans le classement et la protection des dossiers,
  - de gérer les éventuels risques de non-confidentialité ;
- **une liste d'initiés** ;
- **une liste de surveillance**, du ressort du responsable de la conformité, destinée à surveiller les émetteurs ainsi que les instruments financiers en cas de détention d'une information privilégiée ;
- **une liste d'interdictions**, également du ressort du responsable de la conformité, ayant pour objet de contrôler le respect de toute restriction apportée à certaines opérations.

Afin de préserver l'intégrité du marché et l'intérêt du client, de satisfaire au besoin de traçabilité des ordres et de *best execution*, de permettre le contrôle de la régularité des opérations et leur conformité aux instructions des donneurs d'ordre, **les communications téléphoniques avec les clients ou clients potentiels doivent être enregistrées et conservées** pendant une durée de cinq ans et, lorsque l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution ou l'Autorité des marchés financiers l'estime utile, pendant une durée pouvant aller jusqu'à sept ans.

**L'audition est possible par le responsable de la conformité.** Si ce responsable ne procède pas lui-même à l'audition, celle-ci ne peut intervenir qu'avec son accord ou l'accord d'une personne désignée par lui. Les personnes dont les conversations téléphoniques sont susceptibles de faire l'objet d'un enregistrement sont informées des conditions dans lesquelles elles pourront écouter les enregistrements en cause.

## Pour aller plus loin

### ■ *European securities and markets authority*

- ESMA35-36-1946 Final report Guidelines on certain aspects of the MiFID compliance function requirements, le 5 juin 2020
- Directive sur les Marchés d'instruments financiers 2014/65/UE (MiFID II) abrogeant la Directive 2004/39/EC et le Règlement sur les Marchés d'instruments financiers (MiFIR), du 15 mai 2014 publiés au Journal officiel de l'Union européenne le 12 juin 2014
- Directive 2014/65/EU du Parlement européen et du Conseil, concernant les marchés d'instruments financiers et modifiant la Directive 2002/92/EC et la Directive 2011/61/EU, 15 mai 2014
- Directive sur les sanctions pénales en cas d'abus de marché 2014/57/UE, 16 avril 2014, et le Règlement sur les Abus de marché, publiés au Journal officiel de l'Union européenne, le 12 juin 2014. La loi de séparation et de régulation des activités bancaires du 26 juillet 2013 a transposé cette Directive en droit français
- Arrêté du 3 novembre 2014 relatif au contrôle interne des entreprises du secteur de la banque, des services de paiement et des services d'investissement soumises au contrôle de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution
- Loi n° 2016-1691 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, 9 décembre 2016
- Instruction DOC-2014-12 sur les informations que la plate-forme de financement participatif (CIP ou PSI) doit transmettre à l'investisseur

# I

# **GOVERNANCE, RÉMUNÉRATION ET BONNE CONDUITE DES ÉMETTEURS, DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES DES PRINCIPES DE BONNE CONDUITE ET DE DÉONTOLOGIE**

## **1. GOUVERNANCE, RÉMUNÉRATION ET BONNE CONDUITE DES ÉMETTEURS**

L'établissement d'un prestataire de services d'investissement est soumis à un agrément de l'ACPR après approbation par l'Autorité des marchés financiers (AMF) du programme d'activité (pour les services de conseil en investissement et les services de gestion de portefeuille pour compte de tiers) qui va définir ce que souhaite réaliser l'entreprise en termes de produits et services.

Ensuite, l'organisation du prestataire de services d'investissement doit comprendre :

- un dispositif de conformité ;
- la vérification du niveau de connaissances de certaines personnes ;
- la protection des avoirs des clients ;
- détenir des cartes professionnelles ;
- enregistrer et conserver des données ;
- gérer les risques pour comptes de tiers.

### **1.1. Les missions de la conformité**

Elles sont les suivantes :

- rédiger des procédures, en phase avec la réglementation ;
- faire respecter les procédures en mettant en place un contrôle permanent ;
- former les collaborateurs régulièrement (obligation) ;
- émettre des avis de conformité sur les nouveaux produits et services.

Pour cela, la fonction conformité est amenée à :

- organiser un dispositif de contrôle de non-conformité ;
- l'intégrer dans le contrôle permanent ;
- l'adapter à la cartographie des risques de non-conformité et aux dysfonctionnements significatifs.

Dans cette optique, elle applique les principes de base suivants :

- séparation des fonctions :
  - engagement contre initialisation,
  - exécution contre validation,
  - surveillance contre contrôle ;
- justification permanente des opérations et des enregistrements ;
- remontée des anomalies et traitement rapide des problèmes ;
- adaptation du niveau de contrôle interne en fonction du risque encouru.

