



Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle

*Département des Affaires Juridiques
27 Novembre 2015*





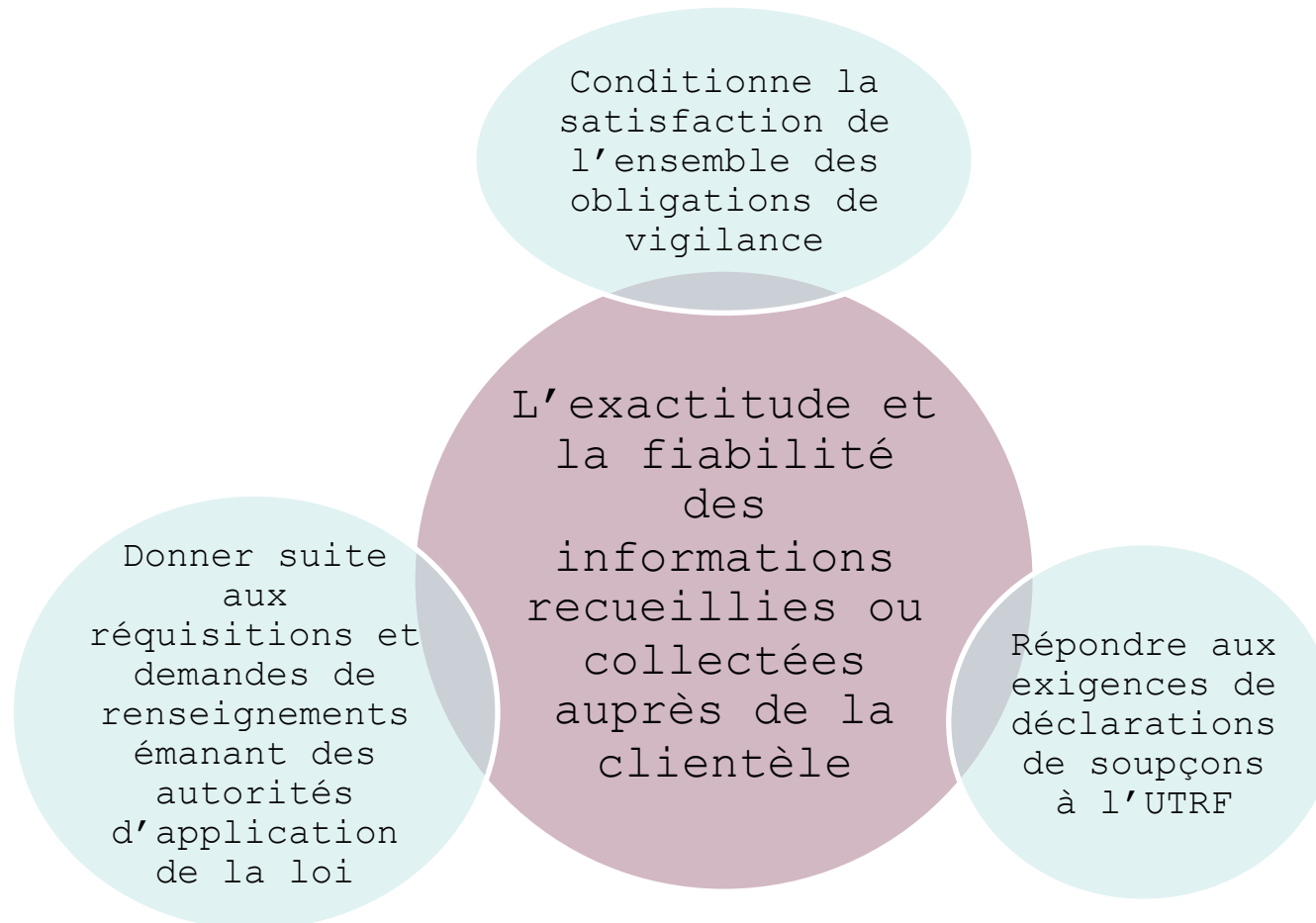
- 1. Identification de la clientèle : Quel(s) intérêt(s)?*
- 2. Identification de la clientèle : Un processus continu*
- 3. Implications résultant de la défaillance du processus d'identification de la clientèle*

*Département des Affaires Juridiques
17 Février 2016*



Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle

1. Identification de la clientèle : Quel(s) intérêt(s)?



1. Identification de la clientèle : Quel(s) intérêt(s)?



Les assujettis financiers sont investis d'une « **mission générale de vigilance** », dite « **active** », concernant leur clientèle, matérialisée par des vérifications obligatoires de leur identité, au moment de l'entrée en relation et tout au long de celle-ci.

