

# **Politique du Marketing**

**Septembre 2017**

## 1. COMMUNICATIONS MARKETING

---

### 1.1. Introduction

VPR Safe Financial Group Ltd (*ci-après dénommé la « LA SOCIETE»*) peut périodiquement mener des actions de promotion sur divers supports et notamment grâce à des vidéos, des bannières, des textes, actualités et sur tout autre support promotionnel sur Internet ou dans les médias traditionnels et notamment presse écrite, télévision, radio.

La conception et / ou le scénario, matériel de la communication au public, sont réalisés soit en interne par LA SOCIETE, soit par une tierce partie telle qu'une agence de publicité pour tout ou partie du matériel (ci-après dénommés "**LES DESIGNERS**").

### 1.2. Procédure

LA SOCIETE doit être à l'initiative de la création du matériel promotionnel en fonction de ses besoins marketing et donner des instructions AUX DESIGNERS pour la création du matériel.

Sur instruction de la direction de LA SOCIETE et en coordination avec le département marketing, l'agent de conformité en charge doit consulter LES DESIGNERS sur les caractéristiques spécifiques du matériel promotionnel qui doit, en tout temps, remplir les conditions suivantes :

- a) L'information sur les avantages doit être équivalente en tout point à l'information sur les risques et les deux informations doivent être présentées eu égard l'une de l'autre (même police, taille, caractère...);
- b) L'information promotionnelle ne doit contenir aucune déclaration absolue telle que par exemple. "*Tradez avec la plus grande Société*" à moins que ces déclarations puissent être vérifiées avec des preuves tangibles et les sources doivent être indiquées sur l'information promotionnel';
- c) Alternativement, l'information promotionnelle doit contenir une annotation ou un lien hypertexte (*dans le cas où ce matériel est une bannière Web*) justifiant les informations où les preuves de sauvegarde de la déclaration doivent être clairement présentées et clairement énoncées les conditions en (i) ci-dessous;

- d) L'information promotionnelle doit toujours être clair et non trompeur;
- e) L'information doit être précis et ne pas mettre l'accent sur les avantages potentiels d'une opération sans donner également un avertissement proportionnel, juste et visible de tous les risques engagés;
- f) Lorsque l'information promotionnelle prend la forme d'une bannière où s'il contient une invitation ou une sollicitation à trader des instruments financiers avec LA SOCIETE notamment, l'ouverture d'un compte, trader, l'investissement, la réception de primes ou avantages doit contenir à tout moment un avertissement du risque élevé comme suit : "*Le trading est risqué et peut engendrer la perte totale du capital investi*";
- g) Lorsque l'information promotionnel prend la forme d'une bannière où il contient une invitation ou une sollicitation à trader des produits à effet de levier (*Contrat pour la Différence - CFD*) et notamment, l'ouverture d'un compte, trader, investir ou la réception d'un bonus, doit toujours contenir un alerte concernant les risques élevés comme suit «*Le trading est risqué et peut engendrer la perdre totale de votre capital*»;
- h) L'information promotionnelle doit être suffisant et présenter d'une manière qui soit susceptible d'être comprise par le consommateur moyen auquel il s'adresse, ou par le consommateur moyen qui est susceptible de recevoir l'information;
- i) L'information ne doit pas contenir de jargon économique si ce jargon économique trompe ou est susceptible de tromper le consommateur moyen sur les risques et les inconvénients des services d'investissement et / ou de l'instrument financier promu par l'information;
- j) Lorsque l'information compare des services d'investissement ou des services auxiliaires, des instruments financiers ou des personnes fournissant des services d'investissement ou des services auxiliaires, les conditions cumulatives suivantes s'appliquent en tout temps:
  - La comparaison doit être significative et doit être présentée de manière juste et équilibrée ;
  - Les sources des informations utilisées pour la comparaison doivent être annotées ;
  - Les faits et hypothèses clés utilisés pour la comparaison doivent être présentés;

k) Lorsque l'information promotionnelle indique la performance passée d'un instrument financier ou d'un service d'investissement, les conditions suivantes s'appliquent en tout temps:

