



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>96367</b>	De <b>Mme Marylise Lebranchu</b> ( Socialiste, écologiste et républicain - Finistère )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Finances et comptes publics		<b>Ministère attributaire</b> > Économie
<b>Rubrique</b> > marchés financiers	<b>Tête d'analyse</b> > fonctionnement	<b>Analyse</b> > produits financiers. transactions en ligne. escroqueries. encadrement.
Question publiée au JO le : <b>07/06/2016</b> Date de changement d'attribution : <b>18/05/2017</b> Question retirée le : <b>20/06/2017</b> (fin de mandat)		

### Texte de la question

Mme Marylise Lebranchu attire l'attention de M. le ministre des finances et des comptes publics sur le risque important de contournement des dispositions que le Gouvernement envisage de mettre en œuvre pour lutter contre les « escroqueries au *trading* » sur Internet. L'ampleur du phénomène - l'Autorité des marchés financiers (AMF) a reçu plus de 12 000 plaintes sur le sujet en 2015, soit dix-huit fois plus que qu'en 2011 - nécessite en effet de prendre des mesures dont l'efficacité ne peut être contestée. Or celle introduite dans le projet de loi relatif à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique (l'interdiction de la publicité en ligne sur certaines catégories de produits financiers de gré à gré comme le *rolling spot forex*, les options binaires, les CFDs) ne satisfait pas, *a priori*, ce critère. D'abord parce que les *brokers* peu scrupuleux, non respectueux des règles de déontologie de l'AMF et basés, pour l'essentiel, à Chypre, ne mentionnent quasiment jamais les produits visés par l'interdiction dans leurs publicités. Ils promettent plutôt des gains rapides d'argent ou des formations au *trading*. Ils ne seraient donc pas atteints par la mesure gouvernementale, alors qu'ils constituent la source première des plaintes reçues par l'AMF. Ensuite parce que les régies publicitaires ont souvent recours à des intermédiaires (des plateformes dites de *native advertising* et des places de marchés), ce qui complexifie encore davantage la possibilité d'un contrôle sur le contenu des publicités mises en ligne par les *bad brokers*. Il semble que seul un contrôle des annonceurs (et non du contenu) permettrait de protéger effectivement les consommateurs non avertis de telles arnaques. À ce titre, la publicité en ligne pour les produits financiers de gré à gré pourrait être totalement interdite - sauf pour les prestataires d'investissement qui ont fait la preuve de leur sérieux et respectent les règles déontologiques de l'AMF (ce qui permettrait à la fois de protéger les consommateurs et de ne pas porter atteinte aux acteurs qui ont toujours respecté les règles). Ces derniers pourraient figurer sur une « liste blanche » gérée par l'AMF. Le critère pour y figurer pourrait être la détention d'un agrément de négociation pour compte propre - cet agrément garantit en effet que le prestataire dispose des fonds suffisants pour porter le risque des contrats sur lesquels il s'engage, ce qui n'est pas le cas des *bad brokers* étrangers. Par conséquent, il lui demande s'il entend prendre des mesures qui permettent effectivement de renforcer l'efficacité de la lutte contre les escroqueries au *trading* en ligne.