

# WORKSHOP DEMARCHAGE ET PUBLICITE

Kramer Levin le 24/11/2015

## Présents:

Benmoussa Jérémie - Fundimmo  
Bercault Florian - Green Channel  
Gaiji Mehdi - Inidev  
Griffon Olivier - Enerfip  
Hostache Julien - Enerfip  
Mauny Mickael - Kiosk to invest  
Peronnin David - Club Funding  
Raguet Alex - Lumo

Marthé Elodie - Wiseed  
Granger Benoit – FPF  
De Maupeou Florence – FPF  
Bouchetemble Hugues – KRAMER LEVIN  
Baudouin Valentine – KRAMER LEVIN  
De Vauplane Hubert – KRAMER LEVIN  
Feldman Reid – KRAMER LEVIN

## Deux sujets abordés :

1. Le démarchage et la publicité
2. Le régime particulier de l'offre de titres

## 1. Démarchage – Publicité bancaire et financière

### Le démarchage, de quoi parle-t-on ?

Le régime du démarchage bancaire et financier est une loi de 2003 dont le périmètre est très large et qui vise la protection des épargnants.

On distingue le démarchage à distance et en vis-à-vis :

- Démarchage à distance : Il faut faire la distinction entre le caractère sollicité ou non. Il y a exception si la demande vient du prospect (de nombreuses subtilités existent néanmoins: spontanéité ou pas, etc.)
- Démarchage en vis-à-vis (concerne moins les CIP) : Tout contact en vue de fournir une offre.

Le démarchage financier porte sur des instruments financiers.

Le démarchage bancaire porte sur des produits bancaires (livret, comptes, moyens de paiement...).

Le démarchage pour des titres non cotés est interdit (L 341-10). Il porte sur tout instrument financier.

### Les exclusions aux règles de démarchage

Il existe un vide sur ce qui n'est ni un produit bancaire, ni un titre financier. Ne sont pas tenus par les règles de démarchage : parts sociales de SCI, et encore, des parts de SCI peuvent être considérées comme un service connexe (démarchage patrimonial global), sociétés en commandite simple, produits divers ou atypiques (ex : groupement forestier...), etc.

Pour le bon de caisse, de la même manière, ce n'est ni un produit bancaire, ni un titre financier.

Comme les régimes sont des régimes nationaux, s'applique t'il uniquement aux résidents ?

Si pas de démarchage, l'investisseur étranger peut souscrire. En termes de documentation exigée par l'AMF, il fournira les documents qui sont les équivalents dans son pays.

### La différence entre démarchage et publicité

Démarchage : « Toute prise de contact non sollicitée en vue d'obtenir un accord ». Le démarchage est **personnalisé**, soit sur l'individu (la forme) soit sur le produit (le fond)

Publicité : collectif. Tout ce qui est générique.

#### Démarchage 1<sup>er</sup> critère : la forme

Dès qu'il y a l'identification d'une personne, personnalisation à une cible, il y a démarchage.

Exemples :

- Tract sur la voie publique = publicité ; mais un tract dans une enveloppe nommée (à l'attention de Mr X) peut être considérée comme du démarchage.
- Bandeau publicitaire : sur le site de la plateforme = publicité ; sur l'espace personnel de la personne peut s'assimiler à du démarchage ? Débat : C'est ciblé mais pas personnalisé.

#### Démarchage 2<sup>ème</sup> critère : le fond.

Si des éléments chiffrés, concrets sont disponibles sur le produit, il y a démarchage.

Exemples :

Référencement payant ? Non ce n'est pas du démarchage, à moins que les éléments d'information soient suffisants pour souscrire.

Les 2 critères fond et forme sont cumulatifs.

### La publicité

La publicité doit être équilibrée : pas de notification du risque = déséquilibre.

L'autorité de contrôle est active et en lien avec l'AMF (position commune). Les publicités agressives sont particulièrement regardées et les résultats diffusés publiquement.

Le régime n'est pas harmonisé au niveau européen.

Peu importe où vous vous situez, si vous visez un public français vous êtes sous le régime français (Position commune de la Banque de France pour savoir si vous visez un public français.).