Au plan pratique, cela se traduit notamment par :

- **le contrôle permanent** à deux niveaux :
  - au premier niveau, il est effectué de **façon courante**, à l'initiation d'une opération et au cours du processus de validation de l'opération, par les opérateurs eux-mêmes et les valideurs, via les systèmes automatisés de traitement des opérations,
  - au deuxième niveau, il est effectué **par des collaborateurs distincts** de ceux ayant engagé l'opération, pouvant exercer des activités opérationnelles, ou exclusivement dédiés aux fonctions spécialisées de contrôle permanent de dernier niveau (contrôle des risques crédit, contrôle comptable...). Ces derniers n'ont pas de pouvoir d'engagement impliquant une prise de risques, afin d'éviter d'être juge et partie.

**Remarque :** le contrôle permanent se distingue du contrôle périodique, qui relève de l'audit de l'établissement. Ces deux types de contrôles font partie du contrôle interne ;

- **la formation, le conseil et l'assistance :**

Il s'agit de développer la **culture conformité** auprès de tous les collaborateurs, par :

- leur formation régulière, la diffusion de bonnes pratiques et des procédures adéquates, comprises par tous,
- le conseil et l'assistance, y compris auprès des directions concernées par la mise en place de mesures de précaution (ex. : informatique, avec le cryptage, la confidentialité des mots de passe...) ;
- **la détection des dysfonctionnements** : un système de remontée des dysfonctionnements doit être mis en place sous forme d'alertes ;
- **la gestion des risques** : elle doit se faire de manière appropriée et proportionnée au regard de la nature, l'importance, la complexité et la diversité des services que l'établissement fournit et des activités qu'il exerce (PSI dans leur dimension gestion d'actifs) ;
- **le suivi des risques**, un rapport annuel de contrôle des risques est produit. Il doit mentionner les risques et les mesures prises en cas de défaillance.

## 1.2. L'organisation de la fonction conformité

Le statut du responsable de la conformité :

- selon le statut du prestataire de services d'investissement, il est :
  - responsable de la conformité des services d'investissement (RCSI) pour les prestataires de services d'investissement,
  - responsable de la conformité et du contrôle interne (RCCI) pour les sociétés de gestion de portefeuille ;
- le RCSI et le RCCI doivent être titulaires d'une **carte professionnelle**, délivrée par l'AMF après réussite à un examen.

Son action :

- il agit de **façon indépendante** par rapport aux structures à l'égard desquelles il exerce sa mission ;
- il dispose d'un **droit indispensable de consultation** de tout dossier dans l'entreprise et peut accéder librement à tous les systèmes de traitement de l'information ;
- il participe à l'élaboration du **plan de contrôle permanent** ;
- il veille à la mise en place des systèmes et procédures permettant de **sauvegarder la sécurité, l'intégrité et la confidentialité des informations** de manière appropriée ;
- il doit être associé le plus en amont possible à la **conception et aux méthodes de commercialisation** des produits et services pour validation ;
- il est tenu informé de l'ensemble des **réclamations** reçues de la clientèle touchant les risques de non-conformité ;
- il attire l'attention des directions ou du Comité exécutif sur les **dysfonctionnements** constatés et propose les mesures correctrices ;
- il établit un **plan de continuité de l'activité** en cas de problème grave ;
- il prépare un rapport pour les autorités de tutelle à la signature des dirigeants.

## 2. DÉCLINAISON OPÉRATIONNELLE DES PRINCIPAUX FONDEMENTS DES RÈGLES DE BONNE CONDUITE ET DE DÉONTOLOGIE

Les établissements rédigent, à leur initiative, un Code de déontologie, largement diffusé.

Le Code de déontologie peut contenir les règles suivantes :

- règles générales de bonne conduite ;
- respect des personnes et des biens ;
- secret professionnel et obligations de confidentialité ;
- relations avec les tiers ;
- prévention des conflits d'intérêts ;
- cadeaux et avantages ;
- transactions personnelles ;
- intégrité des règles de marchés et informations privilégiées ;
- dispositif d'alerte professionnelle interne.

## 3. LE RÉGIME DES « TRANSACTIONS PERSONNELLES »

### 3.1. Définition

Il s'agit d'opérations réalisées par une personne qui agit dans un contexte répréhensible si :

- elle agit en dehors du cadre de ses fonctions ;
- ou, pour son propre compte ;
- ou, si elle a des liens familiaux ou des liens étroits avec le client ;
- ou, si elle a un lien avec le client qui lui fait porter un intérêt direct ou indirect important dans le résultat de l'opération, autre que le versement de frais ou commissions pour l'exécution de celle-ci.

À noter, certaines transactions ne sont pas visées par cette définition :

- les transactions personnelles exécutées dans le cadre d'un mandat de gestion, hors cas d'immixtion du collaborateur dans la gestion ;
- les transactions personnelles sur des parts d'OPC (sauf cas spécifiques), à condition de ne pas être gérant de ces OPC.

### 3.2. Les devoirs de l'établissement

- Il doit établir et maintenir opérationnelles des dispositions en vue d'interdire aux personnes visées de :
  - réaliser certaines transactions personnelles, relevant de l'abus de marché ou d'informations privilégiées ou incompatibles avec leurs obligations professionnelles ;
  - conseiller ou assister une personne pour des faits similaires ;
  - communiquer des informations à toute personne aux fins ci-dessus.
- **Il doit informer les personnes concernées** des dispositions prises (restrictions, interdictions, obligations...). Celles-ci doivent l'informer, sans délai, en cas de transaction personnelle.
- **Il doit conserver la trace** des transactions déclarées (ainsi que de leurs autorisations ou interdictions).

