



L'identification et la vérification de l'identité du client : en quoi cela consiste

La procédure d'identification et de vérification de l'identité du client semble être mise à mal. Une grande confusion règne et des obstructions en Comité A conduisent à une profusion de parenthèses dans l'Article 6 ; il existe un danger sérieux que l'OIN-3 voit cette arme essentielle de lutte contre le commerce illicite devenir largement inutile voire disparaisse purement et simplement.

L'ACC demande aux Parties de ne pas en arriver là. Nous soutenons fermement le principe que toutes les activités relevant de la filière du tabac fassent l'objet de procédures d'identification et de vérification de l'identité des clients impliqués par ces activités. Il est absolument inacceptable que l'industrie ait la possibilité de vendre ses produits à des clients douteux et se lavent alors les mains de toute responsabilité encourue de ce qui peut advenir.

L'ACC a la conviction que l'identification du client et la vérification de son identité constitue un devoir - et un coût – qui incombent non pas aux gouvernements ou à une agence d'Etat mais à l'industrie du tabac elle-même. Pour les gouvernements, les procédures d'identification du client et la vérification de son identité seraient cauchemardesques en raison de la charge administrative qu'elles représenteraient étant donné que des centaines de responsables gaspilleraient des milliers d'heures à contrôler des millions d'enregistrements. Par conséquent, toutes les activités impliquant la fabrication des produits du tabac, le matériel de fabrication utilisé dans la fabrication des produits du tabac, qu'il s'agisse de leur importation, de leur exportation, de leur négociation, ou de leur stockage devraient conduire à une identification et vérification de l'identité du client.

Ils devraient collecter des données clés, conserver des enregistrements et rendre compte de toutes les transactions qui leur laissent à penser qu'elles sont suspectes. Si les produits qu'ils ont fournis se retrouvent dans des circuits illicites, ils devront alors démontrer qu'ils ont mis en œuvre toutes les démarches raisonnables pour y mettre un terme.

Il est important de considérer que les obligations d'identification du client et de vérification de son identité sont des procédures adaptées et allant de soi, qui renforcent les autres dispositions de contrôle de la chaîne de production : licences, suivi et traçabilité, tenue des registres et autres dispositions de sécurité et de prévention. Réunies, ces mesures constituent un ensemble de moyens pour enrayer le commerce illicite. En supprimer ou en affaiblir certaines, conduit à mettre à mal l'ensemble de ces dispositions.

Certaines Parties font croire que l'identification du client et la vérification de son identité ne sont pas applicables. Mais elles le sont. La menace est évidente. Les gouvernements devraient indiquer à leur industrie : si nous saisissons vos produits ou ceux de vos clients là où ils ne sont pas censés être, vos registres ont intérêt à prouver vos démarches en matière d'identification du client et de vérification de son identité. Si tel n'est pas le cas, alors votre licence sera mise en cause.

Il existe de nombreuses législations faisant référence à ces procédures d'identification et de vérification, de l'armement au commerce en passant par les finances. Les mesures d'identification et de vérification sont des dispositions qui ont fait leurs preuves en particulier dans le domaine des produits et des activités sensibles.

Le message de l'ACC aux Parties est simple. Ne soyez pas gênés par cette idée simple mais essentielle : c'est à l'industrie elle-même de mener à bien ces procédures d'identification et de vérification de l'identité des clients. S'ils échouent à les mener à bien, retirez leur leur licence ou infligez leur des amendes. Ne laissez pas l'Article 6 être grignoté par ces termes pernicioeux comme « devrait » à la place de « doit » ; « lorsque c'est approprié », « devrait considérer » ou toute autre formulation que les négociateurs utilisent habituellement lorsqu'ils essaient d'éviter de s'impliquer sans oser l'avouer.

L'identification du client et la vérification de son identité constituent un enjeu majeur. S'il vous plaît, ne manquez pas la chance qui nous est donnée de les mettre en pratique.