

## Le programme de travail AMF-ARPP 2022-23

Compte tenu des enjeux liés à l'évolution rapide des textes du secteur financier, mais aussi à la transformation des modes de publicité avec l'apparition de nouveaux acteurs et de nouvelles approches de communication, l'ARPP et l'AMF souhaitent se fixer un programme de travail qui s'étalera sur les années 2022 et 2023 dans le cadre de leur collaboration telle que prévue dans leur convention de partenariat signée le 18 mai 2011.

### 1. Mise à jour des Recommandations de l'ARPP

L'ARPP s'est dotée de diverses Recommandations qui s'appliquent à la publicité du secteur financier. Ces Recommandations sont construites en prenant en compte le droit positif. Or, depuis la réforme importante qui a eu lieu en 2016 avec la loi Sapin 2, de nombreuses initiatives et évolutions sont intervenues soit au niveau européen, soit au niveau national. Ainsi, la loi PACTE a notamment créé la notion d'actifs numériques et celui de prestataire de services sur actifs numériques, elle a amendé et complété certains textes préexistants par exemple sur les biens divers. La Commission européenne a défini son Plan sur la Finance durable et un certain nombre de textes ont vu le jour ou le verront dans les prochains 18 mois (Taxonomie, SFDR, évolutions de MIF par ex), l'AMF pour éviter les risques de *greenwashing* a fait évoluer sa doctrine sur la communication promotionnelle des fonds d'investissement (doctrine 2020-03). La présence de plus en plus visible d'influenceurs agissant pour le secteur financier a conduit l'ESMA à préciser l'application de certaines réglementations (Abus de marché par exemple).

Sur la période de cet avenant, il est envisagé de mettre à jour les Recommandations suivantes :

- la Recommandation générale sur les communications portant sur des produits et services financiers et d'investissement,
- la Recommandation spécifique aux communications sur les produits et contrats financiers à effet de levier (Forex, option binaire),
- la Recommandation spécifique aux communications sur les placements dits atypiques et services liés.

Il apparaît utile d'envisager la création d'une Recommandation relative aux communications sur les actifs numériques et offres de jetons et de rappeler, dans les Recommandations concernées, les dispositions applicables à la communication en matière de finance durable.

Il s'agit notamment pour l'AMF de :

- fournir les références des textes utiles et de fournir son expertise sur le fond et la forme des textes.

Il s'agit notamment pour l'ARPP, après l'avis obligatoire qui sera rendu par le Conseil Paritaire de la Publicité :

- d'étudier l'opportunité de la mise à jour ou de la création des Recommandations sus-mentionnées,
- de rédiger ces textes modifiés ou nouveaux si jugé opportun.

## **2. Communication d'influenceurs**

L'ARPP a créé en 2021 un Observatoire de l'Influence Responsable qui lui permet de véhiculer les bonnes pratiques en matière de marketing d'influence. A ce jour, il ne couvre pas le secteur financier. Or, l'ARPP souhaiterait avoir une vision complète des secteurs de la consommation, y compris la vente de services et produits financiers et d'investissement qui est un sujet sensible compte tenu des risques pour le consommateur dans ce domaine

Compte tenu de l'évolution des pratiques dans le secteur financier, l'ARPP souhaite bénéficier de l'expertise de l'AMF pour parfaire son analyse des communications dudit secteur.

L'AMF constatant de nouvelles pratiques promotionnelles fondées sur l'influence et observant l'arrivée de nouveaux acteurs en cours de professionnalisation, les influenceurs, souhaite pour sa part, observer les grandes tendances liées à la montée de l'influence dans la commercialisation de services ou produits financiers et d'investissement. Par ailleurs, elle souhaite suivre les pratiques des acteurs sur des activités émergentes.

Il s'agira dans le cadre de cette convention pour l'AMF, notamment de :

- fournir sa connaissance du secteur financier, des services et des produits financiers et d'investissement mais aussi des actifs numériques et des prestataires sur actifs numériques.

Il s'agira pour l'ARPP, notamment de :

- partager avec l'AMF les résultats de son analyse des communications grâce à l'outil qu'elle mobilise dans le cadre de son Observatoire de l'influence responsable afin d'identifier les tendances générales ou spécifiques sur les produits.

Une période d'expérimentation sera menée en 2022, un bilan en sera tiré avant de confirmer les orientations en 2023.

## **3. Certificat de l'Influence Responsable**

Après le lancement de son Observatoire de l'Influence responsable en 2021, par l'ARPP, les premiers constats ont montré le manque de transparence de la part des influenceurs sur la collaboration commerciale dans plus d'un contenu sur quatre.

Souhaitant encourager de meilleures pratiques, l'ARPP a créé un certificat de l'influence responsable. Il s'adresse aux influenceurs soucieux de protéger leurs audiences, de se différencier auprès des marques et de préserver les valeurs d'un marketing éthique et responsable.

Ce certificat couvre tous les secteurs économiques. Concernant le secteur financier et ses caractéristiques, il est apparu utile de proposer un module qui lui sera spécifique.

Il s'agit notamment pour l'AMF de :

- fournir sa connaissance du secteur financier, des services et des produits financiers et d'investissement mais aussi des actifs numériques et des prestataires sur actifs numériques, ainsi que des réglementations auxquelles peuvent être soumis les influenceurs (notamment recommandation d'investissement et risque de conflit d'intérêt), et des risques d'arnaques,
- proposer une présentation pédagogique de ces enjeux destinée aux influenceurs, avec le cas échéant des liens vers l'espace épargnants du site de l'AMF pour en savoir plus.

Il s'agit notamment pour l'ARPP :

- d'évaluer le format et la durée de ce module,
  - de gérer la production de ce certificat, notamment le tournage des vidéos puis sa diffusion.
- L'ARPP et l'AMF définiront ensemble le contenu et le déroulement de ce module et y interviendront ensemble.

Une période d'expérimentation sera menée en 2022, un bilan en sera tiré avant de confirmer les orientations 2023. Une sensibilisation aux spécificités du secteur financier pourra par la suite être effectuée dans le cadre du certificat généraliste.

#### **4. Sensibilisation des membres de l'ARPP par les experts AMF**

Au regard de ces évolutions, la session de sensibilisation annuelle des membres de l'ARPP s'attachera à :

- faire le point sur les Recommandations mises à jour et, le cas échéant, la/les nouvelles notamment sur la communication relative aux actifs numériques et aux prestataires de services sur actifs numériques ou encore sur les dispositions applicables à la communication relative à la finance durable et aux critères ESG,
- dresser un état des lieux des textes concernant la communication promotionnelle tant au niveau européen que national.

Il s'agit notamment pour l'AMF de :

- co-préparer la session d'information/formation sur l'évolution des textes en l'adaptant au public des membres de l'ARPP et de son réseau d'influenceurs.

Il s'agit notamment pour l'ARPP de :

- gérer les invitations et inscriptions de ses membres et de son réseau d'influenceurs,
- co-préparer la session d'information/formation.

#### **5. Divers**

En cas de besoins nouveaux apparaissant au cours de cette période et entrant dans le cadre de la convention, les deux autorités se concerteront et étudieront les meilleures manières d'y répondre en tenant compte de leurs moyens et capacités à faire.