## 4. LES LISTES DE SURVEILLANCE

Pour éviter les conséquences graves liées à la circulation indue d'informations privilégiées, lors de toute émission d'instruments financiers, l'organisme financier dresse une « **liste d'initiés** », c'est-à-dire des **personnes et des tiers, qui au titre de leur profession peuvent avoir accès de manière régulière ou occasionnelle à ces types d'informations**.

Cette surveillance porte sur :

- les transactions sur instruments financiers effectuées par le prestataire de services d'investissement pour son compte propre ;
- les transactions personnelles réalisées par ou pour le compte :
  - du collaborateur du PSI,
  - d'une personne avec laquelle elle a des liens familiaux ou des liens étroits,
  - d'une personne vis-à-vis de laquelle la personne concernée a un intérêt direct ou indirect important dans le résultat de l'opération ;
- les recommandations d'investissement diffusées par le prestataire de services d'investissement.

À cette fin, le responsable de la conformité établit une liste de surveillance recensant les émetteurs et les instruments financiers sur lesquels le PSI dispose d'une information privilégiée.

Ces listes, qui comprennent le nom des personnes concernées et le motif justifiant leur inscription, peuvent être demandées par l'AMF<sup>49</sup>.

**Elles doivent être actualisées** (inscription nouvelle, radiation, changement de motif) sur la base des informations remontées par les services. Elles sont conservées pendant au moins cinq ans après leur établissement ou leur mise à jour.

**Les personnes figurant sur la liste doivent être informées :**

- de leur inscription ;
- des règles applicables à la détention, à la communication et à l'exploitation d'une information privilégiée ;
- des sanctions encourues en cas de violation de ces règles.

**Le prestataire de services d'investissement prend les mesures de précaution :**

- en définissant les modalités d'autorisation d'accès à une information ;
- en exerçant sa vigilance sur les fonctions des personnes concernées.

## 5. LES LISTES D'INTERDICTION

Le prestataire de services d'investissement élabore une procédure de contrôle du respect des restrictions qui lui sont applicables :

- aux transactions sur instruments financiers effectués pour son propre compte ;
- aux transactions personnelles ;
- aux recommandations d'investissement à caractère général.

Le responsable de la conformité établit **une liste d'interdiction recensant les restrictions d'activités relatives à des émetteurs, à des instruments financiers ou à des personnes concernées en raison de la réglementation et de sa propre initiative afin d'éviter tout conflit d'intérêts**.

En fonction de cette liste d'interdiction, le prestataire de services d'investissement détermine les entités soumises à restriction et selon quelles modalités. Il communique aux personnes concernées la liste et la nature des restrictions.

<sup>49</sup> Afin d'assurer le respect de l'obligation d'abstention prévue par le Règlement européen (UE) n° 596/2014 du 16 avril 2014, le prestataire de services d'investissement établit et garde opérationnelle une procédure appropriée organisant la surveillance des émetteurs et des instruments financiers sur lesquels il dispose d'une information privilégiée.

## 6. LES BARRIÈRES À L'INFORMATION OU « MURAILLES DE CHINE »

Mises en place consécutivement à la Directive sur les services d'investissement en 1996, les procédures « muraille de Chine » doivent prévenir **la circulation induite d'informations confidentielles** et notamment les informations privilégiées.

Ces procédures prévoient notamment :

1. l'identification des secteurs, services, départements ou toutes autres entités, susceptibles de détenir des informations privilégiées ;
2. l'organisation, notamment matérielle, conduisant à la séparation des entités au sein desquelles des personnes sont susceptibles de détenir des informations privilégiées ;
3. l'interdiction, pour les personnes concernées détentrices d'une information privilégiée, de la communiquer à d'autres personnes ;
4. les conditions dans lesquelles le prestataire de services d'investissement peut autoriser une personne concernée affectée à une entité donnée à apporter son concours à une autre entité, dès lors qu'une de ces entités est susceptible de détenir des informations privilégiées ;
5. la manière dont la personne concernée bénéficiant de l'autorisation prévue au 4° est informée des conséquences temporaires de celles-ci sur l'exercice de ses fonctions habituelles. Le responsable de la conformité est informé lorsque cette personne retrouve ses fonctions habituelles.

La Directive sur les Marchés d'instruments financiers (MIF) a créé une obligation d'information des clients non professionnels des marchés financiers sur les barrières à l'information (murailles de Chine) mises en place au sein des établissements.

## 7. LA GESTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

**Les prestataires de services d'investissement doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour empêcher les conflits d'intérêts de porter atteinte aux intérêts de leurs clients.**

**Lorsque ces mesures ne suffisent pas** à garantir, avec une certitude raisonnable, que le risque de porter atteinte aux intérêts des clients sera évité, **le prestataire de services d'investissement informe clairement ceux-ci, avant d'agir en leur nom**, de la nature générale ou de la source de ces conflits d'intérêts.

