

Paris, le 10 janvier 2017

Une étape majeure pour la protection des épargnants : l'AMF détaille le mécanisme d'interdiction de la publicité des produits les plus risqués

L'AMF est fortement mobilisée depuis plusieurs années afin de dénoncer le danger pour les particuliers des produits hautement spéculatifs tels que le trading sur le Forex ou les options binaires. Au-delà des appels à une prise de conscience du public à travers des actions de sensibilisation, le régulateur a initié et salué la mesure inscrite dans la loi dite Sapin II¹ visant à interdire la publicité par voie électronique de certains produits. Véritable avancée pour la protection du consommateur, la disposition se voit aujourd'hui détaillée.

Une mesure phare pour un enjeu d'intérêt général

A la faveur d'un contexte de crise et d'une large diffusion sur Internet, le grand public est massivement touché depuis plusieurs années par des offres pour miser sur le Forex ou trader via des options binaires. L'AMF alerte régulièrement du danger de ce phénomène, dont le bilan chiffré des pertes engendrées est sans appel. Principalement relayées par des publicités diffusées sur des sites internet à forte audience, ces offres vantent des promesses irréalistes de rendement et déploient des techniques commerciales redoutables. Par ailleurs, derrière ces accroches, opèrent souvent des sociétés aux pratiques douteuses, voire illégales. Les impacts sont considérables : au-delà des pertes causées par des prestataires non autorisés, une étude AMF a démontré le caractère intrinsèquement dangereux du trading très spéculatif pour les particuliers : les clients des principaux prestataires autorisés par des régulateurs sérieux ont enregistré 175 millions d'euros de pertes contre 13 millions de gains sur 4 ans et 90% d'entre eux sont perdants².

Afin de limiter l'accès des particuliers à ces outils très spéculatifs, le régulateur s'est emparé de tous les moyens à sa disposition et a notamment proposé qu'une disposition législative donne la capacité juridique d'interdire la publicité sur ces produits.

Inscrite dans la loi dite Sapin II, cette mesure d'encadrement des communications à caractère promotionnel sur les contrats hautement spéculatifs et risqués est instaurée.

Un mécanisme visant à encadrer l'ensemble des acteurs de la chaîne publicitaire

Ce nouveau dispositif légal relève de la compétence partagée de l'AMF et de la DGCCRF. A ce titre, le Code monétaire et financier et le Code de la consommation sont modifiés. Le périmètre de l'interdiction est le suivant : la publicité directe ou indirecte, par voie électronique susceptible de toucher des investisseurs particuliers et portant sur des contrats financiers considérés comme spéculatifs et risqués.

¹ Loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique.

² Source : **étude AMF – octobre 2014** sur les performances de 14 799 investisseurs particuliers actifs, clients de prestataires de services agréés, et portant sur une période de 4 ans, allant de 2009 à 2012.

À 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



Suivez-nous sur Twitter
et sur notre chaîne Youtube

L'AMF a lancé le 1er août 2016 une consultation publique afin que les parties prenantes puissent réagir quant au projet de modification du règlement général qui doit être faite pour l'application de la nouvelle loi. Clôturée le 30 septembre, cette consultation a été mobilisatrice et a généré 208 réponses d'entreprises, d'associations et de particuliers.

Bénéficiant d'un soutien de la part des associations de consommateurs, la proposition a fait l'objet de demandes de modification et de clarification. Après l'étude et la prise en compte de ces retours, le règlement général de l'AMF se voit modifié et définit les catégories de contrats financiers visés par ce dispositif, à savoir :

- Les options binaires ;
- Les CFD (contract for difference) ;
- Les contrats financiers sur devises.

En pratique, l'ensemble des parties prenantes, comme les prestataires de services d'investissement proposant ces contrats ainsi que tous les acteurs de la chaîne publicitaire (agences d'achats d'espace, acheteur d'espace publicitaire, support ou régie, diffuseur d'une publicité, etc.) sera concerné. La détection des publicités interdites reposera sur une veille active des services de l'Autorité des marchés financiers, tandis que la DGCCRF et l'AMF pourront, selon leurs compétences respectives, sanctionner les acteurs concernés.

La publicité sur internet représente le mode de recrutement massif des particuliers : cette mesure marque une étape essentielle en matière de protection des épargnants en France. Parallèlement, l'AMF entend poursuivre l'ensemble de ses initiatives pour lutter contre ce phénomène :

- **Veille et publication des listes noires des sites Forex et options binaires non autorisés ;**
- **Accueil téléphonique pour les épargnants à travers la plateforme Epargne Info Services (01 53 45 62 00) ;**
- **Actions en justice pour obtenir le blocage de l'accès aux sites illégaux ;**
- **Investigations auprès d'entités agréées et de sites non régulés ;**
- **Actions auprès du régulateur chypriote pour développer les contrôles et sanctions des sociétés agréées dans cet Etat ;**
- **Activation de l'article 62 de la directive MIF³ pour interdire l'exercice en France de sites agréés dans l'Union européenne mais ne respectant pas la législation applicable.**

Enfin, convaincue que la prévention et la communication demeurent les modes les plus efficaces pour protéger les particuliers, l'AMF rappelle : la promesse d'un gain facile et sans risque est un leurre absolu.

³ Directive 2004/39/CE du 21 avril 2004 concernant les marchés d'instruments financiers.