



Distribution transfrontalière des OPC

Orientations de l'ESMA sur les
communications marketing

Septembre 2022

Introduction et contexte

Face à toutes les réglementations d'envergure entrées en vigueur en 2021/2022 (CSDR, Disclosure, PRIIPS), de nombreux acteurs ont pu passer à côté des **nouvelles orientations de l'ESMA relatives aux communications publicitaires**.

En effet, depuis le **2 février 2022**, les sociétés de gestion de portefeuille doivent se conformer aux orientations de l'ESMA au titre du Règlement (EU) 2019/1156 sur la **distribution transfrontalière des organismes de placement collectif**.

L'objectif de ce règlement est de **faciliter** et **unifier** les principes de distribution transfrontalière des OPC au sein de l'Union Européenne tout en garantissant une **meilleure protection des investisseurs**.

Publiées le 2 août 2021, ces orientations définissent un cadre harmonisé pour les communications publicitaires adressées aux investisseurs et s'articulent autour de 3 principes :

- 1 **L'identification des communications publicitaires en tant que telles**
- 2 **La description des risques et des avantages liés à l'achat de parts ou d'actions d'un FIA ou d'un OPCVM de manière identique**
- 3 **Le caractère correct, clair et non trompeur des communications publicitaires**

Elles concernent **tous les supports faisant la promotion des OPC**, et bien qu'elles ne s'appliquent pas à la documentation légale, elles exigent la cohérence avec cette dernière.

Une grande partie de ces orientations reprend et formalise des principes qui étaient déjà appliqués par les sociétés de gestion (exemple : le caractère clair et non trompeur, avertissement sur les performances passées etc.). Néanmoins, des **nouveautés et exigences plus précises** vont obliger les sociétés de gestion à revoir leurs communications publicitaires.

Alignement avec les réglementations PRIIPS et SFDR



PRIIPS

Dans un objectif de **cohérence avec la documentation réglementaire**, les orientations de l'ESMA reprennent certaines exigences de la **réglementation PRIIPS** :

Risques - lorsque la communication publicitaire fait allusion aux avantages du produit, elle doit mentionner les risques de manière équivalente.

- La classification des risques doit être identique à la classification utilisée dans le DIC (Document d'Information Clé sur les produits d'investissement), le passage du SRRI¹ au SRI² dans les RTS 2021 PRIIPS devra ainsi être pris en compte dans les communications publicitaires à partir de janvier 2023.
- En complément, ces orientations recommandent que la communication fasse référence à tous les risques pertinents mentionnés dans le DIC, en précisant où trouver les compléments d'information.

Coûts - L'incidence sur le rendement (RIY) des coûts relatifs à l'achat, la vente, la détention ou la conversion de parts/actions, doit être explicitée dans la communication publicitaire.

¹ indicateur synthétique de risque et de performance associé à un fonds et calculé sur la base de la volatilité

² indicateur synthétique de risque agrégeant la volatilité et le risque de crédit

Le principe de cohérence d'information évoqué dans les orientations doit être également appliqué aux **informations en matière de durabilité**, qui doivent être alignées avec la **documentation SFDR**.

En complément, les informations sur la durabilité doivent être proportionnelles aux objectifs de durabilité de la stratégie d'investissement.

Enfin l'ESMA exige de rappeler que la durabilité ne doit pas être le seul critère d'investissement, ainsi les communications publicitaires doivent indiquer que la décision d'investissement doit tenir compte de toutes les caractéristiques du fond telles que décrites dans la documentation juridique ou réglementaire.