- L'indication ne doit pas être la caractéristique essentielle du matériel promotionnel,
- Les informations accompagnant l'indication doivent inclure une indication de performance couvrant les 5 (cinq) années précédentes ou la période complète sur laquelle l'instrument financier / service d'investissement a été fourni ou si l'instrument financier / service d'investissement a été offert pendant moins de 5 (cinq) ans. période pour laquelle l'instrument financier / service d'investissement a été fourni et, dans tous les cas, cette indication de performance doit être basée sur des périodes complètes de 12 (douze) mois,
- La période de référence et la source d'information doivent être clairement indiquées,
- L'indication doit contenir un avertissement visible que "*les chiffres se réfèrent à la performance passée et ne sont pas une indication des gains futurs*",
- Lorsque la comparaison repose sur des chiffres libellés dans une monnaie autre que celle de l'Espace Economique Européen dans lequel réside le CLIENT ou le CLIENT potentiel, la devise doit être clairement indiquée avec un avertissement que les rendements peuvent augmenter ou diminuer en raison des fluctuations monétaires ,
- Lorsque la comparaison est basée sur la performance brute, les effets de la commission, des frais ou de toute autre charge doivent être divulgués.

### 1.3. Adoption de l'information promotionnelle et procédure de contrôles

Lorsque la conception de l'information promotionnelle est achevée, le responsable du département de la publicité marketing transmet l'information par courrier électronique à l'agent la conformité de la SOCIETE en charge qui décide que l'information ne satisfait à aucune des conditions énoncées dans les points (a) à (k) doit rejeter l'information promotionnel et demander AUX DESIGNERS d'effectuer les changements nécessaires.

Lorsque l'agent de Conformité responsable est satisfait du matériel, il transmet l'information proposée au Directeur Général de la Société par courrier électronique pour approbation finale.

Lorsque le Directeur Général de la Société n'est pas convaincu que l'information remplit toutes les conditions des points (a) à (k), il doit retourner l'information électronique par courrier au responsable du département de la publicité marketing et au service conformité en indiquant les raisons pour lesquelles l'information n'est pas conforme aux normes et demander AUX DESIGNERS d'effectuer les changements nécessaires.

Lorsque le Directeur Général de la SOCIETE est convaincu que l'information remplit toutes les conditions énoncées aux points (a) à (k), il en informe le responsable du département de la publicité marketing par courrier électronique. Dans ce cas, le responsable du département de la publicité marketing doit procéder à l'enregistrement du matériel promotionnel sur une feuille de calcul (ci-après "LE **REGISTRE**") qui comprend les informations suivantes:

- Un numéro d'identification unique pour chaque matériel promotionnel enregistré;
- Le nom et la description du matériel et de la promotion pour laquelle l'information a été créée (*par exemple courriel, bannière, vidéo ou page web de destination*);
- Le nom du responsable du département de la publicité marketing qui a émis l'approbation initiale;
- La date à laquelle le responsable du département de la publicité marketing à donner son approbation initiale ;
- Le nom de l'agent de conformité qui a approuvé l'information promotionnel;
- La date à laquelle le responsable de conformité a approuvé l'information;
- La liste des domaines Web auxquels ce matériel est destiné.

## **VPR Safe Financial Group Ltd – Politique de Marketing**

Lors de l'enregistrement du matériel au REGISTRE, le responsable du département de la publicité marketing doit télécharger l'information promotionnelle sur une application Web. Cette application Web sera éditée de façon limitative à toutes les personnes de la SOCIETE et à tous les affiliés, parties sous-traitantes à la SOCIETE, à l'exception de la fonction de conformité de la Société.

Le responsable du département de la publicité marketing doit dans ce cas donner l'accès au responsable du département informatique au matériel promotionnel afin de procéder au téléchargement sur la page Web de la SOCIETE.

Le responsable du département informatique examinera les modalités techniques de téléchargement dudit matériel sur la page Web de LA SOCIETE et, s'il est satisfait d'un point de vue technique, procédera au téléchargement de ce matériel sur la page Web de la SOCIETE.

Suite à la publication dudit document, la SOCIETE surveille de façon continue ce matériel promotionnel.

Un agent de Conformité effectuera des révisions régulières des pages Web de la SOCIETE et des affiliés afin de s'assurer que l'information approuvée n'a pas été altérée de manière à compromettre le respect des points (a) à (k). Le cas échéant, l'agent de Conformité en charge doit avertir par courrier électronique le Directeur Général et la Haute Direction de LA SOCIETE, qui doit transmettre un avertissement à la partie responsable de la modification du matériel. Si ladite partie ne restaure pas immédiatement l'information promotionnelle dans son état d'origine, la direction de LA SOCIETE doit envisager des actions punitives contre cette partie.