

## ARTICLE 212-28 DU RÈGLEMENT GÉNÉRAL DE L'AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

### *Avertissement*

*Les indications contenues dans les encarts sont fournies au lecteur à titre d'information. Il n'est donné aucune garantie quant au caractère exhaustif des dispositions législatives et réglementaires applicables et l'Autorité des marchés financiers ne saurait être tenue pour responsable d'un quelconque préjudice qui serait lié directement ou indirectement à la mise à disposition et à l'utilisation de ces informations.*

ELI : </eli/fr/aai/amf/rg/212-28/article/20161021/notes/fr.html>

### **Article 212-28**

I.-Les communications à caractère promotionnel communiquées oralement ou par écrit se rapportant à une offre au public ou à une admission aux négociations sur un marché réglementé, quels que soient leur forme et leur mode de diffusion, sont communiquées à l'AMF préalablement à leur diffusion.

Les communications mentionnées au premier alinéa doivent :

1. Annoncer qu'un prospectus a été ou sera publié et indiquer où les investisseurs peuvent ou pourront se le procurer ;
2. Être clairement reconnaissable en tant que telles ;
3. Ne pas comporter des indications fausses ou de nature à induire en erreur ;
4. Comporter des informations cohérentes avec celles contenues dans le prospectus, si celui-ci a déjà été publié, ou avec les informations devant y figurer si celui-ci est publié ultérieurement ;
5. Comporter une mention attirant l'attention du public sur la rubrique « facteur de risques » du prospectus ;
6. Le cas échéant, comporter, à la demande de l'AMF, un avertissement sur certaines caractéristiques exceptionnelles présentées par l'émetteur, les garants éventuels ou les titres financiers qui font l'objet de l'offre au public ou l'admission aux négociations sur un marché réglementé ;
7. Répondre aux exigences du règlement délégué (UE) 2016/301 relatif à l'approbation et à la publication du prospectus ainsi qu'à la diffusion de communications à caractère promotionnel et notamment aux principes inclus aux points (c) et (d) de l'article 12 ayant respectivement trait à la nécessité d'avoir une information équilibrée et à l'absence d'indicateurs alternatifs de performance concernant l'émetteur, à moins que ces indicateurs ne figurent dans le prospectus lui-même.

II.-Lorsque l'offre au public ou la demande d'admission sur un marché réglementé n'a pas donné lieu à l'établissement d'un prospectus en application des articles 212-4 et 212-5, toute

communication à caractère promotionnel contient l'avertissement mentionné à l'article 211-3 (1°).