



Moyens efficaces d'obtenir l'adhésion des acteurs du côté acheteur

10 juin 2021

Contexte

- ❖ L'adoption du Code par les acteurs du côté acheteur demeure problématique.
- ❖ En accord avec les conclusions de l'examen triennal du Code, la mise en oeuvre du Code sera le chantier prioritaire du GFXC.
- ❖ GFXC a accepté une partie des recommandations du BSOWG.
- ❖ Il est attendu des comités des changes qu'ils jouent un rôle de premier plan pour favoriser l'adoption du Code par les acteurs du côté acheteur.

Consultation concernant les meilleurs moyens d'obtenir l'adhésion des acteurs du côté acheteur

- ❖ Le BSOWG a réalisé un sondage afin de recueillir les avis sur l'efficacité des moyens qui permettraient d'obtenir l'adhésion des acteurs du côté acheteur.
- ❖ Le sondage a eu lieu en 2020 de mi-octobre à mi-novembre.
- ❖ Le sondage a été envoyé à 12 acteurs du côté acheteur qui sont a) des membres du secteur privé du BSOWG, ainsi que d'autres membres des comités des marchés des changes nationaux, et qui b) ont signé la déclaration d'engagement.
- ❖ Les participants représentaient des entités domiciliées en Australie, en Europe continentale, au Japon, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

Résultats de la consultation : approches descendantes ou ascendantes

- ❖ La plupart des participants ont souligné qu'il était nécessaire d'adopter des *approches descendantes* en conjonction avec des *approches ascendantes* pour obtenir de meilleurs résultats.
 - Une communication descendante est plus efficace dans les faits
- ❖ Trois stratégies descendantes :
 - Référence explicite au Code de la part des autorités de réglementation
 - Rôle accru des associations sectorielles et des comités des marchés des changes nationaux
 - Message ciblé des autorités auprès des acteurs du côté acheteur
- ❖ Trois stratégies ascendantes :
 - Enrichissement des supports de communication sur l'adoption du Code
 - Rôle des pairs
 - Soutien fonctionnel apporté

Résultats de la consultation : inciter les acteurs du côté acheteur

- ❖ Forte impression chez les acteurs du côté acheteur que le Code a été en grande partie écrit pour les acteurs du côté vendeur.
- ❖ Trois stratégies pour inciter les acteurs du côté acheteur à signer la déclaration d'engagement :
 - Faire un lien entre le Code et le programme mondial (ex. facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance, développement durable).
 - Envoyer une lettre de la part de la direction d'une autorité à des entités précises.
 - Quantifier les bénéfices associés à une adoption du Code et les rendre visibles.

Recommandations pour les comités de changes



Faire en sorte que le message provienne des autorités nationales



Faire en sorte que les associations sectorielles locales aient un rôle à jouer



Attention à la corrélation inversée entre la taille du groupe visé et l'efficacité des efforts pour obtenir l'adhésion.

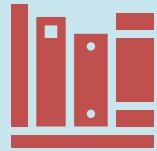


Nécessité de préciser le concept de « proportionnalité »



Comprendre les facteurs proprement nationaux

Recommandations pour le GFXC



Préparer des lignes directrices sur le concept de proportionnalité



Demander aux comités des marchés de changes de faire régulièrement le point sur les progrès de l'adhésion

Prochaines étapes

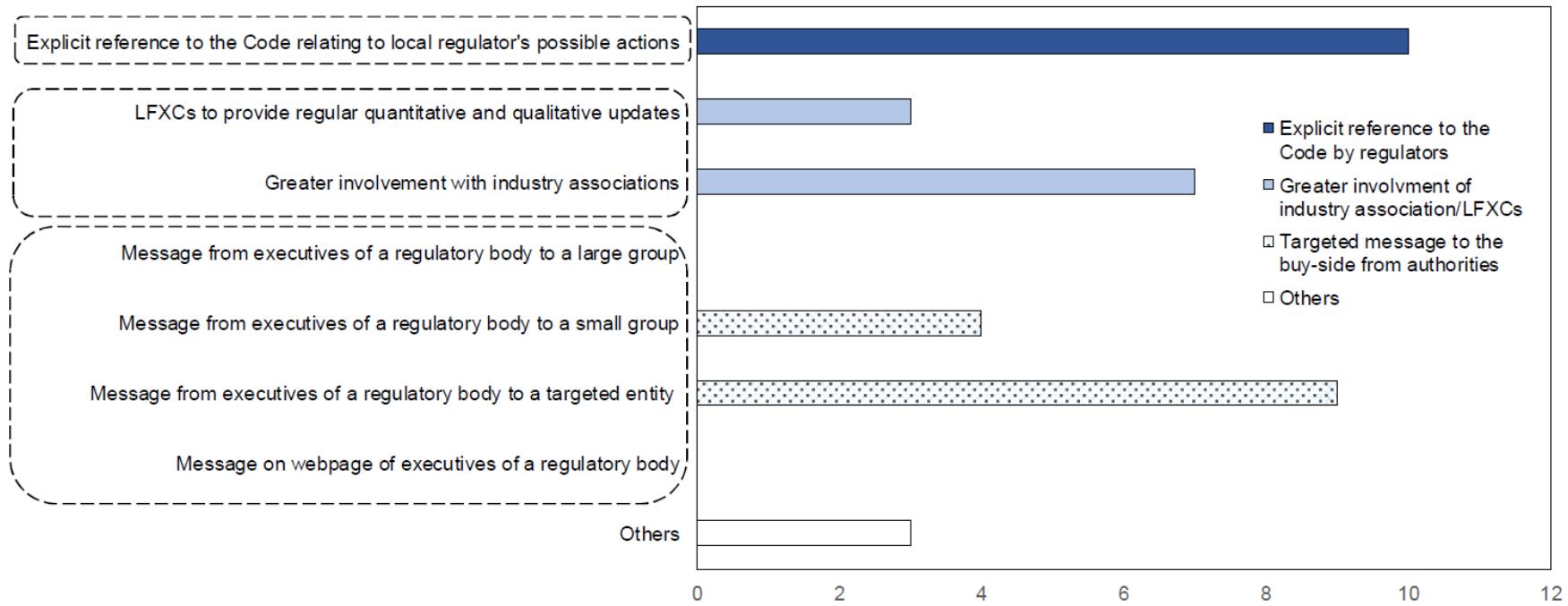
Sous-groupe chargé de la communication du CCMC