Nouvelles exigences de description des caractéristiques

① Exigences de format sur les risques et avantages

La communication sur les **avantages de l'OPC** ne peut être faite sans **présenter les risques de manière équivalente**. L'ESMA précise les modalités de présentation des avantages et des risques:

- Ils doivent être présentés dans la même communication, les renvois vers une autre communication pour y présenter les risques sont interdits
- Ils doivent être présentés au même niveau dans la communication ou bien l'un après l'autre
- Ils doivent être de format identique, police identique
- Les orientations recommandent comme bonne pratique de les présenter sur un tableau à double colonne avantages/risques

② Mention de la gestion active ou passive

Les orientations apportent de nouvelles pratiques à adopter pour faciliter la compréhension pour les investisseurs de la politique d'investissement des fonds. Les communications publicitaires doivent intégrer les expressions suivantes :

- **"passif"** et **"géré passivement"** en plus d'« indiciel » pour les fonds indiciels
- **"actif"** et **"géré activement"** pour les fonds de gestion active

En complément :

- Les fonds de gestion active gérés par référence à un indice doivent fournir les informations supplémentaires sur l'utilisation de l'indice de référence et indiquer le degré de corrélation à l'indice
- Les fonds de gestion active sans référence à un indice particuliers doivent le mentionner clairement

Présentation des performances passées

Dans ses orientations, l'ESMA exige une **cohérence entre les performances passées** mentionnées dans les **communications commerciales** et celles mentionnées dans les **documents juridiques et réglementaires** des fonds (prospectus, DIC ou DICI, rapports annuels et semestriels).

? Incohérence avec PRIIPS sur la présentation des performances de l'année en cours

D'après l'ESMA les informations sur les **performances passées** dans les communications publicitaires doivent toujours être basées sur des **périodes complètes de 12 mois**, mais ces informations peuvent être complétées par des mises à jour des **performances de l'année en cours à la fin du trimestre le plus récent**.

A l'inverse, la **réglementation PRIIPS interdit** de présenter l'année en cours³. Cela va paradoxalement à l'encontre de l'exigence générale de cohérence.

Quid des performances cumulées?

Concernant les **performances passées cumulées**, il est possible de les présenter mais en indiquant nécessairement les **performances calendaires en parallèle**.

L'ESMA suggère comme bonne pratique de les présenter sous forme d'un graphique.

Conclusion

Les services Marketing, Legal, et Reporting déjà challengés par l'entrée en vigueur de **PRIIPS** et **SFDR au 1er janvier 2023** devront cependant redoubler de vigilance pour assurer la **mise en cohérence des informations** entre les **communications publicitaires** et la **documentation légale**.

² Voir l'annexe VIII point 10 Règlement (UE) du 07/09/2021 portant modification des normes techniques de réglementation fixées par le règlement délégué (UE) 2017/653 (RTS 2021 PRIIPS)

Document réalisé par

 Nouha Meftah, Consultante Senior

Mob +33 6 31 64 41 71

E-mail : nouha.meftah@sagalink-consulting.com

 Antoine Samain, Consultant Senior

Mob +33 6 60 68 80 12

E-mail : antoine.samain@sagalink-consulting.com



Qui sommes-nous ?

L'alliance d'expertises fortes et complémentaires, le partage de valeurs humaines : Beam Advisory et Sagalink Consulting forment désormais une équipe de 70 consultants spécialisés dans les métiers de la Gestion d'actifs, de la Banque privée, des Services aux Investisseurs et des Marchés de Capitaux, ainsi que dans les fonctions Finance, Risques et Conformité. Notre savoir-faire alliant expertise métier et conseil nous permet de cerner au mieux les enjeux de nos clients sur l'ensemble de leur chaîne de valeur et d'identifier pour eux les leviers de croissance les plus performants, faisant ainsi le lien entre leurs métiers et leurs projets.

Par la force de leurs convictions, Beam Advisory et Sagalink Consulting ont su gagner la confiance de leurs clients ; parmi eux, des grands groupes bancaires et des acteurs indépendants de tailles variées.

Contact

Beam Advisory Sagalink Consulting

55 rue de Rivoli – Paris 75001

+33 1 49 96 54 43

www.beamadvisory.com

www.sagalink-consulting.com