

Paris, le 18 mai 2011

L'Autorité des marchés financiers et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité signent une convention pour renforcer la régulation des publicités sur les produits financiers

Jean-Pierre Jouyet, président de l'Autorité des marchés financiers (AMF), et Dominique Baudis, président de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), ont signé aujourd'hui [la convention](#) qui organise les relations des deux autorités en matière de régulation de la publicité sur les produits financiers.

Face au développement de certaines publicités douteuses, notamment sur internet, il était nécessaire de joindre les expertises des deux autorités pour renforcer et diffuser les bonnes pratiques auprès des professionnels concernés.

L'AMF et l'ARPP, qui partagent le même engagement en faveur d'une publicité loyale et non trompeuse, ont donc décidé de signer une convention qui prévoit :

- les modalités d'échange d'informations entre les deux Autorités ;
- l'organisation de manifestations publiques communes ;
- une coopération entre les deux autorités dans le cadre de leurs travaux respectifs ;
- la possibilité pour l'AMF de saisir le Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP.

Dominique Baudis a déclaré lors de la cérémonie de signature que « *cette convention concrétise et démontre l'engagement historique de l'ARPP, aux côtés de ses adhérents (annonceurs, agences, médias), en faveur d'une communication loyale, véridique et saine, également aussi pour le secteur des produits financiers. Très prochainement, une fiche de doctrine sur la publicité de produits financiers complexes et à effet de levier sera publiée par l'ARPP ; prélude à l'élaboration par ses adhérents d'une Recommandation déontologique plus générale visant ce thème, après avis des associations et des professionnels réunis au sein du Conseil Paritaire de la Publicité (CPP), instance associée de l'ARPP* ».

Jean-Pierre Jouyet a ajouté que « *la signature de cette convention marque un tournant important dans notre action quotidienne de protection de l'épargne. On le sait, les publicités sont un facteur non négligeable dans la prise de décision d'investir. Nous espérons voir disparaître rapidement les publicités qui vantent des placements financiers permettant de s'enrichir sans risque et sans effort. Elles sont d'autant plus dommageables qu'elles bénéficient souvent de l'image de sérieux des médias dans lesquels elles sont publiées.* »