

Rappel sur les communications à caractère publicitaire

Les CIF doivent se conformer aux dispositions de l'article L. 541-8-1 8° du Code monétaire et financier selon lequel « les informations, y compris les communications à caractère promotionnel, adressées à leurs clients, notamment leurs clients potentiels, présentent un contenu exact, clair et non trompeur. Les communications à caractère promotionnel sont clairement identifiables en tant que telles. »

Il est précisé que les autorités de régulation peuvent avoir une vision large de la notion de publicité. Ainsi, un article « publidédactionnel » dans un quotidien peut être qualifié de publicité par l'AMF, et être, en conséquence, soumis aux dispositions rappelées ici.

Conformément aux dispositions des articles 325-12 I et II, 325-9 et 325-5 du RG AMF, les communications à caractère promotionnel que le CIF fournit au client doit avoir un contenu conforme aux éléments suivants :

Données	Exigences réglementaires	Avertissement
Présentation des risques	La communication doit se référer à tout risque pertinent si elle évoque un avantage potentiel d'un service d'investissement ou d'un instrument financier. Les mentions relatives aux risques sont de police d'une taille au moins égale à celle dans le reste du document et la mise en page met cette mention en évidence (encadrement, caractère gras, surlignement). Les mentions relatives aux risques sont compréhensibles pour le membre moyen du groupe auquel elles s'adressent ou auquel il est probable qu'elles parviennent (pas de mention trop technique pour un investisseur non professionnel). Les mentions sont suffisantes et ne travestissent, ne minimisent, ni n'ocultent des éléments, déclarations ou avertissements importants.	
Publicités comparatives	La comparaison est pertinente et présentée de manière correcte et équilibrée.	

	Les sources d'information utilisées pour cette comparaison sont précisées. Les principaux faits et hypothèses utilisés pour la comparaison sont mentionnés.	
Indication des performances passées	L'indication des performances passées ne constitue pas l'élément principal des informations communiquées. Les informations couvrent les performances de 5 dernières années ou de toute la période depuis que le produit existe si cette période est inférieure à cinq ans, ou, au choix du CIF, ou une période plus longue, et sur des tranches complètes de douze mois. La période de référence et la source des données sont clairement indiquées Indication de la monnaie lorsqu'il ne s'agit pas de l'euro. Lorsque l'indication porte sur les performances brutes, il précise l'effet des commissions, des honoraires et des autres frais.	« Les chiffres cités ont trait aux années écoulées. Les performances passées ne sont pas un indicateur fiable des résultats futurs »
Simulations de performances passées	La simulation des performances passées prend pour base les performances passées réelles d'un ou de plusieurs instruments financiers ou indices financiers qui sont similaires, essentiellement identiques ou sous-jacents à l'instrument financier concerné.	« Les chiffres cités ont trait aux années écoulées. Les performances passées ne sont pas un indicateur fiable des résultats futurs. »
Simulations de performances futures	Les performances futures ne se fondent pas sur des simulations de performances passées et n'y font pas référence. Elles reposent sur des hypothèses raisonnables fondées sur des données objectives. Lorsqu'elles portent sur les performances brutes, elles précisent l'effet des commissions, honoraires et autres frais. Elles se fondent sur des scénarios de performances dans différentes conditions de marché, tant négatifs que positifs, et reflètent la nature et les risques des types	« De telles prévisions ne constituent pas un indicateur fiable quant aux performances futures. »

	spécifiques d'instruments ou opérations inclus dans l'analyse.	
Traitement fiscal	Lorsque les informations font référence à un traitement fiscal particulier, elles indiquent de façon bien visible que le traitement fiscal dépend de la situation individuelle de chaque client et qu'il est susceptible d'être modifié ultérieurement.	« Le traitement fiscal dépend de la situation individuelle de chaque client et qu'il est susceptible d'être modifié ultérieurement. »
Référence AMF/ACPR	L'information n'utilise aucun nom d'autorité compétente d'une manière qui puisse indiquer ou laisser entendre que cette autorité approuve ou cautionne les produits ou services conseillés.	

Si les communications à caractère promotionnel que lui fournissent les producteurs ne lui paraissent pas correspondre à ces exigences, le CIF les communique pas au client. Il demande aux producteurs de bien vouloir procéder aux modifications nécessaires ou peut y procéder lui-même les conventions de distribution l'y autorisent.

Il est précisé que :

- Le CIF n'est pas tenu de respecter les règles du démarchage bancaire et financier, lorsqu'il émet de la publicité (puisqu'il ne prend pas contact avec une personne déterminée).
- Le CIF doit être attentif au fait de ne pas participer à une offre au public de titres financiers (i) s'il communique sur un produit financier en particulier, (ii) en présentant une information suffisante sur les conditions de l'offre et sur ledit produit financier, (iii) de manière à mettre un investisseur en mesure de décider d'acheter ou souscrire audit produit.