



Extrait de la « Revue de l'ACPR » numéro 30 (novembre - décembre 2016) **Rubrique protection de la clientèle**

Les médias sociaux sont désormais intégrés dans la stratégie commerciale des professionnels du secteur financier. Ils leur permettent en effet d'accélérer la diffusion de contenus et d'atteindre plus efficacement leurs cibles de prospection ou clientèles.

Ainsi, dans la continuité des échanges menés au sein du pôle commun et de la publication par l'AMF de sa doctrine¹, l'ACPR recommande des bonnes pratiques permettant aux personnes qu'elle contrôle d'atteindre l'objectif d'une communication loyale et transparente sur les médias sociaux, lorsqu'ils sont utilisés à des fins commerciales. Ces bonnes pratiques sont relatives à l'identification de l'émetteur, à la présentation du contenu ainsi qu'aux modalités d'archivage et au contrôle des règles organisant la diffusion de contenus à des fins commerciales sur les médias sociaux.

Elles reposent sur le principe général que les règles applicables aux communications diffusées sur les autres médias s'appliquent naturellement aux médias sociaux.

Ainsi, les bonnes pratiques déclinent le principe d'une identification claire de l'émetteur et préconisent la diffusion de contenus à partir de comptes professionnels, clairement identifiables, créés au nom du professionnel ou de la personne autorisée à communiquer en son nom ou pour son compte.

Compte tenu de l'instantanéité des communications et de leur vitesse de propagation, l'ACPR recommande également aux professionnels de veiller au caractère équilibré des contenus diffusés, notamment au regard des avantages et conditions mises en avant, y compris lorsqu'ils résultent du partage d'un contenu publié par un tiers. Cet équilibre peut être atteint en contrebalançant, si nécessaire, le contenu initial par tout moyen.

La mise en oeuvre de ces principes suppose en outre de définir les règles organisant la diffusion de contenus sur les médias sociaux ainsi que les procédures permettant d'en contrôler le respect. Elle implique enfin de définir une politique d'archivage appropriée, conforme aux dispositions applicables.

[La recommandation 2016-R-01 du 14 novembre 2016 sur l'usage des médias sociaux à des fins commerciales](#) sera effective au 1er octobre 2017.

1. Cf. [communiqué de presse de l'AMF du 26 mai 2016](#).