

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 juin 2013

CONSOMMATION - (N° 1156)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° 707

présenté par
Mme Mazetier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 12, insérer l'article suivant:**

Après l'article L. 343-2 du code monétaire et financier, est inséré un chapitre IV ainsi rédigé :

« Chapitre IV

« Communications à caractère promotionnel portant sur d'autres placements offerts au public

« *Art. L. 344-1.* – Sans préjudice des règles particulières applicables aux intermédiaires en biens divers, sont soumises aux dispositions du présent chapitre les communications à caractère promotionnel en vue d'inviter une ou plusieurs personnes à 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.

« Les dispositions du présent chapitre ne s'appliquent pas aux communications portant sur :

« 1. Des opérations de banque ;

« 2. Des instruments financiers et parts sociales ;

« 3. Des contrats régis par le code des assurances, le code de la mutualité et le code de la sécurité sociale ;

« 4. Des logements et locaux à usage commercial ou professionnel ou des terrains destinés à la construction de ces logements ou locaux.

« Art. L. 344-2. – Les communications à caractère promotionnel mentionnées à l'article L. 344-1 adressées à des investisseurs 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.

« Art. L. 344-3. – Le règlement général de l'Autorité des marchés financiers précise les conditions d'application des articles du présent chapitre.

« 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 communications aux dispositions législatives et réglementaires. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

On constate, depuis plusieurs années la multiplication, d'offres portant sur des placements « atypiques », c'est-à-dire qui n'optent pas pour les supports classiques d'investissement, que sont essentiellement les instruments financiers et l'assurance-vie (vin, forêts, panneaux solaires, éoliennes, œuvres d'art, or, diamant, etc.).

En pratique, il s'avère que les documents commerciaux de ces produits, qui mettent en avant la possibilité d'un rendement financier sont souvent déséquilibrés.

Ce déséquilibre de l'information entraîne un risque de mauvaise appréhension des risques pour l'épargnant.

Toutefois, malgré une compétence large sur tous placements offerts au public (selon l'article L. 621-1 du code monétaire et financier, l'Autorité des marchés financiers veille à la protection de l'épargne investie notamment dans les instruments financiers et dans tous autres placements offerts au public), le régulateur dispose, en l'état actuel du droit, de moyens d'action limités en matière de placements offerts au public lorsqu'il ne s'agit pas d'instruments financiers.

Il est donc proposé de créer un régime juridique des communications à caractère promotionnel portant sur des placements offerts au public, à l'exclusion des offres déjà régulées et des offres portant sur des logements et locaux à usage commercial ou professionnel ou des terrains destinés à la construction de ces logements ou locaux.