

Secrétaire Général

Directeur Général

Paris, le 8 décembre 2014

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de la Convention de partenariat signée entre l'Autorité des marchés financiers (AMF) et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), le 18 mai 2011, nous souhaitons attirer votre attention sur la communication publicitaire en faveur de deux types de produits, à savoir ceux à effet de levier permettant de s'exposer notamment sur le Forex, les indices boursiers, ou encore les matières premières ainsi que les options binaires.

En effet, ces produits présentent un risque de perte important pour les personnes qui les utilisent, pouvant être significativement supérieur au capital investi.

Dans le cadre du dispositif de régulation professionnelle concertée, l'interprofession publicitaire (annonceurs, agences, supports) a élaboré, au sein de l'ARPP, des règles déontologiques spécifiques sur la publicité de ces produits.

Elle a, plus précisément, consacré l'Annexe 1 de la Recommandation intitulée « **Publicité des produits financiers et d'investissements et services liés** » à ces produits et aux services qui leur sont liés (par exemple des guides ou des cours pour devenir *trader*).

Cette **Annexe 1 de la Recommandation ARPP**, que nous vous adressons en pièce jointe, s'applique quel que soit le support de diffusion utilisé.

Elle met, notamment, l'accent sur la nécessité de mettre en avant, dans la publicité, le risque de perte liée à l'effet de levier (équilibre du message), de ne pas créer d'analogie avec les jeux d'argent ou encore de ne pas communiquer une promesse de résultats.

L'interprofession a confié à notre organisme le soin de veiller à la bonne application de ces règles déontologiques par les professionnels pour, à la fois, préserver la confiance du public dans la publicité et contribuer à la liberté d'expression publicitaire dans le cadre d'une **communication responsable et respectueuse des consommateurs**.

L'Autorité des marchés financiers (AMF), dont la mission essentielle est d'assurer la protection de l'épargne investie en produits financiers, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés, a un travail de veille en faveur d'une **publicité claire, exacte et non trompeuse sur les produits financiers** soumis à sa supervision et à son contrôle.

Conformément à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, les personnes physiques disposent d'un droit d'accès et de rectification aux données personnelles les concernant. Ce droit peut être exercé auprès du Secrétaire général.

AMF 17 place de la Bourse - 75082 Paris Cedex 2 - tél +33 (0)1 53 45 60 00 - fax +33 (0)1 53 45 64 00 - [www.amf.france.org](http://www.amf.france.org)  
ARPP 23 rue Auguste Vacquerie - F-75116 Paris - tél + 33 (0)1 40 15 15 40 - fax : + 33 (0)1 40 15 15 41 - [www.arpp-pub.org](http://www.arpp-pub.org)

Pour la publicité de ces produits, l'AMF comme l'ARPP restent vigilants du fait que ces produits qui peuvent être complexes, sont particulièrement risqués et que la communication n'est plus réservée exclusivement aux professionnels mais accessible au grand public beaucoup moins averti.

C'est dans ce contexte, et conformément à la Convention de partenariat précitée<sup>1</sup>, que l'ARPP et l'AMF ont décidé de joindre leur expertise pour diffuser ces bonnes pratiques auprès des professionnels concernés et de vous sensibiliser sur le sujet par la présente afin que tous respectent les règles spécifiques pour ces produits relevant de la Recommandation de l'ARPP.

En outre, nous vous rappelons que certains acteurs ne sont pas autorisés à exercer en France et s'exposent à des sanctions de nature pénale s'ils proposent leurs services en France. Ces acteurs ne sont pas tenus de respecter les règles élémentaires de protection des investisseurs, de bonne information ou de traitement des réclamations et toute communication sur les produits et services proposés par ces derniers est interdite.

L'AMF publie<sup>2</sup>, en ce sens une liste, mise à jour régulièrement, des sites Internet et entités proposant en France, sans y être autorisés, des investissements sur le marché des changes non régulé (Forex) avec l'ACPR (Autorité de contrôle prudentiel et de résolution)<sup>3</sup>, ainsi qu'une liste de ceux proposant du *trading* d'options binaires, toujours sans y être autorisés.