### 7.1.1. Les différents types de conflits d'intérêts

- **Entre clients** : lorsqu'une ou plusieurs entités de l'organisme financier apportent leur concours à deux ou plusieurs clients concurrents ou adversaires sur un projet.
- **Entre un prestataire de services d'investissement ou un collaborateur et son client** :
  - lorsque la banque ou une filiale assure une prestation de conseil alors que son groupe d'appartenance a des intérêts propres d'actionnaire ou de créancier dans la société ;
  - lorsqu'il y a incitation à privilégier une autre personne ;
  - lorsqu'il y a obtention d'un avantage autre que les frais normalement facturés ;
  - lorsqu'il y a un gain financier aux dépens du client.
- **Entre métiers** : lorsque la banque prend un engagement qui restreint ses possibilités d'action, et chaque fois, qu'une entité détient une information privilégiée ou sensible, ce qui expose à la suspicion les autres entités ou départements traitant l'instrument financier concerné.

### 7.1.2. L'approche de la gestion des conflits d'intérêts

Les prestataires de services d'investissement doivent établir et maintenir opérationnelle une **politique efficace de gestion des conflits d'intérêts**.

- Pour les prévenir :
  - définition de mesures de prévention, de limitation ou d'interdiction pour les cas identifiés ;
  - mise en place de procédures nécessaires à leur détection le plus en amont possible, interrogation des responsables de conformité ;
  - « murailles de Chine » pour les conflits entre métiers, c'est-à-dire cloisonnement entre les différentes activités de l'Établissement qui seraient porteuses de conflit d'intérêts ou d'informations d'initiés.
- Pour les gérer :
  - arbitrages chaque fois que nécessaire ;
  - mesures de transparence si nécessaire ;
  - tenue d'un registre des conflits d'intérêts ;
  - contrôles.

## 8. ENREGISTREMENT DES COMMUNICATIONS TÉLÉPHONIQUES ET ÉLECTRONIQUES AVEC LES CLIENTS

L'enregistrement d'une conversation téléphonique a pour finalité de faciliter le contrôle de la régularité des opérations effectuées et leur conformité aux instructions des donneurs d'ordres. L'audition de l'enregistrement d'une conversation peut être effectuée par le responsable de la conformité. Si ce responsable ne procède pas lui-même à l'audition, celle-ci ne peut intervenir qu'avec son accord ou l'accord d'une personne désignée par lui. Le PSI s'assure de la conservation des informations relatives aux contrôles et aux évaluations de l'adéquation et l'efficacité des politiques, procédures et mesures mises en place.

La société de gestion de portefeuille organise, dans des conditions conformes aux lois et règlements, l'enregistrement des conversations téléphoniques :

- des négociateurs d'instruments financiers ;
- des personnes concernées qui, sans être négociateurs, participent à la relation commerciale avec les donneurs d'ordres, lorsque le responsable de la conformité et du contrôle interne l'estime nécessaire du fait de l'importance que sont susceptibles de revêtir les montants ou les risques des ordres en cause.

Toutefois, la société de gestion de portefeuille peut délivrer une habilitation spécifique aux négociateurs susceptibles de réaliser une transaction sur un instrument financier en dehors des horaires ou de la localisation habituels des services auxquels ils sont attachés.

Elle établit une procédure définissant les modalités de ces interventions, de telle sorte qu'elles soient assurées avec la sécurité requise.

Les personnes dont les conversations téléphoniques sont susceptibles de faire l'objet d'un enregistrement sont informées des conditions dans lesquelles elles pourront écouter les enregistrements en cause.

**La durée de conservation des enregistrements téléphoniques requis est de cinq ans** ; lorsque l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution ou l'Autorité des marchés financiers l'estime utile, pendant une durée pouvant aller jusqu'à sept ans.



## 9. DEVOIR D'ALERTE, LANCEURS D'ALERTE ET STATUT DE LANCEUR D'ALERTE

### ■ Principe

Chacun est tenu de respecter les règles et principes de la conformité.

### ■ La faculté d'alerte éthique<sup>50</sup>

- C'est la possibilité notamment pour tout collaborateur de signaler au responsable conformité un dysfonctionnement observé, une entrave à la conformité.
- C'est la possibilité pour tout collaborateur qui subirait une pression d'un hiérarchique au regard de la conformité d'en saisir le responsable conformité.
- Elle est inscrite le plus souvent dans le Code de déontologie de l'établissement, qui doit être connu de tous.
- Elle prévoit une protection pour les collaborateurs « lanceurs d'alerte », pas de mesures discriminatoires en matière de licenciement, rémunération, formation, qualification.
- Le recours à la procédure d'alerte n'exonère pas le collaborateur de sa responsabilité si lui-même enfreint les règles.
- La procédure d'alerte donne lieu à enregistrement des éléments sur un support durable, consultable par l'AMF.