A ce titre, ceux-ci devraient :

- **Recueillir et collecter toutes les informations** nécessaires pour la connaissance de leur clientèle, sur la base de documents officiels ;
- **Consigner ces informations** dans les bases de données dédiées à cet effet ;
- S'employer, en permanence, à **connaître leur clientèle** pour être en mesure de détecter tout comportement anormal et toute opération atypique ;
- **Aviser la hiérarchie** dès l'apparition d'un doute lors de l'exécution d'une opération ou suite au comportement anormal d'un client.

*Aspects pratiques de l'obligation
d'identification de la clientèle*



2. Identification de la clientèle : Un processus continu

a. Recueillir et collecter les informations : Pour les personnes physiques

<i>Vérifications obligatoires</i>	<i>Porter une attention particulière en cas de:</i>
<i>Réclamer la production des pièces officielles d'identité, en cours de validité avec photographie pour les clients et leurs mandataires. →</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Multiplicité d'adresses ou domicile chez les tiers sans raisons plausibles;</i>▪ <i>Recours du client à un mandataire sans justifications valables et sans existence de lien connus entre les deux.</i>
<i>Vérifier la réalité du domicile, notamment, au moyen d'une quittance d'eau ou de téléphone.</i>	
<i>Se renseigner sur la raison d'entrée en relation et la nature de l'opération envisagée.</i>	
<i>Se renseigner sur les ressources financières attestant de la solvabilité du client.</i>	

2. Identification de la clientèle : Un processus continu

a. Recueillir et collecter les informations : Pour les personnes morales

Les éléments d'informations à recueillir des personnes morales varient selon la nature juridique de celles-ci.

Néanmoins, l'ensemble ou certains des éléments d'identification ci-dessous doivent être consignés par l'assujetti:

- *La dénomination et/ou l'enseigne sociale;*
- *La forme juridique de la personnes morale;*
- *L'activité;*
- *L'adresse du siège social;*
- *Le numéro de l'identifiant fiscal;*
- *Le numéro d'immatriculation au registre du commerce de la personne morale et de ses établissements, le cas échéant, ainsi que le centre d'immatriculation.*

Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle



2. Identification de la clientèle : Un processus continu

a. Recueillir et collecter les informations : Pour les personnes morales

Documents complémentaires par catégories de personnes morales

Sociétés commerciales	Associations	Coopératives
<ul style="list-style-type: none">▪ Les statuts mis à jour;▪ La publicité légale relative à la création de la société et aux éventuelles modifications affectant ses statuts;▪ Les états de synthèse de l'exercice écoulé;▪ Les procès verbaux des délibérations des assemblées générales ou des associés ayant nommé les administrateurs ou les membres du conseil de surveillance ou les gérants;▪ Les noms des dirigeants et des mandataires.	<ul style="list-style-type: none">▪ Les statuts mis à jour;▪ Le récépissé définitif de dépôt légal du dossier juridique de l'association auprès des autorités administratives compétentes▪ Les procès verbaux de l'assemblée générale constitutive portant élection des membres du bureau, du président et la répartition des tâches au sein du bureau;▪ Les noms et prénoms des dirigeants, ceux de leurs parents et des mandataires.	<ul style="list-style-type: none">▪ L'acte constitutif;▪ Les actes portant nomination des représentants ou fixant les pouvoirs des différents organes de l'établissement;▪ Les noms et prénoms des dirigeants, ceux de leurs parents et des mandataires.

*Aspects pratiques de l'obligation
d'identification de la clientèle*



2. Identification de la clientèle : Un processus continu

a. Recueillir et collecter les informations : Pour les personnes morales

<i>Vérifications obligatoires</i>	<i>Porter une attention particulière en cas de:</i>
<i>Vérifier l'identité et les pouvoirs des personnes agissant pour le compte de la personne morale (à la lumière des énonciations figurants au niveau de l'extrait de l'inscription au registre du commerce, des statuts de la personne morale en question ou des procès verbaux des assemblées générales de ses organes délibérants).</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Eloignement géographique sans justification valable entre le lieu d'implantation du client et celui de l'assujetti ;</i>▪ <i>Retour injustifié de courrier.</i>
<i>Vérifier la réalité de l'adresse du siège social.</i>	
<i>S'assurer si l'activité réellement exercée est cohérente avec l'objet social.</i>	

2. Identification de la clientèle : Un processus continu

a. Recueillir et collecter les informations : Règles à observer

- *Examiner minutieusement les documents produits par le client pour s'assurer de leur régularité apparente et relever les anomalies éventuelles ;*
- *Apprécier le caractère non contradictoire des informations fournies par le client, notamment par rapport aux documents justificatifs ;*
- *Prendre en considération les informations déjà disponibles sur le client lors de toute nouvelle présentation de ce dernier pour la réalisation de nouvelles opérations.*



