



CIRCULAIRE N°07 /CREPMF/ 2022

RELATIVE AUX EXIGENCES EN MATIERE DE COMMUNICATIONS PUBLICITAIRES

Le Secrétariat Général du Conseil Régional de l'Épargne Publique et des Marchés Financiers (CREPMF) rappelle à l'attention des Organismes de Placement Collectif (OPC) et des Sociétés de Gestion d'OPC (SGO) agréés sur le marché financier régional de l'UMOA qu'ils doivent, conformément à la réglementation en vigueur, respecter en permanence, dans le cadre de leur agrément, les dispositions de la présente Circulaire qui précise les exigences relatives aux communications publicitaires.

1- Dispositions générales

Une Société de Gestion d'OPC s'assure que toute référence à un OPC dans un article de presse, une publicité, un communiqué sur internet ou tout autre support ne puisse paraître qu'après délivrance de l'agrément ou de l'enregistrement autorisant la commercialisation de l'OPC par le Conseil Régional.

2- Utilisation du nom du Régulateur dans un document promotionnel

L'information à l'attention des investisseurs et investisseurs potentiels, n'utilise pas le nom du Conseil Régional ou d'une autre autorité d'une manière qui puisse indiquer ou laisser entendre que le Conseil Régional ou cette autorité approuve ou cautionne l'OPC. L'agrément ou l'enregistrement de l'OPC n'est pas utilisé comme un argument commercial.

3- Communication claire, exacte et non trompeuse

L'exigence d'une communication claire, exacte et non trompeuse est valable pour toute information destinée :

- aux investisseurs et investisseurs potentiels ;
- à présenter un produit auprès d'intermédiaires qui eux-mêmes auront vocation à informer les clients finaux, comme par exemple tous les supports de formation des vendeurs.

Elle s'applique par ailleurs aux informations publiées par un tiers sur un média social qui seraient relayées par la Société de Gestion d'OPC ou le distributeur. Dans ce cas, les informations relayées par la Société de Gestion d'OPC ou le distributeur, sont de nature à engager la responsabilité de la Société de Gestion d'OPC ou le cas échéant du distributeur, au même titre que s'il en était l'initiateur.

L'exigence d'une communication claire, exacte et non trompeuse n'impose pas pour autant que chaque communication comporte l'ensemble des informations nécessaires

rusp

à la prise de décision d'information. Le niveau de précision des informations contenues est modulé en fonction de la nature de la communication.

4- Exactitude de l'information

L'exactitude de l'information repose sur une présentation équilibrée des différentes caractéristiques de l'OPC. Les risques doivent figurer d'une manière aussi apparente que le sont les avantages. La place réservée aux caractéristiques moins favorables dans le document et la typographie utilisée déterminent le caractère exact de l'information.

5- Clarté de l'information

L'information doit être suffisante pour permettre à un investisseur de comprendre les caractéristiques principales de l'OPC dans lequel il investit. Il doit être en mesure d'en évaluer les avantages et les risques. Le vocabulaire utilisé dans la présentation de l'OPC doit être compris par la cible de clientèle à laquelle il est destiné.

6- Caractère trompeur

L'information trompeuse est une information qui induit en erreur l'investisseur par une présentation déformée ou incomplète de l'OPC, dans l'objectif de favoriser la vente de celui-ci.

Les pratiques visant à présenter l'OPC principalement sous ses caractéristiques les plus favorables sont également qualifiées de trompeuses.

7- Communication sur les performances et les commissions de surperformance

L'indication de la performance passée ne constitue pas l'élément principal de l'information communiquée.

Une indication est insérée dans la communication rappelant que les performances passées ne présagent pas des performances futures.

Un graphique stylisé de performance en arrière-plan de la communication publicitaire, sans abscisses ni ordonnées, et ne correspondant pas forcément au comportement réel de l'OPC ou affichant des chiffres toujours positifs n'est pas autorisé dans une communication publicitaire.

Les sources et la période de référence utilisées pour le calcul des commissions de surperformance figurent en note de bas de page.

Ces informations ne doivent pas être altérées par la taille et le choix de la police.

La présente Circulaire prend effet à compter de sa publication.

Fait à Abidjan, le 03 JAN 2022

Le Secrétaire Général

Ripert BOSSOUKPE



[Signature]