### ■ Les différentes procédures

- En premier lieu, les dysfonctionnements sont signalés au responsable hiérarchique.
- Ensuite, s'ouvre la voie de l'alerte éthique et la saisine directe du responsable conformité.

L'AMF traite en toute confidentialité les alertes relevant de sa compétence.

## Pour aller plus loin

### ■ AMF : Règlement général

<sup>50</sup> En anglais *whistleblowing*.



# LE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS, PRINCIPES DE MÉDIATION DE LA CONSOMMATION ET LES DIFFÉRENTES MÉDIATIONS

---

## 1. TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS

### 1.1. Définition

**Une réclamation est une déclaration exprimant le mécontentement du client envers un professionnel.**

Une demande d'information, d'avis, de clarification, de service ou de prestation n'est pas une réclamation.

### 1.2. Champ et obligations

Dans une perspective de simplification des relations avec la clientèle et d'amélioration de la confiance dans les marchés, le traitement des réclamations est unifié pour les secteurs des assurances, des banques et de la finance.

Les textes de transposition de la Directive 2013/11/UE du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation renforcent les obligations d'information des professionnels sur les procédures de médiation offertes aux consommateurs. À compter du 1<sup>er</sup> mai 2017, l'AMF et l'ACPR renforcent donc leurs exigences.

- Dans le champ de compétence de l'AMF, on entend par professionnel :
  - un prestataire de services d'investissement ;
  - un conseiller en investissements financiers ;
  - un conseiller en investissements participatifs ;
  - une société de gestion de société civile de placement immobilier ;
  - une personne morale émettrice de titres financiers nominatifs dont elle assure la tenue de compte-conservation.
- Dans le champ de compétence de l'ACPR, on entend par professionnel :
  - une entreprise d'assurance ;
  - une mutuelle ou union régie par le Code de la mutualité ;
  - une institution de prévoyance ou union d'institutions de prévoyance ;
  - un établissement de crédit ;
  - une société de financement ;
  - un établissement de paiement ;
  - un établissement de monnaie électronique ;
  - un intermédiaire d'assurance ;
  - un intermédiaire en opérations de banque et services de paiement ;
  - un intermédiaire en financement participatif.

Ces professionnels doivent fournir aux clients des informations sur leur dispositif de traitement des réclamations.

Les professionnels concernés doivent établir **des procédures de traitement des réclamations qui garantissent un traitement efficace, égal et harmonisé de celles-ci.**

**Ces professionnels doivent mettre en place un suivi du traitement des réclamations.**

### 1.3. Information et accès au système de traitement des réclamations

Le client doit disposer gratuitement d'une information claire et compréhensible, facilement accessible, notamment dans les lieux d'accueil s'ils existent ou sur un site Internet.

L'information porte sur :

- les **modalités de saisine du professionnel** et le cas échéant de chacun des niveaux de **traitement des réclamations mis en place** notamment **les coordonnées** de la ou les **personne(s) en charge du traitement des réclamations ou des médiateurs compétents** ;
- l'information est déclinée par catégorie de réclamations nécessitant un circuit de traitement distinct lorsque plusieurs intervenants sont impliqués dans le processus de fourniture du service ;
- les **délais de traitement sur lesquels s'engage le professionnel** ;
- l'existence de la (des) charte ou du (des) protocole(s) de la médiation accompagnée de leur(s) référence(s).

Le professionnel doit répondre aux demandes d'information du client sur le déroulement du traitement de sa réclamation.

Le professionnel doit accuser réception de la réclamation dans le délai dans lequel il s'est engagé.

En cas de rejet ou de refus de faire droit, en totalité ou partiellement à la réclamation, le professionnel précise dans sa réponse au client les voies de recours possibles, notamment l'existence et les coordonnées du ou des médiateur(s) compétent(s).

**Le professionnel doit éviter dans sa communication toute confusion entre ses services de traitement des réclamations et le dispositif de médiation indépendante.**

Si le professionnel recourt à des démarcheurs ou agents liés ou délégataires (agissant pour son compte), il veille à ce que l'information donnée au client par ces personnes **soit d'un niveau équivalent** à celle qu'il donne à ses propres clients.

**L'accès au dispositif de traitement des réclamations est gratuit pour le client.**

### 1.4. Organisation du traitement des réclamations

**L'organisation du traitement des réclamations doit être formalisée** et communiquée à l'ensemble des collaborateurs concernés.