- *Ne jamais proposer de réponses préétablies au client ;*
- *Ne jamais s'abstenir de demander des informations au client et renseigner les champs y afférents de sa propre initiative ;*
- *Ne pas affecter systématiquement des mêmes justifications économiques à des opérations déterminées.*

2. Identification de la clientèle : Un processus continu

b. Consigner les informations recueillies ou collectées

*Caractéristiques de
l'information à consigner*

- *Les informations recueillies auprès du client doivent être exactes et exhaustives.*

*Modalités de transcription
de l'information*

- *La transcription des informations sur les clients dans les fiches signalétiques et les bases de données doit être littérale et complète; d'où l'**interdiction** d'utiliser des abréviations et des sigles.*

2. Identification de la clientèle : Un processus continu

c. Apporter une attention particulière



*Les services opérationnels doivent être vigilants par rapport à certains comportements « **anormaux** » du client, tels que :*

- *La réticence à fournir l'information ;*
- *La curiosité inexplicquée par rapport aux contrôles anti-blanchiment à réaliser, leur type, ainsi que leur finalité;*
- *La rupture de l'exécution de l'opération sans motif valable apparent.*

2. Identification de la clientèle : Un processus continu

d. Aviser la hiérarchie



Dès l'apparition d'un doute, les services opérationnels sont tenus d'aviser, **sans délai et oralement**, leur hiérarchie, tout en leur **communiquant tous les documents justificatifs** y afférents.

Le type d'information à communiquer à la hiérarchie peut concerner le client et/ou l'opération ainsi que l'élément déclencheur du doute.

Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle



2. Identification de la clientèle : Un processus continu



NB: Obligation générale de conservation des documents pour une durée minimale de 10 ans.

(Article 7 de la loi n° 43-05 et 35 et 36 de la Circulaire n° 2-G-2012 de Bank Al-Maghrib)

Quels documents conserver?	Objectif escompté
<p>Les documents comportant des informations sur les clients à compter de la date de la cessation de relation avec eux (en sus mandataires et des bénéficiaires effectifs).</p>	<p>Tous les justificatifs relatifs aux opérations effectuées avec la clientèle et ce, à compter de la date de leur exécution.</p>
<p>L'organisation de la conservation doit permettre de communiquer, dans les délais impartis, les informations demandées par les autorités habilités (UTRF, autorités d'application de la loi).</p>	

Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle



3. Implications résultant de la défaillance du processus d'identification de la clientèle



Les personnes assujetties qui manquent à leurs obligations prévues aux articles 3 à 6 et 7, peuvent être condamnés, sur la base de l'article 28 de la loi anti-blanchiment, à une sanction pécuniaire allant de 100.000 à 500.000 Dirhams, qui leur est infligée par Bank Al-Maghrib, en sa qualité d'autorité de supervision et de contrôle des établissements de crédit en matière de LBC/FT, conformément à l'article 13-1 de la loi précitée.

Exemple de cas pouvant impliquer un agent

- L'agent agissant intentionnellement et en connaissance de cause: celui-ci est impliqué, sachant qu'il connaît les règles et essaie de les contourner;
- L'agent donne des conseils et apporte un concours à une personne impliquée;
- L'agent est impliqué indirectement dans une opération de blanchiment de capitaux;
- L'agent commet une faute procédurale.



Aggravation de la sanction lorsque l'infraction de blanchiment de capitaux ou de financement du terrorisme est commise en utilisant les facilités que procure l'exercice d'une activité professionnelle

Merci pour votre attention



Aspects pratiques de l'obligation d'identification de la clientèle



2. Identification de la clientèle : Un processus continu

On entend par pièce d'identité l'un des trois types de documents ci-après :

- *la CNIE pour les nationaux ;*
- *la carte d'immatriculation ou de résidence pour les étrangers résidents.*



Quelles sont les informations à collecter directement de la pièce d'identité du client?

- *le nom et prénom exact du client ainsi que ceux de ses parents;*
- *la date et le lieu de naissance*
- *le numéro de la pièce d'identité, l'autorité d'émission et la durée de validité*
- *l'adresse exacte.*

Quels sont les autres informations à recueillir du client?

- *la profession;*
- *le numéro d'immatriculation au registre de commerce pour les personnes physiques ayant la qualité de commerçant ainsi que le centre d'immatriculation;*
- *le numéro de la patente, le cas échéant.*

