

LA PUBLICITÉ EN 2023

REGARDS CROISÉS DU PÔLE COMMUN ACPR-AMF

2043
PUBLICITÉS ANALYSÉES

59%
PUBLICITÉS PRODUITS ET
SERVICES FINANCIERS

41%
PUBLICITÉS
IMAGE DE
MARQUE

222

ANNONCEURS SUIVIS

- ASSURANCES
- BANQUES
- COURTIERS
- SOCIÉTÉS DE GESTION
- CONSEILLERS EN INVESTISSEMENTS FINANCIERS
- BROKERS, ETC.

MÉDIAS ET
SUPPORTS



LE PÔLE COMMUN



Créé en 2010, le Pôle commun ACPR-AMF veille à la protection des clients des secteurs de la banque, de l'assurance et de la finance.

La publicité est le premier acte de commercialisation et influe sur la perception du produit proposé. L'ACPR et l'AMF, qui coordonnent leur action au sein du pôle commun, réalisent une surveillance des communications publicitaires et vérifient le respect de la réglementation et des bonnes pratiques en la matière.

5

**RECOMMANDATIONS ET POSITION-RECOMMANDATION
DE L'ACPR ET L'AMF DÉDIÉES À LA PUBLICITÉ**

À propos de l'ACPR

Chargée de la supervision des secteurs bancaires et d'assurance, l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution veille à la préservation de la stabilité financière et à la protection des clients.

À propos de l'AMF

Autorité publique indépendante, l'AMF est chargée de veiller à la protection de l'épargne investie en produits financiers, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés.

PRODUITS ET SERVICES PROMUS



TENDANCES PUBLICITAIRES

Une évolution significative des arguments utilisés et une augmentation du volume de publicités pour certains produits

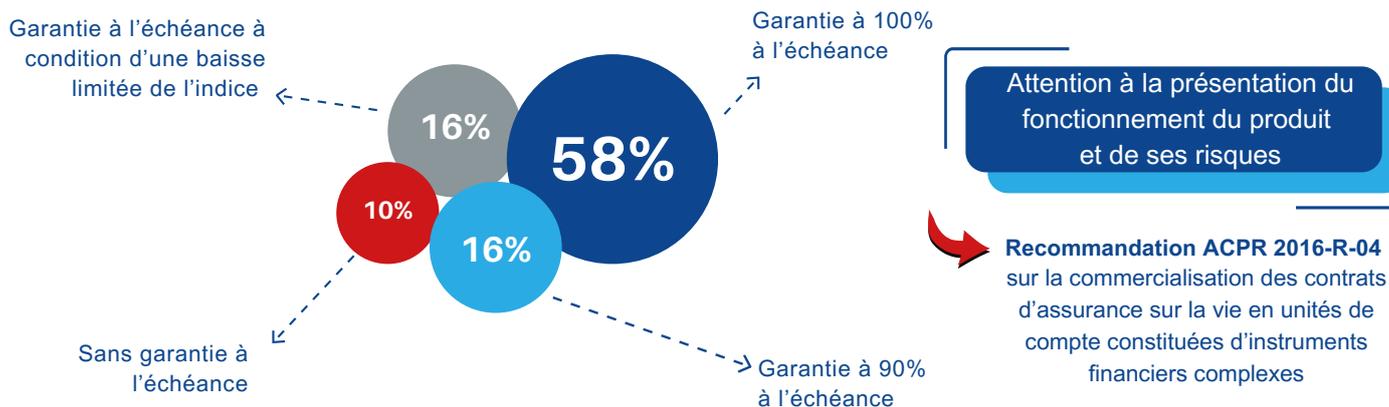


Les publicités sur les crypto-actifs sont très peu nombreuses sur les canaux de promotion traditionnels, les acteurs privilégiant davantage les réseaux sociaux pour promouvoir leurs plateformes.

POINTS DE VIGILANCE



PRODUITS STRUCTURÉS EN ASSURANCE VIE



INFLUENCE

-
- Des influenceurs relayant des plateformes de trading inscrites sur liste noire
 - Des influenceurs non conscients des particularités des produits financiers (secteur très protégé)

-
- Des influenceurs, relais d'acteurs autorisés**
- Explicites sur le fait de faire de la promotion rémunérée
 - Discours équilibré sur les avantages et risques

ZOOM SUR LA FINANCE DURABLE

Produits financiers

Position-Recommandation AMF DOC-2020-03

Fixe des conditions pour pouvoir communiquer de façon centrale ou réduite sur les critères extra-financiers

2 textes qui complètent la réglementation et visent à améliorer la transparence et l'équilibre de l'information

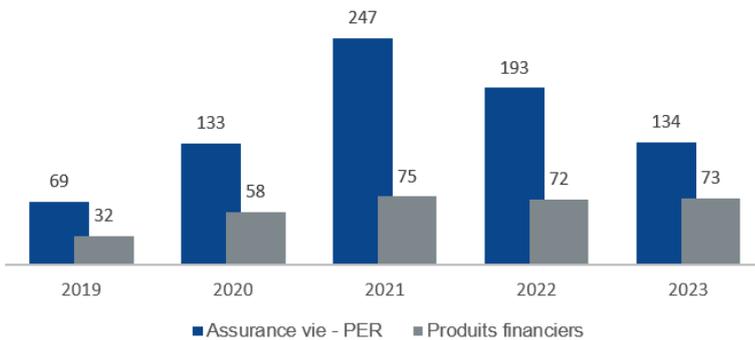
Assurance vie

Recommandation ACPR 2022-R-02

Vise à garantir que les arguments extra-financiers sont étayés et correctement proportionnés aux actions menées ou aux caractéristiques des produits promus

ÉVOLUTION

Evolution du nombre de publicités faisant la promotion d'arguments extra-financiers



Constats 2023

Net repli des allégations exagérément positives

Des progrès concernant la justification de la dimension "durable"

EN ASSURANCE VIE

2023 vs 2022

