

**Communication du Conseil supérieur de l'audiovisuel et de l'Autorité des marchés financiers  
à l'attention des éditeurs de services de communication audiovisuelle relative à la publicité  
et au parrainage en faveur des produits financiers à risque**

Soucieux d'assurer une juste protection des consommateurs, le Conseil supérieur de l'audiovisuel et l'Autorité des marchés financiers ont décidé d'adresser conjointement la présente communication aux services de radio, de télévision et de médias audiovisuels à la demande afin de leur rappeler le régime juridique applicable en matière de publicité et de parrainage en faveur de certains produits financiers présentant un risque de perte élevé pour les épargnants.

La loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite « Sapin II », interdit en effet aux prestataires de services d'investissement d'adresser au grand public, par voie électronique, des « *communications à caractère promotionnel* » relatives à certains placements hautement spéculatifs. Inscrite à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, cette interdiction concerne les messages assurant la promotion des produits tels que les contrats à terme sur le Forex<sup>1</sup> (comme les contrats dits de rolling spot Forex), certains CFD<sup>2</sup>, ceux qui n'offrent pas de protection contre le risque de perte de plus de la totalité du capital investi, quel que soit l'actif sous-jacent, par exemple, cas de : certains CFD sur Forex, CFD sur crypto actifs (comme les CFD sur bitcoins etc.) ainsi que les options binaires<sup>3</sup>.

Cette même loi a par ailleurs inséré deux nouveaux articles dans le code de la consommation, en vue d'interdire, d'une part, la publicité, directe ou indirecte, adressée par voie électronique relative à la fourniture de services d'investissement portant sur les contrats définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier (art. L. 222-16-1 du code de la consommation) et, d'autre part, toute opération de parrainage ou de mécénat lorsque celle-ci a pour objet ou pour effet une telle publicité (art. L. 222-16-2 du code de la consommation).

Cette prohibition est justifiée par la complexité de ces produits et les risques inhérents aux transactions les concernant. En ce qui concerne le Forex et les CFD, par exemple, une étude de l'Autorité des marchés financiers a fait apparaître, sur une période d'observation de quatre ans, un taux de clients perdants de plus de 89% et un résultat moyen négatif de 10.887 € par client. Cette étude confirme que les instruments considérés présentent un caractère inadapté à la grande majorité des investisseurs particuliers<sup>4</sup>.

---

1 Le Forex (ou *Foreign exchange*) correspond au marché d'échanges des devises.

2 Un CFD (*contract for difference*) est un contrat financier avec paiement d'un différentiel.

3 A noter que le 22 mai 2018, l'Autorité européenne des marchés financiers (ESMA) a ordonné l'interdiction temporaire de commercialisation, de distribution et de vente d'options binaires aux clients de détail dans l'Union européenne à compter du 2 juillet 2018 ; elle a également ordonné une restriction temporaire de commercialisation, de distribution et de vente de certains CFD à ces clients dans l'Union, à compter du 1er août 2018, conformément à l'article 40 du règlement (UE) n°600/2014 du Parlement européen et du Conseil

4 Autorité des marchés financiers, Etude des résultats des investisseurs particuliers sur le trading de CFD et de Forex en France, 13 octobre 2014.

L'attention des éditeurs est particulièrement appelée sur la retransmission de manifestations sportives (par exemple de matchs de football) susceptibles d'octroyer une visibilité à des prestataires de services d'investissement commercialisant des produits interdits de publicité. La diffusion, par les éditeurs de services de médias audiovisuels établis en France, d'événements filmés dans des pays dont la législation n'interdit ni la publicité ni les opérations de parrainage en faveur des produits financiers hautement spéculatifs peut en effet donner lieu, eu égard à la présence active des opérateurs concernés dans le domaine du parrainage sportif, à une forte exposition de marques susceptible, le cas échéant, d'être assimilée à une forme de publicité indirecte pour des contrats visés par la loi du 9 décembre 2016.

Les éditeurs doivent, dans la mesure des moyens dont ils disposent, veiller à ne faire preuve d'aucune complaisance à l'égard des publicités en cause en s'abstenant de favoriser leur visualisation. S'ils en ont les possibilités techniques et contractuelles, ils veillent en particulier à n'assurer aucun plan rapproché des marques ou publicités litigieuses. Ils s'abstiennent en tout état de cause d'y faire référence dans le commentaire oral de la compétition. Pour autant que la nature de l'événement et la configuration des lieux s'y prêtent, les éditeurs établis en France peuvent recourir à leurs propres moyens techniques pour éviter toute mise en évidence induite de ces publicités.