Notre démarche doit être appréciée à sa juste valeur. Elle s'inscrit dans le cadre de nos missions respectives en faveur de bonnes pratiques pour la communication sur ces produits, une communication qui doit se réaliser de manière responsable par la diffusion de publicités émanant d'acteurs autorisés et dont le contenu doit concilier la libre expression publicitaire et la protection des consommateurs, de tous les publics face à ces produits particulièrement risqués et souvent complexes.

En restant à votre disposition pour toutes précisions que vous souhaiteriez, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.



**Benoît de Juvigny**  
Secrétaire Général  
Autorité des Marchés Financiers



**Stéphane Martin**  
Directeur Général  
Autorité de Régulation  
Professionnelle de la Publicité

<sup>1</sup> Cf. l'article 4 « Si l'ARPP décide de la solliciter, l'AMF peut apporter son expertise en faveur d'une publicité « claire, exacte et non trompeuse » sur les produits financiers soumis à sa supervision et son contrôle dans l'objectif de dégager les bonnes pratiques existantes et recommander leur application à l'ensemble des adhérents de l'ARPP. »

<sup>2</sup> <http://www.amf-france.org/Epargne-Info-Service/Mise-en-garde/Par-date.html>

<sup>3</sup> <https://www.regafi.fr/spip.php?rubrique1>

## **A propos de l'ARPP**

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces (OCA), puis de 1953 à 2008 en s'élargissant aux autres médias existants et en devenant, en prenant la dénomination de Bureau de Vérification de la Publicité (BVP), l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) est l'organisation française d'autodiscipline publicitaire.

Présidée par une 'Haute personnalité indépendante', M. François d'Aubert depuis le 4 novembre 2011, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences conseils, les médias et supports publicitaires.

Entièrement financée par ses adhérents (environ 615 entreprises cotisantes et plus de 700 entreprises adhérentes), qui édictent leurs règles déontologiques, l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs par une publicité « loyale, véridique et saine ».

Pour ce faire, l'ARPP a structuré autour de son Conseil d'administration représentant les trois professions, trois instances associées en amont et en aval de la déontologie publicitaire :

- le **Conseil de l'Éthique Publicitaire (CEP)**, présidé par Dominique Wolton depuis 2005, anticipe et pense les questions éthiques en publicité ; le Président de l'ARPP est statutairement le vice-président du CEP ;
- le **Conseil Paritaire de la Publicité (CPP)**, obligatoirement présidé par un représentant du Collège des associations de consommateurs ou environnementales (Michel Bonnet, Familles de France, depuis septembre 2008), est le lieu d'expression et de concertation des associations sur le contenu des règles de la publicité ;
- le **Jury de Déontologie Publicitaire (JDP)**, présidé par Valérie Michel-Amsellem (Cour d'Appel de Paris), juge de toute plainte sur le non respect par une publicité diffusée des règles déontologiques.

20 salariés, dont une dizaine de juristes conseil qui délivrent chaque jour 140 conseils tous médias et avis TV avant diffusion, contribuent à faire vivre concrètement la déontologie publicitaire auprès des membres de l'ARPP.

## **A propos de l'AMF**

Autorité publique indépendante, l'AMF est chargée de veiller à la protection de l'épargne investie en produits financiers, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés. Visitez notre site [www.amf-france.org](http://www.amf-france.org).

Conformément à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, les personnes physiques disposent d'un droit d'accès et de rectification aux données personnelles les concernant. Ce droit peut être exercé auprès du Secrétaire général.

AMF 17 place de la Bourse - 75082 Paris Cedex 2 - tél. +33 (0)1 53 45 60 00 - fax +33 (0)1 53 45 61 00 - [www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)  
ARPP 23 rue Auguste Vacquerie - F-75116 Paris - tél. + 33 (0)1 40 15 15 40 - fax :+ 33 (0)1 40 15 15 41 - [www.arpp-publicite.org](http://www.arpp-publicite.org)