



autorité de
régulation professionnel
de la publicité

**CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE
L'AUTORITÉ DE CONTRÔLE PRUDENTIEL ET DE RÉOLUTION
ET L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ**

Entre les soussignées :

L'AUTORITÉ DE CONTRÔLE PRUDENTIEL ET DE RÉOLUTION, ci-après « l'ACPR »,
située 4, place de Budapest – 75436 Paris Cedex 09,
représentée par Madame Nathalie Aufauvre, sa Secrétaire générale ;

et,

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ, ci-après « l'ARPP »,
située 23, rue Auguste Vacquerie – 75116 Paris
représentée par Madame Christine Albanel, sa Présidente ;

désignées conjointement les « Autorités »

Préambule

L'ACPR est notamment en charge de veiller à la protection de la clientèle des professionnels soumis à son contrôle, dans les conditions prévues aux articles L. 612-1 et suivants du code monétaire et financier. La surveillance des publicités s'inscrit dans le cadre de cette mission.

Organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, l'ARPP a pour mission de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité. La régulation professionnelle de la publicité est ouverte à la société civile et aux consommateurs, pour l'élaboration des règles et le contrôle de leur application.

Les Autorités poursuivent un objectif commun de diffusion d'une publicité claire, exacte et non trompeuse. En effet, les communications publicitaires constituent la première étape de la relation entre un professionnel et sa clientèle et sont, à ce titre, déterminantes pour la souscription ultérieure de produits ou services.

Article 1 : Objet et champ d'application de la convention

Les Autorités conviennent qu'une coopération portant sur les publicités diffusées par les entités relevant de la compétence de l'ACPR au titre de l'article L. 612-2 du code monétaire et financier sera bénéfique pour la régulation de ces publicités et aura pour effet de renforcer la protection de la clientèle.

La présente convention a pour objet de formaliser le cadre de ce partenariat et définit à ce titre les modalités de cette collaboration.

Il est précisé que cette convention est une déclaration d'intention des Autorités qui ne crée ni droits opposables, ni obligations juridiquement contraignantes pour celles-ci. Elle n'ajoute ni ne retranche aucune compétence, ni aucun pouvoir, aux Autorités : toute décision demeure prise uniquement par l'ACPR ou par l'ARPP, notamment s'agissant des suites qui pourraient être décidées par l'une ou l'autre des Autorités au sujet de certaines publicités.

Article 2 : Modalités de l'échange d'informations entre l'ACPR et l'ARPP

Les services des Autorités peuvent échanger toute information utile recueillie notamment à l'occasion de leur activité de veille et de surveillance des publicités entrant dans le champ d'application de la présente convention.

Elles peuvent partager leurs expertises respectives, échanger, dans le respect du champ d'application de la présente convention, sur la publicité en général ou concernant certains types de produits ou services et, s'il y a lieu, discuter de certaines publicités en particulier.

Ainsi les Autorités peuvent évoquer aussi bien des publicités qui pourraient servir d'exemples de bonnes pratiques que des communications ayant appelé une intervention de leur part ou sur lesquelles l'une d'entre elles s'interroge.

Ces échanges d'informations se font dans la limite du respect de la confidentialité et des règles de secret professionnel respectivement applicables à chacune des Autorités.

Article 3 : Actions de communication communes

Sur des sujets d'intérêt commun, les Autorités peuvent se coordonner pour mener ensemble des actions en matière de protection de la clientèle. Elles peuvent notamment organiser des manifestations (ateliers, conférences, sessions d'information ou de formation...) ou diffuser des communiqués communs ayant pour objectifs :

- De promouvoir et de valoriser leur engagement dans ce domaine ;
- D'informer sur la réglementation (en vigueur ou à venir) et/ou sur les recommandations en matière publicitaire.

Article 4 : Contributions de l'ACPR aux travaux de l'ARPP

Si l'ARPP décide de la solliciter, l'ACPR peut, dans le respect du champ d'application de la présente convention, apporter son expertise en faveur d'une publicité « claire, exacte et non trompeuse » dans l'objectif :

- D'élaborer des recommandations permettant aux professionnels des secteurs de la banque et de l'assurance d'adapter leurs communications commerciales à des bonnes pratiques partagées ;
- D'éventuellement mettre à jour ses recommandations, et particulièrement celles intitulées « Produits et services financiers d'investissement » et « Crypto-actifs » élaborées au sein de l'ARPP par les professionnels concernés adhérents (annonceurs, agences, régies, supports publicitaires, plateformes numériques, membres correspondants comme les organisations professionnelles) et validées par le conseil d'administration de l'ARPP qui comprend quatre collèges représentant, respectivement, les annonceurs, les agences, les médias et la société civile ;
- De contribuer, pour ce faire, aux travaux du Conseil Paritaire de la Publicité – qui réunit statutairement des représentants des associations (de consommateurs,

environnementales et sociétales) et des professionnels, préalablement à toute création ou mise à jour d'une recommandation du Code de l'ARPP ;

- De dégager les bonnes pratiques existantes et de recommander leur application à l'ensemble des adhérents de l'ARPP.

Article 5 : Contributions de l'ARPP aux travaux de l'ACPR

Les services de l'ACPR peuvent solliciter l'ARPP pour toute question portant sur la publicité et les règles qui l'entourent, notamment dans le cadre de l'élaboration de recommandations de bonnes pratiques concernant la publicité.

À la demande du Président de la Commission consultative Pratiques commerciales de l'ACPR, l'ARPP peut apporter son expertise dans le domaine publicitaire et alimenter les réflexions de cette commission en la matière.

Article 6 : Saisine possible par l'ACPR du Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP

L'ACPR peut saisir le Jury de Déontologie Publicitaire, instance associée à l'ARPP, de toute publicité ne lui paraissant pas conforme aux règles déontologiques visées dans son règlement intérieur.

Le Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP prend ses avis en toute indépendance.

L'avis du Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP ne préjuge pas de la suite que l'ACPR entendra donner au dossier qu'elle lui aura soumis.

Article 7 : Durée de la convention

La présente convention a une durée d'un an et est renouvelable par tacite reconduction. Chacune des Autorités peut y mettre fin à tout moment.

Article 8 : Entrée en vigueur de la convention et modifications de la convention

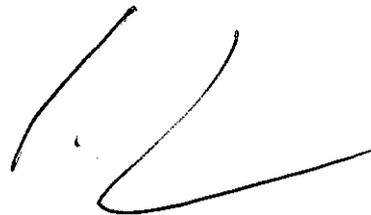
La présente convention entre en vigueur à la date de la signature.

La présente convention peut être modifiée en tant que de besoin à la demande de l'ACPR ou de l'ARPP, si chacune des parties y consent.

Fait à Paris, le 27 juin 2025



Pour l'ACPR
Madame Nathalie Aufauvre
La Secrétaire générale



Pour l'ARPP
Madame Christine Albanel
La Présidente