

## BAROMÈTRE 2016 sur les *roadshows* Principaux enseignements

### Total moyen de 16 *roadshows* dans l'année

En moyenne, les sociétés de notre panel réalisent :

- 9 *roadshows* dans le mois qui suit leurs publications annuelle, semestrielle et trimestrielle,
- 7 *roadshows* en dehors de ces périodes de publications.

### 250 investisseurs rencontrés

Entre *one-on-one* et *group meetings*, hors conférences, un IR rencontre en moyenne 250 investisseurs chaque année. La « *no broker policy* » est de plus en plus fréquente dans les rendez-vous avec les investisseurs.

### Actualisation plus régulière de l'identification des actionnaires

Par rapport à 2012, l'enquête Euroclear, les *shareholder ID* et les pouvoirs des assemblées générales sont davantage exploités.

### Les *brokers*, partenaires incontournables

Choisis en premier lieu pour leur fiabilité en matière d'organisation de *roadshows*, les *brokers* sont moins consultés qu'en 2012 sur les choix clés (destinations et investisseurs rencontrés), mais toujours maîtres d'œuvre de la logistique.

### Top 5 des destinations annuelles inchangé

Paris, Londres, New York, Boston, Francfort : le *top management* est de plus en plus présent sur les trois destinations phares après les publications périodiques, mais les CEO ont laissé certaines destinations secondaires aux CFO.

### 71 conférences citées pour 2015

Les proportions de conférences généralistes et de celles dédiées aux *mid&small caps* sont plus importantes qu'en 2012. Les CEO sont toujours peu présents dans ces conférences, mais les CFO le sont davantage, en particulier dans les conférences thématiques.

### De plus en plus de « *no feed back policy* »

Communiqués par le *broker*, dans un délai toujours jugé trop long, les *feed backs* sont plus difficiles à obtenir et de plus en plus anonymes.

### La rencontre physique indispensable

Avec leurs actionnaires et des investisseurs potentiels, les émetteurs n'ont recours aux *roadshows* virtuels que ponctuellement, par défaut pour des raisons pratiques. Dans ce cadre, les *reverse roadshows* ont davantage de succès.

### Nouveaux sujets suscitant l'intérêt des investisseurs

L'ESG émerge, avec un focus sur la gouvernance.

Chaque Baromètre du Cliff consiste en une analyse exhaustive des pratiques des émetteurs membres du Cliff sur une activité « cœur de métier » des Investor Relations, à partir d'un questionnaire détaillé, de l'amont à l'aval. Afin de suivre l'évolution des pratiques, les Baromètres sont réédités à échéances régulières. 41 émetteurs membres du Cliff ont répondu à l'enquête 2016, analysée au regard de l'édition 2012. Le détail des résultats des Baromètres est réservé aux seuls membres émetteurs du Cliff.