En Belgique et en Allemagne, régime assez sévère, similaire.

Les publicités sont à soumettre à autorisation préalable.

Suggestion : Pourquoi pas case à cocher « je n'ai pas été démarché », mais cela ne protège pas forcément.

Avant l'AMF avait un pouvoir limité car il fallait recevoir une plainte. Aujourd'hui :

- pôle commun AMF ACPR qui peut déclencher un contrôle
- depuis 2013, ils peuvent faire du testing à l'aveugle (dissimulation d'identité)

Il peut également y avoir une visite physique de la DGCCRF.

### Conséquences d'une violation

Une violation à la réglementation concernant le démarchage, il s'agit d'une infraction 3<sup>ème</sup> catégorie : c'est du pénal. L'infraction est forcément transmise au parquet par l'AMF ou la DGCCRF.

Il peut y avoir une injonction (acte administratif de l'AMF qui vous enjoint à corriger) ; mais souvent, avant l'injonction, l'AMF envoie une « lettre de courtoisie » qui invite à faire les modifications

nécessaires. Il vous faudra indiquer la réception du courrier et que cela va être pris au sérieux et rapidement.

Pour fermer un site, l'AMF peut faire un communiqué ; c'est une arme non juridique mais efficace (bad buzz). Concernant les sites français, l'AMF va d'abord entamer une discussion, alors que pour les plateformes étrangères, l'AMF peut plus facilement envoyer directement un CP.

### Exemples et mises en situation

Sur un Salon, si on sort du stand pour distribuer des tracts, est-ce que c'est du démarchage/pub ? Si c'est un salon qui porte sur la finance, le public s'attend à être démarché. Dans ce cas il n'y a pas de démarchage. Mais sur un Salon étudiants, les étudiants ne s'attendent pas forcément à recevoir des offres de prêts étudiants, il s'agit de démarchage.

## 2. Offre publique de titres financiers

### Dérogation à l'OPTF

Concernant la dérogation à l'offre publique de titre (directive prospectus), il peut y avoir dérogation si les 3 conditions suivantes sont cumulées :

1. statut (CIP ou PSI),
2. moyen de communication (au travers d'un site internet)
3. nature des titres (actions sèches et/ou obligations non convertibles).

Se pose la question de la dérogation lorsqu'on sort du site internet (réunion d'information, salon...). Il ne faut pas d'incitation directe et donc pas de bulletin de souscription à la réunion par exemple (ne pas être en mesure de souscrire à une offre.).

### Cumuler les régimes d'exemption

On peut cumuler les régimes d'exemption, tant que l'offre du financement participatif ne peut pas permettre que le montant aille au-delà de 1 million d'euros.

Il y a toujours un risque que la SPV soit requalifiée sous la forme d'un FIA. L'AMF est très regardante sur ce point. Les holdings ne doivent pas être structurées comme un fond.

Il a été suggéré que FPF fasse une note de synthèse sur ce point.

### Apporteurs d'affaires

Comment vous travailler avec des apporteurs d'affaires. Comment ils sont rémunérés ? Certains sont CIF. Ouvrir vers les conseillers en gestion de patrimoine. Vous invitez les clients à s'inscrire sur la plateforme ou vous vous inscrivez ?

Le problème est que si le CIF est un intermédiaire, on sort de la dérogation.

### Peut-on imaginer la création en commun d'un statut PSI ?

Oui c'est possible s'il n'y a pas de concurrence (tant qu'il n'y a pas de conflit d'intérêt). Les plateformes deviendraient agents de PSI. Les plateformes devraient avoir des procédures communes. Ça se fait déjà dans d'autres domaines types FIA.

### 3. Suggestion pour la suite

Benoit Granger a suggéré que les membres de FPF fassent ressortir les 2-3 points qui reviennent souvent et les argumentaires/courriers envoyés par l'AMF sur ces points bloquants. Ces informations resteront confidentielles évidemment ; elles seront centralisées et permettront de construire une position commune.

Il sera fait et faire une note de synthèse qui sera présentée à l'AMF.