

ASSEMBLÉE NATIONALE

2 juin 2016

RELATIF À LA TRANSPARENCE, À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET À LA
MODERNISATION DE LA VIE ÉCONOMIQUE - (N° 3785)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° 838

présenté par

M. de Courson, M. Benoit, M. Demilly, M. Favennec, M. Folliot, M. Gomes, M. Meyer Habib,
M. Hillmeyer, M. Jean-Christophe Lagarde, M. Pancher, M. Piron, M. Reynier, M. Rochebloine,
M. Santini, M. Sauvadet, M. Tahuaitu, M. Tuaiva, M. Philippe Vigier, M. Weiten et M. Zumkeller

ARTICLE 28

I. – À l’alinéa 6, après le mot :

« internet »

insérer les mots :

« ou une plateforme en ligne ».

II. – En conséquence, après l’alinéa 6, insérer les quatorze alinéas suivants :

« *Art. L. 533-12-2.* – I – Les dispositions de l’article L. 533-12-1 ne sont pas applicables aux prestataires de services d’investissement membres d’une association prévue à l’article L. 531-8, sous réserve que cette association élabore un code de conduite, approuvé par l’Autorité de contrôle prudentiel et de résolution conformément à l’article L. 612-29-1 du même code, destiné à préciser à ses adhérents les règles applicables relatives aux conditions d’utilisation des communications à caractère promotionnel concernant la fourniture de services d’investissement portant sur les contrats financiers visés par l’article L. 533-12-1.

« Le contrôle du respect du code de conduite est assuré par l’Autorité de contrôle prudentiel et de résolution et relève des procédures prévues aux articles L. 612-30 et L. 612-31.

« II. – Les communications à caractère promotionnel visées au I sont autorisées exclusivement :

« 1° Dans la presse écrite, par voie de radiodiffusion sonore et sur les services de communication au public en ligne lorsque ces supports de communication sont spécialisés dans la diffusion d’information ou d’analyses en matière économique et financière ;

« 2° Dans les rubriques spécialisées en matière d'information ou d'analyses en matière économique et financière des publications de presse écrite, catégorie de radios et services de communications au public en ligne non spécialisés ;

« 3° Sur les sites internet des prestataires de services d'investissement visés au I ainsi que sur les espaces personnalisés de stockage et de diffusion de contenus au public utilisés sous leur responsabilité sur une plateforme en ligne.

« Ces communications ne peuvent contenir d'images, représentations, descriptions ou commentaires faisant croire un gain rapide ou une supériorité économique, financière ou sociale pour l'utilisateur.

« Toute communication à caractère promotionnel relevant du présent article doit être assortie de messages d'information, dans les conditions fixées par un arrêté du ministre des finances et des comptes publics, permettant à des clients non-professionnels, notamment des clients potentiels :

« 1° De prendre connaissance des agréments européens ou français détenus par le prestataire de services d'investissement ;

« 2° D'être avertis des risques liés aux contrats financiers visés par le présent article ;

« 3° D'avoir accès au service commun de réponses aux demandes du public prévu au 4° de l'article L. 612-47.

« Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle est effectuée par les prestataires définis à l'article L. 531-4 pour le compte des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport.

« III. – Les prestataires mentionnés au premier alinéa sont soumis aux obligations de déclaration prévues à l'article 242 *ter* du code général des impôts. Ils bénéficient d'une attestation délivrée par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, et obligatoire pour tout achat d'espace publicitaire prévu par l'article 20 de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques.

« IV. – La surveillance des campagnes de communication promotionnelle relatives aux produits visés à l'article L. 533-12-1 du présent code est assurée par le pôle commun mentionné à l'article L. 612-47. »

III. – À la fin de l'alinéa 7, substituer aux mots :

« est insérée la référence : « L. 533-12-1 » »

les mots :

« sont ajoutées les références : « L. 533-12-1, L. 533-12-2, ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'article 28 du projet de loi s'attaque aux publicités frauduleuses proposant du trading en ligne et laissant croire aux internautes un gain important et rapide.

Le principe de cet article répond ainsi à la nécessité de lutter contre les arnaques, dont l'Autorité des marchés financiers s'est fait l'écho ces dernières années, et de garantir la protection des particuliers face à des pratiques trompeuses et illégales.

Le dispositif proposé pose toutefois certaines difficultés.

Afin de les lever, tout en poursuivant l'objectif d'assainissement du marché et de protection des particuliers, cet amendement propose, d'une part d'imposer un mécanisme de régulation aux opérateurs, et d'autre part d'encadrer de manière stricte le régime des communications à caractère promotionnel, et cela au-delà des seules communications par voie électronique.