Ces mêmes principes doivent, dans la mesure du possible, présider au choix des brefs extraits que les non titulaires des droits d'exploitation des manifestations sportives peuvent diffuser en application de l'article L. 333-7 du code du sport et de la délibération du 1<sup>er</sup> octobre 2014 relative aux conditions de diffusion de ces brefs extraits<sup>5</sup>.

Par ailleurs, le Conseil supérieur de l'audiovisuel et l'Autorité des marchés financiers souhaitent rappeler aux éditeurs de services de radio, de télévision et de média audiovisuels à la demande, le cadre juridique applicable en matière de communication promotionnelle des placements proposés par des intermédiaires dits « en biens divers » .

L'article L. 550-1 du code monétaire et financier définit l'intermédiaire en biens divers comme :

- la personne qui, directement ou indirectement, propose à titre habituel de souscrire des rentes viagères ou d'acquérir des droits sur des biens lorsque les acquéreurs n'en assurent pas eux-mêmes la gestion ou lorsque le contrat leur offre une faculté de reprise ou d'échange et la revalorisation du capital investi ;
- la personne qui recueille des fonds à cette fin ;
- la personne chargée de la gestion de ces biens.

Est également un intermédiaire en biens divers la personne qui propose d'acquérir des droits sur un ou plusieurs biens en mettant en avant la possibilité d'un rendement financier ou ayant un effet économique similaire.

---

<sup>5</sup> Délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel n° 2014-43 du 1er octobre 2014 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public.

Sont notamment susceptibles d'être qualifiées d'intermédiaires en biens divers les entreprises proposant, par exemple, d'acquérir des diamants dits d'investissement ou des crypto-actifs (bitcoins, ethereum, etc...) lorsqu'elles mettent en avant la possibilité d'un rendement financier.

La loi Sapin II impose désormais à tout intermédiaire en biens divers de déposer auprès de l'Autorité des marchés financiers, préalablement à toute communication promotionnelle ou tout démarchage, un document informant le public de l'opération envisagée.

Lorsque l'Autorité des marchés financiers enregistre un tel document, celui-ci est consultable sur son site internet, à la rubrique « base GECO », accessible par le lien suivant :

[http://geco.amf-france.org/Bio/BIO/BIO\\_PDFS/LISTE\\_PRODUIITS\\_BIENS\\_DIVERS/produits\\_biens\\_divers.pdf](http://geco.amf-france.org/Bio/BIO/BIO_PDFS/LISTE_PRODUIITS_BIENS_DIVERS/produits_biens_divers.pdf)

Toute offre de placement en biens divers n'ayant pas donné lieu à l'enregistrement d'un document d'information par l'Autorité des marchés financiers est illégale.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel demande donc aux éditeurs de services de communication audiovisuelle d'être vigilants avant la mise à l'antenne de tout message assurant la promotion de tels placements, quant au respect de la procédure d'enregistrement d'un document d'information auprès des services de l'Autorité des marchés financiers.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel et l'Autorité des marchés financiers peuvent être saisis par tout éditeur d'un service de communication audiovisuelle des conditions d'application des dispositions de la loi du 9 décembre 2016.

## Annexes

### Article L. 533-12-7 du code monétaire et financier :

*« Les prestataires de services d'investissement ne peuvent adresser, directement ou indirectement, par voie électronique, des communications à caractère promotionnel à des clients susceptibles d'être non professionnels, notamment des clients potentiels, relatives à la fourniture de services d'investissement portant sur des contrats financiers qui ne sont pas admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation, relevant de l'une des catégories de contrats définies par le règlement général de l'Autorité des marchés financiers et présentant l'une des caractéristiques suivantes :*

*1° Le risque maximal n'est pas connu au moment de la souscription ;*

*2° Le risque de perte est supérieur au montant de l'apport financier initial ;*

*3° Le risque de perte rapporté aux avantages éventuels correspondants n'est pas raisonnablement compréhensible au regard de la nature particulière du contrat financier proposé.*

*Le présent article ne s'applique pas aux informations publiées sur leur site internet par les prestataires de services d'investissement commercialisant les contrats financiers mentionnés au premier alinéa ».*

### Article L. 222-16-1 du code de la consommation :

*« La publicité, directe ou indirecte, adressée par voie électronique à des clients susceptibles d'être non professionnels, notamment des clients potentiels, relative à la fourniture de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier est interdite.*