- Public visé?
- Associations sectorielles à identifier
- Rôle du CCMC?
- Rôle des courtiers?
- Rôle de la Banque du Canada?

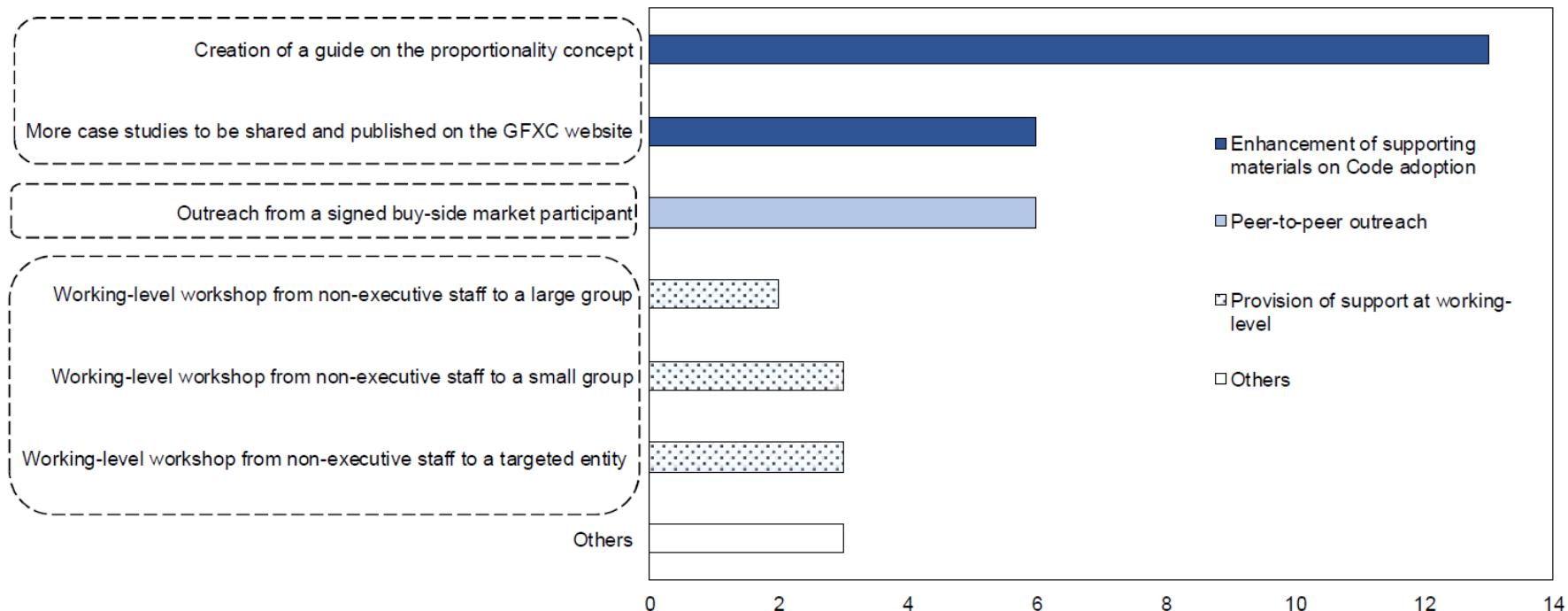


Annexe

Résultats du sondage : approches descendantes



Résultats du sondage : approches ascendantes



Résultats du sondage : création d'incitations