Le professionnel doit disposer des **moyens et procédures pour identifier les courriers, appels téléphoniques et courriels constituant des réclamations et définir les circuits de leur traitement.**

**Les collaborateurs au contact du client ou qui réceptionnent leurs demandes doivent avoir été formés pour identifier les réclamations reçues et utiliser de façon appropriée les circuits de traitement des réclamations.**

L'organisation de traitement des réclamations mise en place doit :

- permettre au client de présenter sa réclamation à son interlocuteur habituel ou devant une instance dédiée s'il n'a pas reçu une réponse satisfaisante ;
- lorsque plusieurs circuits de traitement des réclamations existent :
  - **faciliter l'identification des professionnels** ou services compétents ou à défaut un point d'entrée unique au(x)quel(s) le client peut adresser sa réclamation et qui assurera un suivi de la réponse,
  - **fixer les modalités de transmission** entre les professionnels ou les services des réclamations adressées par erreur à un interlocuteur non compétent ;

- permettre de respecter les délais de traitement communiqués au client c'est-à-dire :
  - **dix jours ouvrables maximum** à compter de la réception de la réclamation, pour en **accuser réception** – sauf si la réponse elle-même est apportée au client dans ce délai,
  - **deux mois maximum** entre la date de réception de la réclamation et la date d'envoi de la réponse au client sauf survenance de circonstances exceptionnelles dûment justifiées ;
- **prévoir clairement les modalités de transmission au(x) médiateur(s)** désigné(s) de tout courrier qui leur est destiné ;
- **prévoir les modalités d'enregistrement des réclamations et du suivi de leur traitement ;**
- **prévoir un niveau de qualification requis** pour le ou les collaborateur(s) en charge de la fonction de traitement des réclamations incluant une bonne connaissance des produits, services, contrats, outils et procédures du professionnel ;
- **prévoir les principes de responsabilité et de délégation** (habilitation à la signature des courriers, gestes commerciaux par exemple) ;
- **prévoir un *reporting* régulier** auprès de la direction.

## 1.5. Suivi et contrôle du traitement des réclamations, prise en compte des dysfonctionnements révélés par les réclamations

**Le suivi des réclamations et sa restitution aux services / personnes concernés est une obligation.** Le professionnel est également tenu d'identifier les dysfonctionnements révélés par les réclamations afin de **mettre en œuvre des actions correctives**.

Les professionnels dotés d'une fonction conformité et contrôle interne doivent notamment :

- mettre en œuvre les moyens et procédures nécessaires pour assurer l'organisation et la qualité du traitement des réclamations ;
- prendre en compte et contrôler les risques subis par les clients éventuellement causés par les dysfonctionnements identifiés au travers des réclamations ;
- rendre compte dans le rapport annuel de conformité et contrôle interne des dysfonctionnements révélés par les réclamations et indiquer si des mesures ont été prises.

## 1.6. Procédures de réponse aux réclamations

- Les entreprises doivent chercher et examiner toutes les preuves et les informations pertinentes à la réclamation.
- Elles doivent s'exprimer dans un langage simple.
- Elles doivent répondre dans le délai légal.

**Certains intermédiaires** (particulièrement les établissements de crédit et les sociétés de gestion de portefeuille) **sont notamment tenus d'organiser un service de « médiation interne »**. Les intermédiaires habilités à réaliser les opérations de banque et les services de paiement (les banques, les établissements de crédit...) doivent désigner un ou plusieurs médiateurs pour les litiges<sup>51</sup> survenant avec leurs clients particuliers, concernant non seulement les opérations de banque et les services de paiement mais également les instruments financiers et les produits d'épargne. La procédure de médiation interne est gratuite.

Les réclamations parviennent habituellement à la Direction opérationnelle concernée, à la Direction qualité, à la Direction conformité ou à la Direction générale de l'établissement puis dans un second temps, le cas échéant, au médiateur interne ou externe.

## 1.7. Les bonnes pratiques

- Identifier et centraliser les réclamations.
- Traiter la réclamation client dans les délais.
- Veiller à la satisfaction du client en conséquence.
- Mettre en place des actions correctives.
- Établir et suivre des indicateurs liés aux réclamations des clients, pour améliorer les dispositifs internes.

<sup>51</sup> Il s'agit des litiges entre les prestataires de services d'investissement et les particuliers n'agissant pas pour des besoins professionnels.

Une réclamation est reçue de préférence lors d'un entretien par l'interlocuteur privilégié du client. Si le différent persiste après ce dialogue, le client doit écrire au responsable du point de vente. Si aucune solution amiable n'a pu être trouvée avec le point de vente, le client écrit au Service relations clientèle de son établissement financier. Celui-ci lui fera connaître la position de l'établissement.

Si aucune solution n'est ressortie des échanges aux deux niveaux précédents, le client peut faire appel à un médiateur.

Afin de pouvoir prouver les différentes étapes de la réclamation tant du point de vue client que du point de vue du professionnel (réponse apportée, délais, qualité...), les échanges écrits se feront en recommandé avec accusé de réception.

## 1.8. Enjeux des réclamations

- Le traitement des réclamations clients répond à l'objectif de tout établissement en matière de **satisfaction et de fidélisation du client**.
- Ce traitement s'appuie, le plus souvent, sur une **charte qualité** interne (délai de traitement, circuit de réponse...).
- Il engage l'**image** de l'entreprise.

**La loi du 3 janvier 2008** pour le développement de la concurrence au service des **consommateurs a élargi le champ de la médiation, au-delà du fonctionnement du compte et des ventes liées, pour inclure le crédit (à l'exception des décisions d'octroi), l'épargne et les produits financiers**. Les établissements de crédit et les sociétés de financement notamment doivent désigner un ou plusieurs médiateurs.

