

ESMA & AMF – Finfluencers

L'ESMA a publié une fiche d'orientation à l'attention des finfluencers, également reprise par des régulateurs tels que l'AMF. Les *finfluencers*, ou « influenceurs » en français, qui communiquent sur des sujets financiers ou des produits d'investissement sur les réseaux sociaux, par l'intermédiaire de ce guide élaboré par les régulateurs européens, sont encouragés à faire une promotion responsable et conforme aux réglementations en vigueur.

Objectifs principaux

Les autorités européennes souhaitent rappeler les règles à respecter lorsqu'on communique sur le domaine de l'investissement en s'adressant à une communauté en ligne, afin de prévenir les risques potentiels pour les followers, notamment en ce qui concerne les risques financiers tels que les pertes de capital, les anarques, les produits risqués, entre autres. Il s'agit également de rappeler et de promouvoir la transparence, la responsabilisation ainsi que la conformité réglementaire et juridique dans les *posts* et contenus, sponsorisés ou non.

Eléments clés

La fiche élaborée par les régulateurs européens contient des conseils pratiques destinés aux influenceurs. Les six principales recommandations à l'intention des influenceurs portent sur la responsabilité qu'ils ont vis-à-vis de leurs abonnés quant à leurs publications, ainsi que sur l'obligation de divulguer toute rémunération ou tout avantage lié à la promotion d'une entreprise ou d'un produit. Les régulateurs rappellent également qu'il est impératif d'assurer une communication claire, précise et non fallacieuse, en particulier dans le cadre d'investissements présentant des risques significatifs, et qu'il est essentiel de mettre en évidence les risques, et non seulement les avantages, tout en s'assurant de vérifier les autorisations de la société mise en avant.

Enfin, les autorités expliquent comment distinguer le conseil en investissement de la recommandation d'investissement et soulignent l'importance de bien appréhender un produit ou un service proposé par un intermédiaire avant de le promouvoir.

La responsabilité et la transparence sont mises en avant en rappelant aux influenceurs qu'ils sont légalement responsables de ce qu'ils publient, même s'ils ne sont pas professionnels de la finance. Ils sont également tenus de déclarer clairement toute rémunération ou tout avantage reçus pour la promotion d'un produit financier, avec des mentions visibles, telles que l'indication qu'il s'agit d'une publicité ou d'un partenariat rémunéré. Les influenceurs doivent également s'assurer que leurs propos sont justes, clairs et non trompeurs, étant donné que certains investissements peuvent être complexes, comme les CFD, le forex, les futures ou les crypto-actifs. Il est important de souligner les risques et pas seulement les avantages ou possibles opportunités.

Les autorités rappellent également que les recommandations personnalisées d'investissement et les conseils en investissement sont des activités réglementées qui nécessitent une autorisation spécifique, par exemple une licence délivrée par les autorités compétentes. Même exprimer une opinion sur une perspective de hausse ou de baisse d'un actif peut être interprété comme une recommandation soumise à des règles strictes.

La documentation publiée par les autorités françaises rappelle le cadre légal de la loi française du 9 juin 2023 relative à l'activité d'influence commerciale. Cette loi impose une mention claire de l'intention commerciale afin d'éviter les messages trompeurs ou perçus comme des expériences personnelles désintéressées. La promotion de certains produits financiers hautement risqués ou de plateformes non réglementées peut même être interdite.

L'AMF encourage également les influenceurs à suivre des formations spécifiques, telles que le Certificat de l'Influence Responsable, développé avec l'ARPP, afin de mieux comprendre les obligations et les risques. Il est aussi recommandé aux professionnels de la finance qui travaillent

avec des influenceurs de s'assurer que ces derniers sont formés et certifiés conformément aux bonnes pratiques.

A retenir

La promotion d'investissement sur les réseaux sociaux fait l'objet d'une surveillance accrue des autorités. Les influenceurs doivent être transparents, exacts, non trompeurs et conscients des risques associés aux produits qu'ils présentent. La ligne entre opinion et conseil réglementé est fine, et des obligations légales et réglementaires peuvent s'appliquer.

Sources :

<https://www.esma.europa.eu/document/finfluencers-tips-responsible-promotion>

<https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/actualites/lesma-et-lamf-publient-lattention-des-finfluenceurs-des-conseils-pour-une-promotion-responsable-sur>

ESMA – Finfluencers

ESMA has published a guidance note for finfluencers, which has also been adopted by regulators such as the AMF. Finfluencers, or ‘finfluenceurs’ in French, who communicate about financial topics or investment products on social media, are encouraged by this guide developed by European regulators to promote responsibly and in compliance with applicable regulations.

Main objectives

The European authorities wish to remind people of the rules to be followed when communicating about investment to an online community, in order to prevent potential risks to followers, particularly with regard to financial risks such as capital losses, scams and risky products, among others. It is also a question of reminding and promoting transparency, accountability and regulatory and legal compliance in posts and content, whether sponsored or not.

Key points

The factsheet developed by European regulators contains practical advice for influencers. The six main recommendations for influencers focus on their responsibility to their followers regarding their posts, as well as the obligation to disclose any remuneration or benefits related to the promotion of a company or product.

The regulators also reiterate that it is imperative to ensure clear, accurate and non-misleading communication, particularly in the context of investments involving significant risks, and that it is essential to highlight the risks, not just the benefits, while ensuring that the authorisations of the company being promoted are verified.

Finally, the authorities explain how to distinguish between investment advice and investment recommendations and stress the importance of fully understanding a product or service offered by an intermediary before promoting it.

Responsibility and transparency are emphasised by reminding influencers that they are legally responsible for what they publish, even if they are not financial professionals. They are also required to clearly disclose any remuneration or benefits received for promoting a financial product, with visible notices, such as indicating that it is an advertisement or a paid partnership. Influencers must also ensure that their statements are accurate, clear and not misleading, given that some investments can be complex, such as CFDs, forex, futures or crypto-assets. It is important to highlight the risks and not just the benefits or potential opportunities.

The authorities also point out that personalised investment recommendations and investment advice are regulated activities that require specific authorisation, such as a licence issued by the competent authorities. Even expressing an opinion on the prospects for an asset to rise or fall in value can be interpreted as a recommendation subject to strict rules.

The documentation published by the French authorities recalls the legal framework of the French law of 9 June 2023 on commercial influence activities. This law requires a clear statement of commercial intent in order to avoid misleading messages or messages perceived as disinterested personal experiences. The promotion of certain high-risk financial products or unregulated platforms may even be prohibited.

The AMF also encourages influencers to take specific training courses, such as the Responsible Influence Certificate, developed with the ARPP, in order to better understand their obligations and risks. It is also recommended that finance professionals who work with influencers ensure that they are trained and certified in accordance with best practices.

Key takeaways

Investment promotion on social media is subject to increased scrutiny by the authorities. Influencers must be transparent, accurate, non-misleading and aware of the risks associated with the products they present. The line between opinion and regulated advice is fine, and legal and regulatory obligations may apply.

Sources:

<https://www.esma.europa.eu/document/finfluencers-tips-responsible-promotion>

<https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/actualites/lesma-et-lamf-publient-lattention-des-finfluenceurs-des-conseils-pour-une-promotion-responsable-sur>