*Est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 100 000 € :*

*1° Tout annonceur, à l'exception des prestataires de services d'investissement mentionnés au même article L. 533-12-7 et des conseillers en investissements financiers mentionnés à l'article L. 541-9-1 du même code, qui diffuse ou fait diffuser une publicité interdite en application du présent article ;*

*2° Tout intermédiaire réalisant, pour le compte d'un annonceur, une prestation ayant pour objet l'édition d'une publicité interdite en application du présent article ;*

*3° Tout prestataire qui fournit à un annonceur des services de conseil en plan média ou de préconisation de support d'espace publicitaire pour une publicité interdite en application du présent article ;*

*4° Tout acheteur d'espace publicitaire réalisant, pour le compte d'un annonceur, une prestation ayant pour objet la diffusion d'une publicité interdite en application du présent article ;*

*5° Tout vendeur d'espace publicitaire, en qualité de support ou de régie, réalisant une prestation ayant pour objet la diffusion d'une publicité interdite en application du présent article, sans préjudice des dispositions prévues au I de l'article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique ;*

*6° Toute personne diffusant une publicité interdite en application du présent article.*

*L'amende est prononcée dans les conditions prévues au chapitre II du titre II du livre V du présent code ».*

### Article L. 222-16-2 du code de la consommation :

*« Toute opération de parrainage ou de mécénat est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la publicité, directe ou indirecte, en faveur de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier.*

*Tout manquement aux dispositions du présent article est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 100 000 €.*

*L'amende est prononcée dans les conditions prévues au chapitre II du titre II du livre V du présent code ».*

### Article L. 550-1 du code monétaire et financier :

*« I. – Est un intermédiaire en biens divers :*

1° Toute personne qui, directement ou indirectement, par voie de communication à caractère promotionnel ou de démarchage, propose à titre habituel à un ou plusieurs clients ou clients potentiels de souscrire des rentes viagères ou d'acquérir des droits sur des biens mobiliers ou immobiliers lorsque les acquéreurs n'en assurent pas eux-mêmes la gestion ou lorsque le contrat leur offre une faculté de reprise ou d'échange et la revalorisation du capital investi ;

2° Toute personne qui recueille des fonds à cette fin ;

3° Toute personne chargée de la gestion desdits biens.

II. – Est également un intermédiaire en biens divers toute personne qui propose à un ou plusieurs clients ou clients potentiels d'acquérir des droits sur un ou plusieurs biens en mettant en avant la possibilité d'un rendement financier direct ou indirect ou ayant un effet économique similaire.

III. – Les communications à caractère promotionnel portant sur les propositions mentionnées aux I et II adressées à des clients ou des clients potentiels :

1° Sont clairement identifiables en tant que telles ;

2° Présentent un contenu exact, clair et non trompeur ;

3° Permettent raisonnablement de comprendre les risques afférents au placement.

IV. – Sans préjudice des compétences de l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation, l'Autorité des marchés financiers peut se faire communiquer tous documents, quel qu'en soit le support, afin de s'assurer de la conformité des propositions mentionnées aux I et II du présent article aux dispositions relevant du présent titre.

V. – Les personnes mentionnées au I du présent article sont soumises aux articles L. 550-2, L. 550-3, L. 550-4, L. 550-5 et [L. 573-8](#) du présent code.

Les personnes mentionnées au II du présent article sont soumises à l'article L. 550-3.

(...) »

#### **Article L. 550-3 du code monétaire et financier :**

« Préalablement à toute communication à caractère promotionnel ou à tout démarchage, un document destiné à donner toute information utile au public sur l'opération proposée, sur la personne qui en a pris l'initiative et sur le gestionnaire, doit être établi dans des conditions déterminées par décret.

Lorsque le client ou le client potentiel n'a pas reçu le document d'information préalablement à la conclusion du contrat, ou lorsque les clauses de ce contrat ne sont pas conformes au contenu du document d'information, le juge peut lui accorder des dommages-intérêts ou prononcer la résolution du contrat.

Les projets de documents d'information et les projets de contrat type sont déposés auprès de l'Autorité des marchés financiers qui exerce, dans les conditions fixées par le présent code, son contrôle auprès de l'ensemble des entreprises qui participent à l'opération et détermine si celle-ci présente le minimum de garanties exigé d'un placement destiné au public. L'Autorité examine le document d'information mentionné au premier alinéa et détermine ces garanties dans les conditions fixées par son règlement général.

(...)