## 1.9. Le recours à un médiateur

**En cas de réponse négative à sa réclamation, tout client peut donc saisir un médiateur.** Celui-ci peut être interne à l'établissement ou externe à celui-ci. **Le client doit s'adresser au médiateur d'entreprise.**

Toute saisine directe du médiateur est normalement refusée par le médiateur tant de l'entreprise que du métier (médiateur de l'ACPR ou de l'AMF).

**Le professionnel a l'obligation de communiquer à ses clients** de manière visible, lisible et équivalente les **coordonnées du (des) médiateur(s) susceptible(s) d'être compétent(s) ainsi que l'adresse de son (leur) site Internet :**

- sur son site Internet ;
- sur tout support adapté (notamment les documents contractuels et la réponse écrite à la réclamation).

L'article L. 641-1 du Code de la consommation dispose que tout manquement aux obligations d'information mentionnées aux articles L. 616-1 (médiateur compétent) et L. 616-2 (dispositif mis en œuvre) en matière de médiation de la consommation est passible d'une **amende administrative** dont le montant ne peut excéder **3 000 euros pour une personne physique** et **15 000 euros pour une personne morale**.

## 2. PRINCIPES DE MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

En application des dispositions du Code de la consommation, la médiation de la consommation, alternative à l'action judiciaire souvent longue et coûteuse, est **accessible gratuitement à toute personne ayant un différend avec un professionnel qui lui a vendu un produit ou fourni un service**.

**Le consommateur** peut se retirer du processus de médiation de la consommation à tout moment. Il **conserve la possibilité de saisir le juge si la médiation n'aboutit pas ou s'il n'est pas satisfait de son issue**.

La médiation de la consommation **s'applique à tout différend national ou transfrontalier entre un consommateur et un professionnel** (commerçant, artisan, collectivité territoriale, etc.) dans le cadre de l'exécution d'un contrat de vente ou de prestation de services.

Afin de garantir ce droit à ses clients, **tout professionnel a l'obligation de mettre en place un dispositif de médiation de la consommation** en signant une convention avec le médiateur agréé par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC).

### 3. MÉDIATION BANCAIRE ET ASSURANTIELLE

#### 3.1. Le médiateur de la Fédération bancaire française

La Fédération bancaire française propose à ses adhérents (**établissements de crédit**) qui n'ont pas souhaité se doter d'un médiateur attitré un service de médiation auquel ils peuvent avoir recours.

Son médiateur est nommé pour trois ans. Il est tenu à la confidentialité et au respect du secret professionnel. Il intervient dans les mêmes conditions que les médiateurs internes des établissements et avec les mêmes conséquences.

Le médiateur auprès de la Fédération bancaire française rédige un rapport d'activité annuel qu'il rend public et transmet au gouverneur de la Banque de France et au président du Comité consultatif du secteur financier.

##### 3.1.1. Champ d'action

Son action est encadrée légalement par la loi MURCEF (11 décembre 2001), la loi Chatel (3 janvier 2008) pour le développement de la concurrence au service des consommateurs et le Code monétaire et financier.



##### Article L. 316-1 du Code monétaire et financier

« Tout consommateur a droit de recourir gratuitement à un médiateur [...] en vue de la résolution d'un litige qui l'oppose à un établissement de crédit, une société de financement, un établissement de monnaie électronique ou de paiement et relatif aux services fournis et à l'exécution de contrats conclus [...] ».

Les médiateurs sont choisis en raison de leur compétence et de leur impartialité. Ils sont rémunérés par l'établissement.

##### 3.1.2. Modalités et portée de son action

Ils sont chargés de recommander des solutions aux litiges rencontrés par les clients particuliers, après épuisement des procédures de réclamations internes à l'établissement (agence et service relations clientèle). Les recommandations du médiateur peuvent être faites en droit ou en équité. Elles sont écrites et motivées. L'établissement n'est pas tenu de suivre cet avis.

En cas de désaccord l'établissement de crédit, la société de financement, l'établissement de monnaie électronique ou de paiement ou le client demeure libre de porter le litige devant les tribunaux.

À compter de sa saisine, le médiateur dispose d'un délai de trois mois (90 jours) pour émettre sa recommandation. Le médiateur peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Il en avise immédiatement les parties. Cette saisine suspend la prescription. Les constatations et les déclarations que le médiateur recueille ne peuvent être produites ni invoquées dans la suite de la procédure sans l'accord des parties. Le médiateur est tenu à la confidentialité et au respect du secret professionnel.

La procédure est gratuite pour le client.

L'existence de la médiation et ses modalités d'accès doivent faire l'objet d'une mention portée sur la convention de compte de dépôt, sur le contrat-cadre de services de paiement ainsi que, le cas échéant, sur les relevés de compte.

##### 3.1.3. Publicité de son activité

Chaque médiateur d'établissement établit un compte rendu annuel d'activité et le transmet au président de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation, au gouverneur de la Banque de France, ainsi qu'au président du Comité consultatif du secteur financier.

### 3.2. Le médiateur de l'Assurance

L'association « La Médiation de l'Assurance » a pour objet de mettre à la disposition du consommateur un dispositif gratuit de règlement des litiges pouvant intervenir entre les particuliers et les entreprises adhérentes d'assurances ou les intermédiaires d'assurances.

Conformément au Code de la consommation, le Médiateur, en faisant connaître aux parties la solution qu'il propose, leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :

- qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser sa proposition de solution ;
- que la participation à la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction ;
- que la solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge.

Le Médiateur précise également les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe un délai d'acceptation ou de refus de celle-ci.

## 4. MÉDIATION PUBLIQUE DE L'AMF

Le médiateur intervient dans le cadre de tout litige qui entre dans le champ de compétence de l'AMF et notamment :

- la commercialisation de produits financiers ;
- la gestion de portefeuille ;
- la transmission d'ordres de bourse ;
- la tenue de compte titres ou PEA ;
- le marché des changes (Forex) si la société est agréée ;
- l'épargne salariale.

Toutefois, le médiateur de l'AMF n'est pas compétent en matière fiscale, d'assurance-vie ou d'opérations bancaires (livrets, dépôt à terme, PEL, crédit).

Avant la saisine du médiateur de l'AMF, une **première démarche écrite auprès du prestataire de services d'investissement** ou de la société cotée à l'origine du différend. Ceux-ci disposent d'un délai de deux mois pour répondre.

En l'absence de réponse dans un **délai de deux mois** ou de réponse insatisfaisante, la saisine du médiateur de l'AMF devient possible. L'AMF appréciera si le dossier peut donner lieu à médiation.

### 4.1. La mission

Le service de médiation de l'AMF doit résoudre de façon amiable des différends portés à sa connaissance afin d'éviter une procédure judiciaire entre des prestataires de services d'investissement ou des sociétés de gestion de portefeuille et leurs clients.

Le service de médiation traite les litiges mettant en jeu le fonctionnement des marchés (informations des investisseurs, exécution des ordres et les différends relatifs à la gestion de portefeuille ou de tenue de compte-conservation).

### 4.2. Modalités et portée de son action

Le médiateur n'est pas l'avocat des parties en conflit ni leur juge. Le médiateur ne dispose pas de pouvoirs d'enquête et de contrôle. La médiation repose sur une démarche volontaire des deux parties.

Cette procédure de médiation est encadrée par une charte. Elle est gratuite, confidentielle et nécessite pour être mise en œuvre et poursuivie, l'accord des deux parties.

**Le médiateur n'intervient qu'après le rejet total ou partiel d'une première démarche auprès du prestataire de services d'investissement ou de la société** dont le client détient des titres. La procédure est contradictoire et écrite.



Dans certaines circonstances, le recours au médiateur de l'AMF s'avère impossible car l'AMF enquête au même moment sur des faits concourant aux motifs qui auraient justifié la saisine du médiateur.

La durée de la médiation est, en principe, de trois mois à compter du moment où tous les éléments utiles ont été communiqués au médiateur par les parties.

Il recherche une solution amiable qui soit acceptée par les deux parties. La saisine du médiateur suspend la prescription de l'action civile et administrative.

**Les deux parties conservent à tout moment le droit de saisir les tribunaux. Cette saisine met fin à l'intervention du médiateur.**

### 4.3. Publicité de son activité

Le médiateur établit un rapport annuel de son activité présenté au collège de l'AMF. Ce rapport est rendu public.

### 4.4. Composition d'une réclamation

Une réclamation écrite, claire et précise. Elle doit contenir :

- un exposé détaillé et chronologique du différend et des démarches déjà entreprises ;
- l'évaluation du préjudice subi ;
- la solution souhaitée : annulation, exécution ou indemnisation ;
- la copie des pièces utiles à l'examen du dossier :
  - les échanges de correspondance,
  - l'ensemble des documents justificatifs.

## Pour aller plus loin

- Sites Internet : [www.amf-france.org](http://www.amf-france.org), [www.defenseurdesdroits.fr](http://www.defenseurdesdroits.fr), [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr), [www.acpr.banque-france.fr](http://www.acpr.banque-france.fr), [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)
- Directive 2013/11/UE du parlement européen et du conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE
- Règlement (UE) n° 524/2013 du parlement européen et du conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE (règlement relatif au RLLC)
- Ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation
- Décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation
- Décret n° 2015-1607 du 7 décembre 2015 relatif aux conditions de désignation des médiateurs d'entreprise
- Code de la Consommation
- Code Monétaire et Financier
- Règlement général de l'AMF, Livre III « Prestataires »
- AMF, instruction, Traitement des réclamations – DOC-2012-07 (applicable à compter du 1<sup>er</sup> mai 2017)
- ACPR, la recommandation sur le traitement des réclamations 2016-R-02 du 14 novembre 2016 remplace la recommandation 2015-R-03 du 26 février 2015 à compter du 1<sup>er</sup> mai 2017